

# Code de Conduite Anti-Corruption du Groupe

VF 18.07.2018 – Juillet 2018



# Table des Matières

L'ENGAGEMENT DE NOTRE PRESIDENT-DIRECTEUR GENERAL .....	3
Introduction : pourquoi des mesures de prévention de la corruption ? .....	4
<b>A. CONNAITRE LES COMPORTEMENTS PROHIBES .....</b>	<b>5</b>
1. QU'EST-CE QUE LA CORRUPTION ? .....	5
2. LA CORRUPTION D'AGENTS PUBLICS.....	6
3. LA CORRUPTION DANS LE SECTEUR PRIVE .....	6
4. LE TRAFIC D'INFLUENCE .....	7
5. LA SOLLICITATION ILLEGALE (CONCUSSION) .....	7
6. LES PAIEMENTS DE FACILITATION .....	8
7. LES ECRITURES COMPTABLES FRAUDULEUSES.....	8
<b>B. DIRECTIVES POUR EVITER LES COMPORTEMENTS A RISQUE .....</b>	<b>9</b>
1. LES INVITATIONS, REPAS, CADEAUX, DEPLACEMENTS ET HEBERGEMENTS .....	10
1.1. Les invitations à des événements marketing ou divertissements .....	12
1.2. Les repas .....	13
1.3. Les cadeaux .....	13
1.4. Les déplacements et hébergements.....	14
2. LE SPONSORING, LES CONTRIBUTIONS AUX PARTIS POLITIQUES ET LES DONS .....	15
2.1. Le sponsoring .....	15
2.2. Les contributions à des partis politiques .....	16
2.3. Les dons aux œuvres caritatives - Le mécénat.....	16
3. LES CONFLITS D'INTERETS .....	17
4. LA REPRESENTATION D'INTERETS (LOBBYING) .....	18
5. LES TIERS TRAVAILLANT POUR LE COMPTE DU GROUPE .....	19
6. LES JOINT-VENTURES, CONSORTIUMS ET FUSIONS-ACQUISITIONS .....	19
7. SIGNALER LES MAUVAIS COMPORTEMENTS .....	19
7.1. Défendre l'intégrité du Groupe.....	19
7.2. La procédure d'alerte.....	20
8. RECOMMANDATIONS GENERALES .....	21
8.1. VOUS NE DEVEZ PAS... ..	21
8.2. VOUS DEVEZ.....	21
<b>C. RUBRIQUE ANTI-CORRUPTION SUR TALENT .....</b>	<b>23</b>
<b>Besoin d'aide ? .....</b>	<b>23</b>



## L'ENGAGEMENT DE NOTRE PRESIDENT-DIRECTEUR GENERAL



Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

Depuis 1967, la réussite de notre Groupe repose sur nos valeurs fondamentales dont l'honnêteté et la confiance. Celles-ci nous amènent à renforcer sans cesse notre culture de conformité, d'éthique et d'intégrité, au sein de l'organisation comme vis-à-vis des tiers.

La corruption, sous toutes ses formes, est contraire aux valeurs du Groupe. Toutefois, nous ne nous contentons pas d'énoncer un principe de non tolérance à l'égard de la corruption. Nous nous assurons que les collaborateurs des sociétés du Groupe, où qu'ils soient, puissent identifier les situations qui risquent de contrevenir aux lois anti-corruption afin de les éviter. Nous pratiquons une politique de tolérance-zéro envers tout cas de corruption. Notre régime disciplinaire et l'application de sanctions concrétisent notre engagement.

La corruption, sous toutes ses formes, profite à des personnes qui abusent de leur pouvoir ou de leur situation. Elle nuit aux institutions démocratiques, fausse la concurrence, ralentit le développement économique, compromet l'innovation et est illégale dans la plupart des pays.

D'où la nécessité de ce code de conduite anti-corruption rédigé dans un style simple et concret afin que chacun soit informé de ce qu'il peut et ne peut pas faire, tout en sachant où trouver de l'aide.

Cette édition intègre les exigences de la loi française relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite « Sapin 2 ») qui s'appliquent à la Société mère du Groupe et à toutes ses filiales.

Nos collaborateurs doivent connaître et respecter les règles figurant dans ce code de conduite anti-corruption et mettre à jour leurs connaissances en la matière. Ce code n'est pas exhaustif, les règles étant amenées à évoluer afin de prendre en compte les éventuelles modifications législatives, l'évolution de notre cartographie des risques et les retours d'expériences.

Nous sommes tous responsables de la mise en œuvre de ces règles. Je compte sur votre adhésion et votre soutien dans cette démarche de prévention et de détection de la corruption. Toute violation à notre code de conduite anti-corruption sera sanctionnée.

Bien cordialement

**Paul HERMELIN**

Président-directeur général de Capgemini



## Introduction : pourquoi des mesures de prévention de la corruption ?

Le groupe Capgemini se conforme aux dispositions de la loi française relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite « Sapin 2 »), du *Foreign Corrupt Practices Act* (« FCPA »), du *UK Bribery Act* et de toutes les autres lois applicables. La loi Sapin 2 s'applique à toutes les filiales du Groupe. Le FCPA et le *UK Anti-Bribery Act* ont également des effets extraterritoriaux.

### Quels sont les objectifs du code de conduite anti-corruption ?

Le premier objectif consiste à identifier les principaux comportements prohibés que sont les différents types de corruption et le trafic d'influence. Nous veillons ainsi à ce que chaque personne travaillant pour les sociétés du Groupe, quels que soient son pays d'origine, son lieu de travail, sa résidence, sa formation, son environnement culturel et ses fonctions, comprenne ces notions et mesure les risques et sanctions que les comportements prohibés impliquent.

Son deuxième objectif consiste à préciser les règles du Groupe relatives aux comportements à risque pouvant mener à des pratiques de corruption ou être interprétés comme telles. En appliquant ces règles de façon effective, nous défendrons et protégerons les valeurs éthiques de notre Groupe.

Le troisième objectif consiste à rappeler notre conviction selon laquelle l'honnêteté favorise la compétitivité. En laissant l'intégrité guider toutes nos actions quotidiennes, nous préservons et assurons le développement du Groupe sur le long terme. Dans un milieu toujours plus concurrentiel, l'intégrité est valorisée non seulement par nos clients, partenaires commerciaux et collaborateurs mais également par la société en général.

A travers la diffusion de ce code de conduite, le Groupe réaffirme également sa volonté de garantir à ses clients l'excellence de ses prestations et de ses opérations ; à ses actionnaires, la pérennité de son modèle économique ; à ses collaborateurs et partenaires commerciaux, la fierté et la confiance dans leur environnement professionnel.

### Respect du code de conduite anti-corruption et sanctions

Conformément aux dispositions de la loi « Sapin 2 », le présent code de conduite anti-corruption doit être considéré comme une adjonction au règlement intérieur pour les sociétés du groupe Capgemini en France.

L'adhésion au présent code est une condition d'emploi de tout collaborateur des sociétés du groupe Capgemini qui n'en tolérera aucune violation. Il est diffusé auprès de tous les collaborateurs, notamment via l'Intranet Talent, qui doivent le lire, le comprendre et le respecter.

La violation par un collaborateur des sociétés du Groupe des dispositions du présent code est susceptible de faire l'objet d'une sanction disciplinaire pouvant aller jusqu'au licenciement de l'intéressé, sans préjudice d'éventuelles poursuites et sanctions civiles, pénales et/ou administrative à son encontre ; quels que soient la société et le lieu d'activité concernés.

### Règles locales de conduite anti-corruption

Ce code de conduite anti-corruption ne peut pas tenir compte de toutes les exigences des législations locales qui peuvent parfois se montrer plus restrictives que celles du Groupe.

Le cas échéant, les collaborateurs seront informés par la Direction juridique et le Responsable Ethique sur la portée et les conséquences de ces spécificités locales.



# A. CONNAITRE LES COMPORTEMENTS PROHIBES

Cette section présente les principaux comportements prohibés que sont la corruption, le trafic d'influence, les sollicitations illégales (ou concussion), les paiements de facilitation et les écritures comptables frauduleuses.

Ces exigences s'appliquent à tous les collaborateurs des sociétés du groupe Capgemini et à tous les niveaux. Il est attendu des tiers travaillant pour une société du Groupe (consultants, sous-traitants, fournisseurs et autres) qu'ils se conforment également à ces principes généraux.

## 1. QU'EST-CE QUE LA CORRUPTION ?

La corruption se définit généralement comme le fait de proposer ou d'octroyer quelque chose afin d'obtenir un avantage indu.

L'infraction de corruption est constituée par la simple **promesse** d'un avantage indu, même si cet avantage n'est finalement pas attribué. Par ailleurs, l'infraction est constituée quelle que soit la façon de promettre ou d'attribuer l'avantage que ce soit **d'une manière directe ou indirecte**, c'est-à-dire par l'intermédiaire d'un tiers.

De même, le fait de demander, accepter ou recevoir quelque chose pour conférer un avantage indu, caractérise également le délit de corruption.

Le « **quelque chose** » peut prendre différentes formes : argent (espèces, virement ou autre) ou avantages en nature tels que la participation à des événements marketing et/ou de divertissement, voyages, sur classements de billets d'avion, séjours dans des résidences de vacances, sponsoring ou encore l'embauche de membres de la famille ou d'amis.



L'« **avantage indu** » peut prendre différentes formes : traitement préférentiel, signature d'un contrat, divulgation d'informations confidentielles, exemption de droits de douane ou dispense de sanction à la suite d'un contrôle fiscal et d'une manière générale tout ce qui influence une personne dans l'exercice de ses fonctions.

Le Groupe ne tolère aucune forme de corruption, qu'elle implique un agent public ou le secteur privé.

## 2. LA CORRUPTION D'AGENTS PUBLICS

Le fait de promettre, d'offrir ou d'accorder à un **agent public**, directement ou indirectement, un avantage indu, pour soi-même ou pour une autre personne ou entité, afin qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte dans l'exercice de ses fonctions officielles, est considéré comme un acte de corruption d'agent public.

L'« agent public » peut notamment être une personne :

- détenant un mandat législatif, exécutif, administratif ou judiciaire ;
- exerçant une fonction publique et/ou fournissant un service public, y compris pour un organisme public ou une entreprise du secteur public ;
- salariée d'une société privée aux termes, selon le droit local, d'un contrat financé par des fonds publics ou passé avec une société détenue ou contrôlée par une collectivité publique ;
- candidate à un mandat politique ou occupant un poste élevé, avec pouvoir décisionnaire, dans un parti politique.

Le fait d'octroyer des avantages indus à un membre de la famille proche d'un agent public, même s'il n'est pas juridiquement considéré comme tel, peut également caractériser l'infraction de corruption des agents publics.

Le Groupe ne tolère aucune forme de corruption d'agents publics, quels que soient le pays et l'activité concernés.

## 3. LA CORRUPTION DANS LE SECTEUR PRIVE

Le fait de promettre ou de conférer un avantage indu à une personne du secteur privé, est considéré comme un acte de corruption privé.

Par exemple, lorsqu'un fournisseur promet ou octroie un avantage indu en échange d'informations confidentielles au cours de la procédure d'appel d'offres d'une autre entreprise privée, l'acte de corruption dans le secteur privé est caractérisé.

Le Groupe ne tolère aucune forme de corruption dans le secteur privé, quels que soient le pays et l'activité concernés.



## 4. LE TRAFIC D'INFLUENCE

Le trafic d'influence peut être défini comme le fait de promettre, d'offrir ou d'accorder à un agent public ou à toute autre personne, directement ou indirectement, un avantage indu afin que ledit agent ou ladite personne abuse de son influence réelle ou supposée en vue d'obtenir d'une administration ou d'une autorité publique un avantage indu pour l'instigateur initial de l'acte ou pour toute autre personne<sup>1</sup>.

Le trafic d'influence se caractérise également par le fait, pour un agent public ou toute autre personne, de solliciter ou d'accepter, directement ou indirectement, un avantage indu pour lui-même ou elle-même ou pour une autre personne afin d'abuser de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir d'une administration ou d'une autorité publique un avantage indu<sup>2</sup>.

Il s'agit d'une forme de corruption.

Certaines législations, comme par exemple celles de la France, du Brésil et de l'Espagne, distinguent l'infraction de corruption de celle de trafic influence. D'autres droits, comme celui des Etats-Unis, n'opèrent pas cette distinction.

Le Groupe ne tolère aucune forme de trafic d'influence, quels que soient le pays et l'activité concernés.

## 5. LA SOLLICITATION ILLEGALE (CONCUSSION)

Certains agents publics abusent de leur statut afin d'obtenir des avantages, en échange par exemple de l'annulation de pénalités lors d'un redressement fiscal. C'est ce que l'on appelle une sollicitation illégale ou une concussion.

Le fait de céder à ce type de sollicitation illégale constitue un acte de corruption dans la plupart des pays dont la France.

Le Groupe interdit toute forme de concussion, quels que soient le pays et l'activité concernés.

### COMMENT RESISTER A LA CONCUSSION ?

L'outil *Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions* (« RESIST ») propose des recommandations fondées sur des cas pratiques.

Créé par la Chambre de Commerce Internationale, l'ONG Transparency International, le Pacte Mondial des Nations unies et le Forum économique mondial, il est accessible en ligne : <https://iccwbo.org/publication/resisting-extortion-and-solicitation-in-international-transactions-resist/>

<sup>1</sup> Article 18 de la Convention des Nations Unies contre la corruption entrée en vigueur le 14 décembre 2005, conformément au paragraphe 1 de l'article 68

<sup>2</sup> *Ibid.*



## 6. LES PAIEMENTS DE FACILITATION

Les paiements de facilitation sont des sommes modiques versées à un agent public afin d'accélérer l'exécution d'une action administrative courante à laquelle le payeur a droit. Contrairement aux pots-de-vin, ces paiements ne visent pas à obtenir un avantage indu. Ils visent à inciter les agents publics à exécuter leurs fonctions, notamment s'agissant de la délivrance d'une autorisation ou d'un permis.

Ces paiements sont illégaux dans la plupart des pays.

Le Groupe ne tolère aucun paiement de facilitation, quels que soient le pays et l'activité concernés.

## 7. LES ECRITURES COMPTABLES FRAUDULEUSES

Aucune tromperie ou falsification des écritures comptables dissimulant un acte de corruption ou de trafic d'influence n'est tolérée, quels que soient le pays et l'activité concernés.

Les règles comptables du Groupe, présentées et détaillées dans TransFoRM, doivent être strictement appliquées.





## B. DIRECTIVES POUR EVITER LES COMPORTEMENTS A RISQUE

Cette section présente les règles et les démarches à suivre pour encadrer certaines pratiques et se prémunir contre le risque de corruption. Elle illustre, par des exemples, **différents types de comportements à proscrire parce qu'étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence**. Ce code ne prétend pas couvrir tous les contextes professionnels. Toutefois, elle fournit les informations nécessaires pour faire face à la plupart d'entre eux. Retenez avant tout que vous n'êtes pas seul et que vous devez faire appel à votre **supérieur hiérarchique**, à votre **Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique** pour toute question ou aide en la matière.

Ces exigences s'appliquent à l'ensemble des collaborateurs des sociétés du groupe Capgemini, à tous les niveaux. Il est attendu des tiers qui travaillent pour une société du Groupe (consultants, sous-traitants, fournisseurs et autres) qu'ils se conforment à ces principes généraux.



# 1. LES INVITATIONS, REPAS, CADEAUX, DEPLACEMENTS ET HEBERGEMENTS

## Les principes de base

Tout paiement ou remboursement de dépenses concernant un cadeau, un divertissement ou une hospitalité en faveur d'un tiers doit respecter l'ensemble des *principes de base* :

1. Il doit respecter la législation en vigueur, les procédures du Groupe et les règles internes de l'employeur du bénéficiaire si celles-ci sont connues ;
2. Il doit répondre à un objectif commercial légitime et vérifiable ;
3. Il ne doit pas être effectué pour obtenir un avantage indu ni influencer indûment l'action de quiconque ;
4. Il doit :
  - i. être d'une valeur raisonnable,
  - ii. être adapté à la situation du bénéficiaire, les circonstances et l'occasion qui le motivent,
  - iii. ne pas créer un sentiment d'obligation ni paraître comme inadapté,
  - iv. ne pas pouvoir être raisonnablement interprété comme un pot-de-vin par le bénéficiaire ni par quiconque, et
  - v. ne pas être répété fréquemment en faveur du même bénéficiaire ;
5. S'ils bénéficient à des agents publics, les événements marketing et divertissements (1.1), cadeaux (1.3) ou frais de déplacements et d'hébergements, (1.4) doivent être préalablement validés par le **Responsable Juridique et le cas échéant par le Responsable Ethique** ; sauf s'ils sont explicitement autorisés par une procédure anti-corruption locale ;
6. Il doit être enregistré de façon claire et précise dans la comptabilité du Groupe.

Tout écart envers l'un de ces *principes de base* doit être préalablement approuvé par écrit par le **Responsable Juridique et le cas échéant par le Responsable Ethique**.



### **QU'ENTEND-ON PAR « RAISONNABLE » ?**

Ce qui est raisonnable ou adapté varie d'une situation à l'autre et doit donc être évalué au cas par cas en fonction des spécificités locales.

### **QU'ENTEND-ON PAR « CADEAU DE VALEUR SYMBOLIQUE » ?**

- Un petit souvenir ou un objet publicitaire portant le nom d'une entreprise ou de ses marques tel une tasse, un stylo ou un calendrier ;
- Un cadeau habituel ou saisonnier de faible valeur tel des fleurs, un livre ou une corbeille de fruits.

### **QUE FAIRE SI LE BENEFICIAIRE A UN POUVOIR DECISIONNAIRE SUR UNE DECISION EN COURS ?**

Lorsque le bénéficiaire possède un pouvoir décisionnaire direct ou indirect sur une décision en cours ou prévue pouvant affecter les intérêts du Groupe, des précautions supplémentaires s'imposent.

Les décisions en cours ou prévues pouvant impacter les intérêts du Groupe sont notamment :

- les appels d'offres ;
- les réformes législatives ou réglementaires et l'attribution de subventions ;
- la signature, la prorogation et / ou l'extension de contrats commerciaux.

En cas de doute, il peut être nécessaire de consigner votre offre (événements marketing et divertissements, repas, cadeaux, voyages et hébergements) dans un document écrit. L'invitation pourra préciser que, à la connaissance de l'entité du Groupe que vous représentez, l'offre est conforme à la législation en vigueur, qu'elle est formulée sous réserve de respecter les règles de l'employeur du bénéficiaire et qu'il appartient au bénéficiaire d'effectuer toute vérification qu'il pourrait juger utile.

Avant d'accepter ou d'offrir un cadeau ou une invitation, interrogez-vous :

- La valeur est-elle symbolique ? Le caractère est-il raisonnable ?
- Est-ce conforme aux règles du Groupe ? La législation locale fixe-t-elle d'autres limites ?
- Quelle est l'intention derrière ce cadeau ou invitation ? Son bénéficiaire est-il en mesure d'influencer la conclusion d'éventuels contrats ?
- Pourriez-vous l'évoquer ouvertement avec vos collègues ; votre direction juridique ?



## 1.1. Les invitations à des événements marketing ou divertissements

Les invitations à des événements marketing ou divertissements telles les pièces de théâtre, concerts, matches, conférences, musées, séminaires ou événements organisés par Capgemini sont des occasions légitimes de renforcer les relations avec les clients et les fournisseurs mais peuvent également paraître inadaptées.

En conséquence, ces invitations ne sont autorisées que dans la mesure où toutes les conditions suivantes sont remplies :

- Les **principes de base** doivent être respectés (voir B 1) ;
- Les **conditions supplémentaires** doivent être respectées :
  - Un collaborateur du Groupe doit être présent ;
  - La valeur de l'invitation doit être raisonnable et adaptée aux circonstances ;
  - L'invitation doit respecter la loi et être socialement acceptable ;
  - Les avantages annexes doivent être symboliques et de faible valeur (ex. : clé USB).

Tout écart envers l'une des **conditions supplémentaires** doit être préalablement approuvé par écrit par le **manager de la BU** qui en adresse une copie au **Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique**.

### Scénario pratique

**Vous êtes en charge d'un projet nécessitant de faire appel à des fournisseurs. Au moment de l'appel d'offres, l'un des fournisseurs potentiels vous invite à un match de tennis à Roland Garros. Quel comportement adopter dans une telle situation ?**

Vous devez refuser cette invitation. Vous risquez de vous retrouver dans une situation de conflit d'intérêts susceptible d'être considérée comme de la corruption si le fournisseur attend une contrepartie indue telle des informations techniques confidentielles. Pour rappel, dans le cadre d'un appel d'offres, tous les fournisseurs doivent avoir accès à la même information.

Vous devez en outre avertir le manager de la BU par écrit de cette proposition et discuter avec votre direction afin de déterminer la conduite à adopter à l'égard de ce fournisseur.



## 1.2. Les repas

Avoir des échanges commerciaux au cours d'un repas est une pratique courante dans le monde des affaires. Une invitation au restaurant peut être proposée à un tiers sans approbation préalable si toutes ces conditions sont remplies :

- Les **principes de base** doivent être respectés (voir B 1) ;
- Les **conditions supplémentaires** doivent être respectées :
  - Il faut un rapport direct avec l'activité professionnelle. C'est notamment le cas lorsque le repas est pris au cours d'une réunion ;
  - La valeur du repas doit être raisonnable au regard de la pratique du pays ou de la région et être adaptée selon les fonctions du bénéficiaire, les circonstances et l'occasion. **La Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels définit les seuils de référence.**

Tout écart envers l'une des **conditions supplémentaires** doit être préalablement approuvé par écrit par le manager de la BU qui en adresse une copie au **Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique**.

## 1.3. Les cadeaux

Les petits cadeaux personnels font parfois partie de la culture locale. Il est interdit de solliciter, demander ou exiger de cadeaux. Les cadeaux offerts à (ou par) un tiers (client, prestataire de service ou agent public par exemple) sont autorisés que si ces conditions sont remplies :

- Les **principes de base** doivent être respectés (voir B 1)
- Les **conditions supplémentaires** doivent être respectées :
  - La valeur du cadeau doit être symbolique et tenir compte des éventuelles exigences supplémentaires locales ;
  - La même personne ne peut bénéficier de cadeaux de façon fréquente (intervalles d'au moins six mois). Il est déconseillé de faire un cadeau, même symbolique, à un agent public moins de six mois après le cadeau précédent. Dans certains pays comme en Allemagne, il est interdit de faire des cadeaux aux agents publics, même de valeur symbolique et quelle qu'en soit la fréquence ;
  - Le cadeau ne peut être offert qu'à la personne avec laquelle vous entretenez des relations commerciales, à l'exclusion des membres de sa famille et de ses amis ;
  - Le cadeau ne peut jamais être en numéraire tel l'argent liquide ni avoir une valeur numéraire tels les bons d'achat ou chèques cadeaux).

Tout écart envers l'une des **conditions supplémentaires** doit être préalablement approuvé par écrit par le **manager de la BU** qui en adresse une copie au **Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique**.



## Scénario pratique

**Un fournisseur vous offre une montre avec le logo de son entreprise. Pouvez-vous l'accepter ?**

S'il s'agit d'une montre publicitaire de valeur modeste, elle peut être acceptée. En revanche, si sa valeur est élevée, il faut refuser le cadeau et avertir votre supérieur hiérarchique.

## 1.4. Les déplacements et hébergements

Il est parfois nécessaire de prendre en charge les frais de déplacements et d'hébergements de tierces personnes lorsqu'elles visitent un site de l'une des sociétés du Groupe ou participent à un événement organisé par Capgemini.

- Les **principes de base** doivent être respectés (voir B 1)
- Les **conditions supplémentaires** doivent être respectées :
  - L'invitation ne doit comporter ni couvrir aucun déplacement annexe ;
  - La distance du voyage et la durée du séjour doivent être raisonnables, adaptées et justifiées par des motifs commerciaux légitimes ;
  - La prise en charge doit être conforme aux seuils de la Politique du Groupe en matière de frais professionnels ;
  - Les frais de déplacements et d'hébergements des agents publics doivent être réglés directement aux prestataires concernés tels les compagnies aériennes et les hôtels ou à l'administration dont relève le représentant. Si cela est impossible, le remboursement des frais doit être soumis à la présentation des justificatifs nécessaires et suffisants, comme pour les frais de représentants des entreprises privées ;
  - L'invitation ne doit concerner que la personne avec laquelle vous entretenez des relations commerciales, à l'exclusion des membres de sa famille et de ses amis ;
  - Les frais ne doivent pas être supérieurs à ceux qu'engagerait un collaborateur d'une société du Groupe de statut équivalent pour se rendre à cette même destination.

Tout écart envers l'une des **conditions supplémentaires** doit être préalablement approuvé par écrit par le **manager de la BU** qui en adresse une copie au **Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique**.



## 2. LE SPONSORING, LES CONTRIBUTIONS AUX PARTIS POLITIQUES ET LES DONS

### 2.1. Le sponsoring

Le soutien occasionnel ou régulier aux manifestations sportives, culturelles, sociales, éducatives ou commerciales, fait partie des activités de communication et de marketing de Capgemini. Le sponsoring diffère des dons aux œuvres caritatives parce qu'il vise à promouvoir et renforcer les marques du Groupe apparaissant dans des manifestations. Il se distingue également des opérations de représentation, soumises aux règles relatives aux invitations, repas, cadeaux, déplacements et hébergements (voir B 1). Afin de s'assurer que le projet de sponsoring réponde à son objectif de promotion et de renforcement des marques du Groupe et ne paraisse pas inadapté, il doit être préalablement approuvé par écrit par le manager du pays s'il ne dépasse pas 15000 euros ou l'équivalent de cette somme en devise locale par an ou par la Direction Marketing et Communication du Groupe, s'il est d'un montant supérieur. Le projet est généralement approuvé s'il remplit ces conditions :

- Il doit respecter les lois en vigueur ;
- Il doit respecter les procédures du Groupe ;
- Il doit être en accord avec la stratégie du Groupe, ses Sept Valeurs et sa Charte éthique ;
- Il doit avoir un retour sur image satisfaisant au regard du coût engagé ;
- Il ne doit pas être entrepris dans le but d'obtenir un avantage indu ;
- Il ne doit pas être réglé en espèces ; et
- Il doit être enregistré de manière juste et précise dans la comptabilité du Groupe.

À la fin de chaque année, les Directions Marketing et Communication locales doivent faire un rapport à la Direction Marketing et Communication du Groupe ainsi qu'au Secrétaire Général du Groupe sur les activités de sponsoring et les résultats respectifs obtenus. Cette information permet une consolidation du sponsoring au niveau du Groupe.

#### Scénario pratique

**La société du Groupe dans laquelle vous travaillez sponsorise un événement international. Pouvez-vous inviter un client à cet événement et lui offrir le transport et / ou l'hébergement ?**

L'opération de sponsoring et son financement doivent être autorisés conformément aux règles ci-dessus relatives au sponsoring (voir 2.1). Profiter de cette opération pour inviter un certain nombre de personnes et promouvoir l'image de la société est possible mais ces invitations doivent à la fois :

- Respecter les règles relatives aux déplacements et hébergements (voir 1.4)
- Etre autorisées par la personne ayant validé l'opération de sponsoring (manager du pays ou Direction Marketing et Communication du Groupe selon le cas)



## 2.2. Les contributions à des partis politiques

Le Groupe est présent et actif au sein de la société civile mais a pour principe de ne verser aucune contribution, directe ou par le biais d'un tiers, en espèces ou en nature, à une organisation politique.

### Scénario pratique

**Un candidat politique vous demande de financer sa campagne législative. Avez-vous le droit de lui faire un tel don ?**

Oui mais uniquement si la contribution est effectuée à titre personnel, n'est pas associée au nom du Groupe et ne bénéficie pas à la société dans laquelle vous travaillez.

## 2.3. Les dons aux œuvres caritatives - Le mécénat

Le Groupe peut décider d'œuvrer en faveur de la société civile dans laquelle il est actif et où vivent ses collaborateurs. En tant que grand groupe international, il collabore avec des organisations nationales et internationales sur des projets à l'attention de la société civile.

Cependant, afin d'éviter qu'un don ne serve à dissimuler des pots-de-vin, les Directeurs Financiers doivent en assumer la responsabilité et sont en charge de vérifier les points suivants :

- Les objectifs de l'organisation caritative doivent être en accord avec les Sept Valeurs du Groupe, sa Charte éthique et sa Politique de responsabilité sociale ;
- L'organisation est une organisation caritative reconnue ;
- Le bénéficiaire doit déposer une demande écrite précisant le domaine (éducation, inclusion digitale, diversité ou humanitaire) et l'objectif du don. L'organisme doit être décrit de façon détaillée.
- Vérification devra être faite que le bénéficiaire n'a aucun lien avec une personne dont les fonctions lui permettent d'agir ou de décider en faveur du Groupe et qu'il n'existe aucune autre forme d'intention d'influencer indûment une décision ou d'obtenir un avantage indu ;
- Le bénéficiaire doit garantir par écrit que le don ne profitera ni directement ni indirectement à un personne détentrice d'un pouvoir décisionnaire sur une affaire, en cours ou à venir, susceptible d'avoir une incidence sur les intérêts du Groupe ;
- Les dons ne doivent jamais être effectués en espèces ni versés sur le compte personnel d'un particulier ;
- Le bénéficiaire doit délivrer un reçu du don écrit précisant le montant perçu ;
- Le don doit être enregistré de manière juste et précise dans la comptabilité de la société du Groupe et dans celle du Groupe ; et
- Les documents relatifs aux dons doivent être conservés en vue d'éventuels contrôles.

Les Directeurs Financiers doivent consulter le **Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique** et suivre leur(s) recommandation(s).





Les Directeurs Financiers des SBU doivent par ailleurs obtenir l'approbation du **Secrétaire Général du Groupe** avant d'effectuer un don dont le montant dépasse 15000 euros ou l'équivalent en devise locale par an.

À la fin de chaque année, les Directeurs Financiers des SBU doivent rendre compte au **Secrétaire Général du Groupe** de tout don aux œuvres caritatives, afin de les consolider au niveau du Groupe.

### Scénario pratique

#### **Vous êtes sollicité(e) sur votre lieu de travail pour faire un don à une association caritative. Comment réagir ?**

Vous êtes libre de faire un don à une œuvre caritative à titre personnel. En revanche, s'il vous est demandé de faire un don au nom de la société du Groupe dans laquelle vous travaillez, adressez-vous au Directeur Financier.

## 3. LES CONFLITS D'INTERETS

Un conflit d'intérêts survient lorsque nos propres intérêts personnels ou ceux de nos proches, qu'ils soient financiers ou autres, influencent, pourraient influencer ou paraître influencer, l'exercice objectif de nos devoirs et responsabilités professionnels.

Certaines situations peuvent présenter des risques de conflits d'intérêts réels, potentiels ou apparents :

- Lorsqu'une relation avec un partenaire commercial peut influencer ou donner l'impression d'influencer notre loyauté à l'égard des sociétés du Groupe ou notre capacité à prendre des décisions professionnelles dans l'intérêt du Groupe ;
- Lorsque l'utilisation des biens d'une société du Groupe ou des informations obtenues dans le cadre de notre activité professionnelle peut nous apporter, ou à un de nos proches, un avantage.

Les collaborateurs doivent révéler à leur supérieur hiérarchique les situations susceptibles de créer des conflits d'intérêts réels, potentiels ou apparents.

Les collaborateurs doivent prendre des décisions dans l'intérêt du Groupe indépendamment de leurs intérêts personnels.

Le **Responsable Ethique** doit être consulté pour toute question sur les conflits d'intérêts.

Afin d'identifier une situation de conflit d'intérêts, interrogez-vous :

- Comment cette situation pourrait-elle être perçue par une personne extérieure à Capgemini ? Seriez-vous mal à l'aise si l'un de vos collaborateurs était au courant ? Que feriez-vous si vous appreniez qu'une personne de votre équipe était dans une telle situation ?
- Un avantage de votre relation avec le tiers pourrait-il être obtenu par vous-même ou l'un de vos proches ?



- La situation est-elle susceptible d'affecter une décision que vous pourriez prendre chez Capgemini ?
- Ressentez-vous un sentiment d'obligation en raison de cette relation avec le tiers ?
- Votre relation avec le tiers pourrait-elle apparaître comme compromettant votre capacité à prendre une décision dans l'intérêt de Capgemini ?

Si la réponse à l'une de ces questions est « oui » ou « peut-être », vous vous trouvez dans une situation de conflit(s) d'intérêts réel(s), potentiel(s) ou apparent(s) et vous devez en informer votre supérieur hiérarchique.

Il n'y a rien de mal à être confronté à un conflit d'intérêts - chacun a une vie personnelle. Il importe d'être conscient de l'existence de ce conflit d'intérêts réel, potentiel ou apparent et d'en informer votre supérieur hiérarchique qui prendra une décision.

### Scénario pratique

**L'un de vos proches travaille avec Capgemini dans un domaine où vous avez une influence sur la décision, par exemple :**

**Un proche travaille pour un fournisseur de Capgemini qui a récemment soumis une offre et votre supérieur hiérarchique vous demande de rejoindre l'équipe d'évaluation des offres.**

**Un proche travaille pour un client de Capgemini et votre supérieur hiérarchique vous demande de rejoindre l'équipe commerciale pour convaincre le client de choisir Capgemini. Comment réagir dans ces situations ?**

Vous devez impérativement signaler ces situations à votre supérieur hiérarchique, qui prendra une décision. En cas de doute, vous pouvez aussi consulter votre Responsable Ethique.

## 4. LA REPRESENTATION D'INTERETS (LOBBYING)

La représentation d'intérêts (« lobbying ») peut être définie comme une activité destinée à influencer une décision publique et notamment le contenu d'une loi ou d'un acte réglementaire.

Dans certains pays comme la France, la représentation d'intérêts est définie par la loi avec des critères précis, doit être déclarée et est soumise à des règles déontologiques strictes, notamment :

- l'obligation de s'abstenir de proposer ou remettre à leurs interlocuteurs des présents, dons ou avantages d'une valeur significative,
- l'obligation de s'abstenir d'organiser des colloques, manifestations ou réunions, dans lesquels les modalités de prise de parole par les représentants des autorités publiques sont liées au versement d'une rémunération.

Toute activité de lobbying exercée au nom du Groupe doit être transparente, conforme à la législation applicable et approuvée par le Secrétaire Général du Groupe.



## 5. LES TIERS TRAVAILLANT POUR LE COMPTE DU GROUPE

Les tiers, qui travaillent pour le compte des sociétés du Groupe sont principalement des agents commerciaux et des fournisseurs (consultants, sous-traitants, prestataires de services, fournisseurs de marchandises, etc.). Étant donné que dans certaines circonstances une entreprise peut être tenue juridiquement responsable en cas de pots-de-vin versés par les tiers qui travaillent pour son compte, la situation de chacun de ces tiers doit être examinée avec une vigilance adéquate et adaptée au niveau de risque de corruption qu'il représente.

Il convient de se référer aux procédures « Evaluations des Tiers » établies par la Direction Juridique.

## 6. LES JOINT-VENTURES, CONSORTIUMS ET FUSIONS-ACQUISITIONS

Les *joint-ventures*, les consortiums et les fusions-acquisitions sont des opérations stratégiques qui comportent des risques importants. La responsabilité des sociétés du Groupe peut éventuellement être engagée pour des actes de corruption commis par leurs partenaires dans une *joint-venture* ou un consortium, de même que par les sociétés qu'elles ont acquises.

Il est essentiel de réaliser les audits et vérifications anti-corruption chez les partenaires et les sociétés cibles avant tout engagement dans une *joint-venture*, un consortium, une fusion ou une acquisition (ou, si les circonstances l'imposent, immédiatement après la réalisation de ces opérations). Il convient de se référer aux procédures établies par la Direction Juridique.

## 7. SIGNALER LES MAUVAIS COMPORTEMENTS

### 7.1. Défendre l'intégrité du Groupe

Le Groupe compte sur l'ensemble de ses dirigeants, managers et collaborateurs pour promouvoir sa culture d'intégrité. Les personnes les plus exposées à un risque de corruption doivent demander conseil auprès de leurs dirigeants, managers et collègues mais aussi auprès de la Direction Juridique, de la Direction des Ressources Humaines et auprès du Responsable Éthique. Il s'agira ensemble de savoir comment mesurer, évaluer et anticiper les risques, mais aussi, plus globalement, comment sensibiliser et augmenter le niveau de compréhension de chacun sur ce sujet.

Nos collaborateurs représentent les sociétés de Capgemini et portent les valeurs du Groupe. Ils doivent à ce titre expliquer aux clients et aux tiers que l'intégrité est le socle sur lequel Capgemini a bâti sa capacité à développer des solutions innovantes et des services de tout premier plan. Chacun doit être conscient que tout manquement à cette Politique anti-corruption pourra être sanctionné.



## 7.2. La procédure d'alerte

Tout collaborateur qui, de bonne foi, a personnellement connaissance d'un fait de corruption ou de trafic d'influence peut le signaler par le biais de la **procédure d'alerte dénommée « SpeakUp »**.

La procédure d'alerte prévoit un système de signalement par téléphone et Internet confidentiel, géré par un prestataire indépendant, mis à la disposition des collaborateurs des sociétés du groupe Capgemini.

Cette procédure vise à permettre aux collaborateurs de demander des conseils et des informations ou faire part de leurs soupçons concernant, suivant les pays, des pratiques comptables, d'audit, **de corruption**, de droit de la concurrence, le non-respect des lois sur la protection des données et la vie privée, les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes ainsi que l'environnement et d'autres infractions ou comportements contraires à nos 7 valeurs ou à notre Charte éthique, susceptibles de compromettre les intérêts vitaux de Capgemini et ceux de ses filiales.

Pour connaître la liste des sujets qui peuvent faire l'objet d'un signalement dans votre pays, veuillez-vous reporter à la Politique Ethics & Compliance ou contacter le Responsable Ethique.

L'utilisation de la procédure « SpeakUp » est facultative. La procédure habituelle pour signaler une violation potentielle consiste à en faire directement part à votre supérieur hiérarchique ou à un représentant des directions ressources humaines, éthique ou juridique. D'autres moyens peuvent être mis à disposition des salariés dans certains pays, comme les instances représentatives du personnel, des procédures ressources humaines de règlements des griefs ou des services d'assistance spécifique prévus à cet effet.

Lorsque vous estimez ne pas pouvoir suivre la procédure habituelle pour signaler un cas possible de violation, vous pouvez faire part de vos préoccupations par le biais de la procédure « SpeakUp ».

Le Groupe interdit toutes les représailles contre un collaborateur qui signalerait de bonne foi un manquement aux règles ou aux lois, même si l'accusation s'avérait par la suite infondée. Agir de bonne foi signifie agir sans intention malveillante ou malhonnête. Aucune transmission volontaire de fausses informations n'est en revanche tolérée.



## 8. RECOMMANDATIONS GENERALES

### 8.1. VOUS NE DEVEZ PAS...

Proposer à un agent public un cadeau ou une invitation afin d'accélérer l'exécution d'une tâche administrative tel le traitement d'un dossier ou la délivrance d'une autorisation ;

Proposer un cadeau ou une invitation à un agent public afin qu'il use de son influence pour obtenir une décision auprès d'un tiers qui vous est favorable (trafic d'influence) ;

Proposer ou donner un cadeau ou une invitation à un commercial afin de garantir le renouvellement d'un contrat ;

Proposer ou accepter un cadeau ou une invitation en échange d'une action répréhensible (par exemple, vous ne devez pas accepter un cadeau en échange d'informations stratégiques dans le cadre d'un appel d'offres) ;

Proposer une prime à un collègue afin de l'inciter à vous conférer un avantage indu tel l'embauche de l'un de vos proches ou la création d'une relation d'affaires avec une entreprise dirigée par l'un de vos proches ;

Conclure ou promettre de conclure un contrat en échange d'un poste honorifique dans une association ;

Proposer l'embauche du proche d'un supérieur hiérarchique afin d'obtenir des avantages indus ;

Mettre en place une « caisse noire » (hors comptabilité), quel qu'en soit le but ; passer ou contribuer à l'établissement ou l'enregistrement de fausses écritures dans les comptes des sociétés du Groupe ;

Passer sous silence les infractions, effectives ou potentielles, à ce code de conduite anti-corruption ou à une loi ou une réglementation anti-corruption en vigueur ;

Inciter un tiers à enfreindre ce code de conduite anti-corruption, une loi ou réglementation anti-corruption en vigueur, notamment en passant sous silence les infractions à ces derniers.

### 8.2. VOUS DEVEZ...

Respecter strictement ce code de conduite anti-corruption du Groupe dans vos activités ;

Vérifier le caractère raisonnable des cadeaux et invitations que vous proposez ou acceptez ;

Vérifier que les règlements effectués en espèces, par chèque ou par virement, sont bien conformes aux procédures financières établies ;

Enregistrer avec exactitude, justesse et sans délai, les informations relatives à chaque règlement



effectué ou perçu de façon détaillée, en précisant notamment le montant, le bénéficiaire, le motif et les autorisations ;

Signaler immédiatement à votre supérieur hiérarchique, au Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique, toute saisie erronée ou trompeuse, toute règlement non enregistré et toute offre de règlement effectué en contrepartie d'une action abusive ;

Respecter la politique relative à l'évaluation des tiers et être particulièrement vigilants dans le choix des partenaires, notamment lorsque le tiers :

- Demande de verser des contributions en faveur d'activités politiques ou caritatives ;
- A été recommandé par un agent public ;
- Est « exposé politiquement », c'est-à-dire est en relation ou a des liens familiaux, amicaux ou commerciaux avec un agent public ;
- Réalise des opérations commerciales pour le compte de l'une des sociétés du Groupe dans un pays connu pour la corruption endémique de ses agents publics ;
- Souhaite que le contrat passé avec les sociétés du Groupe ou son contenu reste secret.

Retenir que vous n'êtes pas seul et faire appel à votre **supérieur hiérarchique** et à votre **Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique** pour toute question ou aide en la matière.



# C. RUBRIQUE ANTI-CORRUPTION SUR TALENT

[https://talent.capgemini.com/fr/pages/capgemini\\_france/fonctions\\_globales/ethics\\_compliance/](https://talent.capgemini.com/fr/pages/capgemini_france/fonctions_globales/ethics_compliance/)

Vous trouverez dans cette section du site des informations utiles sur les questions anti-corruption.

La rubrique regroupe :

- Les politiques juridiques du Groupe ;
- La liste des Responsables Juridiques / Ethiques avec leurs coordonnées ;
- Des supports de formation.

## **Besoin d'aide ?**

Pour toute information complémentaire sur ces questions, veuillez-vous adresser au Responsable Juridique et le cas échéant au Responsable Ethique.

## A propos de Capgemini

---

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,8 milliards d'euros en 2017.

Plus d'informations sur [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com).



**People matter, results count.**