



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

What we stand for*

Vår uppförandekod

*Vad vi står för
**Njut ansvarsfullt av våra produkter

Enjoy our brands
responsibly**



Innehållsförteckning

VD har ordet	03
Vi skapar samvaro	04
Vår kod	05
Våra gyllene regler	06
Hur vi agerar	07
<i>I vår verksamhet</i>	
Förebygg mutor och korruption	08
Ge eller ta emot gåvor och representation	09
Arbeta ansvarsfullt med tredje parter	10
<i>I vår bransch</i>	
Rättvis konkurrens	11
Följ globala handelsregler	12
Var lojal och transparent	13
Skydda Pernod Ricards tillgångar	14
Var sällskaplig, men var försiktig med vad du delar	15
Kommunicera öppet och ärligt	16
Visa hänsyn vid användning av personuppgifter	17
<i>På vår arbetsplats</i>	
Var snäll och hänsynsfull	18
Värdesätt mångfald och inkludering	19
Skapa en trygg arbetsmiljö	20
Bring Good Times from a Good Place*	21
Hur vi upprätthåller vår kod	22
Sök vägledning	23
Anmäl på Speak Up	24
Främja vår kod	25
Vill du veta mer?	26

*Skapa goda stunder från ett god plats
**Njut ansvarsfullt av våra produkter



Alexandre Ricard

ORDFÖRANDE OCH VD
FÖR PERNOD RICARD

VD har ordet

Kära Kollegor och Affärspartner,

Vårt goda rykte vad gäller integritet och professionalism utgör basen för våra framgångar. Pernod Ricard är företaget som växt från en liten pastisproducent i södra Frankrike för nästan 100 år sedan till att bli en global producent av förträffliga spritdrycker och viner som i dag finns på över 160 marknader.

Vår starka etik är ett av kärnvärdena i vår koncern, tillsammans med ömsesidigt förtroende och entreprenörsanda. Det är en av våra mest värdefulla tillgångar, som vi ständigt måste upprätthålla och skydda.

Vår ambition är att bli ledande inom vår bransch, men inte till varje pris. Vi anser nämligen att utan integritet finns inga hållbara framgångar. Därför kommer vi att fortsätta att upprätthålla vår nolltolerans mot alla bekräftade brott mot våra etiska normer. Det är inte enbart av moraliska skäl som vi antagit denna hållning, utan för att det är vad våra konsumenter, anställda, affärspartner, samhällen och andra intressenter förväntar sig av oss.

Genom att följa denna kod kommer du att bidra till koncernens långsiktiga framgångar.

I den nya utgåvan av koden klargörs vår ståndpunkt i frågor om etik och compliance. Den är utformad för att vara så lättläst som möjligt. Läs den, återkom till den och be juridikteamet och dina kollegor om vägledning.

Detta är ett levande dokument som kommer att uppdateras efter hand. Som alltid är jag tacksam för feedback.

Med vänliga hälsningar,

Alexandre Ricard



Enjoy our brands responsibly*

Vi skapar samvaro

Som "Créateurs de Convivialité" är vårt syfte att förvandla varje socialt sammanhang till en genuin, vänlig och ansvarsfull gemensam upplevelse, och vårt uppdrag är att låta de mänskliga kontakternas magi komma till uttryck genom att skapa "Good Times from a Good Place".

Vårt manifest

Vi älskar samvaro eftersom våra produkter, företag och personal alla är övertygade om att vi människor behöver träffas för att skapa glädjefyllda stunder. Samvaron är det som förenar oss över hela världen, och vi är stolta över att tillhöra vår globala gemenskap som skapar samvaro. Vi stöder och tror på varandra med ömsesidigt förtroende.

Vi är ansvarsfulla, och det innebär att vi visar hänsyn till varandra, våra samhällen och vår planet när vi strävar efter en sällskapligare värld, utan övermått. På jobbet innebär det att vi strävar efter att arbeta med omsorg och stark etik i allt vi gör.

Vi är framgångsrika och en ledande aktör inom vin- och spritbranschen, och vi har en långsiktig vision som siktar på branschledarskap, innovation och hållbar tillväxt. Vi värnar om vår entreprenörsanda och uttrycker vår passion för det vi gör. Vår decentraliserade affärsmodell innebär att vi kan prestera på topp.

*Njut ansvarsfullt av våra produkter



Vår kod

*What we stand for**

Vår uppförandekod fastställer den standard för etiskt och ansvarsfullt uppförande som alla våra anställda och affärspartner måste följa. Den ger vägledning för hur vi fattar våra beslut varje dag.

Våra produkter säljs på mer än 160 marknader och vi omfattas av ett betydande regelverk, varav en del är gränsöverskridande. Genom att följa principerna i denna kod och våra riktlinjer hjälper du Pernod Ricard att följa dessa lagar och bidrar därmed till vår hållbara framgång.

För våra anställda kan överträdelser av vår uppförandekod leda till disciplinpåföljder, inklusive uppsägning.

För våra affärspartner kommer överträdelser av principerna och bestämmelserna i denna kod tas på stort allvar vid bedömningen av om affärsförhållandet kan fortsätta.



Vill du veta mer?

I koden hänvisas till flera interna riktlinjer och förfaranden inom Pernod Ricard. Ytterligare policyer kan gälla på ditt koncernbolag. Se dokumentationen på sidan 26.



Något som saknas?

Vi har gjort vårt bästa för att utarbeta denna kod för att den ska vara extra lättläst, med så lite juridisk jargong som möjligt. Vi hoppas att du uppskattar den här satsningen! Det innebär dock att alla etiska frågor eller varje knivig situation som du kanske ställs inför inte får plats i det här dokumentet. Du hittar information om var du kan söka vägledning på sidan 23, hur du anmäler ett problem på sidan 24 och listan över övriga riktlinjer på sidan 26.

*Vad vi står för

**Njut ansvarsfullt av våra produkter



Våra gyllene regler

Vi kommer att uppnå vår ambition om ledarskap genom att varje steg på vägen agera med integritet.

I vår verksamhet

- › **Vi ger aldrig och tar aldrig emot** mutor av något slag.
- › **Vi ger aldrig och tar aldrig emot** olämpliga gåvor eller representation.
- › **Vi granskar våra partner** noggrant, så att vi kan arbeta tillsammans i en anda av ömsesidigt förtroende.

I vår bransch

- › **Vi ska förtjäna** vår ledande ställning genom rättvis konkurrens.
- › **Vi följer** gällande lagar, däribland globala export- och importlagar och sanktionsregler.
- › **Vi agerar** i Pernod Ricards bästa intresse.
- › **Vi använder** de resurser som Pernod Ricard har ställt till vårt förfogande på ett ansvarsfullt sätt.
- › **Vi är medvetna** om vad vi säger, skriver och delar.
- › **Vi förser** våra intressenter med tydlig och korrekt information.
- › **Vi använder data** för att expandera vår verksamhet, men vi använder bara det vi behöver.

På vår arbetsplats

- › **Vi skapar** en trygg arbetsplats för alla.
- › **Vi anser** att mångfald, rättvisa och inkludering är kärnan i vår kollektiva anda som "Créateurs de Convivialité".
- › **Vi bryr oss om varandra och strävar efter att eliminera** arbetsskador, faror och sjukdomar.
- › **Vi strävar efter att skapa** en sällskapligare värld, en värld utan övermått.
- › **Vi strävar efter att garantera** respekt för mänskliga rättigheter och arbetstagares rättigheter.

[Inledning](#)[Hur vi agerar](#)[I vår verksamhet](#)[I vår bransch](#)[På vår arbetsplats](#)[Hur vi upprätthåller vår kod](#)

Hur vi agerar

*I vår verksamhet*

Förebygg mutor och korruption

Vi gör skäl för vårt ledarskap tack vare våra medarbetare, produkter, varumärken, vår kreativitet, affärsmodell, strategi och anda av sällskaplighet. Det är allt. Vi ger aldrig och tar aldrig emot betalningar, incitament eller något annat som är avsett att otillbörligt påverka ett affärsbeslut.

3 UPPFÖRANDE REGLER

- › Ge aldrig bort, utlova eller erbjud något av värde till en myndighetsperson eller någon annan som en uppmaning att agera otillbörligt.
- › Kom ihåg att allt av värde kan betraktas som en muta. Det kan gälla en tjänst, ett löfte om sysselsättning eller ett löfte om en välgörenhetsdonation.
- › Anmäl varje försök till korruption.



F: En av våra viktigaste kunder vill att jag anställer dennes son som praktikant. Vad ska jag göra?

S: Förklara för kunden att vår kod förbjuder dig att delta i rekryteringsprocessen och att det enda du kan göra är att förmedla sonens CV till personalavdelningen.

F: Jag behöver en snabb varuleverans inför jul. Tullklareringen kanske kommer att ta för lång tid. Tulltjänstemannen säger att det finns ett särskilt sätt att påskynda förfarandet i utbyte mot en kontant betalning. Beloppet är löjligt lågt.

S: Kontantbetalningar för att utföra eller påskynda en administrativ formalitet, så kallade smörjpengar, är strängt förbjudna enligt denna kod. Du ska alltid avböja sådana förfrågningar och informera din chef. Det absolut enda undantaget är om du skulle utsätta dig själv för oundvikligt fysiskt hot om du vägrar en betalning.

”Vi ger aldrig och tar aldrig emot mutor av något slag.”



*Enjoy our brandy responsibly**



Det som gäller för oss gäller också för tredje parter som agerar för vår räkning

Pernod Ricard kan hållas ansvarig för tredje parts agerande. Vi får inte låta tredje parter göra något olagligt för vår räkning.

*Njut ansvarsfullt av våra produkter

*I vår verksamhet*

Ge eller ta emot gåvor och representation

Det är okej att vårda din relation med en kund eller tredje part med lämpliga gåvor och representation. Det är inte okej att utnyttja dem för att otillbörligt påverka affärsbeslut eftersom de då kan betraktas som mutor.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- › Utbyt endast rimliga och sedvanliga gåvor och representation där det finns ett legitimt affärssyfte.
- › Innan du erbjuder eller tar emot en gåva, fråga dig alltid: hur skulle det här se ut om det offentliggjordes?
- › Du måste alltid söka förhandsgodkännande när det gäller gåvor och representation som involverar myndighetspersoner.



F: En inflytelserik barägare överväger att teckna ett exklusivt avtal med en konkurrent. Jag funderar på att ge henne och hennes personal presentkort i hopp om att det kommer att påverka henne att välja oss.

S: Dålig idé. Det är särskilt problematiskt med gåvor i form av kontanter eller motsvarande, såsom presentkort. Ditt land kan ha ytterligare begränsningar kring att erbjuda någonting av värde till återförsäljare. Rådfråga alltid juridik- eller etik- och compliancesteamet.

F: En leverantör som jag ofta arbetar med har bjudit in mig till en tvådagars retreat i Bahamas för att presentera sina senaste innovationer. Kan jag åka dit?

S: Att bli inbjuden av en leverantör för att se deras innovationer är i princip okej. Men använd ditt sunda förnuft: om resan verkar överdrivet storslagen bör du inte åka. Rådfråga juridik- eller etik- och compliancesteamet.

”

Rimliga gåvor och representation utgör en normal del av affärslivet. Vi tar dock aldrig emot eller ger gåvor eller representation för att otillbörligt påverka andra personer.”



Gifted!

Anmäl och sök förhandsgodkännande innan du ger bort eller tar emot gåvor och representation på Gifted!, vår särskilda app. Du kan också använda liknande system på ditt koncernbolag.



I vår verksamhet

Arbeta ansvarsfullt med tredje parter

Vi vill göra affärer med partner som delar våra värderingar och etiska normer. Genom att granska dem via Partner Up, eller det godkända verktyget i ditt koncernbolag, kan vi ingå relationer utan skygglappar.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- Granska tredje parter genom Partner Up (eller verktyget ditt koncernbolag använder), för att se till att potentiella partner är pålitliga, ansedda och ansvariga.
- Ha som målsättning att dela denna kod och se till att vår mallklausul för compliance (tillgänglig på MyPortal) ingår i avtalet.
- Håll utkik efter misstänkta betalningar till eller från något ovanligt konto, eller konton i skatteparadis. Det kan tyda på skatteflykt eller penningtvätt.



F: En av våra kunder har frågat om de kan betala från flera olika konton, både med kontanter och med checkar. Är det okej? Vad ska jag göra?

S: Var vaksam. Det kan vara en del av ett system för skatteflykt eller ett försök till penningtvätt, ett sätt att få medel som erhållits på olaglig väg att verka lagliga. Innan du går vidare, be din chef och juridik- eller etik- och compliancekontakterna om råd.

F: Jag måste lansera en ny produkt väldigt snabbt. Jag har träffat en innovativ marknadsföringsbyrå som kan hjälpa oss med en lysande kampanj om jag skriver på idag. Kan jag gå vidare direkt?

S: Du bör vara försiktig innan du rusar in i en ny affärsrelation. Du måste följa vår Partner Up-process eller liknande godkända verktyg inom ditt koncernbolag. Det är det bästa sättet att starta ditt projekt samtidigt som du skyddar Pernod Ricard. Som tumregel, tänk så här: gör inget med företagets pengar som du inte skulle göra med dina egna.

F: En konsult som jag har arbetat med har bett om att få betalt på ett offshorekonto. Kan jag göra den här betalningen?

S: Offshorekonton kan användas för att undvika att betala skatt. Den här förfrågan verkar misstänkt. Be om råd från din ekonomichef och/eller dina juridik- eller etik- och compliancekontakter.

”

Vi granskar våra partner noggrant, så att vi kan arbeta tillsammans i en anda av ömsesidigt förtroende.”



Öka medvetenheten

Genom våra leverantörsåtaganden och vår granskningsprocess strävar vi efter att öka medvetenheten om åtgärder mot mutor, men också om mänskliga rättigheter och arbetsrätt, hälsa och säkerhet, miljöpåverkan, ansvarsfullt drickande, integritet, skatteflykt och god affärssed.

*Njut ansvarsfullt av våra produkter



I vår bransch

Rättvis konkurrens

Vi har åtagit oss att främja rättvis konkurrens. Vi tolererar inte avtal, utbyte av känslig affärsinformation eller andra metoder som kan hindra konkurrensen. Vi diskuterar inte känsliga affärsfrågor med tredje part och i synnerhet inte med konkurrenter.

4 UPPFÖRANDEREGLER

- › Ingå aldrig skriftliga eller muntliga avtal med konkurrenter (t.ex. för att fastställa priser, utesluta en konkurrent eller dela upp en marknad).
- › Du bör alltid vara försiktig med exklusiva distributionsavtal och avtal som omfattar områdesbegränsningar eller åtaganden att inte konkurrera. Ta kontakt med de lokala teamen för juridik, etik och compliance i sådana fall.
- › Se till att all information du får om en konkurrent kommer från offentligt tillgängliga källor eller erhålls på andra legitima sätt.
- › Vi kan bara rekommendera, och aldrig kräva, det slutliga återförsäljningspriset på våra produkter som våra kunder tillämpar.



F: Jag träffade nyligen min före detta chef från mitt tidigare jobb. Den avslappnade stämningen ledde till att hon frågade mig om min nya tjänst på Pernod Ricard. Frågorna rörde sig vidare mot våra marknadsstrategier för de kommande månaderna.

S: Sänk inte garderna bara för att du har en relation med den här personen. Tänk på att du aldrig bör utbyta känslig affärsinformation med konkurrenter, eller någon annan för den delen.

F: Jag har blivit inbjuden till en branschförenings årliga middag. Flera anställda från konkurrerande företag sitter vid mitt bord. Efter några minuter tar en av gästerna upp ämnet priser.

S: En sådan situation kan hindra konkurrensen och strider mot konkurrenslagstiftningen. Om du någonsin hamnar i ett sådant samtal ska du, om möjligt, söka juridisk rådgivning på plats. Annars ska du låta de andra gästerna förstå att du tycker att samtalet inte följer reglerna, och om det fortsätter ska du ursäkta dig och lämna bordet. Om det finns en protokollförare på plats ska du be personen att anteckna att du gick därifrån. Kontakta omedelbart etik- och complianceteamet.

”Vi kommer att förtjäna vår ledande ställning genom rättvis konkurrens.”



Var noggrann med vad du säger och skriver

Säg inte att Pernod Ricard är "dominerande" på en viss marknad, eftersom det rör sig om en komplex juridisk och ekonomisk analys och har rättsliga konsekvenser.

*Njut ansvarsfullt av våra produkter



I vår bransch

Följ globala handelsregler

Pernod Ricard är en global koncern och har åtagit sig att följa de komplexa och föränderliga globala export- och importlagarna, inklusive handelssanktioner som embargon, frysning av tillgångar, begränsningar och förbud. Nya sanktionssystem kan införas och äventyra befintliga eller framtida relationer och projekt. Var vaksam och be om råd.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- › Var noggrann med att skilja mellan allt som har en amerikansk del (verksamheten, tredje parter, personer) och Havana Club. Rådgör alltid med juridik- eller etik- och complianceteamet om du identifierar någon potentiell, direkt eller indirekt länk till USA när du arbetar med något projekt som involverar Havana Club.
- › Sanktionssystemen är komplexa och utvecklas ständigt. Ta kontakt med juridik- eller etik- och complianceteamet innan du tar kontakt med länder och parter som omfattas av sanktioner eller embargon.
- › Granska motparter via Partner Up eller det godkända verktyget i ditt koncernbolag för att undvika att bryta mot sanktioner eller handelsbegränsningar.



F: En ny amerikansk teknisk aktör kan hjälpa oss att uppnå våra marknadsföringsmål mer effektivt. Koncernen planerar att köpa en global licens och sprida den till alla våra produkter. Det är väl goda nyheter?

S: Ja, men eftersom den här leverantören är från USA kommer vissa av våra produkter inte att kunna använda denna tekniska lösning. Hör efter med juridik- och etik- och complianceteamen om det här är den bästa lösningen för koncernen. Se upp när det handlar om IT-verktyg: om någon del är från USA får de inte användas på Kuba!

F: Vi vill vidareutveckla Havana-rom i Europa. Vår marknadsföringsbyrå föreslår att vi marknadsför dem under en kommande musikfestival som också sponsras av ett känt amerikanskt läskedrycksmärke. Kan vi gå vidare?

S: Ja, men du måste säkerställa att ingen samprofilering eller gemensamma aktiveringar mellan de två varumärkena sker under festivalen. Eftersom det generellt sätt är förbjudet för amerikanska företag att handla med varor av kubanskt ursprung får du inte inleda någon kommersiell relation med detta läskedrycksmärke.

”Vi följer gällande globala export- och importlagar och tillhörande sanktioner.”



Döm inte flaskan efter etiketten

The Absolut Company (TAC) ägs av ett USA-baserat dotterbolag till Pernod Ricard. Under de omständigheterna får enligt globala handelslagar vissa av våra produkter, till exempel Havana Club, inte arbeta direkt med TAC.



I vår bransch

Var lojal och transparent

Vi måste undvika situationer där våra personliga intressen och relationer strider mot Pernod Ricards intressen. Redan om något framstår som en intressekonflikt kan det, om det inte rapporteras, skada både Pernod Ricards och ditt eget anseende.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- Redovisa eventuella intressekonflikter i Clear Up, vårt dedikerade verktyg, så snart som möjligt. Situationen kan uppstå på grund av din relation med en familjemedlem, en närstående person eller ett specifikt företag.
- Informera din chef och sök råd innan du engagerar dig i en aktivitet som utgör en potentiell intressekonflikt eller som kan framstå som det.
- Tänk efter noga innan du engagerar dig i en yrkesverksamhet utöver din anställning hos Pernod Ricard.

F: Jag anställdes nyligen av Pernod Ricard och min flickvän arbetar för vår huvudkonkurrent. Innebär det att det finns en intressekonflikt?

S: Inte nödvändigtvis, men du bör redovisa situationen i Clear Up.

F: Min kusin har grundat en digital marknadsföringsbyrå. Jag är opartiskt övertygad om att deras innovativa tillvägagångssätt skulle kunna hjälpa oss med vår kommande kommunikationskampanj. Kan jag föreslå den här byrån för mitt team?

S: Ja. Men oavsett denna byrås kvalitet och rykte skapar situationen sken av en intressekonflikt. Du måste informera din chef och dra dig tillbaka från urvalsprocessen. Du måste redovisa situationen i Clear Up och genomföra den åtgärd för riskreducering som rekommenderas.

F: Jag är absolut nykterist. Jag har blivit kontaktad av en nykterhetsorganisation. Denna intresseorganisation främjar ett fullständigt förbud mot alla former av spritkonsumtion. Kan jag gå med?

S: Även om vi respekterar allas val att dricka eller inte skulle det bli problematiskt om du var medlem i en grupp som aktivt främjar intressen som står i direkt konflikt med Pernod Ricards verksamhet. Tala med etik- och complianceteamet eller personalavdelningen.

“Vi förväntas alla agera i Pernod Ricards bästa intresse.”



ÄR DU OSÄKER PÅ OM EN SITUATION UTGÖR EN INTRESSEKONFLIKT? FRÅGA DIG SJÄLV:



Skulle någon av mina släktingar eller jag själv **gynnas, eller verka gynnas**, av mitt deltagande i den här situationen?



Kan mina personliga intressen, eller mina släktingars personliga intressen, **påverka mina affärsbeslut**?



Skulle jag **agera annorlunda** utan dessa personliga överväganden?



Kan mitt deltagande i den här aktiviteten **störa, eller verka störa**, hur jag bör utföra mitt arbete?



Kan mina beslut **ifrågasättas** eller uppfattas som om de **inte är i Pernod Ricards intresse**?



Does it feel wrong? Känns det fel? Skulle jag **känna mig generad** om situationen **kom till allmänhetens kännedom**?

Om du svarade ja på någon av dessa frågor, bör du sannolikt rapportera det i Clear Up. Är du fortfarande osäker? Kontakta teamet för Etik & regelefterlevnad för eventuella frågor.



Framväxande vänskap

Var försiktig, en affärsrelation som har utvecklats till en personlig relation kan vara källa till eller få det att framstå som en konflikt.

*Njut ansvarsfullt av våra produkter

*I vår bransch*

Skydda Pernod Ricards tillgångar

Våra tillgångar är värdefulla: vare sig de är materiella (bärbara datorer, mobiltelefoner osv.), eller immateriella (personuppgifter, finansiell information, teknisk information eller immaterialrätter). Vi måste skydda dem.

4 UPPFÖRANDEREGLER

- › Använd Pernod Ricards tillgångar och resurser med försiktighet och endast för legitima affärsändamål.
- › Data och information ska användas i enlighet med dataetiska regler.
- › Hör efter med koncernens IP-hubb- när du arbetar med en ny produkt, ett nytt varumärke eller en ny tagline.
- › Skydda din åtkomst till Pernod Ricards tillgångar – detta omfattar dina lösenord och dina elektroniska apparater.



F: Min kund glömde sin USB-nyckel på mitt kontor. Jag kanske hittar användbara saker där...

S: Det är absolut förbjudet. Det är dessutom aldrig säkert att använda en USB-nyckel som du inte har fått av ditt IT-team.

F: Vi har ett fint namn i åtanke för ett nytt varumärke. Hur kan vi skydda det?

S: Våra varumärken är våra mest värdefulla tillgångar. Att göra dem unika och tydliga är det bästa sättet att skydda dem. Ring koncernens IP-hubb för att skydda alla relevanta immaterialrätter.

”*Vi använder de resurser som Pernod Ricard har ställt till vårt förfogande på ett ansvarsfullt sätt.*”



Hur tar du hand om dina tillgångar?

Oavsett om det är en bärbar dator, en mobiltelefon, internetåtkomst, affärsdata, varumärken eller till och med en byggnad, förväntar vi oss att du tar hand om våra och våra partners tillgångar på samma sätt som du skulle ta hand om dina egna.



I vår bransch

Var sällskaplig, men var försiktig med vad du delar

Även om vi är stolta över att vara en del av Pernod Ricard och gillar att skryta med våra framgångar måste vi hålla konfidentiell eller känslig information för oss själva. Vi måste också vara medvetna om att vissa känsliga frågor kan vara riktiga vattendelare. I vår yrkesroll bör vi därför inte ta ställning till dem offentligt.

3 UPPFÖRANDE REGLER

- Håll all konfidentiell eller skyddad information för dig själv.
- Såvida det inte specifikt har godkänts enligt beslutsträdet, gör inga uttalanden om känsliga ämnen som:
 - Religiösa övertygelser,
 - Moraliska frågor kring liv och död,
 - Väpnade konflikter; uppror/revolt; terroristattacker,
 - Partipolitik/val,
 - Ras/etnicitet och könsfrågor som inte täcks av Pernod Ricards D&I-policy,
 - Naturkatastrofer där företagets ståndpunkt måste anpassas noggrant.Kontrollera policyn för Företagsuttalanden för mer information.
- Gör ansvarsfulla inlägg om alkohol på sociala medier.



F: Jag råkar ha tillgång till icke-offentlig information om Pernod Ricards kommande förvärv av ett startup-företag som mycket väl kan förändra synen på sällskaplighet. Jag vet att jag inte får köpa aktier baserat på denna information, men kan jag rekommendera någon annan att köpa Pernod Ricard-aktier om jag inte nämner den här transaktionen?

S: Svaret är klart och tydligt "nej". Att ge ett "tips" i syfte att handla med värdepapper är ett brott mot det förtroende vi har byggt upp hos våra investerare och tillsynsmyndigheten för marknaden. Att använda insiderinformation för att handla med Pernod Ricards värdepapper kallas insideraffär och leder till hårda straff.

F: Jag känner väldigt starkt för en viss samhällsfråga som har lett till en splittring i landet där jag bor. Jag vill ta ställning på mina personliga sociala mediekonton. Är det okej? Kan jag bestämma själv?

S: Naturligtvis får du uttrycka dina åsikter på dina personliga sociala mediekonton. Men uttryck dig aldrig i känsliga frågor när du framstår som en representant för Pernod Ricard (t.ex. på LinkedIn), eftersom dina egna åsikter i en viss fråga kan verka

Hur man avgör om en PR-enhet/talesperson ska kommentera eller ta ställning i en samhällsfråga: beslutsträd



sakliga för dig men stötande för andra. Många av dessa frågor kräver ett omdöme, och eftersom de är känsliga måste godkännande sökas på ExCom-nivå (exekutiv kommitté).

Det pågår en stor politisk kontrovers just nu i mitt land.

F: Och jag tror att det skulle vara fördelaktigt för Jameson att ta ställning i frågan. Ska jag arbeta med marknadsföringsavdelningen för att utveckla material som går i den här riktningen?

S: Absolut inte. Detta är oftast kontraproduktivt. Våra varumärken ska inte användas för splittrande och polariserande frågor som till exempel har med religion, krig eller partipolitik att göra.

F: Ska vi starta en debatt på kontoret?

S: Anställda måste undvika att inleda officiella debatter kring känsliga frågor i ett professionellt sammanhang, såvida inte diskussionen behövs för att driva vår verksamhet (i enlighet med CODI för det relevanta dotterbolaget).



I vår bransch

Kommunicera öppet och ärligt

Vi strävar efter att sända tydliga, konsekventa budskap till medarbetare, kunder, investerare, myndigheter och andra intressenter, liksom till allmänheten. Öppen och ärlig kommunikation skapar förtroende för våra relationer och förbättrar vårt anseende.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- › Registrera alla transaktioner och skicka in eventuella nödvändiga dokument eller anmälningar i tid.
- › Se till att den information du lämnar är utförlig, korrekt och lätt att förstå.
- › Se till att alla beskrivningar av våra produkter och tjänster samt eventuella påståenden om dem är sanningsenliga.



F: Jag är besviken över mina försäljningssiffror för månaden. Skulle det vara fel om jag överdrev mitt resultat lite grann, eftersom jag är säker på att jag kan kompensera för det nästa månad?

S: Ja, det skulle vara fel. Att manipulera försäljningssiffror kan ge ett falskt intryck av hur vår verksamhet presterar inför våra investerare, leda till sanktioner och skada vårt anseende.

F: En av mina kunder har bett mig att utfärda falska fakturor för att undvika vissa skatter. Han har gått igenom en tuff ekonomisk period. Detta skulle kunna hjälpa honom utan några större konsekvenser för oss.

S: Det är förbjudet att lämna falska uppgifter, t.ex. i form av falska fakturor, till en skattemyndighet. Pernod Ricard främjar inte någon form av skatteflykt och vägrar att delta i någon form av bedräglig verksamhet eller något falskt skattearrangemang.

F: En av mina leverantörer meddelar att de kan minska materialkostnaderna om vi importerar varorna med en annan klassificeringskod eftersom den har en lägre tullsats. De säger att de kommer att ändra beskrivningen för att förhindra eventuella frågor från tullen.

S: Att medvetet använda fel kod innebär en bedräglig deklaration och kan leda till ytterligare påföljder, och i vissa länder till och med straffrättsliga påföljder. Sök råd från ditt lokala tull-, skatte- eller juristteam innan du ger några tullklareringsinstruktioner.

”Vi förser våra intressenter med tydlig och korrekt information.”



Håll dig till sanningen

En enda bedräglig eller oärlig handling kan allvarligt skada en relation. Så se till att du förstår ditt ansvar och handla alltid i god tro med våra intressenter.



I vår bransch

Visa hänsyn vid användning av personuppgifter

Personuppgifter är det bränsle som driver många av våra banbrytande digitala verktyg. Vi måste alltid behandla personuppgifter på ett säkert, konfidentiellt och rättvist sätt för att följa gällande lagstiftning och förtjäna konsumenternas förtroende.

”Vi använder data för att expandera vår verksamhet, men vi använder bara det vi behöver.”

3 UPPFÖRANDEREGLER

- Fråga alltid dig själv om de personuppgifter du samlar in verkligen krävs för det syfte du vill uppnå, och om du använder dem för ett legitimt affärssyfte.
- Var öppen i din användning av personuppgifter och, där det är relevant, be om personernas samtycke.
- Kontrollera interna förfaranden och rutiner innan du delar personuppgifter om våra anställda, kunder eller leverantörer med tredje part.

F: Jag utvecklar en ny varumärkeswebbplats med hjälp av en extern byrå. Byrån erbjuder sig att identifiera och installera alla relevanta cookies på webbplatsen åt mig. Jag behöver inte kolla något. Är inte det perfekt?

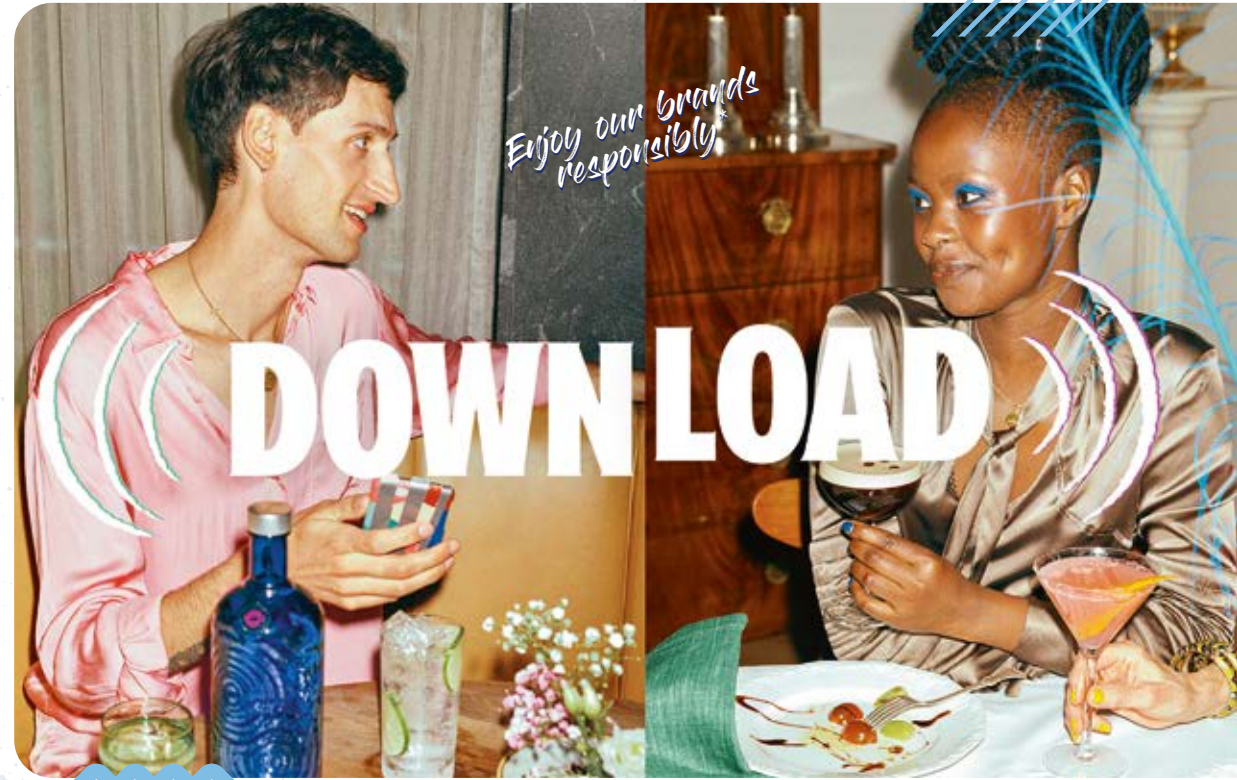
S: Du måste alltid hålla ett öga på vad våra underleverantörer föreslår att göra, för vår räkning, med personuppgifter (inklusive användning av cookies). Pernod Ricard ska alltid vara den som bestämmer vilka cookies som ska finnas på våra webbplatser och hur de ska användas. Om du är osäker, kontakta ditt juridiska team och/eller din Privacy Champion.

F: Jag är på väg att rekrytera en ny teammedlem. Jag har träffat en lovande kandidat, men jag fick reda på att hon har hälsoproblem. Kan jag skriva det i rapporten till min chef?

S: Vissa personuppgifter är mycket känsliga och föremål för olika juridiska begränsningar. Så är det ofta med just hälsouppgifter. Du bör avstå från att samla in sådana känsliga uppgifter om det inte är en del av en väldefinierad process som har granskats av det juridiska teamet på din enhet.

F: Jag har fått en begäran om dataåtkomst från en konsument. Jag jobbar inte på kundtjänstavdelningen. Kan jag bara ignorera det?

S: Din enhets juridiska team och/eller Privacy Champion måste omedelbart informeras om denna begäran. De kommer att se till att den behandlas på rätt sätt.



Inget är för litet för att vi ska agera!

Om du är osäker när det gäller personuppgifter ska du kontakta Pernod Ricards dataskyddsombud via koncernens nätverk för Privacy Champions.

*Njut ansvarsfullt av våra produkter



På vår arbetsplats

Var snäll och hänsynsfull

På Pernod Ricard ser vi till att alla behandlas med respekt och värdighet. Det är en del av vår anda av sällskaplighet. Därför är allt kränkande beteende, däribland trakasserier, förbjudet på vår arbetsplats och i vår inflytandesfär. Vi tar beteenden som kan betraktas som mobbning, förödmjukande eller hotfulla på största allvar.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- Behandla våra kollegor och affärspartner på ett artigt och respektfullt sätt.
- Tillämpa Pernod Ricards policyer mot trakasserier och mobbning genom att anmäla olämpligt beteende.
- Ett beteende som inte är acceptabelt vid ett affärsmöte är inte heller acceptabelt vid en social tillställning.



F: Vi är under stor press. Min chef ringer ofta sent på kvällen eller under helgen. Hon riktar sig särskilt mot en av mina medarbetare genom att kritisera hennes arbete inför teamet. Hon ser ut att snart kunna drabbas ett sammanbrott. Hur kan jag hjälpa min kollega?

S: Vi vet vad det innebär att arbeta under press men tolererar inte mobbning eller trakasserier. Om du, i god tro, tror att en gräns har passerats, försök att prata med din chef eller direkt med personalavdelningen, eller använd vår Speak Up-linje för att anmäla saken.

F: Vid en tillställning i samband med arbetet agerade en av mina kollegor olämpligt mot mig. När jag avspisade honom sa han att det bara var ett skämt och att jag skulle "slappna av lite". Vad ska jag göra åt det?

S: Sexuella eller andra andra former av trakasserier är oacceptabla, oavsett om det sker under arbete eller vid socialt umgänge. Att umgås innebär inte att vi sänker våra etiska normer. Du bör omedelbart anmäla situationen till din chef eller direkt till personalavdelningen, eller via Speak Up-linjen.



”Vi skapar en trygg arbetsplats för alla.”



Samvaro på jobbet

Vi skapar en miljö där alla känner sig trygga med att tänka nytt, prova nya saker och visa vad de har att komma med. Vi värdesätter enkla och direkta relationer som bygger förtroende, stöd och samarbete.



På vår arbetsplats

Värdesätt mångfald och inkludering

Det är genom att bygga en inkluderande kultur som vi kan få mångfalden att blomstra och ge resultat. Vi uppmuntrar öppenhet, samarbete och öppen kommunikation. På så sätt kan vi alla känna oss välkomna och verkligen vara oss själva på Pernod Ricard.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- Stöd Pernod Ricards åtaganden för mångfald och inkludering, och främja dessa åtaganden i dina relationer med leverantörer, kunder och andra affärspartner.
- Främja likabehandling och lika möjligheter till anställning och befordran endast utifrån kvalifikationer och färdigheter.
- Gör din röst hörd när du bevitnar handlingar och beteenden som strider mot våra värderingar.



F: En kund vägrar prata med en av mina teammedarbetare. Han ignorerar henne och avfärdar allt hon säger. Jag tror i god tro att detta har att göra med min kollegas etnicitet. Vad ska jag göra?

S: Vi väljer att arbeta med människor som delar våra värderingar och principer. Om en av dina kunder till synes visar rasistiskt beteende bör du anmäla det till din chef, personalavdelningen eller etik- och complianceteamet.

F: En av mina kollegor gillar att provocera och drar ibland "skämt" med sexuella undertoner. Folk verkar tycka att han är rolig men själv tycker jag att det är stötande. Vad ska jag göra?

S: Visst kan vi ta ett skämt, men på arbetsplatsen är ett stötande skämt aldrig roligt. Tala om för din kollega att du känner dig stött av hans skämt. Om han inte slutar ska du informera din chef och personalavdelningen om situationen eller anmäla det på Speak Up.

”Vi anser att mångfald och inkludering är kärnan i vår kollektiva anda som ”Créateurs de Convivialité”.”



Lev utan etiketter

Genom att spegla mångfalden i vårt samhälle och bland våra kunder kan vi än mer skapa de mänskliga kontakternas magi, där människor är öppna och tillåter skillnaderna att förena oss, inte skilja oss åt.



På vår arbetsplats

Skapa en trygg arbetsmiljö

Pernod Ricards globala hälso- och säkerhetspolicy stöds av vår vision som "Créateurs de Convivialité". Koncernen åtar sig därmed att utveckla en kultur där alla har en roll att spela och där de anställda tar ansvar för sin egen och sina medarbetares säkerhet.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- › Vidta alla försiktighetsåtgärder för att upprätthålla en säker och hälsosam arbetsmiljö.
- › Se till att vi inte utsätter oss själva eller andra för risker genom våra handlingar.
- › Anmäl tillbud och ohälsosamma eller osäkra förhållanden eller beteenden.



F: Jag har en säkerhetsfråga. Men jag är rädd för att den kommer att bromsa produktionen. Jag vill inte äventyra våra affärer. Vad ska jag göra?

S: Hälsa och säkerhet går alltid i första hand. Du bör omedelbart anmäla hälso- och säkerhetsproblem, även om det innebär att produktionen saktar ner, att en deadline missas eller att en affärsmöjlighet tappas.

F: Jag är orolig för en kollega som verkar vara fruktansvärt stressad just nu. Han missade ett par deadlines nyligen och verkar inte vara sig själv. Hur kan jag se till att han mår bra samtidigt som jag värnar om våra affärer?

S: Vi bryr oss om våra kollegor och deras fysiska och psykiska välbefinnande. Situationer som denna bör hanteras med fingertoppskänsla. Du bör kontakta din chef och personalavdelningen innan du vidtar några åtgärder.

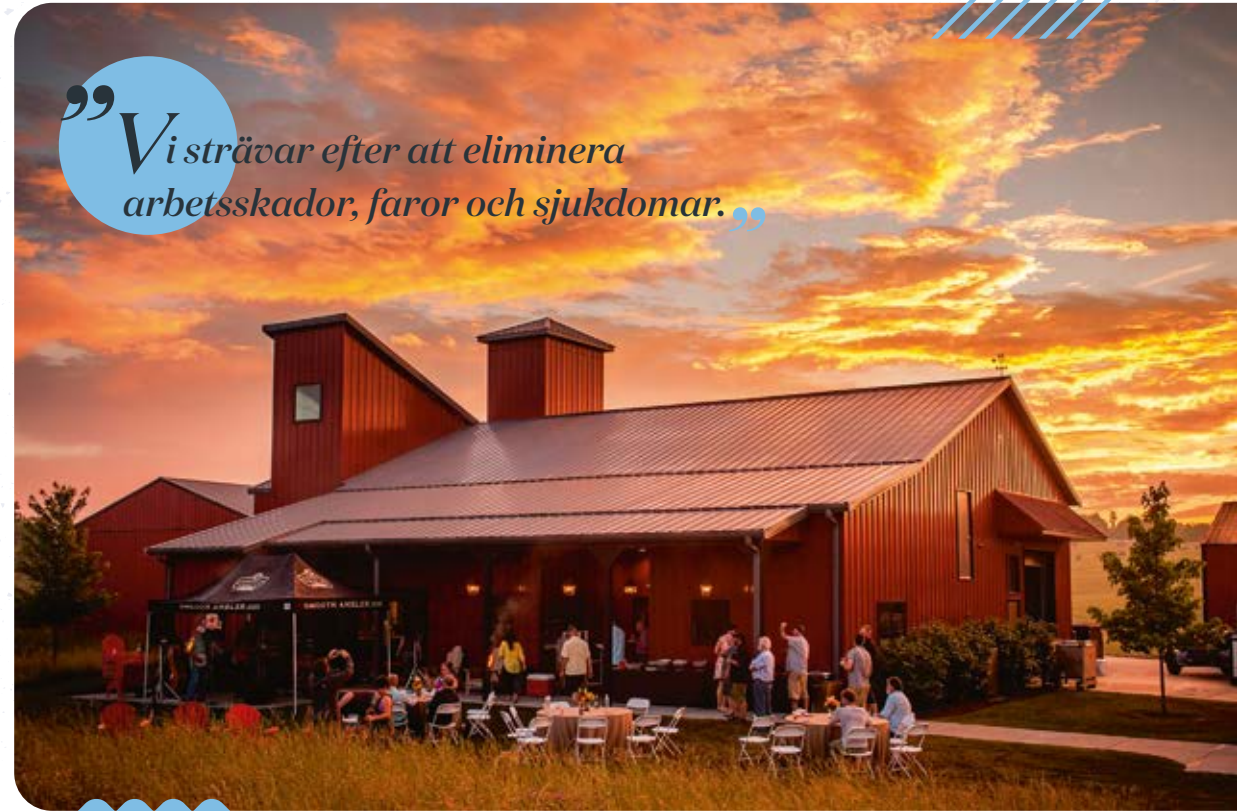


**TAKING CARE
OF EACH OTHER**

”

Vi strävar efter att eliminera arbetsskador, faror och sjukdomar.

”



Ta hand om varandra

Vår globala hälso- och säkerhetspolicy fokuserar på att utveckla en kultur där säkerhet står i centrum för att upprätthålla vår sällskaplighet. Genom att ta hand om varandra gör vi Pernod Ricard till en säkrare arbetsplats.



På vår arbetsplats

Bring Good Times from a Good Place*

Som "Créateurs de Convivialité" tror vi starkt på konsten att dela med oss av allt vi gör. Vi strävar efter att skapa "Good Times from a Good Place" genom att ta hand om jorden, värdesätta människor, hjälpa till att bevara våra naturresurser, bekämpa alkoholmissbruk och skapa gemensamt värde för alla våra intressenter. Vår färdplan är integrerad i all vår verksamhet, från korn till glas.

3 UPPFÖRANDEREGLER

- Alltid främja vår färdplan för hållbarhet och ansvar (Sustainability & Responsibility - S&R) för 2030.
- Våra produkter kommer från naturen och det är vår plikt att hjälpa till att skydda och återskapa naturresurser.
- Visa alltid värme, omsorg och respekt för människor, och handla alltid ansvarsfullt vid alla former av samvaro.



Speak Up

Pernod Ricards "visselblåsarpolicy" innefattar också möjligheten att i god tro anmäla eventuella överträdelser av miljöriktlinjer.



*Skapa goda stunder från ett god plats



F: Jag är på företagets julfest, och några kollegor har redan druckit två fulla glas på tio minuter. Ska jag göra något?

S: Ja! Påminn dem om att vi säljer de bästa produkterna i branschen, som bäst avnjuts (långsamt) för sin smak och kvalitet; rekommendera att de saktar ner sitt drickande och väljer vatten eller andra alkoholfria drycker. Och se framför allt till att de inte kör hem!

F: Jag har lagt märke till ett utsläpp i havet nära vår produktionsanläggning. Min chef vill inte göra något åt det. Vad ska jag göra?

S: Du bör anmäla det till koncernen eftersom S&R-färdplanen är en huvudprioritering och vi bör förhindra alla överträdelser av miljölagstiftningen. Använd vårt verktyg Speak Up för att i god tro anmäla eventuella överträdelser av miljöregler.



Vår S&R-prestanda

Pernod Ricard publicerar varje år sina S&R-resultat (mål, åtgärder, nyckeltal) och bidrag till FN:s globala mål för hållbar utveckling och principer i sitt Universal Registration Document.

[Inledning](#)[Hur vi agerar](#)[I vår verksamhet](#)[I vår bransch](#)[På vår arbetsplats](#)[Hur vi upprätthåller vår kod](#)

Hur vi *upprätthåller* vår kod



Sök vägledning

Vi uppmuntrar alla att tala ut och söka vägledning i de frågor som omfattas av vår kod. Du ska känna dig bekväm med att ställa en fråga eller anmäla ett bekymmer i god tro via valfri kanal. Du kan vara säker på att din rapport kommer att tas på allvar och behandlas så snabbt och konfidentiellt som möjligt.

Använd ditt omdöme och fråga dig själv:

Är mitt beslut förenligt med lagen, den här koden och/eller några andra Pernod Ricard-policyer?

Är mitt beslut förenligt med vår vision och våra värderingar?

Är jag redo att stå till svars för detta beslut?

Kommer mitt beslut att ha positiva konsekvenser för Pernod Ricard?

Skulle jag känna mig bekväm om mitt beslut delades med både mina medarbetare och intressenter utanför Pernod Ricard?

Om svaret på någon av dessa frågor är nej, eller om du är osäker: sök råd.

Vem kan jag prata med?

- › Min chef,
- › Det juridiska teamet eller etik- och complianceteamet,
- › Personalavdelningen.



Arbeta med etik- och complianceteamet på Pernod Ricard

Etik- och complianceteamet är en partner för alla på Pernod Ricard. Kontakta teamet för att få stöd om du känner att du befinner dig i en gråzon där något inte känns rätt och du inte hittar något svar i koden eller andra policyer.



Speak Up

Pernod Ricard ger sina anställda tillgång till Speak Up: en säker kanal för rapportering av yrkesetiska regler och efterlevnad dygnet runt alla dagar, så att varje anställd i god tro kan anmäla överträdelser av denna uppförandekod samt olagliga beteenden.



Anmäl på SpeakUp

Alla som arbetar med oss, oavsett om det är en anställd, en extern eller tillfällig medarbetare (praktikanter, tjänsteleverantörer osv.) samt våra kunder, leverantörer och mellanhänder kan använda Speak Up för att anmäla ett problem.

- › Du kan använda Speak Up om anmälan görs i god tro och är så korrekt som möjligt för att möjliggöra effektiv och faktisk verifiering av de anklagelser som har framförts.
- › Du kan skicka en mängd olika filtyper via Speak Up (såsom text, bilder eller ljudfiler).
- › Speak Up är tillgängligt dygnet runt alla dagar på praktiskt taget alla språk.
- › Alla rapporter skyddas och hålls strikt konfidentiella.

Anställd som gör en medvetet felaktig rapport kan bli föremål för åtal och disciplinära sanktioner från koncernen.



Lita på Pernod Ricard

Pernod Ricard har en nolltoleranspolicy för vedergällning mot alla som har anmält en anklagelse eller gett sitt stöd till en utredning i god tro. Alla former av vedergällning tas på största allvar och kan leda till disciplinära sanktioner och straffrättsliga förfaranden, i enlighet med lokal lagstiftning.

Vad händer med din anmälan?

1

ANMÄLAN

DU gör en anmälan och får en bekräftelse

2

ANMÄLAN BEHANDLAS

Integritetskommittén bedömer hur allvarlig och trovärdig din anmälan är

3

AVGÖRANDE

Kan **en åtgärd** vidtas för att få överträdelsen att upphöra?

Ja

En åtgärd kan vidtas för att få överträdelsen att upphöra

Nej

Ytterligare utredning krävs

- En utredning kan utföras av lämpliga personer på regional nivå eller inom koncernbolaget, med bistånd av externa granskare, utredare och/eller juridiska rådgivare
- Utredarna kan ställa frågor till dig via Speak Up
- Resultaten av utredningen vidarebefordras till Integritetskommittén, som validerar utredarnas föreslagna resultat

En åtgärd kan vidtas för att få överträdelsen att upphöra

•||• SVAR SKICKAS TILL VISELBLÅSAREN •||•



Främja vår kod

Som anställd på Pernod Ricard

› Läs på

- › Läs noggrant vår uppförandekod och alla andra företagspolicyer som är förknippade med dina ansvarsområden.
- › Förstå hur du tillämpar denna kod och andra företagspolicyer på ditt jobb.
- › Ställ frågor.

› Ta ansvar

- › Delta i utbildningar för att förstå dina ansvarsområden.
- › Säg ifrån och ta upp farhågor utan rädsla för vedergällning.

› Följ koden

- › Lagbrott, överträdelser av denna kod eller andra företagspolicyer kan leda till disciplinära åtgärder, till och med uppsägning.

Som chef på Pernod Ricard

› Föregå med gott exempel

- › Inspirera ditt team att följa koden.
- › Främja och upprätthåll en kultur som bygger på integritet.

› Ange tonen

- › Diskutera öppet vikten av yrkesetiska regler och integritet.
- › Lyssna utan att döma när en anställd ställer en fråga eller tar upp en oro kring eventuella missförhållanden.

› Anmäl problem

- › Anmäl eventuella missförhållanden som du känner till.





Vill du veta mer?



Available on MyPortal

Hur vi agerar i vår verksamhet

- › Mutbekämpningspolicy / *Anti-bribery Policy*
- › Riktlinjer för lobbyverksamhet / *Lobbying guidelines*
- › Globalt förfarande för företagsbesiktning / *Global Due Diligence Procedure*
- › Mallar för compliance-klausuler / *Compliance clause templates*
- › Leverantörsåtaganden / *Supplier Standards*

Hur vi agerar i vår bransch

- › Kod för marknadskommunikation / *Code for Commercial Communications*
- › Global policy för ansvarsfullt drickande / *Global Responsible Drinking Policy*
- › Policy för efterlevnad av konkurrenslagstiftning / *Competition Law Policy*
- › Policy mot penningtvätt / *Anti-Money Laundering Policy*
- › Policy för intressekonflikter / *Conflict of Interest Policy*
- › Skattepolicy / *Tax Policy*
- › Uppförandekod för förebyggande av oegentligheter på insiderområdet / *Code of Conduct for the Prevention of Insider Misconduct*
- › Personuppgiftspolitik / *Data Privacy Policy*
- › 10 gyllene regler för immateriell egendom / *Intellectual Property 10 Golden Rules*
- › Policy för godkända IT-tillgångar / *IT Assets Acceptable Policy*

Hur vi agerar på vår arbetsplats

- › Global miljöpolicy / *Global Environmental Policy*
- › Globala policy för mänskliga rättigheter / *Global Human Rights Policy*
- › Global hälso- och säkerhetspolicy / *Global Health & Safety Policy*
- › S&R-färdplan för 2030 / *2030 S&R Roadmap*

Speak Up och meddelarfrihet

- › Policy för meddelarfrihet / *Whistleblowing Policy*
- › Speak Up-vägledning / *Speak Up Guide*



*Njut ansvarsfullt av våra produkter

Rättigheter till fotomaterial: 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

Pernod Ricards etik- och efterlevnadsteam



5 cours Paul Ricard 75008 Paris



Publicerad i juni 2022

