Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

CODE DE CONDUITE DES AFFAIRES

Table des Matières

I Exposé préalable ____ p.3

II Responsabilité au titre de ce Code et Conformité ____ p.5

III Lutte contre la corruption, Cadeaux et Invitations ____ p.7

IV Règles de concurrence ____ p.10

V Blanchiment d'argent ____ p.13

VI Opérations d'initié ____ p.16

VII Conflits d'Intérêts ____ p.18

VIII Protection des données personnelles ____ p. 20

IX Utilisation du Digital et des Média et Réseaux Sociaux, notamment de « Pernod Ricard Chatter® » ____ p.22

X Protection des marques ____ p.25

I. Exposé préalable

Conduire nos activités avec intégrité est une des valeurs fondatrices et un engagement fort de Pernod Ricard. Ainsi qu'il est rappelé dans notre Charte, agir avec un sens fort de l'éthique est l'un des piliers fondamentaux qui sous-tend notre modèle opérationnel.

Agir avec éthique signifie respecter les lois applicables dans chacun de nos marchés ainsi que le présent Code. Nous attendons de chaque employé de Pernod Ricard qu'il respecte cet engagement. Le défaut pour l'un d'entre nous de respecter ces lois et le Code pourrait vous exposer, ainsi que le Groupe, à des conséquences juridiques graves et porter sérieusement atteinte à notre réputation.

Cependant, respecter les lois et le présent Code ne se limite pas seulement à éviter les problèmes juridiques et à préserver une bonne image. Cela implique également d'agir de manière constructive dans les communautés où nous sommes présents. Cela signifie contribuer à instaurer des conditions de concurrence équitable, mais aussi à s'assurer que nous mettons tout en œuvre pour gagner et conserver la confiance de nos clients, de nos partenaires commerciaux, de nos actionnaires et des autres parties prenantes. Cette confiance est l'un des éléments qui contribue à construire notre réputation et qui constitue un facteur-clé

Nous attendons de chaque salarié de Pernod Ricard qu'il respecte cet engagement.

> **« Conduire nos activités avec intégrité est une des valeurs fondatrices et un engagement fort de Pernod Ricard. »**

de notre succès.
L'objectif de ce Code de Conduite des Affaires est de réunir en un seul document les grands principes devant être respectés par l'ensemble des collaborateurs de Pernod Ricard dans huit domaines-clés: lutte contre la corruption, concurrence, lutte contre le blanchiment d'argent, conflits d'intérêts, délits d'initiés, protection des données personnelles, utilisation du digital, des média et réseaux sociaux et protection de nos marques.

Cela veut dire s'assurer que nous mettons tout en œuvre pour gagner et conserver la confiance de nos clients, de nos partenaires commerciaux, de nos actionnaires et des autres parties prenantes.

Vous devez lire ce Code et vous y reporter régulièrement pour vous guider. Vous pourrez, sur le terrain, être confronté à des situations qui ne sont pas mentionnées dans ce Code. Si tel était le cas, n'hésitez pas à solliciter l'avis de la Direction Juridique, de votre supérieur hiérarchique ou de la Direction des Ressources Humaines.

Vous devez lire ce Code et vous y reporter régulièrement pour vous guider.

II. Responsabilité au titre de ce Code et Conformité

À qui s'applique ce Code ?

Ce Code fait état d'un certain nombre de procédures en vigueur dans le Groupe Pernod Ricard. Ce Code s'applique à l'ensemble des employés du Groupe qui doivent en connaître le contenu.

En tant que groupe multinational, Pernod Ricard est soumis à des législations diverses, dont certaines s'appliquent dans plus d'un pays. En respectant les principes présentés dans ce Code, vous aidez Pernod Ricard à se conformer à ces législations.

Que dois-je faire si je ne suis pas sûr(e) des modalités d'application du Code ?

Ce Code ne peut envisager toutes les situations auxquelles vous pouvez être confronté dans vos activités quotidiennes et qui pourraient soulever un problème d'ordre juridique ou éthique. Pour toute question à laquelle vous ne trouveriez pas de réponse dans ce Code et, plus généralement, pour toute autre question sur l'application de celui-ci, sollicitez de l'aide et des conseils auprès de :

- votre juriste local, votre Directeur Juridique Régional ou le Directeur Juridique Groupe ;
- votre responsable hiérarchique ou votre Direction des Ressources Humaines.

Que dois-je faire si je pense que quelqu'un agit de façon répréhensible ?

Si vous avez, de sérieux doutes sur le comportement d'un employé ou d'un tiers, qui irait à l'encontre de ce Code, **nous vous encourageons à en parler.**

> « L'ensemble des salariés du Groupe doit connaître le contenu de ce Code. »

La personne à qui vous adresser dépendra des circonstances. Dans certains cas, des personnes précises devront être informées conformément aux dispositions de ce Code. À défaut, vous pouvez vous adresser à votre supérieur hiérarchique (N+1), la Direction des Ressources Humaines ou à un membre de la Direction Juridique.
Pernod Ricard s'engage à protéger les employés de bonne foi qui tentent de prévenir des comportements répréhensibles. Ces questions seront traitées dans le respect de la confidentialité. Nous n'accepterons aucun acte de représailles ou de discrimination à l'encontre d'un employé ayant révélé l'existence d'une conduite dont il ou elle estime qu'elle viole le présent Code ou la loi.

Qui est responsable d'assurer le respect de ce Code?

Nous sommes tous responsables du respect de ce Code.

La Direction Juridique est responsable de la mise en œuvre de ce Code et **guidera** également **tout salarié ayant une question s'y rapportant.**

Le Directeur Juridique Groupe est chargé du suivi de ce Code et doit proposer au Bureau Exécutif toute modification qui deviendrait nécessaire suite à des évolutions législatives ou pour mieux protéger les intérêts de Pernod Ricard.
Dans l'hypothèse où il serait nécessaire ou souhaitable qu'un sujet de conformité fasse l'objet d'une décision au niveau du Groupe, ce dernier devra être soumis au Directeur Juridique Groupe.
Le cas échéant, le Directeur Juridique Groupe convoquera le Comité Exécutif Éthique Groupe afin que ce dernier se prononce sur ce sujet. Le **Comité Exécutif Éthique Groupe** se compose du :

- Directeur Juridique Groupe ;
- Directeur Général Adjoint – Ressources Humaines et Responsabilité Sociétale de l'Entreprise ; et du
- Directeur Général Adjoint – Finances.

III. Lutte contre la corruption, Cadeaux et Invitations

Un pot-de-vin est une somme d'argent ou tout autre objet de valeur, remis à une personne en vue de la pousser à agir de manière répréhensible. Un pot-de-vin peut prendre plusieurs formes : espèces, cadeaux, invitations, dons ou faveurs. Donner ou recevoir des pots-de-vin est illégal dans les pays dans lesquels nous sommes présents. Ceci est également interdit par le présent Code. Ces règles s'appliquent également à nos concurrents.

Nous prenons très au sérieux le respect des lois anti-corruption et avons une tolérance zéro pour les comportements corrompus notamment, concernant la remise ou l'acceptation de pots-de-vin, que ce soit par l'un de nos employés ou par un tiers agissant pour notre compte. Il est important de comprendre que des cadeaux ou des invitations peuvent être perçus comme des pots-de-vin s'ils ont pour objet d'encourager une conduite répréhensible ou sont offerts en échange d'un quelconque avantage financier ou commercial. Des cadeaux et invitations d'une valeur raisonnable font partie d'une activité opérationnelle normale, mais vous ne devez ni offrir ni accepter de cadeaux ou d'invitations d'une trop grande valeur ou inappropriés.

Les relations avec les fonctionnaires nécessitent de prendre des précautions particulières. Les employés impliqués dans la fonction de *lobbying* de Pernod Ricard sont tenus de suivre les Lignes de Conduite de Pernod Ricard sur le *lobbying*. Dans tous les cas, vous ne devez jamais offrir quoi que ce soit de valeur à un fonctionnaire en vue d'obtenir un traitement de faveur, d'influencer l'issue d'un audit ou de toute autre procédure administrative, ou d'influencer l'adoption d'une loi ou d'un règlement. Vous devez également être extrêmement vigilant à l'égard de toute demande d'un fonctionnaire ou d'un client, visant à l'obtention de dons à titre politique ou

> **« Des cadeaux et invitations d'une valeur raisonnable font partie d'une activité opérationnelle normale, mais vous ne devez ni offrir ni accepter de cadeaux ou d'invitations d'une trop grande valeur ou inappropriés. »**

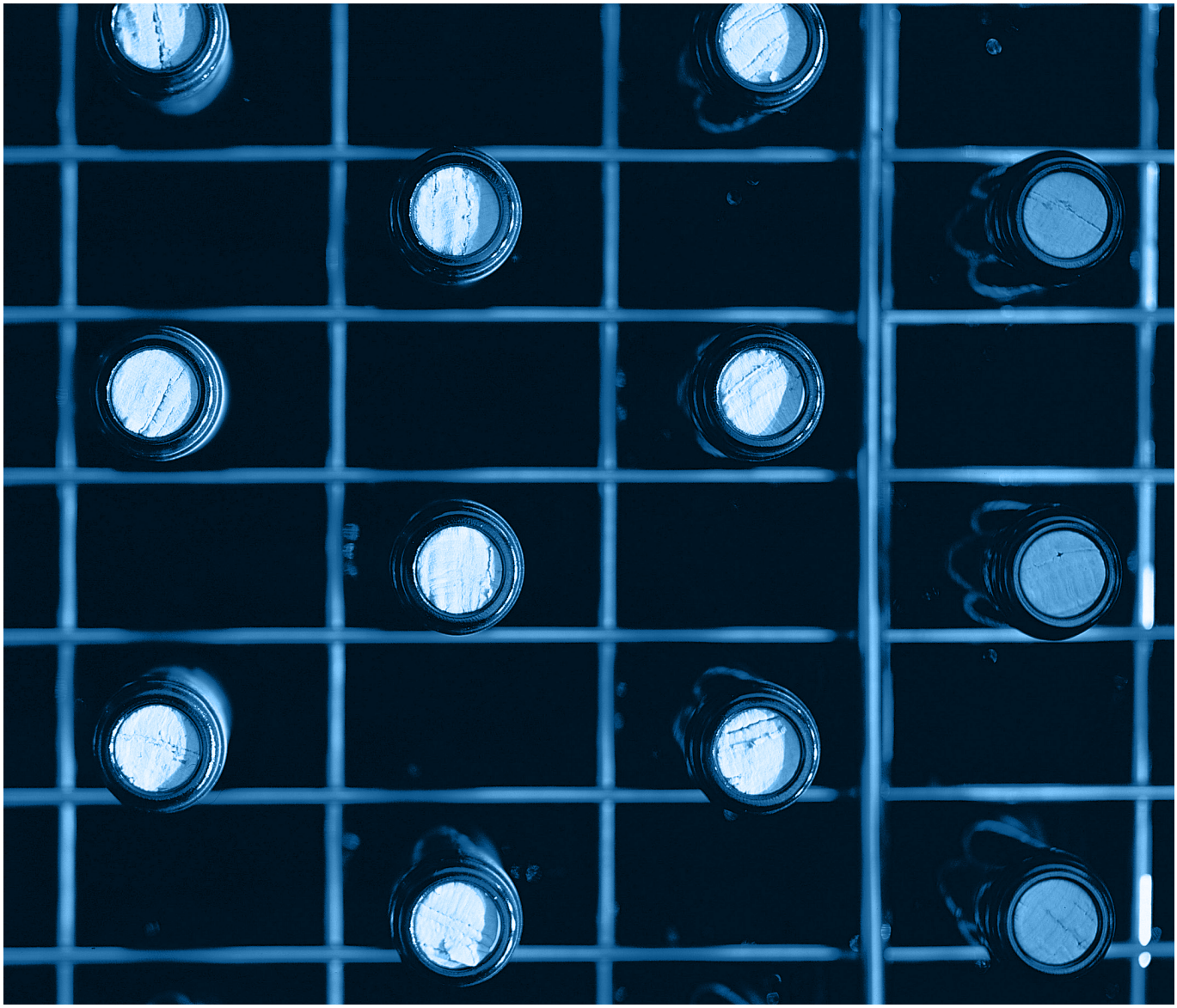
caritatif : ces derniers peuvent constituer un pot-de-vin. Offrir des cadeaux ou invitations d'une valeur limitée peut être acceptable dans certaines circonstances. Dans certaines situations, nous avons recours aux services de tiers pour agir pour notre compte. Nous devons bien connaître ces prestataires avant de recourir à leurs services car nous pouvons être tenus responsables dans l'hypothèse où ils verseraient des pots-de-vin alors qu'ils agiraient pour notre compte.

Nous avons une tolérance zéro pour les comportements corrompus.

Des procédures de vérification dites de *«Due diligence»* devront être conduites avec les tiers susceptibles de présenter un risque de corruption. De façon générale, un tiers sera considéré comme présentant un risque dès lors qu'il est susceptible de gagner un marché pour notre compte ou qu'il interagit avec des fonctionnaires en notre nom. Il s'agit notamment des agents des douanes, des sociétés de logistique et des prestataires dans le domaine de l'événementiel.

Les relations avec les fonctionnaires nécessitent de prendre des précautions. particulières.

Le non-respect, par un employé, des dispositions anti-corruption du Code ou des procédures anti-corruption locales, y compris les procédures concernant les cadeaux et invitations, peut engager la responsabilité civile ou pénale du Groupe, celle de la filiale concernée ainsi que celle de l'employé. Celui-ci pourra faire l'objet de sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'à son licenciement.



Ce que chaque employé doit savoir

- N'offrez ou n'acceptez jamais de pot-de-vin et n'offrez jamais de paiement de facilitation à un fonctionnaire ;
- Rappelez-vous que les cadeaux et invitations peuvent être considérés comme des pots-de-vin dans certaines circonstances et vérifiez si un accord ou une décision préalable est nécessaire ;
- Rappelez-vous qu'être en relations d'affaires avec des fonctionnaires est une situation hautement risquée ; un accord préalable avant d'offrir tout cadeau ou invitation est, dès lors, généralement nécessaire ;
- Avant de mandater un tiers devant agir pour notre compte, assurez-vous d'effectuer les vérifications appropriées et encouragez-le à respecter les standards anti-corruption mis en place par le Groupe.

IV. Règles de concurrence

Le droit de la concurrence vise à préserver la libre concurrence et l'innovation en interdisant certaines pratiques comme le partage de marchés, la fixation des prix et les abus de position dominante, ayant pour conséquence de désavantager les concurrents et les consommateurs. Nous devons maintenir notre position de leader par une concurrence loyale sur nos marchés. Bien évidemment, ces règles s'appliquent également à nos concurrents. Le droit de la concurrence est complexe et varie d'un pays à l'autre. Toutefois, certains principes fondamentaux sont communs à toutes les juridictions.

Ces règles interdisent certains comportements, comme notamment le fait de :

- convenir avec des concurrents d'aligner des pratiques opérationnelles par exemple en **fixant les prix** ou en se répartissant les clients ou les marchés ;
- **intervenir dans la stratégie commerciale de nos distributeurs ou clients**, notamment en fixant les prix ou les lieux de revente de nos produits ;
- **d'échanger des informations commerciales sensibles avec des concurrents**, directement ou par l'entremise de tiers tels que des clients ou des fournisseurs.

La violation des règles de concurrence peut conduire au paiement d'amendes

> **« Nous devons maintenir notre position de leader par une concurrence loyale sur nos marchés. »**

très significatives. Par exemple, la violation des règles de concurrence européennes peut conduire à des amendes pouvant aller jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires mondial du Groupe. Les employés du Groupe Pernod Ricard impliqués dans la violation des règles de concurrence peuvent également voir leur responsabilité pénale engagée et faire l'objet de sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.

Nous attendons de nos employés qu'ils connaissent les principales règles indiquées ci-après. Vous êtes tous censés avoir connaissance de toutes les règles applicables à votre marché. Ces règles étant complexes, n'hésitez pas à contacter votre Direction Juridique Locale ou Régionale pour toute question.

La violation des règles de concurrence peut conduire au paiement d'amendes très significatives

Ce que chaque employé doit savoir

- Ne vous concertez pas avec nos concurrents sur les prix et autres conditions de vente ;
- Ne convenez pas de partager des marchés, territoires ou catégories de clients avec nos concurrents ;
- N'échangez pas d'informations commerciales sensibles avec nos concurrents ;
- Faites particulièrement attention à ne pas discuter de sujets commerciaux sensibles avec nos concurrents lors de réunions d'associations professionnelles ;
- Assurez-vous que toute information que vous recevez concernant nos concurrents provient de sources publiquement accessibles ou a été obtenue de façon légitime ;
- N'arrêtez pas les prix ou les conditions de revente de nos produits. Les prix de revente conseillés sont valables dès lors qu'ils constituent de simples recommandations ;
- Ne faites pas référence au fait que Pernod Ricard serait « dominant » sur un quelconque marché. Ce sujet relève d'une analyse juridique/économique complexe ;
- Évitez de faire des déclarations arrogantes telles que « écraser la concurrence ». Celles-ci peuvent être mal interprétées ;
- Tout accord comportant des restrictions territoriales ou des clauses de « non-concurrence », ainsi que tout accord de longue durée, doit être revu par la Direction Juridique. Ces accords peuvent être valables dans certaines situations mais requièrent une analyse juridique ;
- Certaines autorités de la concurrence nationales soutiennent des programmes de clémence dans le cadre desquels elles consentent un traitement de faveur aux sociétés révélant des pratiques anti-concurrentielles, et en particulier des ententes, et qui coopèrent dans le cadre des procédures initiées à l'encontre des sociétés contrevenantes ;
- Si vous doutez de la conformité de certains de vos actes avec les règles de concurrence, consultez votre Direction Juridique Locale ou la Direction Juridique Holding.

V. Blanchiment d'argent

Nous devons faire tout notre possible pour éviter l'utilisation de Pernod Ricard comme véhicule pour le blanchiment d'argent.

Le blanchiment d'argent consiste à masquer l'origine de fonds provenant d'activités criminelles comme le trafic de drogue ou le terrorisme, en les utilisant au travers de canaux d'opérations commerciales régulières.

Le blanchiment d'argent implique souvent l'utilisation d'espèces ou d'autres instruments au porteur, comme des mandats ou des traveller's checks, pour payer des produits ou services. La politique de Pernod Ricard est d'éviter les paiements en espèces ou équivalents. Lors du paiement de produits ou de services, évitez d'accepter les paiements en espèces, traveller's checks, mandats ou les paiements de la part de tiers non affiliés à moins d'avoir obtenu l'accord préalable de vos Directions Financière et/ou Juridique Locales ou Régionales.

La politique de Pernod Ricard est d'éviter les paiements en espèces ou équivalents.

« Nous devons faire tout notre possible pour éviter l'utilisation de Pernod Ricard comme véhicule pour le blanchiment d'argent. »

Nous devons nous assurer de connaître les personnes avec lesquelles nous travaillons avant d'entamer toute relation commerciale, afin d'éviter d'être utilisé comme un instrument de blanchiment d'argent. Nous devons également être attentifs à tout changement ou activité pouvant apparaître suspect au cours de nos relations commerciales avec nos clients ; en effet, ces changements ou activités peuvent indiquer que le client tente de nous utiliser pour blanchir de l'argent.

Les employés de Pernod Ricard, qui établissent et gèrent des relations avec nos clients, doivent respecter les procédures dites « KYC ». Ces procédures ont pour objectif de déterminer qui sont nos clients et en quoi consistent leurs activités. L'information sur nos clients doit également être tenue à jour ; veillez à solliciter des mises à jour, en cas de changement dans la situation de l'un de nos clients et, en tout état de cause, au moins une fois tous les deux ans.

Nous devons également être vigilants à l'égard de tout comportement ou activité pouvant apparaître suspect et susceptible d'indiquer qu'un client tente de nous utiliser afin de blanchir de l'argent. Tel sera le cas, par exemple, s'il nous est demandé d'accepter d'importants paiements en espèces, ou le paiement de marchandises au travers de virements multiples provenant de différents comptes ou, encore, en cas de refus de communiquer des coordonnées ou informations bancaires à jour.

Nous devons nous assurer de connaître les personnes avec lesquelles nous travaillons avant d'entamer toute relation commerciale, afin d'éviter d'être utilisé comme un instrument de blanchiment d'argent.

Ce que chaque employé doit savoir

- Lorsque vous acceptez un paiement au titre de marchandises, évitez d'accepter les paiements en espèces, les chèques de banque, les traveller's checks, les mandats ou les paiements de la part d'un tiers non affilié, à moins d'avoir préalablement obtenu l'autorisation de vos Directions Financière et/ou Juridique Locales ou Régionales ;

- Assurez-vous de respecter les procédures dites « KYC » avant d'entamer des relations commerciales avec un nouveau client ;

- Assurez-vous de la mise à jour des informations que vous détenez sur vos clients. A minima, demandez une mise à jour une fois tous les deux ans ;

- Contrôlez les comptes clients et informez vos Directions Financière et Juridique Locales si vous constatez une activité suspecte ou si votre client formule des demandes de paiement suspectes ;

- Assurez-vous de respecter les obligations locales de déclarations d'opérations en devises.

VI. Opérations d'initié

Les actions de Pernod Ricard sont admises aux négociations sur le marché réglementé de NYSE Euronext Paris. Effectuer des opérations sur les titres Pernod Ricard ou les titres d'une autre société, sur la base d'une information privilégiée, est illégal et peut conduire à des sanctions pénales telles que des amendes et des peines d'emprisonnement.

Une information privilégiée est une information précise qui n'a pas été rendue publique, concernant une société, et susceptible d'influencer un investisseur raisonnable dans sa décision d'acheter ou de vendre les titres de cette société.

La notion d'information privilégiée recouvre plusieurs types d'informations, notamment :

- Les résultats financiers ;
- L'acquisition d'une société ou la vente d'actifs importants ;
- L'émission de titres.

Si vous détenez une information privilégiée concernant Pernod Ricard, vous devez vous abstenir d'acheter, de vendre, ou d'exercer des options sur les titres Pernod Ricard ou des titres d'une autre société concernée par cette information privilégiée.

Outre l'interdiction d'effectuer des opérations sur les titres Pernod Ricard, vous ne devez pas non plus conseiller à un tiers de le faire au cours des périodes d'interdit arrêtées par Pernod Ricard S.A. qui vous sont applicables (par exemple, préalablement à l'annonce de résultats financiers ou lors des périodes d'interdit imposées dans le cadre d'une opération significative et confidentielle dont vous avez connaissance).

> **« Effectuer des opérations sur les titres Pernod Ricard ou les titres d'une autre société, sur la base d'une information privilégiée, est illégal et peut conduire à des sanctions pénales, telles que des amendes et des peines d'emprisonnement. »**

Ce que chaque employé doit savoir

- Une information privilégiée est une information précise et non-publique concernant une société et qui est de nature à influencer la décision d'un investisseur raisonnable d'acheter ou de vendre des titres de cette société ;

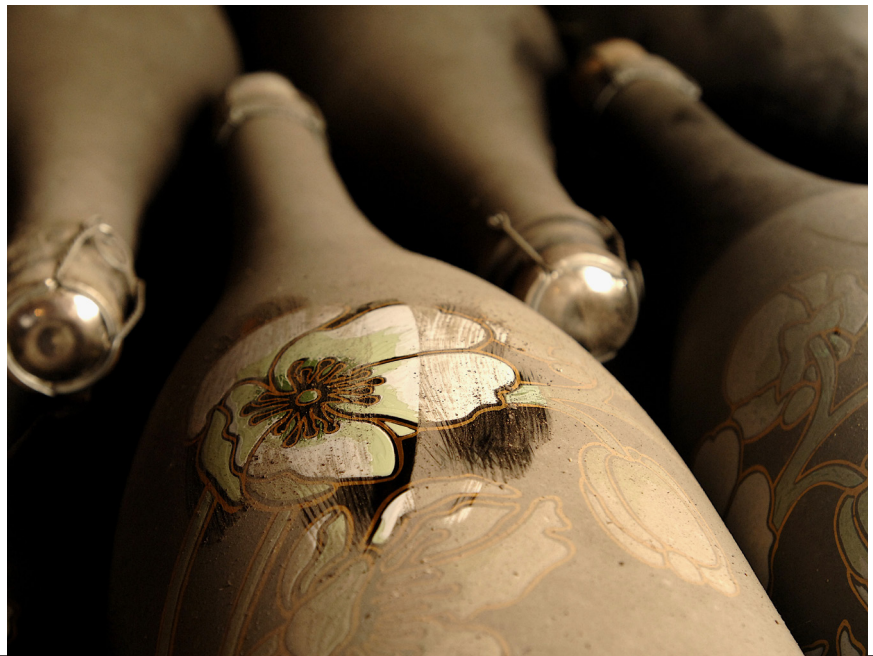
- Si vous détenez une information privilégiée sur Pernod Ricard, vous devez vous abstenir :

  — d'effectuer toute opération sur des actions ou autres instruments financiers émis par Pernod Ricard ou par une autre société à laquelle cette information privilégiée se rapporte ;

  — de révéler une information privilégiée à d'autres personnes en dehors de l'exercice de vos fonctions ; et

  — de conseiller à un tiers d'acheter ou de vendre des titres Pernod Ricard ou d'une autre société à laquelle cette information privilégiée se rapporte ;

- Vous ne devez ni effectuer d'opérations sur des titres Pernod Ricard ni conseiller à une autre personne de le faire, au cours des périodes d'interdit arrêtées par Pernod Ricard qui vous sont applicables.



VII. Conflits d'intérêts

Chacun de nous doit agir dans les intérêts de Pernod Ricard. De façon générale, un conflit d'intérêts naît de l'interférence entre une activité ou une relation personnelle et votre capacité à servir les intérêts de Pernod Ricard.

Nous devons tous éviter les situations de conflits entre nos intérêts personnels et notre capacité à prendre des décisions impartiales et servant les intérêts du Groupe. L'apparence d'un conflit d'intérêts peut être aussi problématique que l'existence de celui-ci.

> **Nous devons tous éviter les situations de conflits entre nos intérêts personnels et notre capacité à prendre des décisions impartiales et servant les intérêts de Pernod Ricard.**

Les situations suivantes peuvent constituer ou apparaître comme constitutives de conflits d'intérêts :

- **L'un de vos proches travaille pour une société ayant des relations commerciales avec Pernod Ricard, y compris des clients, et vous avez la capacité, dans le cadre de vos fonctions, d'engager des relations commerciales avec cette société ;**
- **Vous exercez une autre activité professionnelle et celle-ci entrave votre capacité à exercer vos fonctions pour Pernod Ricard ;**
- **Vous utilisez les biens ou informations de la société dans votre intérêt personnel ou dans celui d'une autre personne ; ou**
- **Vous recevez un avantage personnel ou financier d'un fournisseur, d'un client ou d'un concurrent, existant ou potentiel.**

Ces exemples ont pour objet de vous aider à identifier les situations de conflit d'intérêts mais il est impossible de détailler toutes les situations susceptibles de constituer ou d'apparaître comme un conflit d'intérêts. Dans chaque situation, vous devez vous demander :

- Mes intérêts peuvent-ils interférer avec ceux de Pernod Ricard ?
- D'autres personnes peuvent-elles estimer que mes intérêts personnels interfèrent avec ceux de Pernod Ricard ?
- Moi-même ou l'un de mes proches tirons-nous un bénéfice personnel de mon implication dans une situation ou opération ?
- Cette situation peut-elle me conduire à privilégier mes intérêts personnels par rapport à ceux de Pernod Ricard ?

Si la réponse à l'une de ces questions est « oui », alors **vous devez, sans délai, en informer votre supérieur hiérarchique ou votre Direction des Ressources Humaines.** Il est tout à fait possible qu'une situation apparaissant initialement comme une situation de conflit ne soit, en définitive, pas dommageable pour Pernod Ricard ou que le conflit puisse être facilement résolu par une discussion ouverte et transparente.

Ce que chaque employé doit savoir

- **Vous devez éviter que vos intérêts personnels n'interfèrent avec votre capacité à agir dans l'intérêt de Pernod Ricard ;**
- **Si vous avez le sentiment de vous trouver dans une situation pouvant potentiellement être ou apparaître à d'autres comme une situation de conflit d'intérêts, vous devez vous adresser à votre supérieur hiérarchique ou à votre Direction des Ressources Humaines.**

VIII. Protection des données personnelles

Dans le cadre de notre activité, nous sommes amenés à traiter les données personnelles d'un grand nombre de personnes et, notamment, celles des employés (potentiels, actuels, ou anciens), clients, fournisseurs et autres. Pernod Ricard s'engage à conserver ces informations de manière confidentielle et sécurisée conformément aux lois applicables en matière de protection des données personnelles.

Les données personnelles comprennent plusieurs types d'informations relatives à une personne, notamment, ses date et lieu de naissance, ses numéros de téléphone personnels, ses adresses, rémunération et autres prestations, performances passées, ses numéros d'immatriculation délivrés par les diverses administrations et ses données bancaires. En synthèse, si une information utilisée, seule ou en combinaison avec d'autres, permet d'identifier une personne, cette information est une « donnée personnelle ».

Les employés en charge de la collecte, du traitement, de l'archivage, de l'utilisation ou du partage de données personnelles **doivent s'assurer de respecter toutes les lois applicables en matière de protection des données personnelles.**

> **« Pernod Ricard s'engage à conserver ces informations de manière confidentielle et sécurisée. »**

Ce que chaque employé doit savoir

- **Transparence : il est indispensable de collecter les données de façon loyale et licite. Les données personnelles ne doivent pas être collectées sans que l'individu en ait connaissance et ne donne son consentement ;**

- **Equité et proportionnalité : les données personnelles doivent être pertinentes au regard de la finalité du traitement des données et de leur éventuelle utilisation ;**

- **Finalité déterminée : les données personnelles doivent être collectées pour une finalité précise indiquée au préalable à l'individu concerné. Les données ne doivent pas être utilisées pour une finalité autre que celle qui a été annoncée ;**

- **Accès, exactitude et conservation des données : vous devez établir une période de conservation des données personnelles. Les individus doivent être en mesure d'accéder à leurs données personnelles et bénéficient d'un droit d'opposition ;**

- **Sécurité et confidentialité : lors de la collecte de données personnelles, veillez à mettre en œuvre toutes les mesures de sécurité et de confidentialité.**

IX. Utilisation du Digital, des Média et Réseaux Sociaux, notamment de « Pernod Ricard Chatter® » [1]

Le Digital, les média et réseaux sociaux jouent un rôle toujours plus important et stimulant en nous permettant de nous maintenir connectés

Le Digital, les média et réseaux sociaux jouent un rôle toujours plus important et stimulant en nous permettant de promouvoir nos produits et de nous maintenir connectés entre collègues, clients, consommateurs et autres parties prenantes. Etant si nombreux à utiliser le digital, les média et réseaux sociaux à titre personnel, il peut être difficile de garder à l'esprit que l'utilisation de média similaires pour promouvoir et faire la publicité des produits Pernod Ricard, dans le cadre et en dehors du travail, comporte des risques pour le Groupe Pernod Ricard.

- **L'ensemble des média et réseaux sociaux et des communications digitales de Pernod Ricard doit respecter le Code des Communications Commerciales ;**
- **Assurez-vous que vous détenez les droits ou autorisations d'utilisation des marques, droits d'auteur ou d'image de tiers notamment, sur les contenus générés par les utilisateurs sur tous média et réseaux sociaux ou plateformes multimédia ;**
- **Informez les utilisateurs de nos média et réseaux sociaux de ne poster que des éléments pour lesquels ils détiennent les droits d'auteur nécessaires ;**
- **Assurez-vous que l'information postée sur tout média et réseau social n'est ni confidentielle ni protégée ;**
- **Ne faites aucune déclaration ou commentaire dénigrant ou diffamatoire à l'encontre de quiconque ;**
- **Si vous postez un commentaire sur un média ou réseau social concernant l'alcool ou tout événement sponsorisé ou financé par Pernod Ricard, vous devez clairement indiquer que vous êtes un employé de Pernod Ricard. Ceci vaut également pour les déclarations effectuées sur tout compte personnel ;**
- **Assurez-vous d'avoir lu les conditions d'utilisation de tout site internet que vous utilisez pour promouvoir les produits Pernod Ricard afin de vous assurer de comprendre les obligations que vous acceptez pour le compte de Pernod Ricard.**

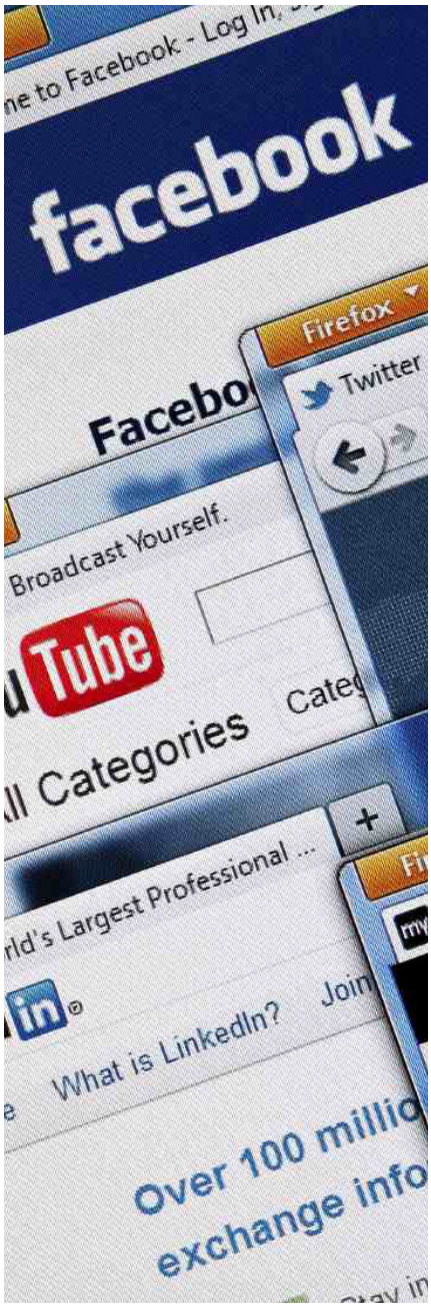
[1] Chatter est une marque détenue par salesforce.com, Inc. utilisée ici en vertu d'une licence.

En tant que Groupe, nous avons adopté « Pernod Ricard Chatter® », conscients de la puissance considérable des réseaux sociaux pour nous maintenir connectés et à titre d'outil pour « partager chaque jour une idée nouvelle ». Cependant, tout comme pour notre présence sur les média et réseaux sociaux publics, nous devons respecter les droits de nos collègues et autres parties prenantes.

Lorsque vous utilisez « Pernod Ricard Chatter® », pensez à respecter le **TOP 10 des Règles de la Charte du Réseau Social d'Entreprise .**

Nous devons respecter les droits de nos collègues et autres parties prenantes.

Ne faites aucune déclaration ou commentaire dénigrant ou diffamatoire à l'encontre de quiconque.



> **« En tant que Groupe, nous avons adopté « Pernod Ricard Chatter® », conscients de la puissance considérable des réseaux sociaux pour nous maintenir connectés et à titre d'outil pour « partager chaque jour une idée nouvelle ». »**

TOP 10 des Règles de la Charte du Réseau Social d'Entreprise

1. Ne pas oublier que l'utilisation de « Pernod Ricard Chatter® » est à des fins professionnelles ;

2. Vous devez assumer l'entière responsabilité des contenus que vous partagez et que vous publiez sur « Pernod Ricard Chatter® » ;

3. Gardez à l'esprit que le Groupe Pernod Ricard ne saurait être tenu responsable du contenu que vous publiez sur « Pernod Ricard Chatter® » dans la mesure où il reflète seulement votre propre opinion ;

4. Comportez-vous de façon responsable et respectueuse envers le Groupe Pernod Ricard, ses employés, clients, partenaires, concurrents et tout autre utilisateur de « Pernod Ricard Chatter® » ;

5. Ne dénigrez pas le Groupe Pernod Ricard, ses clients, ni tout autre utilisateur de « Pernod Ricard Chatter® ». Ne tenez pas de propos dénigrants ou diffamatoires envers nos relations de travail ou nos concurrents ;

6. Prenez toutes les mesures possibles pour éviter la divulgation d'informations confidentielles : tout contenu publié sur « Pernod Ricard Chatter® » est visible par tous les utilisateurs ou les utilisateurs de certains groupes ;

7. Respectez les principes généraux de Consommation Responsable qui sont importants pour le Groupe Pernod Ricard ;

8. N'utilisez pas une autre identité dans le but de tromper autrui ;

9. Ne diffusez pas d'informations ou du contenu faux ou trompeur ;

10. Soyez informés qu'en cas de litige dans certaines juridictions (ex : les Etats-Unis et la plupart des pays de common law), tous les documents et les contenus que vous publiez sur « Pernod Ricard Chatter® » pourraient devoir être divulgués au cours d'une procédure, qu'ils nous soient utiles ou préjudiciables.

X. Protection des marques

Nos marques sont nos actifs les plus précieux.

Nos marques sont nos actifs les plus précieux. Notre propriété intellectuelle (« PI »), et en particulier nos marques déposées, constituent le fondement de la protection de nos marques et du maintien de notre rentabilité.

« Les salariés de Pernod Ricard sont nos yeux et nos oreilles et nous comptons sur vous pour nous aider à exercer nos droits de PI. »

Si vous participez, de quelque manière que ce soit, au développement de nouveaux produits ou marques, au marketing ou à la publicité, contactez la Direction Juridique PI interne afin de garantir la protection nécessaire de tous droits de PI.

Dans le cadre de la lutte contre les copies et contrefaçons, les employés de Pernod Ricard sont nos yeux et nos oreilles et nous comptons sur vous pour nous aider à exercer nos droits de PI. Vous devez déclarer tout produit copiant ou imitant l'une de nos marques auprès de Brand Security ou de votre Direction Juridique. Vous pouvez également utiliser le groupe « Look-a-Likes and counterfeits » de « Pernod Ricard Chatter® » [1] pour nous faire part de tout produit suspect.

Nous devons donc prendre toutes mesures nécessaires pour :

- **Assurer la protection de tout nouveau droit de PI lorsque nous développons de nouveaux produits, marques ou extensions de marques ;**
- **Utiliser notre PI conformément aux recommandations et politiques PI pertinentes du Groupe ;**
- **Être vigilants à l'égard des tiers pouvant potentiellement porter atteinte à nos droits de PI, notamment par la production et la vente de produits de contrefaçon ;**
- **Exercer nos droits de PI lorsque des violations sont identifiées ; et**
- **Respecter les droits de PI des tiers.**

[1] Chatter est une marque détenue par salesforce.com, inc. utilisée ici en vertu d'une licence.

Ce que chaque employé doit savoir

- Le Groupe compte sur tous ses employés pour l'aider à protéger sa PI. Faites-nous part de tout produit semblant imiter ou copier l'une de nos marques ;
- Contactez le juriste PI interne compétent chaque fois que vous envisagez de conclure un accord avec un tiers pouvant affecter nos droits de PI. Ceci inclut les contrats avec des agences publicitaires, certains fournisseurs, distributeurs ou autres partenaires du développement ;
- N'utiliser nos droits de PI que conformément à l'usage auquel ils sont destinés. Un usage inconsidéré de nos droits de PI pourrait conduire à leur déchéance.

Pernod Ricard

Créateurs de convivialité