



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

What we stand for*

Notre Code de Conduite des Affaires

*Ce qui nous anime

**L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

Enjoy our Brands
responsibly**



Table *des* matières

Message d'Alexandre Ricard	03
Nous sommes des « convivialistes »	04
Notre Code	05
Nos règles d'or	06
Notre façon d'être	07
<i>Dans nos activités</i>	
Lutter contre la corruption et les pots-de-vin	08
Offrir ou recevoir des cadeaux et des invitations	09
Collaborer de manière responsable avec nos tiers	10
<i>Dans nos échanges</i>	
Se livrer à une concurrence loyale	11
Respecter les règles du commerce international	12
Faire preuve d'honnêteté et de transparence	13
Protéger les actifs de Pernod Ricard	14
Être convivial, mais faire preuve de discrétion	15
Communiquer de manière ouverte et sincère	16
Respecter les données personnelles	17
<i>Sur notre lieu de travail</i>	
Agir avec bienveillance et respect	18
Valoriser la diversité et l'inclusion	19
Créer un environnement de travail sécurisé	20
<i>Bring Good Times from a Good Place*</i>	21
Comment nous appliquons notre Code	22
Demander conseil	23
Procéder à un signalement	24
Promouvoir notre Code	25
En savoir plus	26

*Préserver pour partager

**L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Alexandre Ricard
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE PERNOD RICARD

Message d'Alexandre Ricard

Chers Collègues, chers Partenaires,

Notre réputation en matière d'intégrité et de professionnalisme est le socle sur lequel Pernod Ricard a été fondé, d'abord petit producteur de pastis du sud de la France il y a près d'un siècle, jusqu'à la multinationale d'aujourd'hui produisant parmi les meilleurs vins et spiritueux, disponibles dans plus de 160 marchés.

Notre sens de l'éthique est une des valeurs centrales du Groupe, au même titre que la confiance réciproque et l'esprit d'entrepreneuriat. C'est l'un de nos actifs les plus précieux et nous nous devons de le protéger à tout moment.

Notre ambition est de devenir le leader de notre industrie, mais pas à n'importe quel prix. À ce titre, nous estimons que sans intégrité, il ne saurait y avoir de réussite durable. Nous continuerons donc d'appliquer notre politique de tolérance zéro à l'encontre de tout manquement avéré à nos règles éthiques. Il ne s'agit pas d'une question simplement morale, mais d'une véritable attente de la part de nos consommateurs, nos collaborateurs, nos partenaires commerciaux ainsi que des communautés et autres parties prenantes qui nous entourent.

Dès lors, en respectant ce Code, vous contribuerez au succès à long terme du Groupe.

La nouvelle édition de ce Code définit nos principes en matière d'éthique et de conformité et vise à un confort de lecture optimal. Nous vous invitons à en prendre connaissance, à vous y référer et à consulter votre service juridique et vos collègues pour toute question.

Ce document évoluera avec le temps et sera actualisé. Comme toujours, tous vos retours sont les bienvenus.

Amicalement,

Alexandre Ricard



Enjoy our brands responsibly*

Nous sommes des « convivialistes »

En tant que « Créateurs de Convivialité », notre ambition est de transformer chaque interaction sociale en un moment de partage authentique, responsable et sincère. Nous avons pour mission de cultiver la magie des relations humaines en « préservant pour partager ».

Le manifeste du « convivialiste »

Nous sommes conviviaux parce que nos marques, nos activités et nos équipes partagent la même conviction : se réunir crée des moments emplis de partage et de joie. Aux quatre coins de la planète, nous sommes reliés par cette convivialité et nous sommes fiers d'appartenir à cette communauté mondiale des « Créateurs de Convivialité ». Nous nous soutenons les uns les autres et sommes liés par une confiance réciproque.

Nous sommes responsables, ce qui implique le respect de chacun, des communautés qui nous entourent et de notre planète dans un esprit de convivialité sans excès. Sur notre lieu de travail, cela signifie que nous nous engageons à prendre soin de nos collaborateurs et à avoir un sens de l'éthique solidement ancré dans tout ce que nous entreprenons.

Nous sommes un leader du secteur des vins et spiritueux et nous nous plaçons dans une perspective à long terme, axée sur le leadership, l'innovation et une croissance durable. Nous valorisons l'esprit d'entreprise et incarnons la passion de notre métier. Grâce à notre modèle économique décentralisé, nous sommes encouragés à donner le meilleur de nous-mêmes.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Enjoy our brands responsibly**

Notre Code

*What we stand for**

Notre Code de Conduite des Affaires établit les règles éthiques et de conduite responsable qui doivent être observées par l'ensemble de nos collaborateurs et partenaires commerciaux. Ce Code est également une aide à la prise de décisions au quotidien.

Nos marques sont commercialisées dans plus de 160 marchés, nous sommes donc soumis à un cadre réglementaire étendu, où de multiples lois peuvent trouver à s'appliquer. En appliquant les principes de ce Code et nos procédures, vous aidez Pernod Ricard à se conformer à ces lois et contribuez ainsi à la pérennité de notre réussite.

Pour nos collaborateurs : Le non-respect de ce Code de Conduite des Affaires est susceptible d'entraîner une sanction disciplinaire pouvant aller jusqu'à la résiliation du contrat de travail.

Pour nos partenaires commerciaux : Toute violation des principes de ce Code sera prise en compte avec le plus grand sérieux pour déterminer le futur de nos relations contractuelles.



Vous voulez en savoir plus ?

Le présent Code renvoie à de nombreuses politiques et procédures internes de Pernod Ricard. Des mesures supplémentaires pourraient s'appliquer au niveau de votre filiale. Reportez-vous à la documentation présentée en page 26.



Il vous manque encore quelque chose ?

Nous avons fait de notre mieux pour rédiger ce Code de la manière la plus pratique et facile à lire qui soit, sans employer de termes trop juridiques. Nous espérons que vous apprécierez cet effort ! Cependant, le Code ne peut pas aborder l'ensemble des problématiques éthiques ou situations complexes auxquelles vous pourriez être confrontés. Vous trouverez donc toutes les informations utiles pour savoir où trouver conseil en page 23, comment signaler une situation préoccupante en page 24, et la liste des procédures complémentaires en page 26.

*Ce qui nous anime

**L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Nos règles d'or

Nous réaliserons notre ambition de leadership en faisant respecter, sans relâche, nos principes d'intégrité.

Dans nos activités

- › **Nous ne proposons ni n'acceptons jamais** de pots-de-vin de quelque nature que ce soit.
- › **Nous ne proposons ni n'acceptons jamais** de cadeaux ou invitations inappropriés.
- › **Nous évaluons nos partenaires** avec soin afin de travailler dans un esprit de confiance réciproque.

Dans nos échanges

- › **Nous atteindrons** la position de leadership de notre industrie en faisant mieux que nos concurrents, de manière loyale.
- › **Nous nous conformons** à l'ensemble des lois en vigueur, y compris aux législations et sanctions internationales applicables aux exportations et importations.
- › **Nous agissons** dans l'intérêt de Pernod Ricard.
- › **Nous sommes responsables** dans l'utilisation des ressources mises à notre disposition par Pernod Ricard.
- › **Nous sommes attentifs** à nos propos, nos écrits et nos partages de contenus.
- › **Nous communiquons** des informations claires et précises à nos parties prenantes.
- › **Nous exploitons les données** pour le développement de nos activités dans la limite de nos seuls besoins.

Sur notre lieu de travail

- › **Nous créons** un environnement de travail sécurisé pour chacun.
- › **Nous plaçons** la diversité et l'intégration au coeur de notre sens du collectif, en tant que « Créateurs de Convivialité ».
- › **Nous prenons soin les uns des autres et nous luttons** contre les accidents, dangers et maladies liés au travail.
- › **Nous aspirons à créer** un monde plus convivial, un monde sans excès.
- › **Nous veillons** à faire respecter les droits humains et du travail.





Introduction

Notre façon d'être

Dans nos activités

Dans nos échanges

Sur notre lieu de travail

Comment nous appliquons notre Code

Notre façon d'être





Dans nos activités

Lutter contre la corruption et les pots-de-vin

Nous méritons notre place parmi les leaders de l'industrie grâce à nos équipes, nos produits, nos marques, notre créativité, notre modèle d'entreprise, notre stratégie et notre sens de la convivialité. C'est tout. Nous ne proposons ni n'acceptons jamais de paiements, d'avantages ou autres dans l'intention d'exercer une influence induue sur une décision.

3 RÈGLES À ADOPTER

- > Ne jamais proposer, promettre ou offrir quoi que ce soit de valeur à un fonctionnaire ou à quiconque dans l'espoir d'obtenir un avantage indu en retour.
- > Ne jamais oublier que toute chose de valeur peut être considérée comme un pot-de-vin, y compris une faveur, une promesse d'emploi ou de don à une œuvre caritative.
- > Signaler toute tentative de corruption.

Q : Le patron de l'un de nos grands comptes souhaite que je prenne son fils en stage. Que dois-je faire ?

R : Expliquez au client que notre Code vous interdit de participer au processus de recrutement et que la seule chose que vous puissiez faire est de transmettre le CV de son fils aux RH.

Q : J'ai besoin d'une livraison urgente de marchandises pour Noël. Cela risque d'être trop long d'attendre les autorisations des douanes. Le douanier m'a indiqué qu'il connaît une procédure spéciale pour accélérer le processus en échange d'un paiement en espèces. Le montant est ridiculement bas.

R : Les paiements en liquide pour effectuer ou accélérer une formalité administrative sont considérés comme des paiements de facilitation et sont strictement interdits par ce Code. Ce type de proposition doit toujours être décliné et rapporté à votre supérieur. La seule rare exception envisageable est dans le cas où le refus de payer vous expose à une menace physique inévitable.

“ Nous ne proposons ni n'acceptons jamais de pots-de-vin d'aucune sorte. ”



Ce qui nous est applicable s'applique autant aux tiers qui agissent pour notre compte

Pernod Ricard peut être tenu responsable des actes commis par des tiers. Nous ne devons pas laisser des tiers commettre une infraction à la loi alors qu'ils agissent pour notre compte.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Dans nos activités

Offrir ou recevoir des cadeaux et des invitations

Entretenir votre relation avec un client ou un tiers par le biais de cadeaux et invitations appropriés ne pose pas de problème en soi. Il est en revanche problématique de les utiliser pour exercer une influence induite sur des décisions professionnelles, car cela pourrait alors être considéré comme un pot-de-vin.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Échanger uniquement des cadeaux et invitations raisonnables et appropriés à des fins professionnelles légitimes.
- Avant d'offrir ou d'accepter un cadeau, toujours se demander : comment mon geste serait perçu s'il était rendu public ?
- Demander systématiquement une autorisation préalable pour tout cadeau ou toute invitation concernant un fonctionnaire.

Q : La propriétaire d'un bar ayant pignon sur rue envisage de signer un accord exclusif avec un concurrent. Je réfléchis à lui distribuer, ainsi qu'à son personnel, des cartes cadeaux dans l'espoir de l'en dissuader.

R : C'est une mauvaise idée. Les cadeaux en liquide ou équivalents, comme des cartes cadeaux, posent particulièrement problème. Des restrictions supplémentaires peuvent s'appliquer dans votre pays concernant les biens de valeur offerts à des distributeurs. Vous devez systématiquement consulter vos équipes Juridique ou Éthique & Compliance.

Q : Un fournisseur avec lequel je travaille souvent m'a invitée pour un séjour de deux jours aux Bahamas afin de nous présenter leurs dernières innovations. Puis-je y aller ?

R : Être convié par un fournisseur à découvrir ses innovations est convenable en soi. Il vous est toutefois demandé de faire preuve de bon sens et de ne pas y aller dès lors que le voyage semble disproportionné. Veuillez consulter vos équipes Juridique ou Éthique & Compliance.

“Les cadeaux et invitations raisonnables sont des pratiques courantes et a priori acceptables dans une relation commerciale. Cela dit, nous n'en offrons ni n'en acceptons jamais pour exercer une influence induite sur autrui.”



Gifted

Veuillez utiliser notre application dédiée, Gifted, ou le système équivalent en place dans votre filiale, pour déclarer et demander une autorisation préalable avant d'offrir ou d'accepter un cadeau ou une invitation.



Dans nos activités

Collaborer de manière responsable avec nos tiers

Nous voulons travailler avec des partenaires qui partagent nos valeurs et nos règles éthiques. En vérifiant leur profil dans Partner Up, ou l'outil agréé dans votre filiale, nous pouvons établir de nouvelles relations en toute connaissance de cause.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Appliquer la procédure d'évaluation des tiers, via Partner Up (ou l'outil retenu par votre filiale) pour s'assurer de la fiabilité, de la réputation et de la crédibilité des partenaires commerciaux.
- Veiller au partage de ce Code et à l'intégration de la clause de conformité standard (disponible sur MyPortal) dans le contrat.
- Faire preuve de vigilance à l'égard de paiements suspects vers ou depuis un compte inhabituel ou des comptes basés dans des paradis fiscaux. Ce type de pratique pourrait indiquer une manœuvre d'évasion fiscale ou de blanchiment d'argent.



Q : L'un de nos clients a demandé s'il peut payer à la fois en liquide et en chèque par le biais de différents comptes. Est-ce convenable ? Que dois-je faire ?

R : Soyez vigilant. La manœuvre peut faire partie d'un dispositif d'évasion fiscale ou d'une tentative de blanchiment d'argent, procédure par laquelle des fonds obtenus de manière illégale prennent une apparence légitime. Avant d'aller plus loin, consultez votre supérieur et les équipes Juridique ou Éthique & Compliance pour leur demander conseil.

Q : Je dois lancer un nouveau produit très rapidement. J'ai rencontré une agence marketing novatrice qui pourrait nous aider à conduire une campagne de premier choix si je signe aujourd'hui. Puis-je me lancer sans attendre ?

R : Soyez vigilant avant de vous précipiter dans une nouvelle relation commerciale. Vous devez suivre notre processus Partner Up ou celui de l'outil similaire agréé dans votre filiale. C'est la meilleure façon de lancer votre projet tout en assurant la protection de Pernod Ricard. Une règle d'or : ne faites jamais avec l'argent de la société ce que vous ne feriez pas avec le vôtre.

Q : L'un de mes consultants a demandé à être payé sur un compte offshore. Puis-je procéder au paiement ?

R : Les comptes offshore peuvent servir à échapper à l'impôt. Ce type de demande est suspect. Demandez conseil à votre directeur financier et/ou aux équipes Juridique et/ou Éthique & Compliance.

“ Nous vérifions avec le plus grand soin la réputation de nos partenaires de sorte à pouvoir travailler dans un esprit de confiance réciproque. ”



Sensibiliser nos tiers

Par le biais de nos « Supplier Standards » et de notre procédure d'évaluation des tiers, nous visons à sensibiliser davantage à la lutte contre la corruption mais aussi aux droits humains et du travail, à la santé et la sécurité, aux impacts sur l'environnement, à la consommation responsable d'alcool, à l'intégrité, à l'évasion fiscale et aux pratiques de concurrence loyales.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Dans nos échanges

Se livrer à une concurrence loyale

Nous prônons une concurrence loyale. Nous ne tolérons aucun accord, échange d'informations commerciales sensibles ou autres pratiques susceptibles d'entraver la libre concurrence. Nous n'abordons pas des points sensibles sur le plan commercial avec des tiers et en particulier avec des concurrents.

4 RÈGLES À ADOPTER

- Ne jamais conclure d'entente, que ce soit par la voie écrite ou orale, avec des concurrents (notamment pour fixer des prix, exclure un concurrent ou diviser un marché).
- Toujours prêter une attention particulière aux contrats de distribution exclusifs et à ceux qui font mention de restrictions territoriales ou de clauses de « non-concurrence ». Se rapprocher des équipes juridiques ou Éthique & Compliance locales dans une telle situation.
- S'assurer que toute information reçue concernant un concurrent provient de sources publiquement disponibles ou a été obtenue par le biais d'une source légitime.
- Recommander seulement, sans jamais l'imposer, le prix de revente final de nos produits, utilisé par nos clients.



Q : Je rencontre mon ancienne responsable dans mon précédent poste. L'ambiance est détendue, c'est l'occasion pour elle de me demander des nouvelles de mes fonctions actuelles chez Pernod Ricard. Les questions en viennent à nos stratégies de marché pour les prochains mois.

R : La relation que vous entretenez avec cette personne ne doit pas vous rendre moins vigilant. Veuillez garder à l'esprit que vous ne devez jamais échanger des informations sensibles avec des concurrents ou qui que ce soit, à ce sujet.

Q : J'ai été invité au gala annuel d'une association professionnelle. Un certain nombre de confrères de la concurrence sont installés à ma table. Au bout de quelques minutes, l'un des convives lance une conversation sur le sujet des prix.

R : Ce genre de situation peut entraver la libre concurrence et est contraire à la législation en la matière. Si vous vous retrouvez mêlé à ce genre de conversation, vous devez idéalement demander un conseil juridique sur le moment. Dans le cas contraire, faites comprendre aux autres convives que vous estimez que la conversation n'est pas conforme. Si elle se poursuit, éloignez-vous, demandez au rapporteur, le cas échéant, d'indiquer que vous avez quitté les lieux et contactez immédiatement l'équipe Éthique & Compliance.

“ Nous atteindrons notre position de leader de l'industrie en faisant mieux que nos concurrents, de manière loyale. ”



Soyez attentifs à ce que vous dites et écrivez

Ne faites pas référence à la « domination » de Pernod Ricard sur un marché car il s'agit là d'une analyse discutable sur le plan juridique et économique qui peut avoir des conséquences légales.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Dans nos échanges

Respecter les règles du commerce international

Pernod Ricard est un groupe mondial soumis aux législations internationales complexes et évolutives en matière d'exportations et d'importations, notamment les sanctions commerciales comme les embargos, gel d'actifs, restrictions et interdictions. De nouveaux régimes de sanctions peuvent être mis en place et remettre en question des relations ou projets en cours ou en perspective. Soyez vigilant et demandez conseil.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Maintenir une séparation stricte entre Havana Club et toute connexion avec les États-Unis (opérations, tiers, ressources humaines). En cas d'identification d'un lien potentiel, direct ou indirect, avec les États-Unis lorsque vous travaillez sur un projet qui implique Havana Club, toujours consulter l'équipe Juridique ou Éthique & Compliance.
- Les régimes de sanctions sont complexes et évoluent en permanence. Contacter l'équipe Juridique ou Éthique & Compliance avant tout engagement auprès de pays ou parties soumis à des sanctions ou embargos.
- Vérifier les contreparties au travers de Partner Up ou de l'outil agréé dans votre filiale pour éviter toute violation d'une sanction ou restriction commerciale.



Q : Un nouvel acteur technologique américain pourrait nous aider à mieux réaliser nos objectifs marketing. Le Groupe prévoit de lui acheter une licence mondiale et de la déployer pour l'ensemble de nos marques. Est-ce une bonne nouvelle ?

R : Oui, mais la provenance américaine du fournisseur empêchera certaines de nos marques d'utiliser cette solution technique. Il est nécessaire de vérifier avec les équipes Juridique et Éthique & Compliance si c'est la meilleure solution pour le Groupe. Les outils informatiques doivent être utilisés avec le plus grand soin : tout composant en provenance des États-Unis est interdit à Cuba !

Q : Nous souhaitons développer davantage les rhums Havana Club en Europe. Notre agence marketing suggère d'en faire la promotion à l'occasion d'un prochain festival de musique qui est également sponsorisé par une marque américaine de boissons sans alcool renommée. Pouvons-nous continuer ?

R : Oui, mais vous devez vous assurer qu'aucun co-branding ou activation commune entre les deux marques ne sera réalisé pendant le Festival. Etant donné qu'il est interdit aux entreprises américaines de traiter avec des produits d'origine cubaine, vous ne pouvez pas nouer de relations commerciales avec cette marque de boissons sans alcool.



Une bouteille ne se juge pas à son étiquette

The Absolut Company (TAC) est détenue par une filiale de Pernod Ricard basée aux États-Unis. Ainsi, les lois commerciales internationales interdisent une collaboration directe entre certaines de nos marques, telles que Havana Club et TAC.



Dans nos échanges

Faire preuve d'honnêteté et de transparence

Nous devons éviter les situations mettant en conflit nos intérêts et relations personnels et ceux de Pernod Ricard. La simple apparence d'un conflit d'intérêts, non déclaré, peut ternir votre réputation ainsi que celle de Pernod Ricard.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Déclarer tout conflit d'intérêts potentiel émanant d'une relation avec un membre de votre famille, un proche ou une entreprise en particulier pour lever toute ambiguïté.
- Informer votre supérieur et lui demander conseil avant de prendre part à toute activité susceptible de donner lieu à un conflit d'intérêts potentiel ou d'en donner l'apparence.
- Bien réfléchir avant de s'engager dans toute activité professionnelle en dehors de vos fonctions chez Pernod Ricard.



Q : J'ai été récemment embauché chez Pernod Ricard alors que ma conjointe travaille pour notre principal concurrent. Cette situation crée-t-elle un conflit d'intérêts ?

R : Pas nécessairement mais vous devez tous les deux en faire part à vos supérieurs. La transparence est toujours préférable dans toute situation susceptible de donner l'impression d'une interférence entre vos relations personnelles et vos décisions professionnelles.

Q : Mon cousin a fondé une agence de marketing numérique. Je suis objectivement convaincu que l'innovation de leur approche pourrait nous aider dans notre prochaine campagne de communication. Puis-je recommander cette agence à mon équipe ?

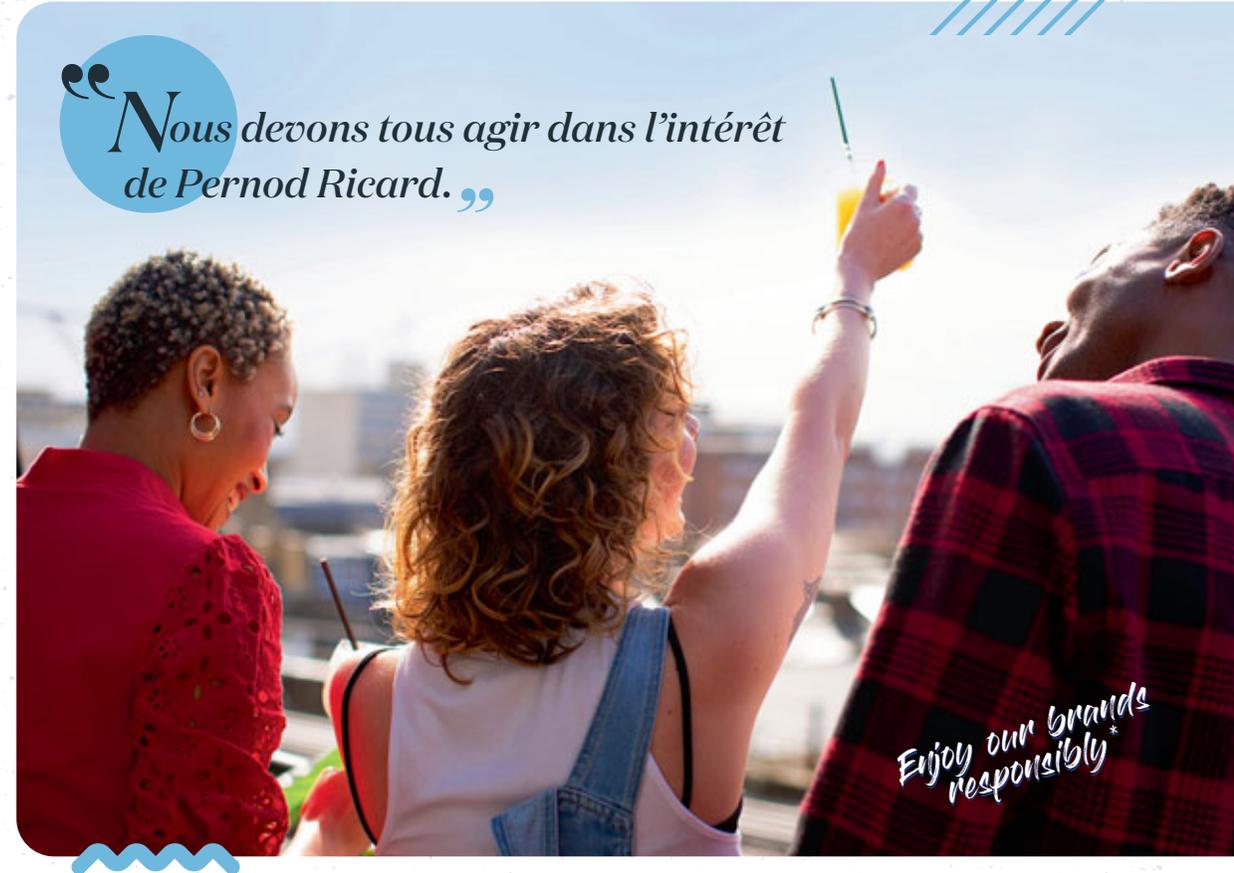
R : Oui. Pourtant, indépendamment de la qualité et de la réputation de cette agence, la situation crée l'apparence d'un conflit d'intérêts. Vous devez donc informer votre supérieur et vous retirer du processus de sélection.

Q : Je ne bois jamais d'alcool. J'ai été contacté par une ONG qui lutte contre la consommation d'alcool. Elle œuvre en faveur de l'interdiction complète de toute forme de consommation de spiritueux. Puis-je en devenir membre ?

R : Nous respectons le choix de chacun de consommer ou non de l'alcool mais il pourrait s'avérer problématique que vous fassiez partie d'un groupe proactif dans la promotion d'intérêts en conflit direct avec ceux de Pernod Ricard. Faites-en part à votre équipe Éthique & Compliance ou RH.



„Nous devons tous agir dans l'intérêt de Pernod Ricard.“



*Enjoy our brands responsibly**



Noyer des amitiés

Soyez attentifs aux relations professionnelles qui évoluent en liens personnels ; elles peuvent devenir sources de conflit ou donner l'apparence d'un conflit.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Dans nos échanges

Protéger les actifs de Pernod Ricard

Nos actifs sont précieux : qu'il s'agisse de biens corporels (matériel informatique, téléphone portable...) ou incorporels (données personnelles, informations financières ou techniques, ou droits de propriété intellectuelle), nous devons les protéger.

4 RÈGLES À ADOPTER

- › Utiliser les actifs et ressources de Pernod Ricard avec soin et uniquement à des fins professionnelles légitimes.
- › Utiliser les données et informations conformément aux règles éthiques sur l'exploitation des données.
- › Consulter le Group IP Hub (GIPH) lors des phases de lancement d'un produit, d'une marque ou d'un slogan.
- › Protégez vos accès aux actifs de Pernod Ricard – y compris vos mots de passe et appareils électroniques.



Q : Mon client a laissé sa clé USB dans mon bureau. Je pourrais y trouver des informations utiles...

R : C'est strictement interdit. De plus, il n'est jamais sûr d'utiliser une clé USB qui n'a pas été fournie par notre service informatique.

Q : Nous avons un nom original à l'esprit pour une nouvelle marque. Comment le protéger ?

R : Nos marques sont nos actifs les plus précieux. Veiller à leur caractère unique et distinctif est la meilleure façon de les protéger. Contactez le Group IP Hub pour sécuriser l'ensemble des droits de propriété intellectuelle.

“Nous sommes responsables dans l'utilisation des ressources mises à notre disposition par Pernod Ricard.”



Comment traitez-vous vos actifs ?

Qu'il s'agisse d'un ordinateur portable, d'un téléphone portable, d'un accès internet, de données professionnelles, de marques commerciales ou même de locaux, nous attendons de votre part que vous réserviez à nos actifs et à ceux de nos partenaires le même traitement que vous réserveriez aux vôtres.



Dans nos échanges

Être convivial, mais faire preuve de discrétion

Si nous sommes fiers de faire partie de Pernod Ricard et que nous aimons mettre nos réussites en avant, nous devons nous montrer discrets à l'égard d'informations confidentielles ou sensibles. Nous devons aussi avoir conscience du caractère particulièrement clivant de certaines questions sensibles. Par conséquent, nous ne devons pas prendre de position publique sur ces questions dans le cadre de nos fonctions.

3 RÈGLES À ADOPTER

- › Ne divulguer aucune information confidentielle ou exclusive.
- › Ne pas s'exprimer sur des questions sensibles, notamment des croyances religieuses, des questions morales ou partisans, sur des réseaux sociaux professionnels ou toute autre configuration dans laquelle vous apparaissez au titre de vos fonctions (cette mention ne s'applique pas dans un cadre privé, notamment vos réseaux sociaux personnels, lorsqu'il n'y a pas de renvoi automatique vers Pernod Ricard).
- › Partager de façon responsable des contenus sur l'alcool sur les réseaux sociaux.

Q : J'ai accès à des informations confidentielles concernant la prochaine acquisition d'une start-up par Pernod Ricard qui pourrait changer la donne en termes de création de convivialité. Je sais que je ne peux pas acheter d'actions sur la base de ces informations mais puis-je recommander à quelqu'un d'autre d'acheter des actions Pernod Ricard sans mentionner la transaction à venir ?

R : En aucun cas. Donner un « tuyau » à des fins de négociation est une violation de la relation de confiance que nous avons établie avec nos investisseurs et l'autorité de marché. Utiliser des informations privilégiées pour échanger des titres Pernod Ricard s'appelle un délit d'initié, sévèrement réprimé par la loi.

Q : J'ai des convictions très fortes à l'égard d'un enjeu de société qui divise le pays dans lequel je vis. Je veux prendre position sur mes comptes personnels sur les réseaux sociaux. Est-ce convenable ?

R : Bien entendu, vous êtes libre d'exprimer vos opinions sur vos comptes personnels sur les réseaux sociaux. Toutefois, vous ne devez jamais vous exprimer sur des sujets sensibles lorsque vous représentez les intérêts de Pernod Ricard (par exemple sur LinkedIn) car vos opinions sur un sujet peuvent offenser un tiers même si elles vous paraissent justes.



Q : Mon pays est agité par une controverse politique majeure actuellement et je pense qu'il serait bon que Jameson prenne position. Dois-je travailler avec le marketing pour concevoir des outils dans ce sens ?

R : Certainement pas. C'est généralement contre-productif. Nos marques ne doivent pas être utilisées pour diviser et polariser des questions d'ordre religieux, partisan ou politique par exemple.



Ayez le réflexe « accord de confidentialité » !

Lorsque vous représentez Pernod Ricard, vous ne devez jamais divulguer des informations confidentielles sans accord de confidentialité signé. Votre équipe Juridique vous fournira les bons modèles.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Dans nos échanges

Communiquer de manière ouverte et sincère

Nous prônons une communication claire et cohérente avec nos collègues, nos clients, nos investisseurs, les autorités publiques et autres parties prenantes, ainsi qu'à l'intention du grand public. Une communication ouverte et sincère favorise un climat de confiance dans nos relations et renforce notre réputation.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Enregistrer toutes les transactions et procéder à toute déclaration ou tout dépôt obligatoire dans les délais.
- S'assurer de l'exhaustivité, l'exactitude et la facilité de compréhension des informations fournies.
- S'assurer que toute description de nos produits et services, ainsi que toute indication les concernant sont pertinentes.



Q : Mes chiffres de ventes mensuels sont décevants. Est-il répréhensible de gonfler un peu mes résultats puisque je suis sûr de pouvoir me rattraper le mois prochain ?

R : Oui, c'est répréhensible. Manipuler les chiffres de ventes peut donner une fausse impression concernant la performance de nos activités pour nos investisseurs, déclencher des sanctions et porter préjudice à notre réputation.

Q : L'un de mes clients m'a demandé de faire de fausses factures pour échapper à certaines taxes. Il traverse une période économique difficile. Ce serait lui venir en aide sans grande conséquence pour nous.

R : Il est interdit de faire de fausses déclarations auprès d'une autorité fiscale ou d'émettre de fausses factures. Pernod Ricard ne promeut aucune forme d'évasion fiscale et refuse de prendre part à toute activité frauduleuse ou toute convention fiscale artificielle.

Q : L'un de mes fournisseurs m'informe qu'il peut réduire le coût de certains matériaux si nous importons les marchandises concernées sur la base d'un code de classement différent soumis à un taux de droits de douane inférieur. Ils disent qu'ils modifieront la description pour éviter les questions des douanes.

R : Utiliser sciemment un mauvais code relève d'une déclaration frauduleuse et pourrait entraîner des pénalités supplémentaires, voire des sanctions pénales dans certains pays. Demandez conseil aux services de douane au niveau local, ou à votre équipe Fiscalité ou Juridique avant de donner toute instruction d'autorisation de dédouanement.



Soyez honnête

Une seule intention trompeuse ou malhonnête peut avoir de lourdes conséquences sur une relation. Assurez-vous de bien comprendre vos responsabilités et d'agir en toute occasion de bonne foi auprès de nos parties prenantes.

*Dans nos échanges*

Respecter les données personnelles

Les données personnelles sont le carburant de bon nombre de nos outils digitaux de pointe. Nous devons toujours traiter les données personnelles de manière sécurisée, confidentielle et loyale, afin d'être en conformité avec la législation en vigueur et gagner la confiance de nos consommateurs.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Demandez-vous toujours si les données personnelles que vous collectez sont nécessaires au regard de votre objectif et si vous les utilisez à des fins professionnelles légitimes.
- Être transparent dans l'utilisation des données personnelles et, le cas échéant, obtenir le consentement des personnes concernées.
- Vérifier les processus et procédures internes avant de partager avec des tiers les données personnelles de nos collaborateurs, clients ou fournisseurs.



Q : Je développe le nouveau site internet d'une marque avec l'aide d'une agence extérieure. L'agence propose d'identifier et d'installer pour moi tous les cookies sur le site. Je n'ai rien à vérifier. C'est parfait n'est-ce pas ?

R : Vous devez toujours superviser ce que nos sous-traitants proposent de faire en notre nom avec des données personnelles (y compris lors de l'utilisation de cookies). Pernod Ricard doit toujours être celui qui décide de l'installation des cookies sur nos sites et de leur utilisation. En cas de doute, veuillez contacter l'équipe Juridique et/ou votre Privacy Champion.

Q : Je recrute un nouveau membre dans l'équipe. J'ai rencontré une candidate prometteuse mais j'ai compris qu'elle a des problèmes de santé. Puis-je l'écrire dans le rapport à mon supérieur ?

R : Certaines données personnelles sont très sensibles et sont soumises à diverses restrictions légales. C'est typiquement le cas des données de santé. Vous ne devez pas collecter ces données sensibles sauf si vous intervenez dans le cadre d'un processus bien défini ayant été examiné par l'équipe Juridique de votre entité.

Q : J'ai reçu une demande d'accès à ses données d'un client. Je ne fais pas partie du service client. Puis-je ne pas en tenir compte ?

R : L'équipe Juridique de votre filiale et/ou le Privacy Champion doivent être informés immédiatement de cette demande. Ils veilleront à ce qu'elle soit traitée en bonne et due forme.

“Nous exploitons les données pour le développement de nos activités dans la limite de nos seuls besoins.”



Ne jamais rien négliger !

En cas de doute concernant les données personnelles, veuillez contacter le Data Protection Officer (DPO) Groupe de Pernod Ricard via le réseau des Privacy Champions du Groupe.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Sur notre lieu de travail

Agir avec bienveillance et respect

Chez Pernod Ricard, nous veillons à traiter tout le monde avec respect et dignité. Cela fait partie de notre sens de la convivialité. Ainsi, tout comportement déplacé, notamment le harcèlement, est interdit dans notre environnement de travail et notre sphère d'influence. Nous traiterons avec le plus grand sérieux les comportements qui pourraient être perçus comme de l'intimidation, de l'humiliation ou de l'hostilité.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Traiter nos collègues et partenaires commerciaux avec courtoisie et respect.
- Appliquer les politiques de Pernod Ricard en matière de lutte contre le harcèlement et l'intimidation en signalant tout comportement déplacé.
- Un comportement qui n'est pas acceptable en réunion de travail ne l'est pas davantage lors d'un événement festif.



Q : Nous sommes en plein stress. Ma supérieure ne cesse de m'appeler le soir ou le week-end. Elle vise spécifiquement l'un de mes collègues en critiquant son travail devant l'équipe. Cette dernière semble au bord de la crise. Comment puis-je lui venir en aide ?

R : Nous comprenons la pression dans le travail. Cependant, si vous pensez de bonne foi qu'un manager ne respecte pas nos politiques en matière de lutte contre l'intimidation et le harcèlement, vous pouvez essayer d'en parler à votre supérieur, directement aux RH, ou utiliser notre ligne Speak Up pour le signaler.

Q : Lors d'une soirée professionnelle, l'un de mes collègues a eu un comportement déplacé envers moi. Lorsque je l'ai éconduit, il m'a dit que c'était pour plaisanter et que je devrais « me détendre ». Que devrais-je faire ?

R : Le harcèlement sexuel ou sous toute autre forme est inacceptable, que ce soit au travail ou lors d'événements plus conviviaux. Favoriser les liens sociaux ne signifie pas revoir nos règles éthiques à la baisse. Vous devriez déclarer la situation sans délai à votre supérieur, directement aux RH ou via Speak Up.



La convivialité au travail

Nous créons un environnement dans lequel chacun se sent en sécurité pour apporter de nouvelles idées, tester des nouveautés et faire état de ce qu'il peut apporter. Nous préconisons des relations simples et directes dans un esprit de confiance, de soutien et de collaboration.



Sur notre lieu de travail

Valoriser la diversité et l'inclusion

Bâtir une culture inclusive favorisera la diversité et ses retombées positives. Nous encourageons l'ouverture, la coopération et la transparence dans notre communication. Sur ces bases, nous pourrons nous sentir intégrés et oser être nous-mêmes au sein de Pernod Ricard.

3 RÈGLES À ADOPTER

- Soutenir l'engagement de Pernod Ricard en faveur de la diversité et de l'inclusion et promouvoir ces engagements dans vos relations avec les fournisseurs, les clients et tout autre partenaire commercial.
- Promouvoir l'équité et une égalité des chances fondée sur les seules qualifications et compétences dans le travail et l'évolution de carrière.
- Alerter dès lors que vous êtes témoin d'actions et comportements non respectueux de nos valeurs.



Q : Un client refuse de parler à l'un des membres de mon équipe. Il ignore sa présence et méprise tout ce qu'elle dit. Je pense de bonne foi que son attitude a trait aux origines ethniques de ma collègue. Que puis-je faire ?

R : Nous choisissons de collaborer avec des personnes qui partagent nos valeurs et nos principes. Si l'un de vos clients fait preuve d'un comportement raciste manifeste, vous devez en faire part à votre supérieur, aux RH ou à votre équipe Éthique & Compliance.

Q : L'un de mes collègues aime provoquer et fait parfois des « blagues » à connotation sexuelle. Les autres semblent le trouver drôle mais je suis pour ma part choqué de ses propos. Que dois-je faire ?

R : Nous pouvons plaisanter, mais une blague déplacée sur le lieu de travail n'est jamais drôle. Faites savoir à votre collègue que vous êtes choqué(e) par ses remarques. Si vous ne vous sentez pas à l'aise pour confronter ce collègue, ou s'il n'arrête pas, informez votre supérieur et les RH de la situation, ou signalez-la sur Speak Up.

“*En tant que « Créateurs de Convivialité », nous plaçons la diversité et l'inclusion au cœur de notre sens du collectif.*”



Vivre sans étiquette

Faire de l'entreprise le miroir de notre société et de nos clients nous aide à mieux recréer la magie des connexions humaines, qui permet aux différences de nous unir plutôt que de nous séparer.



Sur notre lieu de travail

Créer un environnement de travail sécurisé

La politique globale de santé et sécurité (« Health & Safety ») de Pernod Ricard est soutenue par notre vision de « Créateurs de Convivialité ». Le Groupe s'engage ainsi à développer une culture dans laquelle chacun a un rôle à jouer et une responsabilité à exercer pour assurer sa propre sécurité et celle de ses collègues.

3 RÈGLES À ADOPTER

- › Prendre toutes les précautions nécessaires pour assurer un environnement de travail sûr et sain.
- › S'assurer que nos actes ne mettent personne en danger, y compris nous-mêmes.
- › Déclarer les accidents évités de justesse et les conditions ou comportements risqués pour la santé ou la sécurité.



Q : J'ai une préoccupation en matière de sécurité. Je crains de ralentir la production en le signalant. Je ne veux pas mettre en cause notre activité. Que dois-je faire ?

R : La santé et la sécurité sont prioritaires en toutes circonstances. Vous devez le signaler sans attendre même si cela implique de ralentir la production, de ne pas tenir un délai ou de perdre une opportunité commerciale.

Q : Je suis inquiet concernant un collègue qui semble terriblement tendu. Il n'a pas tenu plusieurs délais ces derniers temps et ne semble pas être lui-même. Comment puis-je m'assurer qu'il va bien dans le cadre de nos activités ?

R : Nous nous préoccupons de nos collègues et de leur bien-être physique et mental. Les situations comme celles-ci doivent être gérées avec le plus grand soin. Il vous est recommandé de contacter votre supérieur et les RH avant de prendre toute initiative.



„Nous nous efforçons d'éliminer les accidents, dangers et maladies liés au travail.„



Prendre soin les uns des autres

Notre politique globale de santé et sécurité place la sécurité au cœur de la convivialité dans le développement de notre culture d'entreprise. Prendre soin les uns des autres renforce la sécurité de l'environnement de travail de Pernod Ricard.



Sur notre lieu de travail

Bring Good Times from a Good Place*

En tant que « Créateurs de Convivialité », nous avons foi en l'art du partage. Nous voulons préserver pour partager en prenant soin de la planète, en contribuant à la valorisation de l'humain, la protection des ressources naturelles, la lutte contre la consommation abusive d'alcool et à la création d'une valeur partagée pour l'ensemble de nos parties prenantes. Notre feuille de route fait partie intégrante de toutes nos activités, du vert des champs au verre à partager (« from grain to glass »).

3 RÈGLES À ADOPTER

- Promouvoir à tous les niveaux notre feuille de route en matière de responsabilité sociétale et environnementale (RSE) à horizon 2030.
- Aider à protéger et régénérer les ressources naturelles car nos produits sont issus de la nature.
- Prendre soin les uns des autres, respecter son prochain à tout moment et toujours agir de manière responsable dans toutes les occasions de convivialité.



Speak Up

La Procédure d'alerte éthique de Pernod Ricard (Guide Speak Up) prévoit aussi la possibilité de déclarer de bonne foi toute violation potentielle des bonnes pratiques environnementales.



*Préserver pour partager



Nous aspirons à créer un monde plus convivial, sans excès.



Q : Je suis à la fête de Noël de l'entreprise, et des collègues semblent boire de façon excessive, dois-je réagir ?

R : Oui ! Encouragez vos collègues à cesser leur consommation d'alcool et à boire de l'eau ou une boisson non-alcoolisée. Surtout veillez à ce qu'ils ne conduisent pas pour rentrer chez eux ! Dans tous les cas, si vous pensez qu'un collègue a un problème avec sa consommation d'alcool, vous pouvez toujours en parler avec vos RH, ou même utiliser notre ligne Speak Up (dans la section « abus d'alcool »).

Q : J'ai remarqué un déversement dans la mer à proximité de notre site de production et mon supérieur ne souhaite pas intervenir. Que dois-je faire ?

R : Vous devez le signaler au niveau du Groupe car notre feuille de route RSE est une priorité absolue et nous devons prévenir toute infraction à la législation environnementale. Veuillez utiliser notre outil Speak Up pour signaler de bonne foi toute violation potentielle des règles environnementales.



Notre performance RSE

Pernod Ricard publie chaque année dans son Document d'enregistrement universel l'état de sa performance RSE (objectifs, actions, KPI) et sa contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies.

Comment nous appliquons notre Code



Demander conseil

Nous encourageons chacun à s'exprimer et à demander conseil concernant les thématiques abordées dans notre Code. Sentez-vous à l'aise pour poser des questions ou exposer un problème de bonne foi par tout moyen à votre disposition. Vous pouvez être assuré que votre signalement sera traité avec le plus grand sérieux et pris en compte le plus rapidement possible et dans le respect de la plus grande confidentialité.

Usez de votre pouvoir d'appréciation et interrogez-vous :

Ma décision est-elle conforme à la loi, au Code et/ou à toute autre politique de Pernod Ricard ?

Ma décision est-elle conforme à notre vision et nos valeurs ?

Suis-je disposé à être tenu responsable de cette décision ?

Ma décision aura-t-elle des répercussions négatives pour Pernod Ricard ?

Me sentirais-je à l'aise si ma décision était partagée avec mes collègues et les parties prenantes à l'extérieur de Pernod Ricard ?

Si vous répondez « non » à l'une de ces questions ou si vous ne savez pas quoi répondre, demandez conseil.

À qui puis-je parler ?

- › Mon supérieur,
- › Mon département Juridique ou mon équipe Éthique & Compliance,
- › Mon département des Ressources Humaines.

Collaborer avec l'équipe Éthique & Compliance de Pernod Ricard

L'équipe Éthique & Compliance est le partenaire de chaque collaborateur de Pernod Ricard. Si vous êtes en difficulté parce que quelque chose ne va pas et que vous n'avez pas trouvé la réponse dans le Code ou les autres politiques du Groupe, n'hésitez pas à faire appel à leurs conseils.



Speak Up

Pernod Ricard met à disposition de ses équipes un dispositif de signalement sécurisé, accessible en permanence, pour toutes les questions éthiques et de conformité : Speak Up.

Speak Up permet à tous les collaborateurs du Groupe de signaler de bonne foi une violation du Code de Conduite des Affaires ainsi que tout comportement illicite.



Procéder à un signalement

SpeakUp

Toute personne œuvrant au sein du Groupe – salariés, collaborateurs externes ou occasionnels (stagiaires, prestataires de services, etc.), mais aussi nos clients, fournisseurs et intermédiaires – peut utiliser Speak Up pour faire part d'une situation préoccupante.

- › Speak Up est destiné à recueillir des signalements de bonne foi et aussi précis que possible pour permettre une vérification efficace et concrète des présomptions soulevées.
- › Speak Up peut recevoir un grand nombre de types de fichiers (texte, photos, fichiers audio, etc.).
- › Speak Up est accessible en permanence et dans presque toutes les langues.
- › Tous les signalements sont sécurisés et strictement confidentiels.

Tout salarié signalant un acte ou une situation de mauvaise foi peut faire l'objet de poursuites et de sanctions disciplinaires de la part du Groupe.



Ou

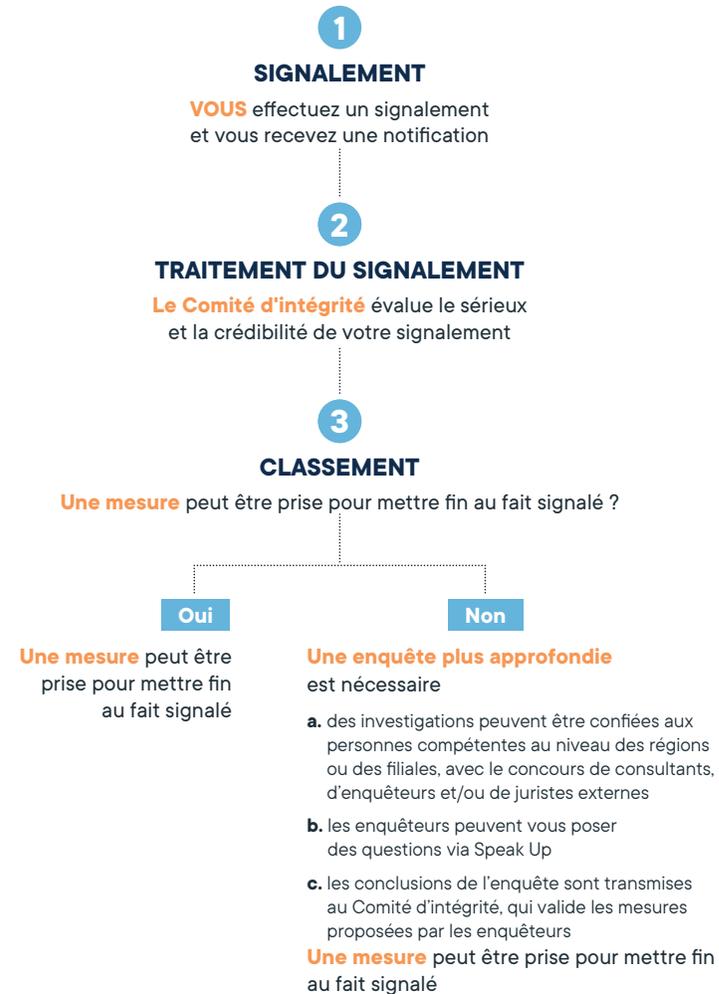
www.pernodricardspeakup.ethicspoint.com

Speak Up au moyen d'un appel local

La confiance en Pernod Ricard

Pernod Ricard a une politique de tolérance zéro à l'égard de tout acte de représailles à l'encontre de quelqu'un ayant signalé de bonne foi une présomption de violation ou apporté son soutien à une enquête. De telles représailles seront considérées avec le plus grand sérieux et pourraient entraîner des sanctions disciplinaires, voire une procédure pénale en fonction de la législation locale.

Après un signalement, que se passe-t-il ?



CONCLUSION ENVOYÉE AU LANCEUR D'ALERTE



Promouvoir notre Code

En tant que collaborateur de Pernod Ricard

› Informez-vous

- › Parcourez attentivement le Code de Conduite des Affaires et l'ensemble des autres politiques du Groupe en lien avec vos responsabilités.
- › Appréhendez comment appliquer le Code et les autres politiques dans le cadre de vos fonctions.
- › Posez des questions.

› Agissez de façon responsable

- › Maîtrisez vos responsabilités au moyen de formations.
- › Exprimez-vous et faites part de vos préoccupations sans crainte de représailles.

› Respectez notre Code

- › Les violations de la loi, de ce Code ou de toute autre politique du Groupe peuvent entraîner des actions disciplinaires qui peuvent aller jusqu'au licenciement.

En tant que manager de Pernod Ricard

› Montrez l'exemple

- › Encouragez votre équipe à respecter notre Code.
- › Favorisez et préservez une culture de l'intégrité.

› Donnez le la

- › Nourrissez les échanges sur l'importance de l'éthique et de l'intégrité dans le contexte professionnel.
- › Écoutez sans exprimer de jugement lorsqu'un collaborateur vous pose une question ou soulève un problème relatif à un éventuel écart de conduite.

› Signalez les problèmes

- › Faites part de tout écart de conduite dont vous avez connaissance.





En savoir plus



Available on MyPortal

Notre façon d'être dans nos activités

- › Politique anti-corruption
- › Lignes directrices en matière de lobbying
- › Procédure globale de vérifications préalables, « Due Diligence »
- › Modèles de clause de conformité
- › Standards Fournisseur, « Supplier Standards »

Notre façon d'être dans nos échanges

- › Code des Communications Commerciales
- › Charte de Consommation Responsable
- › Politique pour le respect du droit de la concurrence
- › Politique anti-blanchiment
- › Politique fiscale
- › Code de déontologie pour la prévention des délits et manquements d'initiés
- › Politique de protection des données personnelles
- › Nos 10 règles d'Or de la Propriété Intellectuelle
- › Politique relative aux actifs informatiques du Groupe

Notre façon d'être sur le lieu de travail

- › Politique environnementale globale
- › Politique globale des droits humains
- › Politique globale de santé et sécurité
- › Feuille de route RSE 2030

Speak Up et dispositif d'alerte

- › Lignes directrices relatives aux lanceurs d'alerte
- › Guide Speak Up



*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

Crédits photo : Viviane Sassen, Antoine Doyen, Alex Delamadeleine,
Natalia Melnychuk, Mirjam, Yark Bougmelo, Alexis Anice,
Alessandro Biascioli, Maksym Fesenko, Fx Watine/WebStyle Story, Emotiv,
Les petits fabricants, Monkey Business Images, iStock, Shutterstock,
Pernod Ricard Media Library

Équipe Éthique & Compliance Pernod Ricard



5 cours Paul Ricard 75008 Paris



Publié en juin 2022

