



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

What we stand for*

Nasz Kodeks Postępowania w Biznesie

*Na czym nam zależy

**Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny

Enjoy our brands
responsibly**



Spis treści

Oświadczenie Zarządu	03
Jesteśmy „convivialité”	04
Nasz Kodeks	05
Nasze złote zasady	06
Jak się zachowujemy	07
<i>W naszej działalności</i>	
Zapobieganie przekupstwu i korupcji	08
Przekazywanie lub otrzymywanie prezentów i zaproszeń	09
Odpowiedzialna współpraca z osobami trzecimi	10
<i>W naszej działalności handlowej</i>	
Uczciwa konkurencja	11
Przestrzeganie globalnych zasad handlu	12
Lojalność i transparentność	13
Ochrona aktywów firmy Pernod Ricard	14
Bądź „convivialité”, ale zachowaj ostrożność i umiar	15
Szczera i otwarta komunikacja	16
Odpowiedzialne korzystanie z danych osobowych	17
<i>W naszym miejscu pracy</i>	
Zachowanie uprzejme i pełne szacunku	18
Różnorodność i integracja	19
Tworzenie bezpiecznego otoczenia roboczego	20
Bring Good Times from a Good Place*	21
Jak zapewniamy przestrzeganie naszego Kodeksu	22
Jak szukać wskazówek	23
Przesyłanie zgłoszeń w systemie Speak Up	24
Promowanie naszego Kodeksu	25
Chcesz dowiedzieć się więcej?	26

*Dobre chwile w dobrych miejscach

**Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny



Alexandre Ricard
PREZES I DYREKTOR GENERALNY
PERNOD RICARD

Oświadczenie Zarządu

Szanowni Koledzy i Partnerzy Biznesowi!

Nasza reputacja uczciwości i profesjonalizmu stanowi kamień węgielny, na którym firma Pernod Ricard została zbudowana i rozwinęła się od niewielkiego producenta pastisu na południu Francji prawie 100 lat temu do globalnego producenta doskonałych alkoholi wysokoprocentowych i win, dostępnych obecnie na ponad 160 rynkach.

Silne poczucie etyki jest, obok wzajemnego zaufania oraz ducha przedsiębiorczości, jedną z podstawowych wartości naszej Grupy. Jest to jeden z naszych najcenniejszych zasobów, który należy stale kultywować i chronić go.

Naszą ambicją jest zostanie liderem naszej branży, ale nie za wszelką cenę. Wierzymy, że bez uczciwości nie ma trwałego sukcesu. Dlatego będziemy nadal realizować naszą politykę zero tolerancji wobec wszelkich udowodnionych naruszeń naszych standardów etycznych. Nie przyjmujemy takiej postawy wyłącznie z powodów moralnych, ale dlatego, że oczekują tego od nas nasi konsumenci, pracownicy, partnerzy biznesowi, nasze społeczności i inni interesariusze.

Przestrzegając tego Kodeksu, przyczyniacie się do długoterminowego sukcesu naszej Grupy.

Nowe wydanie niniejszego Kodeksu określa nasze stanowisko w kwestiach etyki i compliance oraz zostało opracowane w taki sposób, aby jego treść była jak najbardziej przyjazna dla czytelnika. Zapoznaj się z treścią naszego Kodeksu, kieruj się nim i w razie potrzeby poproś o wskazówki zespół prawny oraz swoich współpracowników.

To żywy dokument, który w miarę upływu czasu będzie aktualizowany. Jak zawsze, z przyjemnością zapoznam się z Waszymi opiniami.

Z pozdrowieniami

Alexandre Ricard



Enjoy our brands responsibly*

Jesteśmy „convivialité”

Naszym celem jako „Créateurs de Convivialité”, jest przekształcenie każdej interakcji społecznej w autentyczne, przyjazne i odpowiedzialne doświadczenie, a naszą misją jest uwolnienie magii relacji międzyludzkich poprzez wdrażanie idei „good times from a good place”.

Manifest „Convivialité”

Jesteśmy „convivialité”, ponieważ nasze marki i ludzie podzielają przekonanie, że warto wspólnie celebrować i tworzyć radosne chwile. Na całym świecie łączą nas przyjazne relacje i kultura „convivialité” – jesteśmy dumni z przynależności do naszej globalnej społeczności. „Convivialité” – to nasz sposób bycia i działania. Darząc się zaufaniem, wspieramy się i wzajemnie wierzymy w siebie.

Jesteśmy odpowiedzialni, a to oznacza szanowanie siebie nawzajem, naszych społeczności i naszej planety, z ciągłym dążeniem do bardziej przyjaznego świata, bez nadużyć. Oznacza to, że w naszej pracy jesteśmy zobowiązani do przestrzegania naszych zasad i wykazywania silnego poczucia etyki we wszystkim, co robimy.

Odnosimy sukcesy i jesteśmy jednym z wiodących przedsiębiorstw w branży win oraz napojów spirytusowych, mając w ten sposób długoterminową perspektywę, której celem jest bycie liderem w naszej branży, innowacyjność i zrównoważony wzrost. Popieramy ducha przedsiębiorczości i wykorzystujemy naszą pasję do tego, co robimy. Nasz zdecentralizowany model biznesowy oznacza, że jesteśmy w stanie osiągać najlepsze wyniki.

*Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny



Enjoy our brands responsibly**

Nasz Kodeks

*What we stand for**

Nasz Kodeks Postępowania w Biznesie określa standardy etycznego i odpowiedzialnego postępowania w działalności gospodarczej, które muszą być przestrzegane przez wszystkich naszych pracowników i partnerów biznesowych. Pomaga nam w codziennym podejmowaniu decyzji.

Nasze marki są sprzedawane na ponad 160 rynkach, w związku z czym podlegamy rozbudowanemu ramom regulacyjnym, z których część ma zastosowanie transgraniczne. Przestrzegając zasad niniejszego Kodeksu i naszych polityk, pomagasz firmie Pernod Ricard przestrzegać tych przepisów, a tym samym przyczyniasz się do naszego długofalowego sukcesu.

W przypadku **naszych pracowników** naruszenia niniejszego Kodeksu Postępowania w Biznesie mogą skutkować sankcjami dyscyplinarnymi, w tym także rozwiązaniem stosunku pracy.

W przypadku **naszych partnerów biznesowych** będziemy traktować z najwyższą powagą wszelkie naruszenia zasad i postanowień niniejszego Kodeksu podczas podejmowania decyzji dotyczących kontynuacji naszych relacji umownych.



Chcesz dowiedzieć się więcej?

Niniejszy Kodeks zawiera nawiązania do różnych wewnętrznych zasad i procedur Pernod Ricard. W Twojej spółce mogą obowiązywać dodatkowe zasady. Zapoznaj się z dokumentacją na stronie 26.



Czegoś Ci brakuje?

Dołożyliśmy wszelkich starań, aby sporządzić niniejszy Kodeks w sposób jak najbardziej przyjazny dla czytelnika, używając w możliwie jak najmniejszym stopniu specjalistycznego słownictwa prawniczego. Mamy nadzieję, że docenisz ten wysiłek! Oznacza to jednak, że niniejszy dokument nie może dotyczyć wszystkich problemów etycznych, ani każdej trudnej sytuacji, z którą możesz się spotkać. Informacje o tym, gdzie szukać wskazówek znajdziesz na stronie 23, jak zgłosić problem – na stronie 24, a listę polityk uzupełniających na stronie 26.

*Na czym nam zależy

**Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny



Nasze złote zasady

Osiągniemy naszą ambicję bycia liderem, działając uczciwie na każdym etapie.

W naszej działalności

- **Nigdy nie oferujemy ani nie przyjmujemy** łapówek w żadnej postaci.
- **Nigdy nie oferujemy ani nie przyjmujemy** żadnych nieodpowiednich prezentów ani zaproszeń.
- **Dokładnie weryfikujemy naszych partnerów**, aby móc współpracować z nimi w duchu wzajemnego zaufania.

W naszej działalności handlowej

- **Zdobędziemy** pozycję lidera poprzez uczciwą konkurencję.
- **Przestrzegamy** obowiązujących przepisów, w tym globalnych przepisów eksportowych i importowych oraz sankcji.
- **Działamy** w najlepszym interesie firmy Pernod Ricard.
- **Korzystamy** z zasobów udostępnianych nam przez firmę Pernod Ricard w sposób odpowiedzialny.
- **Zwracamy baczną uwagę** na to, co mówimy, piszemy i udostępniamy.
- **Przekazujemy** naszym interesariuszom jasne i dokładne informacje.
- **Wykorzystujemy dane** do zapewnienia rozwoju naszej działalności, ale używamy tylko danych, których potrzebujemy.

W naszym miejscu pracy

- **Tworzymy** bezpieczne miejsce pracy dla wszystkich.
- **Wierzymy**, że różnorodność, równość i integracja są podstawą naszego wspólnego ducha jako „Créateurs de Convivialité”.
- **Dbamy o siebie nawzajem i dążymy do wyeliminowania** wypadków przy pracy, zagrożeń oraz chorób.
- **Dążymy do tworzenia** bardziej przyjaznego świata – świata bez nadmiaru.
- **Dążymy do zapewnienia** poszanowania praw człowieka i praw pracowniczych.

[Wstęp](#)[Jak się zachowujemy](#)[W naszej działalności](#)[W naszej działalności handlowej](#)[W naszym miejscu pracy](#)[Jak zapewniamy przestrzeganie naszego Kodeksu](#)

Jak się zachowujemy

*W naszej działalności*

Zapobieganie przekupstwu i korupcji

Naszą pozycję lidera zdobywamy dzięki naszym ludziom, produktom, markom, kreatywności, modelowi biznesowemu, kulturze „convivialité” i strategii. To wszystko. Nigdy nie oferujemy ani nie przyjmujemy płatności, zachęt ani żadnych innych rzeczy, które mogłyby mieć na celu wywieranie niewłaściwego wpływu na decyzje biznesowe.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Nigdy nie oferujemy, nie obiecujemy ani nie przekazujemy niczego wartościowego urzędnikowi państwowemu lub komukolwiek innemu w celu nakłonienia go do niewłaściwego działania.
- Należy pamiętać, że za łapówkę można uznać wszystko, co ma wartość. Może to obejmować przysługi, obietnice zatrudnienia lub obietnice dotyczące darowizn na cele charytatywne.
- Należy zgłaszać wszelkie próby korupcji.



P: Jeden z naszych kluczowych klientów chce, żebym zatrudnił jego syna jako stażystę. Co powinienem zrobić?

O: Wyjaśnij swojemu klientowi, że nasz Kodeks zabrania Ci angażowania się w proces rekrutacji i że jedyne, co możesz zrobić, to przekazać CV jego syna do naszego działu HR.

P: Potrzebuję pilnej dostawy towaru na Boże Narodzenie. Odprawa celna może trwać zbyt długo. Celnik powiedział mi, że zna pewien specjalny sposób na przyspieszenie procedury w zamian za płatność gotówką. Kwota jest śmiesznie niska.

O: Płatności gotówkowe w celu wykonania lub przyspieszenia formalności administracyjnych, nazywane płatnościami ułatwiającymi, są na mocy tego Kodeksu surowo zabronione. Należy zawsze odrzucać takie prośby i informować o tym swojego przełożonego. Jedynym, bardzo specyficznym wyjątkiem jest sytuacja, gdy odmowa płatności naraża Cię na nieuniknione zagrożenie fizyczne.

„Nigdy nie oferujemy ani nie przyjmujemy łapówek w żadnej postaci.”



To, co obowiązuje nas, obowiązuje również osoby trzecie działające w naszym imieniu

Pernod Ricard może ponosić odpowiedzialność za działania osób trzecich. Nie możemy pozwalać osobom trzecim na podejmowanie jakichkolwiek nielegalnych działań w naszym imieniu.

*Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny

*W naszej działalności*

Przekazywanie lub otrzymywanie prezentów i zaproszeń

Dozwolone jest pielęgnowanie relacji w klientami lub osobami trzecimi poprzez przekazywanie odpowiednich upominków i zaproszeń. Jednak wykorzystywanie ich do niewłaściwego wpływania na decyzje biznesowe nie jest dozwolone, ponieważ może zostać uznane za łapówkę.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Wymiana prezentów i zaproszeń w rozsądnym zakresie i o niewielkiej wartości jest dozwolona tylko wtedy, gdy istnieje uzasadniony cel biznesowy.
- Przed zaoferowaniem lub przyjęciem prezentu należy zawsze zadać sobie pytanie: jak by to wyglądało, gdyby informacja została podana do wiadomości publicznej?
- Należy zawsze uzyskać wcześniejsze zatwierdzenie prezentów i zaproszeń, jeśli mają one zostać przekazane urzędnikom państwowym.



P: Wpływowy właściciel baru rozważa podpisanie umowy na wyłączność z firmą konkurencyjną. Zastanawiam się nad przekazaniem mu i jego pracownikom kart podarunkowych w nadziei, że przyciągnie go to do naszej firmy.

O: To nie jest dobry pomysł. Prezenty w gotówce lub ekwiwalentach pieniężnych, takie jak karty podarunkowe, są szczególnie problematyczne. W zależności od przepisów Twojego kraju mogą obowiązywać dodatkowe ograniczenia dotyczące przekazywania jakichkolwiek wartościowych rzeczy sprzedawcom detalicznym. Zawsze konsultuj się w takim przypadku z zespołem działu prawnego lub ds. etyki i compliance Twojej jednostki.

P: Dostawca, z którym często pracuję, zaprosił mnie na dwudniowy pobyt na Bahamach, aby zaprezentować nam swoje najnowsze innowacje. Czy mogę pojechać?

O: Zaproszenie przez dostawcę w celu zapoznania się z jego innowacjami jest w zasadzie dozwolone. Należy jednak zawsze kierować się zdrowym rozsądkiem: jeśli wartość podróży wydaje się nieproporcjonalna, nie należy korzystać z zaproszenia. Zapytaj zespół działu prawnego lub ds. etyki i compliance Twojej jednostki.

„Prezenty i zaproszenia o rozsądnej wartości są normalną częścią prowadzenia działalności. Jednak nigdy nie oferujemy ani nie przyjmujemy prezentów lub zaproszeń w celu wywarcia niewłaściwego wpływu na jakiegokolwiek osoby.”



Gifted!

Przed przyjęciem jakichkolwiek prezentów lub zaproszeń należy zawsze zgłosić je i uzyskać wcześniejszą zgodę, korzystając z naszej dedykowanej aplikacji Gifted! lub równoważnego systemu dostępnego w Twojej spółce.

*W naszej działalności*

Odpowiedzialna współpraca z osobami trzecimi

Chcemy współpracować z partnerami, którzy dzielą nasze wartości i standardy etyczne. Sprawdzenie tego za pośrednictwem systemu Partner Up lub zatwierdzonego narzędzia w Twojej spółce oznacza, że możemy nawiązać relacje, dysponując odpowiednimi informacjami.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Należy przeprowadzić analizę due diligence dotyczącą stron trzecich za pośrednictwem systemu Partner Up (lub odpowiedniego narzędzia w Twojej spółce), aby upewnić się, że potencjalni partnerzy są godni zaufania, cieszą się dobrą reputacją i są odpowiedzialni.
- W miarę możliwości należy udostępnić ten Kodeks i upewnić się, że nasza klauzula compliance w postaci gotowego wzoru (dostępnego na portalu MyPortal) została uwzględniona w umowie.
- Należy zwrócić uwagę na jakiegokolwiek płatności dokonywane na lub z nietypowego konta lub kont znajdujących się w rajach podatkowych. Może to wskazywać na praktyki uchylania się od płacenia podatków lub prania pieniędzy.



P: Jeden z naszych klientów zapytał, czy może dokonywać płatności za pomocą różnych kont, używając kombinacji gotówki i czeków. Czy jest to dozwolone? Co powinienem zrobić?

O: Postępować ostrożnie. Może to być część działań mających na celu uchylanie się od płacenia podatków lub pranie pieniędzy, czyli procesu, za pośrednictwem którego fundusze uzyskane w nielegalny sposób mają wyglądać na legalne. Zanim cokolwiek zrobisz, poproś o poradę swojego przełożonego i osoby kontaktowe w dziale prawnym lub ds. etyki i compliance.

P: Muszę bardzo szybko wprowadzić na rynek nowy produkt. Dowiedziałem się o innowacyjnej agencji marketingowej, która mogłaby nam pomóc w przeprowadzeniu naprawdę wspaniałej kampanii reklamowej, jeśli podpiszę umowę już dziś. Czy mogę zrobić to natychmiast?

O: Przed nawiązaniem nowej relacji biznesowej należy zawsze zachować ostrożność. Musisz postępować zgodnie z naszym procesem, korzystając z systemu Partner Up lub zatwierdzonego podobnego narzędzia w Twojej spółce. To najlepszy sposób na rozpoczęcie realizacji projektu przy równoczesnym zapewnieniu odpowiedniej ochrony firmy Pernod Ricard. Z zasady nigdy nie rób z pieniędzmi firmy niczego, czego nie zrobiłbyś z własnymi.

P: Konsultant, z którym współpracowałem, poprosił o wpłatę na konto zagraniczne. Czy mogę dokonać takiej płatności?

O: Konta zagraniczne mogą być wykorzystywane, aby uniknąć zapłacenia podatku. Ta prośba wygląda podejrzanie. Powinieneś zasięgnąć porady swojego dyrektora finansowego lub osoby kontaktowej w dziale prawnym lub ds. etyki i compliance.

„Dokładnie weryfikujemy naszych partnerów, aby móc współpracować z nimi w duchu wzajemnego zaufania.”



Podnoszenie poziomu świadomości

Za pośrednictwem naszych standardów dotyczących dostawców i procesu due diligence dążymy do podnoszenia poziomu świadomości w zakresie przeciwdziałania łapówkarstwu, ale także praw człowieka i prawa pracy, zdrowia i bezpieczeństwa, wpływu na środowisko, odpowiedzialnego spożywania napojów alkoholowych, uczciwości, uchylania się od płacenia podatków oraz uczciwych praktyk biznesowych.

*Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny



W naszej działalności handlowej

Uczciwa konkurencja

Zależy nam na promowaniu uczciwej konkurencji. Nie tolerujemy żadnych porozumień, wymiany poufnych informacji handlowych ani jakichkolwiek innych praktyk, które mogłyby utrudniać konkurencję. Nie omawiamy wrażliwych kwestii handlowych z osobami trzecimi, a w szczególności z firmami konkurencyjnymi.

4 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Nie wolno nigdy zawierać jakichkolwiek pisemnych ani ustnych porozumień z konkurentami (np. w celu ustalenia cen, wykluczenia innego konkurenta lub podziału rynku między firmami).
- Umowy dystrybucji na wyłączność oraz zawierające ograniczenia terytorialne lub klauzule o zakazie konkurencji należy zawsze traktować z ostrożnością. W takim przypadku skontaktuj się ze swoimi lokalnymi zespołami działu prawnego oraz ds. etyki i compliance.
- Upewnij się, że wszelkie informacje, które otrzymujesz o konkurencji, pochodzą z publicznie dostępnych źródeł lub zostały uzyskane w inny sposób zgodny z obowiązującymi przepisami.
- Możemy jedynie zalecać ostateczną cenę odsprzedaży naszych produktów przez naszych klientów, nie wolno nam jednak narzucać jej jako obowiązującej.



P: Spotykam się z moją byłą szefową z firmy, w której pracowałem poprzednio. W swobodnej atmosferze skorzystała z okazji, aby zapytać mnie o moje nowe stanowisko w Pernod Ricard. Zapytała mnie także o naszą strategię rynkową na najbliższe miesiące.

O: Fakt, że masz z tą osobą jakąś relację, nie powinien sprawić, że stracisz czujność. Pamiętaj, że nigdy nie należy wymieniać jakichkolwiek poufnych informacji firmowych z konkurentami ani z żadnymi innymi osobami.

P: Zostałem zaproszony na doroczny obiad stowarzyszenia branżowego. Przy moim stole siedziało kilku kolegów z firm konkurencyjnych. Po kilku minutach rozmowa zeszła na temat cen.

O: Taka sytuacja może stanowić przypadek utrudniania swobodnej konkurencji i jest sprzeczna z prawem ochrony konkurencji. Jeśli kiedykolwiek będziesz brać udział w takiej rozmowie, zasięgnij porady prawnika bezpośrednio na miejscu, jeśli tylko jest to możliwe. Jeśli nie, powiedz innym gościom, że ta rozmowa jest Twoim zdaniem niezgodna z przepisami, a jeśli rozmowa będzie trwała nadal, przepras ich, poproś osobę sporządzającą protokół ze spotkania – jeśli taka jest – o zamieszczenie w nim wzmianki, że opuszczasz spotkanie i niezwłocznie skontaktuj się z zespołem działu ds. etyki i compliance.

„Zdobędziemy pozycję lidera poprzez uczciwą konkurencję.”



Uważaj na to, co mówisz i piszesz

Nie należy używać w odniesieniu do firmy Pernod Ricard terminu „podmiot dominujący” na danym rynku, ponieważ jest to kwestia złożonej analizy prawnej i ekonomicznej oraz pociąga za sobą konsekwencje prawne.

*Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny

*W naszej działalności handlowej*

Przestrzeganie globalnych zasad handlu

Pernod Ricard jest globalną grupą, która zobowiązuje się do przestrzegania złożonych i wciąż zmieniających się globalnych przepisów eksportowych i importowych, w tym sankcji handlowych, takich jak embargo, zamrożenie aktywów, ograniczenia i zakazy. Mogą być wprowadzane nowe systemy sankcji, które zagrażają istniejącym lub przyszłym relacjom i projektom. Zawsze zachowaj czujność i w razie potrzeby poproś o radę.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Należy zachować ścisłą separację między wszystkim, co ma jakikolwiek komponent amerykański (działalność, strony trzecie, ludzie) a Havana Club. Jeśli zauważysz jakikolwiek potencjalny bezpośredni lub pośredni związek ze Stanami Zjednoczonymi podczas pracy nad jakimkolwiek projektem z udziałem Havana Club, zawsze skonsultuj się z zespołem działu prawnego lub ds. etyki i compliance.
- Reżimy sankcyjne są złożone i stale ewoluują. Przed nawiązaniem współpracy z krajami i stronami objętymi sankcjami lub embargiem skontaktuj się z zespołem działu prawnego lub ds. etyki i compliance.
- Weryfikuj kontrahentów za pośrednictwem systemu Partner Up lub innego zatwierdzonego narzędzia w Twojej spółce, aby uniknąć naruszenia jakichkolwiek sankcji lub ograniczeń handlowych.



P: Nowa amerykańska firma technologiczna może pomóc nam skuteczniej osiągnąć nasze cele marketingowe. Grupa planuje zakupić licencję globalną i wdrożyć ją dla wszystkich naszych marek. Czy to dobra wiadomość?

O: Tak, ale ponieważ ten dostawca pochodzi z USA, niektóre z naszych marek nie będą mogły korzystać z tego rozwiązania technologicznego. Należy sprawdzić w zespole działu prawnego oraz ds. etyki i compliance, czy jest to najlepsze rozwiązanie dla naszej Grupy. Należy zachować czujność, jeśli chodzi o narzędzia IT: jeśli jakikolwiek ich komponent pochodzi ze Stanów Zjednoczonych, nie można ich używać na Kubie!

P: Zależy nam na dalszej promocji rumu Havana na rynku europejskim. Nasza agencja marketingowa zaproponowała, abyśmy promowali markę na nadchodzącym festiwalu muzycznym – sponsorowanym przez znaną amerykańską markę napojów bezalkoholowych. Czy możemy to zrobić?

O: Tak, ale należy upewnić się, że podczas festiwalu nie będzie dochodziło do co-brandingu ani do wspólnych działań między obiema markami. Ponieważ firmy amerykańskie mają ogólny zakaz handlu towarami pochodzącymi z Kuby, nie można nawiązywać żadnych relacji biznesowych z tą marką napojów bezalkoholowych.

„Zawsze przestrzegamy globalnych przepisów eksportowych i importowych oraz sankcji.”



Nie oceniał butelki po jej etykiecie

The Absolut Company (TAC) jest własnością amerykańskiej spółki zależnej Pernod Ricard. W związku z tym zgodnie z globalnymi przepisami handlowymi niektóre z naszych marek, takie jak Havana Club, nie mogą współpracować bezpośrednio z TAC.

*W naszej działalności handlowej*

Lojalność i transparentność

Musimy unikać sytuacji, w których nasze osobiste interesy i relacje stanowiłyby konflikt w odniesieniu do interesów firmy Pernod Ricard. Samo pojawienie się konfliktu interesów, jeśli nie zostanie ujawnione, może zaszkodzić zarówno reputacji Pernod Ricard, jak i Twojej.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Niezwłocznie zgłoś wszelkie potencjalne konflikty interesów w Clear Up – specjalnie przeznaczonym do tego narzędziu. Sytuacja może wynikać z relacji z członkiem rodziny, bliską osobą lub konkretną firmą.
- Poinformuj swojego przełożonego i zasięgnij porady, zanim zaangażujesz się w jakąkolwiek działalność, która może stanowić potencjalny konflikt interesów lub stwarzać pozory takiego konfliktu.
- Zachowaj ostrożność, zanim podejmiesz jakąkolwiek działalność zawodową poza zatrudnieniem w firmie Pernod Ricard.

P: Zostałem niedawno zatrudniony w firmie Pernod Ricard, a moja dziewczyna pracuje dla naszego głównego konkurenta. Czy ta sytuacja stanowi konflikt interesów?

O: Niekoniecznie, ale tego typu sytuację należałoby zgłosić w Clear Up.

P: Mój kuzyn założył agencję marketingu cyfrowego. Jestem przekonany w sposób całkowicie obiektywny, że ich innowacyjne podejście może nam pomóc podczas najbliższej kampanii komunikacyjnej. Czy mogę polecić tę agencję mojemu zespołowi?

O: Tak. Niezależnie jednak od poziomu i reputacji tej agencji sytuacja ta może sprawiać wrażenie konfliktu interesów. Poinformuj swojego menedżera i wycofaj się z procesu wyboru. Zgłoś sprawę w Clear Up i wdróż zalecone środki zaradcze.

P: Jestem abstynentem. Skontaktowała się ze mną antyalkoholowa organizacja pozarządowa. Ta organizacja pozarządowa promuje wprowadzenie całkowitego zakazu spożywania napojów alkoholowych w jakiegokolwiek postaci. Czy mogę do niej dołączyć?

O: Chociaż szanujemy każdy indywidualny wybór, czy należy spożywać napoje alkoholowe, czy nie, byłoby problematyczne, gdybyś należał do organizacji, która aktywnie promuje interesy stojące w bezpośrednim konflikcie z działalnością Pernod Ricard. Porozmawiaj o tym ze swoimi zespołami ds. etyki i compliance lub HR.

„Od wszystkich z nas oczekiwane jest działanie w najlepszym interesie firmy Pernod Ricard.”



NIE MASZ PEWNOŚCI, CZY DANA SYTUACJA STANOWI KONFLIKT INTERESÓW?

ZASTANÓW SIĘ:



Czy ktoś z moich bliskich lub ja sam(a) moglibyśmy **odnieść korzyść lub sprawić wrażenie, że odnosimy korzyść** z mojego zaangażowania w tę sprawę?



Czy moje prywatne interesy lub interesy moich bliskich mogłyby **wpływać na moje decyzje biznesowe**?



Czy moja **decyzja byłaby inna**, gdyby nie moje osobiste względy?



Czy moje uczestnictwo w tej aktywności mogłoby **zakłócić – lub sprawić wrażenie, że zakłóca –** sposób, w jaki powinienem (powinnam) wykonywać swoją pracę?



Czy moje decyzje mogłyby **być kwestionowane** lub postrzegane jako **niezgodne z interesami Pernod Ricard**?



Czy to wydaje się **niewłaściwe**? Czy czuł(a)bym się **zawstydzony (-na)**, gdyby ta sprawa **wyszła na jaw**?

Jeśli na którekolwiek z tych pytań odpowiedziałeś(-aś) twierdząco, prawdopodobnie sprawę tę należałoby zgłosić w Clear Up.

Nadal masz wątpliwości? W przypadku jakichkolwiek pytań skontaktuj się z zespołem ds. etyki i zgodności.



Nawiązanie osobistej przyjaźni

Zachowaj ostrożność – relacja biznesowa, która przekształciła się w osobistą, może być źródłem konfliktu interesów lub stwarzać pozory istnienia takiego konfliktu.

*Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny



W naszej działalności handlowej

Ochrona aktywów firmy Pernod Ricard

Nasze aktywa są cenne: zarówno materialne (laptopy, telefony komórkowe itp.), jak i niematerialne (dane osobowe, informacje finansowe, informacje techniczne lub prawa własności intelektualnej). Musimy je chronić.

4 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Należy używać aktywów i zasobów Pernod Ricard z rozważą, wyłącznie w uzasadnionych celach biznesowych.
- Dane i informacje muszą być wykorzystywane zgodnie z naszymi zasadami etycznymi dotyczącymi danych.
- Zachowuj kontakt z jednostką Group IP Hub, kiedy pracujesz nad jakimkolwiek nowym produktem, marką lub sloganem.
- Chroń swój dostęp do zasobów firmy Pernod Ricard – w tym haseł i urządzeń elektronicznych.



P: Mój klient zostawił w moim biurze swój klucz USB. Mógłbym w nim znaleźć przydatne informacje...

O: Jest to absolutnie zabronione. Ponadto używanie klucza USB, który nie został przekazany przez zespół IT, nigdy nie jest bezpieczne.

P: Mamy pomysł na zabawną nazwę dla nowej marki. W jaki sposób możemy zapewnić jej ochronę?

O: Nasze marki to nasze najcenniejsze aktywa. Nadanie im niepowtarzalnych i charakterystycznych cech to najlepszy sposób, aby zapewnić ich ochronę. Skontaktuj się z jednostką Group IP Hub, aby zapewnić ochronę wszystkich odpowiednich praw własności intelektualnej.

„Korzystamy z zasobów udostępnianych nam przez firmę Pernod Ricard w sposób odpowiedzialny.”



Jak postępujesz ze swoimi aktywami?

Niezależnie od tego, czy chodzi o laptop, telefon komórkowy, dostęp do Internetu, dane biznesowe, znaki towarowe, a nawet budynki, oczekujemy, że będziesz traktować aktywa i zasoby naszej firmy oraz naszych partnerów tak samo, jak swoje własne.

*W naszej działalności handlowej*

Bądź „convivialité”, ale zachowaj ostrożność i umiar

Chociaż jesteśmy dumni z pracy w firmie Pernod Ricard i lubimy chwalić się naszymi sukcesami, musimy zachować tylko dla siebie wszelkie informacje poufne lub wrażliwe. Musimy też mieć świadomość, że pewne delikatne kwestie mogą być przyczyną podziałów. Dlatego też w związku z naszą pracą zawodową nie powinniśmy zajmować stanowiska w kwestiach publicznych.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Zachowaj dla siebie wszystkie poufne lub zastrzeżone informacje.
- O ile nie uzyskano wyraźnej zgody przy użyciu drzewa decyzyjnego nie wypowiadaj się na wrażliwe tematy, takie jak:
 - przekonania religijne;
 - kwestie moralne dotyczące życia i śmierci;
 - konflikty zbrojne, rebelie, powstania, ataki terrorystyczne;
 - polityka partyjna i wybory;
 - kwestie związane z rasą, pochodzeniem etnicznym i płcią, które nie są objęte polityką różnorodności i włączania Pernod Ricard;
 - klęski żywiołowe, w przypadku których pozycjonowanie marki firmy musi być starannie przemyślane.Więcej informacji można znaleźć w polityce oświadczeń korporacyjnych.
- Zamieszczając jakiegokolwiek posty dotyczące alkoholu w mediach społecznościowych, postępuj w sposób odpowiedzialny.



P: Tak się złożyło, że mam dostęp do nieopublikowanych informacji o zbliżającym się przejęciu przez Pernod Ricard firmy start-up, która może w poważnym stopniu zmienić oblicze „convivialité”. Wiem, że nie mogę kupić akcji na podstawie tych informacji, ale czy mogę polecić innej osobie zakup akcji Pernod Ricard, jeśli nie wspomnę jej o tej transakcji?

O: Stanowczo „nie”. Udzielenie takiej „porady” w celach dotyczących handlu akcjami jest naruszeniem zaufania, jakie zbudowaliśmy wśród naszych inwestorów i organu będącego regulatorem rynku. Wykorzystanie informacji niejawnych w celu przeprowadzenia jakichkolwiek transakcji dotyczących papierów wartościowych Pernod Ricard stanowi przypadek wykorzystywania poufnych informacji – jest to surowo karane przestępstwo.

P: Mam bardzo silne odczucia dotyczące pewnego problemu społecznego, który dzieli mieszkańców mojego kraju. Chcę zająć określone stanowisko na moich osobistych kontach w mediach społecznościowych. Czy to jest w porządku? Czy mogę podjąć decyzję samodzielnie?

O: Oczywiście, możesz wyrażać swoje opinie na Twoich osobistych kontach w mediach społecznościowych. Jednak nigdy nie wypowiadaj się w drażliwych sprawach, występując

Drzewo decyzyjne pozwalające określić, czy PR-owiec/rzecznik powinien zabrać głos w sprawie problemu społecznego



jako przedstawiciel Pernod Ricard (np. w serwisie LinkedIn), ponieważ Twoje własne opinie w określonej sprawie mogą Ci się wydawać uczciwe, ale przez inne osoby mogą być postrzegane jako obraźliwe wobec nich. Wiele z tych kwestii wymaga subiektywnej opinii, a ponieważ są one wrażliwe, należy uzyskać zgodę na poziomie ExCom.

W moim kraju występują obecnie duże kontrowersje polityczne.

P: Myślę, że zajęcie przez markę Jameson stanowiska w tej sprawie byłoby korzystne. Czy mogę współpracować z działem marketingu, aby zaprojektować odpowiednie zasoby w tym celu?

O: Absolutnie nie. Zwykle przynosi to efekt przeciwny do zamierzonego, nasze marki nie powinny być wykorzystywane w odniesieniu do jakichkolwiek kwestii dzielących i polaryzujących społeczeństwo, które mają związek na przykład z religią, wojną lub polityką.

P: Czy powinniśmy przeprowadzić debatę w biurze?

O: Pracownicy nie powinni rozpoczynać debat na wrażliwe tematy w sytuacjach zawodowych, chyba że debata jest konieczna do prowadzenia działalności – decyduje o tym CODI danego oddziału.



W naszej działalności handlowej

Szczera i otwarta komunikacja

Staramy się wysyłać jasne, spójne komunikaty do współpracowników, klientów, inwestorów, władz publicznych i innych interesariuszy, a także do ogółu społeczeństwa. Otwarta i uczciwa komunikacja buduje zaufanie w naszych relacjach i wzmacnia naszą reputację.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Rejestruj wszystkie transakcje i terminowo przesyłaj wymagane dokumenty lub raporty.
- Upewnij się, że podawane przez Ciebie informacje są wyczerpujące, dokładne i łatwe do zrozumienia.
- Upewnij się, że wszelkie opisy naszych produktów i usług oraz wszelkie deklaracje na ich temat są zgodne z prawdą.



P: Moje miesięczne dane dotyczące sprzedaży są nieco rozczarowujące. Czy błędem byłoby trochę zawyżyć moje wyniki, skoro jestem pewien, że nadrobię to w przyszłym miesiącu?

O: Tak, byłoby to błędem. Manipulowanie danymi dotyczącymi sprzedaży może sprawiać fałszywe wrażenie w odniesieniu do wyników naszej działalności dla naszych inwestorów, spowodować nałożenie sankcji i zaszkodzić naszej reputacji.

P: Jeden z moich klientów poprosił mnie o wystawianie fałszywych faktur, aby uniknąć zapłaty niektórych podatków. Przeszedł właśnie trudny okres gospodarczy. Mogłoby to mu pomóc bez większych konsekwencji dla naszej firmy.

O: Złożenie fałszywego oświadczenia do organu podatkowego lub wystawienie fałszywej faktury jest zabronione. Firma Pernod Ricard nie akceptuje żadnych form uchylania się od płacenia podatków i odmawia udziału w jakichkolwiek działaniach oszukańczych lub nieprawdziwych deklaracjach podatkowych.

P: Jeden z moich dostawców powiedział mi, że może obniżyć koszty materiałów, jeśli sprowadzimy towar z innym kodem klasyfikacyjnym, ponieważ ma on niższą stawkę celną. Mówi, że w odpowiedni sposób zmieni opis towaru, aby zapobiec wszelkim pytaniom ze strony celników.

O: Świadome użycie niewłaściwego kodu jest równoznaczne ze złożeniem nieprawdziwej deklaracji i może skutkować dodatkowymi karami, a nawet wyrokami karnymi w niektórych jurysdykcjach. Przed wydaniem jakichkolwiek zaleceń dotyczących odprawy celnej zasięgnij porady lokalnego zespołu działu celnego, podatkowego lub prawnego.



Mów prawdę

Nawet jeden wprowadzający w błąd lub nieuczciwy czyn może poważnie zaszkodzić relacjom handlowym. Dlatego upewnij się, że rozumiesz swoje obowiązki i w relacjach z naszymi interesariuszami zawsze postępuj w dobrej wierze.



W naszej działalności handlowej

Odpowiedzialne korzystanie z danych osobowych

Dane osobowe to paliwo napędzające wiele naszych najnowocześniejszych narzędzi cyfrowych. Musimy zawsze przetwarzać dane osobowe w sposób bezpieczny, poufny i sprawiedliwy, aby zachować zgodność z obowiązującymi przepisami i zdobyć zaufanie konsumentów.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Zawsze zadawaj sobie pytanie, czy pozyskiwane dane osobowe są niezbędne dla celu, który chcesz osiągnąć i czy używasz ich w uzasadnionym celu biznesowym.
- Zachowaj przejrzystość w zakresie korzystania z danych osobowych i w stosownych przypadkach uzyskaj zgodę odpowiednich osób.
- Sprawdź wewnętrzne procesy i procedury przed udostępnieniem jakimkolwiek stronom trzecim danych osobowych naszych pracowników, klientów lub dostawców.



P: Tworzę nową stronę internetową marki z pomocą zewnętrznej agencji. Agencja oferuje mi możliwość zidentyfikowania i zainstalowania w witrynie wszystkich odpowiednich plików cookie. Nie muszę niczego sprawdzać. Świetnie, prawda?

O: Musisz zawsze nadzorować, co nasi kontrahenci zamierzają zrobić w naszym imieniu z wszelkimi danymi osobowymi (w tym przypadku w odniesieniu do korzystania z plików cookie). Jedynie firma Pernod Ricard powinna zawsze decydować o tym, jakie pliki cookie są umieszczane na naszych stronach internetowych i w jaki sposób mają być wykorzystywane. W razie wątpliwości skontaktuj się z zespołem działu prawnego lub specjalistą ds. prywatności.

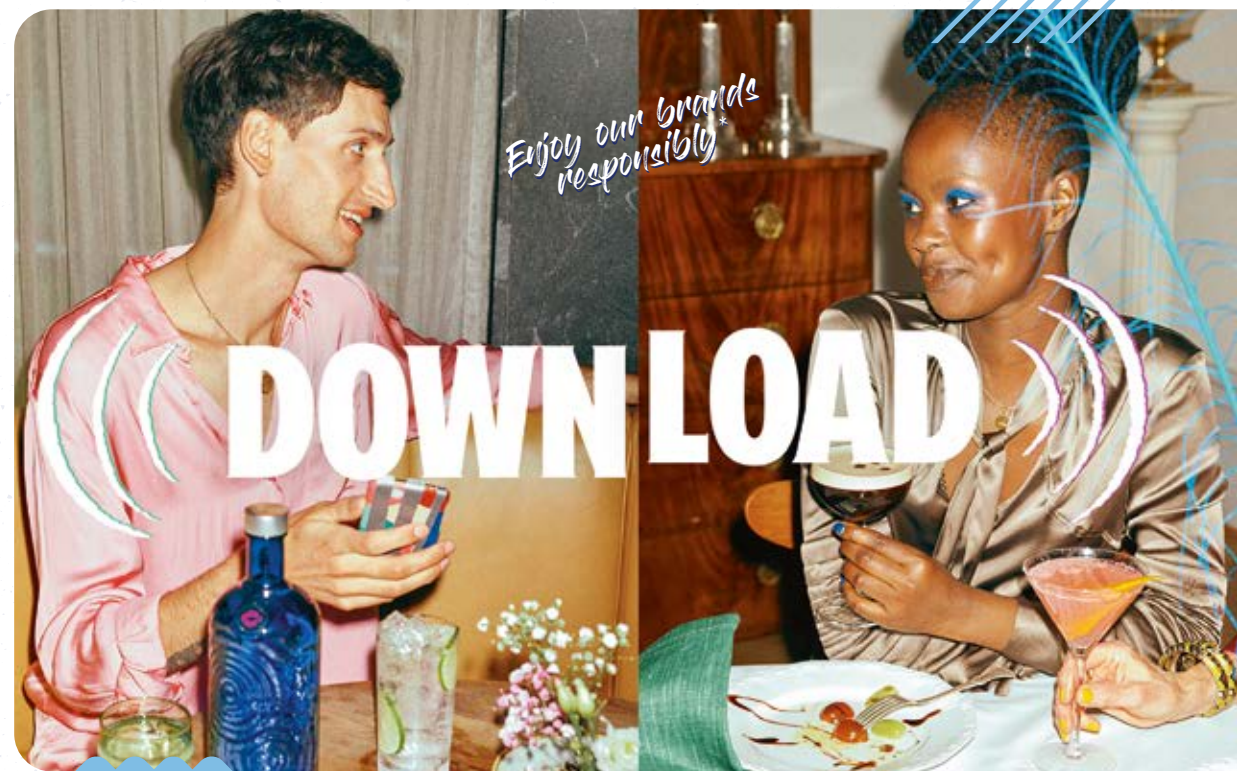
P: Prowadzę rekrutację nowego członka zespołu. Znalazłem obiecującą kandydatkę, ale słyszałem, że ma problemy zdrowotne. Czy mogę napisać to w raporcie dla mojego przełożonego?

O: Niektóre dane osobowe są bardzo wrażliwe i podlegają różnym ograniczeniom prawnym. Jest tak zazwyczaj w przypadku danych dotyczących zdrowia. Należy powstrzymać się od zbierania takich danych poufnych, chyba że jest to część dobrze zdefiniowanego procesu, który został zweryfikowany przez zespół działu prawnego w Twojej spółce.

P: Otrzymałem od konsumenta wniosek dotyczący dostępu do danych. Nie pracuję w dziale obsługi klienta. Czy mogę go po prostu zignorować?

O: Zespół działu prawnego lub specjalista ds. prywatności Twojej spółki muszą zostać niezwłocznie poinformowani o tym wniosku. Zapewni to odpowiednie jego rozpatrzenie.

„Wykorzystujemy dane do zapewnienia rozwoju naszej działalności, ale używamy tylko danych, których potrzebujemy.”



Nie nie jest zbyt małe, aby działać!

W przypadku wątpliwości dotyczących danych osobowych należy skontaktować się z Inspektorem Ochrony Danych (IOD) Grupy Pernod Ricard za pośrednictwem sieci specjalistów ds. prywatności Grupy.

*Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny

*W naszym miejscu pracy*

Zachowanie uprzejme i pełne szacunku

W Pernod Ricard dbamy o to, aby każdy był traktowany z szacunkiem i godnością. Jest to jeden z elementów naszej kultury „convivialité”. W związku z tym wszelkie obraźliwe zachowania, takie jak nękanie, są zabronione zarówno w naszym miejscu pracy jak i w całym naszym otoczeniu, na którego funkcjonowanie mamy wpływ, a ponadto będziemy traktować z najwyższą powagą wszelkie zachowania, które można uznać za przypadki zastraszania, poniżania lub okazywania wrogości.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Zawsze traktujemy naszych współpracowników i partnerów biznesowych w sposób uprzejmy i pełen szacunku.
- Przestrzegamy obowiązujących w Pernod Ricard zasad przeciwdziałania molestowaniu i zastraszaniu poprzez zgłaszanie wszelkich niewłaściwych zachowań.
- Zachowanie, które jest niedopuszczalne na spotkaniu biznesowym, nie może być także akceptowane na imprezie towarzyskiej.



P: Pracujemy pod dużą presją. Moja menedżerka dzwoni do mnie nawet w późnych godzinach nocnych lub w weekendy. W szczególności wzięła sobie na cel jednego z moich współpracowników, krytykując jego pracę przed całym zespołem. Wygląda na to, że wkrótce może się załamać. W jaki sposób mogę pomóc mojemu koledze?

O: Rozumiemy konieczność pracy pod presją, ale nie tolerujemy żadnego zastraszania ani molestowania. Jeśli uważasz, że pewna granica została przekroczona, spróbuj porozmawiać o tym ze swoim przełożonym lub bezpośrednio z działem HR, bądź skorzystaj z naszego systemu Speak Up, aby to zgłosić.

P: Podczas zdarzenia zorganizowanego w pracy jeden z moich kolegów zachowywał się wobec mnie niewłaściwie. Kiedy zaprotestowałam, powiedział, że przecież to tylko żart i że powinnam „trochę się rozluźnić”. Co powinnam z tym zrobić?

O: Jakiegolwiek molestowanie seksualne lub inne formy molestowania są całkowicie niedopuszczalne, zarówno w środowisku zawodowym, jak i w kontekście towarzyskim. Relacje towarzyskie nie oznaczają obniżenia naszych standardów etycznych. Powinnaś natychmiast zgłosić sytuację swojemu przełożonemu, bezpośrednio do działu HR lub za pośrednictwem systemu Speak Up.



„Convivialité” w pracy

Tworzymy otoczenie zawodowe, w którym każdy czuje się bezpiecznie, przedstawiając swoje pomysły, eksperymentując z nowymi rozwiązaniami i udowadniając, że może wnieść coś ciekawego. Cenimy proste i bezpośrednie relacje, które budują zaufanie, wsparcie i współpracę.

*W naszym miejscu pracy*

Różnorodność i integracja

Budowanie kultury sprzyjającej włączeniu jest sposobem, w jaki możemy zapewnić, że różnorodność będzie się rozwijać i przynosić korzyści naszej firmie. Zachęcamy do otwartości, współpracy i przejrzystej komunikacji. W ten sposób wszyscy możemy czuć się doceniani i naprawdę być sobą w Pernod Ricard.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Wspieraj zaangażowanie Pernod Ricard na rzecz różnorodności i integracji oraz promuj te zobowiązania w swoich relacjach z dostawcami, klientami i innymi partnerami biznesowymi.
- Promuj sprawiedliwość i równe szanse w zakresie zatrudnienia oraz awansów, wyłącznie w oparciu o kwalifikacje i umiejętności.
- Zabieraj głos, gdy jesteś świadkiem działań i zachowań, które są niezgodne z naszymi wartościami.



P: Klient odmawia rozmowy z jedną z koleżanek z mojego zespołu. Zachowuje się tak, jakby nie zauważał jej obecności i lekceważy wszystko, co mówi. Wydaje mi się, że ma to związek z pochodzeniem etnicznym mojej koleżanki. Co powinienem zrobić?

O: Wybieramy pracę z ludźmi, którzy podzielają nasze wartości i zasady. Jeśli jeden z Twoich klientów przejawia zachowanie rasistowskie, zgłoś to do swojego przełożonego, działu HR lub zespołu ds. etyki i compliance.

P: Jeden z moich kolegów lubi zachowywać się prowokacyjnie i czasami opowiada „żarty” z podtekstami seksualnymi. Wydaje się, że inni ludzie uważają, że jest zabawny, ale osobiście uważam to za obraźliwe. Co powinienem zrobić?

O: Opowiadanie żartów nie jest zabronione, ale obraźliwy żart w miejscu pracy nigdy nie jest zabawny. Twój kolega powinien wiedzieć, że czujesz się urażony jego uwagami. Jeśli nie przestanie, poinformuj o sytuacji swojego przełożonego i dział HR lub zgłoś to za pośrednictwem systemu Speak Up.

„Wierzmy,
że różnorodność i
integracja są podstawą
naszego wspólnego
ducha jako „Créateurs
de Convivialité”.”



Życie bez etykiet

Odzwierciedlenie różnorodności naszego społeczeństwa i klientów pozwala nam lepiej tworzyć magię więzi międzyludzkich, w ramach których ludzie są otwarci i sprawiają, że różnice będą nas łączyć, a nie dzielić.

*W naszym miejscu pracy*

Tworzenie bezpiecznego miejsca pracy

Globalna polityka bezpieczeństwa i higieny pracy firmy Pernod Ricard opiera się na naszej wizji „Créateurs de Convivialité”. Nasza grupa jest w ten sposób zaangażowana w proces rozwoju kultury przedsiębiorstwa, w której każdy ma do odegrania określoną rolę, a pracownicy biorą odpowiedzialność za bezpieczeństwo własne i swoich współpracowników.

3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Podejmij wszelkie środki ostrożności, aby utrzymać bezpieczne i zdrowe środowisko pracy.
- Upewnij się, że Twoje działania nie stanowią zagrożenia dla Ciebie oraz innych osób.
- Zgłaszaj wszelkie sytuacje grożące wypadkiem oraz niezdrowe lub niebezpieczne warunki lub zachowania.



P: Mam obawy dotyczące bezpieczeństwa. Obawiam się jednak, że ich zgłoszenie spowoduje spowolnienie naszej produkcji. Nie chcę zaszkodzić w ten sposób naszej firmie. Co powinienem zrobić?

O: Bezpieczeństwo i higiena pracy są zawsze na pierwszym miejscu. Należy natychmiast zgłaszać problemy dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, nawet jeśli oznacza to spowolnienie produkcji, niedotrzymanie terminów lub utratę okazji biznesowej.

P: Martwię się o kolegę, który wydaje mi się obecnie bardzo zestresowany. Ostatnio przeoczył kilka terminów i zachowuje się inaczej niż zwykle. W jaki sposób mogę się upewnić, że wszystko z nim w porządku, równocześnie wykonując moją pracę?

O: Dbamy o naszych współpracowników oraz o ich dobre samopoczucie fizyczne i psychiczne. Takie sytuacje należy traktować z dużą wrażliwością. Przed podjęciem jakichkolwiek działań powinieneś skontaktować się ze swoim menedżerem i działem HR.



**TAKING CARE
OF EACH OTHER**



„Staramy się eliminować wypadki przy pracy, zagrożenia i choroby.”



Dbanie o siebie nawzajem

Nasza globalna polityka bezpieczeństwa i higieny pracy ma na celu zapewnienie rozwoju kultury przedsiębiorstwa, w której bezpieczeństwo stanowi najwyższy priorytet. *Dbanie o siebie nawzajem* sprawia, że Pernod Ricard jest bezpieczniejszym miejscem pracy.

*W naszym miejscu pracy*

Bring Good Times from a Good Place*

Jako „Créateurs de Convivialité”, mocno wierzymy w sztukę dzielenia się wszystkim, co robimy. Naszym celem jest wdrażanie idei „Good Times from a Good Place” poprzez dbanie o naszą planetę, docenianie ludzi, pomoc w ochronie zasobów naturalnych, zwalczanie nadużywania alkoholu i tworzenie wspólnych wartości dla wszystkich naszych interesariuszy. Nasz plan działań jest zintegrowany z wszystkimi naszymi działaniami – od ziarna po kieliszek.

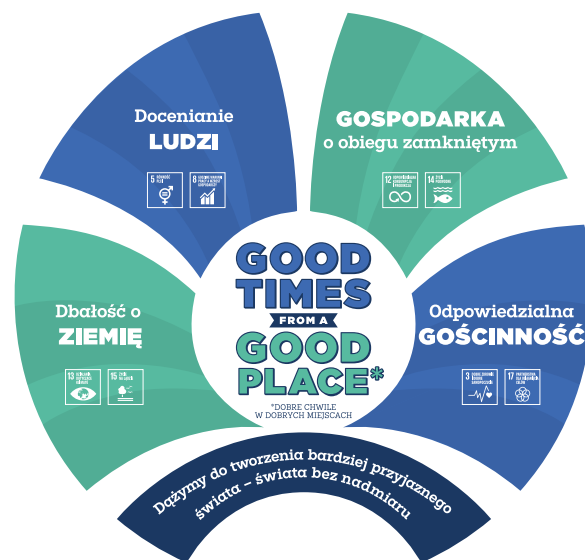
3 ZASADY, KTÓRYCH NALEŻY PRZESTRZEGAĆ

- Zawsze promujemy nasz plan działania na rzecz zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności 2030.
- Nasze produkty pochodzą z natury i naszym obowiązkiem jest pomóc chronić i odnawiać zasoby naturalne.
- Dzielimy się ciepłem, troską i szacunkiem dla ludzi przez cały czas i zawsze postępujemy odpowiedzialnie w chwilach „convivialité”.



Speak Up

„Polityka dotycząca zgłaszania nieprawidłowości” firmy Pernod Ricard obejmuje również możliwość zgłaszania w dobrej wierze wszelkich potencjalnych naruszeń praktyk środowiskowych.



*Dobre chwile w dobrych miejscach



„Dążymy do tworzenia bardziej przyjaznego świata – świata bez nadmiaru.”



P: Jestem na firmowej imprezie wigilijnej – niektórzy koledzy wypili już 2 pełne kieliszki w 10 minut, czy powinienem coś zrobić?

O: Tak! Przypomnij im, że sprzedajemy najlepsze marki w branży, których smak i jakość powinny być doceniane w odpowiedni sposób (powoli) – zachęć ich do spożywania napojów w odpowiednim tempie oraz picia wody lub innych napojów bezalkoholowych. A przede wszystkim upewnij się, że nie zamierzają wrócić do domu prowadząc samochód!

P: Zauważyłem wyciek w morzu w pobliżu naszego zakładu produkcyjnego, ale mój menedżer nie zamierza w żaden sposób zareagować. Co powinienem zrobić?

O: Powinieneś zgłosić to Grupie, ponieważ nasz plan działań na rzecz zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności (S&R Roadmap) jest naszym kluczowym priorytetem – powinniśmy zapobiegać wszelkim naruszeniom przepisów dotyczących ochrony środowiska. Należy korzystać z naszego narzędzia przekazywania zgłoszeń „Speak Up”, aby w dobrej wierze zgłaszać wszelkie potencjalne naruszenia praktyk środowiskowych.



Nasze wyniki w dziedzinie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności

Firma Pernod Ricard co roku publikuje w swoim Powszechnym Dokumencie Rejestracyjnym swoje wyniki w dziedzinie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności (cele, działania, kluczowe wskaźniki efektywności) oraz informacje dotyczące udziału firmy w realizacji celów i zasad zrównoważonego rozwoju ONZ.

[Wstęp](#)[Jak się zachowujemy](#)[W naszej działalności](#)[W naszej działalności handlowej](#)[W naszym miejscu pracy](#)[Jak zapewniamy przestrzeganie naszego Kodeksu](#)

Jak zapewniamy *przestrzeganie* naszego Kodeksu



Jak szukać wskazówek

Zachęcamy wszystkich do przedstawiania opinii i poszukiwania wskazówek dotyczących tematów poruszanych w naszym Kodeksie. Powinieneś czuć się swobodnie, zadając pytanie lub zgłaszając w dobrej wierze jakikolwiek problem za pośrednictwem dowolnego kanału. Możesz mieć pewność, że Twoje zgłoszenie zostanie potraktowane poważnie i rozpatrzone tak szybko i poufnie, jak to możliwe.

Wykorzystaj swój osąd, zadając sobie pytanie:

Czy moja decyzja jest zgodna z prawem, niniejszym Kodeksem lub innymi zasadami Pernod Ricard?

Czy moja decyzja jest zgodna z naszą wizją i wartościami?

Czy przyjmuję odpowiedzialność za tę decyzję?

Czy moja decyzja ma pozytywne konsekwencje dla firmy Pernod Ricard?

Czy czułbym się komfortowo, gdyby moja decyzja była znana zarówno moim współpracownikom, jak i interesariuszom zewnętrznym Pernod Ricard?

Jeśli odpowiedź na którekolwiek z tych pytań brzmi „nie” lub masz co do tego wątpliwości, zapytaj o poradę.

Z kim mogę porozmawiać?

- Z moim menedżerem,
- Z moim zespołem działu prawnego lub ds. etyki i compliance,
- Z moim działem kadr.



Współpraca z zespołem ds. etyki i compliance Pernod Ricard

Zespół ds. etyki i compliance jest partnerem dla wszystkich osób pracujących w Pernod Ricard. Jeśli poruszasz się po szarej strefie, w której coś wydaje Ci się nieprawidłowe i nie możesz znaleźć odpowiedzi w niniejszym Kodeksie lub innych politykach firmy, skontaktuj się z tym zespołem w celu uzyskania pomocy.



Speak Up

Firma Pernod Ricard zapewnia swoim pracownikom linię Speak Up: jest to całodobowy, dostępny 7 dni w tygodniu bezpieczny kanał przekazywania zgłoszeń dotyczących etyki i compliance, który umożliwia każdemu pracownikowi zgłaszanie w dobrej wierze wszelkich naruszeń niniejszego Kodeksu Postępowania w Biznesie, a także wszystkich działań niezgodnych z prawem.



Przesyłanie zgłoszeń w systemie SpeakUp

Każdy, kto współpracuje z naszą firmą, niezależnie od tego, czy jest pracownikiem, współpracownikiem zewnętrznym lub okazjonalnym (stażyści, usługodawcy itp.), a także naszym klientem, dostawcą i pośrednikiem, może skorzystać z systemu Speak Up, aby zgłosić problem.

- System Speak Up jest dla Ciebie dostępny zawsze, jeśli przekazujesz swoje zgłoszenie w dobrej wierze i w sposób jak najbardziej dokładny, aby umożliwić skuteczną, operacyjną weryfikację zgłaszanych zarzutów.
- System Speak Up umożliwia przesyłanie wielu różnych rodzajów plików (takich jak pliki tekstowe, zawierające zdjęcia lub dźwiękowe).
- System Speak Up jest dostępny przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, praktycznie we wszystkich językach.
- Wszystkie zgłoszenia są zabezpieczone i ściśle poufne.

Każdy pracownik, który prześle zgłoszenie w złej wierze, może podlegać ściganiu i sankcjom dyscyplinarnym ze strony Grupy.



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

lub



system Speak Up za pośrednictwem lokalnego połączenia telefonicznego

Zaufanie do firmy Pernod Ricard

Pernod Ricard stosuje politykę „zero tolerancji” w odniesieniu do jakichkolwiek form odwetu w stosunku do osób, które zgłosiły zarzuty lub uczestniczą w postępowaniu wyjaśniającym w dobrej wierze. Działania odwetowe w jakiejkolwiek formie będą traktowane bardzo poważnie i mogą skutkować sankcjami dyscyplinarnymi oraz postępowaniem karnym, w zależności od obowiązujących przepisów lokalnych.

Co stanie się z Twoim zgłoszeniem?



ODPOWIEDŹ ZOSTANIE PRZESŁANA SYGNALIŚCIE



Promowanie naszego Kodeksu

Jako pracownik Pernod Ricard

➤ Postępuj w sposób kompetentny

- Uważnie przeczytaj Kodeks Postępowania w Biznesie i wszelkie inne polityki firmy, które odnoszą się do Twoich obowiązków służbowych.
- Dowiedz się, jak stosować niniejszy Kodeks i inne polityki firmy w swojej pracy.
- Zadawaj pytania.

➤ Bądź odpowiedzialny

- Zrozum swoje obowiązki, biorąc udział w szkoleniach.
- Wypowiadaj się i zgłaszaj wątpliwości bez obawy przed odwetem.

➤ Przestrzegaj naszego Kodeksu

- Naruszenia prawa, niniejszego Kodeksu lub innych polityk firmy mogą skutkować postępowaniem dyscyplinarnym, włącznie z rozwiązaniem stosunku pracy.

Jako menedżer Pernod Ricard

➤ Służ przykładem

- Inspiruj swój zespół do przestrzegania tego Kodeksu.
- Promuj i utrzymuj kulturę uczciwości.

➤ Nadawaj ton

- Otwarcie omawiaj znaczenie etyki biznesowej i uczciwości.
- Słuchaj bez wydawania osądów, gdy pracownik zadaje pytanie lub zgłasza obawy dotyczące możliwego niewłaściwego postępowania.

➤ Zgłaszaj problemy

- Zgłaszaj wszelkie przypadki niewłaściwego postępowania, o których wiesz.





Chcesz dowiedzieć się więcej?



Available on MyPortal

Jakie zasady zachowania obowiązują w naszej firmie

- Polityka antykorupcyjna / *Anti-bribery Policy*
- Wytyczne dotyczące lobbingu / *Lobbying guidelines*
- Globalna procedura Due Diligence / *Global Due Diligence Procedure*
- Wzory klauzul compliance / *Compliance clause templates*
- Standardy dostawcy / *Supplier Standards*

Jakie zasady zachowania obowiązują w naszej działalności handlowej

- Kodeks Komunikacji Handlowej / *Code for Commercial Communications*
- Globalna polityka odpowiedzialnego spożywania alkoholu / *Global Responsible Drinking Policy*
- Polityka zgodności z prawem konkurencji / *Competition Law Policy*
- Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy / *Anti-Money Laundering Policy*
- Polityka przeciwdziałania konfliktom interesów / *Conflict of Interest Policy*
- Polityka podatkowa / *Tax Policy*
- Kodeks postępowania dotyczący zapobiegania nadużyciom wykorzystywania poufnych informacji wewnętrznych / *Code of Conduct for the Prevention of Insider Misconduct*
- Polityka prywatności danych osobowych / *Data Privacy Policy*
- 10 złotych zasad dotyczących praw własności intelektualnej / *Intellectual Property 10 Golden Rules*
- Polityka dotycząca zarządzania aktywami IT / *IT Assets Acceptable Policy*

Jakie zasady zachowania obowiązują w naszym miejscu pracy

- Globalna Polityka środowiskowa / *Global Environmental Policy*
- Globalna polityka dotycząca praw człowieka / *Global Human Rights Policy*
- Globalna polityka BHP / *Global Health & Safety Policy*
- Plan działań w dziedzinie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności 2030 (S&R Roadmap) / *2030 S&R Roadmap*

System Speak Up i przekazywanie zgłoszeń

- Polityka zgłaszania informacji o nieprawidłowościach / *Whistleblowing Policy*
- Przewodnik dotyczący systemu Speak Up / *Speak Up Guide*



*Korzystaj z naszych marek w sposób odpowiedzialny

Prawa autorskie do zdjęć: 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, Biblioteka multimedialna Pernod Ricard
Zespół ds. etyki i zgodności z przepisami Pernod Ricard



5 cours Paul Ricard 75008 Paryż



Opublikowano w czerwcu 2022 r.

