

Polityka antykorupcyjna Grupy

Wersja 3



Spis treści

ZOBOWIĄZANIA CAPGEMINI	3
A. ZABRONIONE POSTĘPOWANIE.....	6
1. CZYM JEST KORUPCJA?	Erreur ! Signet non défini.
2. KORUPCJA FUNKCJONARIUSZY PUBLICZNYCH	8
3. KORUPCJA W SEKTORZE PRYWATNYM	8
4. PŁATNA PROTEKCJA	9
5. WYMUSZENIE	10
6. PŁATNOŚCI PRZYSPIESZAJĄCE BIEG SPRAW	11
7. FAŁSZOWANIE REJESTRÓW I KSIĄG	12
B. PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI DOTYCZĄCE WŁAŚCIWEGO POSTĘPOWANIA.....	13
1. RELACJE BIZNESOWE	14
1.1. Zasady podstawowe	14
1.2. Wydarzenia rozrywkowe	16
1.3. Posiłki.....	17
1.4. Podarunki	18
1.5. Podróże i zakwaterowanie	19
1.6. Sponsoring i organizacja wydarzeń o charakterze marketingowym lub sprzedażowym	21
2. WPŁATY NA CELE POLITYCZNE I DAROWIZNY NA CELE CHARYTATYWNE	23
2.1. Wpłaty na cele polityczne.....	23
2.2. Darowizny na cele charytatywne	24
3. KONFLIKT INTERESÓW	26
4. LOBBING	27
5. BADANIE DUE DILIGENCE OSÓB TRZECICH	28
6. WSPÓLNE PRZEDSIĘWZIĘCIA, KONSORCJA ORAZ FUZJE I PRZEJĘCIA	30
7. ZGŁASZANIE NARUSZEŃ I WĄTPLIWOŚCI ZA POŚREDNICTWEM SYSTEMU SpeakUp	30



Korupcja jest sprzeczna z wartościami Capgemini

Założona ponad 50 lat temu przez Serge'a Kampfa na bazie trwałych wartości podstawowych, firma Capgemini zawsze nieugięcie zwalczała niewłaściwe zachowania biznesowe i korupcję.

Aby przestrzegać tych wartości, każdy pracownik Capgemini musi zatem umieć rozpoznać zagrożenia i wiedzieć, jak sobie z nimi radzić. W niniejszej Polityce antykorupcyjnej Grupy przedstawiono praktyki korupcyjne, obowiązujące zasady oraz zgody wymagane w celu zabezpieczenia Grupy przed działaniami korupcyjnymi i ochrony jej reputacji, jako uczciwego przedsiębiorstwa. Zamieszczono tu również praktyczne przykłady typowych zagrożeń oraz wyjaśniono, jak w danej sytuacji postępować lub uzyskać stosowną pomoc.

Moim obowiązkiem jako dyrektora generalnego jest zakazywanie, karanie sprawców i w ogóle niedopuszczanie do zachowań sprzecznych z wartościami i etyką biznesową Capgemini. Liczę na to, że każdy pracownik będzie tej Polityki przestrzegać.

Z poważaniem

Aiman Ezzat, dyrektor generalny

Cel strategiczny polityki zapobiegania korupcji

Pracownicy Capgemini są zadowoleni z sukcesu swojej firmy, ponieważ opiera się on na naszych podstawowych wartościach, w tym takich jak uczciwość i zaufanie. W 2010 r. przyjęliśmy Kodeks etyki biznesu, a szczegółową politykę antykorupcyjną wdrożyliśmy na długo przed tym, zanim stało się to wymogiem prawnym. Od 2016 r. Grupa Capgemini i jej skonsolidowane jednostki zależne muszą stosować przepisy francuskiej ustawy nr 2016-1691 o transparentności, zwalczaniu korupcji i modernizacji życia gospodarczego („Ustawa Sapin II”), która nakłada na przedsiębiorstwa obowiązek wdrożenia polityki antykorupcyjnej i powiązanego z nią programu. Grupa Capgemini przestrzega też przepisów prawa antykorupcyjnego przyjętych w innych krajach, w tym przepisów przyjętej w Stanach Zjednoczonych ustawy o zagranicznych praktykach korupcyjnych (ang. Foreign Corrupt Practices Act, FCPA) i przyjętej w Zjednoczonym Królestwie ustawy z 2010 r. o łapownictwie (ang. Bribery Act, BA). Należy przy tym pamiętać, że podobnie jak Ustawa Sapin II, która ma zastosowanie do wszystkich skonsolidowanych jednostek zależnych Grupy na całym świecie, przepisy ustaw FCPA i BA także mają zasięg wykraczający poza granice kraju ustawodawcy.



Jakie są cele Polityki antykorupcyjnej Grupy?

Zgodnie ze wspomnianymi siedmioma wartościami, Polityka antykorupcyjna Grupy potwierdza zobowiązanie ścisłego kierownictwa Grupy do wykrywania i niedopuszczania do przypadków korupcji. W Capgemini korupcji się nie toleruje. Aby ułatwić pracownikom Capgemini realizację tego zobowiązania, pierwszym praktycznym celem Polityki antykorupcyjnej Grupy jest zidentyfikowanie, opisanie i wyjaśnienie nielegalnego charakteru różnych rodzajów praktyk korupcyjnych. Obowiązkiem każdego pracownika Grupy, niezależnie od kraju pochodzenia, miejsca pracy, miejsca zamieszkania, stanowiska, wykształcenia czy pochodzenia kulturowego, jest natomiast zrozumienie, czym korupcja jest oraz z jakimi zagrożeniami i sankcjami prawnymi się wiąże.

Drugim praktycznym celem Polityki antykorupcyjnej Grupy jest określenie standardów i reguł dotyczących działań, które mogą prowadzić do praktyk korupcyjnych lub być jako takie interpretowane, takich jak np. wręczanie lub przyjmowanie podarunków lub zaproszeń na posiłki lub wydarzenia rozrywkowe oraz sponsorowanie przez Capgemini. Pracownicy Capgemini muszą wspólnie chronić wspomniane wartości w drodze zdefiniowania, wdrożenia i skutecznego przestrzegania standardów określonych w Polityce antykorupcyjnej Grupy.

Trzecim praktycznym celem Polityki antykorupcyjnej Grupy jest promowanie postawy, której istotą jest przekonanie, że uczciwe postępowanie sprzyja konkurencyjności i jest wyrazem społecznej odpowiedzialności. Gdy uczciwość kieruje naszymi codziennymi działaniami, niezależnie od tego, czy chodzi o badania, marketing, rutynowe zadania, czy planowanie strategiczne, chronimy i zapewniamy wówczas długotrwały zrównoważony rozwój Grupy z korzyścią dla naszych klientów, partnerów biznesowych, pracowników i ogółu społeczeństwa.

Publikując i rozpowszechniając Politykę antykorupcyjną Grupy, Capgemini wyraźnie potwierdza swoje zobowiązania wobec klientów do doskonalenia swoich działań i usług, zobowiązania wobec akcjonariuszy do utrzymania długoterminowej stabilności realizowanego modelu biznesowego oraz zobowiązania wobec pracowników i partnerów biznesowych do zapewnienia środowiska pracy opartego na zaufaniu i zadowoleniu.

Zgodność z Polityką antykorupcyjną Grupy i sankcje

Niniejsza wersja zastępuje wcześniejsze wersje Polityki antykorupcyjnej Grupy w każdej jurysdykcji, w której Grupa prowadzi działalność, i wchodzi w życie po jej ewentualnym przetłumaczeniu i włączeniu do wewnętrznych regulaminów Grupy (np. *règlement intérieur* we Francji), zgodnie z przepisami krajowego prawa pracy.



Polityka antykorupcyjna Grupy jest udostępniana pracownikom za pośrednictwem Intranetu i publikowana w ogólnie dostępnych zewnętrznych witrynach Capgemini. Każdy pracownik musi ją znać, rozumieć i stosować, jej przestrzeganie jest bowiem warunkiem zatrudnienia. Wszelkie jej naruszenia, niezależnie od miejsca zatrudnienia pracownika Grupy lub miejsca prowadzenia działalności przez Grupę, mogą prowadzić do sankcji dyscyplinarnych, których skutkiem może być nawet rozwiązanie stosunku pracy, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego, w tym zawartymi układami zbiorowymi pracy. Naruszenie przepisów antykorupcyjnych może również narazić pracownika na odszkodowania w postępowaniu cywilnym oraz kary grzywny i inne kary w postępowaniu karnym, w tym karę pozbawienia wolności.

Polityka antykorupcyjna Grupy będzie weryfikowana i w razie potrzeby modyfikowana w celu uwzględnienia zmian przepisów prawa właściwego. Bez względu na powyższe, weryfikacja taka będzie mieć miejsce co trzy lata.



A.

ZABRONIONE POSTĘPOWANIE

W tym punkcie przedstawiono typowe praktyki korupcyjne, takie jak płatna protekcja, wymuszanie, płatności przyśpieszające bieg spraw oraz fałszowanie rejestrów i ksiąg.

Przedstawione tu wymogi mają zastosowanie do wszystkich dyrektorów, członków ścisłego kierownictwa i pracowników Capgemini na każdym szczeblu Grupy. Wymogi te mają również zastosowanie do osób trzecich współpracujących z jednostkami należącymi do Grupy, w tym do konsultantów, podwykonawców, dostawców, klientów itp.



1. CZYM JEST KORUPCJA?

W kontekście prawnym korupcję można szeroko zdefiniować jako **„oferowanie lub dawanie jakiegokolwiek korzyści majątkowej lub osobistej w celu uzyskania nienależnej korzyści”**. Według innej definicji korupcja to **„żądanie, przyjęcie lub otrzymanie jakiegokolwiek korzyści majątkowej lub osobistej w zamian za nienależną korzyść”**.

„Korzyść majątkowa lub osobista” może mieć wiele form, od pieniędzy, w postaci na przykład gotówki lub przelewu bankowego, po świadczenia rzeczowe, takie jak zaproszenie na wydarzenie rozrywkowe, opłacenie przejazdu, zaoferowanie przelotu pierwszą klasą zamiast klasą niższą, opłacenie wycieczki do ośrodka wypoczynkowego, zaoferowanie sponsoringu, przekazanie darowizny na cele charytatywne lub zatrudnienie krewnych lub znajomych.

„Nienależna korzyść” również może mieć wiele form, takich jak preferencyjne traktowanie, zawarcie umowy, ujawnienie informacji poufnych, zwolnienie z cła lub uchylenie kary nałożonej w następstwie kontroli skarbowej.



Należy rozumieć, że wszelkiego rodzaju oferowanie, dawanie, żądanie, przyjęcie lub otrzymanie jakiegokolwiek korzyści w zamian za nienależną korzyść stanowi praktykę korupcyjną zabronioną przez przepisy prawa. *Zatwierdzenie* takiego działania jest również aktem korupcji. Ponadto wspomniane oferowanie lub dawanie może mieć miejsce **„w dowolnym momencie”**, także *po* zapewnieniu nienależnej korzyści.

Zgodnie z przepisami prawa większości krajów przesłanką korupcji jest już **obietnica** nienależnej korzyści, nawet jeśli taka korzyść nie zostanie faktycznie spełniona. Korupcja ma również miejsce niezależnie od tego, czy taka obietnica lub takie zapewnienie nienależnej korzyści realizuje się **bezpośrednio czy pośrednio**, na przykład przez zewnętrznego pośrednika.

W Grupie nie toleruje się żadnych przypadków korupcji, bez względu na to czy jest bezpośrednia czy pośrednia, czy też jest to korupcja w sektorze publicznym lub prywatnym.



2. KORUPCJA FUNKCJONARIUSZY PUBLICZNYCH

Korupcję funkcjonariuszy publicznych można zdefiniować jako „bezpośrednie lub pośrednie obiecanie, oferowanie, dawanie **funkcjonariuszowi publicznemu** nienależnej korzyści dla niego lub innej osoby fizycznej, prawnej lub innej, w celu podjęcia albo powstrzymania się od podjęcia przez niego działania w ramach pełnionych obowiązków służbowych”.

Pojęcie „funkcjonariusza publicznego” należy rozumieć bardzo szeroko. Funkcjonariuszem publicznym jest zatem w szczególności osoba:

- zajmująca stanowisko w organach ustawodawczych, wykonawczych, administracyjnych lub sądowych;
- wybrana lub mianowana do świadczenia usług publicznych lub pełnienia funkcji publicznych, w tym w charakterze pośrednika;
- zatrudniona przez przedsiębiorstwo będące własnością lub znajdujące się pod kontrolą Skarbu Państwa;
- wchodząca w skład rodziny królewskiej;
- będąca funkcjonariuszem organizacji międzyrządowej lub
- kandydująca na stanowisko polityczne lub mająca znaczącą pozycję z uprawnieniami decyzyjnymi w partii politycznej.

Na potrzeby niniejszej Polityki antykorupcyjnej Grupy za funkcjonariuszy publicznych uważa się również bliskich krewnych funkcjonariusza publicznego. Obiecanie, oferowanie lub dawanie nienależnej korzyści bliskiemu krewnemu funkcjonariusza publicznego podlega takim samym sankcjom, jak obiecanie, oferowanie lub dawanie nienależnej korzyści bezpośrednio samemu funkcjonariuszowi publicznemu.

3. KORUPCJA W SEKTORZE PRYWATNYM

Obiecywanie, oferowanie lub dawanie nienależnej korzyści **osobie z sektora prywatnego** to akt korupcji w sektorze prywatnym.

Jeśli na przykład w procedurze zaproszenia do składania ofert dostawca obiecuje lub daje nienależną korzyść w zamian za informacje poufne, działanie to jest uznawane za, zabroniony przez przepisy prawa i postanowienia Polityki antykorupcyjnej Grupy, akt korupcji w sektorze prywatnym.

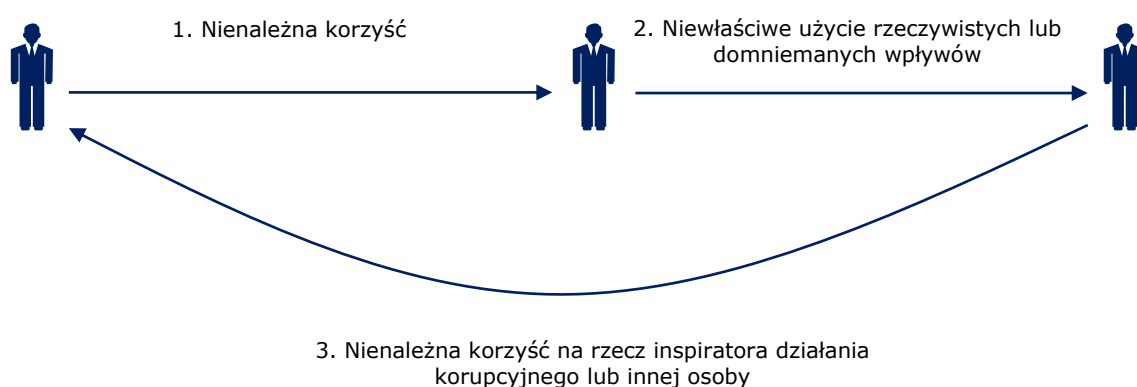
Należy pamiętać, że wszelkiego rodzaju bezpośrednie lub pośrednie obiecywanie, dawanie, żądanie, przyjęcie lub otrzymanie jakiegokolwiek korzyści majątkowej lub osobistej stanowi praktykę korupcyjną zabronioną przez przepisy prawa i postanowienia Polityki antykorupcyjnej Grupy.



4. PŁATNA PROTEKCJA

Płatna protekcja to „bezpośrednie lub pośrednie obiecywanie, oferowanie lub dawanie nienależnej korzyści jakiegokolwiek osobie w zamian za niewłaściwe wykorzystanie przez tę osobę swoich rzeczywistych lub domniemanych wpływów w celu uzyskania nienależnej korzyści od organu administracji publicznej na rzecz inspiratora tego działania lub innej osoby”.

Płatna protekcja obejmuje również bezpośrednie lub pośrednie przyjęcie przez jakąkolwiek osobę nienależnej korzyści lub zabieganie przez jakąkolwiek osobę o nienależną korzyść dla siebie lub innych osób w zamian za użycie przez tę osobę swoich rzeczywistych lub domniemanych wpływów w celu uzyskania nienależnej korzyści od organu administracji publicznej lub organu administracyjnego.



Płatna protekcja jest formą korupcji.

W przepisach prawa niektórych jurysdykcji, m.in. we Francji, Brazylii i Hiszpanii, odróżnia się przestępstwo korupcji od przestępstwa płatnej protekcji. W przepisach prawa innych jurysdykcji, m.in. w Stanach Zjednoczonych, nie ma takiego rozróżnienia.

W Grupie nie toleruje się żadnych przypadków płatnej protekcji, bez względu na kraj prowadzenia lub rodzaj prowadzonej działalności.

Praktyczny przykład

Capgemini zamierza złożyć ofertę w przetargu organizowanym przez Ministerstwo Obrony kraju, który poszukuje rozwiązań z zakresu sztucznej inteligencji. W czasie trwania procedury przetargowej pracownik Capgemini X, spotyka osobę Y, która twierdzi, że zna urzędnika kierującego zespołem zajmującym się oceną ofert w tym przetargu. Y sugeruje, że jeśli X zaoferuje jej dwa bilety na wyścig Grand Prix Formuły 1, przedstawi temu urzędnikowi zalety oferty Capgemini i przekona go do wybrania tej oferty. Co ma zrobić pracownik Capgemini?

Nawet jeśli bilety są łatwe do zdobycia, pracownik Capgemini musi odmówić. Już sama prośba o bilety w zamian za taką pomoc jest niewłaściwa i pracownik Capgemini może zostać oskarżony



o współudział w przestępstwie płatnej protekcji polegającym w tym przypadku na oferowaniu nienależnej korzyści (biletów na wyścig Formuły 1) osobie kontaktowej w zamian za użycie przez tę osobę swoich rzeczywistych lub domniemanych wpływów w celu uzyskania od funkcjonariusza publicznego nienależnej korzyści (preferencyjnego traktowania oferty Capgemini). Nie ma tu znaczenia, czy Y dotrzyma słowa, ponieważ znamiona przestępstwa płatnej protekcji występują w momencie wręczenia nienależnej korzyści.

5. WYMUSZENIE

Wymuszenie to doprowadzenie do uzyskania nienależnej korzyści przemocą, groźbą użycia przemocy lub przymusem. Bardzo dobrym przykładem wymuszenia jest szantaż.

Niektórzy funkcjonariusze publiczni nadużywają swoich kompetencji w celu uzyskania nienależnych korzyści, na przykład zabiegając o korzyści w zamian za odstąpienie od wymierzenia kary podczas wykonywania czynności służbowych, na przykład w toku kontroli skarbowej. Działanie takie jest wymuszeniem.

Wymuszenie jest formą korupcji. Uleganie wymuszeniu jest w większości krajów przestępstwem.

Grupa Capgemini zabrania jakiegokolwiek ulegania wymuszeniu, niezależnie od kraju prowadzenia lub rodzaju prowadzonej działalności, chyba że zagrożone jest życie lub bezpieczeństwo fizyczne danej osoby.

Praktyczny przykład

Pracownik działu ds. zarządzania nieruchomościami Capgemini ma wynająć istotny z punktu widzenia działalności obiekt w celu zakwaterowania w nim pracowników. Dwa miesiące przed terminem pracownik stwierdza, że wydanie przez organ nadzorczy stosownego zezwolenia zostało celowo wstrzymane w oczekiwaniu na łapówkę. Opóźnienie będzie kosztować Capgemini setki tysięcy, a może nawet miliony euro. Co ma zrobić pracownik Capgemini?

Wspomniane żądanie łapówki jest wymuszeniem i nie może być zaakceptowane. Nawet w obliczu wymuszenia, gdy w grę nie wchodzi żadna korzyść osobista, pracownik lub przedstawiciel Capgemini, który zgodzi się wręczyć łapówkę jest osobiście narażony na kary grzywny i pozbawienia wolności. Ponadto karze grzywny przewyższającej koszty wspomnianego opóźnienia oraz innym negatywnym skutkiem, takim jak wykluczenie z udziału w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego, może podlegać określona jednostka Capgemini. Dodatkowo narażona na szwank zostałyby reputacja Capgemini i pracownika. Zgoda na takie wymuszenie byłaby również sprzeczna z wartościami Capgemini. **Wspomnianą sytuację należy zgłosić zgodnie z procedurą korzystania z systemu SpeakUp opisaną w punkcie 7.**



JAK NIE ULEC WYMUSZENIU?

Wszelkie pytania i prośby o pomoc należy przede wszystkim skierować do swojego przełożonego i lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności (Ethics & Compliance Officer).

Więcej informacji na ten temat można również znaleźć w bezpłatnym dokumencie zatytułowanym [Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions \(RESIST\)](#), w którym zawarto oparte na praktycznych przykładach zalecenia dotyczące postępowania w obliczu prób wymuszenia lub nagabywania. Dokument ten został opracowany wspólnie przez przedstawicieli Międzynarodowej Izby Handlowej (ICC), Transparency International, Inicjatywy United Nations Global Compact oraz Inicjatywy Partnerstwa Przeciwko Korupcji Światowego Forum Ekonomicznego.

6. PŁATNOŚCI PRZYSPIESZAJĄCE BIEG SPRAW

Płatność przyspieszająca bieg spraw to niewielka kwota pieniędzy przekazywana funkcjonariuszowi publicznemu w celu przyspieszenia wykonania rutynowej czynności administracyjnej, do której osoba płacąca jest uprawniona. Płatność taka ma na celu zachęcenie funkcjonariusza publicznego do wykonania swoich obowiązków, na przykład wydania zgody lub zezwolenia. Płatność taka ma często charakter gotówkowy.

W większości krajów dokonywanie takich płatności jest niezgodne z przepisami prawa.

Dokonanie płatności przyspieszającej bieg spraw stanowi naruszenie Polityki antykorupcyjnej Grupy, nawet jeśli płatność taka byłaby zgodna z przepisami prawa krajowego.

Praktyczny przykład

Pracownik Capgemini potrzebuje wizy, aby udać się w podróż służbową do Indii. Termin spotkania został jednak ustalony w ostatniej chwili i pracownik zbyt późno złożył wniosek wizowy. Urzędnik w ambasadzie sugeruje, że jeśli dostanie dla siebie 150 złotych w gotówce, wyda wizę już następnego dnia. Czy taka płatność jest niedozwoloną „płatnością przyspieszającą bieg spraw”?

Tak. Dokonanie na rzecz osoby fizycznej płatności za wykonanie usługi, dzięki której osobie płacącej wiza zostanie wydana szybciej niż innym osobom również uprawnionym do tej usługi, zapewnia tej osobie fizycznej nienależną korzyść w zamian za preferencyjne wydanie określonej wizy. Wspomniana płatność jest zatem „płatnością przyspieszającą bieg spraw”.



Praktyczny przykład

Pracownik Capgemini potrzebuje wizy, aby udać się w podróż służbową do Indii. Termin spotkania został jednak ustalony w ostatniej chwili i pracownik zbyt późno złożył wniosek wizowy. W ambasadzie istnieje jednak przyspieszona procedura wydawania wizy wiążąca się z dodatkową opłatą podaną w oficjalnym cenniku. Czy taka opłata jest niedozwoloną „płatnością przyspieszającą bieg spraw”?

Nie. Opłata za przyspieszoną procedurę jest podana w oficjalnym cenniku dostępnym dla wszystkich zainteresowanych, nie jest zatem „płatnością przyspieszającą bieg spraw”.

7. FAŁSZOWANIE REJESTRÓW I KSIĄG

Fałszowanie rejestrów księgowych w celu ukrycia jakichkolwiek form korupcji, w tym płatnej protekcji, nie jest tolerowane, bez względu na kraj prowadzenia lub rodzaj prowadzonej działalności.

Należy ściśle przestrzegać standardów rachunkowości Grupy opisanych w dokumencie TransFORM.

Praktyczny przykład

Arnold pracuje w dziale księgowości. Damian, jego znajomy z działu sprzedaży, negocjuje właśnie umowę. Damian wie, że jego klient jest koneserem win, i – aby mu zaimponować, a tym samym zdobyć zamówienie – chce mu kupić za 1500 euro butelkę wina. Damian wie również, że koszt wina znacznie przekracza dozwolony próg wartości podarunku obowiązujący w Capgemini. W imię wieloletniej przyjaźni prosi zatem Arnolda o zaksięgowanie kosztu wina na koncie nieprzewidzianych wydatków. Czy Arnold może się na to zgodzić?

Arnold w żadnym razie nie może się zgodzić na niewłaściwe zaksięgowanie podarunku ani na ukrycie wydatku. Fałszowanie rejestrów i ksiąg jest naruszeniem Polityki antykorupcyjnej Grupy i może skutkować wszczęciem postępowania dyscyplinarnego, którego efektem może być nawet rozwiązanie stosunku pracy. Polityka Capgemini dotycząca podarunków ma również zapobiegać przypadkom przekupstwa. Jeśli Damian oferuje tak drogi podarunek, mógłby zostać oskarżony o próbę wręczenia łapówki (czyli przekupstwo), czyli przestępstwo zagrożone wysokimi karami grzywny i pozbawienia wolności. Jeśli Arnold zgodzi się na niewłaściwe zaksięgowanie wydatku, będzie mógł zostać oskarżony o współudział w fałszowaniu rejestrów. Wszelkie wydatki zwracane bezpośrednio pracownikowi muszą zostać właściwie zarejestrowane w narzędziu do obsługi zwrotu kosztów jako wydatki na podarunek.



B. PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI CZYLI JAK UNIKAĆ RYZYKOWNEGO POSTĘPOWANIA

W tym punkcie przedstawiono zasady, których należy przestrzegać oraz zgody, które należy uzyskać, w celu ochrony Grupy przed zagrożeniami związanymi z korupcją. Opisano tu **typowe praktyki korporacyjne, które w przypadku ich nadużycia, mogą nosić znamiona korupcji**. Należy pamiętać, że Polityka antykorupcyjna Grupy nie uwzględnia wszystkich sytuacji biznesowych, które można napotkać na co dzień. Powinna jednak dostarczyć informacji wystarczających do tego, aby pracownik mógł sobie poradzić sobie z wieloma potencjalnymi problemami. Pracownik powinien zawsze pamiętać, że nie jest sam i że wszelkie pytania lub prośby o pomoc może kierować do swojego **przełożonego** i lokalnego **inspektora ds. etyki i zgodności**.

Przedstawione tu wymogi mają zastosowanie do wszystkich dyrektorów, członków ścisłego kierownictwa i pracowników Capgemini na każdym szczeblu Grupy. Wymogi te mają również zastosowanie do osób trzecich współpracujących z jednostkami należącymi do Grupy, w tym do konsultantów, podwykonawców, dostawców, klientów itp.



1. RELACJE BIZNESOWE

1.1. Zasady podstawowe

Wszystkie organizowane lub sponsorowane przez Capgemini wydarzenia, a także wydarzenia rozrywkowe, posiłki, prezenty oraz propozycje podróży i zakwaterowania, niezależnie od tego, czy są osobie trzeciej oferowane, czy też od osoby trzeciej otrzymywane, muszą być zgodne z wszystkimi poniższymi **zasadami podstawowymi**:

1. Muszą być zgodne z przepisami prawa właściwego, stosownymi Politykami Grupy oraz ewentualnie z regulaminem przyjętym przez pracodawcę odbiorcy.
2. Muszą mieć związek z uzasadnionym celem biznesowym możliwym do weryfikacji.
3. Nie mogą mieć na celu uzyskania nienależnej korzyści ani niewłaściwego wpływu na dane działanie.
4. Ponadto:
 - i. muszą mieć rozsądną wartość;
 - ii. muszą być odpowiednie w kontekście stanowiska odbiorcy, okoliczności i okazji;
 - iii. nie mogą być postrzegane jako zobowiązujące lub niestosowne;
 - iv. nie mogą być w uzasadniony sposób odbierane przez odbiorcę lub inne osoby jako łapówka;
 - v. nie mogą być często dawane tej samej osobie ani otrzymywane od tej samej osoby.
5. **Jeśli odbiorcą jest funkcjonariusz publiczny, wydarzenia rozrywkowe (1.2), posiłki (1.3), podarunki (1.4) lub propozycje podróży i zakwaterowania (1.5) muszą zostać zawczasu zatwierdzone przez lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności. Należy pamiętać, że w niektórych krajach tego typu oferty są zabronione przez przepisy prawa.**
6. Ponadto wszystkie wydatki poniesione przez Capgemini muszą być rzetelnie i dokładnie zarejestrowane w księgach i rejestrach Grupy.

Przed zaoferowaniem lub przyjęciem podarunku, zaproszenia na posiłek, zaproszenia na wydarzenie rozrywkowe lub propozycji podróży lub zakwaterowania wykraczających poza przykłady omówione w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych, należy sprawdzić, czy takie działanie jest zgodne z zasadami podstawowymi oraz dodatkowymi warunkami określonymi w Polityce antykorupcyjnej Grupy. Przed podjęciem takich działań pracownik powinien skonsultować się z przełożonym i ustalić z nim wspólne stanowisko. **Wszelkie wnioski o zwrot wydatków przekraczających progi dla danego kraju określone w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych mogą zostać odrzucone przez przełożonego.**

Wszelkie pytania należy kierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności, na pisemnej opinii którego, możesz się opierać.



CO ZROBIĆ, JEŚLI PODJĘCIE OCZEKIWANEJ DECYZJI LEŻY W GESTII ODBIORCY?

Należy pamiętać, że jeśli bezpośrednio lub pośrednio w gestii odbiorcy leży podjęcie decyzji, która może mieć wpływ na interesy Grupy, należy zachować szczególną ostrożność. W takich okolicznościach oferowanie prezentu lub zaproszenia na wydarzenie rozrywkowe nie jest zasadniczo uznawane za właściwe.

Decyzje, które mają wpływ na interesy Grupy, dotyczą:

- zaproszenia do składania ofert w sektorze prywatnym lub publicznym;
- zmiany przepisów, przyznania subwencji rządowej;
- zawarcia lub przedłużenia umowy w sprawie zamówienia komercyjnego.

W razie wątpliwości pracownik powinien udokumentować na piśmie swoje zaproszenie na wydarzenie rozrywkowe, zaproszenie na posiłek, ofertę podarunku lub propozycję podróży i zakwaterowania. Każde wspomniane zaproszenie, oferta lub propozycja powinny zawierać oświadczenie, że według najlepszej wiedzy Grupy, są one zgodne z przepisami prawa właściwego i uwarunkowane ich zgodnością z zasadami przyjętymi przez pracodawcę odbiorcy, przy czym w gestii wspomnianego odbiorcy leży weryfikacja tej zgodności.



1.2. Wydarzenia rozrywkowe

Zaproszenia na wydarzenia rozrywkowe, takie jak spektakle, koncerty, zawody sportowe, konferencje, wizyty w muzeach, seminaria lub wydarzenia organizowane przez Capgemini, to zasadne możliwości budowania relacji z klientami lub dostawcami. Zaproszenia takie mogą się jednak również wiązać z ryzykiem wywołania wrażenia niewłaściwego postępowania.

Oferowanie lub przyjęcie zaproszenia na wydarzenie rozrywkowe jest zatem dozwolone tylko wtedy, gdy spełnione zostaną wszystkie następujące warunki:

- przestrzegane są **zasady podstawowe** (1.1);
- spełnione są następujące **warunki dodatkowe**:
 - na wydarzeniu obecny jest pracownik Grupy;
 - punktem odniesienia dla wartości wydatków na posiłki i zaproszenia na wydarzenia zewnętrzne są wartości progowe określone dla poszczególnych krajów w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych (jeśli określona przez pracodawcę osoby trzeciej wartość progowa jest niższa, należy ją zastosować);
 - dane wydarzenie rozrywkowe jest legalne i społecznie akceptowane.

Na zaproszenia na wydarzenia rozrywkowe o wartości przekraczającej wartość progową musi wyrazić zgodę przełożony, zanim pracownik dokona takiego zaproszenia. Jeśli wydatki na wspomniane zaproszenie podlegają zwrotowi, zgodę taką można udokumentować, uzyskując podpis przełożonego na wniosku o zwrot poniesionych kosztów.

Wszelkie pytania należy kierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności, na pisemnej opinii którego, możesz się opierać.

Praktyczny przykład

Pracownik Capgemini nadzoruje projekt wymagający zaangażowania dostawców. W toku procedury zaproszenia do składania ofert jeden z potencjalnych dostawców zaprasza pracownika Capgemini na mecz tenisowy w ramach prestiżowego turnieju. Jak należy zachować się w takiej sytuacji?

Należy odrzucić to zaproszenie. Pracownik Capgemini może bowiem znaleźć się tu w sytuacji konfliktu interesów, którą można nawet uznać za korupcję, jeśli dostawca będzie oczekiwać w zamian nienależnej korzyści, na przykład poufnych informacji technicznych. Należy pamiętać, że w toku procedury zaproszenia do składania ofert wszyscy dostawcy muszą mieć dostęp do tych samych informacji.

Ponadto, należy pisemnie powiadomić o takim zaproszeniu swojego przełożonego i w rozmowie z nim określić właściwy kierunek działania w odniesieniu do tego dostawcy.



1.3. Posiłki

Prowadzenie działalności gospodarczej przy posiłku jest powszechną praktyką w świecie biznesu. Zaproszenie na posiłek może być oferowane osobie trzeciej lub przyjęte przez osobę trzecią tylko wtedy, gdy spełnione zostaną wszystkie następujące warunki:

- przestrzegane są **zasady podstawowe** (1.1);
- spełnione są następujące **warunki dodatkowe**:
 - zaproszenie na posiłek ma charakter biznesowy, tj. ma miejsce podczas spotkania biznesowego lub ma służyć prowadzeniu rozmów biznesowych;
 - wartość posiłku jest wartością standardowego posiłku roboczego zgodną z lokalnymi lub innymi stosownymi standardami lub właściwą dla stanowiska osoby zapraszanej, okoliczności i okazji (punktem odniesienia dla wartości wydatków na posiłki są tu wartości progowe określone dla poszczególnych krajów w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych, a jeśli określona przez klienta wartość progowa jest niższa, należy ją zastosować).

Zaproszenia na posiłki o wartości przekraczającej wartość progową wymagają zgody przełożonego. Zgodę taką można udokumentować, uzyskując podpis przełożonego na wniosku o zwrot poniesionych kosztów.

Wszelkie pytania należy kierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności, na pisemnej opinii którego, możesz się opierać.

Praktyczny przykład

Pracownik Capgemini chce zaprosić klienta na posiłek roboczy. Stwierdza, że wszystkie zasady podstawowe i warunki dodatkowe określone w Polityce antykorupcyjnej Grupy są spełnione z tym wyjątkiem, że wartość indywidualnego posiłku będzie o 25% wyższa niż wartość progowa określona dla danego kraju w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych. Co ma zrobić pracownik Capgemini?

Wartości progowe dotyczące posiłków zewnętrznych, określone w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych to przydatny punkt odniesienia na potrzeby oceny zgodności z Polityką antykorupcyjną Grupy. W zależności od okoliczności, okazji lub zajmowanego przez odbiorcę stanowiska zaproszenie na posiłek o wartości przekraczającej wartość progową może być nadal zgodne z Polityką antykorupcyjną Grupy. W takich przypadkach należy rozważyć, a przydatne może okazać się także udokumentowanie, dlaczego dany posiłek jest w danych okolicznościach uzasadniony i dlaczego nie stwarza ryzyka korupcji.

Pracownik Capgemini powinien zatem skonsultować się ze swoim przełożonym, aby z wyprzedzeniem upewnić się, że przełożony podziela jego ocenę dotyczącą zgodności z przepisami, a wszelkie dalsze pytania skierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności. Brak wspomnianej konsultacji z przełożonym może skutkować odrzuceniem przez przełożonego wniosku o zwrot wydatków.



Praktyczny przykład

W toku procesu zaproszenia do składania ofert pracownik Capgemini chce uzyskać informacje o konkurencyjnych ofertach. Okazuje się, że dobrze zna jednego z konkurentów. Czy może go zatem zaprosić na kolację w celu przeprowadzenia nieformalnej rozmowy?

Nie. Takie zaproszenie na kolację może być postrzegane jako konflikt interesów, a nawet próba korupcji. W toku procesu zaproszenia do składania ofert pracownik Capgemini nigdy nie powinien zapraszać konkurenta na kolację ani przyjmować od niego podobnego zaproszenia. Ogólnie rzecz biorąc, nigdy nie wolno podejmować prób uzyskania informacji niejawnych od swoich konkurentów.

1.4. Podarunki

Dawanie drobnych osobistych podarunków jest często elementem lokalnej tradycji lub kultury. Pracownik Capgemini nie może, w żaden sposób, domagać się wręczenia mu podarunku. O ile zdecydowanie się tego odradza, dawanie podarunków osobie trzeciej lub otrzymywanie ich od osoby trzeciej jest dozwolone tylko wtedy, gdy spełnione zostaną wszystkie następujące warunki:

- przestrzegane są **zasady podstawowe** (1.1);
- spełnione są następujące **warunki dodatkowe**:
 - podarunek ma wartość symboliczną (punktem odniesienia dla wartości podarunku są tu wartości progowe określone dla poszczególnych krajów w **Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych**, a jeśli określona przez klienta wartość progowa jest niższa, należy ją zastosować);
 - podarunek jest dawany tylko partnerowi biznesowemu, a nie jego znajomym ani członkom jego rodziny;
 - podarunek nie jest gotówką ani ekwiwalentem gotówki, na przykład nie jest bonem upominkowym ani przedpłaconym voucherem.

Wszelkie podarunki inne niż drobne podarunki standardowe (na przykład z logo Capgemini), które mają być zaferowane lub przyjęte, muszą być zatwierdzone z wyprzedzeniem przez przełożonego. Jeśli w wyjątkowych przypadkach podarunek zostanie zakupiony bezpośrednio przez pracownika, zgoda przełożonego może być udokumentowana jego podpisem na wniosku o zwrot poniesionych kosztów.

Wszelkie pytania należy kierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności, na pisemnej opinii którego, możesz się opierać.



Praktyczny przykład

Dostawca oferuje pracownikowi Capgemini zegarek z logo swojej firmy. Czy pracownik Capgemini może go przyjąć?

Jeśli jest to zegarek reklamowy o niewielkiej wartości, pracownik Capgemini może go przyjąć. Jeśli jednak zegarek ten ma znaczną wartość, pracownik Capgemini nie może go przyjąć. Jeśli wartość zegarka przekracza obowiązujący dla danego kraju próg określony w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych, pracownik musi poinformować swojego przełożonego o tym podarunku.

Praktyczny przykład

Pracownik Capgemini jedzie służbowo do Chin, gdzie właśnie ma się rozpocząć chiński Nowy Rok. W tym okresie chińską tradycją jest wręczanie rodzinie, zwłaszcza dzieciom, i znajomym czerwonych kopert z pieniędzmi na szczęście. W Polityce antykorupcyjnej Grupy odradza się wręczanie podarunków, pracownik Capgemini nigdy zatem nie dawał klientom żadnych podarunków. Rozumie jednak znaczenie wręczenia takiego podarunku w tym okresie, zastanawia się zatem, co oznacza sformułowanie „wartość symboliczna”? Czy w ogóle można wręczać czerwone koperty z pieniędzmi na szczęście?

Do podarunków o wartości symbolicznej zalicza się zazwyczaj opatrzone nazwą lub znakami towarowymi Grupy drobne pamiątki i artykuły promocyjne, takie jak kubki, długopisy lub kalendarze, przy czym każdy z takich podarunków byłby dozwolony. Wśród innych tradycyjnych podarunków o niewielkiej wartości można wymienić kwiaty, książki lub kosze owoców. Wręczając swojemu klientowi koperty z pieniędzmi na szczęście dla jego dzieci, pracownik Capgemini dwukrotnie naruszyłby Politykę antykorupcyjną Grupy, ponieważ:

1. ściśle zabronione jest wręczanie podarunków w postaci gotówki lub ekwiwalentu gotówki, na przykład bonu upominkowego lub przedpłaconego vouchera;
2. ściśle zabronione jest wręczanie podarunków osobie niebędącej partnerem biznesowym (w tym przypadku dzieciom klienta).

Pracownik Capgemini powinien zatem podarować kosz pełen pomarańczy, co również jest częścią tradycji.

1.5. Podróże i zakwaterowanie

W pewnych ograniczonych okolicznościach może być konieczne pokrycie kosztów podróży i zakwaterowania osób trzecich, na przykład aby mogły odwiedzić obiekt Grupy lub wziąć udział w wydarzeniu organizowanym przez Capgemini. Wszystkie tego typu propozycje muszą spełniać następujące warunki:

- przestrzegane są **zasady podstawowe** (1.1);



- spełnione są następujące **warunki dodatkowe**:
 - propozycja nie obejmuje ani nie pokrywa kosztów jakichkolwiek dodatkowych wycieczek;
 - przebyta podczas podróży odległość i czas trwania pobytu są rozsądne, właściwe i usprawiedliwione uzasadnionymi względami biznesowymi;
 - przestrzegana jest Polityka Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych;
 - płatności służące pokryciu kosztów podróży i zakwaterowania funkcjonariuszy publicznych, o ile jest to prawnie dopuszczalne, muszą być dokonywane bezpośrednio na rzecz dostawcy usług (linie lotnicze, hotel itp.) lub organu reprezentowanego przez funkcjonariusza publicznego;
 - propozycja jest składana tylko partnerowi biznesowemu, a nie jego znajomym ani członkom jego rodziny;
 - wydatki nie przekraczają poziomu wydatków, które pracownik Grupy o równoważnym statusie poniósłby na podróż do tego samego miejsca docelowego.

Wydatki na podróże i zakwaterowanie osób trzecich muszą zostać uprzednio zatwierdzone przez przełożonego.

Propozycje pokrycia kosztów podróży i zakwaterowania pochodzące od osoby trzeciej muszą być również zgodne z określonymi powyżej warunkami.

Wszelkie pytania należy kierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności, na pisemnej opinii którego, możesz się opierać.

Praktyczny przykład

Klient pracownika Capgemini prosi o możliwość obejrzenia biura Capgemini w Indiach. Pracownik nie wie, kto powinien pokryć związane z tym koszty. Oprócz zapewnienia przelotu i zakwaterowania, pracownik chce zorganizować na miejscu lokalną wycieczkę ze zwiedzaniem. Co pracownik Capgemini powinien zrobić w takiej sytuacji?

Nie ma problemu z organizacją wizyty w obiektach Capgemini. W przypadku organizacji przelotu i zakwaterowania pracownik Capgemini powinien jednak zwrócić uwagę na następujące kwestie:

1. Należy sprawdzić, czy klient podlega jakimś ograniczeniom w ramach przyjętej przez pracodawcę klienta polityki antykorupcyjnej lub innej stosownej polityki. Jeśli klient takim ograniczeniom podlega, należy ich przestrzegać.
2. Jeśli pracownik Capgemini pokrywa koszty wizyty klienta w obiektach Capgemini, musi wówczas przestrzegać zasad podstawowych (1.1) i warunków dodatkowych wymienionych powyżej. Wszelkie organizowane na miejscu rozrywki lub lokalne wycieczki ze zwiedzaniem nie mogą obejmować dodatkowych podróży ani zakwaterowania i muszą być zgodne z zasadami dotyczącymi wydarzeń rozrywkowych (1.3).



1.6. Sponsoring i organizacja wydarzeń o charakterze marketingowym lub sprzedażowym

Sponsoring i organizacja wydarzeń o charakterze marketingowym lub sprzedażowym są właściwymi i uzasadnionymi praktykami biznesowymi. Należy jednak pamiętać, że niewłaściwe lub nadmierne sponsorowanie i organizowanie wydarzeń o charakterze marketingowym i sprzedażowym może być formą łapownictwa lub korupcji zabronioną przez przepisy prawa i Politykę antykorupcyjną Grupy.

Capgemini organizuje lub sponsoruje dwa rodzaje wydarzeń:

Biznesowe wydarzenia promocyjne są bezpośrednio związane z działalnością Capgemini i obejmują m.in. wystawy, targi lub konferencje. Zazwyczaj są to duże wydarzenia łączące reklamę B2B ze sprzedażą osobistą. Wydarzenia te stanowią dla Capgemini okazję do zwiększenia widoczności marki i zaprezentowania swojej oferty partnerom, klientom i potencjalnym klientom. Przykładowe wydarzenia:

- organizowane przez Capgemini wydarzenia dla klientów Capgemini;
- sponsorowane przez Capgemini wydarzenia organizowane przez partnerów biznesowych Capgemini, np. Dreamforce;
- sponsorowane przez Capgemini wydarzenia o charakterze sektorowym lub branżowym, na przykład European Utility Week, Mobile World Congress.

Wydarzenia niebiznesowe organizowane lub sponsorowane w formie przekazania pieniędzy, towarów lub usług, zazwyczaj w celu promowania Grupy Capgemini lub marki Capgemini, na przykład w zamian za obecność marki Capgemini podczas wydarzenia lub w mediach. Nawet jeśli takie wydarzenia nie są bezpośrednio związane z działalnością biznesową, zwiększają widoczność marki Grupy, stanowią element strategii reklamowej i promocyjnej Grupy; umożliwiają zacieśnianie relacji z klientami, dostawcami i partnerami lub zwiększają atrakcyjność Grupy na rynku pracy. Przykładowe wydarzenia:

- organizowane przez dział marketingu i komunikacji, dział sprzedaży, dział społecznej odpowiedzialności biznesu lub dział kadr Capgemini wydarzenia sportowe, kulturalne lub public relations;
- sponsorowanie przez Capgemini wydarzenia organizowane przez organizację sportową, kulturalną, edukacyjną lub instytucjonalną.

Sponsoring i organizację wydarzeń o charakterze marketingowym lub sprzedażowym należy odróżnić od darowizn, które mogą być przekazywane na rzecz fundacji charytatywnych (zob. punkt 2.2 poniżej).

Sponsoring i organizacja wydarzeń o charakterze marketingowym lub sprzedażowym – zasady zatwierdzania

Pracownicy oraz osoby fizyczne, osoby prawne i inne osoby działające w imieniu Grupy Capgemini nie mogą organizować ani sponsorować wydarzeń o charakterze marketingowym lub sprzedażowym, chyba że (i) przestrzegane są **zasady podstawowe** (1.1) oraz (ii) spełnione są następujące **warunki dodatkowe**:



- o wydarzenie musi być zgodne ze strategią Grupy, wytycznymi działu marketingu i komunikacji lub działu sprzedaży, oraz przyjętymi przez Grupę siedmioma wartościami i Kodeksem etyki biznesu;
- o korzyści rzeczowe dla osób trzecich (na przykład dla klientów, partnerów lub influencerów na danym rynku) zaproszonych do udziału w wydarzeniu przez Capgemini muszą być zgodne z zasadami podstawowymi i warunkami dodatkowymi dotyczącymi zaproszeń na wydarzenia rozrywkowe (1.2), posiłków (1.3), podarunków (1.4) oraz podróży i zakwaterowania (1.5);
- o wartości progowe określone w Polityce Grupy w zakresie podróży i wydatków służbowych dotyczące zaproszeń na wydarzenia rozrywkowe (1.2), posiłków (1.3), podarunków (1.4) oraz podróży i zakwaterowania (1.5) nie mają zastosowania, przy czym całościowej oceny korzyści rzeczowych pod kątem wytycznych przedstawionych w tym punkcie dokona lokalny dział marketingu i komunikacji lub dział sprzedaży;
- o w przypadku sponsorowania wydarzenia zewnętrznego przeprowadzono badanie **due diligence** dotyczące gospodarza wydarzenia zgodnie z postanowieniami punktu 5 „Badanie due diligence osób trzecich”.

Aby zagwarantować, że biznesowe wydarzenia promocyjne i wydarzenia niebiznesowe służą ich zamierzonym celom, czyli promowaniu i umacnianiu pozycji marki Grupy, oraz nie stwarzają wrażenia niestosowności, każdy wniosek dotyczący takiego wydarzenia musi być wstępnie zatwierdzony na piśmie przez dwie osoby:

- kierownika właściwej jednostki biznesowej, strategicznej jednostki biznesowej lub globalnej linii biznesowej, w zależności od źródła wniosku, oraz
- dyrektora działu marketingu i komunikacji właściwego dla danego kraju, strategicznej jednostki biznesowej lub globalnej linii biznesowej.

Każdy wspomniany dyrektor działu marketingu i komunikacji właściwego dla danego kraju, strategicznej jednostki biznesowej lub globalnej linii biznesowej na bieżąco prowadzi skonsolidowaną dokumentację wszystkich wydarzeń sponsorowanych oraz wydarzeń o charakterze marketingowym sponsorowanych lub organizowanych przez poszczególne jednostki operacyjne działające na podległym mu obszarze geograficznym. Dokumentację taką należy pod koniec każdego roku przesłać do działu marketingu i komunikacji na szczeblu Grupy.

Ponadto przypadki sponsoringu i organizacji wydarzeń:

- których koszty sięgają powyżej 30 tys. euro w krajach o niskim ryzyku korupcji ([wynik w publikowanym przez Transparency International rankingu percepcji korupcji](#) równy co najmniej 50) oraz
- których koszty sięgają powyżej 15 tys. euro w krajach o średnim i wysokim ryzyku korupcji ([wynik w publikowanym przez Transparency International rankingu percepcji korupcji](#) poniżej 50)

muszą zostać przekazane przez lokalny dział marketingu i komunikacji do działu **marketingu i komunikacji na szczeblu Grupy** w celu dodatkowej weryfikacji.

Każde wydarzenie organizowane lub sponsorowane przez zespoły sprzedażowe Capgemini bez uczestnictwa działu marketingu i komunikacji jest uważane za wydarzenie sprzedażowe wymagające zgody dyrektora właściwego działu sprzedaży i kierownika właściwej jednostki biznesowej, strategicznej jednostki biznesowej lub globalnej linii biznesowej (zamiast zgody ze strony działu marketingu i komunikacji).



W gestii wnioskodawców leży przeprowadzenie analizy marketingowej i analizy zgodności oraz przedłożenie jej wyników do zatwierdzenia właściwym kierownikom i dyrektorom zgodnie z powyższym opisem.

W przypadku pojawienia się wątpliwości podczas przeprowadzania analizy zgodności, dyrektorzy właściwych działów marketingu i komunikacji lub działów sprzedaży muszą zwrócić się o stosowną opinię do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności. **Jeśli w organizacji wydarzenia uczestniczą funkcjonariusze publiczni, dyrektorzy właściwych działów marketingu i komunikacji lub działów sprzedaży muszą systematycznie konsultować się z lokalnym inspektorem ds. etyki i zgodności.**

Praktyczny przykład

Grupa Capgemini sponsoruje rozgrywki rugby siedmioosobowego w Dubaju. Czy pracownik Capgemini może zaprosić na mecz klienta lub partnera i zaoferować mu transport lub zakwaterowanie?

Prowadzenie i finansowanie działalności sponsorskiej oraz korzyści rzeczowe dla osób zapraszanych na sponsorowane przez Capgemini wydarzenia muszą być zatwierdzone zgodnie z zasadami dotyczącymi sponsoringu i organizacji wydarzeń o charakterze marketingowym lub sprzedażowym (1.6). Zaproszenie na takie wydarzenie określonych osób w celu promowania wizerunku firmy jest dozwolone, o ile:

- jest zgodne z zasadami dotyczącymi podróży i zakwaterowania (1.5);
- zostało zatwierdzone przez osoby, które zatwierdziły akcję sponsoringową (1.6);
- jest zgodne z właściwymi zasadami przyjętymi przez klienta lub partnera.

2. WPŁATY NA CELE POLITYCZNE I DAROWIZNY NA CELE CHARYTATYWNE

2.1. Wpłaty na cele polityczne

Grupa Capgemini angażuje się w życie społeczności, w których prowadzi działalność, Polityka Grupy zabrania jej jednak bezpośredniego lub pośredniego (za pośrednictwem osób trzecich) dokonywania jakichkolwiek wpłat gotówkowych lub rzeczowych na rzecz jakichkolwiek organizacji politycznych.

Praktyczny przykład

Klient prosi pracownika Capgemini o dokonanie wpłaty na kampanię określonego polityka. Czy pracownik Capgemini może dokonać takiej wpłaty?

Nie. Dokonywanie wpłat na rzecz organizacji politycznej, nawet takiej, którą być może pracownik Capgemini prywatnie popiera, jest sprzeczne z polityką Capgemini.



Praktyczny przykład

Kandydat na stanowisko polityczne prosi pracownika Capgemini o wpłatę w celu finansowania swojej kampanii ustawodawczej. Czy pracownik Capgemini może dokonać takiej wpłaty?

Tak, ale tylko wtedy, gdy pracownik Capgemini dokonuje tej wpłaty we własnym imieniu, wpłata nie jest związana z nazwą Grupy i nie przynosi korzyści firmie, w której pracujesz.

2.2. Darowizny na cele charytatywne

Capgemini stara się wywierać bezpośredni i zrównoważony, pozytywny wpływ na społeczności, w których prowadzi działalność, a także włączać kwestie społecznej odpowiedzialności biznesu (Corporate Social Responsibility, „CSR”) do swojej podstawowej strategii biznesowej. Należy jednak pamiętać, że darowizny na cele charytatywne mogą powodować konflikt interesów lub być interpretowane jako forma łapownictwa lub korupcji zabroniona przez przepisy prawa i Politykę antykorupcyjną Grupy.

W Capgemini można wyróżnić dwa podstawowe rodzaje darowizn na cele charytatywne:

- darowizny na cele charytatywne wskazane przez dział CSR w związku z realizacją strategii CSR oraz
- darowizny na cele charytatywne wskazane lokalnie w związku z działaniami społeczności.

Darowizny w ramach strategii CSR są uznawane za alokację zasobów działu CSR, jeśli są zgodne z opublikowaną przez Grupę strategią CSR (obejmującą włączenie cyfrowe, zrównoważenie środowiskowe lub różnorodność) i spełniają właściwe wymogi prawne i podatkowe, aby kwalifikować się jako darowizny.

Darowizny na cele charytatywne są **związane z działaniem społeczności**, jeśli są przekazywane lokalnie oraz spełniają właściwe wymogi prawne i podatkowe, aby kwalifikować się jako darowizny, ale nie są zgodne z opublikowaną przez Grupę strategią CSR. Przykładem takiej darowizny może być zakup stołu na potrzeby uroczystej kolacji, podczas której będą zbierane środki dla miejscowego szpitala. Należy zauważyć, że tego typu darowizny, często inicjowane poprzez kontakty z partnerami lub klientami, wymagają szczególnej ostrożności, aby zapewnić brak konfliktu interesów.

> Darowizny na cele charytatywne – zasady zatwierdzania

Pracownicy oraz osoby fizyczne, osoby prawne i inne osoby działające w imieniu Grupy Capgemini mogą dokonywać darowizn na cele charytatywne tylko wtedy, gdy **spełnione zostaną następujące warunki**:

- uzyskano na temat celu darowizny wystarczająco dużo informacji, aby stwierdzić, że jest on zgodny z przyjętymi przez Grupę siedmioma wartościami i Kodeksem etyki biznesu;
- odbiorca darowizny jest działającą zgodnie z przepisami prawa organizacją charytatywną i został poddany badaniu due diligence **przed** przekazaniem darowizny zgodnie z postanowieniami punktu 5 „Badanie due diligence osób trzecich”;



- wszelkie potencjalne lub nawet pozorne przypadki konfliktu interesów związane z tą darowizną zostały ujawnione i wyjaśnione;
- wszelkie inne zgłoszone problemy etyczne zostały odpowiednio rozwiązane;
- płatności darowizny nie są nigdy dokonywane w formie gotówkowej lub na prywatne konto osoby fizycznej;
- odbiorca zgadza się na wystawienie pisemnego pokwitowania kwoty otrzymanej darowizny;
- kwota darowizny zostanie rzetelnie i dokładnie ujęta w księgach i rejestrach Grupy;
- cała stosowna dokumentacja będzie prowadzona z myślą o ewentualnych przyszłych audytach.

Wszystkie darowizny na cele charytatywne muszą być zatwierdzone przez inspektora ds. etyki i zgodności na dany kraj oraz przez:

- dział CSR, jeśli darowizna ma być uznana za alokację zasobów CSR; lub
- właściwego kierownika jednostki rynkowej, jednostki biznesowej, strategicznej jednostki biznesowej lub globalnej linii biznesowej na dany kraj w przypadku darowizny związanej z działaniami społeczności.

Ponadto darowizny przekraczające określone poniżej wartości progowe wymagają dodatkowego zatwierdzenia przez sekretarza generalnego Grupy Capgemini:

- 15 tys. euro w krajach o niskim ryzyku korupcji ([wynik w publikowanym przez Transparency International rankingu percepcji korupcji](#) równy co najmniej 50) lub
- 5 tys. euro w krajach o średnim i wysokim ryzyku korupcji ([wynik w publikowanym przez Transparency International rankingu percepcji korupcji](#) poniżej 50).

Każdy wspomniany inspektor ds. etyki i zgodności właściwy dla danego kraju na bieżąco prowadzi skonsolidowaną dokumentację wszystkich darowizn na cele charytatywne zatwierdzonych przez jednostki znajdujące się na podległym mu obszarze geograficznym. Dokumentacja ta jest dostępna do weryfikacji na żądanie.

Praktyczny przykład

W godzinach pracy pracownik Capgemini jest proszony o przekazanie darowizny na cele charytatywne. Jak pracownik Capgemini powinien się w takiej sytuacji zachować?

Pracownik Capgemini może przekazać darowiznę na cele charytatywne we własnym imieniu. Jeśli jednak chce przekazać taką darowiznę w imieniu Grupy, musi skontaktować się w tej sprawie z właściwą osobą zatwierdzającą z działu biznesowego i lokalnym inspektorem ds. etyki i zgodności (zgodnie z powyższym opisem).



Praktyczny przykład

Klient prosi pracownika Capgemini o wsparcie finansowe dla fundacji charytatywnej, w radzie której zasiada. Jak pracownik Capgemini powinien się w takiej sytuacji zachować?

Tego typu prośba musi zostać dokładnie zweryfikowana, aby upewnić się, że nie pojawia się konflikt interesów. Darowizna na cele charytatywne nigdy nie może być warunkiem odnowienia umowy biznesowej. Ponadto, darowizna taka nigdy nie może być zatwierdzana ani przyznawana w trakcie trwania przetargu, jako że mogłaby zostać zinterpretowana jako żądanie lub wręczenie „nienależnej korzyści”. Aby chronić interesy klientów i Capgemini, pracownik Capgemini nie może podejmować żadnych zobowiązań przed zatwierdzeniem prośby o darowiznę w ramach procedury przewidzianej przez dział ds. etyki i zgodności oraz spełnieniem warunków zatwierdzenia.

3. KONFLIKT INTERESÓW

Konflikt interesów pojawia się wówczas, gdy prywatne interesy (w tym interesy finansowe lub inne) pracownika lub krewnych pracownika rzeczywiście lub potencjalnie wpływają na obiektywne wykonywanie obowiązków służbowych przez pracownika lub gdy taki wpływ może być postrzegany. Innymi słowy, konflikt interesów ma miejsce wówczas, gdy pracownik *może* nadużywać swojego stanowiska służbowego dla korzyści prywatnych. Konflikt interesów może prowadzić do korupcji, o ile pracownik *rzeczywiście* nadużywa swojego stanowiska służbowego dla korzyści prywatnych.

W zetknięciu się z konfliktem interesów nie ma nic złego, ponieważ każdy pracownik Capgemini ma życie prywatne. Liczy się jednak świadomość istnienia przypadku rzeczywistego, potencjalnego lub postrzeganego konfliktu interesów oraz właściwe ujawnienie każdego takiego przypadku.

Typowe sytuacje, w których może zaistnieć rzeczywisty, potencjalny lub postrzegany konflikt interesów:

- relacje z partnerem biznesowym wpływające lub wywołujące wrażenie wpływania na lojalność pracownika Capgemini wobec Grupy lub na jego zdolność do podejmowania profesjonalnych decyzji w interesie Grupy;
- używanie majątku Grupy lub informacji uzyskanych w ramach wykonywania obowiązków służbowych przynoszące pracownikowi lub krewnemu pracownika określoną korzyść.

Pracownik Capgemini musi bezzwłocznie powiadomić swojego przełożonego o każdej sytuacji stanowiącej rzeczywisty, potencjalny lub pozorny konflikt interesów, a przełożony musi wówczas zastosować procedurę przedstawioną w Polityce Grupy w zakresie konfliktu interesów. Wszelkie pytania i wątpliwości dotyczące prawidłowego postępowania w przypadku potencjalnego konfliktu należy kierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności.

Pracownik Capgemini musi podejmować decyzje w interesie Grupy, niezależnie od swoich interesów prywatnych.

Aby określić, czy dana sytuacja może prowadzić do konfliktu interesów, pracownik Capgemini musi odpowiedzieć sobie na następujące pytania:



- Jak ta sytuacja może wyglądać dla osoby spoza Capgemini? Czy byłoby mi niezręcznie, gdyby moi współpracownicy o niej wiedzieli? Jaka byłaby moja reakcja na wiadomość o tym, że osoba z mojego zespołu jest w takiej samej sytuacji?
- Czy ja lub moi krewni uzyskalibyśmy korzyść dzięki mojej relacji z osobą trzecią?
- Czy ta sytuacja może wpływać na moje decyzje podejmowane w Capgemini?
- Czy mam poczucie zobowiązania ze względu na relacje łączące mnie z osobą trzecią?
- Czy moje relacje z osobą trzecią wydają się zagrażać mojej zdolności do podejmowania decyzji w interesie Capgemini?

Jeśli odpowiedzią na którekolwiek z powyższych pytań jest „tak” lub „być może”, oznacza to, że pracownik ma rzeczywisty, potencjalny lub postrzegany konflikt interesów i musi o tym fakcie poinformować swojego przełożonego.

Praktyczny przykład

Obowiązki służbowe krewnego pracownika Capgemini wymagają od niego zawierania transakcji z Capgemini w tym samym obszarze działalności, w którym pracownik ma wpływ na decyzje biznesowe, na przykład:

- krewny pracownika Capgemini jest zatrudniony u dostawcy Capgemini, który niedawno złożył ofertę Capgemini, natomiast przełożony pracownika Capgemini chce włączyć tego pracownika do zespołu dokonującego oceny wszystkich ofert, w tym oferty złożonej przez wspomnianego krewnego;
- krewny pracownika Capgemini jest zatrudniony u klienta Capgemini, natomiast przełożony pracownika Capgemini chce włączyć tego pracownika do zespołu zajmującego się przetargami, aby przekonać klienta do zawarcia umowy z Capgemini.

Pracownik Capgemini musi zgłosić przełożonemu te sytuacje, gdy tylko się o nich dowie. O ewentualnym podjęciu dalszych działań zdecyduje przełożony. Zasadniczo nie byłoby dla pracownika Capgemini właściwe posiadanie wpływu na wydanie lub kompetencji do wydania decyzji dotyczącej krewnego. Wszelkie wątpliwości należy kierować do lokalnego inspektora ds. etyki i zgodności.

4. LOBBING

Lobbing można zdefiniować jako działalność mającą na celu wywarcie wpływu na decyzję organu administracji publicznej, a zwłaszcza na treść przyjmowanych przepisów prawa. W wielu krajach, takich jak Francja, działalność lobbingowa jest regulowana przepisami prawa, podlega ścisłym zasadom etycznym i musi być zarejestrowana w rejestrze publicznym, jeśli spełnione są określone warunki.

Prowadzenie lobbingu jest **zabronione**, chyba że została nań w drodze wyjątku wydana wyraźna zgoda przez dyrektora generalnego Grupy. Wszelkie objęte takim wyjątkiem działania lobbingowe



prowadzone w imieniu Grupy muszą być transparentne i zgodne z przepisami prawa właściwego.

5. BADANIE DUE DILIGENCE OSÓB TRZECICH

Z perspektywy antykorupcyjnej osoby trzecie mogą stanowić ryzyko. Przykłady:

- klient może domagać się łapówki;
- dostawcy i pośrednicy mogą wykorzystać część swojego wynagrodzenia do sfinansowania łapówki wręczonej w imieniu, ale bez wiedzy, Capgemini;
- osoba trzecia może być własnością osoby lub mieć powiązania z osobą, na którą Capgemini może chcieć wywrzeć wpływ, co prowadzi do konfliktu interesów, który musi zostać zidentyfikowany i rozwiązany.

Pracownicy zajmujący się w Capgemini zatrudnianiem lub angażowaniem do współpracy osób trzecich, takich jak na przykład klienci, pośrednicy, dostawcy, konsultanci lub podwykonawcy, muszą dopilnować, aby taka osoba trzecia miała zarówno wymagane kwalifikacje, jak i dobrą reputację biznesową.

Przyjęte w Capgemini procedury oceny osób trzecich są proporcjonalne do ryzyka korupcji związanego z daną osobą trzecią, zgodnie z okresowo aktualizowaną mapą ryzyka korupcji opracowaną przez Grupę. Wspomniane ryzyko korupcji różni się w zależności od jurysdykcji, sektora biznesowego, osób trzecich, charakteru relacji z daną osobą trzecią, skali i złożoności transakcji oraz identyfikacji potencjalnych sygnałów ostrzegających o korupcji. Poziom przeprowadzonego badania due diligence uwzględnia wspomniane czynniki.

Każda osoba trzecia musi zostać poddana badaniu due diligence zgodnie z Polityką antykorupcyjną Grupy oraz Polityką w zakresie badań due diligence pod kątem sankcji handlowych.

Praktyczne przykłady

Pracownik Capgemini chce zatrudnić Y jako dostawcę. Co musi w tym celu zrobić?

Musi przeprowadzić badanie due diligence dostawcy zgodnie z obowiązującą procedurą.

Pracownik Capgemini chce wziąć udział w publicznym zaproszeniu do składania ofert ogłoszonym przez W w Malezji. Co musi w tym celu zrobić?

Musi przeprowadzić badanie due diligence klienta zgodnie z obowiązującą procedurą.



Praktyczny przykład

Pracownik Capgemini z działu sprzedaży szuka sposobów na zdobycie nowego zamówienia w określonym sektorze. Zgłasza się do niego pan Y, znany biznesmena z tego sektora, który stwierdza, że może w zdobyciu nowych klientów w zamian za „prowizję” stanowiącą procent od wartości zdobytych zamówień (tzw. „finder’s fee”). Jak pracownik Capgemini powinien postąpić w takiej sytuacji?

Oprócz obowiązku przestrzegania, określonych w Niebieskiej Księdze, reguł dotyczących Konsultantów i Pośredników ds. Sprzedaży, każda osoba trzecia podlega badaniu due diligence zgodnie z Polityką antykorupcyjną Grupy oraz Polityką w zakresie badań due diligence pod kątem sankcji handlowych. Polityka ta stanowi, że z usług pośredników ds. sprzedaży można korzystać tylko w wyjątkowych przypadkach za zgodą Komisji Rewizyjnej Grupy, natomiast korzystanie z usług konsultantów ds. sprzedaży pobierających honorarium w stałej wysokości jest obarczone dużym ryzykiem i należy wobec nich zastosować procedurę rozszerzonego badania due diligence. Obydwie wyżej wskazane Polityki zawierają również wytyczne dotyczące monitorowania pośredników i konsultantów ds. sprzedaży oraz obowiązujących ich wymogów w zakresie raportowania.

Praktyczny przykład

Potencjalny klient informuje pracownika Capgemini, że Capgemini wygra przetarg, o ile zaangażuje w roli podwykonawcy określone przedsiębiorstwo lub określoną osobę fizyczną. Co ma zrobić pracownik Capgemini?

Wprawdzie mogą istnieć uzasadnione przyczyny biznesowe, aby klient zażądał zaangażowania konkretnego podwykonawcy, warunek taki należy jednak uznać za sygnał ostrzegawczy. W takim przypadku pracownik Capgemini musi ustalić i udokumentować uzasadnienie biznesowe takiego warunku oraz stwierdzić brak konfliktu interesów. Jeśli uzasadnienie nie jest jednoznaczne lub jeśli istnieją jakiegokolwiek wątpliwości, należy skonsultować się w tej sprawie z lokalnym inspektorem ds. etyki i zgodności. Dodatkowe wskazówki można znaleźć w Polityce antykorupcyjnej Grupy oraz w Polityce w zakresie badań due diligence pod kątem sankcji handlowych.

Praktyczny przykład

Kierownik działu Capgemini chce przekazać darowiznę na rzecz renomowanej fundacji. Czy należy przeprowadzić badanie due diligence osoby trzeciej?

Tak. Oprócz obowiązku przestrzegania Polityki antykorupcyjnej Grupy (zob. pkt 2.2 dotyczący darowizn na cele charytatywne) każda osoba trzecia podlega badaniu due diligence zgodnie z Polityką antykorupcyjną Grupy oraz Polityką w zakresie badań due diligence pod kątem sankcji handlowych. Polityki te stanowią, że odbiorcy darowizn na cele charytatywne są uznawani za osoby obarczone wysokim ryzykiem i należy wobec nich zastosować procedurę rozszerzonego badania due diligence. W Politykach znajdują się również stosowne wytyczne dotyczące monitorowania osób trzecich oraz okresowego powtarzania badania due diligence.



6. WSPÓLNE PRZEDSIĘWZIĘCIA, KONSORCJA ORAZ FUZJE I PRZEJĘCIA

Wspólne przedsięwzięcia, konsorcja oraz fuzje i przejęcia są transakcjami strategicznymi, które stanowią istotne ryzyko odpowiedzialności prawnej z tytułu korupcji. Grupa może zostać pociągnięta do odpowiedzialności prawnej z tytułu praktyk korupcyjnych partnerów wspólnego przedsięwzięcia lub konsorcjum lub spółek przejmowanych przez Grupę.

Przed przystąpieniem do wspólnego przedsięwzięcia lub konsorcjum lub przed przeprowadzeniem fuzji lub przejęcia, lub w razie konieczności, bezzwłocznie po takich operacjach należy wykonać właściwe badanie due diligence partnerów i przejmowanych spółek.

Więcej informacji na ten temat można znaleźć w Procedurach badania due diligence dotyczących Fuzji i Przejęć oraz wytycznych dotyczących uczestnictwa w konsorcjach.

7. ZGŁASZANIE NARUSZEŃ I WĄTPLIWOŚCI ZA POŚREDNICTWEM SYSTEMU SpeakUp

Pracownik Capgemini, który w dobrej wierze dowie się o jakimkolwiek przypadku korupcji, powinien zgłosić taki przypadek za pośrednictwem systemu [SpeakUp](#).

System SpeakUp to zapewniające poufność zgłoszeń internetowo-telefoniczne narzędzie, które Capgemini udostępnia swoim pracownikom, dostawcom, klientom i partnerom biznesowym, także w jednostkach powiązanych.

System SpeakUp służy do zgłaszania wątpliwości oraz przekazywania próśb o porady i wskazówki w sprawach oszustw, nękania w miejscu pracy, praktyk korupcyjnych, konfliktu interesów, nieuczciwej konkurencji i innych form nieetycznego postępowania, niezgodnego z przyjętymi przez Grupę siedmioma wartościami i Kodeksem etyki biznesu.

W niektórych krajach z systemu SpeakUp można korzystać jedynie w ograniczonym zakresie spraw. Aby poznać dokładny zakres spraw, które można zgłaszać w danym kraju, należy zapoznać się z Polityką dotyczącą systemu SpeakUp lub skontaktować się z lokalnym inspektorem ds. etyki i zgodności.

Korzystanie z systemu SpeakUp jest dobrowolne. Przypominamy, że zwykłą drogą zgłaszania ewentualnego naruszenia jest kontakt ze swoim bezpośrednim przełożonym, [lokalnym inspektorem ds. etyki i zgodności](#) lub pracownikiem działu kadr.

Jeśli zwykła droga zgłaszania ewentualnego naruszenia jest w danym przypadku niekomfortowa, należy w tym celu skorzystać z [systemu SpeakUp](#). Za pośrednictwem tego systemu można też zadawać pytania.



Grupa Capgemini zabrania podejmowania jakichkolwiek działań odwetowych wobec pracownika, który w dobrej wierze zgłasza naruszenie zasad lub przepisów, nawet jeśli takie zgłoszenie zostanie później uznane za nieuzasadnione. Działanie w dobrej wierze oznacza działanie uczciwe lub pozbawione złośliwego zamiaru. Świadome zgłaszanie fałszywych informacji nie będzie tolerowane.

O Capgemini

Capgemini to światowy lider w dziedzinie doradztwa, transformacji cyfrowej oraz usług technologicznych i inżynierskich, który oferuje innowacyjne rozwiązania pozwalające klientom na wykorzystanie wszystkich możliwości pojawiających się w zmieniającym się świecie technologii chmurowych, cyfrowych i platformowych. Na bazie 50-letniego doświadczenia i głębokiej wiedzy branżowej Capgemini pomaga przedsiębiorstwom w realizacji ich ambicji biznesowych, oferując im szeroki zakres usług obejmujących w szczególności planowanie strategiczne i działania operacyjne. Motywem przewodnim Capgemini jest przekonanie, że źródłem i katalizatorem wartości biznesowej technologii są ludzie. Capgemini to wielokulturowe przedsiębiorstwo zatrudniające 270 tys. osób w prawie 50 krajach. Łączne globalne przychody Grupy w 2019 roku wraz z przychodami Altran wyniosły 17 mld euro.

Więcej informacji o Capgemini można znaleźć w witrynie www.capgemini.com.



People matter, results count.