



Pernod Ricard  
*Créateurs de convivialité*

# What we stand for\*

Código de Conduta de Negócios

\*O que nós apoiamos

\*\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável

Enjoy our Brands  
responsibly\*\*



## Conteúdo

Declaração executiva	3
Nós somos convivalistas	4
Nosso Código	5
As nossas regras de ouro	6
<b>Como nos comportamos</b>	<b>07</b>
<i>No nosso negócio</i>	
Impedir suborno e corrupção	08
Dar ou receber hospitalidade	09
Trabalhe de forma responsável com terceiros	10
<i>No nosso comércio</i>	
Concorra com lealdade	11
Siga as regras comerciais globais	12
Seja leal e transparente	13
Proteja os bens da Pernod Ricard	14
Seja convival, mas não compartilhe demais	15
Comunique aberta e sinceramente	16
Utilize dados pessoais com respeito	17
<i>No nosso local de trabalho</i>	
Seja gentil e respeitoso	18
Valorizamos a diversidade e a inclusão	19
Crie um ambiente de trabalho Seguro	20
<i>Bring Good Times from a Good Place*</i>	21
<b>Como cumprimos o Código</b>	<b>22</b>
Procure orientação	23
Reporte no Speak Up	24
Promova o nosso Código	25
Quer saber mais?	26

\*Traga Bons Tempos de um Bom Lugar

\*\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



Alexandre Ricard

PRESIDENTE & CEO  
DA PERNOD RICARD

# Declaração executiva

Caros Colegas e Parceiros de Negócios,

A reputação de integridade e profissionalismo é a pedra angular na qual a Pernod Ricard foi construída, crescendo de um pequeno produtor de Pastis no Sul da França, há quase 100 anos, para se tornar um magnífico produtor global de bebidas destiladas e de vinhos disponíveis hoje em mais de 160 mercados.

Nosso forte senso ético é um dos principais valores do Grupo, além da confiança mútua e do nosso espírito empreendedor. Estes são nossos patrimônios mais valiosos, para serem vividos e protegidos sempre.

A nossa ambição é nos tornarmos líderes da nossa indústria, mas não a qualquer preço. Acreditamos que sem integridade, não pode haver sucesso sustentável. Portanto, vamos continuar a defender a nossa política de tolerância zero para qualquer infração comprovada dos nossos padrões éticos. Não adotamos essa postura apenas por razões morais, mas porque os nossos consumidores, funcionários, parceiros de negócios, comunidades esperam isso de nós.

**Ao cumprir este Código, você estará contribuindo para o sucesso do Grupo a longo prazo.**

A nova edição deste Código estabelece o nosso posicionamento em questões relacionadas a ética e conformidade e está concebido para ser mais acessível aos leitores. Leia-o, consulte-o e peça orientação à sua equipe Jurídica e aos seus superiores se necessário.

Este é um documento vivo que será atualizado com o tempo. Como sempre, valorizo a sua opinião.

Melhores cumprimentos,

Alexandre Ricard



Enjoy our brands responsibly\*

# Nós somos convivialistas

Como “Créateurs de Convivialité” a nossa meta é tornar toda interação social numa experiência de partilha genuína, amigável, e responsável e a nossa missão é desbloquear a magia da conexão humana trazendo bons momentos de um bom lugar.

## O Manifesto Convivialista

**Somos conviviais** porque as nossas marcas, negócios e as pessoas acreditam que nós precisamos nos reunir para criar momentos de alegria. Estamos conectados pela convivência em todo o globo, e temos orgulho de pertencer à comunidade global de convivialistas. Nós nos apoiamos e acreditamos uns nos outros com confiança mútua.

**Somos responsáveis**, e isso significa respeito mútuo, respeitar as nossas comunidades, e o nosso planeta ao lutarmos por um mundo mais convivial, sem excessos. No trabalho, isso significa que assumimos o compromisso de nos importarmos e temos um forte senso ético em tudo o que fazemos.

**Somos bem sucedidos** e um protagonista líder no setor dos vinhos e das bebidas destiladas, temos uma visão a longo prazo para liderança na indústria, inovação e crescimentos sustentável. Abraçamos o nosso espírito empreendedor e dominamos a nossa paixão pelo que fazemos. Nosso modelo de negócios descentralizado significa que estamos aptos a dar o nosso melhor desempenho.

\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



Enjoy our brands responsibly\*\*

# Nosso Código

## *What we stand for\**

O nosso Código de Conduta de Negócios estabelece padrões de comportamento ético e responsável nos negócios que devem ser cumpridos por todos os nossos funcionários e parceiros nos negócios. Ele ajuda a orientar a forma como tomamos decisões, todos os dias.

As nossas marcas são vendidas em mais de 160 mercados, e estamos sujeitos a uma extensa estrutura regulatória, algumas das quais se aplicam em regiões de fronteiras. Ao seguir os princípios deste Código e suas políticas, você está ajudando a Pernod Ricard a cumprir a lei e, portanto, a contribuir para o nosso sucesso sustentável.

**Para os nossos funcionários**, as violações deste Código de Conduta de Negócios podem resultar numa ação disciplinar incluindo o término do contrato de trabalho.

**Para os nossos parceiros nos negócios**, levaremos muito a sério qualquer violação dos princípios e provisões deste Código, podendo resultar na não continuidade do nosso relacionamento contratual.



### Quer saber mais?

Este Código se refere a uma série de políticas e procedimentos internos na Pernod Ricard. Políticas adicionais podem estar implementadas na sua filial. Por favor, queira consultar a documentação na página 26.



### Falta algo?

Fizemos o nosso melhor para redigir este Código da forma mais compreensível para o leitor, com o mínimo possível de termos legais. Esperamos que você aprecie este esforço! Contudo, o que isso significa é que este documento não pode abranger todas as questões éticas ou cada situação difícil que você venha a enfrentar. Você encontrará informação de onde procurar orientação na página 23, como reportar uma preocupação na página 24, e a lista de políticas complementares na página 26.

\*O que nós apoiamos

\*\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



# As nossas regras de ouro

*Realizaremos a nossa ambição de liderança ao agir com integridade, a cada passo do caminho.*

## *No nosso negócio*

- › **Nós nunca oferecemos ou aceitamos** subornos de qualquer espécie.
- › **Nós nunca oferecemos ou aceitamos** presentes ou hospitalidade inadequados.
- › **Vetamos os nossos parceiros** minuciosamente, de modo a podermos trabalhar juntos com um espírito de confiança mútua.

## *No nosso comércio*

- › **Conseguiremos** a nossa posição de liderança através de uma concorrência leal.
- › **Cumprimos** todas as leis aplicáveis incluindo leis que regem exportações e importações globais e as suas sanções.
- › **Nós agimos** no melhor interesse da Pernod Ricard.
- › **Utilizamos** os recursos colocados à nossa disposição pela Pernod Ricard de forma responsável.
- › **Somos cautelosos** naquilo que dizemos, escrevemos e partilhamos.
- › **Comunicamos** aos nossos parceiros de negócios informação clara e correta.
- › **Utilizamos dados** para expandir o nosso negócio, mas só usamos o que precisamos.

## *No nosso local de trabalho*

- › **Criamos** um local de trabalho seguro para todos.
- › **Acreditamos** que diversidade, igualdade, e inclusão estão no coração do nosso espírito coletivo como “Créateurs de Convivialité”.
- › **Cuidamos uns dos outros e lutamos para eliminar** acidentes de trabalho, perigos e doenças.
- › **Desejamos criar** um mundo mais convivial, um mundo sem excessos.
- › **Lutamos para garantir** respeito pelos direitos humanos e direitos no trabalho.





Introdução

**Como nos comportamos**

No nosso negócio

No nosso comércio

No nosso local de trabalho

Como cumprimos o Código

# Como nos comportamos





No nosso negócio

# Impedir suborno e corrupção

Conseguimos a nossa liderança graças à nossa gente, aos nossos produtos, marcas, criatividade, modelo de negócio, convivência e estratégia. E é isso. Nunca oferecemos nem aceitamos pagamentos, incentivos, ou qualquer outra coisa que pretenda influenciar uma decisão de negócio.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- › Nunca ofereça, prometa ou dê algo de valor a um funcionário oficial ou qualquer outra pessoa com o intuito de fazê-la agir de forma incorreta.
- › Lembre-se que qualquer coisa de valor pode ser considerada um suborno. Isto inclui favores, uma promessa de emprego ou de doação para caridade.
- › Reporte qualquer tentativa de suborno.



**P: Um dos meus melhores clientes quer que eu contrate o seu filho como estagiário. O que devo fazer?**

**R:** Explique para o seu cliente que o nosso Código proíbe você de se envolver no processo de recrutamento e tudo que você pode fazer é partilhar o currículo dele com o departamento de RH.

**P: Preciso de uma entrega urgente de estoque para o Natal. O desembaraço aduaneiro pode demorar muito tempo. O funcionário da alfândega me disse que conhece uma forma especial de acelerar o processo em troca de um pagamento em dinheiro. A quantia é ridiculamente baixa.**

**R:** Pagamentos em dinheiro para realizar ou acelerar uma formalidade administrativa, conhecidos como pagamentos de facilitação, são estritamente proibidos de acordo com este Código. Você deve sempre recusar qualquer pedido desse tipo e informar ao seu gerente. A única exceção é caso essa recusa de pagamento colocar você em perigo físico inevitável.

*Nós nunca aceitamos quaisquer tipos de subornos.*



## O que se aplica a nós se aplica a terceiros agindo em nosso nome

A Pernod Ricard pode ser responsável pela ação de terceiros. Não devemos deixar terceiros fazer qualquer coisa ilegal em nosso nome.

\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



No nosso negócio

# Dar ou receber hospitalidades

É aceitável que você cultive um relacionamento com um cliente ou terceiros com presentes e hospitalidades apropriados. Não é aceitável que você os utilize para influenciar decisões de negócio, já que poderiam ser considerados como subornos.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- › Só troque presentes e hospitalidade razoáveis quando houver uma finalidade legítima de negócio.
- › Antes de oferecer ou aceitar presentes, sempre pergunte a você mesmo: como é que isto seria visto se tornado público?
- › Você deve obrigatoriamente procurar pré-aprovação quando se trata de presentes e hospitalidade envolvendo funcionários públicos.

**P:** A dona de um bar muito conhecido está considerando assinar um negócio exclusivo com um concorrente. Estou pensando em dar à ela e aos seus funcionários cartões-presente na esperança de a levar a fazer negócios conosco.

**R:** Não é uma boa ideia. Presentes em dinheiro ou seus equivalentes, tais como cartões-presente, são particularmente problemáticos. A sua jurisdição pode fazer restrições adicionais sobre dar itens de valor para revendedores. Consulte sistematicamente as suas equipes Jurídica ou de Compliance.

**P:** Um fornecedor com o qual trabalho com frequência me convidou para 2 dias de férias nas Bahamas para nos apresentar as suas últimas inovações. Eu posso aceitar?

**R:** Ser convidado por um fornecedor para descobrir as suas inovações é positivo, em princípio. Contudo, utilize o seu senso comum: se a viagem lhe parece desproporcional, não vá. Consulte a sua equipe Jurídica ou Compliance.

“Presentes e hospitalidade razoáveis são formas normais de fazer negócios. Contudo, nunca ofereça nem aceite presentes ou hospitalidade para influenciar as pessoas de modo impróprio.”



## Gifted!

Declare e procure pré-aprovação antes de oferecer presentes ou hospitalidade no Gifted, o nosso app dedicado, ou você pode usar o sistema equivalente na sua filial.



No nosso negócio

# Trabalhe de forma responsável com terceiros

Queremos fazer negócios com parceiros que partilham os nossos valores éticos. Realizamos Due Diligence nos nossos parceiros através do Partner Up, ou da ferramenta aprovada na sua filial, isso significa que você pode iniciar relacionamentos com os olhos abertos.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- Faça as devidas diligências para averiguar através do Partner Up (ou outra ferramenta escolhida pela sua filial) para garantir que os parceiros em potencial têm boa reputação e são confiáveis.
- Tenha por objetivo partilhar este Código e certifique-se que nossa cláusula de observância (disponível no MyPortal) está incluída no Contrato.
- Esteja atento a quaisquer pagamentos suspeitos ou/e qualquer conta pouco usual, ou contas localizada em paraísos fiscais. Isto pode indicar sonegação de impostos ou práticas de lavagem de dinheiro.



**P: Um dos nossos clientes perguntou se podia pagar através de uma mistura de várias contas diferentes, utilizando uma combinação de numerário e cheques. Isto é aceitável? O que devo fazer?**

**R:** Proceda com cautela. Pode ser parte de um esquema de sonegação de impostos ou uma tentativa de lavagem de dinheiro, um processo em que fundos obtidos de forma ilegal costumam parecer legítimos. Antes de continuar, pergunte ao seu gerente e peça conselho aos seus contatos no Departamento Jurídico ou no de Compliance.

**P: Preciso lançar um produto muito rapidamente. Tenho uma agência de marketing inovadora que poderia nos ajudar com uma campanha brilhante se eu assinar hoje. Posso ir adiante agora?**

**R:** Você deve ser cauteloso antes de se precipitar numa nova relação de negócios. Você deve seguir o processo Partner Up ou utilizar ferramenta semelhante aprovada pela sua filial. Essa é a melhor forma de dar início ao seu projeto enquanto protege a Pernod Ricard. Como regra geral, não faça nada com o dinheiro da companhia que você não faria com o seu.

**P: Um consultor com quem tenho trabalhado, pediu para ser pago numa conta offshore. Posso fazer esse pagamento?**

**R:** As contas offshore podem ser usadas para sonegar impostos. Este pedido parece suspeito. Você deve consultar o seu diretor financeiro e/ou os seus contatos no Departamento Jurídico ou de Compliance.

“Nós submetemos os nossos parceiros a uma análise (Due Diligence), de forma a podermos trabalhar num espírito de confiança mútua.”



## Elevando a consciência

Através de escolha de nossos fornecedores e do processo de due diligence, almejamos ter uma consciência cada vez maior no âmbito contratual, mas também dos direitos humanos e leis laborais, saúde & segurança, impacto ambiental, consumo de álcool responsável, integridade, evasão fiscal e práticas de negócio justas.

\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



No nosso comércio

# Concorra com lealdade

Estamos empenhados em promover a concorrência leal. Não vamos tolerar acordos, troca de informação comercial sensível ou quaisquer outras práticas que poderiam atrapalhar a concorrência. Não discutimos temas comerciais sensíveis com terceiros e muito menos com concorrentes.

## 4 REGRAS IMPORTANTES

- › Nunca entre em acordos por escrito ou verbais com concorrentes (por exemplo, para fixar preços, excluir um concorrente ou dividir um mercado).
- › Acordos exclusivos para distribuição e acordos que contêm restrições territoriais ou cláusulas de “não-competição” devem sempre ser considerados com cuidado. Consulte o seu Departamento Jurídico local ou a área de Compliance nesses casos.
- › Certifique-se que quaisquer informações que você receba sobre um concorrente vem de uma fonte publicamente disponível ou que foi obtida legalmente.
- › Só podemos recomendar, e nunca exigir, o preço final de revenda dos nossos produtos comercializados pelos nossos clientes.

**?** P: Eu me encontro com o meu antigo chefe do meu emprego anterior. O ambiente relaxante é uma oportunidade para ela me perguntar sobre a minha nova posição na Pernod Ricard. As perguntas que se seguem são sobre as nossas estratégias de mercado para os próximos meses.

**R:** O fato de você ter uma relação existente com essa pessoa não deve fazer com que você baixe a sua guarda. Lembre-se que você não deve nunca partilhar informação sensível com concorrentes, ou qualquer outra pessoa.

**P:** Eu fui convidado para o jantar anual de uma associação comercial. Alguns dos meus colegas da concorrência estão sentados na minha mesa. Depois de alguns minutos, um dos convidados menciona o assunto de preços.

**R:** Este tipo de situação pode ser contraproducente para a concorrência e é contra a lei da concorrência. Se você algum dia for confrontado com essa situação, procure aconselhamento jurídico imediato, se possível. Se não for possível, diga aos outros convidados que você acha que essa conversa não é compatível e se a conversa continuar, peça licença e se retire e solicite à pessoa que está anotando a minuta, se houver, que registre a sua saída e contate prontamente a equipe de Compliance.

“Vamos merecer a nossa posição de liderança através de uma concorrência leal.”



## Tenha cuidado com o que você diz e escreve

Não faça referências à Pernod Ricard como sendo “dominante” num determinado mercado, já que isso é um assunto jurídico complexo, de análise econômica e tem consequências legais.

\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



No nosso comércio

# Siga as regras comerciais globais

A Pernod Ricard é um grupo global e está empenhado em cumprir com as leis complexas de exportações e importações globais, inclusive as sanções comerciais, tais com embargos, congelamento de bens, restrições e proibições. Novos regimes de sanções podem ser implementados e pôr em risco relacionamentos e projetos existentes ou futuros. Seja vigilante e peça orientação.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- › Esteja atento a qualquer negociação que inclua componentes americanos (operações, prestadores de serviços, pessoas) e o Havana Club. Se você identificar qualquer ligação em potencial, direta ou indireta com os EUA quando estiver trabalhando em qualquer projeto envolvendo o Havana Club, consulte sempre as equipes do departamento Jurídico ou a área de Compliance.
- › Os regimes de sanções são complexos e estão sempre evoluindo. Consulte o Departamento Jurídico ou a área de Compliance antes de lidar com países ou indivíduos pertencentes a países sancionados ou embargados e partes interessadas.
- › Avalie parceiros através do Partner Up ou a ferramenta aprovada pela sua filial para evitar violar qualquer sanção ou restrição comercial.

**P:** Uma nova companhia americana de tecnologia poderia nos ajudar nas nossas metas de marketing de forma mais eficaz. O Grupo planeja comprar uma licença global e estendê-la a todas as nossas marcas. Boas notícias?

**R:** Sim, mas já que esse fornecedor é dos EUA, algumas das nossas marcas não vão poder usar essa solução tecnológica. Você deveria checar com as equipes Jurídica e de Compliance se essa seria a melhor solução para o Grupo. Tenha cuidado com as ferramentas de TI: se algum componente é dos EUA, não pode ser utilizado em Cuba!

**P:** Queremos desenvolver ainda mais os runs Havana na Europa. Nossa agência de marketing sugere promovê-los em um próximo festival de música que também é patrocinado por uma renomada marca de refrigerantes dos EUA. Podemos avançar?

**R:** Sim, mas você deve garantir que não haverá “co-branding” ou ativações comuns entre as duas marcas durante o Festival. Como as empresas norte-americanas geralmente são proibidas de negociar com produtos de origem cubana, você não poderá estabelecer nenhum relacionamento comercial com essa marca de refrigerantes.



## Não julgue uma garrafa pelo seu rótulo

A Absolut Company (TAC) é propriedade de uma subsidiária da Pernod Ricard sediada nos EUA. Como tal, consoante as leis de comércio global, algumas das nossas marcas, tais como a Havana Club, não podem trabalhar diretamente com a TAC.



No nosso comércio

# Seja leal e transparente

Devemos evitar situações em que os nossos interesses pessoais e relacionamentos entrem em conflito com os interesses da Pernod Ricard. A mera aparência de um conflito de interesses, se não for divulgado, pode abalar a reputação da Pernod Ricard, assim como a sua.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- › Divulgue qualquer possível conflito de interesses na Clear Up, nossa ferramenta dedicada, o mais rápido possível. A situação pode surgir de seu relacionamento com um membro da família, uma pessoa próxima ou um negócio específico.
- › Informe o seu gerente e procure se aconselhar antes de iniciar qualquer atividade que apresenta um conflito de interesse ou a aparência do mesmo.
- › Esteja atento antes de se engajar em qualquer atividade profissional fora do seu emprego na Pernod Ricard.

**P:** Eu fui contratado recentemente pela Pernod Ricard e a minha namorada trabalha para um dos nossos principais concorrentes. Esta situação cria um conflito de interesse?

**R:** Não necessariamente, mas você deve divulgar a situação na Clear Up.

**P:** O meu primo fundou uma agência de marketing digital. Eu estou objetivamente convencido que a abordagem inovadora deles poderia nos ajudar na nossa próxima campanha de comunicação. Posso sugerir esta agência para a minha equipe?

**R:** Sim. Entretanto, independentemente da qualidade e da reputação dessa agência, a situação cria a aparência de um conflito. Você deve informar seu gerente e se retirar do processo de seleção. Você deve divulgar a situação na Clear Up e implementar a medida de atenuação relacionada que será recomendada.

**P:** Eu sou abstinente. Fui abordado por uma ONG anti-álcool. Esta ONG promove a proibição completa de qualquer forma de consumo de bebidas destilada. Eu posso me juntar a eles?

**R:** Respeitamos a escolha de cada um ingerir álcool ou não, mas seria problemático se você aderisse a um grupo que promove interesses que estão em conflito direto com os negócios da Pernod Ricard. Fale com as suas equipes de Compliance.

“Somos todos supostos agir em consonância com os melhores interesses da Pernod Ricard.”



## VOCÊ NÃO TEM CERTEZA SE UMA SITUAÇÃO É UM CONFLITO DE INTERESSES?

### PERGUNTE A SI MESMO(A):

- Algum parente ou eu próprio(a) poderia **se beneficiar, ou parecer se beneficiar**, do meu envolvimento nessa situação?
- Meus interesses pessoais ou os de meus parentes poderiam **afetar minhas decisões de negócios?**
- Eu **agiria de forma diferente** sem essas considerações pessoais?
- Minha participação nessa atividade poderia **interferir, ou parecer interferir**, na maneira como eu deveria realizar meu trabalho?
- Minhas decisões poderiam **ser questionadas** ou vistas como **não sendo do interesse da Pernod Ricard?**
- Isso parece **errado?** Eu me sentiria constrangido(a) se a situação **viesses à tona?**

Se você respondeu “sim” a qualquer uma dessas perguntas, provavelmente deve denunciar na Clear Up.

Você ainda não tem certeza? Entre em contato com a equipe de Ética e Conformidade para esclarecer qualquer dúvida.



### Tornando-se amigos

Seja cauteloso, um relacionamento de negócios que evoluiu para uma amizade pode ser uma fonte de conflito ou criar a aparência de um conflito de interesses.

\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



No nosso comércio

# Proteja os bens da Pernod Ricard

Os nossos bens são preciosos: sejam eles tangíveis (laptops, celulares...) ou intangíveis (dados de caráter pessoal, informação financeira, informação técnica, ou propriedade intelectual). Devemos protegê-los.

## 4 REGRAS IMPORTANTES

- › Use os bens e recursos da Pernod Ricard com cuidado e somente para fins legítimos de negócios.
- › Dados & informação devem ser usados de acordo com a ética de dados.
- › Verifique com o Grupo IP Hub quando estiver trabalhando num novo produto, marca ou slogan.
- › Proteja suas senhas de acesso aos bens da Pernod Ricard – isso inclui aparelhos eletrônicos.



**P: Meu cliente deixou a seu pen drive no meu escritório. Pode ser que eu encontre algo útil ali...**

**R:** É terminantemente proibido, não é seguro utilizar um pen drive que não foi fornecido pela sua equipe TI.

**P: Temos um nome interessante para uma nova marca. Como podemos protegê-lo?**

**R:** As nossas marcas são o nosso bem mais precioso. Torná-las únicas e distintas são a melhor forma de protegê-las. Contate o IP Hub do Grupo para garantir todos os direitos de Propriedade Intelectual relevantes.

*“Utilizamos os recursos que são disponibilizados pela Pernod Ricard de modo responsável.”*



## Como é que você trata os seus bens?

Seja um laptop, um telefone celular, acesso à internet, dados de negócio, marcas registradas ou até mesmo um edifício, esperamos que você trate nossos bens e os dos seus parceiros tão bem quanto trata os que são sua propriedade.



## No nosso comércio

# Seja convívial, mas não compartilhe demais

Apesar de estarmos orgulhosos de fazer parte da Pernod Ricard e gostarmos de nos vangloriar dos nossos sucessos, devemos manter informação confidencial ou sensível para nós mesmos e em sigilo. Devemos também estar cientes de que certos assuntos sensíveis podem ser particularmente complexos. Portanto, não devemos enquanto profissionais nos posicionar sobre os mesmos em público.

**3 REGRAS IMPORTANTES**

- Guarde para você toda e qualquer informação confidencial ou patenteada da empresa.
- A menos que seja especificamente aprovado, conforme indicado na árvore de decisão, não faça declarações sobre questões delicadas, tais como:
  - Crenças religiosas;
  - Questões morais relacionadas à vida e à morte;
  - Conflito armado; rebelião/insurreição; ataques terroristas;
  - Política partidária/eleições;
  - Questões de raça/etnia e gênero não cobertas pela Política de D&I da Pernod Ricard;
  - Desastres naturais em que o posicionamento corporativo deve ser cuidadosamente avaliado.
 Consulte a Política de Declarações Corporativas para obter mais informações.
- Seja responsável ao postar sobre assuntos relacionados com álcool na mídia social.

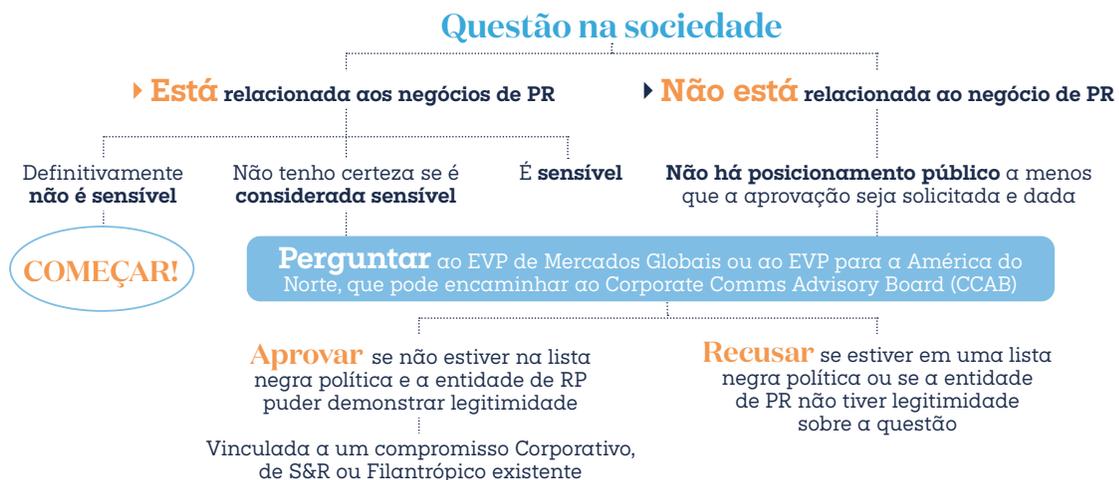
**P:** Eu tenho acesso a informação não-pública sobre as aquisições que serão realizadas em breve pela Pernod Ricard, de uma start-up que pode muito bem mudar a cara da convivialidade. Eu sei que não posso comprar ações com base nesta informação, mas posso fazer uma recomendação para outra pessoa comprar ações da Pernod Ricard se eu não mencionar essa transação?

**R:** Claramente “Não”. Dar uma “dica” para finalidades de trading (negociar ações em bolsa) é uma quebra da confiança que estabelecemos com os nossos investidores e com o mercado regulador. Utilizar informação interna a fim de negociar em bolsa títulos da Pernod Ricard chama-se “Insider Trading” e você pode ser severamente punido.

**P:** Eu tenho um forte posicionamento sobre um assunto referente à sociedade em que vivo que tem dividido o país. Gostaria de afirmar a minha posição nas minhas contas pessoais na mídia social. Está certo? Posso decidir por conta própria?

**R:** Claro que sim, você pode manifestar as suas opiniões nas suas contas pessoais na mídia social. Contudo, nunca emita opiniões sobre assuntos sensíveis quando estiver

## Como decidir se uma entidade/porta-voz de PR deve comentar ou se posicionar sobre uma questão na sociedade: árvore de decisão



**P:** representando a Pernod Ricard (por exemplo, no LinkedIn), porque as suas opiniões pessoais sobre um determinado assunto podem lhe parecer justas, mas podem ser ofensivas para outros. Muitas dessas questões exigem um julgamento e, por serem sensíveis, a aprovação deve ser solicitada no nível do comitê executivo.

**Há uma grande polêmica política ocorrendo neste momento no meu país.**

**P:** Eu acho que seria positivo para a Jameson tomar partido nisso. Devo trabalhar com o setor de marketing para criar ativos para essa finalidade?

**R:** Não, absolutamente não. Isto é normalmente contraproducente, as nossas marcas não devem ser usadas para fins divisivos ou polarizantes em questões do foro religioso, sobre guerra ou partidos políticos, por exemplo.

**P:** Devemos iniciar um debate no escritório?

**R:** Os funcionários devem se abster de iniciar debates oficiais sobre questões sensíveis em um contexto profissional, a menos que a discussão seja necessária para a operação de nossos negócios (conforme determinado pelo CODI da afiliada relevante).



No nosso comércio

# Comunique aberta e sinceramente

Nós nos esforçamos para transmitir mensagens claras, consistentes para os nossos colegas de trabalho, clientes, investidores, autoridades públicas e outras partes interessadas, assim como para o público em geral. Uma comunicação aberta e honesta estabelece confiança nos nossos relacionamentos e valoriza a nossa reputação.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- Registre todas as transações e submeta qualquer arquivo ou relatório pontualmente.
- Certifique-se de que a informação que você presta é abrangente, correta e fácil de compreender.
- Certifique-se de que qualquer descrição dos nossos produtos e serviços assim como qualquer reclamação sobre os mesmos são verdadeiros.



**P:** Os números das minhas vendas mensais são decepcionantes. Seria errado inflacionar os meus resultados um pouco, já que tenho a certeza que posso compensar no mês que vem?

**R:** Sim, seria errado. Manipular os números de vendas dá uma falsa impressão do desempenho do nosso negócio para os nossos investidores, podendo gerar sanções e prejudicar a nossa reputação.

**P:** Um dos meus clientes me pediu para emitir falsas faturas para evitar certos impostos. Ele tem passado por um período econômico difícil. Isto poderia ajudá-lo sem acarretar maiores consequências para nós.

**R:** Fazer uma declaração falsa para uma autoridade fiscal ou emitir uma fatura falsa é proibido. A Pernod Ricard não promove qualquer forma de evasão fiscal e se recusa a participar em qualquer atividade fraudulenta ou qualquer combinação fiscal irregular.

**P:** Um dos meus fornecedores informou que pode reduzir o custo dos materiais, se nós importarmos bens utilizando um código de classificação diferente porque tem uma taxa aduaneira mais baixa. Eles dizem que irão alterar a descrição para evitar quaisquer perguntas da alfândega.

**R:** Utilizar o código errado deliberadamente equivale a uma declaração fraudulenta e pode resultar em penalidades e até em sentenças criminais em algumas jurisdições. Peça orientação à sua equipe especializada em questões alfandegárias, em Impostos ou Jurídica, antes de dar quaisquer instruções de liberação alfandegária.



## Seja honesto

Um só ato enganoso ou desonesto pode prejudicar seriamente um relacionamento. Portanto, certifique-se que você compreende as suas responsabilidades e atue sempre de boa-fé com os nossos parceiros de negócios.



No nosso comércio

# Utilize dados pessoais com respeito

Os dados pessoais são o combustível que alimenta muitas das nossas ferramentas digitais. Devemos sempre processar dados pessoais de forma segura, confidencial e justa para cumprir com a legislação aplicável e ganhar a confiança dos consumidores.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- Sempre se pergunte se os dados pessoais que você está coletando são necessários para a finalidade que você quer alcançar, e se você os está utilizando para um fim comercial legítimo.
- Seja transparente no seu uso de dados pessoais e, quando relevante, obtenha o consentimento das pessoas.
- Verifique os processos e procedimentos internos antes de compartilhar os dados pessoais dos seus funcionários, clientes ou fornecedores com terceiros.

**P:** Estou desenvolvendo um website novo para a marca com a ajuda de uma agência externa. A agência se oferece para identificar e instalar todos os cookies relevantes no website para mim. Eu não tenho que verificar nada. Isso não é perfeito?

**R:** Você deve sempre supervisionar o que os seus contratantes se propõem fazer, em seu nome, com quaisquer dados pessoais (inclusive quando utilizando cookies). A Pernod Ricard deve ser sempre quem decide quais cookies podem constar dos nossos websites e como devem ser utilizados. Se tiver dúvidas consulte o seu Departamento Jurídico e/ou o seu Departamento de Compliance.

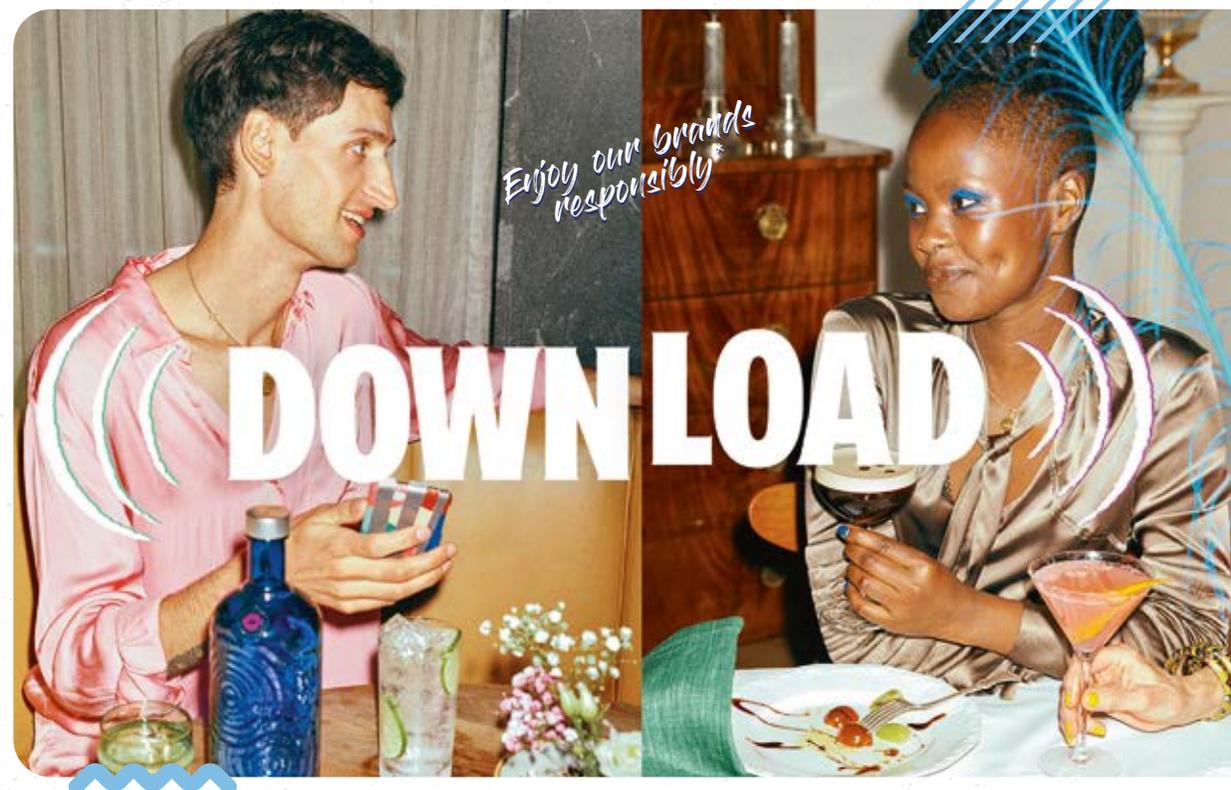
**P:** Eu estou recrutando um novo membro da equipe. Encontrei uma candidata promissora, mas soube que ela tem problemas de saúde. Posso escrever isso no meu relatório para o meu diretor?

**R:** Alguns dados pessoais são matéria muito sensível e sujeitos a várias restrições legais. Isso inclui dados de saúde. Você não deve coletar esse tipo de dados sensíveis, a menos que seja parte de um processo bem definido e que tenha sido aprovado pela equipe da sua afiliada.

**P:** Eu recebi um pedido de acesso a dados de um consumidor. Eu não estou no departamento de atendimento a clientes. Posso simplesmente ignorá-lo?

**R:** A equipe Jurídica e/ou de Privacidade de Dados deve ser informada imediatamente sobre este pedido. Eles vão garantir que o mesmo será processado corretamente.

“Nós utilizamos dados para expandir o nosso negócio, mas só usamos o que precisamos.”



## Nada é pequeno demais para ação!

Em caso de dúvida sobre dados pessoais, consulte o Encarregado do Grupo de Proteção de Dados da Pernod Ricard/Responsável por Proteção de Dados através da rede do Grupo Privacy Champions.

\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável



No nosso local de trabalho

# Seja gentil e respeitoso

Na Pernod Ricard, nós asseguramos que todos são tratados com dignidade e respeito. Isso é parte do nosso espírito convivial. Da mesma forma, qualquer comportamento ofensivo, incluindo mas não limitado a assédio, é terminantemente proibido no nosso local de trabalho e da nossa esfera de influência, e tratamos com a maior seriedade qualquer comportamento que possa ser considerado humilhante ou hostil.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- > Trate os seus colegas e parceiros de negócios com cortesia e respeito.
- > Aplique a política anti-assédio e antibullying da Pernod Ricard ao reportar qualquer conduta imprópria.
- > Um comportamento que não é aceitável numa reunião de negócios, tampouco é aceitável num evento social.

- ?** **P:** Estamos sob imensa pressão. O meu gerente contata os membros do time tarde da noite ou durante o final de semana. Ele visa especialmente uma das minhas colegas, criticando o trabalho dela na frente da equipe. Parece que ela terá uma crise nervosa muito em breve. Como posso ajudar a minha colega?
- R:** Comprendemos trabalhar sob pressão, mas não toleramos bullying ou assédio. Se você acha, de boa-fé, que houve transgressão, experimente falar com o seu gerente ou diretamente com os RH, ou utilize a linha Speak Up para reportar esta situação.
- P:** Num evento de trabalho, um dos meus colegas agiu de forma inapropriada comigo. Quando eu reagi confrontando-o, ele disse que era apenas uma brincadeira e que eu deveria ter mais "senso de humor"! O que é que eu devo fazer a respeito?
- R:** Qualquer tipo de assédio, seja sexual ou não, é inaceitável, seja num contexto de trabalho ou social. Socializar não significa baixar nossos padrões éticos. Você deve reportar a situação imediatamente para o seu gerente ou diretamente para o RH ou através da linha Speak Up.



“Nós criamos um ambiente seguro para todos.”



## Convivência no trabalho

Nós criamos um ambiente em que todos se sentem seguros para contribuir com ideias novas, tentar algo de novo e demonstrar inovações à sua equipe. Valorizamos os relacionamentos simples e diretos que inspiram confiança, dão apoio e colaboração.



No nosso local de trabalho

# Valorizamos a diversidade e a inclusão

Construir uma cultura inclusiva é a forma em que a diversidade vai frutificar e trazer os seus benefícios. Incentivamos atitudes abertas, de cooperação e comunicação transparente. Desta forma podemos todos nos sentir bem-vindos e sermos verdadeiramente nós mesmos na Pernod Ricard.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- Apoie o compromisso da Pernod Ricard com a diversidade e inclusão, e promova esses compromissos nos seus relacionamentos com fornecedores, clientes e quaisquer outros parceiros de negócios.
- Promova a justiça e a igualdade de oportunidades para o emprego e a promoção, com base exclusivamente nas qualificações e habilidades.
- Manifeste-se (use Speak Up) quando você testemunhar ações e comportamentos que não são consistentes com os nossos valores.



**P:** Um cliente se recusa a falar com um dos membros da minha equipe. Ele não toma conhecimento da presença dela e desvaloriza tudo o que ela diz. Eu acredito de boa-fé que isso tem a ver com a etnia da minha colega. Que tipo de providência posso tomar?

**R:** Nós escolhemos trabalhar com pessoas que partilham os nossos valores e princípios. Se um dos seus clientes está aparentemente se comportando de forma racista, você deve reportar isso ao seu gerente, RH ou à equipe de Compliance.

**P:** Um dos meus colegas gosta de ser provocativo e às vezes conta "piadas" com teor sexual. As pessoas parecem achar engraçado, mas pessoalmente acho isso ofensivo. O que devo fazer?

**R:** Podemos aceitar uma piada, mas no local de trabalho uma piada ofensiva nunca tem graça. Faça o seu colega saber que você se sente ofendida pelos comentários dele. Caso ele não pare, informe o seu gerente e o RH sobre a situação ou reporte isso no Speak Up.

*“Nós acreditamos que a diversidade e a inclusão estão no coração do nosso espírito coletivo como “Créateurs de Convivialité”.”*



## Viva sem rótulos

Espelhar a diversidade da nossa sociedade e dos nossos clientes nos permite recriar a magia dos laços entre seres humanos, em que as pessoas são abertas e permitem a diferença para nos conectarmos uns com os outros, e não para nos separar.



No nosso local de trabalho

# Crie um ambiente de trabalho seguro

A política da Pernod Ricard para Saúde Global & Política de Segurança baseia-se na nossa visão como “Créateurs de Convivialité”. O Grupo está, portanto, empenhado em desenvolver uma cultura em que todos têm um papel a desempenhar e no qual os funcionários se responsabilizam pela sua própria segurança e pela dos seus colegas de trabalho.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- › Tome todas as precauções para manter um ambiente de trabalho seguro e saudável.
- › Garanta que não estamos nos colocando ou aos outros em risco com as nossas ações.
- › Reporte as ocasiões em que, quase ocorreram condições ou comportamentos pouco saudáveis ou pouco seguros.



**P:** Eu tenho uma preocupação quanto à segurança. Mas tenho receio que mencionar isso irá desacelerar a nossa produção. Não quero pôr em risco o nosso negócio. O que devo fazer?

**R:** A saúde e a segurança são sempre prioritárias. Você deve reportar quaisquer preocupações com saúde e segurança imediatamente, mesmo que signifique desacelerar a produção, não cumprir um prazo ou perder uma oportunidade de negócio.

**P:** Estou preocupado com um colega que parece estar terrivelmente estressado neste momento. Ele não cumpriu uns dois prazos recentemente e parece estar fora de si. Como posso me certificar que ele está bem para cuidar do nosso negócio?

**R:** Nós nos importamos com os nossos colegas e com o seu bem-estar físico e mental. Devemos lidar com situações como essa com grande sensibilidade. Você deve contatar o seu gerente e o RH antes de tomar qualquer providência.



*Nós nos esforçamos por eliminar acidentes de trabalho, perigos e doenças.*



## Cuidando Uns dos Outros

A nossa Política de Saúde & Segurança Global está centrada em desenvolver uma cultura em que a segurança está no coração da convivência. “Taking care of each other” está tornado a Pernod Ricard um local de trabalho mais seguro.



No nosso local de trabalho

# Bring Good Times from a Good Place\*

Como “Créateurs de Convivialité”, acreditamos verdadeiramente na arte da partilha em tudo o que fazemos. Nossa meta é trazer “Good Times from a Good Place” ao proteger a natureza, valorizar as pessoas, ajudar a preservar recursos naturais, combater o abuso do álcool e criar valores partilhados para todos os nossos parceiros de negócios. Nosso planejamento está integrado em todas as nossas atividades desde o grão até copo.

## 3 REGRAS IMPORTANTES

- Promova o nosso roteiro de Sustentabilidade & Responsabilidade (S&R) em todos os momentos.
- Os nossos produtos vêm da Natureza e é o nosso dever proteger e regenerar os recursos naturais.
- Partilhe calor, cuidado e respeito pelas pessoas em todas as ocasiões, e sempre se comporte com responsabilidade em todos os momentos de convivência.



## Speak Up

A política de “whistleblowing” (denúncia) da Pernod Ricard também inclui a possibilidade de reportar, de boa-fé, quaisquer práticas que possam ser potenciais violações do meio ambiente.



\*Traga Bons Momentos de um Bom Lugar



Almejamos eriar um mundo mais convivial, um mundo sem excesso.”



**P:** Eu estou na festa de Natal da empresa, alguns colegas já beberam dois copos cheios em 10 minutos, devo fazer alguma coisa?

**R:** Sim! Lembre a eles que vendemos as melhores marcas da indústria, que são mais apreciadas pelo seu gosto e qualidade quando degustadas devagar; incentive-os a adotar um ritmo mais lento para os seus drinks e beber água ou outras bebidas não-alcóolicas. Sobretudo, garanta que não voltem para casa dirigindo!

**P:** Eu tenho notado que há um vazamento no mar perto do nosso local de produção, o meu gerente não quer tomar providências. O que devo fazer?

**R:** Você deve reportar isso ao Grupo já que o nosso roteiro de S&R é uma prioridade-chave e devemos prevenir quaisquer infrações legais em termos de meio ambiente. Por favor, utilize a ferramenta Speak Up, para reportar, de boa-fé, quaisquer potenciais violações de práticas ambientais.



## O nosso desempenho S&R

A Pernod Ricard publica todos os anos o seu relatório de desempenho S&R (metas, ações, KPIs) e a sua contribuição para as os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) das Nações Unidas (UN Sustainable Development Goals-SDGs) e princípios no seu Documento Universal de Registro.



Introdução

Como nos comportamos

No nosso negócio

No nosso comércio

No nosso local de trabalho

Como cumprimos o Código

# Como *cumprimos* o Código



# Procure orientação

Incentivamos todos a denunciar (Speak Up) e procurar orientação sobre os tópicos abrangidos pelo nosso Código. Você deve fazer uma pergunta e se sentir confortável ao reportar de boa-fé através de qualquer canal. Você pode ter a certeza que o seu relato será tratado com seriedade tão rápido e confidencialmente quanto possível.

Utilize o seu julgamento, pergunte a você mesmo:

A minha decisão é consistente com a lei, com este Código e/ou com qualquer outra política da Pernod Ricard?

A minha decisão é consistente com a nossa visão e os nossos valores?

Estou disposto a ser responsabilizado por esta decisão?

A minha decisão terá um impacto positivo na Pernod Ricard?

Eu me sentiria confortável se a minha decisão fosse partilhada com os meus colegas de trabalho e com os parceiros de negócios fora da Pernod Ricard?

Se a resposta a qualquer destas perguntas for "não", ou se você está em dúvida, por favor peça orientação.

Com quem posso falar?

- > Meu gerente,
- > Meu Departamento Jurídico Local ou com a equipe de Compliance,
- > Meu Departamento de Recursos Humanos.

## Trabalhando com a equipe de Compliance da Pernod Ricard

Esta equipe de Compliance é uma parceira para todos na Pernod Ricard. Se você está navegando numa área nebulosa na qual sente que algo não está bem, então você não encontrou a resposta no Código ou em outras políticas, consulte a equipe para obter apoio.



## Speak Up

A Pernod Ricard oferece aos seus funcionários o Speak Up: um canal seguro que funciona 24/7 para responder a questões de ética, permitindo que cada funcionário possa reportar de boa-fé quaisquer violações a este Código de Conduta de Negócios, assim como quaisquer condutas ilegais.



# Reporte sobre SpeakUp

Qualquer pessoa que trabalha conosco, seja um funcionário, um colaborador externo ou ocasional (estagiários, provedores de serviços, etc.) assim como os nossos clientes, fornecedores e intermediários pode utilizar Speak Up para relatar uma preocupação.

- Speak Up está aberto para você reportar de boa-fé e da maneira mais precisa possível para permitir uma verificação efetiva e operacional das alegações levantadas.
- Speak Up pode receber uma variedade de tipos de arquivo (tais como escrito, fotográfico, ou arquivos áudio).
- Speak Up está disponível 24/7 em praticamente todos os idiomas.
- Todos os relatórios são seguros e mantidos como estritamente confidenciais.

Um funcionário que faça um relatório de má-fé pode estar sujeito a ser processado e ser alvo de sanções disciplinares por parte do Grupo.



## Confie na Pernod Ricard

A Pernod Ricard tem uma política de tolerância-zero sobre retaliação contra qualquer pessoa que tenha reportado uma alegação ou apoiado uma investigação de boa-fé. Qualquer forma de retaliação será tratada com grande seriedade e pode resultar em sanções disciplinares ou processo judicial, de acordo com a legislação local.

### O que acontece com o seu relatório?



RESPOSTA AO DENUNCIANTE



# Promova o nosso Código

## Como funcionário da Pernod Ricard

### › Esteja informado

- › Leia com atenção o Código de Conduta de Negócios e qualquer outra política da Empresa que está relacionada com as responsabilidades do seu cargo.
- › Compreenda como se aplica o Código e outras políticas da Empresa ao seu cargo.
- › Faça perguntas.

### › Seja Responsável

- › Compreenda as suas responsabilidades realizando treinamentos.
- › Speak up/Manifeste-se e aborde as suas preocupações sem medo de retaliação.

### › Cumpra o nosso Código

- › Violações da lei, deste Código ou de quaisquer outras políticas da Empresa podem resultar em ação disciplinar e até com o término do seu emprego.

## Como gerente da Pernod Ricard

### › Lidere pelo exemplo

- › Inspire sua equipe a seguir este Código.
- › Promova e mantenha uma cultura de integridade.

### › Dê o tom

- › Fale abertamente sobre a importância de manter a ética e a integridade nos negócios.
- › Ouça sem exprimir qualquer juízo de valor quando um funcionário lhe faz uma pergunta ou manifesta uma preocupação sobre uma possível má conduta.

### › Reporte problemas

- › Reporte qualquer má conduta de que você tenha conhecimento.





# Quer saber mais?



Available on MyPortal

## Como nos comportamos no nosso negócio

- › Política antissuborno / *Anti-bribery Policy*
- › Diretrizes para Lobbying / *Lobbying guidelines*
- › Procedimento Global Due Diligence / *Global Due Diligence Procedure*
- › Modelo de cláusula de conformidade / *Compliance clause templates*
- › Normas dos Fornecedores / *Supplier Standards*

## Como nos comportamos no nosso comércio

- › Código para Comunicações Comerciais / *Code for Commercial Communications*
- › Política Global de Consumo de Álcool Responsável / *Global Responsible Drinking Policy*
- › Política de Lei da Concorrência / *Competition Law Policy*
- › Política Anti-Lavagem de Dinheiro / *Anti-Money Laundering Policy*
- › Política de Conflito de Interesses / *Conflict of Interest Policy*
- › Política Fiscal / *Tax Policy*
- › Código de Conduta para a Prevenção de Má Conduta Interna / *Code of Conduct for the Prevention of Insider Misconduct*
- › Política de Privacidade de Dados / *Data Privacy Policy*
- › Propriedade Intelectual 10 Regras de Ouro / *Intellectual Property 10 Golden Rules*
- › Política de Ativos de TI Aceitáveis / *IT Assets Acceptable Policy*

## Como nos comportamos no nosso local de trabalho

- › Política Ambiental Global / *Global Environmental Policy*
- › Política de Direitos Humanos Global / *Global Human Rights Policy*
- › Política de Saúde e Segurança Global / *Global Health & Safety Policy*
- › 2030 S&R Roadmap / *2030 S&R Roadmap*

## Política Speak Up e whistleblowing (denunciante)

- › Política de Whistleblowing (denunciante) / *Whistleblowing Policy*
- › Guia Speak Up / *Speak Up Guide*



\*Aproveite as nossas marcas de modo responsável

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

Equipe para Ética & Compliance da Pernod Ricard



5 cours Paul Ricard 75008 Paris



Publicado em junho de 2022

