

La Charte Ethique

- Édition 2018 –

Lettre du Directoire

Madame, Monsieur, Chers Collaborateurs,

Le groupe JCDecaux opère et se doit d'opérer de façon responsable et durable, sur tous les marchés sur lesquels il est présent. Cet engagement vaut vis-à-vis de ses collaborateurs, de ses clients et fournisseurs, des collectivités locales et territoriales, ainsi que vis-à-vis de ses concurrents. Notre réputation et la confiance de nos partenaires (comprenant nos investisseurs, nos clients et nos fournisseurs) en dépendent.

Cette Charte, dont la première version date de 2001, a été mise à jour en 2005, 2009 et 2014.

L'édition 2018 :

- réaffirme l'engagement du Directoire et de l'ensemble du Groupe de s'opposer à toute forme de corruption et de trafic d'influence,
- prend en compte l'évolution des réglementations nationales et, en particulier la mise en œuvre de la loi française d'application mondiale du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite loi « Sapin II »),
- rend plus opérationnels les principes énoncés dans cette Charte.

Cette Charte Ethique est complétée par une Procédure d'engagement et de gestion des conseils à laquelle le Groupe peut recourir, en particulier dans la prospection de nouveaux marchés ou pays.

Elle est accompagnée par la mise en place, au niveau du Groupe, de formations à caractère obligatoire sur les Règles Ethiques Fondamentales, en particulier la lutte contre la corruption et le trafic d'influence qui est un engagement essentiel du Directoire, pour lesquelles aucun manquement ne sera toléré.

Nous savons que vous êtes attachés aux principes de qualité et d'intégrité qui sont au cœur des valeurs de notre entreprise. Le Directoire confirme que ces valeurs sont et continueront d'être les valeurs essentielles du Groupe et compte sur vous tous pour que nous maintenions sa réputation.

A cette fin, nous vous demandons de lire attentivement l'édition 2018 de la Charte Ethique et de vous y conformer.

Tous ensemble, nous continuerons de progresser et de réussir en conservant une attitude citoyenne dans tous les pays où nous sommes et où nous serons présents.

Le Directoire

Jean-François Decaux

Jean-Sébastien Decaux

David Bourg

Jean-Charles Decaux

Emmanuel Bastide

Daniel Hofer

Préambule

Au sein d'un environnement international complexe, tant sur les plans juridique, opérationnel, commercial que social, le Groupe JCDecaux s'engage à respecter, et appelle chaque collaborateur à respecter, une éthique professionnelle dont les principes sont énoncés dans la présente Charte Ethique, ainsi que dans la Charte Internationale des Valeur Sociales Fondamentales du Groupe.

Les principes décrits dans ces Chartes ne se limitent pas au rappel de la nécessité de respecter la loi, qui est différente dans chacun des pays où le Groupe est présent ; ils cherchent à promouvoir une réflexion personnelle et le sens des responsabilités de chacun.

Le Directoire a exprimé un engagement fort pour que les relations entre les parties prenantes des activités du Groupe JCDecaux, notamment :

- d'une part, chaque entreprise du Groupe ainsi que leurs collaboratrices et collaborateurs,
- d'autre part, les entreprises et personnes qui sont nos interlocuteurs, notamment :
 - les agents publics et les représentants des collectivités locales et territoriales,
 - les clients, qu'ils soient annonceurs ou centrales d'achats,
 - les fournisseurs et les prestataires extérieurs,

correspondent à des comportements éthiques en toutes circonstances.

La présente Charte Ethique se veut à la fois un outil de transmission du message éthique du Directoire et un outil d'aide à la prise de décision dans certaines situations.

De ce fait, sa bonne connaissance et son acceptation sont essentielles pour le respect des principes d'éthique qui sont ceux du Groupe. Ainsi, au-delà de sa seule diffusion interne, le Directoire a chargé la Direction Juridique Groupe de s'assurer que les principes de la Charte, en particulier en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence, ont été bien compris, et que leur mise en œuvre pratique pourra être assurée dans l'ensemble du Groupe.

Pour cela, un dispositif de formation obligatoire est mis en œuvre depuis plusieurs années sous la forme de *e-learning*, qui sera complété à terme par des modules plus ciblés et spécifiques, avec un contenu le plus opérationnel possible afin de correspondre aux interrogations qui peuvent se poser dans nos métiers.

Ces actions de formation visent prioritairement les collaborateurs identifiés comme susceptibles d'être confrontés à des problématiques de corruption et de trafic d'influence, mais le développement progressif de formats plus diversifiés (*e-learning*, présentiel, webinar,...) a pour objectif d'assurer, pour l'ensemble de nos activités et sur nos diverses géographies, une bonne compréhension des règles énoncées par la Charte.

Si vous avez le moindre doute sur l'interprétation de l'un ou l'autre des principes énoncés dans la Charte Ethique, ou sur son application, nous vous engageons à consulter sans délai votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou, à défaut, la Direction Juridique Groupe.

Cordialement.

Le Directeur Juridique Groupe
Bertrand Allain

Sommaire

Partie I - La Charte Ethique

1. [Objet](#) de la Charte Ethique
2. [Diffusion](#) de la Charte Ethique
3. La procédure d'[alerte](#)

Partie II - Les Règles Ethiques Fondamentales

1. Interdiction de la [corruption](#) et du [trafic d'influence](#)
+ *Guide pratique - situations à risque / comportement à adopter*
2. Respect des [règles de libre concurrence](#)
+ *Guide pratique - situations à risque / comportement à adopter*
3. Respect des [règles de transparence financière et comptable](#)
+ *Guide pratique - situations à risque / comportement à adopter*

Partie III - Les Principes de Comportement Ethique

1. Relations d'affaires [avec les Administrations](#)
+ *Guide pratique - situations à risque / comportement à adopter*
2. Relations d'affaires [avec les Clients](#)
+ *Guide pratique - situations à risque / comportement à adopter*
3. Relations d'affaires [avec les Fournisseurs](#)
+ *Guide pratique - situations à risque / comportement à adopter*
4. Droits & responsabilités des [collaborateurs du Groupe JCDecaux](#)
+ *Guide pratique - situations à risque / comportement à adopter*

Partie IV - Le Comité d'Ethique Groupe

1. [Saisine](#) du Comité d'Ethique
2. [Protection](#) des collaborateurs
3. [Protection](#) des données personnelles
4. [Rôle](#) du Comité d'Ethique
5. [Composition](#) du Comité d'Ethique et nomination de ses membres
6. [Fonctionnement](#) du Comité d'Ethique
7. [Modalités de reporting](#) au Directoire et au Conseil de surveillance

Partie I : la Charte Ethique

1. Objet de la Charte Ethique et périmètre d'application

La Charte Ethique (la « Charte ») définit les règles que toute société du Groupe et tout collaborateur doivent impérativement respecter, tant dans leur comportement interne que vis-à-vis des personnes, entreprises et collectivités dans leurs relations professionnelles. Elle définit aussi la procédure d'alerte mise en place en cas de non-respect de ces règles.

Pour les besoins de la Charte, le Groupe JCDecaux s'entend de JCDecaux SA, ses filiales directes et indirectes et toutes sociétés dans lesquelles JCDecaux SA a un intérêt minoritaire, directement ou indirectement, mais sur lesquelles est exercé un contrôle qui peut être exclusif ou conjoint (le « Groupe JCDecaux » ou le « Groupe »).

2. Diffusion de la Charte Ethique

2.1 La Charte doit être :

- systématiquement remise à chaque collaborateur au moment de son embauche et faire partie de son contrat de travail,
- accessible via l'Intranet du Groupe ou sur demande auprès de la Direction des Ressources Humaines de chacune des sociétés du Groupe,
- systématiquement annexée à chaque contrat avec des agents et intermédiaires extérieurs (les « Agents ») comme défini par ailleurs dans une Procédure d'engagement et de gestion des Conseils.

Les cadres et dirigeants de JCDecaux SA et des filiales sont responsables de son application permanente et de sa diffusion auprès de leurs collaborateurs. Un poste de responsabilité ne peut être attribué à une personne qu'après vérification de ses capacités à comprendre et mettre en œuvre les règles d'éthique du Groupe JCDecaux, qu'elle aura à respecter et à faire respecter.

2.2 Les Directions Générales de chaque entité du Groupe seront tenues annuellement de communiquer sur le respect de ces règles de diffusion.

2.3 La Direction Juridique et la Direction de l'Audit Interne du Groupe JCDecaux sont en charge de veiller au respect de ces règles de diffusion.

3. Procédure d'alerte

Si vous avez connaissance d'une situation dans laquelle les principes énoncés dans la Charte ne seraient pas respectés, la procédure ci-après permettra de traiter cette anomalie, en prenant en compte les spécificités légales et réglementaires et les usages existants, et en faisant appel au bon sens de chacun d'entre vous.

3.1 Non-respect des Principes de Comportement Ethique

Si l'anomalie relève d'une situation dans laquelle les Principes de Comportement Ethique du Groupe ne sont pas respectés, elle sera portée à la connaissance de votre directeur ou de votre supérieur(e) hiérarchique direct.

Si la personne qui informe de l'anomalie a des motifs de croire que l'information à son directeur ou supérieur hiérarchique direct peut présenter des difficultés ou peut ne pas être suivie d'une action adaptée, elle pourra en informer la Direction Générale du pays concerné ou la Direction Générale de la zone géographique. Il est de la responsabilité de la personne ainsi informée de définir et mettre en œuvre les mesures d'enquête et de correction qui seront nécessaires.

Le Groupe JCDecaux, dans tous les cas, s'engage à ce que soit examiné tout manquement à l'éthique professionnelle qui, de bonne foi et en toute honnêteté, serait ainsi porté à sa connaissance, et qu'une solution visant à remédier à de tels manquements soit proposée, si l'anomalie est avérée.

3.2 Non-respect des Règles Ethiques Fondamentales

Toute violation potentielle d'une Règle Ethique Fondamentale (corruption/trafic d'influence, libre concurrence, infractions financières) pourra être portée à la connaissance du Comité d'Ethique Groupe en activant la procédure d'alerte prévue à cet effet. Elle pourra donner lieu, si elle est avérée, à des sanctions disciplinaires.

La composition et les règles de fonctionnement du Comité d'Ethique Groupe sont décrites en Partie IV de la présente Charte.

Les Règles Ethiques Fondamentales sont celles dont le non-respect est de nature à avoir un impact majeur sur l'activité présente et future du Groupe. Le traitement des manquements éventuels, leur investigation et les recommandations en résultant sont de la compétence du Comité d'Ethique Groupe, créé au sein de JCDecaux SA. Les règles de saisine et de fonctionnement de ce Comité sont définies en Partie IV de la présente Charte.

Partie II : les Règles Ethiques Fondamentales

Les Règles Ethiques Fondamentales sont :

- l'interdiction de la corruption et du trafic d'influence,
- le respect des règles de libre concurrence,
- le respect des règles en matière d'information comptable et financière.

1. Interdiction de la corruption et du trafic d'influence

1.1 Toute forme de corruption ou de trafic d'influence est strictement proscrite

Une société qui pratique la corruption et/ou le trafic d'influence, ou qui n'agit pas pour combattre les actes de corruption ou de trafic d'influence qui peuvent être commis par des tiers en son nom :

- ruine sa réputation ;
- encourt des risques majeurs qui, au-delà de sanctions financières, peuvent inclure l'interdiction de participer à des appels d'offres ou contrats émis par les Administrations ;
- et fait encourir à ses collaborateurs des sanctions pénales personnelles sévères, pouvant inclure des peines d'emprisonnement.

Qu'est-ce que la corruption ?

La corruption active est le fait de donner à un agent public ou à une personne d'une entité de droit privé, de façon sollicitée ou non, directement ou indirectement, un avantage quelconque indu, pour lui-même ou quelqu'un d'autre, ou même de promettre de donner ou d'offrir simplement cet avantage afin que cette personne accomplisse, retarde ou s'abstienne d'accomplir un acte dans le cadre de ses fonctions.

Cela inclut des avantages donnés directement ou indirectement via un tiers, par exemple un membre de la famille ou une personne associée en affaires, ou toute autre personne désignée.

La corruption est passive lorsqu'une personne, publique ou privée, profite de ses fonctions en sollicitant ou en acceptant des dons, promesses ou avantages en vue d'accomplir ou de s'abstenir d'accomplir un acte de sa fonction.

Qu'est-ce que le trafic d'influence ?

Le trafic d'influence est le fait par une personne dépositaire de l'autorité publique, chargée d'une mission de service public ou investie d'un mandat électif public, de solliciter ou d'agréer, sans droit, à tout moment, directement ou indirectement, des offres, des promesses, des dons, des présents ou des avantages quelconques pour elle-même ou pour autrui, pour abuser ou avoir abusé de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir d'une autorité ou d'une administration publique des distinctions, emplois, marchés ou toute autre décision favorable.

1.2 Nos impératifs

Le Groupe JCDecaux bannit de façon expresse toute forme de corruption ou de trafic d'influence.

Le respect de cet engagement est un impératif absolu du Groupe JCDecaux,

- pour contribuer à la moralisation des relations d'affaires ;
- pour préserver nos intérêts à court et long terme dans l'ensemble des pays du monde dans lesquels nous sommes présents, ou dans lesquels nous souhaitons nous développer.

Notre Groupe doit être exemplaire en la matière.

1.3 Cadeaux et invitations

Les invitations et cadeaux aux agents publics ou à des personnes privées ne sont autorisés que dans le strict respect des lois applicables dans le pays concerné et du code de conduite en vigueur au sein de leur administration d'appartenance.

En tout état de cause, ces invitations et cadeaux sont strictement interdits en période d'appel d'offre. Les paiements dits « de facilitation » ou « facilitation payments » ne sont pas admis dans le Groupe.

1.4 Usage des agents, consultants, intermédiaires et lobbyistes

L'utilisation d'agents, consultants et intermédiaires doit être strictement contrôlée et correspondre à des prestations réelles et justifiées. La rémunération de ces personnes constitue un risque identifié de corruption indirecte, qui peut être réalisé à l'insu du Groupe. Chacun doit être professionnel et vigilant sur ce sujet.

1.5 Financement des partis politiques

La politique générale du Groupe est de ne pas contribuer au financement des partis ou des personnels politiques. Toute exception à cette politique générale doit être autorisée préalablement par la Direction Générale du Groupe. Les contributions autorisées doivent être réalisées en conformité avec la législation nationale applicable. En particulier, si de telles contributions sont autorisées par la loi et validées par la Direction Générale du Groupe, toutes déclarations et inscriptions requises par la loi doivent être réalisées. Le Groupe respecte bien entendu le droit de ses collaborateurs de s'investir à titre personnel dans la vie politique, cette participation devant demeurer personnelle.

Consultez le Guide pratique ci-après

Guide pratique :

Situations à risque / comportements à adopter

► Interdiction de la corruption et du trafic d'influence

1. Qu'est-ce qu'un agent public ?

La notion d'agent public est très largement définie et s'applique à tout fonctionnaire, agent ou salarié d'un Etat, d'une agence étatique ou internationale, d'une entreprise détenue par un état, d'une collectivité territoriale, d'une commune ainsi qu'à tout élu, magistrat ou à toute personne bénéficiant d'une délégation de services de l'un quelconque de ces organismes.

2. Un contexte juridique strict, sévère et international

Sur le plan national, dans chacun des pays dans lesquels nous sommes présents, existe une législation de répression des actes de corruption commis vis-à-vis des agents publics, mais aussi vis-à-vis des personnes privées.

Sur le plan international, quarante pays ont adopté la Convention de l'Organisation pour la Coopération et le Développement Economique (OCDE) du 17 septembre 1997 contre la corruption des agents publics étrangers et ont adopté leur législation interne pour réprimer de tels actes.

La Convention Pénale sur la Corruption de l'Union Européenne de 1999, la Convention Inter-américaine contre la corruption de 1996 et la Convention des Nations-Unies contre la Corruption de 2003 ont fait de la lutte contre la corruption des agents publics et privés un objectif international de la plus haute priorité. Ces conventions ont été transposées en droit pénal interne dans de très nombreux pays.

De ce fait, les législations nationales étendent progressivement et vigoureusement la répression de la corruption à celle des agents publics étrangers.

Parmi ces législations nationales qui ont étendu leur application à la corruption internationale, citons :

- en France, la loi du 30 juin 2000 modifiée par la loi du 13 novembre 2007 qui ajoute à l'infraction de corruption d'agents publics français celle d'agents publics étrangers, et, plus récemment, la loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (loi « Sapin II »), qui renforce les contrôles et la répression des faits de corruption et de trafic d'influence, ainsi que l'absence de mesures préventives, confiés à une nouvelle autorité administrative indépendante dédiée (l'Agence Française Anticorruption) ;
- aux USA, le *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA) de 1977, élargi en 1998, sanctionne pénalement les faits de corruption d'agents publics étrangers.

Les Etats-Unis ont mis en œuvre, dans le cadre du FCPA, une politique très vigoureuse de lutte contre la corruption internationale. Cette législation concerne tant les citoyens et résidents américains que les non-résidents, à partir du moment où un ou plusieurs éléments du fait de corruption peut être rattaché aux USA. Cette notion de rattachement est très large.

En France et au Royaume-Uni, respectivement la loi Sapin II de 2016 et le Bribery Act de 2010 sont inspirés du FCPA américain, mais d'application plus large encore et requièrent des entreprises qu'elles mettent en place des mesures positives de prévention et de lutte contre la corruption.

Les législations anti-corruption britannique et française ne comportent pas de dérogations pour les petits paiements de facilitation (ou « facilitation payments ») parfois utilisés pour accélérer des procédures administratives, tel le dédouanement de marchandises.

3. Respect du principe de lutte contre la corruption et le trafic d'influence

Appliquez les principes d'intégrité et d'honnêteté les plus stricts dans vos relations avec l'ensemble des administrations territoriales et des gouvernements. Ce qui peut constituer un usage dans le monde des affaires peut être inadmissible, voire entraîner des sanctions pénales, dans les relations avec les agents publics.

Les limites entre pratiques habituelles tolérées et corruption ou trafic d'influence sont parfois incertaines et variables selon les pays et dans le temps. La partie 4 ci-dessous doit être utilisée comme une aide dans de telles situations.

4. Limites entre pratiques habituelles tolérées et corruption ou trafic d'influence

Les législations sur la corruption et le trafic d'influence ne font jamais explicitement référence aux frais de représentation et de promotion, de sorte qu'une incertitude existe sur leur admissibilité et leurs limites.

Les « Guidance to Commercial Organisations » (GCO) publiées en 2011 par le Ministère de la Justice britannique ont eu le mérite de tenter de définir cette frontière. Elles ne sont toutefois qu'indicatives et chacun doit impérativement se poser la question du caractère raisonnable, proportionnel et motivé de la dépense.

Selon les GCO, les dépenses de représentation et de promotion peuvent clairement être considérées comme des actes de corruption si elles ont été effectuées dans l'intention d'exercer une influence sur une personne ayant un pouvoir de décision. En outre, certaines dépenses de représentation et de promotion destinées à instaurer et maintenir des relations cordiales, à améliorer l'image de l'entreprise ou à promouvoir ses produits, peuvent être admises ; toutefois, leur limite est incertaine et elles doivent être engagées avec la plus grande prudence.

Quelques exemples pratiques :

- procurer à un agent public ou une personne privée un billet d'avion pour une destination prestigieuse assorti d'un logement pour lui permettre d'y rencontrer des hauts dirigeants du Groupe est un élément à très haut risque, même si cela est présenté comme la solution la plus pratique pour toutes les parties concernées compte-tenu des agendas respectifs ;
- si l'invitation est faite au siège social du Groupe ou de la filiale, le caractère raisonnable et proportionné est lié au niveau des dépenses engagées, qui doit correspondre au niveau de vie professionnel habituel de la personne invitée, et la motivation de l'invitation doit être opérationnelle (notamment visite de sites de la société et/ou présentation de produits, pour la durée ne dépassant pas les besoins opérationnels) ;
- procurer à un agent public ou une personne privée un billet d'avion et un logement pour une manifestation culturelle ou sportive peut être considéré comme à haut risque si le Groupe ou la filiale n'a pas un intérêt professionnel dans cet événement (par exemple le sponsoring, le fait d'être fournisseur officiel ou partenaire de la manifestation) et si le coût de cette invitation excède ce que la personne invitée aurait accepté d'investir à titre personnel pour cet événement.

Nous devons toujours nous interroger sur le fait que l'invitation pourrait avoir pour objectif, ou même est susceptible de faire en sorte que l'agent public ou la personne privée accomplisse, retarde ou s'abstienne d'accomplir un acte relevant de sa fonction ou de sa position.

Ces éléments sont essentiels dans la définition de la corruption et du trafic d'influence.

Si vous êtes confronté(e) à une sollicitation de la part d'un agent de l'administration ou d'une personne privée, informez immédiatement votre responsable hiérarchique qui assumera la responsabilité de ne pas donner une suite favorable à une telle sollicitation.

Le Groupe JCDecaux préfère renoncer à participer à un appel d'offres public ou privé, ou à un contrat, plutôt que de devoir satisfaire les exigences d'un agent public ou d'une personne privée qui imposerait de lui procurer tel ou tel avantage de quelque nature que ce soit.

5. Cadeaux et invitations

Les cadeaux doivent être distingués des objets promotionnels :

- les objets promotionnels sont définis comme des objets de faible valeur (70€ HT maximum, ou tout autre montant inférieur qui pourra être défini localement), marqués de façon indélébile du nom du Groupe JCDecaux ;
- les cadeaux ne sont autorisés que dans les mêmes limites de montant et doivent correspondre à des événements justifiés et ponctuels (mariage, naissance...) ; ils ne doivent être faits qu'à titre exceptionnel ;
- les cadeaux sous forme de paiement en numéraire sont strictement interdits, quel que soit le montant et quelle que soit la motivation.

Les invitations ne doivent jamais être réalisées à titre confidentiel.

Elles doivent être autorisées par la Direction Générale de la Société du Groupe concernée ; la nature et les motivations de ces invitations doivent être dûment conservées en indiquant clairement les identités des personnes invitées.

S'il n'existe pas de limite définie par des textes, elles doivent avoir un caractère raisonnable, proportionné et motivé, ces notions devant faire l'objet d'une interprétation stricte.

Ainsi, si des invitations motivées et raisonnables sont généralement admises, leur multiplication vis-à-vis de certains agents publics ou personnes privées peut devenir, du simple fait de cette multiplication, déraisonnable et, de ce fait, sanctionnable en tant qu'acte de corruption.

Certaines législations nationales, telle la législation américaine, interdisent formellement de telles invitations et cadeaux à des agents publics, quelle qu'en soit la valeur. C'est alors cette législation nationale plus restrictive qui s'applique. Il est de ce fait nécessaire de s'informer sur la législation nationale applicable aux agents invités avant toute invitation.

6. Usage des agents, consultants et intermédiaires

Vouloir ignorer ce que fait ou peut faire un agent, consultant ou intermédiaire n'est pas un argument reconnu en défense en cas d'acte de corruption réalisé par l'agent.

Il nous appartient de prendre les mesures de prévention nécessaires pour que de telles situations ne se présentent pas.

Référez-vous à la procédure interne du Groupe sur l'engagement et la gestion des Conseils (agents, consultants et intermédiaires) afin d'éviter tous actes de corruption indirecte vis-à-vis d'agents publics. Cette procédure tient compte du niveau de risque de corruption internationalement identifié selon les pays par Transparency International, organisation non-gouvernementale reconnue dans le domaine de la lutte contre la corruption.

7. Financement des partis politiques – Activités caritatives

- 7.1. Le financement de partis politiques ou d'associations / fondations liées à des partis politiques est soumis à des législations qui varient profondément selon les pays. Même lorsqu'elles sont légalement autorisées, ces contributions peuvent être source d'abus ou interprétées comme une pratique douteuse.
- 7.2. Les contributions aux activités caritatives et les actions de mécénat sont autorisées si elles servent effectivement une cause d'intérêt général et contribuent à une action citoyenne réelle. Elles doivent faire l'objet d'une approbation écrite préalable par le dirigeant de la société du Groupe concernée et être dûment comptabilisées.

Si vous avez le moindre doute sur tel ou tel comportement, contactez rapidement votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou la Direction Juridique du Groupe, qui vous conseillera et étudiera avec vous les limites légales et éthiques de votre action.

2. Respect des règles de libre concurrence

Le Groupe JCDecaux attache une importance particulière au respect des règles de libre concurrence.

2.1 Respect des réglementations

Quel que soit le marché géographique sur lequel vous intervenez, vous devez, dans vos rapports avec les concurrents du Groupe, vous informer de, et respecter, l'ensemble des réglementations applicables sur la concurrence.

La quasi-totalité des pays dans lesquels le Groupe JCDecaux intervient dispose d'une réglementation de la concurrence dont les composantes communes sont :

- l'interdiction de tous accords entre entreprises, écrits ou non, dont le but ou l'effet est de restreindre la concurrence,
- l'interdiction de l'abus de position dominante.

En Europe, ces règles sont définies par les articles 101 et 102 du Traité de l'Union Européenne et ont été reprises en interne par tous les pays membres de l'Union Européenne.

2.2 Pratiques prohibées

Il existe essentiellement deux types de comportements anticoncurrentiels: les ententes et les abus de position dominante. Les comportements prohibés ne sont pas seulement ceux à l'égard des concurrents, mais aussi avec les fournisseurs et clients, si ces accords ont pour résultat de fausser le libre jeu de la concurrence.

2.2.1 Les ententes et échanges d'informations

Tout accord oral ou écrit, direct ou indirect entre opérateurs sur un marché, ayant pour objet ou pour effet d'aboutir à des conditions de concurrence qui ne correspondent pas aux conditions normales du marché, est interdit.

Il en est de même des échanges d'informations confidentielles entre concurrents qui, bien que ne constituant pas une entente par eux-mêmes, faussent le jeu de la libre concurrence.

2.2.2 Les abus de position dominante

Une entreprise peut être dominante sur un marché, ou accroître sa dominance en gagnant des parts de marché, notamment par gains d'appels d'offres. Ceci n'est pas illégal.

Ce qui est sanctionné est l'exploitation abusive de sa position dominante sur un marché pour faire obstacle au libre jeu de la concurrence sur ce marché.

2.3 Sanctions

2.3.1 Le non-respect de la réglementation applicable en matière de concurrence est passible de sanctions :

➤ Financières

En Europe, elles peuvent atteindre jusqu'à 10% du chiffre d'affaire mondial du Groupe ou de la société concernée. La législation européenne se cumule avec celle applicable dans les autres pays où le Groupe est présent, de telle sorte que des opérations illicites en droit de la concurrence peuvent être sanctionnées dans plusieurs pays dans lesquels elles ont eu un effet. En outre, ces sanctions peuvent être assorties de l'interdiction totale d'accès aux marchés publics.

➤ Pénales :

Dans certains pays, des violations graves du droit de la concurrence sont passibles d'amendes personnelles et/ou de peines de prison pour les individus impliqués.

2.3.2 De plus, les pratiques contraires au droit de la concurrence :

- peuvent aboutir à des investigations administratives et judiciaires qui peuvent générer des coûts juridiques substantiels et entraîner des coûts et des mobilisations de ressources internes considérables,
- impactent négativement l'image de l'entreprise,
- peuvent générer des actions en réparation du dommage subi par des tiers estimant que ces pratiques leur ont causé un dommage.

En conséquence, n'hésitez pas à demander à votre Direction Juridique locale, à votre Direction Juridique de zone géographique ou à la Direction Juridique du Groupe de vous exposer le droit applicable en la matière.

Guide pratique :

Situations à risque / comportements à adopter

► Respect des règles de libre concurrence

1. Les relations avec les concurrents

1.1 Les ententes et échanges d'informations

Les contacts avec les concurrents constituent un domaine particulièrement sensible dans la mesure où ils sont susceptibles d'entraver le jeu normal de la concurrence sur le marché de la publicité.

Les collaborateurs du Groupe JCDecaux ne doivent jamais évoquer oralement ou à l'écrit les sujets suivants avec les entreprises concurrentes :

- fixation des prix : toute forme d'entente sur les prix (tels que les tarifs, remises, modalités de fixation des prix...) est prohibée, que ces prix concernent les annonceurs, les bailleurs, le prix proposé à un appel d'offre ou autre ;
- répartition du marché entre concurrents (« bid – rigging ») : toute forme de partage du marché est interdite, que ce soit dans le cadre d'un appel d'offre ou d'autres transactions (notamment l'accord entre concurrents sur la décision de soumettre ou de ne pas soumettre une offre est rigoureusement interdit) ;
- échange d'informations financières : toute information de nature financière autre que celles accessibles au public ne doit pas être divulguée entre concurrents. Sont ainsi concernées les informations relatives à la marge, au coût des biens ou services achetés ou produits autres que ceux amalgamés dans les comptes diffusés du Groupe, ou les échanges d'informations commerciales ou marketing remplissant les conditions suivantes :
 - informations à caractère sensible et précis (par exemple : projets de marketing et stratégies de marketing),
 - non encore divulgués publiquement par l'entreprise (par exemple : les informations relatives aux coûts des biens et services achetés, aux taux de remplissage, au chiffre d'affaires par réseau ou par ville, aux remises réelles accordées).

Informez-vous en conséquence du droit applicable en la matière dans le pays dans lequel vous opérez, et en cas de doute sur un comportement rencontré, consultez votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou contactez la Direction Juridique du Groupe.

Les forums, les séminaires, et les réunions de syndicats professionnels sont des lieux fréquents de rencontres avec des concurrents. Soyez vigilants. Si un concurrent vient à aborder un sujet anticoncurrentiel au cours d'une réunion, interrompez ce point de la réunion ou quittez-la, en faisant acter votre départ dans le compte-rendu.

1.2 Les abus de position dominante

Dans un certain nombre de pays, les autorités de la concurrence peuvent considérer, du fait de ses fortes positions, que le Groupe JCDecaux occupe/détient une place substantielle ou dominante dans son secteur d'activité.

Le fait d'occuper/de détenir une position dominante sur un marché n'est ni interdit ni sanctionné. C'est l'abus de position dominante qui est sanctionné.

Si JCDecaux vient à être considéré comme en situation de position dominante sur tel ou tel secteur d'activité ou dans un pays défini, pourraient notamment être considérés comme des abus les comportements suivants, alors que ces comportements peuvent être autorisés si nous ne sommes pas considérés comme dominants sur notre marché :

- pratiquer des prix prédateurs, c'est-à-dire très éloignés des conditions du marché (par exemple, signature de contrats de mobilier urbain à perte ou octroi aux clients de faces publicitaires gratuites, avec pour volonté d'éliminer un concurrent),
- accorder aux clients des conditions de remise, telles que des remises de fidélité basées sur un accroissement du taux de remise en fonction de la croissance du % que nous représentons chez un client par rapport à nos concurrents, avec pour volonté d'éliminer un concurrent,
- Insérer dans les contrats de concession des clauses prohibées par les autorités nationales ou européennes de la concurrence.

Informez-vous du droit applicable en matière de position dominante dans le pays dans lequel vous opérez.

2. Les relations avec les fournisseurs en matière de droit de la concurrence

Dans leurs relations avec les fournisseurs, les collaborateurs du Groupe JCDecaux doivent veiller à ce que ne se crée pas une dépendance économique d'un fournisseur à l'égard du Groupe et doivent s'abstenir de tout agissement privant un concurrent d'une source d'approvisionnement, si cette source est incontournable pour l'accès au marché.

Toutefois, si un fournisseur produit des produits disponibles avec d'autres sources pour les concurrents, il est possible de demander à ce fournisseur une exclusivité dans la mesure où elle est :

- limitée dans le temps et dans un espace géographique raisonnablement justifié, et
- dûment justifiée par des contreparties/engagements donnés au fournisseur.

Contribuez à créer un environnement concurrentiel entre les fournisseurs. Cet environnement concurrentiel doit comporter :

- la remise en cause, à intervalles réguliers, des fournisseurs et prestataires extérieurs par recours à des appels d'offres lorsque la nature de la prestation ou de la fourniture le permet,
- la tenue de documents comparatifs clairs justifiant du choix réalisé.

Évaluez les propositions sur la base de critères objectifs précis tels que les prix, la qualité des produits ou services, la réactivité, le service, l'acceptation des Règles Ethiques de JCDecaux, le respect de règles de développement durable et tout autre critère pertinent.

Informez votre responsable hiérarchique de tout intérêt personnel, financier ou autre, direct ou indirect, que vous pourriez avoir avec tel ou tel fournisseur, et qui, compte-tenu de votre position au sein de l'entreprise, pourrait interférer dans les relations du Groupe avec ce fournisseur.

N'adoptez à l'égard des fournisseurs que des comportements acceptables au regard des lois applicables sur la concurrence ; veillez notamment à ne pas créer de situation de dépendance du fournisseur vis-à-vis du Groupe et réciproquement. Notre vigilance doit être particulière dès lors que le Groupe représente plus de 30% de chiffre d'affaires du fournisseur.

Si vous avez le moindre doute sur tel ou tel comportement, contactez rapidement votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou la Direction Juridique du Groupe, qui vous conseillera et étudiera avec vous les limites légales de votre action.

3. Respect des règles en matière d'information financière et comptable

Le Groupe JCDecaux a pour impératifs de :

- fournir une information financière et comptable fiable et honnête et, pour cela, de mettre en place des processus et contrôles internes rigoureux et efficaces,
- respecter toutes les lois et réglementations applicables à la protection et la communication des informations confidentielles, notamment en matière de traitement égalitaire de ses actionnaires.

Dans le cadre défini ci-dessus :

1. Chacun des collaborateurs du Groupe impliqué dans le processus d'élaboration des informations financières et comptables doit **s'assurer que les informations figurant dans les documents financiers et comptables du Groupe sont toujours exactes et élaborées en stricte conformité avec les principes comptables et autres normes et règles comptables applicables**. Il est fondamental que les documents financiers et comptables du Groupe soient exempts d'erreurs substantielles.

2. La Direction Générale de chacune des entités du Groupe est **responsable du respect des réglementations comptables et financières applicables dans le pays** dans lequel elle opère.

Elle est en charge du contrôle interne et veille au respect du Manuel de Contrôle Interne. Ceci inclut de s'assurer que toutes opérations comptables et financières soient correctement enregistrées dans les livres et comptes du Groupe.

3. Au-delà du nécessaire respect des règles définies par les autorités de contrôle des marchés financiers, chacun des collaborateurs du Groupe JCDecaux doit avoir conscience qu'il est, ou peut être, en possession, de par ses fonctions ou les relations qu'il entretient avec d'autres personnes du Groupe, d'informations confidentielles dont l'utilisation ou la divulgation serait, indépendamment des sanctions pénales applicables, de nature à avoir une influence sur la valorisation du Groupe sur les marchés financiers ou à donner à certaines personnes un avantage par rapport à l'ensemble des actionnaires.

Il est par conséquent **fondamental que toute information connue des collaborateurs en raison de leur activité au sein du Groupe, et ignorée du grand public, soit gardée strictement confidentielle** et ne soit pas divulguée.

4. Délit d'Initié – L'achat ou la vente d'actions de JCDecaux SA par une personne disposant, dans l'exercice de sa profession ou de ses fonctions, d'informations non-encore rendues publiques et susceptibles d'influer sur le cours de Bourse, ou la communication de ces informations à des tiers pour qu'ils puissent réaliser ces opérations, est interdite.

Elle est sanctionnée sur le plan pénal.

Guide pratique :

Situations à risque / comportements à adopter

► Respect des règles en matière d'information financière et comptable

1. Génération de l'information

Si vous contribuez à l'élaboration des informations financières et comptables du Groupe, efforcez-vous de vérifier que les informations figurant dans ces documents sont toujours exactes et présentées de manière compréhensible et exhaustive. Si vous identifiez des erreurs ou ne parvenez pas à rapprocher des comptes, avertissez votre hiérarchie afin que les informations ou les comptes en question puissent être corrigés.

2. Informations Confidentielles

Si vous disposez, dans l'exercice de vos fonctions, d'informations sur les perspectives ou la situation du Groupe ou de l'une des sociétés du Groupe, sur les litiges, les contrats signés ou en cours de discussion, les projets d'acquisition ou de cession d'activités, les projets de joint-venture, les obstacles rencontrés et, de manière générale, d'informations qui peuvent avoir une influence sur la valorisation présente ou future du titre JCDecaux SA sur le marché boursier et que ces informations n'ont pas été divulguées au public par le Groupe, il est alors fondamental que :

- vous vous absteniez de divulguer à des tiers cette information,
- vous ne vous engagiez pas, directement ou indirectement grâce à un intermédiaire, dans une quelconque transaction impliquant des actions de JCDecaux SA, y compris par levée d'options, jusqu'à ce que l'information que vous avez obtenue soit rendue publique, et que
- vous limitiez la communication d'informations confidentielles aux seules personnes qui ont besoin d'en connaître. Attention aux chaînes de courriels et aux conversations dans les lieux publics tels que train, avion, restaurant, etc.

En France, l'utilisation ou la communication d'informations financières sensibles est punissable de deux années d'emprisonnement au maximum et d'une amende pouvant aller jusqu'à dix fois le montant du profit illégalement réalisé. Dans la plupart des autres pays, elle est également sujette à condamnation en vertu de réglementations locales.

La divulgation de telles informations ne doit être réalisée que par le Directoire de JCDecaux SA ou sous son contrôle direct.

Si vous avez le moindre doute sur tel ou tel comportement, contactez rapidement votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou la Direction Juridique du Groupe, qui vous conseillera et étudiera avec vous les limites légales de votre action.

Partie III : les Principes de Comportement Ethique

Les Principes de Comportement Ethique du Groupe JCDecaux doivent être mis en œuvre par le management local au sein de chaque filiale et société contrôlée du Groupe, en vertu de la réglementation nationale en vigueur. Toutefois, les violations de ces principes ne sont pas traitées par le Comité d'Ethique Groupe, mais par le management local.

1. Relations d'affaires avec les Administrations

1.1 Respect des réglementations

Informez-vous de l'ensemble des lois, réglementations et usages applicables dans le pays, l'état et/ou les territoires considérés, à l'opération que vous allez traiter avec l'Administration. Le respect de ces lois, réglementations et usages est un impératif.

Les relations avec les Administrations sont, en règle générale, strictement réglementées, que ce soit au stade de l'appel d'offres, de la négociation contractuelle, de l'exécution du contrat ou de la facturation de la prestation fournie.

1.2 Respect du principe de loyauté

L'obtention de nouveaux marchés et contrats avec les Administrations locales est un objectif essentiel du développement du Groupe JCDecaux. Toutefois, cet objectif ne doit pas être recherché en employant des moyens considérés comme déloyaux dans le pays, l'état et/ou les territoires dans lesquels vous opérez. En particulier, tout conflit d'intérêt entre la société, ses collaborateurs, ses fournisseurs sur un marché spécifique, et l'Administration locale, est formellement interdit.

Une concurrence loyale est un élément fondamental du bon fonctionnement de tous les marchés, y compris les marchés publics.

En conséquence, dans le pays, l'état et/ou les territoires dans lesquels vous opérez, proscrivez tout comportement susceptible d'enfreindre les règles propres aux marchés publics.

Consultez le Guide pratique ci-après

Guide pratique :

Situations à risque / comportements à adopter

► Relations d'affaires avec les Administrations

Les collaborateurs du Groupe JCDecaux sont amenés à établir des relations d'affaires avec les Administrations locales dans tous les domaines de son activité, sur le domaine privé et public des collectivités.

Les règles juridiques applicables dans les relations avec ces Administrations sont souvent très complexes et nécessitent de la part de chacun une attention et un professionnalisme particuliers à tout instant.

1. Respect des réglementations dans les contrats avec les Administrations

Demandez que vous soit communiquée et lisez attentivement la documentation fournie par l'Administration sur les procédures à respecter (règlement de consultation, cahier des charges, etc..) dans le cadre de l'opération projetée.

Si vous rencontrez des difficultés à obtenir cette documentation, contactez l'équipe juridique compétente de votre société, de votre Direction Juridique de zone géographique ou de la Direction Juridique du Groupe.

Souvenez-vous que, dans les relations du Groupe avec les Administrations locales, les contrats de patrimoine mais aussi d'achat d'espaces pour ces Administrations sont soumis à des réglementations spécifiques.

En cas de besoin, contactez l'équipe juridique compétente afin de vous faire expliquer les points qui peuvent demeurer obscurs dans cette documentation. Par ailleurs, appliquez scrupuleusement les règles suivantes dans vos relations avec les Administrations :

- assurez-vous que les informations orales ou écrites transmises aux Administrations sont complètes, exactes et sincères ;
- sauf autorisation écrite de l'Administration concernée, n'acceptez aucun écart substantiel par rapport aux dispositions du contrat.

2. Respect du principe de loyauté - Conflits d'intérêt

La politique du Groupe JCDecaux est de remporter les appels d'offres et contrats auxquels le Groupe participe grâce à la qualité de son offre, de ses produits et prestations, qui seule doit faire la différence.

Dans le cadre d'une relation contractuelle avec une Administration, veillez à rechercher de façon raisonnable tout intérêt que pourrait avoir un agent public de cette Administration avec un partenaire, fournisseur, agent, distributeur, consultant du Groupe JCDecaux, afin que ce conflit d'intérêt réel ou potentiel soit géré en connaissance de cause et dans le respect des lois applicables.

De même, refusez de créer toute situation conflictuelle dans laquelle le Groupe serait susceptible de perdre sa liberté d'agir au mieux de ses intérêts économiques.

Le recrutement de personnes liées par des liens familiaux à des agents publics ayant autorité sur nos contrats ne peut être réalisé que si certaines conditions sont réunies :

- le poste doit correspondre à un besoin réel justifié et identifié de la Société ;
- la personne recrutée doit posséder des qualifications/expérience qui la rendent apte au poste, et
- la rémunération doit correspondre à celle de personnes de même qualification dans l'Entreprise.

Par prudence, sachant que la preuve *a posteriori* est difficile à apporter, conservez dans le dossier individuel de la personne concernée les éléments permettant de justifier que ces critères sont satisfaits au moment du recrutement.

Informez votre responsable hiérarchique de toute question sensible que vous vous posez au regard des marchés publics et/ou de vos relations avec les Administrations.

Si vous avez le moindre doute sur tel ou tel comportement, contactez rapidement votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou la Direction Juridique du Groupe, qui vous conseillera et étudiera avec vous les limites légales de votre action.

2. Relations d'affaires avec les Clients

Le Groupe JCDecaux a pour principaux clients les annonceurs, les agences publicitaires, les *media-specialists* et les centrales d'achat d'espace auprès de qui sont commercialisés nos espaces publicitaires.

Quelle que soit l'importance des enjeux économiques et l'intensité de la concurrence, les collaborateurs ne doivent utiliser que des moyens légaux et conformes à nos règles d'éthique commerciale dans leurs relations avec les clients. Cette règle vise à préserver la pérennité des relations avec nos clients existants, rassurer nos nouveaux clients et préserver la réputation d'excellence et d'intégrité du Groupe sur le marché.

2.1 Respect des réglementations

Que l'opération commerciale que vous traitez avec un client soit nationale ou internationale, vous devez vous informer de l'ensemble des lois et règlements qui y sont applicables et les respecter scrupuleusement.

En particulier et depuis la loi du 9 décembre 2016 (loi « Sapin II »), le cadre légal prévenant et réprimant les faits de corruption et de trafic d'influence s'applique aux relations avec les clients.

2.2 Respect des principes d'intégrité

Tout comportement susceptible de compromettre la réputation du Groupe à l'égard de ses clients est à proscrire. En particulier, les collaborateurs du Groupe ne doivent pas proposer, directement ou indirectement, d'avantage à un représentant de l'un de ses clients, si cet avantage devait modifier, par la création d'un lien d'obligation, la décision de ce représentant vis-à-vis du Groupe JCDecaux.

2.3 Procédures de contrôle des campagnes publicitaires

En ce qui concerne les campagnes affichées ou diffusées sur nos réseaux, le Groupe JCDecaux doit être soucieux de respecter les lois et réglementations applicables ainsi que les principes de la présente Charte, et de ne pas porter atteinte à la moralité et aux bonnes mœurs selon les standards en vigueur dans le pays concerné. Dans ce cadre, les créations et visuels abordant certains thèmes spécifiques (notamment : l'alcool/le tabac, la nudité/lingerie, la violence, la pornographie indirecte, les vertus écologiques de produits, le cinéma/la télévision, les jeux vidéo, les produits pouvant heurter la sensibilité du jeune public,...) doivent être examinés avec une attention particulière.

Dans ce contexte, une procédure de contrôle de conformité du contenu des visuels, et en priorité ceux concernés par les thèmes visés au paragraphe précédent, est nécessaire. De ce fait, dans chaque pays où le Groupe est présent, un contrôle doit être réalisé par un organe spécifique interne, ou par tout autre moyen garantissant une indépendance de jugement du respect des principes de la présente Charte et des critères évoqués ci-dessus. Cet organe de contrôle de la publicité doit être doté du pouvoir d'arbitrer de manière définitive et indépendante l'affichage ou la diffusion de la campagne concernée.

2.4 Utilisation des échanges marchandises (« barters »)

La pratique de la vente d'espace publicitaire en échange de prestations (voyages par exemple) ou de fournitures (tels des équipements informatiques) doit présenter un caractère exceptionnel et être effectuée dans les plus grandes conditions de transparence (justification de la pratique et des prix, respect des règles comptables et fiscales de facturation, enregistrement comptable de la charge et du produit correspondant).

2.5 Origine des fonds

Le blanchiment d'argent, qui consiste à dissimuler ou à reconvertir sous une apparence légale des fonds provenant d'activités illégales, est une infraction réprimée pénalement.

Contre ce risque, le Groupe choisit des partenaires commerciaux dont la réputation est avérée. Si le Groupe choisit des partenaires nouveaux, des mesures appropriées de vérification de la réputation de ces nouveaux partenaires doivent être prises.

Guide pratique :

Situations à risque / comportements à adopter

► Relations d'affaires avec les Clients

1. Respect des réglementations

Consultez votre Direction Juridique locale, ou votre Direction Juridique de zone géographique, ou la Direction Juridique du Groupe, afin de connaître les lois et règlements applicables à l'opération commerciale projetée (législation sur la publicité, la vente, les règles de facturation, etc.). Le dispositif légal applicable aux intermédiaires peut varier considérablement d'un pays à l'autre.

A titre d'exemple, en France, les éventuels services fournis par une agence publicitaire ou tout autre intermédiaire (centrale d'achat, par exemple) ne peuvent être rémunérés que par l'annonceur, et non par l'afficheur, sous peine d'une amende pouvant s'élever à 1 500 000 € et d'une interdiction de participer aux marchés publics (loi du 29 janvier 1993 – loi « Sapin »). L'objet de cette réglementation est d'éviter la pratique des rémunérations occultes des agences publicitaires par les media.

Veillez à ce que les personnes qui nous représentent dans nos relations avec les clients (agents commerciaux, apporteurs d'affaires, sous-traitants, courtiers...) soient elles-mêmes vigilantes quant aux lois et règlements applicables aux opérations qu'elles traitent pour notre compte.

Veillez à n'engager que votre propre société, à l'exclusion de tout ou partie des autres sociétés du Groupe et, dans ce contexte, veillez à disposer des pouvoirs nécessaires à cette fin (délégation de pouvoir, mandat).

Gardez un exemplaire original du contrat et de tout document ultérieur.

2. Respect des principes d'intégrité

Assurez-vous que, dans nos relations avec des tiers qui représentent le Groupe ou qui agissent en son nom, nous mettons en œuvre nos procédures internes applicables à ce type de relation, et notamment les procédures relatives aux relations avec les agents et intermédiaires.

Veillez au respect par le Groupe de ses engagements.

N'offrez pas de rémunération occulte à un représentant d'un client en vue d'influencer son comportement. La corruption privée est également sanctionnée pénalement.

Il est également impératif que les cadeaux et les divertissements ne soient jamais offerts à un client dans le but de l'inciter à prendre une décision qu'il n'aurait pas prise sans ce cadeau ou ce divertissement. Si tel est le cas, cette pratique est clairement prohibée. Les collaborateurs doivent évoquer avec leur responsable toute question ou préoccupation concernant le caractère approprié d'un cadeau.

Les cadeaux autres que d'une faible valeur et les divertissements doivent être comptabilisés de manière précise et exacte dans les livres comptables de votre société. Les justificatifs doivent être adressés au service financier compétent pour conservation/archivage et tout élément venant en support à l'autorisation donnée doit également être conservé par l'autorité hiérarchique qui a autorisé le collaborateur à offrir un tel cadeau ou divertissement.

[Les Cadeaux](#)

La valeur des cadeaux offerts aux clients doit être minimale (ne pas dépasser 130€ HT, ou tout autre montant inférieur qui pourra être défini localement). Tout cadeau d'une valeur supérieure doit être autorisé par votre responsable hiérarchique et doit être envoyé sur le lieu de travail du bénéficiaire et non à son domicile.

[Les Divertissements](#)

Les divertissements, tels que les voyages et les spectacles, engagés dans le cadre des relations publiques commerciales du Groupe, ne peuvent l'être que pour des rencontres dont le but est soit :

- essentiellement de nature professionnelle (présentation de produit, de marché, etc.), ou
- accessoirement de nature professionnelle, tel qu'un voyage promotionnel mais uniquement si l'invitation est collective et non purement individuelle (c'est-à-dire une invitation à l'attention d'une catégorie ou d'un groupe de clients qui pourraient tirer profit de l'invitation pour créer des liens professionnels, contrairement à une invitation destinée à un ou un petit nombre d'individus qui ne permettrait pas de créer des liens professionnels).

Les invitations à de telles activités de divertissement doivent être envoyées sur le lieu de travail du client et non à son domicile.

Dans certains pays, les cadeaux et divertissements professionnels constituent une pratique acceptable des affaires. Dans d'autres pays, ils ne constituent pas une pratique acceptable. Assurez-vous que les cadeaux et divertissements professionnels sont autorisés par les usages ou la réglementation locale.

Si vous avez le moindre doute sur tel ou tel comportement, contactez immédiatement votre Direction Juridique locale, ou votre Direction Juridique de zone géographique, ou la Direction Juridique du Groupe qui vous conseillera et étudiera avec vous les limites légales de votre action.

3. Origine des fonds

Conformez-vous aux législations applicables interdisant le blanchiment d'argent ainsi que celles qui imposent de déclarer les opérations en espèces ou autres opérations suspectes. Soyez vigilant vis-à-vis des paiements effectués afin de détecter une éventuelle irrégularité, notamment avec des partenaires dont la conduite dans les affaires peut éveiller des soupçons.

Soyez vigilant quant aux signes qui peuvent révéler l'existence d'une activité de blanchiment d'argent (versements de fonds inhabituels depuis un pays étranger, transactions comportant des lieux connus pour être des paradis fiscaux, circuits ou moyens de paiement inhabituels ...).

Si vous avez un doute sur tel ou tel comportement, quant à la provenance de fonds ou quant à l'acceptabilité d'une forme de paiement, rapprochez-vous immédiatement de la Direction Juridique locale, de votre Direction Juridique de zone géographique ou de la Direction Juridique du Groupe et veillez à ce que le problème soit résolu avant la poursuite de l'opération concernée.

3. Relations d'affaires avec les Fournisseurs

Le respect des Principes de Comportement Ethiques du Groupe est indispensable afin d'établir avec l'ensemble de nos fournisseurs des relations efficaces et durables, nécessaires pour garantir la qualité et les meilleures conditions économiques des produits et prestations du Groupe.

Le respect de ces Principes s'applique également dans les relations avec les propriétaires de terrains ou d'immeubles sur lesquels sont implantés les dispositifs publicitaires du Groupe.

3.1 Respect des réglementations

Respectez les lois et règlements du pays dans lequel vous opérez et qui sont applicables aux relations avec les fournisseurs, comme la loi du 9 décembre 2016 (loi « Sapin II ») en France. De même, respectez les conditions des contrats conclus avec les fournisseurs.

S'agissant des relations avec les bailleurs ou les propriétaires d'immeubles ou de terrains, il existe, dans la plupart des pays au niveau national et/ou local, un certain nombre de règles applicables aux dispositifs publicitaires situés sur le domaine privé. En conséquence, les collaborateurs doivent s'informer auprès de chaque collectivité concernée de l'ensemble des usages, règlements et procédures régissant l'affichage ou la diffusion publicitaires localement.

3.2 Respect des principes d'intégrité

N'adoptez aucun comportement à l'égard des fournisseurs susceptible de nuire à la réputation du Groupe, notamment en acceptant ou en sollicitant une proposition de rémunération occulte, de cadeau, invitation ou autre, qui soit susceptible d'influencer votre évaluation ou votre jugement, tant directement que par toute personne ou entité interposée.

Rappelons que la corruption privée, qu'elle soit passive ou active, est sanctionnée pénalement.

3.3 Procédures de contrôle des contrats publicitaires

Les fournisseurs et prestataires extérieurs du Groupe doivent s'engager à respecter des principes d'intégrité. Pour ce faire, les contrats qui nous lient avec les principaux fournisseurs et prestataires doivent inclure des dispositions contractuelles suivant lesquelles :

- i. ils respectent les règles d'éthique du Groupe, et
- ii. toute violation de ces règles entraînera la résiliation du contrat avec ce fournisseur.

Guide pratique :

Situations à risque / comportements à adopter

► Relations d'affaires avec les Fournisseurs

1. Respect des réglementations

Lisez attentivement les conditions générales de vente figurant dans les contrats avec les fournisseurs et étudiez avec votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou vos avocats locaux, dans quelle mesure certains points doivent être modifiés. Une fois cette négociation contractuelle finalisée, respectez le contrat ainsi obtenu et veillez à ce qu'il soit respecté par le fournisseur.

N'engagez que votre propre société à l'exclusion de tout ou partie des autres sociétés du Groupe. Veillez à disposer des pouvoirs nécessaires pour engager votre société (délégation de pouvoir, mandat).

Gardez un exemplaire original du contrat et de tout document ultérieur.

S'agissant des relations avec les bailleurs d'emplacements publicitaires, personnes physiques, personnes morales et Administrations, et afin d'assurer la pérennité de nos emplacements :

- informez-vous, dans chacune des municipalités dans lesquelles le Groupe souhaite implanter des mobiliers publicitaires, de l'ensemble des règlements et procédures applicables en matière d'affichage ;
- assurez-vous que le bailleur est juridiquement titulaire des droits qu'il concède ;
- informez-vous de l'existence et du contenu d'une réglementation applicable aux contrats de location d'emplacement publicitaire ;
- veillez à solliciter l'ensemble des autorisations nécessaires auprès des différentes autorités compétentes.

2. Respect du principe d'intégrité

N'acceptez ou ne sollicitez jamais d'un fournisseur une rémunération occulte ou toute autre forme de rétribution directe ou indirecte. La question des cadeaux et invitations est traitée ci-dessous.

Veillez toujours au respect par le Groupe de ses engagements et, en particulier, au respect de ses échéances contractuelles.

3. Respect par les fournisseurs des règles d'éthiques du Groupe

Cadeaux et invitations

La valeur des cadeaux et invitations que vous pouvez accepter ne peut excéder 70€ HT, ou tout autre montant inférieur qui pourra être défini localement. Tout cadeau ou invitation d'une valeur supérieure doit être refusé et retourné au fournisseur. Si ce refus risque de conduire à une situation commerciale délicate, informez-en votre responsable hiérarchique. Votre responsable hiérarchique prendra la décision de refuser ce cadeau/cette invitation, de le/la partager au sein de votre service ou d'en verser la valeur en espèces à une association soutenue par le Groupe JCDecaux. Par ailleurs, tout cadeau doit être reçu sur votre lieu de travail et non à votre domicile.

Aucun cadeau en espèces ou équivalent ne peut être accepté.

Mesures à prendre

Se renseigner préalablement sur la réputation et/ou les antécédents du fournisseur, surtout dans les pays où sont observées des pratiques fréquentes non-conformes aux règles éthiques du Groupe (comme en particulier la corruption, le travail des enfants...).

Annexer aux contrats conclus avec les fournisseurs-clés du Groupe ainsi qu'avec tout nouveau fournisseur, le Code de Conduite Fournisseur du Groupe JCDecaux, disponible sur l'intranet du Groupe.

Informez votre hiérarchie de tout risque de conflit d'intérêt personnel qui pourrait exister avec un fournisseur.

Si vous avez le moindre doute sur tel ou tel comportement, contactez rapidement votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou la Direction Juridique du Groupe, qui vous conseillera et étudiera avec vous les limites légales de votre action.

4. Droits et responsabilités des collaborateurs du Groupe JCDecaux

4.1 Les droits des collaborateurs

Le Groupe JCDecaux s'efforce d'assurer à ses collaborateurs un environnement de travail sûr, sain et performant, exempt de toute discrimination et a défini ses engagements en la matière dans une Charte Internationale des Valeurs Sociales Fondamentales, consultable sur l'intranet du Groupe ou disponible auprès de la Direction des Ressources Humaines de votre société ou de la Direction du Développement Durable et de la Qualité.

4.2 Les responsabilités des collaborateurs

4.2.1 Intégrité et loyauté

Chaque collaborateur, à son niveau, contribue à l'intégrité et à la réputation de JCDecaux et, de ce fait, se doit de respecter ces valeurs dans son comportement professionnel, notamment à l'égard des tiers. En particulier, le Groupe possède des actifs de nature variée qui sont essentiels à sa compétitivité et à son succès dans les affaires. Il est de la responsabilité de chaque collaborateur de protéger les actifs de la société qui lui sont confiés.

4.2.2 Confidentialité des informations

Toutes les informations telles que les données financières ou techniques, ou les informations sur les produits, les contrats ou le savoir-faire, appartiennent au Groupe. La plupart de ces informations sont confidentielles et ne doivent pas être divulguées sans autorisation préalable de la hiérarchie. Les collaborateurs du Groupe JCDecaux sont responsables de la confidentialité des informations auxquelles ils ont accès.

4.2.3 Respect des droits de propriété intellectuelle de tiers

Dans le cadre de vos activités, veillez à ne pas porter atteinte aux droits d'auteur, marques, brevets, dessins et modèles appartenant à des tiers.

L'utilisation ou la copie de logiciel appartenant à des tiers sans une licence appropriée est interdite.

4.2.4 Utilisation des Systèmes d'Information

Chaque utilisateur a le devoir de prendre soin des équipements mis à sa disposition (ordinateurs, smartphones, tablettes, imprimantes). Il prend toute mesure pour prévenir leur détérioration, leur vol ou un usage non-autorisé par des tiers. Il doit notamment protéger les informations reçues et stockées sur ces équipements, ne pas modifier la configuration de ces dispositifs pour d'autres besoins que professionnels, ne pas procéder à l'installation de logiciels en-dehors du cadre prévu à cet effet.

Chacun a le devoir de s'assurer que ces pratiques d'utilisation des Systèmes d'Information respectent les dispositions légales et réglementaires relatives notamment au droit d'auteur, à la propriété intellectuelle, à la protection de la vie privée et au traitement des données à caractère personnel, à la criminalité informatique ou au commerce électronique.

4.2.5 Protection du patrimoine informationnel

Le patrimoine informationnel est constitué de toutes les données informatisées, bases de données structurées ou non structurées nécessaires au fonctionnement des activités du Groupe. A titre d'exemple, citons les bases de données de nos emplacements, base de données clients, fournisseurs, échanges courriels, etc.

Chaque collaborateur doit, en toutes circonstances, préserver la confidentialité des données et bases de données qu'il exploite ou qu'il utilise dans le cadre de ses fonctions. Il doit notamment préserver la confidentialité des comptes utilisateurs, codes ou mots de passe ou de tout autre dispositif de contrôle d'accès et se doit d'être vigilant à la nature des données échangées par courriel ou sur les réseaux sociaux.

Guide pratique :

Situations à risque / comportements à adopter

► Droits et responsabilités des collaborateurs du Groupe JCDecaux

1. Santé et sécurité

Les mesures nécessaires doivent être prises pour que soit assurées la sécurité et la santé des collaborateurs, y compris des travailleurs temporaires, qui sont sous votre responsabilité, telles que la prévention des risques professionnels, l'information et la formation, ainsi que la mise en place d'une organisation et de moyens adaptés.

2. Intégrité et loyauté

Veillez à utiliser dans le respect des règles définies par le Groupe les biens appartenant à JCDecaux, tels que les installations, systèmes, équipement, cartes de paiement, matériel informatique (Internet, messagerie interne et autre) et fournitures diverses.

Veillez, dans le cadre d'actions de parrainage, sponsoring ou mécénat de toute activité sociale, caritative ou associative ainsi que dans les domaines politiques ou confessionnels, à ne pas engager le Groupe par vos actions individuelles. De la même manière, vous ne pourrez faire état de votre position au sein du Groupe aux fins d'obtenir directement ou indirectement des avantages ou des gains personnels.

Dans le cadre de toute action de parrainage, sponsoring ou mécénat engagée pour le Groupe, assurez-vous que les dépenses sont justifiées et sont bien en rapport avec l'avantage qu'en retire le Groupe.

3. Confidentialité des informations transmises et reçues

Dans le cadre de vos activités quotidiennes, ayez toujours à l'esprit de limiter au maximum les informations transmises aux tiers quant au savoir-faire et aux procédés de fabrication, droits de propriété intellectuelle accumulés par le Groupe JCDecaux dans tous ses domaines d'activité. En particulier, toute information sur le Groupe JCDecaux à caractère sensible ou confidentiel divulguée dans le cadre de relations avec des tiers ne pourra l'être que dans le cadre d'un contrat de non-divulgateur approuvé par votre Direction Juridique et définissant les conditions de la protection de ces informations. Toutes informations ou données communiquées dans ce cadre ne pourront l'être que si ces informations sont listées et identifiées et sont marquées confidentielles par vos soins.

Les informations confidentielles reçues des tiers ne doivent être communiquées en interne qu'àuprès des personnes ayant à les connaître, ou auprès des consultants qui seront choisis, en s'assurant que ces personnes et ces tiers sont eux-mêmes informés des obligations de confidentialité qui s'appliquent à vous.

4. Atteinte aux droits de propriété intellectuelle de tiers

Informez-vous, dans le pays dans lequel vous exercez vos fonctions, sur la législation applicable en matière de protection des marques, brevets, dessins et modèles et droits d'auteurs. Dans la plupart des pays, la contrefaçon de tels droits de propriété intellectuelle de tiers entraîne la responsabilité civile et pénale de leur auteur.

Refusez toute pratique de piratage de logiciel et de piratage numérique incluant notamment, et non exhaustivement, la reproduction du design, d'un logo ou de toute autre propriété visuelle ou sonore appartenant à un tiers sans autorisation expresse préalable.

Si vous avez le moindre doute sur telle ou telle situation, contactez rapidement votre Direction Juridique locale, votre Direction Juridique de zone géographique ou la Direction Juridique du Groupe, qui vous conseillera et étudiera avec vous les limites légales de votre action.

Partie IV : le Comité d’Ethique Groupe

Le Comité d’Ethique Groupe est en charge du traitement des violations suspectées de l’une ou l’autre des Règles Ethiques Fondamentales, c’est-à-dire :

- l’interdiction de la corruption et du trafic d’influence,
- le respect des règles de libre concurrence, et
- le respect des règles en matière d’information financière et comptable.

1. Saisine du Comité d’Ethique Groupe

Tout collaborateur d’une entité du Groupe peut saisir le Comité d’Ethique Groupe, s’il suspecte une violation des Règles Ethiques Fondamentales et a des raisons de penser que la remontée de cette information à son Directeur, ou à son Directeur Général, peut présenter des difficultés, ou peut ne pas être suivie d’une action adaptée.

La saisine du Comité d’Ethique Groupe :

- permet au Groupe de progresser dans sa démarche citoyenne et éthique, et
- protège à terme les intérêts du Groupe.

Un dispositif d’alerte éthique Groupe, disponible sur l’intranet du Groupe, permet à tout salarié du Groupe JCDecaux dans le monde d’alerter sur une telle violation supposée directement auprès du Secrétariat du Comité d’Ethique Groupe.

Les informations communiquées, dans le cadre de ce dispositif d’alerte éthique, doivent être formulées de manière objective et être suffisamment précises afin de pouvoir procéder à la vérification des faits allégués.

Le Comité d’Ethique Groupe se réserve la possibilité de ne pas procéder à l’examen d’allégations faites de mauvaise foi et/ou d’allégations ne contenant que des déclarations vagues dénuées d’informations suffisamment précises.

Chaque collaborateur dispose d’un libre accès confidentiel au dispositif d’alerte. Ce dernier est constitué :

- d’un formulaire électronique accessible sur la page d’accueil du site intranet ou extranet de chaque pays dans lequel le Groupe est présent ;
- d’une ligne téléphonique éthique (33 (0)1 30 79 79 11).

Le secrétariat du Comité d’Ethique Groupe est confié au Directeur Juridique Groupe. Il peut être joint par téléphone au 33 (0)1 30 79 79 11 (France) ou à l’adresse courriel suivante : comite.ethique@jcdecaux.com.

L’émetteur de l’alerte doit, par principe, s’identifier, son identité étant traitée de façon confidentielle. A titre exceptionnel, en fonction du contenu de son signalement, ce dernier peut être anonyme.

2. Protection des collaborateurs

Le Groupe JCDecaux considère que le traitement rapide et efficace des anomalies est une valeur essentielle. De ce fait, le Groupe n’exercera, ni ne tolérera aucune menace, sanction ou représailles d’aucune sorte à l’encontre des collaborateurs en raison de leur expression, de bonne foi, dans le cadre de cette procédure, même si les faits ne sont pas confirmés ou ne donnent lieu à aucune suite.

L’utilisation du dispositif ci-dessus est facultative : les collaborateurs qui viendraient à avoir connaissance de faits pouvant être de la compétence du Comité d’Ethique Groupe, mais n’en informeraient pas le Comité, ne seront pas sanctionnés pour cette raison.

A l’inverse, son utilisation abusive pourra exposer son auteur à des sanctions disciplinaires ainsi qu’à des poursuites judiciaires.

3. Protection des données personnelles

Le dispositif d’alerte éthique est mis en œuvre par JCDecaux SA en sa qualité de responsable du traitement.

Conformément à la réglementation applicable à la protection des données dans la plupart des pays dans lesquels le Groupe est présent et, notamment au sein de l’Union Européenne, toute personne identifiée dans le cadre d’une procédure d’alerte éthique, qu’elle soit émetteur de l’alerte ou faisant l’objet de l’alerte, peut contacter le Secrétariat du Comité d’Ethique Groupe afin d’exercer son droit d’accès aux données la concernant en adressant une demande accompagnée de la copie d’un titre d’identité par courrier électronique à l’adresse électronique suivante : comite.ethique@jcdecaux.com.

Elle pourra également en demander la rectification ou la suppression si celles-ci sont inexactes, incomplètes, équivoques ou périmées selon les mêmes modalités.

4. Rôle du Comité d’Ethique Groupe

Le Comité d’Ethique Groupe :

- se saisit de toute question en relation avec les Règles Ethiques Fondamentales du Groupe JCDecaux et formule auprès du Directoire toute recommandation qu’il jugera nécessaire ;
- examine, en respectant la confidentialité la plus absolue, toute situation potentiellement contraire aux Règles Ethiques Fondamentales qui pourrait être portée de bonne foi à son attention par un collaborateur et formule toute recommandation qu’il jugera nécessaire et prépare toute réponse, et
- propose toute modification de la Charte qu’il jugera nécessaire.

5. Composition du Comité d’Ethique Groupe et nomination de ses membres

Le Comité d’Ethique Groupe est composé de trois membres qui sont : le Président du Comité d’audit du Conseil de Surveillance de JCDecaux SA, le Président du Comité des rémunérations et des nominations de JCDecaux SA, le Directeur de l’Audit interne. Ces personnes sont membres du Comité d’Ethique Groupe tant qu’elles exercent leurs fonctions en tant que telles au sein de la Société JCDecaux SA.

Le Comité d’Ethique Groupe est présidé par le Président du Comité d’Audit.

6. Fonctionnement du Comité d’Ethique Groupe

Le Comité d’Ethique Groupe se réunit au moins une fois par an. Il se réunit aussi, sans délai, lorsqu’il est saisi par son Président d’une information reçue sur une situation contraire aux Règles Ethiques Fondamentales et toutes les fois qu’il le jugera nécessaire. En cas de besoin, les réunions peuvent avoir lieu par téléphone ou par moyens de visio-conférence.

Le Comité d’Ethique Groupe dispose des pouvoirs les plus étendus pour instruire les faits liés à une situation contraire aux Règles Ethiques Fondamentales ; il pourra le cas échéant demander la réalisation d’un audit interne, se déplacer, entendre toute personne qu’il jugera utile, y compris toutes personnes étrangères à l’entreprise et préconiser toute mesure visant à remédier à une telle situation.

Les membres du Comité d’Ethique Groupe ne peuvent pas être représentés.

Le Comité d’Ethique Groupe prend ses décisions à la majorité des membres présents. Sont considérés comme présents les membres assistant aux réunions par téléphone ou par moyens de visioconférence. En cas de partage des voix, celle du Président est prépondérante.

7. Modalités de reporting au Directoire et au Conseil de surveillance

Le Comité d’Ethique Groupe peut, à tout moment et à sa convenance, prendre contact avec le Directoire, notamment pour lui soumettre ses recommandations aux fins de remédier à une situation contraire aux Règles Ethiques Fondamentales. En tout état de cause, le Comité d’Ethique Groupe rend compte chaque année de ses travaux au Directoire et au Conseil de surveillance sur le fondement d’un rapport annuel écrit.