



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

What we stand for*

Кодекс деловой этики

*Наши цели
**Употребляйте наши бренды ответственно

Enjoy our brands
responsibly**



Содержание

Заявление генерального директора Pernod Ricard	03
Создание праздничного настроения	04
Наш Кодекс	05
Наши Золотые правила	06
Модель корпоративного поведения	07
<i>В бизнес-деятельности</i>	
Предотвращение взяточничества и коррупции	08
Получение и предоставление подарков и знаков гостеприимства	09
Ответственное взаимодействие с третьими сторонами	10
<i>В корпоративной деятельности</i>	
Честная конкуренция	11
Соблюдение международных правил коммерции	12
Лояльность и прозрачная деятельность	13
Защита активов	14
Рациональное дружелюбие в общении	15
Открытое и искреннее общение	16
Надлежащее обращение с персональными данными	17
<i>На рабочем месте</i>	
Любезность и уважение	18
Разнообразие и инклюзивность	19
Формирование безопасной рабочей среды	20
Bring Good Times from a Good Place*	21
Правила соблюдения корпоративного кодекса	22
Рекомендации	23
Предоставление информации в Speak Up	24
Продвижение нашего Кодекса	25
Хотите узнать больше?	26

*Моменты радости, созданные нашей заботой

**Употребляйте наши бренды ответственно



Alexandre Ricard
(Александр Рикар)
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
PERNOD RICARD

Заявление главного исполнительного директора

Уважаемые коллеги и деловые партнеры!

Наша репутация добросовестного профессионала служит нерушимым фундаментом, на котором была построена компания Pernod Ricard. Около 100 лет назад на юге Франции появилось производство пастилы, выросшее до мирового производителя превосходных спиртных напитков и вин, доступных сегодня более чем на 160 рынках.

Наряду с доверием и предпринимательским подходом, одной из основных ценностей группы также является соблюдение принципов профессиональной этики. Это еще один важный актив, требующий неустанной поддержки и защиты.

Наша цель — лидерская позиция на рынке, однако, отнюдь не любой ценой. Мы твердо уверены в том, что устойчивого успеха невозможно достичь без добросовестности. Именно поэтому мы продолжаем соблюдать политику абсолютного неприятия нарушения корпоративных этических стандартов. Этой позиции мы придерживаемся не только ввиду моральных соображений, но и потому, что наши потребители, сотрудники, деловые партнеры, сообщества и другие заинтересованные стороны ожидают этого от нас.

Соблюдая этот кодекс, вы будете способствовать долгосрочному успеху нашей группы.

В новой редакции этого кодекса описана наша позиция в отношении профессиональной этики и соблюдения нормативно-правовых актов. Кроме того, настоящая версия отличается исключительной простотой восприятия. Прочитайте кодекс, сверяйтесь с ним, обращайтесь за советом к коллегам и в юридический отдел.

Этот Кодекс регулярно обновляется и дополняется. Я, как и всегда, буду рад вашим отзывам.

С уважением,

Alexandre Ricard



Enjoy our brands responsibly*

Мы придерживаемся принципов дружелюбия в общении

Будучи создателями праздничного настроения («Créateurs de Convivialité»), мы стремимся превратить каждое социальное взаимодействие в подлинный, дружелюбный и ответственный обмен опытом. Наша задача состоит в том, чтобы раскрыть магию коммуникаций, ведь моменты радости создаются нашей заботой («Good times from a good place»).

Манифест создателей настроения

Мы придерживаемся принципов дружелюбия в общении, потому что наши компании, бренды и сотрудники твердо уверены в необходимости коммуникации для создания моментов радости. Дружелюбное общение объединяет людей всего мира, и мы гордимся тем, что принадлежим к мировому сообществу приверженцев создателей праздничного настроения. Мы поддерживаем друг друга, верим в друг друга и доверяем друг другу.

Мы ответственные, и это означает уважение друг к другу, нашим сообществам и нашей планете, поскольку мы стремимся к миру, в котором царит дружелюбное общение, без излишеств. В рабочей среде это предусматривает заботу друг о друге и соблюдение принципов профессиональной этики во всех сферах деятельности.

Мы успешны и являемся ведущим игроком в секторе вин и спиртных напитков. Наша долгосрочная перспектива направлена на лидерство в отрасли, инновации и устойчивый рост. Мы поддерживаем наш предпринимательский подход и трансформируем страсть к корпоративной бизнес-деятельности в эффективный результат. Наша децентрализованная бизнес-модель обеспечивает возможность для достижения наилучших результатов.

*Употребляйте наши бренды ответственно



Кодекс

*What we stand for**

В корпоративном Кодексе деловой этики описаны стандарты этичного и ответственного поведения в бизнес-среде. Мы ожидаем соблюдения такой модели поведения как от наших сотрудников, так и от наших деловых-партнеров. Кодекс упрощает процесс принятия решений каждый день.

Наши бренды представлены на более чем 160 рынках. Наша деятельность регламентируется обширной нормативно-правовой базой, некоторые положения действуют даже за рубежом. Следуя принципам этого кодекса и нашей политики, вы помогаете Pernod Ricard соблюдать эти законы, и, тем самым, способствуете устойчивости нашего успеха.

Нарушение Кодекса деловой этики **нашими сотрудниками** может привести к дисциплинарным взысканиям, включая увольнение.

Что же касается наших деловых партнеров, мы будем со всей серьезностью относиться к любому нарушению принципов и положений этого Кодекса при определении условий продолжения наших договорных отношений.



Хотите узнать больше?

Этот Кодекс относится к ряду внутренних политик и процедур Pernod Ricard. В вашем регионе могут действовать дополнительные правила. См. подробнее на стр. 26.



Чего-то не хватает?

Мы сделали все возможное, чтобы составить этот кодекс в максимально удобной для читателя форме, используя минимум юридических терминов. Надеемся, наш труд не останется для вас незамеченным. Однако стоит отметить, что этот документ не может решить все этические проблемы и неблагоприятные ситуации, с которыми вы можете столкнуться. Вы найдете информацию о том, где получить рекомендации, на странице 23, как сообщить о проблеме - на странице 24, а также список дополнительных политик на странице 26.

*Наши цели

**Употребляйте наши бренды ответственно



Золотые правила

Мы добьемся своей цели и станем лидером, действуя добросовестно на каждом этапе пути.

В бизнес-деятельности

- › Мы никогда не даем и не принимаем взятки.
- › Мы никогда не даем и не принимаем неуместные подарки или знаки гостеприимства.
- › Мы тщательно проверяем наших партнеров, поскольку предпочитаем доверительные партнерские отношения.

В корпоративной деятельности

- › Мы достигнем первенства путем добросовестной конкуренции.
- › Мы соблюдаем применимое законодательство, включая международные правовые нормы экспорта, импорта и санкций.
- › Мы действуем в интересах Pernod Ricard.
- › Мы ответственно используем предоставленные нам Pernod Ricard ресурсы.
- › Мы помним о том, что говорим, пишем и распространяем.
- › Мы предоставляем заинтересованным сторонам четкую и точную информацию.
- › Мы используем данные для расширения нашего бизнеса, ограничиваясь исключительно необходимыми сведениями.

На рабочем месте

- › Мы формируем безопасную рабочую среду для всех.
- › Мы считаем, что разнообразие, равенство и инклюзивность лежат в основе коллективной философии «Créateurs de Convivialité».
- › Мы заботимся друг о друге и стремимся исключить на производстве несчастные случаи, неблагоприятные факторы и заболевания.
- › Мы стремимся создать мир, в котором царит дружелюбное общение, без излишеств.
- › Мы стремимся обеспечить соблюдение прав человека и норм трудового права.



Введение

Модель корпоративного поведения

В бизнес-деятельности

В корпоративной деятельности

На рабочем месте

Правила соблюдения корпоративного кодекса

Модель корпоративного поведения





В бизнес-деятельности

Борьба со взяточничеством и коррупцией

Мы достигаем лидерства при помощи наших сотрудников, товаров, брендов, креативности, бизнес-модели, дружелюбного общения и стратегии. Вот и весь секрет. Мы никогда не предлагаем и не принимаем платежи, иные формы или виды стимулирования, предоставляемые с целью ненадлежащего воздействия на бизнес-решения.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Никогда не предлагайте, не обещайте и не давайте что-либо ценное государственным служащим или иным лицам с целью ненадлежащего воздействия на их решения.
- Помните о том, что не только деньги могут считаться взяткой. Сюда могут относиться услуги, обещания о трудоустройстве или благотворительном взносе.
- Сообщайте о любом действии коррупционного характера.



В. Вопрос. Один из ключевых клиентов просит принять сына на стажировку. Что делать?

- О. Объясните клиенту, что, согласно корпоративному кодексу, вы не имеете права на участие в процессе трудоустройства. Скажите, что единственное, что вы можете сделать, — передать резюме сына в департамент управления персоналом.
- В. Мне нужна срочная доставка на склад к Рождеству. Таможенная проверка может занять слишком много времени. Таможенный служащий сказал, что знает особый способ ускорить процедуру в обмен на платеж наличными. Сумма ничтожно мала.
- О. Платежи наличными взамен на осуществление или ускорение административных процедур, то есть так называемые платежи для упрощения формальностей, строго запрещены настоящим Кодексом. Вы должны всегда отклонять такие запросы и сообщать о них менеджерам. Единственным крайним исключением являются случаи, в которых отказ от платежа неизбежно ведет к физической угрозе.

«Мы никогда не даем и не принимаем взятки.»



Все применимые к нам положения применяются и к третьим сторонам, действующим от нашего имени

Компания Pernod Ricard может нести ответственность за деятельность третьих сторон. Мы не должны позволять третьим сторонам действовать вне закона от нашего имени.

*Употребляйте наши бренды ответственно



В бизнес-деятельности

Получение и предоставление подарков и знаков гостеприимства

Уместные подарки и жесты гостеприимства — способ налаживания отношений с нашими клиентами и третьими сторонами. Однако абсолютно запрещено использовать аналогичные знаки внимания для влияния на бизнес-решения, поскольку в этом случае они могут расцениваться как взятки.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Обменивайтесь допустимыми и общепринятыми подарками и знаками гостеприимства, если это не противоречит бизнес-целям.
- Перед тем как предложить или принять подарок, обязательно подумайте о том, какой поворот приобретет ситуация после освещения перед общественностью.
- Если к подаркам или знакам гостеприимства имеют отношение государственные служащие, обязательно запрашивайте предварительное подтверждение.



- В. Авторитетный владелец бара рассматривает возможность подписания эксклюзивного договора о сотрудничестве с конкурентом. Я подумываю о предоставлении этому владельцу и персоналу бара подарочные карты, в надежде склонить их на нашу сторону.**
- О. Сомнительная идея. Подарки в виде наличных или их эквивалентов, таких как подарочные карты, обычно сопряжены с определенными трудностями. В вашей юрисдикции могут действовать дополнительные ограничения в отношении предоставления ценностей ретейлерам. Постоянно консультируйтесь с юридическим отделом, отделом комплаенса.
 - В. Поставщик, с которым я часто работаю, пригласил меня на двухдневный отдых на Багамские острова, чтобы представить последние инновации. Могу ли я поехать?
 - О. Приглашение на демонстрацию инноваций — нормальная практика, однако в любом случае стоит руководствоваться здравым смыслом: если поездка кажется вам неуместной, откажитесь. Проконсультируйтесь с юридическим отделом, отделом комплаенса.

«Уместные подарки и знаки гостеприимства — нормальная практика в бизнесе. При этом мы никогда не предлагаем и не принимаем подарков или знаков гостеприимства для оказания ненадлежащего влияния на людей.»



Gifted!

Запрашивайте предварительное подтверждение, перед тем как предложить или принять подарки либо знаки гостеприимства в специальном приложении Gifted! или его локальном аналоге в вашем регионе.



В бизнес-деятельности

Ответственное взаимодействие с третьими сторонами

Мы стремимся вести бизнес с партнерами, которые разделяют наши ценности и этические стандарты. Проверка в Partner Up или аналогичном утвержденном инструменте аффилированной компании позволяет нам смело вступать в новые партнерские отношения.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Проявляйте должную осмотрительность по отношению к третьим сторонам в Partner Up (или другом инструменте, выбранном аффилированной компанией), чтобы убедиться в надежности, репутации и ответственности компании.
- Старайтесь распространять этот кодекс и обязательно включать наш стандартный пункт о нормативно-правовом соответствии (доступно на платформе myportal) в контракт.
- Следите за подозрительными платежами, поступающими на необычные счета или с таких счетов либо со счетов, расположенных в «убежище налогоплательщиков». Это может свидетельствовать о попытке уклониться от уплаты налогов или отмыывания денег.



- В. Один из клиентов интересуется, можно ли произвести оплату через несколько разных счетов с использованием наличных и чеков. Нормально ли это? Что делать?**
- О.** Действуйте осторожно. Это может быть частью схемы или попыткой отмыывания денег — процесса создания видимости законного получения средств, полученных незаконным путем. Перед тем как продолжить, обратитесь за советом к менеджеру, в юридический отдел или отдел комплаенс.
- В. Мне нужно быстро запустить новый продукт. Инновационное маркетинговое агентство, с которым мы начали сотрудничать накануне, готовы помочь с потрясающей кампанией по продвижению, если бы я подписал контракт сегодня. Могу ли я начать прямо сейчас?**
- О.** Не торопитесь вступать в новые деловые отношения. Обязательно воспользуйтесь приложением Partner Up или эквивалентным утвержденным инструментом аффилированной компании. Это лучший способ запустить проект и защитить Pernod Ricard. Помните о главном правиле: не делайте с деньгами компании ничего, чего вы не сделали бы со своими.
- В. Консультант, с которым мы сотрудничали, попросил перевести деньги на офшорный счет. Могу ли я провести платеж?**
- О.** Офшорные счета могут быть использованы для уклонения от уплаты налогов. Просьба выглядит подозрительной. Вам следует обратиться за советом к финансовому директору и (или) к контактному лицу в юридическом отделе или отделе комплаенс.

«Мы тщательно проверяем наших партнеров, поскольку предпочитаем доверительные партнерские отношения.»



Повышение осведомленности

С помощью принятых в компании стандартов поставщиков и проверки новых контрагентов, мы повышаем осведомленность о борьбе со взяточничеством, а также о защите прав человека, трудовом праве, охране здоровья и окружающей среды, ответственном употреблении спиртных напитков, добросовестности, уклонении от уплаты налогов и честных бизнес-практик.

*Употребляйте наши бренды ответственно



В корпоративной деятельности

Честная конкуренция

Мы стремимся содействовать добросовестной конкуренции. Мы не потерпим соглашений, обмена конфиденциальной коммерческой информацией или других действий, которые могут препятствовать конкуренции. Мы не обсуждаем острые коммерческие вопросы с третьими лицами, и в частности с конкурентами.

4 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Никогда не заключайте письменные или устные соглашения с конкурентами (например, чтобы зафиксировать цены, исключить конкурента или разделить рынок).
- Эксклюзивные дистрибьюторские соглашения и договоры в отношении территориальных ограничений или положения о неконкуренции всегда следует рассматривать с осторожностью. В этих случаях следует обязательно консультироваться с юридическим отделом, отделом комплаенса.
- Убедитесь, что любая информация, которую вы получаете о конкуренте, поступает из общедоступных источников или получена законным путем.
- Мы можем только рекомендовать и никогда не требовать окончательную цену перепродажи наших продуктов, используемых нашими клиентами.



- В. Я встречаюсь со своим бывшим начальником с моей предыдущей работы. В непринужденной атмосфере начальник задает мне вопрос о моей новой должности в Pernod Ricard. Вопросы переходят к корпоративным рыночным стратегиям на ближайшие месяцы.**
- О.** Факт наличия у вас отношений с этим человеком не должен ослаблять вашу бдительность. Помните, что вы никогда не должны обмениваться конфиденциальной деловой информацией с конкурентами или кем-либо еще.
- В. Меня пригласили на ежегодный обед профессиональной ассоциации. За моим столом сидят несколько коллег из конкурирующей компании. Через несколько минут один из гостей поднимает тему цен.**
- О.** Такая ситуация может препятствовать конкуренции и противоречит конкурентному праву. Если вы оказались участником такого разговора, по возможности незамедлительно обратитесь за советом в юридический отдел. В отсутствие такой возможности сообщите другим гостям, что вы считаете этот разговор неуместным, и, если разговор продолжается, попросите прощения, попросите ответственного за протокол, если таковой имеется, указать, что вы ушли, и немедленно свяжитесь с отделом комплаенса.

«Мы станем лидерами путем добросовестной конкуренции.»



Думайте о том, что говорите и пишете

Не ссылайтесь на то, что компания Pernod Ricard «доминирует» на этом рынке, поскольку это вопрос сложного юридического и экономического анализа, который влечет за собой юридические последствия.

*Употребляйте наши бренды ответственно



В корпоративной деятельности

Соблюдение международных правил коммерции

Компания Pernod Ricard — международная группа компаний, которая делает все возможное для соблюдения сложных и меняющихся международных законов об экспорте и импорте, включая коммерческие санкции, такие как эмбарго, замораживание активов, ограничения и запреты. Могут быть введены новые режимы санкций, которые поставят под угрозу действующие или потенциальные отношения и проекты. Сохраняйте бдительность и обращайтесь за советом.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Строго соблюдайте дистанцию в отношении всего, что имеет американскую составляющую (операции, третьи стороны, люди) и Havana Club. Если вы обнаружите какую-либо потенциальную, прямую или косвенную связь с США при работе над каким-либо проектом, связанным с Havana Club, обязательно обратитесь за консультацией в юридический отдел или отдел комплаенса.
- Режимы санкций сложны и постоянно развиваются. Прежде чем взаимодействовать со странами и сторонами, на которые распространяются санкции или эмбарго, обратитесь в юридический отдел или отдел комплаенса.
- Проверяйте контрагентов с помощью приложения Partner Up или утвержденного локального инструмента компании, чтобы не нарушать какие-либо санкции или торговые ограничения.



В. Новый американский участник технологического рынка мог бы содействовать в достижении наших маркетинговых целей. Группа планирует приобрести международную лицензию и распространить ее на все наши бренды. Хорошая новость?

О. Да, но поскольку этот поставщик из США, некоторые наши бренды не смогут использовать это техническое решение. Обратитесь в юридический отдел и отдел комплаенса, чтобы уточнить, является ли это лучшим решением для группы. Помните об ИТ-инструментах: компоненты из США нельзя использовать на Кубе!

В. Мы хотим продолжить продвижение рома Навапа на европейском рынке. Наше маркетинговое агентство предлагает продвигать ром на грядущем музыкальном фестивале, спонсором которого также является известный американский бренд безалкогольных напитков. Можем ли мы так поступить?

О. Да, но вы должны гарантировать, что во время фестиваля не будет никакого кобрендинга или совместных активаций двух брендов. Поскольку американским компаниям в целом запрещено иметь дело с товарами кубинского происхождения, вы не можете вступать в какие-либо коммерческие отношения с этим брендом безалкогольных напитков.

«Мы соблюдаем международные правовые нормы экспорта, импорта и санкции.»



Не судите бутылку по этикетке

Absolut Company (TAC) принадлежит американской дочерней компании Pernod Ricard. Таким образом, в соответствии с законами о международной торговле некоторые из наших брендов, например Havana Club, не могут работать напрямую с TAC.



В корпоративной деятельности

Лояльность и прозрачность

Мы должны избегать ситуаций, в которых наши личные интересы и отношения противоречат интересам Pernod Ricard. Видимость возникновения конфликта интересов, если о нем не будет сообщено, может запятнать репутацию Pernod Ricard, а также вашу собственную.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Незамедлительно сообщайте о любом потенциальном конфликте интересов с помощью нашего специального инструмента Clear Up. Такая ситуация может возникнуть ввиду ваших отношений с членом семьи, родственником или определенной компанией.
- Прежде чем заниматься какой-либо деятельностью, которая представляет собой потенциальный конфликт интересов или его видимость, обратитесь за советом к менеджеру.
- Сохраняйте бдительность, вовлекаясь в какую-либо профессиональную деятельность за рамками работы в Pernod Ricard.



В. Не так давно я начал работать в Pernod Ricard. Моя девушка работает в компании-конкуренте. Может ли в этой ситуации возникнуть конфликт интересов?

О. Необязательно, но вам следует сообщить о ситуации с помощью инструмента Clear Up.

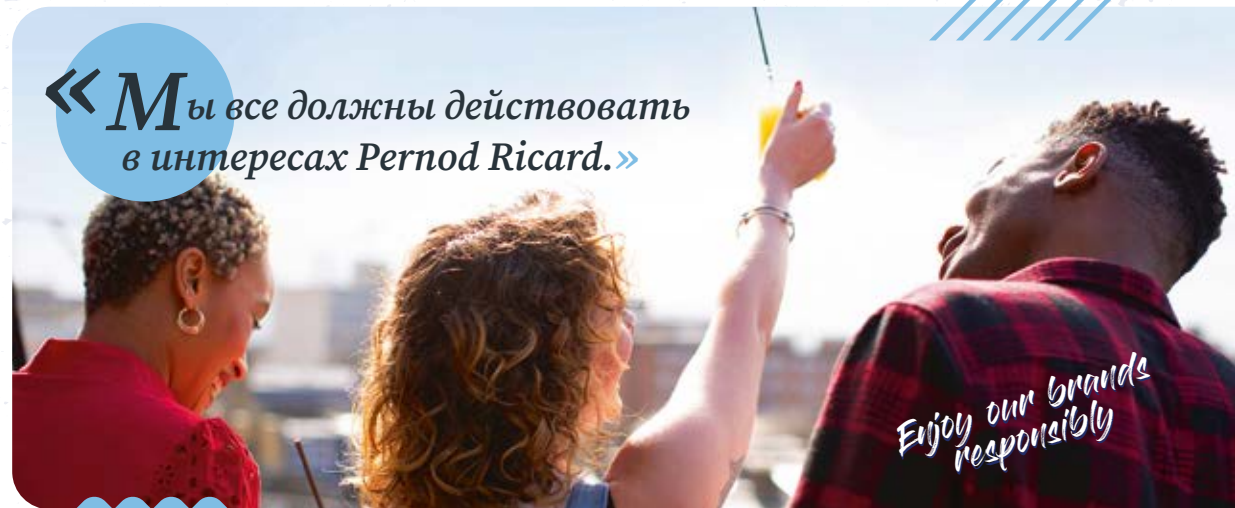
В. Мой тесть основал цифровую маркетинговую компанию. Я небезосновательно считаю, что их инновационный подход может помочь в следующей коммуникационной кампании. Могу ли я предложить это агентство своему отделу?

О. Да. Однако независимо от качества и репутации данного агентства в этой ситуации создается видимость конфликта. Вам необходимо сообщить об этом своему менеджеру и отказаться от участия в процессе отбора. Вам необходимо сообщить о ситуации с помощью инструмента Clear Up и принять соответствующие меры по смягчению рисков, которые будут рекомендованы.

В. Я не употребляю алкоголь. Со мной связалась неправительственная организация по борьбе с алкоголизмом, которая выступает за полный запрет на употребление спиртных напитков. Могу ли я стать членом такой организации?

О. Употребление алкоголя — личный выбор каждого, однако участие в организации, которая активно продвигает интересы, прямо конфликтующие с бизнес-целями Pernod Ricard, может вызвать некоторые проблемы. Обратитесь в отдел комплаенса или в департамент управления персоналом.

«Мы все должны действовать в интересах Pernod Ricard.»



НЕ УВЕРЕНЫ, ПРЕДСТАВЛЯЕТ ЛИ СИТУАЦИЯ КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ? ЗАДАЙТЕ СЕБЕ СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:



Получит ли кто-либо из моих родственников или я сам(-а) **выгоду от моего участия в этой ситуации (или создастся ли видимость такой выгоды)?**



Могут ли мои личные интересы или интересы моих родственников **повлиять на мои деловые решения?**



Поступил(-а) бы я иначе, если бы не эти личные соображения?



Может ли мое участие в этой деятельности **помешать выполнению моих должностных обязанностей (или создать такую видимость)?**



Могут ли мои решения быть **поставлены под сомнение** или расценены как **не соответствующие интересам Pernod Ricard?**



Кажется ли это **неправильным?** Будет ли мне **неловко**, если эта ситуация **всплывет?**

Если вы ответили «да» на любой из вопросов, вам, вероятно, следует сообщить об этом в Clear Up. Все еще не уверены? С любыми вопросами обращайтесь в отдел этического и нормативно-правового соответствия.



Построение дружественных отношений

Будьте осторожны. Деловые отношения, пересекающиеся с личными, могут быть причиной конфликта или создать видимость конфликта.

*Употребляйте наши бренды ответственно



В корпоративной деятельности

Защита активов Pernod Ricard

Наши активы, как материальные (ноутбуки, сотовые телефоны и т. д.), так и нематериальные (персональные данные, финансовые ведомости, техническая информация, интеллектуальная собственность), бесценны. Мы должны защищать их.

4 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Используйте активы и ресурсы Pernod Ricard осторожно, исключительно в бизнес-целях.
- Данные и информация должны использоваться только согласно принципам профессиональной этики.
- Работая над новым продуктом, брендом или слоганом, сверяйтесь с центром управления интеллектуальной собственностью группы (IP Hub).
- Защищайте доступ к активам Pernod Ricard. Это относится к паролям и электронным устройствам.



В. Клиент оставил USB-носитель в моем кабинете. Я могу найти на нем много интересного...

О. Это строго запрещено. Кроме того, использование USB-носителей, предоставленных не ИТ-отделом, может быть небезопасным.

В. Мы придумали отличное название для нового бренда. Как нам защитить его?

О. Наши бренды — наши главные активы. Лучший способ защитить их — обеспечить уникальность и неповторимость. Свяжитесь с центром управления интеллектуальной собственностью группы, чтобы защитить все права на объекты интеллектуальной собственности.

«Мы ответственно
используем предоставленные
нам Pernod Ricard ресурсы.»



Как вы используете ваши активы?

Будь то ноутбук, сотовый телефон, интернет-доступ, бизнес-данные, торговые знаки или даже здания, мы надеемся, что наши и партнерские активы будут использоваться вами с той же аккуратностью, как свои собственные.



В корпоративной деятельности

Рациональное дружелюбие в общении

Несмотря на то, что мы гордимся работой в Pernod Ricard и весьма охотно освещаем наши успехи, мы должны охранять конфиденциальную и секретную информацию. Кроме того, необходимо помнить, что определенные секретные данные могут иметь огромное значение. Поэтому мы не должны высказываться о них публично в рамках профессиональной деятельности.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Храните при себе всю конфиденциальную и секретную информацию.
- Если это не было отдельно одобрено в соответствии со схемой принятия решений, не делайте заявлений по таким деликатным вопросам, как:
 - религиозные убеждения;
 - моральные вопросы, связанные с жизнью и смертью;
 - вооруженный конфликт, мятеж или восстание, террористические атаки;
 - партийная политика и выборы;
 - вопросы, касающиеся расы, этнической принадлежности и гендера, не охваченные политикой Pernod Ricard в отношении разнообразия и инклюзивности;
 - стихийные бедствия, в случае которых необходимо тщательно выверять корпоративную позицию.Более подробную информацию можно найти в политике корпоративных заявлений.
- Ответственно относиться к публикациям об алкоголе в социальных сетях.



- В. Мне случайно удалось получить доступ к непубличной информации о предстоящем приобретении компанией Pernod Ricard стартапа, что в значительной мере изменит представление о принципах дружелюбного общения. Я знаю, что не могу покупать акции на основании этой информации, но могу ли я рекомендовать кому-либо приобрести акции Pernod Ricard, не упоминая о транзакции?**
- О.** Конечно, нет. «Советы» в отношении покупки нарушают доверие, завоеванное нами у инвесторов и коммерческих регуляторных органов. Использование внутренней информации с целью торговли ценными бумагами Pernod Ricard называется торговлей инсайдерской информацией и карается по всей строгости закона.
- В. Я очень переживаю об общественной проблеме в стране, где я живу. Я хочу высказать свое мнение в личном профиле социальной сети. Нормально ли это? Могу ли я принять решение самостоятельно?**
- О.** Да, конечно. Высказывать собственное мнение в личном профиле социальной сети вполне нормально. Однако помните, что в роли представителя Pernod Ricard (например, в LinkedIn) запрещено высказываться об острых вопросах, поскольку в этом случае ваше мнение об определенной теме может быть справедливым для вас, но, при этом, обидным для других. Для многих из этих вопросов

Как решить, следует ли PR-агентству или пресс-секретарю комментировать проблему в обществе либо занимать по ней определенную позицию: схема принятия решений





В корпоративной деятельности

Открытое и искреннее общение

Мы стремимся делать четкие и понятные заявления перед коллегами, клиентами, инвесторами, государственными служащими и другими заинтересованными сторонами, равно как и перед широкой общественностью. Открытая и честная коммуникация помогает строить доверительные отношения и благоприятно влияет на репутацию.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- › Ведите учет всех транзакций и отправляйте все необходимые файлы и отчеты вовремя.
- › Предоставляемая вами информация обязательно должна быть полной, точной, простой для понимания.
- › Кроме того, описание наших товаров, услуг и претензий должно быть достоверным.



- В. Мои ежемесячные показатели продаж неудовлетворительны. Будет ли неправильным немного повысить мои результаты, поскольку в следующем месяце я точно смогу нагнать предыдущий?**
- О. Да, это будет неправильно. Из-за манипуляции показателями продаж у наших инвесторов может возникнуть ложное впечатление о продуктивности нашего бизнеса, что потенциально повлечет за собой санкции и навредит нашей репутации.
- В. Один из клиентов попросил выставить неверный счет, чтобы уклониться от уплаты налогов из-за сложной экономической ситуации. Это может помочь клиенту без серьезных последствий для нас.**
- О. Дача ложных данных налоговой службе или выставление неверного счета запрещено. Компания Pernod Ricard не поддерживает уклонение от уплаты налогов, не принимает участия в мошеннической деятельности и не выставляет неверных счетов.
- В. Один из поставщиков обещает понизить стоимость материалов, если мы перейдем на импорт товаров согласно другой категории, поскольку она предусматривает меньшие таможенные пошлины. Кроме того, поставщик обязуется добавить описание во избежание каких-либо неоднозначных ситуаций на таможне.**
- О. Сознательное использование неправильной классификации приравнивается к фальшивой декларации, что может привести к дополнительным штрафам, а в некоторых юрисдикциях даже к уголовным наказаниям. Перед предоставлением каких-либо таможенных указаний обратитесь за рекомендациями к местной таможенной или налоговой службе либо в юридический отдел.



Честность

Одно лишь нечестное действие или обман может нанести серьезный ущерб отношениям. Поэтому вы обязательно должны четко понимать возложенные на вас обязательства и исключительно добросовестно взаимодействовать с заинтересованными сторонами.



В корпоративной деятельности

Надлежащее использование персональных данных

Персональные данные — это топливо, на основе которого работает множество современных цифровых технологий. Для завоевания доверия потребителей, мы всегда должны осторожно и в соответствии с принципами конфиденциальности обрабатывать персональные данные, а также с соблюдением всех применимых законодательных норм.

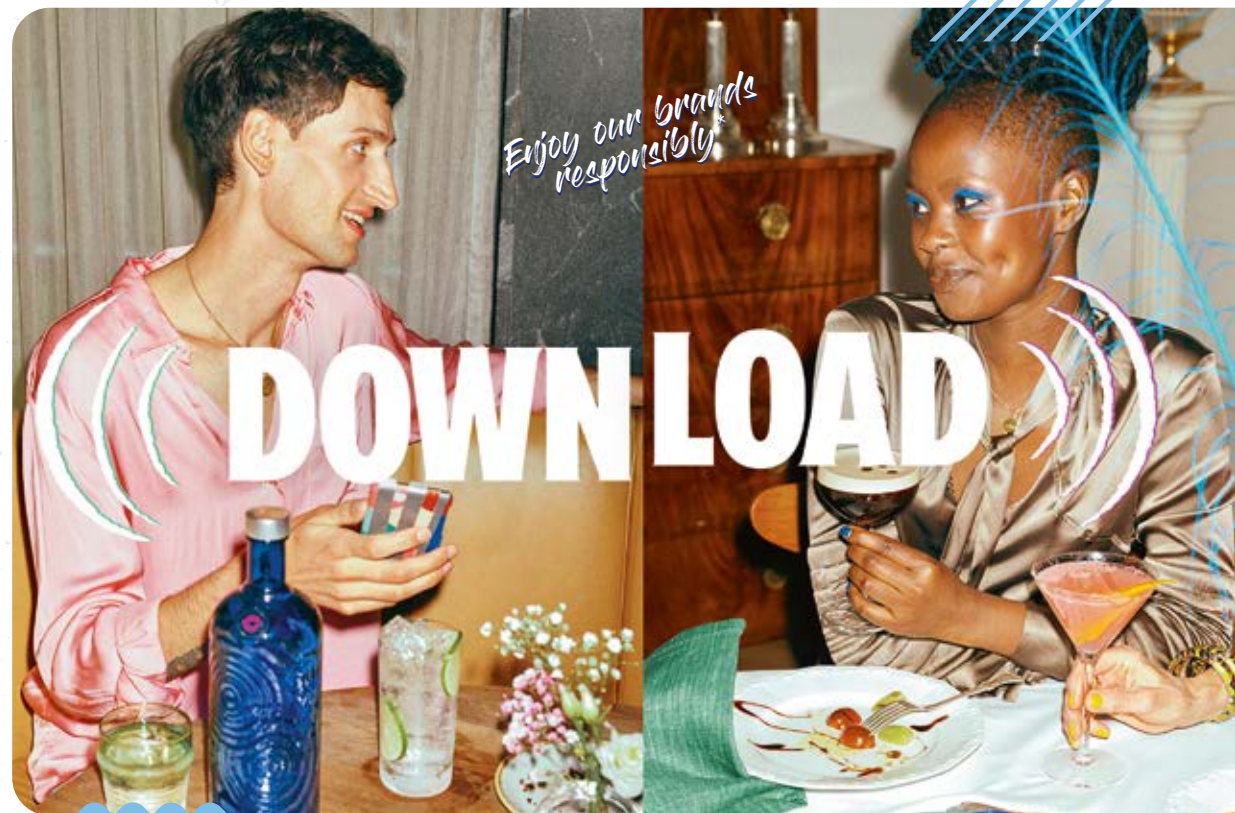
3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Всегда думайте о том, необходимы ли собираемые вами персональные данные для целей, которых вы хотите достичь. Также обязательно убедитесь в том, что такие данные используются на законных коммерческих основаниях.
- Обеспечивайте прозрачность при использовании персональных данных и, если необходимо, запрашивайте согласие на обработку.
- Перед передачей персональных данных наших сотрудников, клиентов, поставщиков третьим сторонам обязательно проверьте соблюдение внутренних процессов и процедур.



- В. Я разрабатываю новый веб-сайт бренда с помощью стороннего агентства. Агентство предлагает определить и установить все соответствующие файлы cookie на веб-сайте за меня так, чтобы мне не пришлось ничего проверять. Разве это не здорово?**
- О.** Обязательно контролируйте исполняемые от нашего лица предложения подрядчиков, которые связаны с персональными данными (включая случаи использования файлов cookie). Компания Pernod Ricard должна всегда самостоятельно определять типы используемых на нашем веб-сайте файлов cookie и способы их применения. Если у вас есть какие-либо сомнения, обратитесь в юридический отдел и (или) к специалисту по работе с персональными данными.
- В. Я нанимаю нового члена команды. Мне удалось найти перспективного кандидата, однако у нее есть проблемы со здоровьем. Могу ли я упомянуть об этом в отчете для менеджера?**
- О.** Некоторые персональные данные обладают высоким уровнем конфиденциальности и регулируются различными юридическими ограничениями. Это обычная практика для сведений о здоровье. Вам следует воздерживаться от сбора подобных конфиденциальных данных, если это не является частью четко определенного процесса, который был проверен юридическим отделом вашей организации.
- В. У меня запросили доступ к данным от потребителя. Я не работаю в отделе обслуживания потребителей. Могу ли я просто проигнорировать запрос?**
- О.** Юридический отдел вашей организации и (или) специалист по работе с персональными данными должны быть немедленно проинформированы об этом запросе. Они обработают запрос должным образом.

«Мы используем данные для расширения нашего бизнеса, ограничиваясь исключительно необходимыми сведениями.»



Нет ничего незначительного!

В случае сомнений относительно персональных данных обратитесь к сотруднику по защите данных группы Pernod Ricard через сеть специалистов группы по защите конфиденциальности.

*Употребляйте наши бренды ответственно



На рабочем месте

Любезность и уважение

Каждый сотрудник компании Pernod Ricard заботится о взаимоуважении и достойном обращении друг с другом. Это часть корпоративной философии дружелюбного общения. Соответственно, любое оскорбительное поведение, включая, помимо прочего, домогательства, запрещено на рабочем месте и в нашей сфере влияния. Мы со всей серьезностью будем относиться к поведению, которое может быть расценено как запугивание, унижение или враждебность.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Вежливо и уважительно относиться к нашим коллегам и деловым партнерам.
- Обеспечьте соблюдение политики Pernod Ricard по борьбе с моральным преследованием, сообщая о любых ненадлежащих действиях.
- Поведение, неприемлемое на деловой встрече, неприемлемо и на общественном мероприятии.



- В. На нас оказывается сильное давление. Менеджер систематически звонит поздно или на выходных. Особое внимание она уделяет одной из моих коллег, критикуя ее работу перед командой. Похоже, у нее скоро будет срыв. Чем я могу помочь коллеге?**
- О.** Мы понимаем работу под давлением, но не терпим морального преследования. Если, полагаясь на рациональные размышления, вы всерьез полагаете, что черта была пройдена, попробуйте поговорить с менеджером или напрямую с департаментом управления персоналом, либо воспользуйтесь нашей линией Speak Up, чтобы сообщить об этом.
- В. На рабочем мероприятии один из моих коллег вел себя неадекватно по отношению ко мне. В ответ на мою попытку отстраниться, он сказал, что это всего лишь шутка и что мне следует «просто расслабиться». Как мне быть?**
- О.** Сексуальные или другие формы домогательств недопустимы, будь то на работе или в социальной среде. Социальное взаимодействие не предполагает снижения наших этических стандартов. Вы должны немедленно сообщить о случившемся менеджеру, непосредственно в департамент управления персоналом либо по линии Speak Up.



«Мы формируем безопасную рабочую среду для всех.»



Работа и дружелюбное общение

Мы создаем среду, в которой каждый чувствует себя в безопасности, проявляет чудеса нестандартного мышления, пробует что-то новое и продвигает собственные идеи. Мы ценим простоту и прямоту в отношениях, которые строятся на доверии, поддержке и сотрудничестве.



На рабочем месте

Разнообразие и инклюзивность

Инклюзивная культура — ключ к разнообразию и его преимуществам. Мы поощряем открытость, сотрудничество и честное общение. Таким образом, мы все сможем почувствовать себя желанными гостями и по-настоящему быть собой в Pernod Ricard.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Поддерживайте обязательство Pernod Ricard по приверженности разнообразию и инклюзивности, а также продвигайте эти принципы в отношениях с поставщиками, клиентами и другими деловыми партнерами.
- Содействуйте равенству и обеспечению равных возможностей для трудоустройства и продвижения по службе, основываясь только на квалификации и навыках.
- Если вы стали свидетелем действий и поведения, несовместимых с нашими ценностями, обязательно сообщайте об этом.



- В.** Клиент отказывается разговаривать с одним из моих товарищей по команде. Он не обращает на нее внимания и игнорирует все, что она говорит. Я искренне верю, что это связано с этнической принадлежностью моей коллеги. Что мне делать?
- О.** Мы предпочитаем работать с людьми, разделяющими наши ценности и принципы. Если один из ваших клиентов демонстрирует расистское поведение, вы должны сообщить об этом менеджеру, в департамент управления персоналом или в отдел профессиональной этики и нормативно-правового соответствия.
- В.** Один из моих коллег любит провокации и иногда рассказывает «анекдоты» с сексуальным подтекстом. Люди, кажется, думают, что он забавный, но лично я нахожу это оскорбительным. Что делать?
- О.** Мы можем пошутить, но на рабочем месте обидная шутка никогда не бывает смешной. Сообщите коллеге, что вас обижают его замечания. Если он не остановится, сообщите о ситуации менеджеру, в департамент управления персоналом или по линии Speak Up.

«Мы считаем, что разнообразие и инклюзивность лежат в основе коллективной философии “Créateurs de Convivialité”.»



Жизнь без шаблонов

Отражение разнообразия нашего общества и клиентов позволяет нам лучше создавать магию человеческих связей, когда люди открыты и позволяют различиям объединять, а не разделять нас.



На рабочем месте

Формирование безопасной рабочей среды

В основе глобальной политики охраны здоровья и безопасности Pernod Ricard лежит философия создания праздничного настроения («Créateurs de Convivialité»). Таким образом, группа стремится развивать культуру, в которой каждый играет свою роль, и, где сотрудники несут ответственность за личную безопасность и безопасность своих коллег.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Примите все меры предосторожности для охраны безопасности и здоровья в рабочей среде.
- Убедитесь, что мы не подвергаем себя или других риску своими действиями.
- Сообщайте о недочетах и нездоровых или небезопасных условиях или поведении.



- В. У меня возникли сомнения в отношении вопроса безопасности. Боюсь, что, если я подниму этот вопрос, это замедлит наше производство. Я не хочу подвергать риску наш бизнес. Что делать?**
- О. Здоровье и безопасность всегда на первом месте. Вы должны немедленно сообщать о проблемах, связанных со здоровьем и безопасностью, даже если это означает замедление производства, нарушение сроков или потерю возможности для бизнеса.
 - В. Я беспокоюсь о коллеге, который, кажется, сейчас ужасно напряжен. Недавно он пропустил пару сроков сдачи и теперь сам не свой. Как я могу убедиться, что все в порядке и с ним, и с нашим бизнесом?**
 - О. Мы заботимся о наших коллегах, их физическом и психическом благополучии. К таким ситуациям следует относиться с большой эмпатией. Прежде чем предпринимать какие-либо действия, следует связаться с менеджером и департаментом управления персоналом.



**TAKING CARE
OF EACH OTHER**



«Мы стремимся устранить несчастные случаи на производстве, риски и заболевания.»



Забота друг о друге

Наша глобальная политика охраны здоровья и безопасности направлена на развитие культуры, в которой безопасность лежит в основе дружелюбного общения. Забота друг о друге делает Pernod Ricard более безопасным местом для работы.



На рабочем месте

Bring Good Times from a Good Place*

Философия «Créateurs de Convivialité» основана на искусстве взаимообмена в каждом действии. Мы стремимся создавать «Хорошие времена в хорошем месте». Для этого мы заботимся о земле, ценим людей, помогаем сохранять природные ресурсы, боремся со злоупотреблением алкоголем и создаем общие ценности для всех наших заинтересованных сторон. План интегрирован во все виды корпоративной деятельности, от зерна до стекла.

3 ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПА КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ

- Постоянно продвигайте наш план устойчивого развития и ответственного поведения 2030 г.
- Наши товары — дары природы, и мы обязаны защищать и восстанавливать природные ресурсы.
- Всегда делитесь теплом, заботой и уважением к людям, всегда ведите себя ответственно в каждом аспекте дружелюбного общения.



Speak Up

Политика информирования о нарушениях Pernod Ricard также предусматривает возможность добросовестно сообщать о любых потенциальных нарушениях природоохранной практики.



*хорошие времена в хорошем месте



В. Я на новогоднем корпоративе, некоторые коллеги уже выпили два полных бокала за 10 минут, мне что-то делать?

О. Да! Напомните им, что мы продаем лучшие бренды в отрасли, которые лучше всего раскрывают вкус и качество при медленном употреблении. Напомните о необходимости дозировать напитки, рекомендуйте пить воду или другие безалкогольные напитки. Прежде всего, убедитесь, что они не едут домой за рулем!

В. Мне на глаза попала утка в море рядом с нашей производственной площадкой. Менеджер не хочет на это реагировать. Что делать?

О. Вы должны сообщить об этом в группу, поскольку план устойчивого развития и ответственного поведения является ключевым приоритетом и мы должны предотвращать любые нарушения природоохранного законодательства. Используйте корпоративный инструмент Speak Up, чтобы добросовестно сообщать о любых потенциальных нарушениях природоохранной практики.



Исполнение плана устойчивого развития и ответственного поведения

Компания Pernod Ricard ежегодно публикует свои показатели плана устойчивого развития и ответственного поведения (цели, действия, ключевые показатели эффективности) и вклад в достижение целей и принципов Организации Объединенных Наций в области устойчивого развития в универсальном регистрационном документе.



Введение

Модель корпоративного поведения

В бизнес-деятельности

В корпоративной деятельности

На рабочем месте

Правила соблюдения корпоративного кодекса

Правила соблюдения корпоративного кодекса



Рекомендации

Мы призываем всех высказываться и обращаться за советом по темам, затронутым в корпоративном кодексе. Вы не должны испытывать дискомфорт, задавая вопрос или добросовестно сообщая о проблеме любым способом. Вы можете быть уверены, что к вашему сообщению отнесутся серьезно и рассмотрят его максимально быстро и конфиденциально.

Руководствуйтесь здравым смыслом, задавайте себе приведенные ниже вопросы :

Соответствует ли мое решение закону, этому кодексу и (или) другим политикам Pernod Ricard?

Соответствует ли мое решение корпоративной философии и ценностям?

Готов(-а) ли я нести ответственность за это решение?

Скажется ли мое решение положительно на Pernod Ricard?

Было бы мне удобно, если бы мое решение было доведено до сведения моих коллег и заинтересованных сторон за пределами Pernod Ricard?

Если вы ответили отрицательно на какой-либо вопрос или если вы сомневаетесь, обратитесь за консультацией.

К кому я могу обратиться?

- Менеджер,
- Юридический отдел, отдел комплаенс,
- Департамент управления персоналом.



Взаимодействие с отделом комплаенс и этики Pernod Ricard

В отделе профессиональной этики и нормативно-правового соответствия Pernod Ricard каждый найдет поддержку и понимание. Если вы находитесь в «серой зоне», когда вам кажется, что что-то не в порядке, и вы не нашли ответ в кодексе или других политиках, обратитесь за поддержкой к команде.



Speak Up

Компания Pernod Ricard предоставляет своим сотрудникам инструмент Speak Up — круглосуточный безопасный канал для сообщения о несоблюдении принципов профессиональной этики и несоответствии требованиям. Линия позволяет каждому сотруднику добросовестно сообщать о любом нарушении этого кодекса деловой этики, а также о незаконном поведении.



Предоставление информации в Speak Up

Каждый, кто работает с нами, будь то сотрудник, внешний или непостоянный партнер (стажеры, поставщики услуг и т. д.), а также наши клиенты, поставщики и посредники могут использовать Speak Up, чтобы сообщить о проблеме.

- Вы смело можете воспользоваться Speak Up, добросовестно и максимально точно составив отчет, чтобы обеспечить эффективную и оперативную проверку выдвинутых обвинений.
- В инструмент Speak Up можно отправлять различные типы файлов (например, письменные документы, фотографии или аудиофайлы).
- Инструмент Speak Up доступен круглосуточно и без выходных практически на всех языках.
- Вся предоставленная информация защищена и строго конфиденциальна.

Каждый сотрудник, который делает недобросовестное сообщение, может быть подвергнут судебному преследованию и дисциплинарным взысканиям со стороны группы.



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

или

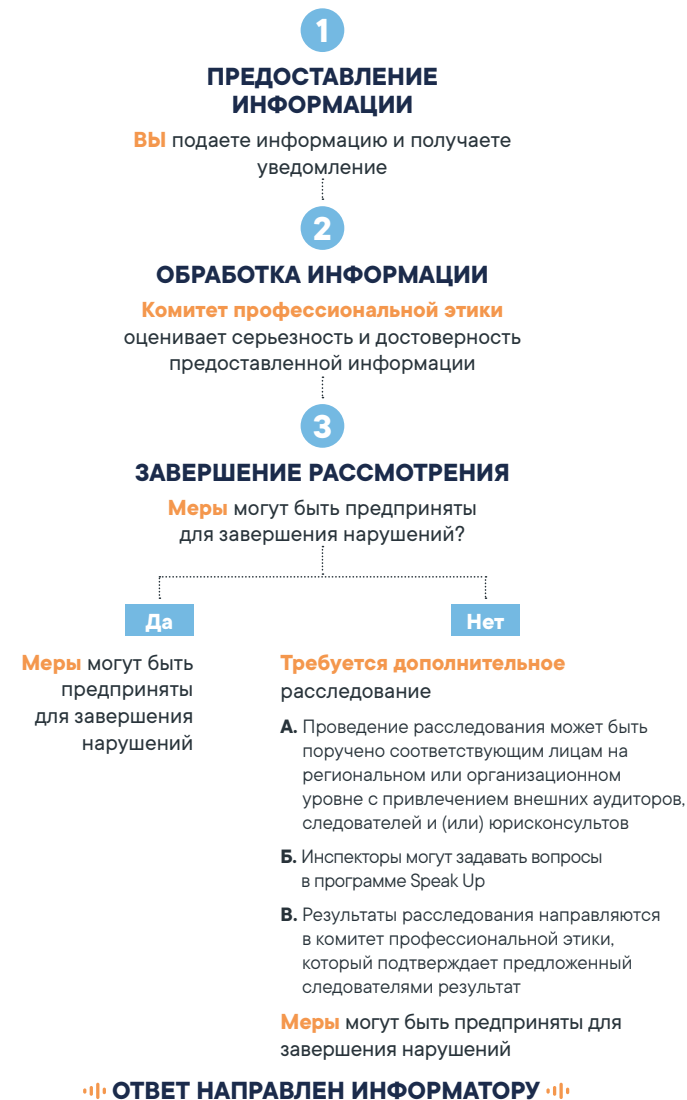


сообщите о проблеме
по местному номеру телефона

Доверие в Pernod Ricard

Компания Pernod Ricard придерживается политики «нулевой нетерпимости» к применению ответных мер по отношению к любому, кто сообщил о подозрении или добросовестно поддержал расследование. Любая форма ответных мер будет подлежать скрупулезному рассмотрению и может привести к дисциплинарным взысканиям и уголовному преследованию в соответствии с местным законодательством.

Процедура обработки предоставленной информации





Продвижение корпоративного кодекса

Сотрудникам Pernod Ricard

› Повышение осведомленности

- › Внимательно ознакомьтесь с кодексом деловой этики и другими политиками компании в отношении ваших должностных обязанностей.
- › Научитесь применять этот кодекс и другие политики компании в своей работе.
- › Задавайте вопросы.

› Личная ответственность

- › Изучите свои обязанности, пройдите обучение.
- › Говорите о проблемах и высказывайте опасения, не переживая об ответных мерах.

› Соблюдение кодекса

- › Нарушение закона, этого кодекса или любых других политик компании может привести к дисциплинарным взысканиям вплоть до увольнения.

Менеджерам Pernod Ricard

› Служите примером

- › Вдохновите свою команду следовать этому кодексу.
- › Поощряйте и поддерживайте культуру добросовестности.

› Задавайте тон

- › Открыто обсуждайте важность профессиональной этики и добросовестности.
- › Слушайте без осуждения, когда сотрудник задает вопрос или выражает обеспокоенность по поводу возможного неправомерного поведения.

› Сообщайте о проблемах

- › Сообщайте о любых известных вам неправомерных действиях.





Хотите узнать больше?



Available on MyPortal

Практики ведения бизнеса

- Антикоррупционная политика / *Anti-bribery Policy*
- Руководство по лоббированию / *Lobbying guidelines*
- Международная процедура проверки и осмотрительности / *Global Due Diligence Procedure*
- Шаблоны пунктов о нормативно-правовом соответствии / *Compliance clause templates*
- Стандарты поставщиков / *Supplier Standards*

Практики поведения на рынке

- Кодекс коммерческих коммуникаций / *Code for Commercial Communications*
- Глобальная политика ответственного употребления алкоголя / *Global Responsible Drinking Policy*
- Политика соблюдения конкурентного права / *Competition Law Policy*
- Политика по борьбе с отмыванием денег / *Anti-Money Laundering Policy*
- Политика в отношении конфликта интересов / *Conflict of Interest Policy*
- Политика управления налогами / *Tax Policy*
- Кодекс поведения для предотвращения неправомерных действий инсайдеров / *Code of Conduct for the Prevention of Insider Misconduct*
- Политика защиты конфиденциальности данных / *Data Privacy Policy*
- 10 золотых правил управления интеллектуальной собственностью / *Intellectual Property 10 Golden Rules*
- Политика предоставления доступа к ИТ-активам / *IT Assets Acceptable Policy*

Практики поведения на рабочем месте

- Глобальная политика охраны природы / *Global Environmental Policy*
- Глобальная политика охраны прав человека / *Global Human Rights Policy*
- Глобальная политика охраны здоровья и безопасности / *Global Health & Safety Policy*
- План устойчивого развития и ответственного поведения 2030 г. / *2030 S&R Roadmap*

Информирование о нарушениях и Speak Up

- Политика информирования о нарушениях / *Whistleblowing Policy*
- Руководство по использованию Speak Up / *Speak Up Guide*



*Употребляйте наши бренды ответственно

Использование фотографий: Вивиан Сассен, Антуан Дуайен, Алекс Деламадлен,
Наталья Мельничук, Мирьям, Ярк Бугмело, Алексис Анис, Алессандро Биаскиоли,
Максим Фесенко, Fx Watine/WebStyle Story, Emotiv, Les petits fabricants,
Monkey Business Images, iStock, Shutterstock, Медиатека Pernod Ricard

Отдел профессиональной этики и нормативно-правового соответствия Pernod Ricard



5 cours Paul Ricard 75008 Париж



Опубликовано в июне 2022

