



Code de conduite anticorruption



PAPREC
COMPLIANCE



SOMMAIRE

	Préambule	page 4
I	Cadre et champ d'application	page 5
II	Définitions	pages 6 - 7
III	Règles fondamentales et ses déclinaisons	page 8
	1 - Cadeaux et invitations	pages 8-9
	2 - Mécénat et sponsoring	pages 10-11
	3 - Paiements de facilitation	page 12
	4 - Représentation d'intérêts, lobbying	page 13
	5 - Recrutement et emplois de complaisance	page 14
	6 - Relations fournisseurs et sous-traitants	page 15
	7 - Relations commerciales avec les clients	pages 16- 17
	8 - Opérations d'acquisitions et de partenariats industriels	page 17
	9 - Conflits d'intérêts	page 18
IV	Mise en application du Code de conduite	pages 19-20
	1 - Sensibilisation, formation	page 19
	2 - Dispositif d'alerte	page 19
	3 - Processus d'évaluation des tiers	page 19
	4 - Sanctions en cas de violation du présent Code	page 20
	5 - Mise en œuvre : responsabilité et surveillance	page 20

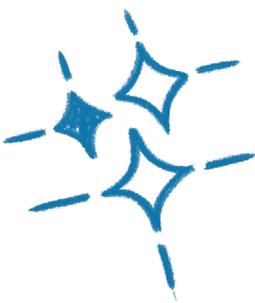
PRÉAMBULE

Le Groupe Paprec a fondé son développement, depuis sa création, sur un pilier essentiel, valeur cardinale qui doit animer chaque collaboratrice et collaborateur dans ses missions au quotidien : l'éthique des affaires et la lutte contre toutes formes de corruption.

Signataire du Pacte Mondial des Nations Unies, le Groupe entend lutter contre toutes les formes de corruption et s'est fixé des règles en la matière qui sont le garant de sa réputation. Ces règles sont détaillées dans ce code de conduite anti-corruption.

Ces règles doivent être appliquées par chacune et chacun d'entre vous dans l'exercice de vos fonctions au quotidien, pour l'ensemble des activités du Groupe en France et à l'international. Elles s'appliquent également à nos parties prenantes, notamment nos clients, fournisseurs et partenaires.

Paprec n'aura aucune tolérance vis-à-vis de l'application de ces règles, qui ont toujours été au cœur de l'ADN du Groupe.



Nous comptons sur vous pour veiller au strict respect de ce Code de conduite, qui reflète les valeurs de notre Groupe et l'engagement de tous ses dirigeants.

Sébastien Petithuguenin
Directeur général Paprec

Mathieu Petithuguenin
Directeur général Paprec

I. CADRE ET CHAMP D'APPLICATION

Le Code s'applique à l'ensemble des collaborateurs du Groupe Paprec (ci-après « le Groupe » ou « Paprec ») ainsi qu'à toutes les parties prenantes, clients, fournisseurs, partenaires etc. avec lesquelles des relations d'affaires sont envisagées ou en cours.

Il a pour objectif de rappeler les engagements du Groupe à lutter activement contre toutes formes de corruption et de trafic d'influence qui constituent des atteintes à la probité et de contribuer à la diffusion de la culture éthique du Groupe.

Il rappelle ce que constitue un délit de corruption et de trafic d'influence, donne des exemples de situations qui peuvent présenter un risque afin que chacun puisse les identifier, les prévenir ou y remédier conformément aux attentes du Groupe. Il permet aussi d'illustrer des comportements à proscrire et à adopter. Il ne prétend pas être exhaustif au vu de la multitude et de la diversité des situations qui peuvent présenter un risque pour le Groupe, ses dirigeants et ses collaborateurs.

Chaque collaborateur se doit d'adopter un comportement professionnel exemplaire et ne rien faire qui soit contraire aux règles comportementales définies dans ce Code. Dans ce cadre, chacun doit exercer son propre jugement et faire preuve de discernement au-delà des illustrations mentionnées dans le Code.

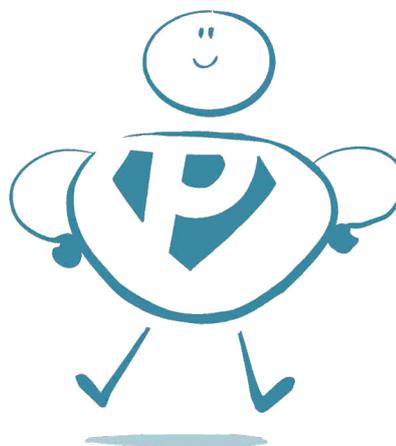
Le respect des lois et réglementations est primordial pour assurer l'intégrité du Groupe. Le Groupe est tenu de respecter la loi française anti-corruption dite loi Sapin 2 ainsi que les lois nationales en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence dans tous les pays dans lesquels il opère. Par ailleurs, la loi française anticorruption s'applique à toutes les opérations menées par le Groupe quelle que soit leur localisation, compte tenu de sa portée extraterritoriale. Par ailleurs, le Groupe est aussi signataire des dix principes du Global Compact des Nations Unies qui inclut un volet sur la lutte contre la corruption.

Ce respect des différentes lois et réglementations en vigueur s'applique également aux parties prenantes avec lesquelles le Groupe souhaite entrer ou est en relation d'affaires dans la mesure où toute action non conforme à la législation pourrait entraîner des conséquences au détriment du Groupe, de ses dirigeants et collaborateurs.

L'atteinte à la probité peut, pour Paprec, notamment générer des peines et amendes significatives ainsi que l'interdiction de soumissionner à des marchés publics en France ou à l'étranger, des conséquences significatives sur sa réputation, son activité et sa situation financière.

Pour les dirigeants et les collaborateurs, un délit de corruption ou de trafic d'influence peut notamment entraîner, outre des sanctions disciplinaires liées au non-respect de ce Code, une peine d'emprisonnement pouvant atteindre plusieurs années, une amende ainsi que la privation de droits civiques.

Toute question d'un collaborateur sur l'application du Code ou sur son interprétation doit être remontée à son supérieur hiérarchique, au Référent Conformité ou à la Direction de la Conformité du Groupe.



II. DÉFINITIONS

CORRUPTION

Le délit de corruption est une des formes d'atteinte à la probité, tout comme le trafic d'influence présenté ci-après.

Corruption active ou passive

On dissocie la corruption active, celle dont l'auteur est le corrupteur, de la corruption passive, celle dont l'auteur est le corrompu.

Ainsi, la corruption active est le fait d'offrir, de promettre d'offrir ou d'octroyer un avantage indu, pour son propre bénéfice ou celui d'un tiers, à une personne afin que celle-ci, en contrepartie, accomplisse ou s'abstienne d'accomplir une action dans le cadre de ses fonctions.

La corruption est passive lorsqu'une personne profite de sa fonction pour solliciter ou accepter un avantage indu pour son propre bénéfice ou celui d'un tiers, en contrepartie de l'accomplissement ou de la non-exécution d'une action dans le cadre de ses fonctions.



Le seul fait de proposer ou de promettre est suffisant pour se trouver dans un schéma de corruption et pour que la responsabilité de la personne soit engagée.

Un avantage indu peut prendre des formes multiples : argent, promesse, don, « pot-de-vin », « dessous-de-table », contreparties de toutes natures, extorsions...

La corruption peut se manifester sous couvert de pratiques commerciales ou sociales courantes par exemple des cadeaux ou invitations offerts ou reçus ou des dons. Cela peut aussi concerner des opérations sensibles telles que des recrutements de complaisances mais aussi des opérations d'achats par exemple.

Corruption publique ou privée

On distingue généralement :

- La corruption d'agents publics dès lors que l'une des personnes concernées exerce une fonction publique (ex : personnalités politiques et élus, fonctionnaires, salariés d'entreprises publiques...);
- La corruption privée dès lors qu'il s'agit de deux personnes évoluant dans le domaine privé (ex : corruption entre entreprises privées).

La corruption d'un agent public est une circonstance aggravante au regard de la plupart des législations. Le terme « agent public » désigne une personne dépositaire de l'autorité publique, chargée d'une mission de service public ou investie d'un mandat électif public.

S'il n'est pas interdit par la loi, tout avantage octroyé à un agent public doit être totalement transparent vis-à-vis du Groupe et soumis à une autorisation préalable de la hiérarchie en fonction des seuils de la Politique Cadeaux et Invitations du Groupe.

Corruption directe ou indirecte

La corruption peut être directe ou indirecte :

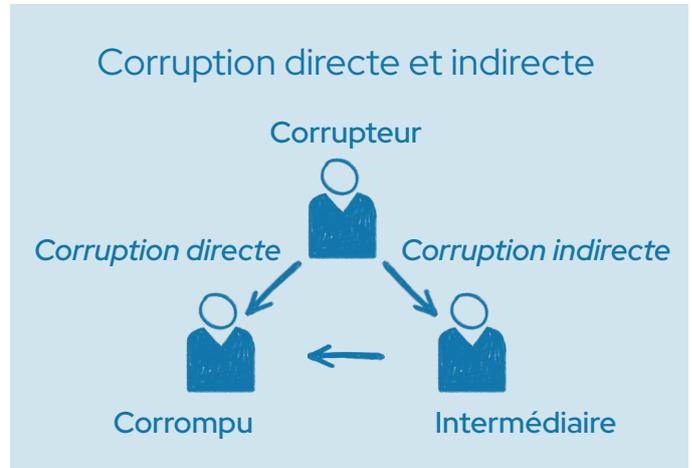
Corruption directe :

La personne qui corrompt offre, promet ou octroie un avantage indu directement à la personne qu'elle souhaite corrompre.

Corruption indirecte :

La personne qui corrompt offre, promet ou octroie un avantage indu à la personne qu'elle souhaite corrompre par le biais d'un intermédiaire.

Il importe peu que la corruption soit directe ou indirecte, sa répréhension étant la même.



Sanctions

En France, la corruption privée est punie, pour les personnes physiques, d'une peine d'emprisonnement de 5 ans et d'une amende de 500 000 euros, et la corruption publique est sanctionnée par 10 ans

d'emprisonnement et une amende d'1 million d'euros. Pour connaître les sanctions dans votre pays, vous pouvez vous rapprocher de votre Référent Conformité ou de la Direction de la Conformité du Groupe.

TRAFIC D'INFLUENCE

Le trafic d'influence désigne le fait pour une personne de recevoir – ou de solliciter – des avantages ou des dons dans le but d'abuser de son influence, réelle ou supposée, sur un tiers afin qu'il prenne une décision favorable.

Il implique trois acteurs: le bénéficiaire (celui qui fournit des avantages ou des dons), l'intermédiaire (celui qui utilise le crédit qu'il possède du fait de sa position) et la personne cible qui détient le pouvoir de décision (autorité ou administration publique, magistrat, expert, etc.).

Le droit pénal distingue le trafic d'influence actif (du côté du bénéficiaire) et le trafic d'influence passif (du côté de l'intermédiaire). À noter que certains pays ne font aucune distinction entre la corruption et le trafic d'influence.

III. RÈGLES FONDAMENTALES ET DÉCLINAISONS

1 - CADEAUX ET INVITATIONS

Les cadeaux sont des avantages, de toute sorte, donnés par quelqu'un en signe de courtoisie, sans rien attendre en retour. Le fait d'offrir à des clients, fournisseurs, ou d'autres tiers ou de se faire offrir des repas, et des divertissements (spectacles, concerts, événements sportifs etc.) est considéré comme une invitation. Ces marques d'hospitalités sont couramment utilisées pour établir et maintenir des relations commerciales participant de la vie normale des affaires.

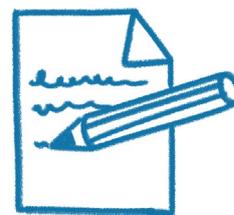
PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Dans certains contextes, un cadeau ou une invitation peut faire soupçonner l'existence d'une contrepartie dissimulée et peut ainsi être assimilé à un acte de corruption active ou passive ou de trafic d'influence. C'est pourquoi il convient d'être attentif en matière de cadeaux, de signes de courtoisie et d'hospitalité (reçus ou donnés), d'invitations à des divertissements qui contribuent à instaurer de bonnes relations mais peuvent être considérés comme un moyen d'influencer une décision ou de favoriser une entreprise ou une personne.

Conformément à la Politique Cadeaux et Invitations du Groupe, s'il est admis qu'un cadeau ou une invitation participe de la vie normale des affaires, tout acte d'hospitalité doit faire l'objet d'une déclaration à la hiérarchie en fonction de seuils prédéfinis et être octroyé de manière transparente et sans contrepartie. Il est interdit d'offrir ou d'accepter un cadeau ou une

invitation pendant les périodes d'appels d'offres ou toute autre négociation significative. Il ne doit pas être somptuaire et un tel octroi ne doit pas avoir lieu de façon fréquente ou périodique.

En outre, en aucun cas l'octroi de cadeaux et invitations ne doit servir à faire de la corruption ou du trafic d'influence.



CE QUE JE PEUX FAIRE :

- Accepter ou offrir des cadeaux et de invitations sans contrepartie ;
- conformes aux usages du monde des affaires ;
- d'une valeur raisonnable et conforme à la Politique Cadeaux et Invitations du Groupe.

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

- Accepter ou offrir des cadeaux et des invitations dans l'attente d'une contrepartie du tiers ou dans le but de l'influencer ;
- Accepter ou offrir des cadeaux et des invitations à des moments inopportuns de la relation d'affaire (pendant une procédure d'appel d'offres ou lors du renouvellement d'un contrat) ;
- Accepter ou offrir des cadeaux et des invitations somptuaires.

Exemples ou situations à risque :



Un collaborateur invite un client toutes les semaines dans un restaurant étoilé. Cette pratique n'est pas autorisée car elle peut être assimilable à de la corruption.



Un collaborateur du Groupe décide d'offrir un cadeau à un collaborateur d'un client potentiel ou existant, en charge de rédiger le cahier des charges.

Il convient de s'abstenir de tout cadeau ou promesse de cadeau, d'autant que celui-ci intervient à un moment sensible de la relation d'affaires et pourrait être perçu comme ayant pour finalité d'influencer le contenu du cahier des charges.



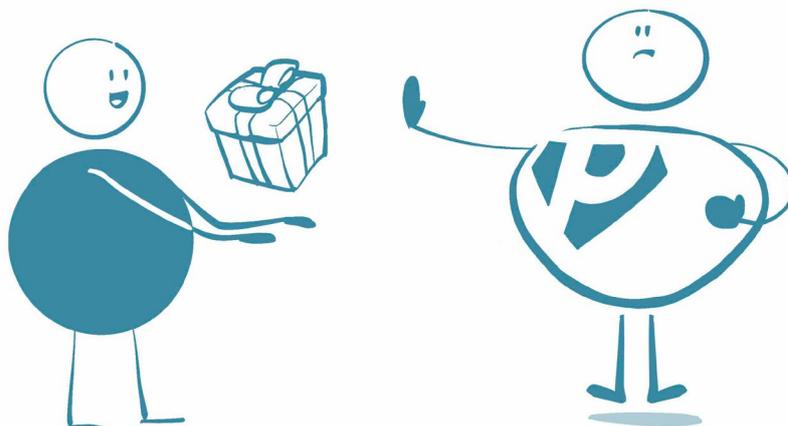
À l'approche des fêtes de fin d'année, un collaborateur souhaite offrir des bouteilles de vin à un client.

Ce cadeau peut être autorisé s'il ne dépasse pas une valeur raisonnable et est déclaré de manière transparente en fonction des seuils de la Politique Cadeaux et Invitations.



Un agent public demande à un collaborateur de Paprec de lui octroyer un cadeau en contrepartie d'une décision favorable.

Cette sollicitation doit être refusée car elle est assimilable à de la corruption d'agent public.



2 - MÉCÉNAT OU DON

Le mécénat consiste en un soutien désintéressé (sans contrepartie équivalente) apporté à une œuvre ou à une personne morale ou physique pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. Ce soutien peut prendre la forme d'un don en numéraire (mécénat financier), d'un don ou prêt de biens mobiliers ou immobiliers (mécénat en nature) ou encore se traduire par la mise à disposition gracieuse et ponctuelle de moyens humains (mécénat de compétence).

Les dons sont le moyen d'accorder à des fins caritatives ou philanthropiques une somme d'argent, des biens ou des services, sans attendre de contrepartie directe de la part du bénéficiaire, ni même une compensation publicitaire.

Par exemple, le Groupe souhaite accompagner par un don le projet d'une association qui est en lien avec ses valeurs. Ainsi, Paprec est mécène de l'Opéra de Paris, de France Nature Environnement, d'Humanité et Biodiversité, de l'association ASMAE Sœur Emmanuelle, de l'association Aide au Vietnam et à l'Enfance, de l'institut Gustave Roussy ou encore du Comité Laïcité République.

PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Les actes de mécénat doivent être réalisés sans attendre de contrepartie économique directe. Les actions de sponsoring doivent être réalisées en échange d'avantages pour le bénéficiaire, notamment la valorisation de son image. Chacune des demandes de mécénat ou sponsoring doivent être considérées avec soin, en particulier celles émanant de personnes en position d'influencer les activités du Groupe Paprec ou qui pourraient, en tirer un avantage personnel.

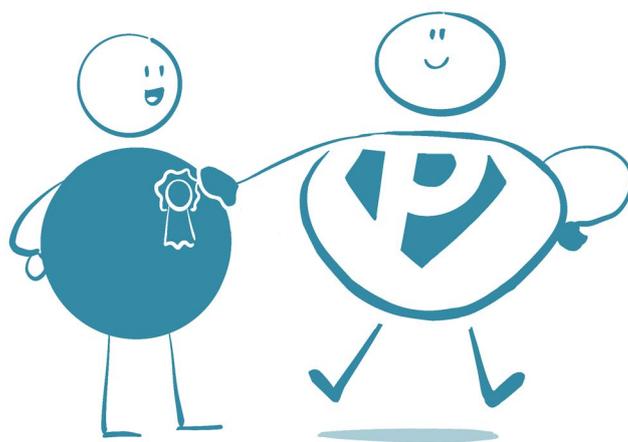
En aucun cas ces opérations ne doivent servir à de la corruption. Toutes ces actions doivent respecter les règles définies dans la Politique relative aux opérations de mécénat et de sponsoring du Groupe.

SPONSORING OU PARTENARIAT OU PARRAINAGE

Le sponsoring (ou partenariat) est un soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer une contrepartie directe matérialisée par la visibilité des valeurs de l'entreprise et l'augmentation de sa notoriété. Le soutien peut être en numéraire ou en compétence. Une opération de sponsoring peut être conclue avec tout type de structure ayant une activité à caractère civil ou commercial, lucrative ou non.

Par exemple, le Groupe peut soutenir une équipe sportive en contrepartie de quoi il aura son nom sur les maillots des joueurs, des encarts publicitaires sur le terrain et des places gratuites pour assister aux matchs. La contrepartie est proportionnée au soutien financier apporté par le Groupe.

Ainsi, Paprec est partenaire du club de Rugby ASM depuis 2013 et principal sponsor depuis 2016; le Groupe est également sponsor de plus de 50 clubs sportifs. Paprec est aussi impliqué dans la compétition à la voile: il finance une écurie de course au large et sponsorise plusieurs courses.



CE QUE JE DOIS FAIRE :

- M’assurer que l’opération de mécénat envisagée est sans contrepartie ;
- M’assurer que l’opération de sponsoring envisagée est avec une contrepartie proportionnée ;
- Vérifier au préalable l’intégrité du bénéficiaire ;
- Faire valider cette opération par la hiérarchie conformément à la Politique relative aux opérations de mécénat et de sponsoring du Groupe ;
- Contractualiser, documenter et conserver les documents justifiant cette opération.

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

- Action de mécénat ou de sponsoring à des moments sensibles de la relation d’affaires, notamment lors du renouvellement d’un contrat, d’un appel d’offre etc ;
- Action de mécénat ou de sponsoring sans vérification préalable sur l’organisme bénéficiaire et sans accord de la hiérarchie ;
- Action de mécénat ou de sponsoring à des organismes politiques.

Exemples ou situations à risque :



Un client conditionne l’attribution d’un contrat à Paprec à l’octroi d’un don à sa fondation ou à une fondation dans laquelle un membre de sa famille travaille.

Cette pratique est interdite. Il s’agit d’un don déguisé permettant d’influencer une prise de décision en faveur de Paprec et correspond à de la corruption indirecte.



Le Groupe souhaite sponsoriser une équipe locale afin qu’un agent public de la ville accepte ou accélère la délivrance d’un permis et/ou d’une autorisation administrative.

Cette pratique est interdite. Elle constitue un cas de corruption d’un agent public.

3 - PAIEMENTS DE FACILITATION

Les paiements de facilitation sont des paiements officieux (par opposition aux droits et taxes légitimes et officiels) versés pour faciliter ou accélérer toutes formalités, notamment administratives, telles que les demandes de permis, visas ou les passages en douane.

PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Les paiements de facilitation sont interdits. Il est proscrit d'effectuer des paiements de facilitation quelle qu'en soit la forme à un agent public ou un intermédiaire pour accélérer une procédure ou pour garantir ou accélérer la fourniture d'un permis, d'une autorisation, d'une attestation...

Le cas échéant, ils ne peuvent être envisagés, que dans des situations extrêmes de tentative d'extorsion,

notamment dans des pays à risques, par crainte pour sa vie, sa santé ou sa liberté. Si un tel cas de figure devait se présenter, le collaborateur concerné doit en référer immédiatement à sa hiérarchie et à un membre du COMEX.

Par ailleurs, il convient de s'assurer que les tiers travaillant avec le Groupe ne versent pas de paiement de facilitation au nom du Groupe.

CE QUE JE DOIS FAIRE :

– Avertir la hiérarchie ou la Direction de la Conformité de toute demande de versement d'une somme d'argent suspecte en contrepartie d'un service (douane, administratif).

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

- Effectuer un paiement de facilitation, même si celui-ci est effectué par l'intermédiaire d'un tiers ;
- Accepter ou effectuer un paiement sans en connaître la finalité ;
- Accepter ou effectuer un paiement en espèce à un agent public pour faciliter l'obtention d'un document.

Exemples ou situations à risque :



Un collaborateur donne de l'argent en espèces à un agent public dans le but d'accélérer des formalités administratives (visa, autorisations administratives, etc.) alors que l'ensemble des documents est en règle.

Cette pratique est interdite et constitue un cas de corruption d'un agent public.

4 - REPRÉSENTATION D'INTÉRÊTS, LOBBYING

L'action de représentation d'intérêts, ou lobbying, consiste à contacter les personnes qui sont chargées d'élaborer et de prendre des décisions publiques, notamment une loi ou un règlement, ou de conduire l'action publique nationale ou locale pour influencer leurs décisions.

PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Si les actions de représentation d'intérêts ne sont pas illicites en tant que telles, elles doivent être transparentes et claires, et sont étroitement contrôlées et pilotées par le Groupe.

Par ailleurs, les représentants d'intérêts du Groupe doivent être formellement inscrits sur le répertoire numérique national des représentants d'intérêts établi

par la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique. Chaque année, le Groupe doit y déclarer ses actions de représentations d'intérêts.

Certaines actions de lobbying pourraient apparaître comme une tentative d'influence ou de corruption.

CE QUE JE DOIS FAIRE :

– Ne pas mener d'action de lobbying sans y avoir été dûment autorisé.

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

– Offrir un cadeau ou une invitation de forte valeur à un décideur dans le seul but d'influencer une décision favorable au Groupe.

Exemples ou situations à risque :



Un collaborateur fait appel à un consultant pour que celui-ci offre un cadeau somptueux à un parlementaire afin que ce dernier use de son influence pour obtenir une décision favorable à des activités du Groupe.

Cette pratique est interdite.



Un collaborateur invite chaque semaine un parlementaire dans un restaurant étoilé afin qu'il porte des amendements à un projet de loi au bénéfice des activités du Groupe.

Cette pratique est interdite.

5 - RECRUTEMENT ET EMPLOIS DE COMPLAISANCE

Un emploi de complaisance peut se définir comme le recrutement d'une personne (contrat à durée déterminée ou indéterminée, contrat d'apprentissage ou stage), en raison des relations que cette personne entretient avec un membre du Groupe ou de tout autre tiers participant à son activité, en contrepartie d'un avantage indu.

PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Le Groupe est attaché aux valeurs d'égalité des chances, d'accès à l'emploi et de transparence. Le recrutement de toute nouvelle personne au sein du Groupe se fonde sur des critères objectifs, répondant à un but précis. Le Groupe ne saurait tolérer l'octroi d'un contrat de travail en raison de liens personnels, de quelque nature qu'ils soient, en contrepartie d'un avantage indu en sa faveur.

Tout conflit d'intérêts à l'occasion d'une procédure de recrutement doit être signalé en amont auprès de sa hiérarchie et/ou de la Direction des Ressources Humaines.



CE QUE JE DOIS FAIRE :

- Déclarer ses conflits d'intérêts en amont d'un potentiel recrutement d'une personne avec laquelle un collaborateur présenterait des liens personnels ;
- Recourir au processus standard de recrutement.

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

- Proposer un emploi au sein du Groupe en contrepartie d'un avantage indu.

Exemples ou situations à risque :



Un collaborateur propose un stage à la nièce d'un élu local en contrepartie de l'abstention de celui-ci sur une décision qui pourrait être défavorable au Groupe.

Cette pratique est formellement interdite.
Elle constitue un cas de corruption d'agent public.

6 - RELATIONS FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS

Les relations du Groupe avec ses fournisseurs et sous-traitants sont essentielles au succès de l'entreprise. Les fournisseurs et sous-traitants du Groupe doivent se conformer aux lois et réglementations applicables dans les pays dans lesquels ils opèrent, notamment celles relatives à la lutte contre la corruption.

PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Le Groupe attache une importance au respect du présent Code et de sa politique Achats Responsables par les collaborateurs ainsi que les fournisseurs et sous-traitants. Le Groupe se refuse à tout compromis

quant à l'intégrité qui gouverne toutes ses relations d'affaires et se réserve le droit de mettre fin à la relation contractuelle en cas de manquement ou de violation.



Conformément aux procédures Achats et à la procédure d'évaluation des tiers, les collaborateurs doivent en particulier :

- Mener des vérifications en amont de la contractualisation de la relation d'affaires, afin d'évaluer le niveau d'intégrité des fournisseurs et sous-traitants envisagés ;
- Formaliser la relation d'affaires en incluant les clauses anti-corruption ;
- Effectuer une veille tout au long de la relation d'affaires sur son intégrité.

CE QUE JE DOIS FAIRE :

- Avertir la hiérarchie ou la Direction de la Conformité de toute situation potentielle de violation du Code de conduite par le partenaire ;
- S'assurer que les fournisseurs et les sous-traitants adhèrent et respectent ce Code de conduite.

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

- Favoriser un fournisseur en contrepartie d'un avantage indu ;
- Engager une relation contractuelle avec un tiers alors que le processus de due diligence a révélé une intégrité douteuse et qu'un traitement idoine n'a pas été réalisé.

Exemples ou situations à risque :



Un fournisseur souhaitant travailler avec le Groupe offre un cadeau somptueux à un collaborateur du Groupe afin que celui-ci le favorise.

Cette pratique est interdite. Elle constitue un cas de corruption privée.

7 - RELATIONS COMMERCIALES AVEC LES CLIENTS

Le client est au cœur de toutes nos préoccupations. Le développement commercial est primordial pour le Groupe Paprec. Il consiste en l'identification, le développement et la création de nouvelles opportunités de marchés, ainsi que le renouvellement de contrats ou marchés.

Le développement commercial, avec des clients ou prospects publics ou privés, peut prendre plusieurs formes :

-Direct: le Groupe traite de façon directe avec la partie tierce dans le développement de son activité que ce soit lors d'appels d'offres ou lors de négociations de gré à gré ;

-Indirect: notamment à l'international, le Groupe peut avoir recours à des intermédiaires ou des apporteurs d'affaires dans le développement de son activité.

Un intermédiaire commercial est une personne ou une société intervenant dans une relation commerciale entre une société du Groupe et un client ou un prospect.

Il peut s'agir d'un agent commercial, apporteur d'affaires, ou consultant.



PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Le Groupe, en proposant ses services de façon directe ou indirecte, lors d'un appel d'offres, d'une négociation de contrat ou en recourant à un intermédiaire se doit d'être transparent et de se conformer à toutes les lois, règles et réglementations applicables dans les pays dans lesquels il opère.

Le Groupe depuis sa création veille à ce que les attributions de contrats, publics comme privés, se déroulent sans corruption et en toute transparence en mesurant les valeurs techniques, financières et

d'innovation des offres. Ainsi, les collaborateurs ne doivent pas, directement ou indirectement via un intermédiaire, promettre ou octroyer un avantage indu à une quelconque personne, ou tenter de le faire, pour remporter un contrat.

Une vigilance accrue est nécessaire lors de relations avec des intermédiaires. Cette relation doit s'inscrire dans le strict respect de la Procédure sur le recours aux intermédiaires, consultants et conseils.

CE QUE JE DOIS FAIRE :

- Ne pas offrir d'avantage indu pour influencer sur l'issue d'un appel d'offre privé ou public,
- Signaler toute suspicion de corruption ou tentative de corruption.

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

- Offrir ou promettre un pot-de-vin, ou tout autre avantage indu à un client ou un prospect ;
- Passer par un intermédiaire pour dissimuler un pot de vin (cadeau ou somme d'argent).

Exemples ou situations à risque :



Un acheteur d'un groupe privé demande au collaborateur du Groupe des places VIP pour un match de tennis, et lui promet, en échange, de lui attribuer le contrat.

Cette pratique est formellement interdite et constitue de la corruption privée.



Un intermédiaire travaillant à l'international pour le compte du Groupe offre un voyage d'agrément à un ministre ou un fonctionnaire en contrepartie de l'attribution d'un marché local.

Cette pratique est formellement interdite et constitue de la corruption d'agent public

8 - OPÉRATIONS D'ACQUISITIONS ET DE PARTENARIATS INDUSTRIELS

Le Groupe se développe régulièrement par l'acquisition de nouvelles sociétés ou actifs ainsi que par la création de partenariats industriels pouvant conduire à la création d'une co-entreprise.

PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Le Groupe procède à des vérifications préalables avant toute opération d'acquisition ou en amont d'un partenariat industriel.

Le Groupe soumet toute nouvelle entité acquise aux principes, aux valeurs et aux exigences du présent Code de conduite.

Dans le cadre de partenariats industriels, le Groupe s'assure de la conformité de ses partenaires à des standards anticorruption et éthiques solides et similaires aux siens. La non-conformité de ceux-ci pourra entraîner la fin de la relation partenariale. En cas de création d'une co-entreprise, il s'assure de la mise en place d'une politique de conformité robuste et proportionnée.



9 - CONFLIT D'INTÉRÊTS

Une personne est en situation de conflit d'intérêts lorsque des intérêts personnels (ou une activité personnelle) sont ou sont susceptibles d'être en contradiction avec les intérêts du Groupe et les missions en lien avec ses fonctions au sein de Paprec. Le conflit peut naître des liens familiaux, financiers, extra-professionnels (associatifs, caritatifs, politiques, religieux, sportifs etc..).

Le conflit d'intérêts n'est pas en soi illicite. Cependant, il peut résulter d'une situation de conflit d'intérêts un acte de corruption par exemple, dans le cas où un collaborateur recevrait un cadeau de la part d'un

fournisseur avec qui il a des liens d'intérêts personnels, afin qu'il influence les décideurs de Paprec pour lui octroyer un contrat.

PRINCIPE(S) / REGLE(S) :

Les collaborateurs du Groupe se doivent d'éviter toute situation dans laquelle un lien d'intérêt personnel pourrait être perçu ou créer une situation de conflit d'intérêts avec les intérêts du Groupe.

Lors de l'identification d'un conflit d'intérêts potentiel,

la règle d'or est d'en informer sa hiérarchie afin qu'une analyse de la situation permette de déterminer s'il s'agit d'un conflit d'intérêts avéré et de mettre en place des mesures adéquates.

CE QUE JE DOIS FAIRE :

- Analyser ses liens d'intérêt et avertir la hiérarchie lorsqu'un potentiel conflit d'intérêts intervient dans le cadre de ses fonctions ;
- Se retirer d'un dossier ou d'une opération en cas de conflit d'intérêts avéré.

CE QUE JE NE DOIS PAS FAIRE :

- Dissimuler des informations sur un conflit d'intérêts potentiel ou avéré ;

Exemples ou situations à risque :



Une personne souhaitant se faire embaucher dans le Groupe demande à un Directeur d'agence qu'il connaît de sa sphère privée de ne pas lui imposer le processus de double entretien. Le Directeur d'agence doit informer la DRH de ce lien d'intérêt et ne doit pas interférer dans le processus de recrutement.



Un collaborateur accepte la livraison d'une turbine qui présente un défaut de fabrication. Il n'en fait pas part à sa hiérarchie car l'entreprise ayant livré la turbine appartient à son père. Avant qu'un contrat ne soit négocié et signé, le collaborateur doit expliquer tout conflit d'intérêts dans lequel il se trouve. Dans ce cas, le collaborateur doit être déchargé de toutes les tâches liées à cette relation fournisseur.

IV. MISE EN APPLICATION DU CODE DE CONDUITE

1-SENSIBILISATION, FORMATION

Les collaborateurs sont tenus de prendre connaissance du présent Code et de participer aux séances de sensibilisation et/ou de formation périodiques qui sont organisées par le Groupe afin de les sensibiliser et/ou de les former à la lutte contre la corruption et le trafic d'influence.

Les collaborateurs sont informés de toute mise à jour du Code de conduite et de ses politiques et procédures attenantes. Les nouveaux collaborateurs sont sensibilisés dès leur prise de fonction.

2-DISPOSITIF D'ALERTE

Si vous êtes témoin de faits illicites au sein du Groupe, vous avez la possibilité d'opérer un signalement conformément à la procédure « Prévention et détection de faits illicites : dispositif d'alerte interne ».

Tout collaborateur qui émettrait un signalement de bonne foi et sans contrepartie financière sera protégé par le statut de lanceur d'alerte dès lors que les informations portent sur un crime, un délit, une menace ou un préjudice pour l'intérêt général, une violation ou une tentative de dissimulation d'une violation d'un engagement international régulièrement ratifié ou approuvé par la France, d'un acte unilatéral d'une organisation internationale pris sur le fondement d'un tel engagement, du droit de l'Union européenne, de la loi ou du règlement.

Le Groupe s'engage à :

- Prendre tous les signalements en compte ;
- Enquêter sur les alertes avec diligence ;
- Évaluer les faits de manière objective et impartiale ;
- Prendre les mesures correctives et les sanctions disciplinaires adéquates.



3-PROCESSUS D'ÉVALUATION DES TIERS

Le Groupe est attentif à choisir les bons interlocuteurs dans toutes les interactions avec ses clients, ses fournisseurs, ses sous-traitants, ses mécènes, et de manière plus globale toutes les parties prenantes avec lesquelles il interagit.

Cette relation est encadrée de manière stricte par le respect de la procédure d'évaluation des tiers afin de prévenir tout risque de corruption ou autres infractions allant à l'encontre de l'éthique. Ainsi conformément à la procédure d'évaluation des tiers et au regard du niveau de risque que celui-ci représente, le Groupe effectue une analyse de l'intégrité du tiers. Cette analyse permet au Groupe d'identifier les risques auxquels il pourrait être confronté et d'éviter toutes conséquences néfastes.

Cette analyse est également mise à jour au cours de la relation, et avant tout renouvellement.

Accordant une place primordiale à l'éthique, le Groupe se réserve le droit de ne pas contractualiser, de ne pas renouveler ou de rompre toute relation d'affaires en cas de manquement à ses exigences au regard des informations obtenues au cours de cette analyse.

Le Groupe impose également l'inclusion de clauses contractuelles rappelant le respect de ses exigences en matière d'éthique et de conformité.

4-SANCTIONS EN CAS DE VIOLATION DU PRÉSENT CODE

Le non-respect des règles édictées dans ce Code engage la responsabilité personnelle du collaborateur et l'expose à des sanctions disciplinaires (avertissement ou blâme, mise à pied, mutation, rétrogradation, licenciement pour faute simple, grave ou lourde), civiles voire pénales selon les législations applicables.

Les sanctions sont adoptées de manière proportionnée, dans le respect des procédures légales applicables et notamment dans le respect des droits et garanties applicable au collaborateur concerné.

5-MISE EN ŒUVRE : RESPONSABILITÉ ET SURVEILLANCE

Il incombe à chaque collaborateur de mettre en œuvre le Code dans le cadre de ses responsabilités et de ses fonctions.

Chaque collaborateur doit :

- Prendre connaissance du Code de conduite et se l'approprier ;
- Adopter un esprit éthique ainsi qu'un comportement intègre et transparent dans chaque étape de ses activités et de sa carrière professionnelle au sein du Groupe ;
- Demander conseil à son supérieur hiérarchique, aux Référents Conformité ou à la Direction de la Conformité sur toute question relative à la mise en œuvre du Code de conduite et au respect de ses principes.

D'autre part, il est de la responsabilité des managers de :

- Diffuser la culture éthique au sein du Groupe et expliquer la mise en œuvre du Code de conduite ;
- Répondre aux questions ou doutes des collaborateurs quant au Code de conduite ou à des situations nécessitant leur conseil, avis ou approbation ;
- Organiser des sessions d'information et de formation quant au Code de conduite, à l'éthique et à la conformité de manière plus générale, de façon périodique.

Le Groupe sera amené à effectuer des contrôles périodiques afin de vérifier la correcte application du Code. Les managers rendront compte régulièrement à la Direction Générale de la bonne application du Code et du respect de ses principes par leurs équipes.

