



# **Politique sur les cadeaux**

## **Groupe FCC**

30 juillet 2019



## Table des matières

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 0. Contrôle des versions..... | 3 |
| 1. Introduction.....          | 4 |
| 2. Cadre d'application.....   | 4 |
| 3. Principes généraux.....    | 5 |

## 0. Contrôle des versions

| Version | Date       | conseil d'administration                                     |
|---------|------------|--|
| 1       | 30/07/2019 | Version initiale. Approuvée par le conseil d'administration. |
|         |            |  |

## 1. Introduction

Les pratiques commerciales ou de courtoisie habituelles peuvent donner lieu à la remise ou à la réception de cadeaux de nature promotionnelle, de gestes de courtoisie ou d'attentions s'inscrivant dans le cadre des us et coutumes en vigueur.

Le Groupe FCC ne vise pas seulement à garantir le strict respect de la loi à tous les niveaux, mais souhaite ajouter un élément supplémentaire d'exemplarité plaçant le comportement du Groupe au-delà de tout risque, non seulement de non-conformité, mais de moindre questionnement éthique. L'honnêteté et le respect de la légalité et des normes de l'entreprise doivent être une constante dans le comportement quotidien de tous ses employés.

Le Code de déontologie et de bonne conduite du Groupe FCC établit un principe de tolérance zéro en matière de pots-de-vin et de corruption, et interdit expressément d'influencer la volonté de tiers pour obtenir un avantage ou un traitement de faveur. Pour cette raison, il est nécessaire que le Groupe FCC établisse une réglementation prudentielle dans le domaine de la remise ou de l'acceptation de cadeaux.

Dans ce contexte, une grande partie de l'activité du Groupe est liée à des marchés publics, ce qui renforce le besoin de respecter des règles de conduite éliminant le moindre doute quant au comportement éthique de l'entreprise.

De même, le Groupe FCC recrute régulièrement un grand nombre de fournisseurs, de natures et caractéristiques différentes, pour répondre à ses besoins de biens, matières premières et services. À cet égard, l'engagement du Groupe FCC à respecter les principes de la libre concurrence et son propre intérêt à assurer l'efficacité de ses processus de recrutement imposent tout autant à celui-ci le besoin de garantir une relation professionnelle objective avec ses fournisseurs potentiels.

Face à cette problématique, le Groupe FCC a établi cette politique sur les cadeaux et les invitations, qui vise à définir des principes clairs sur la remise ou l'acceptation de cadeaux et d'invitations par l'entreprise.

## 2. Cadre d'application

Cette politique s'applique à toutes les entreprises du Groupe FCC, ainsi qu'à tous ses employés. 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 établis dans ce document.

### 3. Principes généraux

Aux fins de la présente politique, on entendra par « cadeau » tout objet, quelles qu'en soient l'origine, la nature et les caractéristiques, remis gratuitement et volontairement dans le cadre d'une relation sociale. Le concept de cadeau comprend les invitations au sens large, qui incluent les invitations à des événements et spectacles culturels ou sportifs, des actes sociaux et festifs, des repas ou voyages, et qui ne sont de nature ni institutionnelle, ni technique ni de formation.

Des cadeaux peuvent être remis ou reçus de façon occasionnelle, à condition qu'il ne s'agisse que d'un simple geste de courtoisie, qu'ils soient conformes aux pratiques, us et coutumes du secteur d'activité et du territoire, et qu'ils soient raisonnables.

Une attention toute particulière doit être accordée à ce type d'actions, pour éviter toute circonstance susceptible de générer des doutes quant à l'impartialité, l'objectivité ou la légalité du comportement de l'entreprise et de ses employés.

Par conséquent, les cadeaux devront toujours être reçus ou remis de manière transparente et occasionnelle, et aucun employé du Groupe FCC ne saurait accepter ou remettre un cadeau ne respectant pas les principes suivants :

- a) **Légitimité du contenu** : le cadeau offert ou reçu doit être légitime quant à son contenu, c'est-à-dire qu'il ne doit pas comprendre d'objets ou d'activités interdits par la loi ou susceptibles d'être considérés comme inappropriés ou de nature peu professionnelle. Tous les cadeaux doivent par ailleurs être conformes à cette politique.
- b) **Légitimité de la motivation** : le cadeau ne doit pas être destiné à obtenir, ou prétendre obtenir, un traitement de faveur du Groupe FCC envers la personne ou l'organisation qui le fait, ni de celle-ci envers le Groupe FCC. En ce sens, et pour éviter toute ambiguïté à cet égard, au moment d'accepter ou de recevoir un cadeau, il convient d'éviter les cas où, en raison d'une coïncidence temporelle ou toute autre circonstance, celui-ci peut être perçu à l'extérieur comme directement lié à une intention d'influencer des décisions professionnelles.

Dans tous les cas, chaque unité opérationnelle du Groupe FCC devra établir des contrôles appropriés sur la remise de cadeaux.

- c) **Caractère raisonnable** : le cadeau doit être raisonnable et conforme aux conventions sociales, us et coutumes et pratiques généralement acceptés là où, dans le monde, le Groupe FCC exerce ses activités. De même, le cadeau doit être proportionnel à la nature de la relation entre le Groupe FCC et le client ou fournisseur qui le reçoit ou l'offre. Chaque unité opérationnelle doit établir les contrôles appropriés sur la remise de cadeaux.

En règle générale, des cadeaux d'une valeur raisonnable, à savoir n'excédant pas 150 euros, ou l'équivalent en devise, sont considérés comme proportionnés. En ce qui concerne les cadeaux offerts par des employés du Groupe FCC à des tiers, la limite de 150 euros s'applique à la valeur cumulée de tous les cadeaux, invitations ou attentions qui auraient été reçus par une même personne sur une période de six mois. En ce qui concerne les cadeaux reçus par des employés du Groupe FCC, la limite de 150 euros s'applique à la valeur cumulée de tous les cadeaux, invitations ou attentions qui auraient été reçus de la part d'une même entreprise ou organisation sur une période de six mois



Dans le cas des invitations, celles-ci sont considérées comme étant raisonnables, selon l'emplacement, le contexte et la nature de l'événement, si elles ne dépassent pas 75 euros par personne.

Pour garantir le respect de cette politique, des suivis ou des audits internes et externes pourront être effectués sur les dépenses engagées pour les cadeaux et les invitations.

Les cadeaux sous forme d'argent en espèces, de biens facilement convertissables en espèces ou autres comparables (par exemple, des cartes-cadeaux ou des réductions dans des établissements commerciaux physiques ou *en ligne*) ne doivent être ni acceptés ni offerts. Il est également interdit d'accepter ou d'offrir des cadeaux de la part ou à l'intention de personnes étrangères aux relations commerciales entre le Groupe FCC et son client ou fournisseur.

Par ailleurs, aucun cadeau ne saurait être offert ni accepté à travers des personnes liées (conjoints ou analogues, ascendants, descendants et frères et sœurs).

- d) **Unilatéralité** : aucun cadeau ayant été préalablement sollicité ne pourra être demandé ni remis à des tiers étrangers au Groupe FCC.