



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

What we stand for*

Quy tắc ứng xử trong kinh doanh của chúng ta

*Điều mà chúng ta đại diện

**Thưởng thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm

Enjoy our brands
responsibly**



Bảng phụ lục

Tuyên bố điều hành	03
Chúng ta là Người Tạo Cảm Hứng (convivialists)	04
Bộ Quy tắc của chúng ta	05
Quy Tắc Vàng của chúng ta	06
Cách chúng ta cư xử	07
<i>Trong kinh doanh</i>	
Phòng chống hối lộ và tham nhũng	08
Trao hoặc nhận các món quà và sự chiêu đãi	09
Làm việc có trách nhiệm với bên thứ ba	10
<i>Trong thương mại</i>	
Cạnh tranh công bằng	11
Tuân theo quy tắc thương mại toàn cầu	12
Trung thành và minh bạch	13
Bảo vệ tài sản của Pernod Ricard	14
Tràn đầy cảm hứng (convivial), nhưng không quá mức	15
Giao tiếp cởi mở và chân thành	16
Sử dụng dữ liệu cá nhân cẩn trọng	17
<i>Tại nơi làm việc</i>	
Tử tế và tôn trọng	18
Đa dạng về giá trị và hòa nhập	19
Tạo môi trường làm việc an toàn	20
<i>Bring Good Times from a Good Place*</i>	21
Cách chúng ta duy trì Bộ Quy tắc	22
Tìm kiếm hướng dẫn	23
Báo cáo trên nền tảng Speak Up (Lên Tiếng)	24
Phổ biến Quy tắc của chúng ta	25
Bạn muốn biết thêm không?	26

*Đem đến những khoảnh khắc tuyệt vời từ một nơi tốt đẹp
**Thưởng thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm



Alexandre Ricard
CHỦ TỊCH, TỔNG GIÁM ĐỐC
CỦA PERNOD RICARD

Tuyên bố điều hành

Kính gửi: Quý Đối tác kinh doanh và Quý Đồng nghiệp,

Pernod Ricard được xây dựng trên nền tảng danh tiếng của sự chính trực và chuyên nghiệp; khởi nghiệp từ một nhà sản xuất rượu pastis nhỏ ở miền Nam nước Pháp gần 100 năm trước cho đến ngày hôm nay, trở thành nhà sản xuất toàn cầu các sản phẩm rượu mạnh và rượu vang hảo hạng có mặt trên 160 quốc gia.

Cùng với sự tin tưởng lẫn nhau và tinh thần kinh doanh độc lập, ý thức đạo đức mạnh mẽ là một trong những giá trị cốt lõi của Tập đoàn. Đây chính là một trong những tài sản quý giá nhất mà chúng ta luôn phải duy trì và bảo vệ.

Tham vọng của chúng ta là trở thành người dẫn đầu trong ngành, nhưng không có nghĩa là chúng ta bất chấp mọi thứ. Chúng ta tin rằng nếu không có sự chính trực thì không thể có thành công bền vững. Do đó, chúng ta sẽ tiếp tục duy trì chính sách không khoan dung của mình đối với bất kỳ hành vi nào vi phạm chuẩn mực đạo đức. Chúng ta áp dụng lập trường này không chỉ vì lý do đạo đức đơn thuần mà còn vì người tiêu dùng, vì nhân viên, đối tác kinh doanh, cộng đồng và các bên liên quan khác đang mong đợi điều đó từ chúng ta.

Bằng cách tuân thủ quy tắc này, bạn đóng góp vào sự thành công lâu dài của Tập đoàn chúng ta.

Phiên bản mới của Bộ Quy tắc này quy định các vấn đề đạo đức và tuân thủ theo quan điểm của chúng ta và được thiết kế thân thiện nhất có thể đối với người đọc. Hãy đọc, tham khảo quy tắc này và trao đổi với bộ phận Pháp lý và các đồng nghiệp của bạn để được hướng dẫn thêm.

Đây là một tài liệu phát sóng trực tiếp và sẽ được cập nhật theo thời gian. Như mọi khi, tôi hoan nghênh phản hồi của bạn.

Trân trọng,

Alexandre Ricard



Chúng ta là Người tạo cảm hứng (Convivialists)

Là “Créateurs de convivialité” (Người tạo cảm hứng), chúng ta hướng đến biến mọi tương tác xã hội thành trải nghiệm chia sẻ chân thực, thân thiện và có trách nhiệm; và sứ mệnh của chúng ta là mở khóa sự kỳ diệu của việc kết nối con người với nhau bằng cách mang lại những khoảnh khắc tuyệt vời từ một nơi tốt đẹp.

Bản tuyên ngôn của Người tạo cảm hứng

Chúng ta chính là cảm hứng bởi vì các thương hiệu, việc kinh doanh và đội ngũ của chúng ta có chung niềm tin rằng là con người, chúng ta cùng với nhau tạo ra những khoảnh khắc vui vẻ. Chúng ta được kết nối với nhau bằng nguồn cảm hứng trên toàn cầu và chúng ta tự hào là một phần của cộng đồng những người tạo ra cảm hứng. Chúng ta hỗ trợ và tin tưởng lẫn nhau với một niềm tin chung.

Chúng ta có trách nhiệm và điều này có nghĩa là chúng ta tôn trọng lẫn nhau, tôn trọng cộng đồng và hành tinh của chúng ta khi chúng ta cố gắng vì một thế giới tràn ngập cảm hứng, nhưng không quá mức. Tại nơi làm việc, điều này có nghĩa là chúng ta cam kết việc chú ý và giữ gìn nghiêm túc tinh thần đạo đức trong mọi việc chúng ta làm.

Chúng ta thành công và là một công ty dẫn đầu trong lĩnh vực rượu vang và rượu mạnh, chúng ta có tầm nhìn dài hạn hướng đến mục tiêu dẫn đầu ngành, dẫn đầu về giải pháp đổi mới và tăng trưởng bền vững. Chúng ta giữ vững tinh thần kinh doanh độc lập của mình và đầu tư niềm đam mê của chúng ta vào những gì chúng ta làm. Mô hình kinh doanh phi tập trung của chúng ta có nghĩa là chúng ta được trao quyền để hoạt động với nỗ lực tốt nhất của chúng ta.

*Thưởng thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm



Enjoy our brands responsibly*

Bộ Quy tắc của chúng ta

*What we stand for**

Bộ Quy tắc ứng xử kinh doanh của chúng ta đưa ra các tiêu chuẩn về ứng xử kinh doanh có đạo đức và có trách nhiệm mà tất cả nhân viên và đối tác kinh doanh của chúng ta phải đáp ứng. Bộ Quy tắc này giúp chúng ta định hướng khi đưa ra quyết định hàng ngày.

Các thương hiệu của chúng ta được kinh doanh tại hơn 160 quốc gia và vì thế, chúng ta phải tuân theo một khuôn khổ quy định đủ bao quát, một trong số đó áp dụng xuyên biên giới. Bằng cách tuân theo các nguyên tắc của Bộ Quy tắc này và các chính sách của chúng ta, bạn đang giúp Pernod Ricard tuân thủ các luật lệ này và do đó, góp phần vào thành công bền vững của chúng ta.

Đối với nhân viên của chúng ta, việc vi phạm Bộ Quy tắc ứng xử kinh doanh này có thể dẫn đến việc bị kỷ luật bao gồm cả việc chấm dứt hợp đồng lao động.
Đối với các đối tác kinh doanh của chúng ta, chúng ta sẽ xem xét nghiêm túc nhất bất kỳ vi phạm nào đối với các nguyên tắc và quy định của Bộ Quy tắc này khi cân nhắc quyết định có nên tiếp tục mối quan hệ hợp đồng của chúng ta.



Để biết thêm thông tin?

Bộ Quy tắc này đề cập đến một số chính sách và thủ tục nội bộ của Pernod Ricard. Các chính sách bổ sung có thể được áp dụng tại công ty nơi bạn công tác. Vui lòng tham khảo tại trang 26.



Bạn có bỏ lỡ điều gì không?

Chúng tôi đã nỗ lực tối đa để soạn thảo Bộ Quy tắc này theo cách thân thiện nhất với người đọc, càng ít ngôn ngữ pháp lý càng tốt. Chúng tôi hy vọng bạn đánh giá cao nỗ lực này! Tuy nhiên, điều đó cũng có nghĩa là tài liệu này không thể giải quyết mọi vấn đề liên quan đến đạo đức hoặc mọi tình huống khó khăn mà bạn có thể phải đối mặt. Bạn sẽ có thông tin về nơi tìm kiếm thêm các hướng dẫn ở trang 23, cách báo cáo mối quan ngại ở trang 24 và danh sách các chính sách bổ sung ở trang 26.

*Điều mà chúng ta đại diện

**Thưởng thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm



Quy tắc vàng của chúng ta

Chúng ta sẽ đạt được tham vọng dẫn đầu của mình bằng cách hành động chính trực, vững vàng từng bước tiến lên.

Trong kinh doanh

- **Chúng ta không bao giờ đưa hoặc nhận hối lộ** dưới bất kỳ hình thức nào.
- **Chúng ta không bao giờ trao hoặc nhận** các món quà và khoản chiêu đãi không phù hợp.
- **Chúng ta thăm định đối tác** một cách kỹ lưỡng, từ đó chúng ta có thể làm việc cùng nhau trên tinh thần tin cậy lẫn nhau.

Trong thương mại

- **Chúng ta đạt được** vị trí dẫn đầu thông qua cạnh tranh công bằng.
- **Chúng ta tuân thủ** các luật lệ hiện hành bao gồm các quy định pháp luật và các chế tài áp dụng đối với xuất khẩu và nhập khẩu toàn cầu.
- **Chúng ta hành động** vì lợi ích tốt nhất của Pernod Ricard.
- **Chúng ta sử dụng** các tài nguyên do Pernod Ricard cung cấp cho mình một cách có trách nhiệm.
- **Chúng ta lưu tâm** đến những gì chúng ta nói, viết và chia sẻ.
- **Chúng ta cung cấp** cho các bên liên quan thông tin rõ ràng, chính xác.
- **Chúng ta sử dụng dữ liệu** để mở rộng hoạt động kinh doanh của mình, nhưng chỉ đến phạm vi những gì chúng ta cần.

Tại nơi làm việc của chúng ta

- **Chúng ta kiến tạo** một nơi làm việc an toàn cho tất cả mọi người.
- **Chúng ta tin** rằng sự đa dạng và hòa nhập là cốt lõi của tinh thần tập thể của chúng ta, như là "Người Tạo Cảm Hứng" ("Créateurs de convivialité").
- **Chúng ta chăm sóc lẫn nhau và cố gắng loại bỏ** tai nạn, mối nguy hiểm và bệnh nghề nghiệp.
- **Chúng ta mong muốn tạo ra** một thế giới tràn ngập cảm hứng, một thế giới không lãng phí.
- **Chúng ta cố gắng đảm bảo** tôn trọng quyền con người và quyền lao động.

[Giới thiệu](#)[Cách chúng ta ứng xử](#)[Trong kinh doanh](#)[Trong thương mại](#)[Tại nơi làm việc](#)[Cách chúng ta duy trì Bộ Quy tắc này](#)

Cách chúng ta ứng xử





Trong kinh doanh

Phòng chống hối lộ và tham nhũng

Chúng ta đạt được vị trí dẫn đầu nhờ vào đội ngũ, sản phẩm, thương hiệu, sáng tạo, mô hình kinh doanh, nguồn cảm hứng và chiến lược. Đó là sự thật. Chúng ta không bao giờ đưa hoặc chấp nhận các khoản thanh toán, khuyến khích hoặc bất kỳ điều gì khác nhằm mục đích gây ảnh hưởng không phù hợp đến quyết định kinh doanh.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Không bao giờ đưa, hứa hẹn hoặc cung cấp bất cứ vật có giá trị cho một quan chức chính phủ hoặc bất kỳ ai khác để dụ dỗ người đó có hành động không đúng.
- Hãy nhớ rằng, bất cứ vật có giá trị đều có thể được xem là hối lộ. Điều này có thể bao gồm một đặc ân, một lời hứa về tuyển dụng hoặc lời hứa đóng góp từ thiện.
- Báo cáo bất kỳ hành động nào hướng đến tham nhũng.



Hỏi: Một trong những khách hàng chính của chúng ta muốn tôi tuyển dụng con trai của anh ấy làm thực tập sinh. Tôi nên làm gì?

Trả lời: Giải thích cho khách hàng của bạn rằng Bộ Quy tắc của chúng ta cấm bạn tham gia vào quá trình tuyển dụng và tất cả những gì bạn có thể làm là chia sẻ lý lịch của con trai anh ấy/cô ấy với bộ phận nhân sự.

Hỏi: Tôi cần giao hàng gấp cho dịp Giáng sinh. Thủ tục hải quan có thể mất quá nhiều thời gian. Nhân viên hải quan nói với tôi rằng anh ta biết một cách đặc biệt đẩy nhanh thủ tục đối lấy một khoản trả bằng tiền mặt. Số tiền thấp một cách kỳ lạ.

Trả lời: Trả tiền mặt để thực hiện hoặc đẩy nhanh một thủ tục hành chính được gọi là thanh toán bôi trơn, bị nghiêm cấm theo Bộ Quy tắc này. Bạn nên luôn từ chối những yêu cầu như vậy và thông báo cho người quản lý của bạn. Ngoại lệ duy nhất là khi việc từ chối trả tiền khiến bạn bị đe dọa không thể tránh khỏi về thể chất.

“Chúng ta không bao giờ đưa hoặc chấp nhận hối lộ dưới bất kỳ hình thức nào.”



Những gì áp dụng với chúng ta cũng là áp dụng cho các bên thứ ba đại diện cho chúng ta

Pernod Ricard có thể phải chịu trách nhiệm pháp lý đối với các hành động của bên thứ ba. Chúng ta không được để các bên thứ ba thay mặt chúng ta làm bất cứ điều gì bất hợp pháp.

*Thương thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm



Trong kinh doanh

Trao hoặc nhận các món quà và khoản chiêu đãi

Bạn có thể nuôi dưỡng mối quan hệ với khách hàng hoặc bên thứ ba bằng các món quà và khoản chiêu đãi thích hợp. Nhưng không được sử dụng chúng để gây ảnh hưởng không phù hợp đến các quyết định kinh doanh vì hành động như vậy có thể bị xem là hối lộ.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Chỉ thực hiện chiêu đãi và trao quà tặng một cách hợp lý và theo phong tục, trong trường hợp vì mục đích kinh doanh hợp lệ.
- Trước khi trao hoặc nhận một món quà, luôn tự hỏi bản thân: việc tặng quà này sẽ được nhìn nhận như thế nào nếu nó được công khai?
- Bạn phải được chấp thuận trước theo đúng quy trình khi các quà tặng và và khoản chiêu đãi có liên quan đến các quan chức chính phủ.



Hỏi: Một chủ quán bar có tầm ảnh hưởng đang cân nhắc việc ký hợp đồng độc quyền với một đối thủ cạnh tranh. Tôi đang suy nghĩ việc tặng cô ấy và nhân viên của cô ấy thẻ quà tặng với hy vọng rằng nó sẽ khiến cô ấy cân nhắc hướng về chúng tôi.

Trả lời: Ý tưởng tồi. Quà tặng bằng tiền hoặc tương đương tiền, chẳng hạn như thẻ quà tặng là đặc biệt có vấn đề. Luật pháp của nước bạn có thể có các hạn chế bổ sung đối với việc đưa các mặt hàng có giá trị cho các nhà bán lẻ. Đề nghị tư vấn từ bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý của bạn theo quy trình.

Hỏi: Một nhà cung cấp mà tôi thường làm việc đã mời tôi đến một khóa nghỉ dưỡng 2 ngày ở Bahamas để giới thiệu cho chúng tôi những đối mới mới nhất của họ. Tôi có thể đi không?

Trả lời: Về nguyên tắc, được một nhà cung cấp mời khám phá những đối mới của họ là không sao. Tuy nhiên, hãy cảm nhận theo cách của bạn: nếu chuyển đi có vẻ không đúng, thì không đi. Đề nghị tư vấn từ bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý của bạn theo quy trình.

“Các quà tặng và khoản chiêu đãi hợp lý là một phần bình thường của hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, chúng ta không bao giờ trao hoặc nhận quà tặng hoặc khoản chiêu đãi để gây ảnh hưởng không thích hợp đến người khác.”



Quà tặng!

Khai báo và cần có sự chấp thuận trước khi trao hoặc nhận quà tặng và khoản chiêu đãi trên ứng dụng Gifted!, một ứng dụng chuyên dụng của chúng ta hoặc bạn có thể sử dụng hệ thống tương đương đang có tại công ty thành viên nơi bạn công tác.

Làm việc có trách nhiệm với bên thứ ba

Chúng ta muốn hợp tác kinh doanh với các đối tác có đồng quan điểm với các giá trị và tiêu chuẩn đạo đức của chúng ta. Khi chúng ta thực hiện thẩm định các đối tác thông qua Partner Up hoặc công cụ đã được phê duyệt tại công ty thành viên nơi bạn công tác, điều này có nghĩa là chúng ta có thể tham gia vào các mối quan hệ với đầy đủ thông tin.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

 **Hỏi:** Một trong những khách hàng của chúng tôi hỏi liệu họ có thể thanh toán qua nhiều tài khoản khác nhau bằng cách sử dụng kết hợp tiền mặt và séc hay không. Điều này có ổn không? Tôi nên xử lý thế nào?

Trả lời: Thực hiện thận trọng. Nó có thể là một phần của kế hoạch trốn thuế hoặc một nỗ lực rửa tiền, một quá trình trong đó các khoản tiền thu được từ các cách thức bất hợp pháp được thực hiện để trở thành hợp pháp. Trước khi bạn thực hiện, hãy hỏi người quản lý của bạn và bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý để được tư vấn.

Hỏi: Tôi cần phải tung ra một sản phẩm mới thật nhanh. Tôi đã gặp một đại lý tiếp thị sáng tạo, người có thể giúp chúng tôi có một chiến dịch thành công nếu tôi ký hợp đồng ngay hôm nay. Tôi có thể tiến hành ngay bây giờ không?

Trả lời: Bạn nên cẩn thận trước khi vội vã tham gia vào một mối quan hệ kinh doanh mới. Bạn phải tuân theo quy trình Partner Up của chúng ta hoặc công cụ tương tự đã được công ty thành viên nơi bạn công tác phê duyệt. Đây là cách tốt nhất để khởi động dự án của bạn mà vẫn bảo vệ Pernod Ricard. Theo nguyên tắc chung, đừng làm bất cứ điều gì với tiền của công ty mà bạn sẽ không làm điều đó với tiền của mình.

Hỏi: Một nhà tư vấn mà tôi đang làm việc cùng đã yêu cầu được trả tiền vào một tài khoản ở nước ngoài. Tôi có thể thực hiện thanh toán này không?

Trả lời: Tài khoản nước ngoài có thể được sử dụng để tránh nộp thuế. Yêu cầu này có vẻ đáng ngờ. Bạn nên tìm lời khuyên từ giám đốc tài chính và/hoặc bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý.

“Chúng ta thẩm định đối tác một cách kỹ lưỡng, để từ đó chúng ta có thể làm việc cùng nhau trên tinh thần tin cậy lẫn nhau.”



Nâng cao nhận thức

Thông qua các tiêu chuẩn dành cho nhà cung cấp và quy trình thẩm định, chúng ta hướng đến việc nâng cao nhận thức về chống-hối lộ, cũng như quyền con người và luật lao động, sức khỏe và an toàn, tác động đến môi trường, uống có trách nhiệm, tính liêm chính, việc trốn thuế và thực hành kinh doanh công bằng.

*Thưởng thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm

*Trong thương mại*

Cạnh tranh công bằng

Chúng ta cam kết thúc đẩy cạnh tranh công bằng. Chúng ta sẽ không dung thứ cho các thỏa thuận, trao đổi thông tin thương mại nhạy cảm hoặc bất kỳ trường hợp nào khác có thể dẫn đến hạn chế cạnh tranh. Chúng ta không thảo luận các vấn đề thương mại nhạy cảm với các bên thứ ba và đặc biệt là với các đối thủ cạnh tranh.

4 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Không bao giờ ký kết các thỏa thuận bằng văn bản hoặc bằng lời nói với các đối thủ cạnh tranh (ví dụ: để ấn định giá, loại trừ đối thủ cạnh tranh hoặc phân chia thị trường).
- Các hợp đồng phân phối độc quyền và thỏa thuận có nội dung hạn chế về lãnh thổ hoặc có các điều khoản “không cạnh tranh” phải luôn được xem xét cẩn thận. Liên hệ với bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý tại quốc gia địa phương trong trường hợp này.
- Đảm bảo rằng bất kỳ thông tin nào bạn nhận được về đối thủ cạnh tranh đều đến từ các nguồn có sẵn công khai hoặc được thu thập một cách hợp pháp.
- Chúng ta chỉ có thể khuyến nghị và không bao giờ yêu cầu, giá bán cuối cùng của các sản phẩm mà khách hàng chúng ta tiêu thụ.



Hỏi: Tôi gặp lại sếp cũ nơi tôi làm trước đây. Bầu không khí thoải mái là cơ hội để cô ấy hỏi về vị trí mới của tôi tại Pernod Ricard. Các câu hỏi chuyển sang chiến lược thị trường của chúng tôi trong những tháng tới.

Trả lời: Sự thật là việc bạn đang duy trì mối quan hệ với người này cũng không nên làm bạn mất cảnh giác. Nhớ rằng bạn không bao giờ được trao đổi thông tin kinh doanh nhạy cảm với đối thủ cạnh tranh hoặc bất kỳ ai khác.

Hỏi: Tôi được mời tham dự bữa tiệc thường niên của một hiệp hội nghề nghiệp. Một số đồng nghiệp của tôi đến từ đối thủ cạnh tranh đang ngồi cùng bàn với tôi. Sau một vài phút, một trong những người khách đưa ra chủ đề về giá cả.

Trả lời: Tình huống này có thể dẫn đến cạnh tranh và vi phạm luật cạnh tranh. Nếu bạn cảm thấy mình là một phần của cuộc trò chuyện như vậy thì, nếu có thể, bạn tìm lời khuyên pháp lý ngay lúc đó. Nếu không, nên cho những khách khác biết bạn tin rằng cuộc trò chuyện này là không tuân thủ và nếu cuộc trò chuyện vẫn, bạn nên cáo lỗi, yêu cầu người ghi biên bản, nếu có, nêu rõ rằng bạn đã rời đi và nhanh chóng liên hệ với bộ phận Tuân thủ & Đạo đức.

“Chúng ta đạt được vị trí dẫn đầu thông qua cạnh tranh công bằng.”



Nhớ những gì bạn nói và viết

Không được đề cập đến việc Pernod Ricard đang giữ vị trí “thống lĩnh” tại một thị trường nhất định vì đây là một vấn đề mang tính phức tạp về pháp lý và phân tích kinh tế, cũng như phải chịu các hậu quả pháp luật.

*Thương thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm



Trong thương mại

Tuân theo quy tắc thương mại toàn cầu

Pernod Ricard là một tập đoàn toàn cầu và cam kết tuân thủ các luật lệ phức tạp và đang thay đổi về xuất nhập khẩu toàn cầu, bao gồm các biện pháp trừng phạt thương mại như cấm vận, đóng băng tài sản, hạn chế và cấm. Những chế tài mới có thể được ban hành và gây ảnh hưởng cho các mối quan hệ và dự án hiện tại hoặc tương lai. Hãy cảnh giác và xin lời khuyên.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Giữ sự tách biệt nghiêm ngặt giữa bất cứ điều gì có yếu tố liên quan đến Mỹ (hoạt động, bên thứ ba, con người) và Havana Club. Nếu bạn xác định có bất kỳ liên kết tiềm năng, trực tiếp hoặc gián tiếp nào với Mỹ trong khi đang làm cho bất kỳ dự án nào liên quan đến Havana Club, hãy luôn tham khảo ý kiến của bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý.
- Các chế tài rất phức tạp và đang phát triển không ngừng. Liên hệ với bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý trước khi tương tác với các quốc gia và các bên đang chịu trừng phạt hoặc cấm vận.
- Thực hiện thẩm định các đối tác thông qua Partner Up hoặc công cụ được phê duyệt tại công ty thành viên nơi bạn công tác để tránh vi phạm bất kỳ chế tài hoặc hạn chế thương mại nào.



Hỏi: Một công ty công nghệ mới của Mỹ có thể giúp chúng tôi đạt được các mục tiêu tiếp thị của mình một cách hiệu quả hơn. Tập đoàn có kế hoạch mua giấy phép toàn cầu và triển khai nó trên tất cả các thương hiệu của chúng ta. Tin tốt phải không?

Trả lời: Đúng, nhưng vì nhà cung cấp này đến từ Mỹ, một số thương hiệu của chúng ta sẽ không thể sử dụng giải pháp công nghệ này. Bạn nên kiểm tra với bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc Pháp lý xem đây có phải là giải pháp tốt nhất cho tập đoàn hay không. Lưu ý đến các công cụ CNTT: nếu bất kỳ sản phẩm nào đến từ Mỹ, chúng sẽ không thể được sử dụng ở Cuba!

Hỏi: Chúng tôi muốn phát triển thêm các sản phẩm rượu rum Havana tại châu Âu. Cơ quan tiếp thị của chúng tôi đề xuất quảng bá sản phẩm này tại một lễ hội âm nhạc sắp tới, mà một thương hiệu nước giải khát nổi tiếng của Mỹ cũng tài trợ. Chúng tôi có thể tiến hành không?

Trả lời: Có, nhưng bạn phải đảm bảo rằng sẽ không có hoạt động hợp tác thương hiệu hoặc kích hoạt thương hiệu chung giữa hai thương hiệu trong suốt Lễ hội. Vì các công ty Mỹ thường bị cấm giao dịch với hàng hóa có nguồn gốc từ Cuba, nên bạn không thể thiết lập bất kỳ mối quan hệ thương mại nào với thương hiệu nước giải khát này.

“Chúng ta tuân thủ các luật lệ và chế tài xuất nhập khẩu toàn cầu.”



Không nên đánh giá một chai rượu qua nhãn của nó

Công ty Absolut (TAC) thuộc sở hữu của một công ty con của Pernod Ricard có trụ sở tại Mỹ. Do đó, theo luật thương mại toàn cầu, một số thương hiệu của chúng ta, chẳng hạn như Havana Club, không thể làm việc trực tiếp với TAC.

*Trong thương mại*

Trung thành và minh bạch

Chúng ta phải tránh các tình huống mà lợi ích cá nhân và các mối quan hệ của chúng ta xung đột với lợi ích của Pernod Ricard. Khi có bất kỳ sự xung đột lợi ích nào, nếu nó không được thông báo, có thể sẽ làm ảnh hưởng xấu đến danh tiếng của Pernod Ricard, cũng như của chính bạn.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Thông báo về bất kỳ xung đột lợi ích tiềm năng nào trên công cụ chuyên dụng Clear Up của chúng tôi sớm nhất có thể. Tình huống này có thể phát sinh từ mối quan hệ của bạn với người thân trong gia đình, người có quan hệ mật thiết, hoặc một doanh nghiệp cụ thể.
- Thông báo cho quản lý trực tiếp của bạn và lấy lời khuyên trước khi tham gia vào bất kỳ hoạt động nào có thể có hoặc có khả năng phát sinh xung đột lợi ích.
- Thận trọng trước khi tham gia vào bất kỳ hoạt động nghề nghiệp nào ngoài công việc của bạn tại Pernod Ricard.

- Hỏi:** Gần đây tôi đã được Pernod Ricard tuyển dụng và bạn gái của tôi đang làm việc cho đối thủ cạnh tranh chính của công ty. Tình huống này có tạo ra xung đột lợi ích không?
- Trả lời:** Tuy không chắc chắn nhưng bạn nên thông báo về tình huống này trên Clear Up.
- Hỏi:** Anh họ của tôi thành lập một công ty tiếp thị kỹ thuật số. Một cách khách quan, tôi được thuyết phục rằng cách tiếp cận sáng tạo của họ có thể giúp chúng tôi thực hiện chiến dịch truyền thông tiếp theo. Tôi có thể đề xuất công ty này cho nhóm của tôi không?
- Trả lời:** Có. Tuy nhiên, dù cơ quan này có chất lượng và uy tín như nào thì tình huống này cũng tạo ra khả năng xung đột lợi ích. Bạn phải thông báo cho quản lý của mình và rút khỏi quá trình lựa chọn. Bạn phải thông báo về tình huống này trên Clear Up và thực hiện biện pháp giảm thiểu liên quan được đề xuất.
- Hỏi:** Tôi là một người không uống rượu. Một tổ chức phi chính phủ chống rượu đã liên hệ với tôi. Tổ chức phi chính phủ này thúc đẩy việc cấm hoàn toàn bất kỳ hình thức tiêu thụ rượu mạnh nào. Tôi có thể tham gia với họ không?
- Trả lời:** Mặc dù chúng ta tôn trọng lựa chọn uống rượu hoặc không của mọi người, nhưng sẽ có vấn đề nếu bạn là thành viên của một nhóm chủ động thúc đẩy lợi ích xung đột trực tiếp với hoạt động kinh doanh của Pernod Ricard. Hãy trao đổi với bộ phận Tuân thủ & Đạo đức hoặc phòng Nhân sự của bạn.

“Chúng ta mong muốn hành động vì lợi ích tốt nhất của Pernod Ricard.”



KHÔNG CHẮC LIỆU MỘT TÌNH HUỐNG CÓ GÂY XUNG ĐỘT LỢI ÍCH HAY KHÔNG? HÃY TỰ HỎI:

- ? Liệu tôi hay bất kỳ người thân nào của mình **được hưởng lợi, hoặc có thể hưởng lợi** từ việc tôi tham gia vào tình huống này không?
- ? Liệu lợi ích cá nhân của tôi, hoặc của người thân có **ảnh hưởng đến việc tôi đưa ra các quyết định kinh doanh** không?
- ? Liệu tôi có **hành xử khác** nếu không có những cân nhắc mang tính cá nhân này không?
- ? Liệu việc tôi tham gia vào hoạt động này **có cản trở, hoặc có thể cản trở** cách tôi thực hiện công việc của mình không?
- ? Liệu quyết định của tôi có **bị nghi ngờ** hoặc bị coi là **không có lợi cho Pernod Ricard** không?
- ? Điều này có mang lại cảm giác sai trái không? Liệu tôi có cảm thấy **xấu hổ** nếu tình huống này **bị phơi bày** không?

Nếu trả lời có cho bất kỳ câu hỏi nào, bạn nên báo cáo điều này trên Clear Up.

Vẫn không chắc chắn? Liên hệ với đội ngũ Đạo đức & Tuân thủ của bạn để được giải đáp về bất kỳ thắc mắc nào.



Phát triển thành bạn

Hãy cẩn thận, một mối quan hệ kinh doanh mà đã phát triển thành mối quan hệ cá nhân có thể là nguồn gốc xung đột hoặc tạo ra sự xuất hiện xung đột về lợi ích.

*Thường thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm



Trong thương mại

Bảo vệ tài sản của Pernod Ricard

Tài sản của chúng ta là quý giá: cho dù đó là tài sản hữu hình (máy tính xách tay, điện thoại di động...) hay vô hình (dữ liệu cá nhân, thông tin tài chính, thông tin kỹ thuật hoặc sở hữu trí tuệ). Chúng ta phải bảo vệ tài sản.

4 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Sử dụng tài sản và tài nguyên của Pernod Ricard một cách cẩn thận và chỉ dành cho các mục đích kinh doanh hợp pháp.
- Dữ liệu và thông tin phải được sử dụng tuân thủ với quy định về dữ liệu.
- Kiểm tra với Trung tâm Sở hữu Trí tuệ của Tập đoàn khi đang làm về một sản phẩm, thương hiệu hoặc biểu ngữ mới.
- Bảo vệ quyền truy cập của bạn đối với tài sản của Pernod Ricard - điều này bao gồm mật khẩu và các thiết bị điện tử của bạn.



Hỏi: Khách hàng của tôi để quên USB của anh ấy trong văn phòng của tôi. Tôi có thể tìm kiếm những gì hữu ích trong nó...

Trả lời: Việc này hoàn toàn bị cấm. Ngoài ra, hoàn toàn không an toàn khi bạn sử dụng một USB không phải do Bộ phận CNTT của bạn cung cấp.

Hỏi: Chúng ta đang nghĩ đến một tên gọi độc đáo cho một thương hiệu mới. Làm thế nào chúng ta có thể bảo vệ nó?

Trả lời: Thương hiệu là tài sản quý giá nhất của chúng ta. Làm cho chúng trở nên độc đáo và khác biệt là cách tốt nhất để bảo vệ chúng. Hãy liên hệ Trung tâm Sở hữu Trí tuệ của Tập đoàn để đạt được tất cả quyền sở hữu trí tuệ có liên quan.

“Chúng ta sử dụng các tài nguyên do Pernod Ricard cung cấp một cách có trách nhiệm.”



Bạn bảo vệ tài sản của mình như thế nào?

Cho dù đó là máy tính xách tay, điện thoại di động, truy cập internet, dữ liệu kinh doanh, nhãn hiệu hay thậm chí là một tòa nhà, Pernod Ricard luôn muốn bạn bảo vệ tài sản của chúng ta và của đối tác chúng ta giống như bạn bảo vệ tài sản của chính mình.



Trong thương mại

Tràn đầy cảm hứng, nhưng không quá mức

Mặc dù chúng ta tự hào là một phần của Pernod Ricard và yêu thích nói về những thành công của chúng ta, nhưng chúng ta cần phải bảo vệ những bí mật hoặc thông tin nhạy cảm cho chính mình. Chúng ta cũng cần phải lưu ý rằng, một số vấn đề nhạy cảm có thể dẫn đến việc chia rẽ. Vì vậy, chúng ta không nên chia sẻ công khai quan điểm về những vấn đề bí mật, nhạy cảm mặc dù chúng thuộc khả năng chuyên môn của chúng ta.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Bạn phải giữ bí mật tất cả các thông tin mật hoặc riêng bản.
- Trừ khi được phê duyệt cụ thể như đã nêu trong cây quyết định, không được đưa ra tuyên bố về các vấn đề nhạy cảm như:
 - Niềm tin tôn giáo;
 - Các vấn đề đạo đức liên quan đến sống chết;
 - Xung đột vũ trang; nổi dậy / khởi nghĩa; các vụ khủng bố tấn công;
 - Chính trị theo đảng phái / bầu cử;
 - Các vấn đề về chủng tộc / dân tộc và giới tính không được đề cập trong Chính sách D&I của Pernod Ricard;
 - Các thảm họa tự nhiên nơi địa điểm của doanh nghiệp phải được cân nhắc kỹ lưỡng. Kiểm tra Chính sách Tuyên bố Doanh nghiệp để biết thêm thông tin.
- Đăng bài viết về rượu trên phương tiện truyền thông xã hội một cách có trách nhiệm.

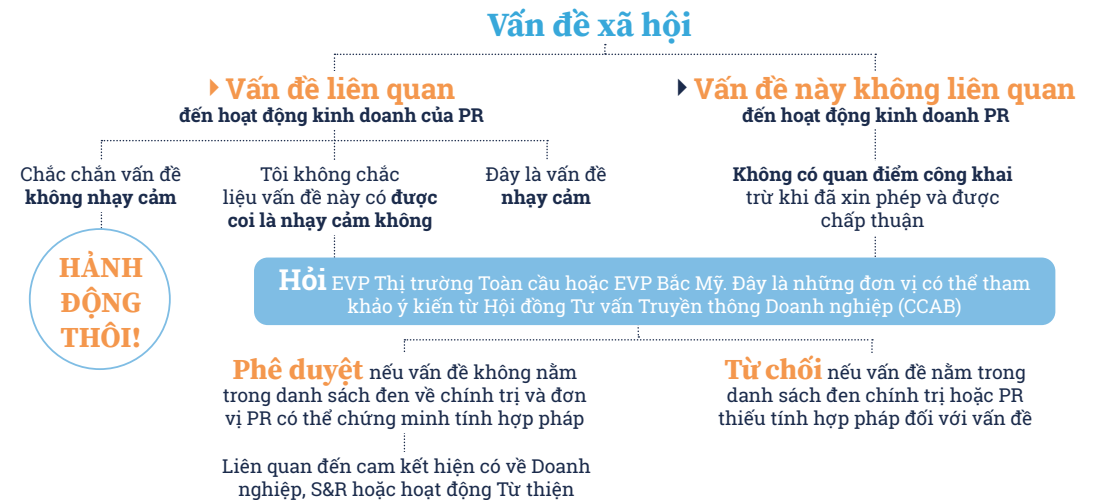
Hỏi: Tôi tình cờ biết được một thông tin không công khai về việc Pernod Ricard sẽ mua lại một công ty khởi nghiệp có tiềm năng thay đổi rất tốt danh tiếng của tinh thần Conviviality. Tôi biết mình không thể mua cổ phiếu dựa trên thông tin này, nhưng tôi có thể đề xuất người khác mua cổ phiếu Pernod Ricard dù tôi không đề cập đến giao dịch này không?

Trả lời: Rõ ràng là "không". Việc đưa ra một lời "mách nước" cho mục đích giao dịch thương mại là vi phạm lòng tin mà chúng tôi đã thiết lập với các nhà đầu tư và Cơ quan Nhà nước. Việc sử dụng thông tin nội bộ cho giao dịch chứng khoán của Pernod Ricard được gọi là giao dịch nội gián và nghiêm khắc bị trừng phạt.

Hỏi: Tôi cảm thấy rất quan tâm về một vấn đề xã hội cụ thể đang chia cắt đất nước tôi đang sống. Tôi muốn mình có quan điểm cá nhân trên các tài khoản mạng xã hội của tôi. Liệu điều đó có ổn không? Tôi có thể tự quyết định không?

Trả lời: Tất nhiên, bạn có thể bày tỏ ý kiến của mình trên các trang mạng xã hội bằng tài khoản cá nhân. Tuy nhiên, đừng bao giờ để bản thân thể hiện những vấn đề nhạy cảm khi xuất

Cách quyết định liệu người phát ngôn/đơn vị PR có nên bình luận hoặc bày tỏ quan điểm về vấn đề xã hội hay không: cây ra quyết định



hiện với tư cách là đại diện của Pernod Ricard (ví dụ: trên LinkedIn), vì ý kiến của riêng bạn về một vấn đề cụ thể nào đó có thể phù hợp với bạn nhưng lại gây khó chịu cho người khác. Nhiều vấn đề trong số này cần được quyết định dựa trên sự đánh giá, và vì có tính nhạy cảm, nên cần xin phê duyệt ở cấp ExCom.

Có một cuộc tranh cãi chính trị lớn đang diễn ra ngay tại đất nước của tôi.

Hỏi: Tôi nghĩ rằng việc này sẽ có lợi cho Jameson nếu chúng ta bày tỏ lập trường. Tôi có nên làm việc với Bộ phận tiếp thị để thiết kế cho mục đích đó không?

Trả lời: Tuyệt đối không. Điều này thường phản tác dụng, thương hiệu của chúng ta không nên xuất hiện trong các vấn đề gây chia rẽ và phân cực liên quan đến tôn giáo, chiến tranh hoặc chính trị đảng phái.

Hỏi: Chúng ta có nên thực hiện tranh luận tại văn phòng không?

Trả lời: Nhân viên không được khởi xướng các cuộc tranh luận chính thức về những vấn đề nhạy cảm trong môi trường công sở, trừ khi việc thảo luận đó là cần thiết cho hoạt động kinh doanh của chúng ta (như được xác định bởi CODI của công ty liên kết tương ứng).



Trong thương mại

Giao tiếp cởi mở và chân thành

Chúng ta hãy cố gắng gửi những thông điệp rõ ràng, nhất quán, đến đồng nghiệp, khách hàng, nhà đầu tư, cơ quan Nhà nước và các bên liên quan khác, cũng như gửi đến công chúng. Sự giao tiếp cởi mở và trung thực sẽ thiết lập niềm tin trong các mối quan hệ và nâng cao danh tiếng của chúng ta.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Lưu trữ lại tất cả các giao dịch và trình nộp đúng hạn mọi hồ sơ hoặc báo cáo được yêu cầu.
- Đảm bảo rằng thông tin mà bạn cung cấp là toàn diện, chính xác và dễ hiểu.
- Đảm bảo mọi mô tả về sản phẩm và dịch vụ của chúng ta cũng như mọi tuyên bố có liên quan là trung thực.



Hỏi: Doanh số bán hàng tháng này của tôi thật đáng thất vọng. Nếu thời phòng kết quả bán hàng của tôi lên một chút vì tôi chắc chắn rằng mình có thể bù vào trong tháng tới thì có gì sai phạm không?

Trả lời: Có, đó là một sai phạm. Làm sai lệch doanh số bán hàng có thể gây ấn tượng sai lệch về hiệu quả hoạt động kinh doanh của chúng ta đối với các nhà đầu tư, gây ra các biện pháp trừng phạt và gây tổn hại đến danh tiếng của chúng ta.

Hỏi: Một trong những khách hàng của tôi yêu cầu tôi xuất hóa đơn giả để gian lận thuế. Anh ấy đã trải qua một giai đoạn kinh tế khó khăn. Điều này có thể giúp anh ấy mà không có hậu quả lớn cho chúng ta.

Trả lời: Nghiêm cấm việc khai báo sai với cơ quan thuế hoặc xuất hóa đơn giả. Pernod Ricard không ủng hộ bất kỳ hình thức trốn thuế nào và từ chối tham gia vào bất kỳ hoạt động gian lận nào hoặc bất kỳ thỏa thuận làm giả số liệu thuế nào.

Hỏi: Một trong những nhà cung cấp của tôi khuyên rằng họ có thể giảm giá nguyên vật liệu nếu chúng tôi nhập khẩu hàng hóa có mã phân loại khác vì nó có mức thuế nhập khẩu thấp hơn. Họ nói rằng họ sẽ sửa đổi miêu tả hàng hóa để ngăn ngừa các câu hỏi kiểm tra của hải quan.

Trả lời: Cố ý sử dụng sai mã số của hàng hóa xuất nhập khẩu sẽ tạo thành khai báo gian dối và có thể dẫn đến các hình phạt bổ sung và thậm chí là tội hình sự ở một số chế định pháp luật. Hãy tham vấn lời khuyên từ bộ phận hải quan, thuế hoặc pháp lý tại quốc gia địa phương trước khi đưa ra bất kỳ chỉ thị nào về thủ tục thông quan.

“Chúng ta cung cấp cho các bên liên quan thông tin rõ ràng, chính xác.”



Hãy trung thực

Chỉ cần một hành động đánh lừa hoặc không trung thực nào cũng có thể gây tổn hại nghiêm trọng đến một mối quan hệ. Vì vậy, hãy đảm bảo rằng bạn hiểu rõ trách nhiệm của mình và luôn hành động trung thực với các bên đảm nhiệm hoạt động.



Trong thương mại

Sử dụng dữ liệu cá nhân một cách tôn trọng

Dữ liệu cá nhân là nguồn cung cấp quyền năng cho nhiều công cụ kỹ thuật số tiên tiến của chúng ta. Chúng ta phải luôn xử lý dữ liệu cá nhân một cách an toàn, bảo mật và công bằng để tuân thủ pháp luật hiện hành và đạt được sự tin tưởng của người tiêu dùng.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Luôn tự hỏi bản thân xem dữ liệu cá nhân bạn đang thu thập có cần thiết cho mục đích bạn muốn đạt được hay không và liệu bạn có đang sử dụng nó cho mục đích kinh doanh hợp pháp hay không.
- Phải minh bạch trong việc sử dụng dữ liệu cá nhân và khi có yêu cầu, phải nhận được sự chấp thuận của các bên liên quan.
- Kiểm tra các quy trình và thủ tục nội bộ trước khi chia sẻ dữ liệu cá nhân của bất kỳ nhân viên, khách hàng hoặc nhà cung cấp nào của chúng ta với các bên thứ ba.



Hỏi: Tôi đang phát triển một trang web mới với sự trợ giúp của một công ty bên ngoài. Công ty này đề nghị thay mặt tôi xác định và cài đặt tất cả các cookie có liên quan trên trang web. Tôi không phải kiểm tra bất cứ gì. Như vậy đã hoàn toàn đảm bảo chưa?

Trả lời: Bạn phải luôn giám sát những gì nhà cung cấp đề xuất thay mặt chúng ta thực hiện đối với bất kỳ dữ liệu cá nhân nào (bao gồm cả khi sử dụng cookie) Pernod Ricard luôn là bên quyết định những cookie nào được gắn vào các trang web của Công ty và chúng sẽ được sử dụng như thế nào. Khi có bất kỳ sự nghi ngờ nào, bạn hãy liên hệ với Bộ phận Pháp lý và/hoặc Người được chọn để bảo vệ quyền riêng tư của bạn.

Hỏi: Tôi đang tuyển một thành viên mới cho nhóm. Tôi đã gặp một ứng cử viên đầy triển vọng, nhưng tôi nghe nói cô ấy có vấn đề về sức khỏe. Tôi có thể viết vấn đề này trong báo cáo gửi người quản lý của tôi không?

Trả lời: Một số dữ liệu cá nhân rất nhạy cảm và gắn liền với nhiều ràng buộc pháp lý. Dữ liệu về sức khỏe thường là thuộc trường hợp này. Bạn nên hạn chế thu thập bất kỳ dữ liệu mang tính nhạy cảm như trên trừ khi nó là một phần của quy trình rõ ràng đã được kiểm tra bởi Bộ phận Pháp lý.

Hỏi: Tôi đã nhận được yêu cầu truy cập dữ liệu từ một người tiêu dùng. Tôi không ở bộ phận dịch vụ khách hàng. Tôi có thể bỏ qua nó được không?

Trả lời: Bộ phận Pháp lý và/hoặc Người được chọn để bảo vệ quyền riêng tư của công ty nơi bạn làm việc phải được thông báo ngay lập tức về yêu cầu này. Họ sẽ đảm bảo rằng nó sẽ được xử lý đúng cách.

“Chúng ta sử dụng dữ liệu để mở rộng hoạt động kinh doanh, nhưng chúng ta chỉ sử dụng những gì chúng ta thật sự cần.”



Không có gì là quá nhỏ để hành động!

Trong trường hợp có nghi ngờ về bảo mật dữ liệu cá nhân, hãy liên hệ với Chuyên viên Bảo vệ Dữ liệu Tập đoàn của Pernod Ricard (DPO) thông qua mạng lưới Người được chọn để bảo vệ quyền riêng tư của Tập đoàn.

*Thương thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm



Tại nơi làm việc

Tử tế và tôn trọng

Tại Pernod Ricard, chúng ta đảm bảo rằng mọi người đều được đối xử một cách trân trọng và tôn trọng. Đây là một phần trong tinh thần khởi tạo cảm hứng của chúng ta. Theo đó, bất kỳ hành vi tiêu cực nào, bao gồm nhưng không giới hạn việc quấy rối, đều bị cấm tại nơi làm việc và khu vực mà chúng ta có thể bị ảnh hưởng, và chúng ta sẽ phải xử lý những hành vi thật sự nghiêm trọng như là bắt nạt, làm nhục, lăng mạ và thù địch,

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Đối xử với các đồng nghiệp và đối tác kinh doanh của chúng ta một cách lịch sự và tôn trọng.
- Thực thi các chính sách chống quấy rối và chống bắt nạt của Pernod Ricard bằng cách báo cáo mọi hành vi không phù hợp.
- Một hành vi nếu không được cho là phù hợp tại một cuộc họp thì càng không được chấp thuận tại một sự kiện xã hội.



Hỏi: Chúng tôi đang phải chịu rất nhiều áp lực. Người quản lý của tôi liên tục gọi điện vào buổi tối hoặc cuối tuần. Cô ấy đặc biệt nhắm vào một trong những đồng nghiệp của tôi bằng cách chỉ trích công việc của đồng nghiệp này trước mặt nhóm. Người đồng nghiệp này có vẻ sẽ bị suy sụp. Tôi có thể giúp gì cho đồng nghiệp của mình?

Trả lời: Tất cả chúng ta đều hiểu áp lực công việc nhưng chúng ta không thể tha thứ cho bất kỳ hành vi bắt nạt hoặc quấy rối nào. Nếu bạn thực sự tin rằng hành vi này đã vượt quá giới hạn cho phép, hãy cố gắng nói chuyện với người quản lý của bạn hay thảo luận trực tiếp với bộ phận Nhân sự, hoặc sử dụng công cụ Speak Up của Tập đoàn để báo cáo.

Hỏi: Tại một sự kiện của công ty, một trong những đồng nghiệp của tôi đã có những hành động không đúng mực đối với tôi. Khi tôi gạt anh ta ra, anh ta nói đó chỉ là một trò đùa và tôi "làm quá lên". Tôi nên làm gì với hành động này?

Trả lời: Không thể chấp nhận bất kỳ hành vi quấy rối tình dục hay bất kỳ hành vi quấy rối nào, dù là tại nơi làm việc hay ngoài xã hội. Quảng giao không có nghĩa là hạ thấp các tiêu chuẩn đạo đức của chúng ta. Bạn nên báo cáo hành vi này ngay lập tức với người quản lý của bạn hay báo cáo trực tiếp với bộ phận Nhân sự, hoặc sử dụng công cụ Speak Up.



“Chúng ta tạo ra một nơi làm việc an toàn cho tất cả mọi người.”



Tinh thần Conviviality (Tạo Cảm Hứng) tại nơi làm việc

Chúng ta tạo ra một môi trường nơi tất cả mọi người đều cảm thấy an toàn để mang đến những suy nghĩ mới, trải nghiệm những điều mới và chứng minh những gì họ có thể mang lại cho lợi ích chung. Chúng ta đánh giá cao các mối quan hệ đơn giản và trực tiếp nhằm xây dựng niềm tin, sự hỗ trợ và hợp tác với nhau.

*Tại nơi làm việc*

Đề cao sự đa dạng và hòa nhập

Xây dựng một nền văn hóa hòa nhập là cách thức giúp cho sự đa dạng phát triển và mang lại lợi ích cho chúng ta. Chúng ta khuyến khích sự cởi mở, hợp tác và giao tiếp minh bạch. Bằng cách này, tất cả chúng ta cảm thấy được chào đón và thực sự là chính mình tại Pernod Ricard.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Ủng hộ cam kết của Pernod Ricard đối với sự đa dạng và hòa nhập, đồng thời thúc đẩy những cam kết này trong mối quan hệ của bạn với các nhà cung cấp, khách hàng và bất kỳ đối tác kinh doanh nào khác.
- Thúc đẩy sự công bằng và cơ hội bình đẳng trong việc làm và thăng tiến, dựa trên trình độ và kỹ năng.
- Hãy lên tiếng khi bạn chứng kiến những hành động và hành vi không phù hợp với giá trị của chúng ta.



Hỏi: Một khách hàng từ chối nói chuyện với một trong những đồng đội của tôi. Anh ta không thừa nhận sự hiện diện của cô và bác bỏ tất cả những gì cô nói. Tôi thật sự cho rằng điều này có liên quan đến sắc tộc đồng nghiệp của tôi. Tôi có thể làm gì?

Trả lời: Chúng ta chọn làm việc với những ai tôn trọng các giá trị và nguyên tắc của chúng ta. Nếu một trong những khách hàng của bạn dường như đang thể hiện một hành vi phân biệt chủng tộc, bạn nên báo cáo hành vi đó với người quản lý, bộ phận Nhân sự hoặc Bộ phận Tuân thủ & Đạo đức.

Hỏi: Một trong những đồng nghiệp của tôi thích khêu gợi và đôi khi kể "chuyện cười" với những ám chỉ tình dục. Mọi người có vẻ nghĩ anh ấy hài hước nhưng cá nhân tôi thấy điều này thật khó chịu. Tôi nên làm gì?

Trả lời: Chúng ta có thể nói đùa, nhưng ở nơi làm việc, một trò đùa gây khó chịu không bao giờ mang lại niềm vui. Hãy cho đồng nghiệp của bạn biết rằng bạn đang khó chịu với những hành vi của anh ấy. Nếu anh ấy không dừng lại thì bạn nên thông báo cho người quản lý và bộ phận Nhân sự về thực trạng này hoặc báo cáo trên Speak Up.

“**L**à “Người Tạo Cảm Hứng” (“*Créateurs de Convivialité*”), chúng ta tin rằng sự đa dạng và hòa nhập là cốt lõi của tinh thần tập thể.”



Sống không nhãn mác

Sự phân chiều tính đa dạng của xã hội và khách hàng cho phép chúng ta thực hiện tốt hơn việc tạo ra các kết nối kỳ diệu giữa người và người, nơi mà mọi người đều cởi mở và cho phép sự khác biệt chúng ta lại với nhau, chứ không phải là chia rẽ.



Tại nơi làm việc

Tạo ra môi trường làm việc an toàn

Chính sách An toàn & Sức khỏe Toàn cầu của Pernod Ricard được củng cố bởi tầm nhìn “Người Tạo Cảm Hứng” (“Créateurs de Convivialité”) mà chúng ta xây dựng. Do đó, Tập đoàn cam kết phát triển một nền văn hóa nơi mà mọi người đều có vai trò đóng góp và mọi nhân viên phải chịu trách nhiệm về sự an toàn của chính mình và của đồng nghiệp.

3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Thực hiện mọi biện pháp phòng ngừa để duy trì một môi trường làm việc an toàn và lành mạnh.
- Đảm bảo rằng chúng ta không đặt bản thân hoặc những người khác vào tình thế rủi ro bằng hành động của mình.
- Báo cáo những thiếu sót, hành động hay điều kiện không lành mạnh hoặc không an toàn.



Hỏi: Tôi có một quan ngại về an toàn. Tôi sợ rằng việc làm lớn chuyện sẽ làm chậm việc sản xuất của chúng tôi. Tôi không muốn gây hệ lụy cho công việc kinh doanh của chúng tôi. Tôi nên làm gì?

Trả lời: Sức khỏe và an toàn luôn đặt lên hàng đầu. Bạn nên báo cáo các lo ngại về sức khỏe và an toàn ngay lập tức, ngay cả khi điều đó có nghĩa là làm chậm việc sản xuất, bỏ lỡ thời hạn hoặc mất cơ hội kinh doanh.

Hỏi: Tôi đang lo lắng về một đồng nghiệp có vẻ như đang bị căng thẳng khủng khiếp vào lúc này. Anh ấy đã trễ hạn vài công việc gần đây và dường như không giống với bản thân anh ấy. Làm thế nào tôi có thể đảm bảo rằng anh ấy ổn trong khi phụ trách công việc kinh doanh của chúng tôi?

Trả lời: Chúng ta luôn quan tâm đến đồng nghiệp cũng như sức khỏe thể chất và tinh thần của họ. Những tình huống như thế này cần được xử lý hết sức khôn khéo. Bạn nên liên hệ với quản lý trực tiếp và bộ phận Nhân sự trước khi thực hiện bất kỳ hành động nào.



“Chúng ta luôn cố gắng loại bỏ tai nạn, mỗi nguy hiểm và bệnh nghề nghiệp.”



Chăm sóc lẫn nhau

Chính sách sức khỏe & an toàn toàn cầu của chúng ta tập trung vào việc phát triển một nền văn hóa nơi mà sự an toàn là trọng tâm của tinh thần Tạo cảm hứng (Conviviality). Phương châm “Chăm sóc lẫn nhau” đang giúp cho Pernod Ricard trở thành một nơi an toàn hơn để làm việc.



Tại nơi làm việc

Bring Good Times from a Good Place*

Với tư cách là “Người Tạo Cảm Hứng” (“Créateurs de Convivialité”), chúng ta tin tưởng mạnh mẽ vào nghệ thuật của sự chia sẻ trong tất cả những gì chúng ta làm. Chúng ta mong muốn mang đến “Good Times from a Good Place” (Những khoảnh khắc tuyệt vời từ một nơi tốt đẹp) bằng cách nuôi dưỡng trái đất, quý trọng con người, giúp đỡ bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, chống lạm dụng thức uống có cồn và tạo ra giá trị chung cho tất cả các bên đảm nhiệm hoạt động. Lộ trình của chúng ta được tích hợp vào tất cả các hoạt động bảo vệ môi trường, bắt đầu từ khởi nguồn đến tạo thành sản phẩm.

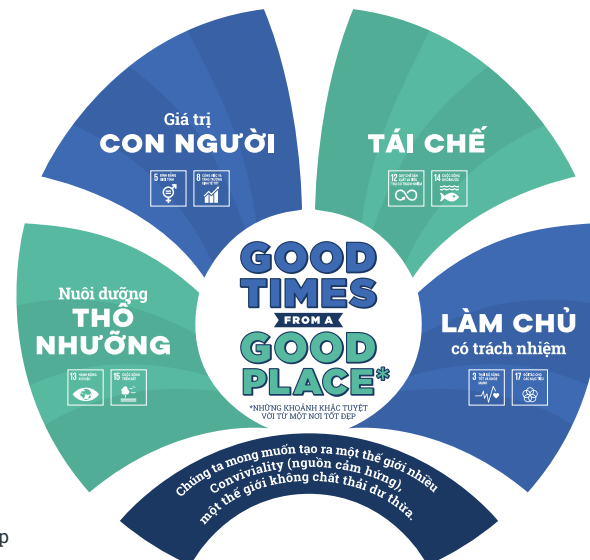
3 QUY TẮC ÁP DỤNG LÀ

- Luôn đẩy mạnh lộ trình Bền vững & Trách nhiệm (S&R) đến năm 2030.
- Các sản phẩm của chúng ta đều đến từ thiên nhiên và nhiệm vụ của chúng ta là giúp bảo vệ và tái tạo các nguồn tài nguyên thiên nhiên này.
- Chia sẻ sự nhiệt tình, quan tâm và tôn trọng đối với mọi người mọi lúc mọi nơi, và luôn hành động có trách nhiệm trong mọi khoảnh khắc khơi nguồn cảm hứng.



Speak Up

“Chính sách Lên tiếng” của Pernod Ricard cũng bao gồm chức năng báo cáo, một cách thiện chí, mọi vi phạm tiềm ẩn đối với các hoạt động tác động đến môi trường.



*Mang lại những khoảnh khắc tuyệt vời từ một nơi tốt đẹp



“Chúng ta mong muốn tạo ra một thế giới nhiều Conviviality (cảm hứng) hơn, một thế giới không có sự lãng phí.”



Hỏi: Tôi đang dự tiệc Giáng sinh của công ty, một số đồng nghiệp đã uống hết 2 ly trong 10 phút, tôi có nên làm gì không?

Trả lời: Có! Nhắc họ rằng chúng ta bán những thương hiệu tốt nhất trong ngành, hương vị và chất lượng của chúng nên được thưởng thức (uống một cách chậm rãi); khuyến khích họ nên điều chỉnh nhịp độ uống và uống thêm nước hoặc đồ uống không cồn khác. Trên hết, đảm bảo rằng họ sẽ không tự lái xe về nhà!

Hỏi: Tôi đã thấy một sự cố tràn chất thải ra biển gần nơi sản xuất của chúng tôi, người quản lý của tôi không muốn làm gì với nó. Tôi nên làm gì?

Trả lời: Bạn nên báo cáo sự cố với Tập đoàn vì lộ trình S&R là ưu tiên hàng đầu và chúng ta nên ngăn chặn bất kỳ hành vi nào vi phạm pháp luật môi trường. Vui lòng sử dụng công cụ Speak Up của chúng ta để báo cáo một cách thiện chí mọi khả năng vi phạm các thông lệ về môi trường.



Việc thực hiện S&R của chúng tôi

Pernod Ricard công bố việc thực hiện S&R hằng năm (mục tiêu, hành động, KPI), tình hình đóng góp cho các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên hợp quốc (SDGs) và các nguyên tắc trong Tài liệu Đăng ký Toàn cầu của Liên Hợp Quốc.

[Giới thiệu](#)[Cách chúng ta ứng xử](#)[Trong kinh doanh](#)[Trong thương mại](#)[Tại nơi làm việc](#)[Cách chúng ta duy trì Bộ Quy tắc này](#)

Cách chúng ta *duy trì* Bộ Quy tắc



Tìm kiếm sự hướng dẫn

Chúng ta khuyến khích mọi người lên tiếng và tìm kiếm sự hướng dẫn về các chủ đề được đề cập trong Bộ Quy tắc này. Bạn hãy thoải mái khi đặt câu hỏi hoặc báo cáo các mối lo ngại một cách thiện chí thông qua bất kỳ phương tiện nào. Bạn có thể tin tưởng rằng báo cáo của bạn sẽ được xử lý một cách nghiêm túc, nhanh chóng và bảo mật nhất có thể.

Sử dụng phán đoán của mình, tự hỏi bản thân:

Quyết định của tôi có phù hợp với Pháp luật hiện hành, Bộ Quy tắc này và/hoặc chính sách nào khác của Pernod Ricard không?

Quyết định của tôi có phù hợp với tầm nhìn và giá trị của chúng ta không?

Tôi có sẵn sàng chịu trách nhiệm về quyết định này không?

Quyết định của tôi có tác động tích cực đến Pernod Ricard hay không?

Tôi có thấy thoải mái nếu quyết định của mình được chia sẻ với cả đồng nghiệp và các bên liên quan bên ngoài Pernod Ricard không?

Nếu có bất kỳ câu trả lời nào trong số các câu hỏi này là “không”, hoặc nếu bạn nghi ngờ, vui lòng tìm lời khuyên.

Tôi có thể nói chuyện với ai?

- Quản lý trực tiếp của tôi,
- Bộ phận Pháp lý hoặc Đội ngũ Tuân thủ & Đạo đức,
- Bộ phận Nhân sự.



Làm việc với Đội ngũ Tuân thủ & Đạo đức tại Pernod Ricard

Đội ngũ Tuân thủ & Đạo đức là đối tác của tất cả mọi người tại Pernod Ricard. Nếu bạn đang cảm thấy có một khu vực màu xám nơi mà bạn thấy điều gì đó không ổn và bạn chưa tìm thấy câu trả lời trong Bộ Quy tắc này hoặc các chính sách khác, hãy liên hệ với đội ngũ này để được hỗ trợ.



Speak Up

Pernod Ricard cung cấp cho nhân viên của mình tính năng Speak Up (Lên tiếng): một kênh báo cáo tuân thủ và đạo đức một cách an toàn 24/7, cho phép mỗi nhân viên báo cáo một cách thiện chí bất kỳ vi phạm nào đối với Bộ Quy tắc Ứng xử Kinh doanh này cũng như bất kỳ hành vi bất hợp pháp nào.



Báo cáo thông qua SpeakUp

Bất kỳ ai làm việc với chúng ta, dù là nhân viên, cộng tác viên bên ngoài hay thời vụ (sinh viên thực tập, nhà cung cấp dịch vụ, v.v.) cũng như khách hàng, nhà cung cấp và các bên trung gian đều có thể sử dụng Speak Up để báo cáo một mối quan ngại.

- Speak Up luôn sẵn sàng cho bạn nếu báo cáo của bạn được thực hiện một cách thiện chí và chính xác nhất có thể để việc xác minh các cáo buộc được thực hiện và có hiệu quả.
- Speak Up có thể nhận nhiều loại tập tin khác nhau (chẳng hạn như tập tin văn bản, ảnh hoặc âm thanh).
- Speak Up hoạt động 24/7 sống động với nhiều ngôn ngữ.
- Tất cả các báo cáo đều được giữ kín và bảo mật nghiêm ngặt.

Bất kỳ nhân viên nào đưa ra báo cáo thiếu thiện chí có thể bị Tập đoàn truy cứu và xử lý kỷ luật.



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

hoặc



sử dụng Speak Up bằng cách gọi điện trực tiếp

Hãy tin tưởng Pernod Ricard

Pernod Ricard đã ban hành chính sách không khoan nhượng đối với hành vi trả đũa người đã thực hiện gửi cáo buộc hoặc ủng hộ một cuộc điều tra một cách thiện chí. Mọi hình thức trả đũa sẽ bị xử lý cực kỳ nghiêm khắc và có thể dẫn đến việc áp dụng các biện pháp xử lý kỷ luật và tố tụng hình sự, theo quy định của pháp luật quốc gia.

Điều gì xảy ra khi bạn báo cáo?



❖ KẾT QUẢ BÁO CÁO SẼ ĐƯỢC GỬI ĐẾN NGƯỜI GỬI BÁO CÁO ❖



Quảng bá Bộ Quy tắc của chúng ta

Là một nhân viên của Pernod Ricard, bạn cần:

► Hiểu biết

- Đọc kỹ Bộ Quy tắc Ứng xử trong Kinh doanh và bất kỳ chính sách nào khác của công ty liên quan đến trách nhiệm trong công việc của bạn.
- Hiểu được cách thức áp dụng Bộ Quy tắc này và các chính sách khác của Công ty vào công việc của bạn.
- Chủ động đặt câu hỏi khi có vướng mắc.

► Có trách nhiệm

- Hiểu được trách nhiệm của bạn bằng cách tham gia các buổi đào tạo.
- Chủ động lên tiếng và trình báo các mối quan ngại mà không lo ngại sự trả đũa.

► Tuân thủ Bộ Quy tắc của chúng ta

- Vi phạm pháp luật, Bộ Quy tắc này hoặc bất kỳ chính sách nào khác của Công ty có thể dẫn đến việc xử lý kỷ luật kể cả việc chấm dứt hợp đồng lao động.

Với vai trò là một người quản lý tại Pernod Ricard, bạn cần:

► Lãnh đạo bằng cách làm gương

- Truyền cảm hứng cho đội nhóm của bạn về việc tuân theo Bộ Quy tắc này.
- Thúc đẩy và duy trì văn hóa liêm chính.

► Thiết lập chuẩn mực

- Thảo luận một cách cởi mở về tầm quan trọng của đạo đức kinh doanh và liêm chính.
- Lắng nghe nhưng không bày tỏ bất kỳ sự phán xét nào khi nhân viên đặt câu hỏi hoặc nêu lên mối lo ngại về hành vi vi phạm có thể xảy ra.

► Báo cáo vấn đề

- Báo cáo bất kỳ hành vi vi phạm nào mà bạn nhận biết.





Bạn muốn tìm hiểu thêm?



Available on MyPortal

Cách chúng ta hành xử trong kinh doanh

- › Chính sách chống hối lộ / *Anti-bribery Policy*
- › Hướng dẫn vận động hành lang / *Lobbying guidelines*
- › Thủ tục thẩm định toàn cầu / *Global Due Diligence Procedure*
- › Các biểu mẫu về tuân thủ / *Compliance clause templates*
- › Tiêu chuẩn nhà cung cấp / *Supplier Standards*

Cách chúng ta hành xử trong thương mại

- › Bộ Quy tắc giao tiếp thương mại / *Code for Commercial Communications*
- › Chính sách uống có trách nhiệm toàn cầu / *Global Responsible Drinking Policy*
- › Chính sách về luật cạnh tranh / *Competition Law Policy*
- › Chính sách về chống rửa tiền / *Anti-Money Laundering Policy*
- › Chính sách về Xung đột Lợi ích / *Conflict of Interest Policy*
- › Chính sách về thuế / *Tax Policy*
- › Bộ Quy tắc ứng xử để ngăn chặn hành vi vi phạm về nội gián / *Code of Conduct for the Prevention of Insider Misconduct*
- › Chính sách bảo mật dữ liệu / *Data Privacy Policy*
- › 10 Quy tắc vàng về sở hữu trí tuệ / *Intellectual Property 10 Golden Rules*
- › Chính sách về tài sản CNTT được chấp nhận / *IT Assets Acceptable Policy*

Cách chúng ta cư xử tại nơi làm việc

- › Chính sách môi trường toàn cầu / *Global Environmental Policy*
- › Chính sách nhân quyền toàn cầu / *Global Human Rights Policy*
- › Chính sách An toàn & Sức khỏe toàn cầu / *Global Health & Safety Policy*
- › Lộ trình S&R 2030 / *2030 S&R Roadmap*

Speak Up và Lên tiếng

- › Chính sách lên tiếng báo cáo / *Whistleblowing Policy*
- › Hướng dẫn về Speak Up / *Speak Up Guide*



*Thưởng thức sản phẩm của chúng ta một cách có trách nhiệm

Nguồn hình ảnh: 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,
Thư viện phương tiện truyền thông của Pernod Ricard

Nhóm Tuân thủ & Đạo đức của Pernod Ricard



5 cours Paul Ricard 75008 Paris



Ban hành tháng 6 năm 2022

