

# **Politique relative aux agents commerciaux**

## **Groupe FCC**

28 juillet 2020

## Table des matières

|                                                                                                                   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 0. Contrôle des versions .....                                                                                    | 3 |
| 1. Introduction .....                                                                                             | 4 |
| 2. Cadre d'application .....                                                                                      | 4 |
| 3. Principes généraux des relations entre le Groupe FCC et les agents ou experts en développement commercial..... | 5 |
| 4. Principes d'action fondamentaux des agents et experts en développement commercial du Groupe FCC.....           | 5 |
| 5. Procédure de sélection des agents ou experts en développement commercial.....                                  | 8 |
| 6. Contrôle .....                                                                                                 | 9 |

## 0. Contrôle des versions

| Version | Date            | Modifications                                                               |
|---------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 1       | 30 juillet 2019 | Version initiale. Approuvée par le conseil d'administration.                |
| 2       | 28 juillet 2020 | Section 5 b) Négociation avec l'agent ou expert en développement commercial |
|         |                 |                                                                             |

## 1. Introduction

Sur l'ensemble des activités de FCC, il n'est pas rare que les affaires du Groupe se déroulent par l'intermédiaire de tiers qui, d'un point de vue organique, n'appartiennent pas à l'entreprise, mais agissent pour le compte de celle-ci et la représentent sur le marché et auprès des autres opérateurs. Aux fins de cette politique, les partenaires potentiels avec lesquels les entreprises du Groupe FCC pourraient s'associer par le biais de sociétés, GTE ou consortiums ne seront pas considérés comme des tiers.

Le Code de déontologie et de bonne conduite du Groupe FCC stipule que les relations de l'entreprise avec tout type de partenaire commercial, y compris ces tiers, doivent refléter les normes éthiques du Groupe, soit par leur adhésion à ce code, soit par l'inclusion de clauses spécifiques dans les contrats ou l'accréditation de modèles de conformité compatibles avec ceux du Groupe FCC.

Bien qu'il s'agisse de tiers indépendants, et donc responsables de leurs propres actions, les relations que le Groupe FCC peut établir avec ces intermédiaires peuvent placer celui-ci dans une situation à risque, notamment pour ce qui concerne certains comportements.

Ainsi, le Groupe FCC pourrait être responsable d'un paiement effectué par un tiers agissant pour le compte de l'entreprise en qualité d'agent commercial, intermédiaire ou autre (consultant, sous-traitant, associé d'une entreprise en coparticipation) à un fonctionnaire, même s'il ignore tout des mauvaises pratiques employées par ce tiers. Dans certaines juridictions, les lois anticorruption pourraient même imposer directement une responsabilité civile, administrative, voire pénale, au Groupe FCC, simplement pour ses relations avec un tiers ayant agi en qualité d'agent ou expert en développement commercial. À cette responsabilité directe du Groupe FCC s'ajoute l'impact négatif sur la réputation qui pourrait découler de la diffusion d'une mauvaise pratique professionnelle de la part d'un agent ou expert en développement commercial de l'entreprise.

Afin d'éviter ces conséquences négatives, et en vertu des principes éthiques généraux du Groupe FCC, cette politique établit les principes généraux devant régir les relations de celui-ci avec tout agent commercial ou expert en développement commercial, ainsi que les éléments de base des procédures de sélection, de négociation et de contrôle de l'activité de tels opérateurs.

## 2. Cadre d'application

Cette politique est applicable à toutes les entreprises du Groupe FCC. Des exigences plus spécifiques peuvent être introduites dans chaque pays ou unité opérationnelle, si cela s'avère nécessaire ou pertinent, mais les particularités locales ou sectorielles ne sauraient dispenser de l'application des principes et procédures de base établis dans ce document.

### 3. Principes généraux des relations entre le Groupe FCC et les agents ou experts en développement commercial

Le recours à des agents commerciaux ou à des experts en développement commercial peut être essentiel pour la pénétration ou le fonctionnement du Groupe FCC dans certains domaines, compte tenu du besoin d'avoir des connaissances spécifiques sur un marché ou une activité déterminée. La sélection de ces agents ou experts en développement par le Groupe FCC doit être adaptée aux particularités de l'activité ou du territoire, mais, dans tous les cas, elle doit être régie par les principes généraux suivants :

- a) **Éthique** : les partenaires commerciaux de FCC et, en particulier, ceux susceptibles de représenter le Groupe dans le cadre de relations avec des tiers, doivent partager ses principes éthiques fondamentaux, notamment en ce qui concerne la tolérance zéro à l'égard de la corruption et des infractions à l'encontre du marché.
- b) **Responsabilité** : tant le Groupe FCC que ses agents ou experts en développement commercial assumeront toujours la responsabilité de respecter scrupuleusement et à tout moment la réglementation en vigueur, conformément à des normes éthiques et un engagement social compatibles avec ceux du Groupe FCC.
- c) **Documentation** : les relations entre le Groupe FCC et ses agents ou experts en développement commercial seront transparentes pour les deux parties. La relation sera toujours décrite par écrit dans un contrat stipulant clairement les obligations et les droits de chacune des parties et précisant les principes directeurs essentiels de l'action de l'agent ou expert en développement commercial, ainsi que les conséquences et les effets d'un manquement contractuel.
- d) **Besoin** : le recours à des agents et experts en développement commercial est toujours associé à l'activité directe du Groupe FCC, qui y fait appel lorsque le besoin de développer une activité particulière justifie leur intervention.

### 4. Principes d'action fondamentaux des agents et experts en développement commercial du Groupe FCC

Le Groupe FCC exigera que tout agent commercial ou collaborateur susceptible de représenter l'entreprise dans des transactions commerciales, au niveau national ou international, connaisse ces principes d'action et s'engage à les respecter scrupuleusement, et donc à agir avec fermeté contre toute infraction détectée par ses employés ou collaborateurs :

- a) **Respect de la légalité** : les agents et experts en développement commercial du Groupe FCC sont tenus de respecter les lois et réglementations locales applicables aux tâches qu'ils exécutent dans le cadre de la relation contractuelle établie avec lui.
- b) **Contrôle** : aux effets de vérifier l'engagement précédent, avant de pouvoir fournir ses services au Groupe FCC, l'agent ou expert en développement commercial devra avoir implanté des mécanismes de contrôle de sa conformité réglementaire, en particulier dans le domaine de la lutte contre la corruption, compatibles avec ceux du Groupe FCC. En l'absence de tels mécanismes, et selon chaque situation spécifique (par exemple, dans le cas de personnes physiques), ceux-ci pourraient

être remplacés par l'obligation, pour l'agent ou expert en développement commercial, de signer (i) un engagement d'adhésion à cette politique ou (ii) une garantie contractuelle de conformité réglementaire. Ces mécanismes et garanties de contrôle devront être spécifiquement vérifiés au moment de la passation du contrat avec le Groupe FCC, ce dernier pouvant malgré cela exiger à l'agent ou expert en développement commercial, tout au long de la validité du contrat et de manière raisonnable et proportionnée, d'apporter une preuve ou un certificat de l'existence de tels mécanismes.

- c) **Structure et ressources appropriées** : l'agent ou expert en développement commercial doit prouver qu'il dispose de la structure et des ressources nécessaires et adéquates pour fournir les services contractuels.
- d) **Rémunération** : la rémunération reçue par l'agent ou expert en développement commercial en échange de ses services devra toujours être alignée sur la pratique raisonnable du marché où ils sont fournis. La rémunération ne devra être versée que par des moyens de paiement légalement acceptés dans la juridiction concernée.
- e) **Justification de l'activité** : à la demande du Groupe FCC, l'agent ou expert en développement commercial devra fournir des preuves accréditant et décrivant les activités réalisées pour le compte de l'entreprise.
- f) **Conflits d'intérêts** : l'agent ou expert en développement commercial doit s'engager à toujours agir de bonne foi, avec loyauté et dans l'intérêt du Groupe FCC, en consultant ce dernier dans toute situation susceptible de donner lieu à un conflit d'intérêts personnels ou avec des personnes liées, y compris les intérêts de nature commerciale que le propre agent ou expert en développement commercial, ou des personnes liées à celui-ci, pourraient avoir.

À cet effet, on entendra par « personne liée » : le conjoint de l'agent ou expert en développement commercial (ou la personne ayant des liens affectifs analogues), les ascendants, descendants et frères et sœurs de l'agent ou expert en développement commercial ou de son conjoint (ou de la personne ayant des liens affectifs analogues), ou encore les conjoints (ou personnes ayant des liens affectifs analogues) des ascendants, descendants et frères et sœurs de l'agent ou expert en développement commercial.

Dans tous les cas, sauf autorisation écrite préalable du Groupe FCC, l'agent ou expert en développement commercial ne saurait représenter ou agir en son propre nom ou celui de tiers en adoptant des positions contraires à celles du Groupe FCC.

- g) **Confidentialité** : l'agent commercial ou expert en développement commercial doit garantir la confidentialité des informations commerciales et des secrets commerciaux du Groupe FCC, même après interruption de leur relation commerciale. Cette obligation implique l'interdiction absolue d'utiliser ou de divulguer les informations du Groupe FCC à d'autres personnes ou organisations.
- h) **Rigueur et véracité** : l'agent ou expert en développement commercial devra vérifier et sera responsable de la véracité des informations portant sur les compétences et les références du personnel participant à l'exécution du contrat avec FCC, ainsi que de tous les aspects en rapport avec ces principes d'action généraux.

- i) **Intégrité** : l'agent ou expert en développement commercial (et éventuellement ses propriétaires, administrateurs et employés) ne saurait faire l'objet d'une enquête en cours suite au paiement ou à la perception d'un pot-de-vin ou à tout autre acte de corruption dans le cadre de son activité professionnelle, ni avoir été condamné pour de tels délits au cours des 3 dernières années. Cette enquête devra découler d'une alerte fondée sur des faits avérés ou d'actions menées par l'administration judiciaire ou toute autre instance compétente.

## 5. Procédure de sélection des agents ou experts en développement commercial.

Tout processus de recrutement d'un agent ou expert en développement commercial doit passer par les phases suivantes, qui devront être dûment documentées :

- a) **Identification de l'agent ou expert en développement commercial :** l'étape la plus importante pour réduire le risque de paiements indus par des tiers consiste à choisir scrupuleusement les partenaires commerciaux, y compris les agents, consultants et sous-traitants qui serviront d'intermédiaires, et à identifier à l'avance tout comportement éventuellement inapproprié. Le Groupe FCC se base sur ce processus pour agir en toute bonne foi, sachant que le comportement de l'intermédiaire sera guidé par des principes légaux et éthiques.

L'unité opérationnelle ou filiale intéressée par le recrutement d'un agent ou expert en développement commercial devra préalablement évaluer l'**adéquation** de cet agent ou expert en développement commercial potentiel, tant du point de vue opérationnel (à savoir, ses qualifications professionnelles au regard de la fonction à réaliser) que réputationnel. Pour ce faire, ladite unité opérationnelle ou filiale devra rassembler et évaluer des informations sur la société, ses propriétaires et ses administrateurs, ses qualifications techniques, sa structure et ses ressources, ainsi que ses informations financières. Ce processus comprendra une analyse des antécédents, de la réputation, des qualifications techniques, des informations financières et des relations éventuelles de l'agent ou expert en développement commercial (ou ses propriétaires ou administrateurs) avec des fonctionnaires. Dans tous les cas, l'analyse de l'adéquation de l'agent ou expert en développement commercial devra être en correspondance avec sa structure d'entreprise ou commerciale.

Le déontologue de l'unité opérationnelle vérifiera le dossier et certifiera que l'analyse a bien été effectuée.

- b) **Négociation avec l'agent ou expert en développement commercial :** une fois que l'adéquation de l'agent a été vérifiée, des négociations peuvent être entamées pour définir sa relation avec le Groupe FCC.

Le recrutement de l'agent et ses conditions doivent être autorisés par le plus haut responsable exécutif de l'unité opérationnelle.

Le contrat résultant de cette négociation doit expressément régir les points suivants :

- La description détaillée des services à réaliser par l'agent ou expert en développement commercial.
- La rémunération convenue, qui doit être clairement exprimée, de façon quantifiable, au moment de la signature du contrat, ainsi que la modalité de paiement.
- La reconnaissance et ratification exprès, par les agents ou experts en développement commercial, des principes décrits au point 4 ci-dessus.
- L'engagement explicite à respecter la réglementation, et tout particulièrement celle anticorruption, avec, le cas échéant, une description annexe des procédures internes mises en œuvre par l'agent ou expert en

développement commercial, et l'engagement à respecter cette politique ou les garanties contractuelles jugées appropriées (voir le point 2 (b) ci-dessus).

- La reconnaissance du droit du Groupe FCC à contrôler et vérifier, de manière raisonnable, le respect des principes décrits au point précédent.
- La reconnaissance, le cas échéant, du droit de l'agent ou expert en développement commercial (et éventuellement de ses administrateurs et employés) à accéder au Canal éthique du Groupe FCC.
- L'obligation pour l'agent ou expert en développement commercial de documenter les actions qu'il entreprend pour le compte du Groupe FCC et de conserver cette documentation pendant une période minimale de dix (10) ans (à moins que la loi applicable ne stipule des délais plus longs).
- L'obligation pour l'agent ou expert en développement commercial de protéger le Groupe FCC contre tout préjudice éventuellement causé par la violation des principes énoncés dans la présente politique.
- La reconnaissance du droit du Groupe FCC à résilier le contrat avec l'agent ou expert en développement commercial en cas de manquement aux principes établis dans cette politique.

- c) **Registre** : le déontologue de chaque unité opérationnelle du Groupe FCC établira et tiendra à jour un registre des agents et experts en développement commercial dans lequel il devra saisir toutes les informations permettant de vérifier leur conformité à cette politique (y compris, dans tous les cas, le dossier complet de l'analyse d'adéquation, la certification du déontologue, l'autorisation de recrutement par le plus haut responsable de l'unité opérationnelle et le contrat signé avec l'agent), ainsi que tous les aspects nécessaires à la gestion de la relation avec l'agent (par exemple, les éventuels pouvoirs de représentation qui lui sont conférés). Les unités opérationnelles enverront les informations du Registre des agents au déontologue du Groupe tous les six mois.

Dans des circonstances particulières, les unités opérationnelles devront mettre en œuvre des processus spécifiques adaptés aux risques de certains pays ou de certaines opérations commerciales.

## 6. Contrôle

Même si le processus de sélection et de recrutement des agents et experts en développement commercial respecte les principes énoncés aux points précédents, il ne sera possible de démontrer la diligence raisonnable de la gestion des relations avec ceux-ci que si le Groupe FCC déploie une politique de contrôle actif et programmé de leurs activités.

En ce sens, l'unité opérationnelle responsable du recrutement d'un agent ou expert en développement commercial devra mener des contrôles périodiques de son adéquation.

Le résultat de ces contrôles doit être incorporé au Registre des agents et experts en développement commercial.

Si la direction de l'unité opérationnelle a des soupçons ou des doutes sur les pratiques employées, elle devra toujours appliquer le principe de précaution, en suspendant

immédiatement toute relation commerciale avec l'agent ou expert en développement commercial.

## ANNEXE

### Formulaire d'évaluation du respect des politiques de la part des agents du Groupe FCC

Le questionnaire ci-dessous permet d'évaluer si la relation avec un agent ou expert en développement commercial s'inscrit dans le droit fil de la politique du Groupe FCC à cet égard :

|                                                                           |  |
|---------------------------------------------------------------------------|--|
| Données d'identification de l'agent ou expert en développement commercial |  |
| Unité opérationnelle                                                      |  |
| Pays                                                                      |  |

|    | Questions essentielles pour la sélection et le recrutement de l'agent ou expert en développement commercial                                                                                                                              | OUI | NON |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|
| 1. | L'agent ou expert en développement commercial partage-t-il les principes éthiques du Groupe FCC ?                                                                                                                                        |     |     |
| 2. | L'agent ou expert en développement commercial s'est-il engagé à respecter la loi ?                                                                                                                                                       |     |     |
| 3. | Une évaluation de l'adéquation opérationnelle et réputationnelle de l'agent ou expert en développement commercial a-t-elle été réalisée ?                                                                                                |     |     |
| 4. | Le besoin de faire appel à l'agent ou expert en développement commercial a-t-il été justifié ?                                                                                                                                           |     |     |
| 5. | La relation avec l'agent ou expert en développement commercial est-elle correctement documentée ?                                                                                                                                        |     |     |
| 6. | L'agent ou expert en développement commercial dispose-t-il de mécanismes de contrôle de la conformité réglementaire ou, à défaut, les garanties de contrôle prévues au point 4 de la politique sur les agents ont-elles été appliquées ? |     |     |
| 7. | La rémunération de l'agent est-elle raisonnablement adaptée aux services fournis sur le marché concerné ?                                                                                                                                |     |     |

**Signé par**