



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

What we stand for*

Unser Verhaltenskodex

*Wofür wir stehen
**Genuss mit Verantwortung

Enjoy our Brands
responsibly**



Inhaltsverzeichnis

Erklärung der Geschäftsleitung	03
Wir sind „Créateurs de Convivialité“	04
Unser Verhaltenskodex	05
Unsere goldenen Regeln	06
So verhalten wir uns	07
<i>In unserem Business</i>	
Vermeidung von Bestechung und Korruption	08
Gewährung und Annahme von Geschenken und Bewirtungen	09
Verantwortungsvolle Zusammenarbeit mit Dritten	10
<i>In unserer Branche</i>	
Fairer Wettbewerb	11
Regeln des weltweiten Handels	12
Loyalität und Transparenz	13
Schutz der Vermögenswerte von Pernod Ricard	14
Convivialité, ohne zu mitteilungsbedürftig zu sein	15
Offene und aufrichtige Kommunikation	16
Rücksichtsvoller Umgang mit personenbezogenen Daten	17
<i>An unserem Arbeitsplatz</i>	
Freundlichkeit und Respekt	18
Wertschätzung von Diversität und Inklusion	19
Schaffung einer sicheren Arbeitsumgebung	20
<i>Bring Good Times from a Good Place</i>	21
Wie wir unseren Verhaltenskodex verwenden	22
Lass dich beraten	23
Melde dich über Speak Up	24
Werbe für unseren Verhaltenskodex	25
Du möchtest mehr erfahren?	26

*Genuss mit Verantwortung



Alexandre Ricard
VORSITZENDER UND CEO
VON PERNOD RICARD

Erklärung der Geschäftsleitung

Liebe Kolleg:innen und Geschäftspartner:innen,

Unser Ruf für Integrität und Professionalität ist der Grundstein auf dem Pernod Ricard aufgebaut wurde. Von einem kleinen Pastis-Hersteller in Südfrankreich vor fast 100 Jahren hat sich das Unternehmen zu einem globalen Hersteller hervorragender Spirituosen und Weine entwickelt, die heute in über 160 Märkten erhältlich sind.

Unser ausgeprägter Sinn für Ethik gehört neben gegenseitigem Vertrauen und unserem Unternehmergeist zu den Grundwerten unserer Gruppe. Es ist eines unserer wertvollsten Güter, das es jederzeit zu bewahren und zu schützen gilt.

Unser Ziel ist es, Marktführer in unserer Branche zu werden, aber nicht um jeden Preis. Wir glauben, dass es ohne Integrität keinen nachhaltigen Erfolg geben kann. Daher werden wir auch weiterhin unsere Null-Toleranz-Politik gegenüber jedem begründeten Verstoß gegen unsere ethischen Standards aufrechterhalten. Diese Haltung vertreten wir nicht aus rein moralischen Gründen, sondern weil unsere Verbraucher:innen, Mitarbeiter:innen, Geschäftspartner:innen und andere Interessengruppen dies von uns erwarten.

Indem du dich an diesen Verhaltenskodex hältst, trägst du zum langfristigen Erfolg unserer Gruppe bei.

Die neue Ausgabe dieses Verhaltenskodex legt unseren Standpunkt zu Fragen der Ethik und Compliance dar.

Lies ihn, beziehe dich darauf und bitte deine Rechtsabteilung und Kolleg:innen um Rat.

Dies ist ein lebendiges Dokument, das im Laufe der Zeit aktualisiert wird. Wie immer freue ich mich über dein Feedback.

Mit freundlichen Grüßen,

Alexandre Ricard



Enjoy our brands responsibly*

Wir sind „Créateurs de Convivialité“

Als „Créateurs de Convivialité“ (Geselligkeitsschaffende) ist es unser Ziel, jede soziale Interaktion in eine echte, freundliche und verantwortungsvolle Austausch Erfahrung zu verwandeln. Unsere Mission ist „Unlock the Magic of human connection by bringing Good Times from a good place“. Das heißt, dass wir gemeinsam verantwortungsvoll schöne und magische Momente kreieren.

Convivialité Manifest

Wir sind convivial, weil wir überzeugt davon sind, dass Menschen zusammenkommen müssen, um magische Momente zu schaffen. Convivialité verbindet uns auf der ganzen Welt, und wir alle sind stolze „Créateurs de Convivialité“. Wir unterstützen uns gegenseitig und haben einen vertrauensvollen und transparenten Umgang miteinander.

Wir sind verantwortungsbewusst. Das bedeutet, dass wir uns gegenseitig, unsere Gesellschaft und unseren Planeten respektieren und uns für eine conviviale Welt ohne Exzesse einsetzen. Gegenseitiges Vertrauen und das Gefühl für Ethik sind in unseren Werten tief verankert.

Wir sind erfolgreich und ein führender Player im Wein- und Spirituosensektor. Wir haben eine langfristige Perspektive, die auf Branchenführung, Innovation und nachhaltiges Wachstum abzielt. Die einzigartige dezentrale Unternehmensstruktur fördert neue Ideen und Kreativität in besonderer Weise.

*Genuss mit Verantwortung



Enjoy our brands responsibly**

Unser Verhaltenskodex

*What we stand for**

Unser Verhaltenskodex legt die Standards für ethisches und verantwortungsbewusstes Handeln fest. Sie müssen von allen unseren Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen eingehalten werden. Der Kodex hilft uns Tag für Tag, unsere Entscheidungen zu treffen.

Unsere Marken werden in mehr als 160 Märkten vertrieben, und wir halten uns mit einem umfassenden Regelwerk an die jeweiligen Regularien. Indem du die Grundsätze dieses Verhaltenskodex und unserer Richtlinien befolgst, hilfst du Pernod Ricard, diese Regeln einzuhalten, und trägst zu unserem nachhaltigen Erfolg bei.

Für unsere Mitarbeiter:innen können Verstöße gegen diesen Verhaltenskodex disziplinarische Maßnahmen bis hin zur Kündigung des Arbeitsverhältnisses nach sich ziehen.

Für unsere Geschäftspartner:innen werden wir jeden Verstoß gegen die Grundsätze und Bestimmungen dieses Verhaltenskodex bei der Entscheidung über die Fortführung unserer Vertragsbeziehung mit größter Ernsthaftigkeit verfolgen.



Du möchtest mehr erfahren?

Dieser Verhaltenskodex bezieht sich auf eine Reihe von internen Richtlinien und Verfahren bei Pernod Ricard. Möglicherweise gibt es in deiner Affiliate zusätzliche Richtlinien. Bitte beachte die Dokumentation auf Seite 26.



Fehlt etwas?

Wir haben unser Bestes getan, um diesen Verhaltenskodex so leserfreundlich und mit so wenig juristischen Formulierungen wie möglich zu verfassen. Das bedeutet jedoch, dass dieses Dokument nicht alle ethischen Bedenken oder jede einzelne heikle Situation beinhaltet mit der du konfrontiert werden könntest. Auf Seite 23 findest du Informationen, wo du dich beraten lassen kannst, auf Seite 24, wie du ein Problem meldest, und auf Seite 26 eine Liste mit ergänzenden Maßnahmen.

*Wofür wir stehen

**Genuss mit Verantwortung



Unsere goldenen Regeln

Wir erreichen unsere Ziele, indem Integrität ein zentraler Bestandteil unserer Werte und Verpflichtungen ist.

In unserem Business

- › **Wir bieten oder akzeptieren niemals** Bestechungsgelder jeglicher Art.
- › **Wir bieten oder akzeptieren niemals** unangemessene Geschenke oder Bewirtungen.
- › **Wir überprüfen unsere Geschäftspartner:innen** gründlich, damit wir vertrauensvoll zusammenarbeiten können.

In unserer Branche

- › **Wir werden unsere Führungsposition** durch fairen Wettbewerb erwerben.
- › **Wir befolgen** die geltenden Gesetze, einschließlich der weltweiten Export- und Importgesetze sowie Sanktionen.
- › **Wir handeln** im besten Interesse von Pernod Ricard.
- › **Wir nutzen** die uns von Pernod Ricard zur Verfügung gestellten Ressourcen verantwortungsvoll.
- › **Wir sind achtsam**, was wir sagen, schreiben und weitergeben.
- › **Wir versorgen** unsere Stakeholder mit klaren, präzisen Informationen.
- › **Wir verwenden** nur die Daten, die wir brauchen, um unser Geschäft auszubauen.

An unserem Arbeitsplatz

- › **Wir schaffen** für alle einen sicheren Arbeitsplatz.
- › **Wir sind davon überzeugt**, dass Vielfalt und Inklusion das Herzstück unserer Vision „Créateurs de Convivialité“ sind.
- › **Wir achten aufeinander und wollen** Arbeitsunfälle, Gefahren und Krankheiten minimieren.
- › **Wir wollen eine conviviale Welt kreieren**, eine Welt ohne Exzesse.
- › **Wir achten** auf die Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte.





Einführung

So verhalten wir uns

In unserem Business

In unserer Branche

An unserem Arbeitsplatz

Wie wir unseren Verhaltenskodex verwenden

So verhalten wir uns





In unserem Business

Vermeidung von Bestechung und Korruption

Dank unseren Mitarbeiter:innen, Produkten, Marken, unserer Kreativität, Strategie, unserem Geschäftsmodell und unserer Convivialité sind wir Marktführer. Wir bieten oder nehmen niemals aufwendige oder unangemessene Geschenke oder Einladungen an, die eine Geschäftsentscheidung beeinflussen könnten.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- › Biete, verspreche oder schenke Regierungsvertreter:innen oder anderen Personen niemals etwas von Wert, um bevorzugt behandelt zu werden.
- › Denk daran, dass alles, was einen Wert hat, als Bestechung angesehen werden kann. Dies kann zum Beispiel eine Gefälligkeit, das Versprechen eines Arbeitsplatzes oder einer wohlätigen Spende sein.
- › Melde jeden Korruptionsversuch.



F: Ein wichtiger Kunde will, dass sein Sohn ein Praktikum bei uns macht. Was soll ich tun?

A: Erkläre dem Kunden, dass unser Verhaltenskodex dir verbietet, sich in den Einstellungsprozess einzumischen, und dass du lediglich den Lebenslauf seines Sohnes an die Personalabteilung weitergeben kannst.

F: Ich benötige eine dringende Warenlieferung für Weihnachten. Die Zollabfertigung könnte zu lange dauern. Die Person beim Zoll sagt mir, dass er eine besondere Methode kennt, um das Verfahren gegen Barzahlung zu beschleunigen. Der Betrag ist lächerlich gering.

A: Barzahlungen zur Erledigung oder Beschleunigung von Verwaltungsformalitäten, sogenannte Beschleunigungszahlungen, sind nach diesem Verhaltenskodex streng verboten. Du solltest solche Anfragen immer ablehnen und deine Führungskraft informieren. Als einzige Ausnahme gilt, wenn die Verweigerung von Zahlungen dich einer unvermeidlichen körperlichen Bedrohung aussetzt.

„Wir gewähren oder akzeptieren niemals Bestechungsgelder.“



Was für uns gilt, gilt auch für Dritte, die in unserem Namen handeln

Pernod Ricard kann für die Handlungen Dritter haftbar gemacht werden. Wir dürfen nicht zulassen, dass Dritte in unserem Namen etwas Illegales tun.

*Genuss mit Verantwortung



In unserem Business

Geschenke & Einladungen machen oder annehmen

Die Beziehung zur Kundschaft mit angemessenen Geschenken oder Einladungen zu pflegen, ist in Ordnung. Allerdings sollten diese nicht zur Beeinflussung von Geschäftsentscheidungen beitragen, da dies als Bestechungsgeld angesehen werden kann.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- › Übergebe nur dann angemessene Geschenke und Einladungen, wenn es einen legitimen, geschäftlichen Grund gibt.
- › Bevor du ein Geschenk annimmst oder überreichst, frag dich immer: Wie würde das für die Öffentlichkeit aussehen?
- › Wenn es um Einladungen und Geschenke von Regierungsvertreter:innen geht, musst du dir vorher eine Vorabgenehmigung einholen.



F: Eine einflussreiche Person aus der Bar-Branche erwägt einen Exklusivvertrag mit der Konkurrenz abzuschließen. Ich will ihr und ihren Mitarbeiter:innen Gutscheine schenken, in der Hoffnung, dass sie sich dadurch für uns entscheidet.

A: Schlechte Idee. Bargeldgeschenke oder Bargeldäquivalente, wie Geschenkkarten, sind besonders problematisch. In deinem Land gelten möglicherweise zusätzliche Beschränkungen für die Überlassung von Wertgegenständen an den Einzelhandel. Frage gezielt die Rechtsabteilung oder das Ethik- und Compliance-Team um Rat.

F: Ein Lieferunternehmen, mit dem ich häufig zusammenarbeite, hat mich zu einem zweitägigen Event auf den Bahamas eingeladen, um uns die neuesten Innovationen vorzustellen. Darf ich hinfahren?

A: Von einem Unternehmen eingeladen zu werden, um Innovationen zu entdecken, ist im Prinzip in Ordnung. Benutze jedoch deinen gesunden Menschenverstand: Wenn dir die Reise unverhältnismäßig erscheint, solltest du absagen. Frage die Rechtsabteilung oder das Ethik- und Compliance-Team um Rat.

„Angemessene Geschenke und Bewirtungen sind ein normaler Bestandteil des Geschäftslebens. Wir akzeptieren oder bieten jedoch niemals Geschenke oder Einladungen an, um Menschen unangemessen zu beeinflussen.“



Gifted!

Melde Geschenke und Bewirtungen über die dafür entwickelte App Gifted! an. Hole vorab eine Genehmigung ein, bevor du etwas anbietest oder annimmst, verwende den entsprechenden Prozess in deiner Affiliate.

*In unserem Business*

Verantwortungsvolle Zusammenarbeit mit Dritten

Wir wollen mit Partnern zusammenarbeiten, die unsere Werte und ethischen Standards teilen. Die Überprüfung durch Partner Up oder dem dafür vorgesehenen Tool der Affiliate bedeutet, dass wir mit offenen Augen neue Beziehungen eingehen.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- Führe mit Partner Up (oder dem vorgesehenen Tool deiner Affiliate) eine Due Diligence-Prüfung von Drittanbietenden durch. So wird sichergestellt, dass potenzielle Partnerschaften vertrauenswürdig, seriös und verantwortungsbewusst sind.
- Gib diesen Verhaltenskodex weiter und stelle sicher, dass unsere Compliance-Standardklausel (verfügbar auf MyPortal) in den Vertrag aufgenommen wird.
- Achte auf verdächtige Zahlungen auf oder von ungewöhnlichen Konten oder Konten in Steuerparadiesen. Dies könnte auf Steuerhinterziehung oder Geldwäschepraktiken hindeuten.



F: Einer unserer Kund:innen hat gefragt, ob eine Zahlung mit einer Kombination aus Bargeld und Schecks über verschiedene Konten möglich ist. Ist das in Ordnung? Was soll ich tun?

A: Sei vorsichtig. Es könnte Teil einer Steuerhinterziehung oder eines Versuchs der Geldwäsche sein, bei dem mit illegalen Mitteln erworbene Gelder als legitim dargestellt werden. Frage am besten deine Führungskraft und in der Rechtsabteilung oder beim Ethik- und Compliance-Team um Rat.

F: Ich muss ein neues Produkt schnell launchen. Ich habe eine innovative Marketingagentur, die uns mit einer brillanten Kampagne helfen könnte, wenn ich heute unterschreibe. Kann ich das jetzt gleich machen?

A: Sei vorsichtig, bevor du überstürzt eine neue Geschäftsbeziehung eingehst. Du musst unser Partner Up-Verfahren oder ein von deiner Affiliate vorgesehenes Tool verwenden. Dies ist der beste Weg, um dein Projekt auf den Weg zu bringen und gleichzeitig Pernod Ricard zu schützen. Als Faustregel gilt: Mach nichts, was du nicht auch mit deinem eigenen Geld machen würdest.

F: Ein Consultant, mit dem ich zusammenarbeite, bat um die Überweisung auf ein Offshore-Konto. Kann ich diese Überweisung machen?

A: Offshore-Konten können genutzt werden, um Steuern zu vermeiden. Diese Anfrage sieht verdächtig aus. Du solltest dich vom Finance Director und/oder der Rechtsabteilung oder von dem Ethik und Compliance-Team beraten.

„Wir prüfen unsere Partnerschaften gründlich, damit wir vertrauensvoll zusammenarbeiten können.“

**Das Bewusstsein schärfen**

Durch unsere Standards für Lieferunternehmen und die Due Diligence-Prüfung wollen wir das Bewusstsein für die Bekämpfung von Bestechung, aber auch für Menschenrechte und Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit, Umweltauswirkungen, verantwortungsvollen Alkoholkonsum, Integrität, Steuerhinterziehung und faire Geschäftspraktiken stärken.

*Genuss mit Verantwortung



In unserer Branche

Fairer Wettbewerb

Wir setzen uns für einen fairen Wettbewerb ein. Wir dulden weder Absprachen noch den Austausch sensibler Geschäftsinformationen oder andere Praktiken, die den Wettbewerb behindern könnten. Wir besprechen keine sensiblen Geschäftsangelegenheiten mit Dritten und insbesondere nicht mit der Konkurrenz.

4 EINZUHALTENDE REGELN

- **Treffe niemals schriftliche oder mündliche Absprachen mit der Konkurrenz** (z. B. Preisfestsetzung, Ausschluss eines Wettbewerbers oder Aufteilung eines Markts).
- **Exklusive Vertriebsverträge und Vereinbarungen, die Gebietsbeschränkungen oder Wettbewerbsverbote enthalten, sind immer mit Vorsicht zu genießen.** Wende dich in einem solchen Fall an die zuständige Rechtsabteilung und das Ethik- und Compliance- Team.
- **Vergewissere dich, dass alle Wettbewerbs-Informationen aus öffentlich zugänglichen Quellen stammen oder auf andere Weise rechtmäßig erworben wurden.**
- **Wir können den endgültigen Wiederverkaufspreis unserer Produkte, die von unseren Kund:innen verwendet werden, nur empfehlen, aber niemals vorschreiben.**



F: Ich treffe mich mit meiner ehemaligen Chefin aus meinem früheren Job. Die entspannte Atmosphäre ist für sie eine Gelegenheit, mich über meine neue Position bei Pernod Ricard zu befragen. Die Fragen beziehen sich auf unsere Marktstrategien für die kommenden Monate.

A: Auch in privaten Gesprächen solltest du niemals sensible Geschäftsinformationen mit der Konkurrenz oder anderen Personen teilen.

F: Ich bin zum jährlichen Abendessen eines Berufsverbands eingeladen worden. An meinem Tisch sitzen einige Personen von der Konkurrenz. Nach einigen Minuten kommt einer der Gäste auf das Thema Preise zu sprechen.

A: Eine solche Situation könnte den Wettbewerb behindern und verstößt gegen das Kartellrecht. Solltest du jemals in ein solches Gespräch verwickelt sein, suche nach Möglichkeit sofort rechtlichen Rat auf. Ist das nicht möglich, teile den anderen Gästen mit, dass du dieses Gespräch für nicht gesetzeskonform hältst. Wird das Gespräch fortgesetzt, entschuldige dich und bitte in der Protokollierung (falls vorhanden), festzuhalten, dass du gegangen bist. Wende dich umgehend an das Ethik- und Compliance-Team.

„Wir erlangen unsere Führungsposition durch fairen Wettbewerb.“



Achte darauf, was du sagst und schreibst

Verweise nicht darauf, dass Pernod Ricard auf einem bestimmten Markt „marktbeherrschend“ ist. Der Grund? Dies stellt eine komplexe rechtliche und wirtschaftliche Analyse dar und hat rechtliche Konsequenzen.

*Genuss mit Verantwortung



In unserer Branche

Regeln des weltweiten Handels

Pernod Ricard ist ein globales Unternehmen und verpflichtet sich, die komplexen und sich ändernden globalen Export- und Importgesetze einzuhalten. Dazu gehören u. a. Handelssanktionen wie Embargos, Einfrieren von Vermögenswerten, Einschränkungen und Verbote. Die Einführung neuer Sanktionsregelungen könnte bestehende oder künftige Beziehungen und Projekte gefährden. Sei wachsam und lass dich beraten.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- Trenne sehr strikt zwischen allem, was eine US-amerikanische Komponente hat (Operationen, Drittparteien, Personen) und Havana Club. Wenn du bei der Arbeit an einem Projekt, an dem Havana Club beteiligt ist, eine mögliche direkte oder indirekte Verbindung zu den USA feststellst, wende dich immer an die Rechtsabteilung oder das Ethik- und Compliance-Team.
- Sanktionsregelungen sind komplex und entwickeln sich ständig weiter. Wende dich an die Rechtsabteilung oder das Ethik- und Compliance-Team, bevor du mit sanktionierten oder mit Embargo belegten Ländern und Parteien in Kontakt trittst.
- Überprüfe Geschäftspartnerschaften mit Partner Up oder dem vorgesehenen Tool der Affiliate. So vermeidest du einen Verstoß gegen Sanktionen oder Handelsbeschränkungen.



F: Ein neues US-amerikanisches Technologieunternehmen könnte uns helfen, Marketingziele effizienter zu erreichen. Die Gruppe plant den Erwerb einer weltweiten Lizenz und will sie für alle Marken einführen. Eine gute Nachricht?

A: Ja, aber da dieses Unternehmen aus den USA stammt, können einige unserer Marken diese technische Lösung nicht nutzen. Du solltest mit der Rechtsabteilung und dem Ethik- und Compliance-Team prüfen, ob dies die beste Lösung für die Gruppe ist. Achtung bei IT-Tools: Wenn eine Komponente aus den USA stammt, kann sie in Kuba nicht verwendet werden!

F: Wir möchten Havana-Rum in Europa bekannter machen. Unsere Marketingagentur schlägt vor, ihn bei einem bevorstehenden Musikfestival zu bewerben, das ebenfalls von einer renommierten US-Softdrinkmarke gesponsert wird. Können wir das machen?

A: Ja, aber Sie müssen sicherstellen, dass während des Festivals kein Co-Branding oder gemeinsame Aktivitäten zwischen den beiden Marken stattfinden. Da es US-amerikanischen Unternehmen generell untersagt ist, mit Waren kubanischen Ursprungs zu handeln, dürfen Sie keine Geschäftsbeziehung mit dieser Erfrischungsgetränkemarke eingehen.



Don't judge a bottle by its label

The Absolut Company (TAC) gehört zu einer in den USA ansässigen Tochtergesellschaft von Pernod Ricard. Daher können einige unserer Marken, wie z. B. Havana Club, aufgrund der globalen Handelsgesetze nicht direkt mit TAC zusammenarbeiten.



In unserer Branche

Loyalität und Transparenz

Wir müssen Situationen vermeiden, in denen persönliche Interessen und Beziehungen mit denen von Pernod Ricard in Konflikt geraten. Schon der bloße Anschein eines Interessenkonflikts kann, wenn nicht offengelegt, den Ruf von Pernod Ricard und auch deinen eigenen schädigen.

2 EINZUHALTENDE REGELN

- › Legen Sie jeden potenziellen Interessenkonflikt so schnell wie möglich über unser spezielles Tool „Clear Up“ offen. Die Situation kann sich aus Ihrer Beziehung zu einem Familienmitglied, einer nahestehenden Person oder einem bestimmten Unternehmen ergeben. Informiere deine Führungskraft und lasse dich beraten, bevor du dich auf eine Tätigkeit einlässt, die einen potenziellen Interessenkonflikt darstellt oder den Anschein eines solchen erweckt.
- › Sei achtsam, bevor du eine berufliche Tätigkeit außerhalb deiner Beschäftigung bei Pernod Ricard aufnimmst.



F: Ich wurde kürzlich von Pernod Ricard eingestellt und meine Freundin arbeitet bei unserer Hauptkonkurrenz. Entsteht durch diese Situation ein Interessenkonflikt?

A: Nicht unbedingt, aber Sie sollten die Situation bei Clear Up offenlegen.

F: Mein Cousin hat eine Agentur für digitales Marketing gegründet. Ich bin objektiv davon überzeugt, dass deren innovativer Ansatz uns bei der nächsten Kommunikationskampagne helfen könnte. Kann ich diese Agentur meinem Team vorschlagen?

A: Ja. Unabhängig von der Seriosität und dem Ruf dieser Agentur erweckt die Situation jedoch den Anschein eines Interessenkonflikts. Sie müssen Ihren Vorgesetzten informieren und sich aus dem Auswahlverfahren zurückziehen. Sie müssen die Situation auf Clear Up offenlegen und die empfohlene Maßnahme zur Risikominderung umsetzen.

F: Ich trinke keinen Alkohol und bin von einer Anti-Alkohol Organisation kontaktiert worden, die sich für ein vollständiges Spirituosen-Verbot einsetzt. Kann ich mich ihnen anschließen?

A: Wir respektieren die Entscheidung jeder Person, ob sie trinkt oder nicht. Dennoch wäre es problematisch, wenn du in einer Organisation bist, die proaktiv Interessen fördert, die in direktem Konflikt mit dem Geschäft von Pernod Ricard stehen. Sprechen Sie mit Ihrem Ethik- und Compliance- oder HR-Team.

„Von uns allen wird erwartet, dass wir im besten Interesse von Pernod Ricard handeln.“



SIND SIE UNSICHER, OB EINE SITUATION EINEN INTERESSENKONFLIKT DARSTELLT? FRAGEN SIE SICH SELBST:



Würden ein Verwandter oder ich durch meine Beteiligung an dieser Situation Nutzen ziehen oder könnte der Eindruck entstehen, dass wir profitieren?



Könnten meine persönlichen Interessen oder die meiner Verwandten meine geschäftlichen Entscheidungen beeinflussen?



Würde ich ohne diese persönlichen Überlegungen anders handeln?



Könnte meine Teilnahme an dieser Aktivität die Ausübung meiner Tätigkeit beeinträchtigen oder den Anschein erwecken, dass sie beeinträchtigt wird?



Könnten meine Entscheidungen in Frage gestellt oder als nicht im Interesse von Pernod Ricard angesehen werden?



Fühlt es sich falsch an? Wäre es mir peinlich, wenn die Situation ans Licht käme?

Wenn Sie eine dieser Fragen mit „Ja“ beantwortet haben, sollten Sie dies bei Clear Up melden. Immer noch unsicher? Wenden Sie sich bei Fragen an Ihr Ethik- und Compliance-Team.



Freundschaften entwickeln

Sei vorsichtig, denn eine Geschäftsbeziehung, die sich zu einer persönlichen Beziehung entwickelt hat, kann eine Quelle von Konflikten sein oder den Anschein eines Konflikts erwecken.

*Genuss mit Verantwortung



In unserer Branche

Schutz der Vermögenswerte von Pernod Ricard

Unsere Vermögenswerte sind wertvoll, ganz gleich, ob sie materiell (Laptops, Handys) oder immateriell (personenbezogene Daten, Finanzinformationen, technische Informationen oder geistiges Eigentum) sind. Wir müssen sie schützen.

4 EINZUHALTENDE REGELN

- › Verwende die Vermögenswerte und Ressourcen von Pernod Ricard mit Sorgfalt und nur für legitime Geschäftszwecke.
- › Daten und Informationen müssen im Einklang mit der Datenethik eingesetzt werden.
- › Wende dich an den Group IP Hub, wenn du an einem neuen Produkt, einer Marke oder einer Kampagne arbeitest.
- › Schütze deinen Zugang zu den Vermögenswerten von Pernod Ricard – dazu gehören Passwörter und elektronische Geräte.



F: Ein Kunde hat einen USB-Stick in meinem Büro liegen lassen, auf dem ich vielleicht nützliche Informationen finden kann.

A: Die Auswertung oder Benutzung des USB-Sticks ist absolut verboten. Außerdem ist es niemals sicher, einen USB-Stick zu verwenden, der nicht von Ihrem IT-Team bereitgestellt wurde.

F: Wir haben einen ausgefallenen Namen für eine neue Marke im Kopf. Wie können wir sie schützen?

A: Unsere Marken sind unser wertvollstes Kapital. Ihre Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit sind der beste Weg sie zu schützen. Kontaktiere den Group IP Hub, um alle relevanten IP-Rechte zu sichern.

„Wir nutzen die von Pernod Ricard zur Verfügung gestellten Ressourcen verantwortungsvoll.“



Wie behandeln Sie Ihre Vermögenswerte?

Ob Laptop, Mobiltelefon, Internetzugang, Geschäftsdaten, Marken oder ein Gebäude: Wir erwarten, dass du unsere Vermögenswerte und die unserer Geschäfts-Partnerschaften so behandelst, wie deine eigenen.



In unserer Branche

Convivialité, ohne zu mitteilungsbedürftig zu sein

Wir sind stolz darauf Teil von Pernod Ricard zu sein und feiern unsere Erfolge. Trotzdem sind wir verpflichtet vertrauliche und sensible Informationen für uns zu behalten. Bestimmte Themen können im beruflichen Kontext zu Meinungsverschiedenheiten führen. Daher sollten wir immer zwischen beruflichen und privaten Statements unterscheiden.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- Behalte alle vertraulichen oder geschützten Informationen für dich.
- Geben Sie keine Erklärungen zu sensiblen Themen ab, außer die Genehmigung wurde ausdrücklich erteilt, wie im Entscheidungsbaum angegeben:
 - religiöse Überzeugungen
 - moralische Fragen bezüglich Leben und Tod
 - bewaffneter Konflikt, Rebellion/Aufstand, Terroranschläge
 - Parteipolitik/Wahlen
 - Ethnie/ethnische Zugehörigkeit und geschlechtsspezifische Fragen, die nicht durch die D&I-Richtlinie von Pernod Ricard abgedeckt sind
 - Naturkatastrophen, bei denen die Positionierung des Unternehmens sorgfältig abgewogen werden muss.
 Weitere Informationen finden Sie in der Richtlinie für Unternehmenserklärungen.
- Poste auf Social Media verantwortungsvoll über Alkohol.



F: Ich habe zufällig Zugang zu nicht-öffentlichen Informationen über die bevorstehende Übernahme eines Start-Ups durch Pernod Ricard. Ich weiß, dass ich auf der Grundlage dieser Informationen keine Aktien kaufen kann. Könnte ich jemandem eine Empfehlung zum Kauf von Pernod Ricard-Aktien geben, selbst wenn ich diese Transaktion nicht erwähne?

A: Ein klares „Nein“. Die Abgabe von „Tipps“ zu Handelszwecken ist ein Verstoß gegen das Vertrauen, das wir mit unseren Anlegenden und der Marktaufsichtsbehörde aufgebaut haben. Die Nutzung von Insiderinformationen für den Handel mit Wertpapieren von Pernod Ricard wird als Insiderhandel bezeichnet und streng geahndet.

F: Ein bestimmtes gesellschaftliches Thema, das das Land, in dem ich lebe, spaltet, liegt mir sehr am Herzen. Ich möchte zu meiner persönlichen Position auf Social Media Stellung beziehen. Ist das in Ordnung? Kann ich selbst entscheiden?

A: Natürlich ist es in Ordnung, seine Meinung auf seinen persönlichen Social Media Accounts zu äußern. In beruflichen Netzwerken, wie zum Beispiel LinkedIn, bitten wir dich davon abzusehen sensible Themen, die auf Pernod Ricard als

So entscheiden Sie, ob eine PR-Einheit/ein Sprecher sich zu einem gesellschaftlichen Thema äußern oder dazu Stellung nehmen sollte: Entscheidungsbaum



Unternehmen zurückführen könnten, zu posten. Viele dieser Fragen erfordern eine Ermessensentscheidung, und da sie sensibel sind, muss die Genehmigung auf der Ebene des Exekutivkomitees eingeholt werden.

In meinem Land findet gerade eine große politische Kontroverse statt.

F: Ich denke, es wäre für Jameson von Vorteil, dazu Stellung zu beziehen. Sollte ich mit dem Marketing zusammenarbeiten, um entsprechende Materialien zu entwerfen?

A: Auf keinen Fall. Dies ist in der Regel kontraproduktiv. Unsere Marken sollten nicht für spaltende und polarisierende Themen verwendet werden, die beispielsweise mit Religion, Krieg oder Parteipolitik zu tun haben.

F: Sollen wir eine Debatte im Büro starten?

A: Mitarbeiter müssen es unterlassen, offizielle Debatten über sensible Themen in einem beruflichen Kontext zu initiieren, es sei denn, die Diskussion ist für die Ausübung unserer Geschäftstätigkeit erforderlich (wie vom CODI der jeweiligen Tochtergesellschaft festgelegt).



In unserer Branche

Offene und aufrichtige Kommunikation

Wir sind bestrebt, klare und einheitliche Botschaften an Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Investor:innen, Behörden und andere Interessengruppen sowie an die Öffentlichkeit zu senden. Eine offene und ehrliche Kommunikation schafft Vertrauen in unseren Beziehungen und stärkt unseren Ruf.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- › Dokumentiere alle Transaktionen und reiche alle erforderlichen Unterlagen oder Berichte rechtzeitig ein.
- › Sorge dafür, dass die bereitgestellten Informationen umfassend, genau und leicht verständlich sind.
- › Stelle sicher, dass jede Beschreibung unserer Produkte und Dienstleistungen sowie jede Aussage über sie wahrheitsgemäß ist.



F: Meine monatlichen Verkaufszahlen sind enttäuschend. Wäre es falsch, meine Ergebnisse ein wenig aufzuhübschen, da ich sicher bin, dass ich das im nächsten Monat wieder aufholen kann?

A: Ja, das wäre falsch. Die Manipulation von Verkaufszahlen könnte bei den Anlegenden einen falschen Eindruck von der Leistung des Unternehmens erwecken, Sanktionen auslösen und den Ruf schädigen.

F: Einer meiner Kunden hat mich gebeten, falsche Rechnungen auszustellen, um bestimmte Steuern zu vermeiden. Er hat eine wirtschaftlich schwierige Zeit hinter sich. Das könnte helfen, ohne dass es größere Folgen für uns hätte.

A: Es ist verboten, gegenüber einer Steuerbehörde eine falsche Erklärung abzugeben oder eine falsche Rechnung auszustellen. Pernod Ricard fördert keine Form der Steuerhinterziehung und lehnt es ab, sich an betrügerischen Aktivitäten oder künstlichen Steuervereinbarungen zu beteiligen.

F: Eines meiner Lieferunternehmen weist darauf hin, dass es die Materialkosten senken kann, wenn wir die Waren unter einem anderen Klassifizierungscode einführen, da dieser einen niedrigeren Zollsatz hat. Sie sagen, dass sie daraufhin die Beschreibung ändern könnten, um jegliche Fragen des Zolls zu vermeiden.

A: Die wissentliche Verwendung eines falschen Codes stellt eine betrügerische Erklärung dar und kann in bestimmten Rechtsordnungen zusätzliche Strafen und sogar strafrechtliche Verurteilungen nach sich ziehen. Lasse dich vom Steuer oder Rechtsteam beraten, bevor du eine Anweisung zur Zollabfertigung gibst.



Die Wahrheit sagen

Schon eine einzige betrügerische oder unehrliche Handlung kann eine Beziehung ernsthaft schädigen. Sei dir immer deiner Verantwortung bewusst und handel stets in gutem Glauben gegenüber unseren Interessengruppen.



In unserer Branche

Rücksichtsvoller Umgang mit personenbezogenen Daten

Personenbezogene Daten sind der Schlüssel für viele unserer hochmodernen digitalen Tools. Wir sind verpflichtet, mit diesen persönlichen Daten vertraulich umzugehen und sie entsprechend den gültigen Datenschutzgesetzen zu behandeln.

„Wir nutzen Daten, um unser Geschäft auszubauen, aber wir nutzen nur, was wir brauchen.“

3 EINZUHALTENDE REGELN

- Frage dich immer, ob die erhobenen personenbezogenen Daten für den angestrebten Zweck erforderlich sind und ob du sie für einen rechtmäßigen Geschäftszweck verwendest.
- Sei transparent bei der Verwendung personenbezogener Daten und hol dir gegebenenfalls die Zustimmung ein.
- Überprüfe interne Prozesse und Verfahren, bevor du die personenbezogenen Daten unserer Mitarbeiter:innen, Kund:innen oder Lieferanten an Dritte weitergibst.



F: Ich entwickle mit Hilfe einer externen Agentur eine neue Markenwebsite. Die Agentur bietet an, alle relevanten Cookies auf der Website für mich zu identifizieren und zu installieren. Ich brauche nichts zu überprüfen. Ist das nicht perfekt?

A: Auch hier gilt: Pernod Ricard ist verantwortlich für den Inhalt der Website und auch für die Cookies. Daher müssen wir genau wissen, welche personenbezogenen Daten gespeichert werden. Im Zweifelsfall wende dich dafür an die Rechtsabteilung oder den lokalen Privacy Champion.

F: Ich bin dabei, ein neues Teammitglied einzustellen. Eine Person hat mich überzeugt, aber ich habe gehört, dass sie gesundheitliche Probleme hat. Kann ich das in den Bericht für meine Führungskraft schreiben?

A: Bestimmte personenbezogene Daten sind sehr sensibel und unterliegen verschiedenen rechtlichen Einschränkungen. Das ist zum Beispiel der Fall bei Gesundheitsdaten. Du solltest davon absehen, solche sensiblen Daten zu sammeln, es sei denn, sie sind Teil eines genau definierten Prozesses, der von der Rechtsabteilung des Unternehmens geprüft wurde.

F: Ich habe einen Antrag auf Datenzugang von einem Verbraucher erhalten. Ich bin nicht im Customer Service tätig. Kann ich es einfach ignorieren?

A: Die Rechtsabteilung und/oder der Data Privacy Expert muss unverzüglich über diesen Antrag informiert werden. Sie sorgen dafür, dass er ordnungsgemäß bearbeitet wird.



Nothing is too small for action!

Bei Zweifeln in Bezug auf personenbezogene Daten wende dich bitte an den Data Privacy Expert oder an die Data Privacy Champions der Gruppe.

*Genuss mit Verantwortung



An unserem Arbeitsplatz

Freundlichkeit und Respekt

Bei Pernod Ricard achten wir darauf, dass alle mit Respekt behandelt werden. Das ist der Kern von Convivialité. Dementsprechend dulden wir kein beleidigendes Verhalten, wie etwa Belästigung an unserem Arbeitsplatz. Wir behandeln Verhaltensweisen, wie Mobbing, mit äußerster Strenge.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- › Behandle unsere Kolleg:innen und Geschäftspartner:innen höflich und respektvoll.
- › Melde jedes unangemessene Verhalten. Nur so können wir gegen Mobbing und Belästigung vorgehen.
- › Ein Verhalten, das bei einem Geschäftstreffen inakzeptabel ist, ist es auch bei einer gesellschaftlichen Veranstaltung.



F: Wir erleben gerade eine stressige Phase. Meine Führungskraft ruft immer wieder spät nachts oder am Wochenende an. Sie hat es besonders auf ein Team Member abgesehen, das vor dem Team immer wieder kritisiert wird. Es sieht aus, als würde er/sie bald einen Nervenzusammenbruch erleiden. Wie kann ich helfen?

A: Auch in stressigen Phasen dulden wir weder Mobbing noch Belästigung. Wenn du in gutem Glauben der Meinung bist, dass eine Grenze überschritten wurde, versuche mit deiner Führungskraft oder direkt mit der Personalabteilung zu sprechen, oder nutze Speak Up, um den Vorfall zu melden.

F: Bei einer Arbeitsveranstaltung hat sich eine Person aus dem Team mir gegenüber unangemessen verhalten. Als ich sie zur Rede stellte, sagt sie es sei nur ein Scherz gewesen und ich „solle mich nicht so aufregen“. Was sollte ich dagegen tun?

A: Sexuelle Belästigung oder jede andere Form von Belästigung ist inakzeptabel, sei es am Arbeitsplatz oder privat. Socialising bedeutet nicht, dass unsere ethischen Standards nicht gelten. Du solltest die Situation sofort deiner Führungskraft oder der Personalabteilung oder über Speak Up melden.



„Wir schaffen einen sicheren Arbeitsplatz für alle.“



„Convivialité“ bei der Arbeit

Wir schaffen ein Umfeld, in dem sich alle wohl und sicher fühlen., neue Ideen einzubringen und Dinge auszuprobieren. Wir schätzen einfache und direkte Beziehungen, die Vertrauen, Unterstützung und Zusammenarbeit schaffen.



An unserem Arbeitsplatz

Wertschätzung von Diversität und Inklusion

Wir fördern Offenheit, Zusammenarbeit und transparente Kommunikation. Auf diese Weise können wir uns alle willkommen fühlen und bei Pernod Ricard wirklich wir selbst sein.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- › Unterstütze das Engagement von Pernod Ricard für Diversität und Inklusion und fördere dieses Engagement in den Beziehungen zu Lieferunternehmen, Kund:innen und anderen Geschäftspartnerschaften.
- › Förder Fairness und Chancengleichheit bei Beschäftigung und Beförderung, auf der Grundlage von Qualifikationen und Fähigkeiten.
- › Melde dich zu Wort, wenn du Zeuge von Handlungen und Verhaltensweisen werden, die mit unseren Werten unvereinbar sind.



F: Einer meiner Kunden weigert sich, mit meiner Kollegin zu sprechen. Er ignoriert sie und lehnt alles ab, was sie sagt. Ich bin in gutem Glauben überzeugt, dass dies mit der ethnischen Herkunft der Kollegin zu tun hat. Welche Maßnahmen kann ich ergreifen?

A: Wir arbeiten nur mit Menschen zusammen, die unsere Werte und Grundsätze teilen. Wenn einer deiner Kunden scheinbar rassistisches Verhalten an den Tag legt, solltest du dies deiner Führungskraft, der Personalabteilung oder dem Team für Ethik und Compliance melden.

F: Einer meiner Kollegen ist gerne provokant und erzählt manchmal „Witze mit sexuellen Anspielungen. Die Leute scheinen zu denken, dass er lustig ist, aber ich persönlich finde das beleidigend. Was soll ich tun?

A: Wir können einen Scherz vertragen, aber am Arbeitsplatz ist ein beleidigender Scherz niemals lustig. Teile deinem Kollegen mit, dass du dich durch seine Äußerungen beleidigt fühlst. Wenn er nicht aufhört, informiere deine Führungskraft und die Personalabteilung über die Situation, oder melde dich über Speak Up.

„Wir sind davon überzeugt, dass Diversität und Inklusion das Herzstück unserer Vision „Créateurs de Convivialité“ sind.“



Leben ohne Stigma

Indem wir die Vielfalt der Gesellschaft und der Kund:innen widerspiegeln, können wir die faszinierende Kraft menschlicher Beziehungen besser verwirklichen, in denen die Menschen offen sind und zulassen, dass Unterschiede uns verbinden und nicht trennen.



An unserem Arbeitsplatz

Schaffung einer sicheren Arbeitsumgebung

Die globale Health & Safety Policy von Pernod Ricard ist Teil unserer Vision. Als Unternehmen wollen wir eine Kultur entwickeln, in der jede:r Mitarbeiter:in Verantwortung übernimmt - für sich selbst und auch für die Kolleg:innen.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- › Ergreife alle Vorsichtsmaßnahmen, um eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung aufrechtzuerhalten.
- › Stelle sicher, dass wir uns selbst oder andere durch unser Handeln nicht in Gefahr bringen.
- › Melde Beinaheunfälle und ungesunde oder unsichere Bedingungen oder Verhaltensweisen.



F: Ich habe ein Sicherheitsbedenken. Ich befürchte, dass die Erwähnung dieses Themas die Produktion verlangsamen wird. Ich möchte unser Geschäft nicht gefährden. Was soll ich tun?

A: Gesundheit und Sicherheit stehen immer an erster Stelle. Du solltest Gesundheits- und Sicherheitsprobleme sofort melden, auch wenn dies eine Verlangsamung der Produktion, das Versäumen eines Termins oder den Verlust einer Geschäftsmöglichkeit bedeutet.

F: Ich mache mir Sorgen um jemanden aus dem Team, der im Moment sehr gestresst zu sein scheint. Die Person hat in letzter Zeit ein paar Termine verpasst und scheint nicht sie selbst zu sein. Wie kann ich sicherstellen, dass es ihr gut geht?

A: Wir sorgen uns um unsere Kolleg:innen und deren körperliches und geistiges Wohlbefinden. Situationen wie diese müssen mit viel Fingerspitzengefühl angegangen werden. Bevor du Maßnahmen ergreifst, wende dich an deine Führungskraft und die HR Abteilung.



„Wir bemühen uns, Arbeitsunfälle, Gefahren und Krankheiten zu vermeiden.“



Wir sorgen füreinander

Unsere globale Health & Safety Policy konzentriert sich auf die Entwicklung einer Kultur, in der Sicherheit im Mittelpunkt von Convivialité steht. Die gegenseitige Fürsorge macht Pernod Ricard zu einem sichereren Arbeitsplatz.



An unserem Arbeitsplatz

Bring Good Times from a Good Place*

Als „Créateurs de Convivialité“ glauben wir fest an einen gemeinsamen Austausch. Unser Ziel ist es, für „Good Times from a Good Place“ zu sorgen. Hierzu gehören, dass wir die Erde schützen, die Menschen wertschätzen, zur Erhaltung der natürlichen Ressourcen beitragen, den Alkoholmissbrauch bekämpfen und gemeinsame Werte für alle unsere Interessengruppen schaffen. Unsere Roadmap ist in all unseren Aktivitäten integriert, von der Ernte bis ins Glas.

3 EINZUHALTENDE REGELN

- Promote stets unsere Roadmap 2030 für Nachhaltigkeit und Verantwortung (S&R).
- Unsere Produkte kommen aus der Natur und es ist unsere Pflicht, zum Schutz und zur Regenerierung der natürlichen Ressourcen beizutragen.
- Zeige Wärme, Fürsorge und Respekt für alle Menschen zu jeder Zeit und handele in allen geselligen Momenten stets verantwortungsbewusst.



Melde dich zu Wort!

Die „Whistleblowing Policy“ (Hinweisgeberrichtlinie) von Pernod Ricard sieht auch die Möglichkeit vor, in gutem Glauben jeden potenziellen Verstoß gegen Umweltpraktiken zu melden.



*Schöne Zeiten von einem schönen Ort



„Wir wollen eine conviviale Welt ohne Exzesse schaffen.“



F: Ich bin auf der Weihnachtsfeier des Unternehmens und einige Personen haben in 10 Minuten bereits 2 volle Gläser getrunken. Soll ich etwas unternehmen?

A: Ja! Erwinnere sie daran, dass wir die besten Marken der Branche verkaufen, dass sie wegen ihres Geschmacks und ihrer Qualität (am besten langsam) genossen werden. Ermuntere sie, ihre Getränke langsamer zu genießen und Wasser oder andere (Hinweisgeberrichtlinie) von Pernod Ricard hat auch die Möglichkeit, in gutem Glauben jeden potenziellen Verstoß gegen Umweltpraktiken zu melden. Verantwortungsvolle alkoholfreie Getränke zu trinken. Sorge vor allem dafür, dass sie nicht mit dem Auto nach Hause fahren!

F: Ich habe eine Meeresverschmutzung in der Nähe der Produktionsstätte bemerkt, aber meine Führungskraft will nicht darauf reagieren. Was soll ich tun?

A: Du solltest es der Gruppe melden, da die S&R-Roadmap eine wichtige Priorität ist und wir jeden Verstoß gegen das Umweltrecht verhindern müssen. Bitte nutze unser Speak Up-Tool, um in gutem Glauben jeden möglichen Verstoß gegen Umweltpraktiken zu melden.



Unser S&R-Report

Pernod Ricard veröffentlicht jedes Jahr seinen S&R-Report (Ziele, Maßnahmen, KPI) und den Beitrag zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDG) in dem für die Hauptverhandlung der Pernod Ricard S.A. zu erstellenden Dokument für Aktionär:innen.



Einführung

So verhalten wir uns

In unserem Business

In unserer Branche

An unserem Arbeitsplatz

Wie wir unseren Verhaltenskodex verwenden

Wie wir unseren *Verhaltenskodex* verwenden



Lass dich beraten

Wir ermutigen alle, sich zu den in unserem Verhaltenskodex behandelten Themen zu äußern und sich beraten zu lassen. Du solltest dich wohl fühlen, wenn du eine Frage stellst oder in gutem Glauben ein Anliegen meldest. Sei dir sicher, dass deine Meldung ernst genommen und so schnell und vertraulich wie möglich bearbeitet wird.

Nutze dein Urteilsvermögen, frage dich selbst:

Steht meine Entscheidung im Einklang mit dem Gesetz, diesem Verhaltenskodex und/oder anderen Richtlinien von Pernod Ricard?

Steht meine Entscheidung im Einklang mit unserer Vision und unseren Werten?

Bin ich bereit, für diese Entscheidung zur Rechenschaft gezogen zu werden?

Wird meine Entscheidung einen positiven Einfluss auf Pernod Ricard haben?

Würde ich mich wohl fühlen, wenn meine Entscheidung sowohl meinen Mitarbeiter:innen als auch Interessensgruppen außerhalb von Pernod Ricard mitgeteilt würde?

Wenn die Antwort auf einer dieser Fragen „Nein“ lautet oder wenn du Zweifel hast, lass dich bitte beraten.

Mit wem kann ich sprechen?

- › Mit meinem Manager,
- › Der Rechtsabteilung oder dem Ethik- und Compliance-Team,
- › Mit der Personalabteilung.



Zusammenarbeit mit dem Team für Ethik und Compliance bei Pernod Ricard

Das Ethik- und Compliance-Team ist für alle bei Pernod Ricard. Wenn du dich in einer Grauzone befindest, in der sich etwas nicht richtig anfühlt und du die Antwort nicht in dem Verhaltenskodex oder anderen Richtlinien gefunden hast, wende dich an dieses Team.



Melde dich zu Wort!

Pernod Ricard stellt seinen Mitarbeiter:innen Speak Up zur Verfügung. Dabei handelt es sich um einen rund um die Uhr besetzten, sicheren Meldekanal für Ethik und Compliance. Alle Mitarbeitenden können hier in gutem Glauben Verstöße gegen diesen Verhaltenskodex sowie illegales Verhalten melden.



Melde dich über SpeakUp

Alle, die mit uns zusammenarbeiten, seien es Angestellte, externe oder vorübergehende Mitarbeitende (wie Praktikant:innen, Dienstleistende usw.), unsere Kund:innen, Zuliefernde oder Vermittelnde - sie alle können Speak Up nutzen, um ihr Anliegen zu melden.

- Speak Up steht dir offen, wenn die Meldung in gutem Glauben erfolgt und so genau wie möglich ist, um eine wirksame und operative Überprüfung der erhobenen Vorwürfe zu ermöglichen.
- Speak Up kann eine Vielzahl von Dateitypen entgegennehmen (z. B. Text-, Foto- oder Audiodateien).
- Speak Up ist rund um die Uhr in praktisch allen Sprachen verfügbar. Alle Meldungen sind sicher und werden streng vertraulich behandelt.
- Diejenigen, die in böser Absicht eine Meldung machen, können von der Gruppe strafrechtlich verfolgt und disziplinarisch geahndet werden.



<https://speakup.pernod-ricard.com>

oder

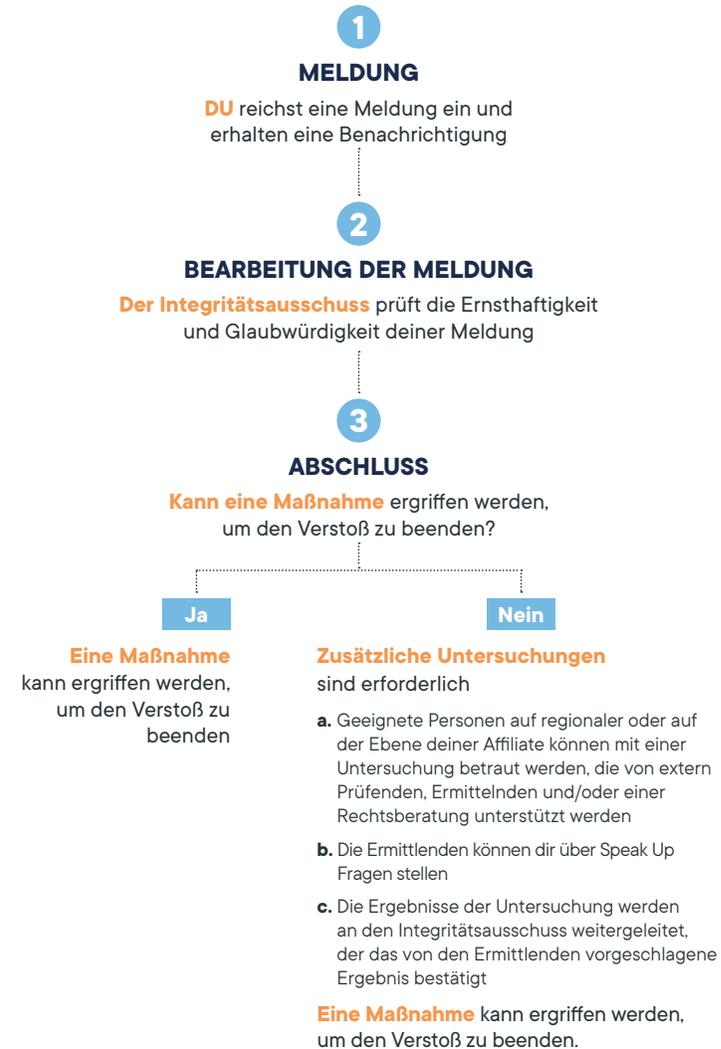


Speak Up telefonisch über eine lokale Telefonnummer

Vertraue Pernod Ricard

Pernod Ricard verfolgt eine Null-Toleranz-Politik gegenüber Vergeltungsmaßnahmen gegen Personen, die in gutem Glauben eine Anschuldigung gemeldet oder eine Untersuchung unterstützt haben. Jegliche Form von Vergeltung wird sehr ernst genommen und kann nach Maßgabe der örtlichen Gesetzgebung disziplinarische und strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

Was geschieht mit deiner Meldung?



•• ANTWORT AN DEN HINWEISGEBENDEN ••



Promote unseren Verhaltenskodex

Als Mitarbeiter:in von Pernod Ricard

› Informiere dich

- › Lies dir den Verhaltenskodex und alle anderen Unternehmensrichtlinien, die sich auf deine Aufgaben beziehen, sorgfältig durch.
- › Verstehe, wie du diesen Verhaltenskodex und andere Unternehmensrichtlinien bei deiner Arbeit anwenden kannst.
- › Stelle Fragen.

› Übernehme Verantwortung

- › Verstehe deine Verantwortung und bilde dich weiter.
- › Melde dich zu Wort und äußere deine Bedenken

› Befolge unseren Verhaltenskodex

- › Verstöße gegen das Gesetz, diesen Verhaltenskodex oder andere Unternehmensrichtlinien können disziplinarische Maßnahmen bis hin zur Kündigung des Arbeitsverhältnisses nach sich ziehen.

Als Führungskraft von Pernod Ricard

› Gehe mit gutem Beispiel voran

- › Inspiriere dein Team, diesem Verhaltenskodex zu folgen.
- › Fördere und festige eine Integritäts-Kultur.

› Gib den Ton an

- › Diskutiere offen über die Bedeutung von Geschäftsethik und Integrität.
- › Höre zu, ohne zu urteilen, wenn ein Team Member eine Frage stellt oder Bedenken hinsichtlich eines möglichen Fehlverhaltens äußert.

› Melde Probleme

- › Melde jedes Fehlverhalten, von dem du weißt.





Du möchtest mehr erfahren?



Available on MyPortal

So verhalten wir uns in unserem Business

- › Richtlinie zur Korruptionsbekämpfung / *Anti-bribery Policy*
- › Leitlinien für Lobbyarbeit / *Lobbying guidelines*
- › Globales Due Diligence-Verfahren / *Global Due Diligence Procedure*
- › Vorlagen für Compliance-Klauseln / *Compliance clause templates*
- › Supplier Standards / *Supplier Standards*

So verhalten wir uns in unserer Branche

- › Kodex für kommerzielle Kommunikation / *Code for Commercial Communications*
- › Globale Richtlinie für verantwortungsvolles Trinken / *Global Responsible Drinking Policy*
- › Richtlinie zum Kartellrecht / *Competition Law Policy*
- › Richtlinie zur Bekämpfung von Geldwäsche / *Anti-Money Laundering Policy*
- › Richtlinie zu Interessenkonflikten / *Conflict of Interest Policy*
- › Richtlinie zu Steuern / *Tax Policy*
- › Verhaltensregeln zur Verhinderung von Insider-Fehlverhalten / *Code of Conduct for the Prevention of Insider Misconduct*
- › Richtlinie zum Datenschutz / *Data Privacy Policy*
- › 10 goldene Regeln zum geistigen Eigentum / *Intellectual Property 10 Golden Rules*
- › Richtlinie zum Umgang mit IT-Vermögenswerten / *IT Assets Acceptable Policy*

So verhalten wir uns an unserem Arbeitsplatz

- › Globale Richtlinie zum Umweltschutz / *Global Environmental Policy*
- › Globale Richtlinie zu Menschenrechten / *Global Human Rights Policy*
- › Globale Richtlinie zu Gesundheit und Sicherheit / *Global Health & Safety Policy*
- › 2030 S&R Roadmap / *2030 S&R Roadmap*

Speak Up und Whistleblowing

- › Richtlinie zum Whistleblowing / *Whistleblowing Policy*
- › Speak Up Leitfaden / *Speak Up Guide*



*Genuss mit Verantwortung

Bildnachweis: 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 Mediathek

Ethik- und Compliance-Team Pernod Ricard



5 cours Paul Ricard 75008 Paris



Veröffentlicht im Juni 2022

