

Politica anticorupție a Grupului

Versiunea 3



Cuprins

ANGAJAMENTUL NOSTRU	3
A. CONDUITA INTERZISĂ	6
1. CE ESTE CORUPȚIA, ÎN GENERAL?	7
2. CORUPȚIA DIN SECTORUL PUBLIC	8
3. CORUPȚIA ÎN SECTORUL PRIVAT	8
4. TRAFICUL DE INFLUENȚĂ.....	9
5. EXTORSIUNEA	10
6. PLĂȚILE DE FACILITARE.....	11
7. FRAUDELE ÎN ȚINEREA REGISTRELOR ȘI EVIDENȚELOR CONTABILE	12
B. SFATURI PRACTICE PENTRU A EVITA COMPORTAMENTUL RISCANT	13
1. GESTIONAREA RELAȚIILOR DE AFACERI	14
1.1. Principii de bază.....	14
1.2. Divertisment	16
1.3. Mese	17
1.4. Cadouri.....	18
1.5. Călătoriile și cazarea	19
1.6. Sponsorizările și Evenimentele de Marketing și de Vânzări.....	21
2. CONTRIBUȚIILE POLITICE ȘI DONAȚIILE CARITABILE	23
2.1. Contribuțiile politice.....	23
2.2. Donații caritabile.....	24
3. CONFLICTELE DE INTERESE	26
4. ACTIVITATEA DE LOBBY	27
5. DILIGENȚE REZONABILE CU PRIVIRE LA TERȚE PĂRȚI.....	27
6. ASOCIERILE, CONSORTIILE, FUZIUNILE ȘI ACHIZIȚIILE.....	29
7. RAPORTAREA ABATERILOR ȘI A ÎNGRIJORĂRILOR – SpeakUp	29



Corupția este exact opusul a ceea ce reprezintă Capgemini.

Fondată cu peste 50 de ani în urmă de Serge Kampf pe baza unor Valori fundamentale puternice, compania Capgemini a luat întotdeauna poziție împotriva comportamentului profesional neloial și a corupției.

Pentru a rămâne fideli principiilor noastre călăuzitoare, toți trebuie să putem recunoaște situațiile de risc și să știm cum să le gestionăm. Politica Anticorupție a Grupului prezintă practici de corupție, principii care trebuie urmate și aprobări necesare pentru a ne proteja Grupul împotriva corupției și pentru a-i menține reputația în ceea ce privește integritatea. De asemenea, oferă îndrumări practice bazate pe scenarii de risc comune și explică unde poate fi găsită asistență.

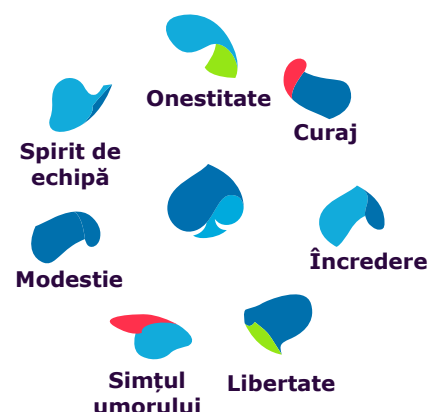
Ca Director Executiv (Chief Executive Officer), am datoria și obligația de a preveni, interzice și sancționa comportamentele contrare Valorilor și eticii profesionale ale Capgemini. Contez pe voi pentru respectarea acestei Politici.

Al dumneavoastră,

Aiman Ezzat, Director Executiv (Chief Executive Officer)

Scopul unei Politici de Prevenire a Corupției

Angajații Capgemini se mândresc cu succesul nostru, deoarece acesta se bazează pe Valorile noastre fundamentale, care includ onestitatea și încrederea. Avem un Cod de Etică Profesională din 2010 și o politică anticorupție detaliată, în vigoare cu mult înainte de a fi impusă prin lege. Din 2016, Grupul Capgemini și subsidiarele sale consolidate trebuie să respecte prevederile legii nr. 2016-1691 din Franța privind transparența, combaterea corupției și modernizarea vieții economice (cunoscută ca „Legea Sapin II”), care impune în mod specific crearea unei politici anticorupție și implementarea unui program aferent. De asemenea, Grupul se angajează să respecte și celelalte legi anticorupție aplicabile din întreaga lume, inclusiv Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) din SUA și Bribery Act 2010 din Regatul Unit. Trebuie subliniat faptul că, la fel ca Legea Sapin II, care se aplică tuturor subsidiarelor consolidate ale Grupului din întreaga lume, FCPA și Bribery Act 2010 au, de asemenea, aplicabilitate și în alte țări.



Care sunt Obiectivele Politicii Anticorupție a Grupului nostru?

În conformitate cu cele Șapte Valori ale noastre, Politica Anticorupție a Grupului reflectă angajamentul conducerii privind prevenirea și detectarea corupției: la Capgemini există toleranță zero față de corupție. Pentru a ne ajuta angajații să respecte acest angajament, primul obiectiv practic al Politicii Anticorupție a Grupului nostru este de a identifica și clarifica diferitele tipuri de practici de corupție, precum și de a explica motivul pentru care acestea sunt ilegale. Este responsabilitatea fiecărui angajat care lucrează într-o companie a Grupului – indiferent de țara de origine, locul de muncă, rezidență, educație, cultură sau funcție – să înțeleagă ce este corupția și ce riscuri și sancțiuni legale implică aceasta.

Al doilea obiectiv practic al Politicii Anticorupție a Grupului nostru este de a defini standardele și regulile privind activitățile care ar putea să ducă la/să fie interpretate ca practici de corupție, cum ar fi primirea/oferirea de cadouri, invitații la masă sau la divertisment și sponsorizarea corporativă. Pentru noi, este crucial să ne apărăm și să ne protejăm în mod colectiv cele Șapte Valori, prin definirea, implementarea și respectarea efectivă a standardelor stabilite de Politica Anticorupție a Grupului nostru.

Al treilea obiectiv al Politicii Anticorupție a Grupului nostru este să ne exprimăm convingerea că onestitatea stimulează competitivitatea și că trebuie să ne comportăm în mod responsabil social. Dând dovadă de integritate în toate activitățile pe care le desfășurăm – de la cercetare la marketing, de la activitățile zilnice la dezvoltarea strategică – protejăm și asigurăm credibilitatea pe termen lung a Grupului atât în fața clienților, partenerilor de afaceri și angajaților noștri, cât și în societate, în general.

Publicând și distribuind pe scară largă Politica Anticorupție a Grupului nostru, ne reafirmăm în mod explicit angajamentul privind excelența serviciilor și operațiunilor noastre, luat față de clienți, privind sustenabilitatea modelului nostru de afaceri, luat față de acționari, și privind promovarea mândriei și încrederii profesionale, luat față de angajați și partenerii de afaceri.

Respectarea Politicii Anticorupție a Grupului nostru și Sancțiuni

Această ediție anulează și înlocuiește versiunile anterioare ale Politicii Anticorupție a Grupului nostru în toate jurisdicțiile în care Grupul desfășoară afaceri, efectiv, unde este necesar, după traducerea și integrarea sa în regulamentul nostru intern – de exemplu, *règlement intérieur* în Franța – conform legislației locale a muncii.



Politica Anticorupție a Grupului nostru este distribuită tuturor angajaților prin rețeaua de Intranet Talent și disponibilă public pe site-urile web externe ale Capgemini. Toți angajații sunt obligați să o citească, să o înțeleagă și să o respecte. Respectarea acestei politici este obligatorie pentru păstrarea locului de muncă. Încălcarea politicii, indiferent de compania din Grup sau de locul desfășurării activității, poate duce la sancțiuni disciplinare, până la concediere, așa cum este prevăzut în reglementările locale aplicabile, inclusiv Contractele Colective de Muncă. Încălcarea legilor anticorupție poate expune, de asemenea, persoanele vinovate la daune civile, amenzi penale și alte sancțiuni, inclusiv pedeapsa cu închisoarea.

Politica Anticorupție a Grupului nostru va fi revizuită și actualizată în cazul în care modificările legislative din domeniu impun acest lucru sau la un interval de cel mult trei ani.



A.

CONDUITA INTERZISĂ

Această secțiune prezintă principalele practici de corupție, inclusiv traficul de influență, extorsiunea, plățile de facilitare și fraudele în ținerea registrelor și evidențelor contabile.

Aceste cerințe sunt valabile pentru toți administratorii, directorii și, în general, pentru toți angajații Capgemini, indiferent de funcția deținută în cadrul Grupului. Terțele părți care interacționează cu o companie a Grupului – consultanți, subcontractanți, furnizori, clienți și alte persoane – trebuie să respecte, de asemenea, aceste principii generale.

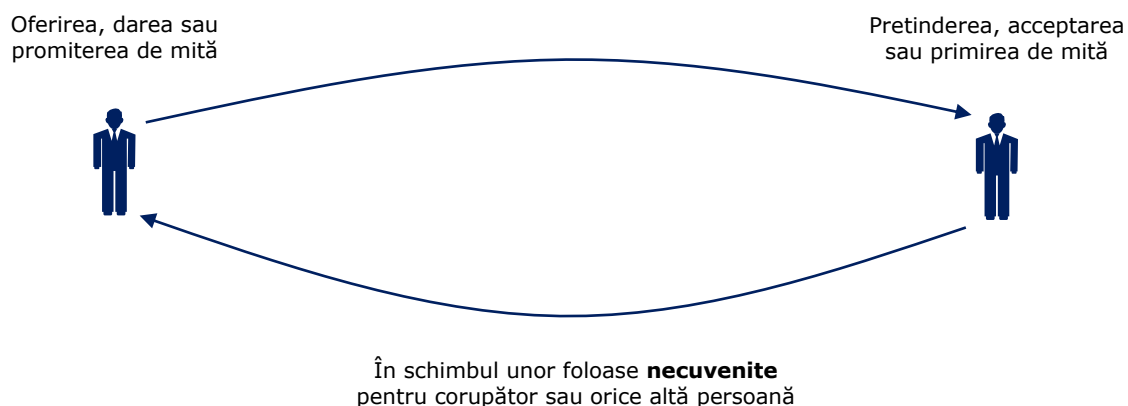


1. CE ESTE CORUPȚIA, ÎN GENERAL?

În termeni legali, corupția poate fi definită, pe larg, ca: **„oferirea sau darea de mită în scopul obținerii unor foloase necuvenite”**. Mai este definită și ca **„pretinderea, acceptarea sau primirea de mită în schimbul unor foloase necuvenite”**.

Oferirea de **„mită”** se poate face sub diverse forme, de la bani – în numerar, prin transfer bancar sau prin alt tip de transfer – până la cadouri în natură, cum ar fi divertisment, excursii, bilete de avion la clasa I, vacanțe, sponsorizări, donații caritabile și angajarea unor rude sau prieteni.

„Foloasele necuvenite” pot avea numeroase forme, cum ar fi tratamentul preferențial, încheierea unui contract, dezvăluirea de informații confidențiale, o scutire de taxe vamale sau renunțarea la aplicarea unei sancțiuni în urma unei inspecții financiare.



Este importantă înțelegerea faptului că atât oferirea sau darea de mită, pe de o parte, în scopul obținerii unor foloase necuvenite, cât și pretinderea, acceptarea sau primirea de mită, pe de altă parte, în schimbul unor foloase necuvenite reprezintă practici de corupție pedepsite prin lege. *Autorizarea* unor astfel de acțiuni este, de asemenea, un act de corupție. Mai mult, mita poate fi oferită sau dată **„oricând”**, inclusiv *după* acordarea foloaselor necuvenite.

În majoritatea țărilor, legea consideră act de corupție inclusiv **promiterea** de foloase necuvenite, chiar dacă acestea nu au fost acordate în realitate. De asemenea, se pedepsește prin lege promiterea sau darea de mită, indiferent dacă se face în mod **direct sau indirect**, de exemplu, folosind o terță parte drept intermediar.

Grupul are toleranță zero față de corupție, indiferent dacă este publică sau privată, ori dacă este directă sau indirectă.



2. CORUPȚIA DIN SECTORUL PUBLIC

Corupția în sectorul public poate fi definită ca acțiunea de „a promite, a oferi sau a da unui **funcționar public**, direct sau indirect, foloase necuvenite, pentru el/ea sau o altă persoană ori entitate, cu scopul de a-și exercita sau de a nu-și exercita îndatoririle oficiale”.

Noțiunea de „funcționar public” trebuie înțeleasă în sens foarte larg. Aceasta se referă la orice persoană, inclusiv, fără limitare:

- persoane care ocupă funcții legislative, executive, administrative sau judiciare;
- persoane alese sau numite în funcții publice și/sau care exercită orice funcție publică, inclusiv ca agenți;
- angajații oricărei instituții care aparține statului sau este controlată de stat;
- membrii familiei regale;
- reprezentanții organizațiilor guvernamentale internaționale sau
- candidații la funcții politice sau persoane care dețin funcții importante și au putere decizională în cadrul partidelor politice.

În sensul Politicii Anticorupție a Grupului nostru, rudele apropiate ale funcționarilor publici trebuie tratate ca și aceștia, chiar dacă nu dețin funcții oficiale. Promiterea, oferirea sau acordarea de foloase necuvenite unei rude apropiate a unui funcționar public se sancționează la fel ca în cazul în care ar fi implicat chiar funcționarul respectiv.

3. CORUPȚIA ÎN SECTORUL PRIVAT

Spre deosebire de cazul unui funcționar public, când foloasele necuvenite sunt promise, oferite sau acordate unei **persoane din sectorul privat**, se consideră că este vorba de corupție în sectorul privat.

De exemplu, faptul că un furnizor promite sau acordă foloase necuvenite în schimbul unor informații confidențiale în timpul unei cereri de ofertă este considerat act de corupție privată, fiind pedepsit prin lege, dar și în conformitate cu Politica Anticorupție a Grupului nostru.

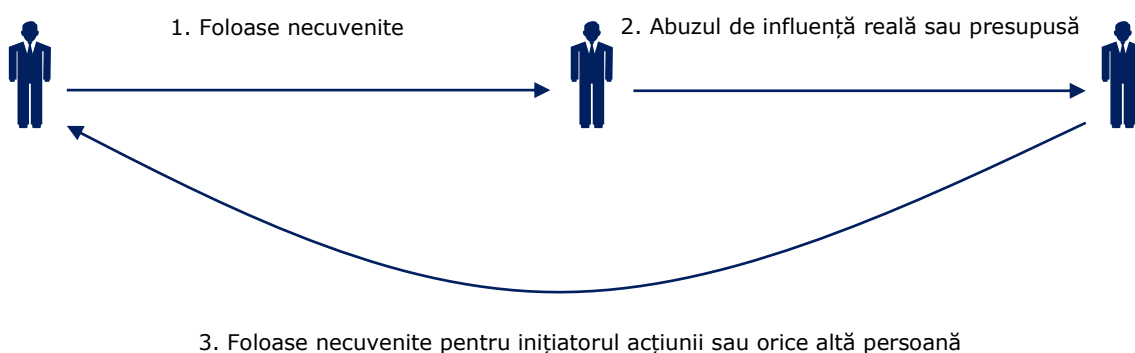
Este importantă înțelegerea faptului că atât promiterea sau darea de mită, pe de o parte, cât și solicitarea, acceptarea sau primirea de mită, pe de altă parte, personal sau prin intermediari, reprezintă practici de corupție pedepsite prin lege și încălcări ale Politicii Anticorupție a Grupului nostru.



4. TRAFICUL DE INFLUENȚĂ

Traficul de influență poate fi definit ca „promiterea, oferirea sau acordarea oricărei persoane, în mod direct sau indirect, de foloase necuvenite pentru ca persoana respectivă să abuzeze de această influență reală sau presupusă, în scopul obținerii unor foloase necuvenite din partea unei autorități publice pentru inițiatorul acțiunii sau pentru orice altă persoană”.

Traficul de influență include, de asemenea, pretinderea sau acceptarea de către orice persoană, direct sau indirect, a unor foloase necuvenite pentru sine sau pentru oricine altcineva, pentru a-și folosi influența, reală sau presupusă, în vederea obținerii unor foloase necuvenite de la o administrație sau o autoritate publică.



Traficul de influență este o formă de corupție.

În unele țări, cum ar fi Franța, Brazilia și Spania, legislația face distincție între infracțiunea de corupție și cea de trafic de influență. În alte țări, cum ar fi SUA, nu se face această distincție juridică.

Grupul are toleranță zero față de orice formă de trafic de influență, indiferent de țară sau de activitatea vizată.

Scenariu practic

Capgemini intenționează să depună o ofertă la o licitație organizată de Ministerul Apărării dintr-o țară care caută soluții de inteligență artificială. În timpul procesului de licitație, cineva vă spune că îl cunoaște foarte bine pe funcționarul însărcinat cu evaluarea ofertelor. Vă sugerează că, dacă îi oferiți două bilete la Marele Premiu local de Formula 1, îi va evidenția funcționarului respectiv avantajele ofertei Capgemini, influențând decizia finală a acestuia în favoarea Capgemini. Ce ar trebui să faceți?

Chiar dacă puteți face rost cu ușurință de biletele respective, trebuie să refuzați o astfel de ofertă. Simpla solicitare a unor astfel de bilete în schimbul exercitării influenței este inadecvată și riscați să vă aflați într-o situație considerată infracțiune de trafic de influență: oferirea de foloase necuvenite – bilete la Formula 1 – unui cunoscut pentru a-și folosi influența reală sau presupusă asupra unui funcționar public în scopul obținerii unui tratament preferențial pentru Capgemini, adică a unor foloase necuvenite. Nu contează dacă persoana respectivă își respectă sau nu promisiunea: traficul de influență există, din moment ce ați oferit foloase necuvenite.



5. EXTORSIUNEA

Extorsiunea poate fi definită ca obținerea de foloase necuvenite prin utilizarea violenței, a amenințării cu violența sau a constrângerii. Șantajul reprezintă un exemplu perfect de extorsiune.

Unii funcționari publici abuzează de autoritatea lor în scopul obținerii de foloase necuvenite, de exemplu, solicitând foloase pentru a nu aplica amenzi în timpul unor operațiuni precum inspecțiile fiscale. Aceasta se numește extorsiune.

Extorsiunea este o formă de corupție. Cedarea în fața extorsiunii constituie o infracțiune de corupție în majoritatea țărilor.

Grupul interzice orice formă de cedare în fața extorsiunii, indiferent de țară sau de activitatea vizată, cu excepția cazului în care este în pericol viața sau integritatea fizică a unei persoane.

Scenariu practic

Lucrați în departamentul Servicii Imobiliare Corporative și aveți sarcina de a pregăti o clădire de birouri importantă pentru a fi ocupată de angajați. Cu două luni înainte de data scadenței, vă dați seama că licența operațională este reținută în mod intenționat, cu scopul primirii de mită. Întârzierea va costa compania sute de mii, poate chiar milioane de euro. Ce ar trebui să faceți?

O astfel de solicitare reprezintă extorsiune și este inacceptabilă. Chiar și în condițiile extorsiunii, când nu sunt în joc foloase personale, un angajat sau agent al Capgemini care acceptă să plătească mită riscă o amendă penală și pedeapsa cu închisoarea. Mai mult, entitatea Capgemini în cauză poate plăti amenzi penale mai mari decât costurile întârzierii, dar poate fi afectată și de alte consecințe negative, cum ar fi excluderea de la licitațiile de achiziții publice. Acest lucru s-ar adăuga la prejudicierea reputației Capgemini și a angajatului respectiv. În plus, un astfel de comportament ar fi împotriva Valorilor noastre. **Ar trebui să raportați o astfel de încălcare prin intermediul procesului SpeakUp, așa cum este descris în Secțiunea 7.**

CUM NE ÎMPOTRIVIM EXTORSIUNII?

Dacă aveți întrebări sau aveți nevoie de ajutor, trebuie să vă adresați în primul rând Managerului dumneavoastră și Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer).

Dacă doriți să aprofundați acest subiect, accesați [Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions \(RESIST\)](#) (Rezistarea la Extorsiune și Solicitări în Tranzacțiile Internaționale), care oferă gratuit numeroase recomandări procedurale, pe baza unor scenarii practice. Proiectul a fost dezvoltat în comun de către Camera de Comerț Internațională (ICC), organizația Transparency International, inițiativa „Global Compact” a Organizației Națiunilor Unite și inițiativa „Parteneriat împotriva corupției” aparținând Forumului Economic Mondial.



6. PLĂȚILE DE FACILITARE

Plățile de facilitare pot fi definite ca sume mici plătite unui funcționar public pentru a accelera executarea unei acțiuni administrative de rutină la care plătitorul este îndreptățit. Acestea au scopul de a stimula funcționarii publici să își îndeplinească sarcinile, de exemplu, pentru eliberarea unei autorizații sau a unui permis. De obicei, astfel de plăți se fac în numerar.

În majoritatea țărilor, plățile de facilitare sunt ilegale.

Efectuarea unei plăți de facilitare reprezintă o încălcare a Politicii Anticorupție a Grupului nostru, chiar și în cazul în care, conform legislației locale, o astfel de plată ar fi legală.

Scenariu practic

Urmează să efectuați o călătorie de afaceri în India și aveți nevoie de viză. Din păcate, ați avut o ședință stabilită în ultimul moment și ați ajuns prea târziu pentru a mai depune cererea de viză. Funcționarul de la Ambasadă sugerează că, dacă îi dați suma simbolică de 150 RON, vă poate obține viza mâine. O astfel de plată este considerată „plată de facilitare”?

Da. Plata către o persoană în scopul de a face demersuri pentru a vi se elibera viza înaintea altor persoane care au, de asemenea, dreptul la un astfel de serviciu, reprezintă acordare de foloase necuvenite în schimbul unui tratament preferențial. Prin urmare, este o plată de facilitare interzisă.

Scenariu practic

Urmează să efectuați o călătorie de afaceri în India și aveți nevoie de viză. Din păcate, ați avut o ședință stabilită în ultimul moment și ați ajuns prea târziu pentru a mai depune cererea de viză. La Ambasadă, este disponibil un „serviciu rapid” pentru obținerea vizei, contra unei taxe suplimentare prestabilite. O astfel de plată este considerată „plată de facilitare”?

Nu. Deoarece plata se face pentru un „serviciu rapid” disponibil la un preț oficial și transparent pentru toate persoanele, nu este considerată plată de facilitare.



7. FRAUDELE ÎN ȚINEREA REGISTRELOR ȘI EVIDENȚELOR CONTABILE

Modificarea sau falsificarea înregistrărilor contabile pentru a ascunde orice formă de corupție sau trafic de influență nu va fi acceptată, indiferent de țară și de activitatea în cauză.

Normele Grupului privind contabilitatea, descrise în TransFORM, trebuie respectate cu strictețe.

Scenariu practic

Lucrați în departamentul de contabilitate. Joe, un prieten care lucrează la Vânzări, negociază o tranzacție. Joe află că clientul său este pasionat de vinuri și intenționează să-i dăruiască o sticlă de vin rară, în valoare de 1.500 €, pentru a-l impresiona și a-l determina să accepte tranzacția. Joe știe că această cheltuială este cu mult peste orice limită pentru cadouri a Capgemini. În numele vechii prietenii care vă leagă, Joe vă solicită să treceți suma respectivă în contul de cheltuieli diverse. Puteți face acest lucru?

Nu trebuie să acceptați niciodată să încadrați greșit un cadou sau să ascundeți o cheltuială. Falsificarea înregistrărilor și evidențelor contabile reprezintă o încălcare a Politicii Anticorupție a Grupului nostru și poate duce la sancționarea angajatului, inclusiv până la concedierea acestuia. Mai mult, politica referitoare la cadouri a Capgemini este concepută astfel încât mita să fie exclusă. Dacă Joe oferă un cadou atât de scump, se pune într-o situație care poate fi caracterizată ca oferire de mită, fiind o infracțiune care se pedepsește cu amenzi grele și închisoare. Dacă sunteți de acord să încadrați greșit o astfel de cheltuială, veți comite un fals în acte și puteți deveni complice la infracțiune. Orice cheltuială rambursată direct unui angajat trebuie înregistrată în mod corespunzător ca fiind un cadou în instrumentul de rambursare a cheltuielilor.



B. SFATURI PRACTICE PENTRU A EVITA COMPORTAMENTUL RISCANT

Această secțiune prezintă principiile care trebuie urmate și aprobările care trebuie obținute pentru protejarea Grupului nostru față de riscurile de corupție. Sunt prezentate **diferite practici corporative acceptabile, comune și răspândite, care, atunci când sunt utilizate în mod abuziv, pot fi caracterizate ca acte de corupție.** Rețineți, însă, că Politica Anticorupție a Grupului nostru nu acoperă toate circumstanțele profesionale pe care le puteți întâlni în cursul activității dumneavoastră zilnice de la locul de muncă. Totuși, ar trebui să vă ofere suficiente informații pentru a rezolva multe dintre problemele cu care este posibil să vă confrunțați. Amintiți-vă întotdeauna că faceți parte dintr-o comunitate și că trebuie să apelați în primul rând la **Managerul** dumneavoastră și la **Responsabilul local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer)** dacă aveți întrebări sau aveți nevoie de ajutor.

Aceste cerințe sunt valabile pentru toți administratorii, directorii și, în general, pentru toți angajații Capgemini, indiferent de funcția deținută în cadrul Grupului. Terțele părți care interacționează cu o companie a Grupului – clienți, consultanți, subcontractori, furnizori, și alte persoane – trebuie să respecte, de asemenea, aceste principii.



1. GESTIONAREA RELAȚIILOR DE AFACERI

1.1. Principii de bază

Toate evenimentele organizate sau sponsorizate de Capgemini, precum și divertismentul, mesele, cadourile, călătoriile și cazările – fie oferite, fie primite de la o terță parte – trebuie să respecte toate aceste **principii de bază**:

1. să nu fie ilegale și să nu încalce Politicile Grupului nostru și nici pe cele ale angajatorului beneficiarului;
2. să aibă legătură cu un scop profesional legitim și verificabil;
3. nu trebuie să aibă scopul obținerii de foloase necuvenite, nici al influențării nejustificate a unei acțiuni;
4. Acestea trebuie:
 - i. să aibă o valoare rezonabilă,
 - ii. să fie adecvate funcției persoanei care le primește, circumstanțelor și ocaziei,
 - iii. să nu creeze obligații sau impresia de indecență,
 - iv. să nu fie considerate de către destinatar sau alte persoane, în mod rezonabil, ca mită și
 - v. să nu fie date în mod frecvent aceleiași persoane sau primite în mod frecvent de la aceeași persoană.
5. **Dacă destinatarul este un funcționar public, divertismentul (1.2), masa (1.3), cadoul (1.4) sau călătoria și cazarea (1.5) trebuie să aibă aprobarea prealabilă a Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer); rețineți că, în unele țări, oferirea oricăreia dintre acestea este interzisă prin lege.**
6. În plus, toate cheltuielile efectuate de Capgemini trebuie înregistrate în mod corect și exact în registrele și evidențele contabile ale Grupului.

Înainte de a oferi sau a accepta un cadou, o masă sau un act de divertisment, o călătorie sau cazare care depășește referințele stabilite în Politica Grupului privind Călătoriile și Cheltuielile, este important să verificați respectarea principiilor de bază și a condițiilor suplimentare din această Politică Anticorupție a Grupului. Vă sfătuim să vă consultați în prealabil cu Managerul dumneavoastră, pentru a vă asigura că este de acord. **Orice solicitare de rambursare a cheltuielilor care depășește limitele definite pentru fiecare țară în Politica Grupului privind Călătoriile și Cheltuielile poate fi respinsă de Managerul dumneavoastră.**

Dacă aveți întrebări, vă puteți adresa Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer), ale cărui recomandări în scris pot fi invocate, la nevoie.



DACĂ DESTINATARUL ARE PUTERE DE DECIZIE PENTRU O DECIZIE ÎN AȘTEPTARE?

Rețineți că, în cazul în care destinatarul are putere de decizie directă sau indirectă asupra unei decizii în așteptare sau anticipate care ar putea afecta interesele Grupului, ar trebui exercitată o prudență suplimentară. În astfel de circumstanțe, în general, nu este adecvat să oferiți un cadou sau divertisment.

Deciziile în așteptare sau anticipate care afectează interesele Grupului includ:

- cereri de ofertă pentru licitații din sectorul privat sau public;
- modificări ale legislației sau reglementărilor, acordarea unei subvenții guvernamentale; sau
- atribuirea sau prelungirea unui contract comercial.

Dacă aveți dubii, ar trebui să documentați oferirea de divertisment, mese, cadouri sau călătorii și cazare. O astfel de invitație trebuie să includă confirmarea faptului că, din punctul de vedere al entității Grupului, oferta respectă legile aplicabile; de asemenea, că oferta respectă politicile angajatorului beneficiarului; și că este responsabilitatea angajatului beneficiar să verifice acest lucru.



1.2. Divertisment

Invitațiile la evenimente de divertisment – cum ar fi piese de teatru, concerte, jocuri sportive, conferințe, vizite la muzee, seminarii sau evenimente Capgemini – sunt ocazii legitime pentru construirea relațiilor cu clienții sau furnizorii. Totuși, există riscul de a se crea impresia că nu sunt adecvate.

Din acest motiv, oferirea sau acceptarea invitațiilor la divertisment este permisă dacă sunt îndeplinite toate condițiile următoare:

- sunt respectate **principiile de bază** (1.1);
- sunt respectate următoarele **condiții suplimentare**:
 - la eveniment este prezent un angajat al companiei Grupului;
 - limitele stabilite pentru țara respectivă în privința valorii meselor și invitațiilor oferite în exterior, definite în Politica Grupului privind Călătoriile și Cheltuielile, trebuie utilizate ca referință; și, dacă valoarea permisă de angajatorul terței părți este mai mică, trebuie să o respectați;
 - divertismentul este legal și acceptabil din punct de vedere social.

Invitațiile la divertisment care depășesc limitele trebuie aprobate de Managerul dumneavoastră înainte de a fi făcute. Atunci când plățiți pentru o invitație și apoi solicitați rambursarea sumei cheltuite, aprobarea Managerului dumneavoastră poate fi dovedită prin aprobarea cererii dumneavoastră de rambursare a cheltuielilor.

Dacă aveți întrebări, vă puteți adresa Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer), ale cărui recomandări în scris pot fi invocate, la nevoie.

Scenariu practic

Supervizați un proiect pentru care trebuie să recurgeți la furnizori. În momentul cererii de oferte, unul dintre potențialii furnizori vă invită la un meci de tenis din cadrul unui turneu de prestigiu. Care este cea mai bună atitudine de adoptat într-o astfel de situație?

Trebuie să refuzați invitația. Puteți ajunge într-o situație de conflict de interese, care poate fi considerată chiar și corupție, dacă furnizorul se așteaptă la o compensație nejustificată, cum ar fi informații tehnice confidențiale. Reamintim faptul că, în contextul unei cereri de oferte, toți furnizorii trebuie să aibă acces la aceleași informații.

De asemenea, trebuie să vă anunțați în scris Managerul despre propunerea respectivă și să discutați cu acesta pentru a stabili modul de acțiune adecvat în cazul furnizorului respectiv.



1.3. Mese

Discuțiile despre afaceri în timpul mesei reprezintă o practică obișnuită. O masă poate fi oferită sau acceptată de la o terță parte dacă sunt îndeplinite toate condițiile următoare:

- sunt respectate **principiile de bază** (1.1);
- sunt respectate următoarele **condiții suplimentare**:
 - masa este direct legată de afaceri – de exemplu, are loc în cadrul unei conferințe sau scopul mesei este de a purta discuții de afaceri; și
 - valoarea este cea a unei mese de lucru standard în conformitate cu standardele locale sau alte standarde aplicabile sau este adecvată funcției persoanei invitate, circumstanțelor și ocaziei. Limitele pentru fiecare țară definite în Politica Grupului nostru privind Călătoriile și Cheltuielile noastre trebuie folosite drept referință. Dacă valorile permise în politicile aplicabile ale clientului sunt mai mici, trebuie să le respectați.

Invitațiile la masă care depășesc limitele trebuie aprobate de Managerul dumneavoastră. Aprobarea Managerului poate fi dovedită prin aprobarea cererii de rambursare a cheltuielilor.

Dacă aveți întrebări, vă puteți adresa Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer), ale cărui recomandări în scris pot fi invocate, la nevoie.

Scenariu practic

Doriți să organizați o masă de lucru cu un client și v-ați asigurat că sunt respectate toate principiile de bază și condițiile suplimentare ale Politicii Anticorupție a Grupului nostru, cu excepția faptului că valoarea per persoană va depăși cu 25% limita stabilită pentru țara dumneavoastră în Politica Grupului privind Călătoriile și Cheltuielile. Ce ar trebui să faceți?

Limitele definite în Politica Grupului privind Călătoriile și Cheltuielile pentru valoarea meselor externe sunt referințe utile pentru a evalua conformitatea cu Politica Anticorupție a Grupului nostru. Totuși, în funcție de circumstanțe, de ocazie sau de funcția beneficiarului, este posibil ca organizarea unei mese cu o valoare peste limita respectivă să nu încalce Politica Anticorupție a Grupului nostru. În astfel de cazuri, este important să se ia în considerare și poate fi utilă întocmirea unui document privind motivul pentru care se justifică o astfel de masă în circumstanțele date și faptul că nu există niciun risc de corupție.

Apoi, trebuie să luați legătura cu Managerul dumneavoastră, pentru a vă asigura că este de acord cu această evaluare a conformității și, dacă aveți nelămuriri, puteți transmite evaluarea Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer). Dacă nu discutați mai întâi cu Managerul dumneavoastră, acesta vă poate respinge cererea de rambursare a cheltuielilor.



Scenariu practic

În timpul unei cereri de propuneri bazate pe competiție („RFP”), doriți să obțineți informații despre ofertele concurente. Pe unul dintre omologii concurenți îl cunoașteți bine. Puteți invita la masă această persoană, pentru o discuție neoficială?

Nu, pentru că acest lucru ar putea fi perceput ca un conflict de interese sau chiar o tentativă de corupție. În timpul desfășurării unei RFP, nu invitați niciodată la masă un concurent și refuzați întotdeauna o astfel de invitație. Mai general, nu încercați niciodată să obțineți de la un competitor informații care nu sunt publice.

1.4. Cadouri

Oferirea de mici cadouri personale face parte adesea din obiceiurile locale sau cultura locală. Unui angajat al Capgemini nu i se permite să pretindă sau să ceară un cadou. Deși un astfel de gest este descurajat cu tărie, oferirea sau primirea unui cadou de la o terță parte este acceptată dacă sunt îndeplinite toate condițiile următoare:

- sunt respectate **principiile de bază** (1.1);
- sunt respectate următoarele **condiții suplimentare**:
 - are o anumită valoare nominală. Limita pentru fiecare țară definită în **Politica Grupului privind Călătoriile și Cheltuielile** ar trebui folosită drept referință. Dacă valorile permise în politicile aplicabile ale clientului sunt mai mici, trebuie respectate limitele clientului.
 - cadoul este oferit doar partenerului de afaceri, nu și membrilor de familie sau prietenilor acestei persoane; și
 - nu este vorba de un cadou în numerar sau cu echivalent în bani – de exemplu, carduri cadou sau vouchere preplătite.

În afară de cadourile standard mici, cum ar fi cele cu sigla unei companii, orice cadouri oferite sau propuse pentru acceptare trebuie aprobate în prealabil de Managerul dumneavoastră. Dacă, în cazuri excepționale, cadoul este cumpărat direct de către un angajat, aprobarea Managerului poate fi dovedită prin aprobarea cererii de rambursare a cheltuielilor.

Dacă aveți întrebări, vă puteți adresa Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer), ale cărui recomandări în scris pot fi invocate, la nevoie.

Scenariu practic

Un furnizor vă oferă un ceas cu sigla companiei sale. Îl puteți accepta?

Dacă este un ceas publicitar cu valoare modestă, acesta poate fi acceptat. Dacă, însă, valoarea acestuia este semnificativă, trebuie să refuzați cadoul. Dacă valoarea unui cadou depășește limita definită pentru fiecare țară în Politica Grupului nostru privind Călătoriile și Cheltuielile, trebuie să îl divulgați Managerului dumneavoastră.



Scenariu practic

Călătoriți în China în scop de afaceri și mai este foarte puțin până la începerea Anului Nou chinezesc. Ați auzit că, în timpul Anului Nou chinezesc, există tradiția de a dăruia plicuri roșii cu monede norocoase în interior, mai ales tinerilor. Deoarece oferirea de cadouri este descurajată de Politica Anticorupție a Grupului nostru, nu ați mai cumpărat niciodată un cadou pentru un client. Recunoașteți importanța oferirii unui cadou, dar ce înseamnă „valoare nominală” pentru un cadou? Cum rămâne cu plicurile roșii cu monede norocoase?

De obicei, cadourile cu valoare nominală includ mici suveniruri și articole promoționale cu numele sau mărcile Grupului, cum ar fi căni, pixuri sau calendare, iar oricare dintre aceste cadouri este acceptabil. Alte cadouri obișnuite de valoare modestă pot include flori, cărți sau coșuri cu fructe. În schimb, dacă oferiți plicuri cu monede norocoase clientului dumneavoastră sau copiilor săi, încălcați Politica Anticorupție a Grupului nostru de două ori:

1. sunt strict interzise cadourile în numerar sau un echivalent în bani – cum ar fi cardurile cadou sau voucherele preplătite;
2. este strict interzisă oferirea de cadouri unor persoane cu care nu aveți relații profesionale – chiar dacă este vorba despre copiii unui client.

Prin urmare, este preferabil să oferiți drept cadou un coș cu portocale – care, de asemenea, face parte din tradiție.

1.5. Călătoriile și cazarea

În anumite circumstanțe limitate, poate fi necesar să suportați cheltuielile de călătorie și cazare ale unor terți – care, de exemplu, se află în vizită la sediul unei companii a Grupului sau participă la un eveniment al Capgemini. Toate aceste invitații trebuie să respecte următoarele condiții:

- sunt respectate **principiile de bază** (1.1);
- sunt respectate următoarele **condiții suplimentare**:



- invitația nu include și nu acoperă costul niciunei alte excursii adiacente;
- distanța călătoriei și durata șederii sunt rezonabile și adecvate, precum și justificate de motive legitime de afaceri;
- este respectată Politica Grupului nostru privind Călătoriile și Cheltuielile;
- plățile pentru acoperirea cheltuielilor de călătorie și cazare în numele unor funcționari publici, dacă sunt permise de lege, trebuie efectuate direct către vânzători – cum ar fi companiile aeriene, hotelurile – sau către agenția funcționarului public respectiv;
- cadoul este oferit doar partenerului de afaceri, nu și membrilor de familie sau prietenilor acestei persoane; și
- cheltuielile nu depășesc suma care ar fi cheltuită de un angajat al unei companii a Grupului cu statut echivalent pentru a călători la aceeași destinație.

Cheltuielile de călătorie și cazare efectuate pentru terți trebuie aprobate în prealabil de Managerul dumneavoastră.

Toate călătoriile și cazările acceptate de la o terță parte trebuie să respecte, de asemenea, principiile enunțate mai sus.

Dacă aveți întrebări, vă puteți adresa Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer), ale cărui recomandări în scris pot fi invocate, la nevoie.

Scenariu practic

Un client solicită să viziteze un Centru de Livrări al Capgemini din India. Nu știți exact cine ar trebui să plătească această călătorie. Pe lângă zboruri și cazare, ați dori să organizați și o excursie pentru vizitarea obiectivelor turistice locale. Cum trebuie procedat corect într-o astfel de situație?

Nu există nicio problemă în organizarea unei vizite la locațiile Capgemini. Totuși, trebuie să aveți grijă în ceea ce privește călătoria și cazarea:

1. verificați dacă nu există restricții impuse clientului dumneavoastră de politica anticorupție sau alte politici aplicabile ale companiei sale. Dacă există, trebuie să le respectați.
2. Dacă plătiți pentru clientul dumneavoastră, trebuie să respectați principiile de bază (1.1) și condițiile suplimentare menționate mai sus. Orice divertisment pentru clienți la fața locului sau excursiile turistice aranjate nu trebuie să includă călătorii suplimentare sau cazare peste noapte și trebuie să respecte regulile privind Divertismentul (1.3).



1.6. Sponsorizările și Evenimentele de Marketing și de Vânzări

Sponsorizările și evenimentele de Marketing și de Vânzări sunt practici de afaceri adecvate și legitime. Este important să recunoaștem, totuși, că sponsorizările și Evenimentele de Marketing și de Vânzări care sunt neadecvate sau excesive pot fi o formă de mită sau de corupție, fiind, deci, interzise de lege și de Politica Anticorupție a Grupului nostru.

Există două tipuri de evenimente pe care Capgemini le organizează sau le sponsorizează:

evenimente de promovare a afacerii care sunt legate în mod direct de afacerea noastră, de exemplu, expoziții, târguri sau conferințe. Acestea sunt, de obicei, evenimente mari, care combină publicitatea între companii și vânzările personale. Aceste evenimente oferă companiei Capgemini ocazia de a-și extinde vizibilitatea mărcii și de a-și prezenta capacitățile pe piață – clienților actuali și potențiali, precum și partenerilor. Aceste evenimente includ:

- evenimente pentru clienții Capgemini organizate de noi;
- participarea Capgemini ca sponsor la un eveniment organizat de partenerii noștri de afaceri – de exemplu, Dreamforce; sau
- participarea Capgemini ca sponsor la evenimente ale branșei sau industriei noastre – de exemplu, European Utility Week, Mobile World Congress.

evenimente necomerciale organizate sau sponsorizate prin oferirea de bani, bunuri sau servicii, de obicei cu scopul promovării Grupului Capgemini sau a mărcii Capgemini – de exemplu, în schimbul prezenței mărcii noastre la un eveniment și/sau în mass-media. Chiar dacă astfel de evenimente nu sunt direct legate de afaceri, ele contribuie la vizibilitatea mărcii Grupului și la strategia de publicitate și promovare a acestuia; oferă ocazia de a realiza o apropiere legitimă față de clienți, furnizori și parteneri; sau de a ne spori atractivitatea pe piața muncii. Aceste evenimente pot include:

- evenimente sportive, culturale sau de relații publice organizate de departamentele Marketing și Comunicare (Marketing & Communications), Vânzări (Sales), CSR sau Resurse Umane (HR) ale Capgemini; sau
- sponsorizarea de către Capgemini a unui eveniment organizat de o organizație sportivă, culturală, educațională sau instituțională.

Sponsorizările și evenimentele de Marketing și de Vânzări trebuie să se distingă de donațiile care pot fi făcute către fundații caritabile, așa cum este descris în Secțiunea 2.2 de mai jos.

> Regulile de aprobare a Sponsorizărilor și evenimentelor de Marketing și de Vânzări

Angajații și orice persoană sau entitate care acționează în numele Grupului Capgemini nu trebuie să organizeze și nici să sponsorizeze astfel de evenimente decât dacă (i) **principiile de bază** (1.1) sunt respectate și (ii) următoarele **condiții suplimentare** sunt, de asemenea, îndeplinite:



- evenimentul trebuie să fie corespunzător strategiei Grupului și ghidului de Marketing și Comunicare/Vânzări, celor Șapte Valori ale Grupului nostru și Codului de Etică în Afaceri.
- Cadourile în natură pentru terții – de exemplu, clienți, parteneri, influenceri ai pieței – invitați de Capgemini la eveniment trebuie să respecte regulile de bază și condițiile suplimentare referitoare la invitații și divertisment (1.2), mese (1.3), cadouri (1.4) și călătorii și cazare (1.5).
- Totuși, limitele orientative stabilite în Politica Grupului privind Călătoriile și Cheltuielile cu privire la invitații și divertisment (1.2), mese (1.3), cadouri (1.4) și călătorii și cazare (1.5) nu se aplică. Evaluarea beneficiilor în natură se va face în ansamblu de departamentele locale de Marketing și Comunicare (Marketing & Communications) sau de Vânzări (Sales), folosind îndrumările prezentate în această secțiune.
- La sponsorizarea unui eveniment al unei terțe părți, sunt efectuate în prealabil **diligentele rezonabile** în raport cu gazda evenimentului, așa cum se prezintă în Secțiunea 5, Diligențe Rezonabile cu Privire la Terțe Părți.

Pentru a ne asigura că evenimentele de promovare a afacerii și evenimentele necomerciale își îndeplinesc scopul propus – promovarea și consolidarea mărcii Grupului – și că nu creează impresia de incorectitudine, toate aceste evenimente trebuie aprobate în prealabil, în scris, de două persoane:

- directorul BU/GBL/SBU relevant, după caz, în funcție de unitatea care a inițiat cererea și
- directorul(ii) de Marketing și Comunicare (Marketing & Communications) pentru Țară/SBU/GBL.

Directorii de Marketing și Comunicare (Marketing & Communications) pentru Țară/SBU/GBL vor menține actualizată o imagine de ansamblu a tuturor sponsorizărilor și evenimentelor de Marketing sponsorizate sau organizate de toate entitățile operaționale prezente în zona lor geografică, pentru a o examina în orice moment și a o trimite la sfârșitul anului Departamentului de Marketing și Comunicare al Grupului (Group Marketing & Communications Officer).

Mai mult, evenimentele și sponsorizările:

- de peste 30.000 € în țările cu risc de corupție scăzut – [Index de Percepție a Corupției calculat de Transparency International](#) mai mare sau egal cu 50
- și de peste 15.000 € în țările cu risc de corupție mediu și ridicat – [Index de Percepție a Corupției calculat de Transparency International](#) mai mic de 50

trebuie transmise **Departamentului de Marketing și Comunicare al Grupului (Group Marketing & Communications)** de către Departamentele locale de Marketing și Comunicare (Local Marketing & Communications), pentru validare suplimentară.

Toate evenimentele organizate sau sponsorizate de echipele de Vânzări ale Capgemini fără implicarea Departamentelor de Marketing și Comunicare (Marketing & Communications) sunt considerate evenimente de Vânzări și necesită aprobarea Directorilor de Vânzări (Sales) respectivi și a șefului BU/GBL/SBU, în locul aprobării Departamentelor de Marketing și Comunicare (Marketing & Communications).

Este responsabilitatea solicitanților să efectueze analiza de marketing și de conformitate și să o prezinte șefilor și directorilor relevanți – așa cum este descris mai sus – pentru aprobare.



Dacă au îndoieli când efectuează analiza conformității, Directorii de Marketing și Comunicare (Marketing & Communications) sau de Vânzări (Sales) trebuie să ceară sfatul Responsabilului local pentru Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer). **Dacă la un eveniment sunt invitați sau participă la organizare și funcționari publici, Directorii de Marketing și Comunicare (Marketing & Communications) sau de Vânzări (Sales) trebuie să se consulte sistematic cu Responsabilul local pentru Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer).**

Scenariu practic

Grupul Capgemini sponsorizează campionatul de Rugby în șapte din Dubai. Puteți invita un client sau partener la acest eveniment și să-i oferiți gratuit transportul și/sau cazarea?

Activitatea de sponsorizare, finanțarea acesteia și beneficiile în natură pentru invitații Capgemini trebuie autorizate în conformitate cu regulile referitoare la sponsorizări și evenimente de Marketing și de Vânzări (1.6). Dacă doriți să profitați de această activitate pentru a invita anumite persoane și a promova imaginea companiei, puteți să faceți acest lucru, dar invitațiile trebuie:

- să respecte regulile referitoare la călătorii și cazare (1.5);
- să fie autorizate de către persoanele care au validat sponsorizarea (1.6); și
- să respecte politicile relevante ale clientului sau partenerului.

2. CONTRIBUȚIILE POLITICE ȘI DONAȚIILE CARITABILE

2.1. Contribuțiile politice

Deși Grupul se implică în toate comunitățile în care există și activează, politica sa este de a nu acorda, direct sau indirect, prin intermediul unei terțe părți, nicio contribuție în numerar sau în natură, niciunei organizații politice.

Scenariu practic

Un client solicită companiei Capgemini să contribuie la campania electorală a unui politician. Aveți dreptul să faceți o astfel de donație?

Nu. Conform politicii Capgemini, nu este permisă acordarea de contribuții niciunei organizații politice, chiar dacă, personal, o sprijiniți.



Scenariu practic

Un politician care candidează în alegerile legislative vă solicită să contribuiți la finanțarea campaniei sale. Aveți dreptul să faceți o astfel de donație?

Da, dar numai dacă această contribuție este făcută în nume propriu, fără să fie asociată cu numele Grupului și fără a aduce vreun beneficiu companiei în care lucrați.

2.2. Donații caritabile

La Capgemini, încercăm să creăm un impact pozitiv direct și durabil în comunitățile în care existăm și activăm și să integrăm Responsabilitatea Socială Corporativă („CSR”) în strategia noastră fundamentală de afaceri. Este important să recunoaștem, totuși, că donațiile caritabile pot crea un conflict de interese sau pot fi interpretate ca o formă de mituire sau de corupție interzisă de lege și de Politica Anticorupție a Grupului nostru.

La Capgemini, există două surse principale ale donațiilor caritabile:

- donații caritabile identificate de CSR pentru a promova strategia noastră privind CSR și
- donații caritabile identificate la nivel local și care sunt determinate de către comunitate.

Donațiile CSR strategice sunt considerate alocări de resurse CSR, dacă se conformează strategiei CSR publicate a Grupului – și anume, Incluziunea Digitală, Sustenabilitatea Mediului sau Diversitatea – și îndeplinesc cerințele legale și fiscale aplicabile pentru a fi considerate donații.

Donațiile caritabile sunt **determinate de către comunitate** dacă sunt sponsorizate la nivel local, îndeplinesc cerințele legale și fiscale aplicabile pentru a fi considerate donații, dar nu corespund criteriilor strategiei publicate privind CSR. Exemple de astfel de donații caritabile determinate de către comunitatea locală ar putea fi cumpărarea unei mese la o cină de gală în beneficiul unui spital local. Este important de reținut că aceste tipuri de donații caritabile, inițiate frecvent prin intermediul contactelor cu partenerii sau clienții noștri, necesită o precauție deosebită, astfel încât să nu apară niciun conflict de interese.

Regulile de aprobare a donațiilor caritabile

Angajații și orice persoană sau entitate care acționează în numele Grupului Capgemini nu trebuie să facă donații caritabile decât dacă sunt îndeplinite **următoarele condiții**:

- există suficiente informații cu privire la scopul donației, pentru a determina dacă aceasta este compatibilă cu cele Șapte Valori ale Grupului nostru și cu Codul nostru de Etică în Afaceri;
- beneficiarul este o organizație caritabilă legitimă, care a fost supusă **în prealabil** unui proces de diligențe rezonabile, așa cum este prezentat în Secțiunea 5, Diligențe Rezonabile cu Privire la Terțe Părți;
- orice situație de conflict de interese – chiar și presupus – asociată cu această donație a fost dezvăluită și rezolvată;
- orice altă problemă de etică apărută a fost rezolvată în mod corespunzător;



- plățile nu se efectuează niciodată în numerar și nici în contul privat al unei persoane;
- beneficiarul este de acord să emită o chitanță scrisă pentru donație, specificând suma primită;
- donația este înregistrată în mod corect și exact în registrele și evidențele contabile ale companiei Grupului și ale Grupului; și
- toată documentația este păstrată, în vederea posibilelor audituri viitoare.

Toate donațiile Caritabile trebuie aprobate de Responsabilul local național pentru Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer) și de:

- CSR, pentru a fi considerate alocări de resurse CSR, sau
- de șeful MU/BU/GBL/șeful SBU/șeful GBL/GBL pe țară, după caz, pentru donațiile determinate de către comunitate.

În plus, donațiile care depășesc limitele stabilite de mai jos necesită și aprobarea Secretarului General al Grupului Capgemini:

- 15.000 € în țările cu risc de corupție scăzut – [Index de Percepție a Corupției calculat de Transparency International](#) mai mare sau egal cu 50 sau
- 5.000 € în țările cu risc de corupție mediu și ridicat – [Index de Percepție a Corupției calculat de Transparency International](#) mai mic de 50.

Responsabilii locali pentru Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer) trebuie să păstreze o imagine de ansamblu actualizată a tuturor donațiilor caritabile aprobate în numele tuturor entităților prezente în zona lor geografică, pentru a putea fi examinate oricând.

Scenariu practic

Vi se cere la locul de muncă să donați pentru o organizație caritabilă. Cum ar trebui să reacționați?

Dacă doriți, puteți să faceți o donație pentru o organizație caritabilă, în nume propriu. Totuși, dacă doriți să donați în numele companiei Grupului în care lucrați, contactați persoana competentă să aprobe o astfel de donație și Responsabilul local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer), așa cum este prezentat mai sus.

Scenariu practic

Un client solicită companiei Capgemini să sprijine financiar o fundație caritabilă din al cărei Consiliu de administrație face parte. Cum ar trebui să reacționați?

Această solicitare trebuie verificată cu atenție, astfel încât să vă asigurați că nu există conflicte de interese. O donație caritabilă nu trebuie să fie niciodată o condiție pentru reînnoirea unui contract de afaceri și nu trebuie să fie aprobată și nici acordată în timpul desfășurării unei licitații, deoarece poate fi considerată drept pretindere sau acordare de „foloase necuvenite”. Pentru a proteja atât interesele clienților, cât și pe cele ale Capgemini, nu vă luați niciun angajament înainte de a supune cererea procedurii stabilite de Departamentul de Etică și Conformitate și de a vă asigura că sunt îndeplinite condițiile pentru aprobarea acesteia.



3. CONFLICTELE DE INTERESE

Un conflict de interese apare când interesele personale – financiare sau de alt tip, ale noastre sau ale rudelor noastre – influențează, ar putea să influențeze sau ar putea fi percepute ca influențând obiectivitatea noastră în exercitarea îndatoririlor și responsabilităților profesionale. Pe scurt, un conflict de interese există când cineva *ar putea* abuza de funcția deținută pentru a obține avantaje personale. Conflictele de interese devin acte de corupție dacă o persoană abuzează *efectiv* de funcția sa pentru a obține avantaje personale.

Nu este nimic neobișnuit în a ne confrunța cu un conflict de interese – fiecare dintre noi are o viață în afara companiei Capgemini. Ceea ce contează este să fim conștienți de existența conflictelor de interese reale, potențiale sau percepute și să rezolvăm în mod corespunzător orice astfel de conflict.

Unele situații frecvente pot reprezenta conflicte de interese reale, potențiale sau percepute:

- când relația cu un partener de afaceri poate influența sau da impresia că ne influențează loialitatea față de companiile Grupului sau capacitatea de a lua decizii profesionale în interesul Grupului;
- când utilizarea bunurilor companiei Grupului sau a informațiilor obținute în cursul activității noastre profesionale ne poate aduce un avantaj nouă sau unei rude.

Angajații trebuie să dezvăluie cu promptitudine Managerului lor orice situație care reprezintă un conflict de interese real, potențial sau perceput, iar Managerii trebuie să gestioneze situația conform procedurii descrise în Politica Grupului privind Conflictele de Interese (Group Conflict of Interest Policy). Dacă aveți întrebări sau nelămuriri în legătură cu gestionarea corectă a unui conflict potențial, contactați Responsabilul local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer).

Angajații trebuie să ia decizii în interesul Grupului, indiferent de interesele lor personale.

Pentru a stabili dacă o situație ar putea crea un conflict de interese, puneți-vă următoarele întrebări:

- Cum ar putea percepe această situație cineva din afara companiei Capgemini? V-ați simți inconfortabil dacă unul dintre colegi ar ști? Ce ați face dacă ați afla că un coleg se află în aceeași situație?
- Dumneavoastră sau vreuna dintre rudele dumneavoastră aveți ceva de câștigat în virtutea relației dumneavoastră cu terța parte?
- Este posibil ca situația să afecteze vreo decizie pe care ați putea să o luați la Capgemini?
- Simțiți un sentiment de obligație din cauza relației pe care o aveți cu terța parte?
- Relația pe care o aveți cu terța parte tinde să vă afecteze capacitatea de a lua o decizie în interesul companiei Capgemini?

Dacă răspunsul la oricare dintre întrebările de mai sus este „Da” sau „Poate”, vă confrunțați cu un conflict de interese real, potențial sau perceput. Trebuie să vă informați Managerul.



Scenariu practic

Responsabilitățile unei rude îi impun să desfășoare afaceri cu Capgemini în același domeniu de activitate în care dumneavoastră aveți influență asupra deciziilor de afaceri, de exemplu:

- o rudă lucrează pentru un furnizor al companiei Capgemini care a trimis recent o propunere către Capgemini, iar Managerul dumneavoastră dorește să faceți parte din echipa care va evalua toate ofertele, inclusiv pe cea trimisă de ruda dumneavoastră.
- o rudă lucrează pentru un client al Capgemini, iar Managerul dumneavoastră dorește să faceți parte din echipa care licitează pentru a-l convinge pe client să facă afaceri cu noi.

Trebuie să raportați aceste situații Managerului dumneavoastră imediat ce aflați despre acestea. Managerul va stabili dacă sunt necesare sau nu acțiuni suplimentare. Ca principiu general, nu ar fi adecvat să aveți influență sau autoritate decizională din punct de vedere profesional în raport cu o rudă. Dacă aveți nelămuriri, contactați Responsabilul local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer).

4. ACTIVITATEA DE LOBBY

Activitatea de lobby poate fi definită ca o activitate menită să influențeze o decizie oficială, în special prevederile unei legi sau ale unei reglementări. În multe țări, cum ar fi Franța, activitatea de lobby este reglementată prin lege, supusă unor reguli de etică stricte și trebuie consemnată într-un registru public, dacă sunt îndeplinite anumite condiții.

Activitatea de lobby este **interzisă**, cu excepția cazului în care este aprobată în mod specific de către Directorul Executiv al Grupului (Group CEO). Orice activitate de lobby desfășurată în mod excepțional în numele Grupului trebuie să fie transparentă și în conformitate cu legislația în vigoare.

5. DILIGENȚE REZONABILE CU PRIVIRE LA TERȚE PĂRȚI

Terțele părți pot prezenta un risc din perspectiva anticorupției. De exemplu:

- un client poate pretinde mită;
- furnizorii și intermediarii ar putea folosi o parte din comisioanele lor pentru a da mită în numele Capgemini – chiar fără să ne informeze;
- o terță parte poate fi deținută de/asociată cu o persoană pe care Capgemini ar putea dori să o influențeze, rezultând un conflict de interese care trebuie identificat și gestionat.

Angajații însărcinați cu angajarea sau contractarea unor terți pentru Capgemini, indiferent dacă sunt



clienți, intermediari sau furnizori – cum ar fi consultanți, subcontractanți și alți furnizori de bunuri și servicii – trebuie să se asigure că terțul are atât calificările necesare, cât și o reputație solidă, pentru integritatea afacerii.

Procedurile noastre de evaluare a terților sunt concepute pentru a fi proporționale cu riscurile de corupție pe care s-ar putea să le prezinte un astfel de terț, așa cum sunt identificate în harta riscurilor de anticorupție a Grupului, care este revizuită periodic. Amenințarea de corupție variază în funcție de jurisdicție, domeniul de afaceri, terțele părți, natura relației cu terța parte, precum și de amploarea și complexitatea tranzacțiilor și identificarea potențialelor avertismente privind corupția. Nivelul diligențelor rezonabile este stabilit ținând cont de acești factori.

Toate terțele părți trebuie verificate în conformitate cu Politica Grupului nostru privind Diligențele Rezonabile pentru Anticorupție și Sancțiuni Comerciale în cazul Terțelor Părți.

Scenarii practice

Doriți să îl angajați pe Y ca furnizor. Ce trebuie să faceți?

Trebuie să efectuați diligențe rezonabile cu privire la furnizor, conform procedurii.

Doriți să licitați pentru o cerere publică de propunere („RFP”) lansată de W în Malaysia. Ce trebuie să faceți?

Trebuie să efectuați diligențe rezonabile cu privire la client, conform procedurii.

Scenariu practic

Lucrați în echipa de Vânzări și căutați modalități de a câștiga noi afaceri într-un anumit sector. Vă abordează domnul Y, un cunoscut om de afaceri din zona respectivă, care vă spune că vă poate ajuta să câștigați clienți noi, pentru o „taxă de căutare” – un procent din vânzările noi. Cum puteți proceda?

Pe lângă faptul că trebuie să respecte regulile din Cartea Albastră referitoare la Consultanții și Agenții de Vânzări, toate terțele părți trebuie să fie verificate conform Politicii Grupului nostru privind Diligențele Rezonabile pentru Anticorupție și Sancțiuni Comerciale în cazul Terțelor Părți. Veți citi că Agenții de Vânzări sunt interziși, cu excepția cazului în care se aprobă în mod excepțional de către Comisia de Revizori a Grupului, în timp ce Consultanții de Vânzări – angajați pe bază de comision fix – sunt considerați cu risc ridicat și trebuie evaluați printr-un proces de Diligențe Rezonabile Sporite. De asemenea, Politica noastră privind Diligențele Rezonabile pentru Anticorupție și Sancțiuni Comerciale în cazul Terțelor Părți va oferi îndrumări privind monitorizarea Agenților și Consultanților de Vânzări și cerințele de raportare ale acestora.

Scenariu practic

Un potențial client vă informează că ați câștigat o cerere de propunere („RFP”), cu condiția utilizării unei anumite companii sau a persoanei X ca subcontractant în cadrul proiectului. Ce ar trebui să faceți?



Deși pot exista motive comerciale legitime pentru ca un client să solicite un anumit subcontractant pentru un angajament, o astfel de condiție ar trebui, totuși, considerată un avertisment. Trebuie stabilite și documentate o justificare legitimă de afaceri pentru o astfel de condiție și absența unui conflict de interese. Dacă justificarea nu vă este clară sau aveți îndoieli, trebuie să vă adresați Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer). Pentru îndrumări suplimentare, consultați Politica noastră privind Diligențele Rezonabile pentru Anticorupție și Sancțiuni Comerciale în cazul Terțelor Părți.

Scenariu practic

Un membru al conducerii a identificat o donație pe care ar dori să o facă unei fundații cu renume. Este necesar un proces de diligențe rezonabile cu privire la terța parte?

Da. Pe lângă faptul că trebuie să respecte Politica Anticorupție a Grupului nostru – consultați Secțiunea 2.2 privind Donațiile Caritabile – toate terțele părți trebuie să fie verificate conform Politicii Grupului nostru privind Diligențele Rezonabile pentru Anticorupție și Sancțiuni Comerciale în cazul Terțelor Părți. Veți citi că beneficiarii donațiilor caritabile sunt considerați cu risc ridicat și trebuie, într-adevăr, evaluați printr-un proces de Diligențe Rezonabile Sporite. Veți găsi, de asemenea, îndrumări conexe privind monitorizarea terților și actualizarea periodică a procesului de diligențe rezonabile.

6. ASOCIERILE, CONSORȚIILE, FUZIUNILE ȘI ACHIZIȚIILE

Asocierile, consorțiile, fuziunile și achizițiile sunt tranzacții strategice deosebit de vulnerabile în fața riscului de corupție. Companiile Grupului pot fi trase la răspundere pentru actele de corupție comise de partenerii de asociere în participație sau de consorțiu, precum și de companiile achiziționate de compania respectivă a Grupului.

Este important să se aplice diligențe rezonabile adecvate în raport cu partenerii și companiile vizate, înainte de a intra într-o asociere în participație sau în consorțiu, de o fuziune sau de o achiziție – sau, în funcție de împrejurări, imediat după aceasta.

Consultați procedurile de diligențe rezonabile în cazul Fuziunilor și Achizițiilor și îndrumările privind consorțiile.

7. RAPORTAREA ABATERILOR ȘI A ÎNGRIJORĂRILOR – SpeakUp

Orice angajat de bună-credință care află despre orice formă de corupție este încurajat să o raporteze folosind [linia de asistență pentru etică „SpeakUp” \(SpeakUp ethics helpline\)](#).



Linia de asistență SpeakUp este un sistem confidențial de comunicare prin web și prin telefon, oferit de Capgemini angajaților, furnizorilor, clienților și partenerilor de afaceri ai săi și ai afiliaților săi.

Scopul SpeakUp este de a raporta îngrijorări sau de a cere sfaturi și îndrumări cu privire la fraude, hărțuirea la locul de muncă, practici de corupție, conflicte de interese, concurență neloială și alte forme de abatere de la etica profesională care nu sunt conforme cu cele Șapte Valori ale noastre sau cu Codul nostru de Etică în Afaceri.

În anumite țări, linia de asistență SpeakUp poate fi utilizată doar pentru a raporta abaterile suspectate sub un număr limitat de aspecte. Pentru a afla care este sfera exactă a problemelor care pot fi raportate în țara dumneavoastră, vă rugăm să consultați Politica SpeakUp sau să contactați Responsabilul local pentru probleme de Etică și Conformitate (Ethics & Compliance Officer).

Folosirea liniei de asistență SpeakUp este complet voluntară. Vă reamintim, calea obișnuită pentru raportarea unei posibile abateri este să o comunicați direct Managerului dumneavoastră, [Responsabilului local pentru probleme de Etică și Conformitate \(Ethics & Compliance Officer\)](#) sau unui reprezentant al departamentului de Resurse Umane (Human Resources).

Dacă, din anumite motive, nu puteți urma calea obișnuită pentru raportarea unei posibile abateri, ar trebui să utilizați [linia de asistență pentru etică SpeakUp \(SpeakUp ethics helpline\)](#) în acest scop. De asemenea, puteți folosi acest portal pentru a pune întrebări.

Grupul interzice orice represalii împotriva unui angajat care raportează cu bună-credință o încălcare a regulilor sau legilor, chiar dacă, ulterior, acuzația se dovedește a fi neîntemeiată. A acționa cu bună-credință înseamnă a acționa fără rea-intenție și fără lipsă de onestitate. Raportarea în cunoștință de cauză a unor informații false nu va fi tolerată.

Despre Capgemini

Un lider global în consultanță, transformare digitală, tehnologie și servicii de inginerie, Capgemini se află în primele rânduri ale inovației pentru a gestiona întreaga gamă de oportunități ale clienților într-o lume a tehnologiei cloud, a digitalizării și a platformelor online aflată în continuă evoluție. Bazându-se pe experiența sa vastă, de 50 de ani, și pe expertiza sa specifică domeniului, Capgemini permite organizațiilor să își realizeze ambițiile în afaceri printr-o serie întreagă de servicii, de la strategii la operațiuni. Capgemini este condusă de convingerea că valoarea în afaceri a tehnologiei este conferită de oameni. Este o companie multiculturală, cu 270.000 de membri și filiale în aproape 50 de țări. Cu Altran, Grupul a raportat venituri globale totale în 2019 de 17 miliarde EUR.

Pentru a afla mai multe despre noi, accesați www.capgemini.com



People matter, results count.