

Carta Ética

Edição 2018

JCDecaux

Carta da Diretoria

Caro senhor/senhora, caros colaboradores,

O Grupo JCDecaux deve trabalhar de forma responsável e sustentável em todos os mercados onde está presente. Este é um compromisso frente a seus colaboradores, clientes e fornecedores, autoridades locais, regionais e concorrentes. Nossa reputação e a confiança dos nossos parceiros (incluindo os investidores, clientes e fornecedores) dependem disso.

Esta carta, cuja primeira versão foi publicada em 2001, foi atualizada em 2005, 2009 e 2014.

A edição de 2018:

- Reafirma o compromisso da Diretoria e de todo o Grupo em enfrentar todas as formas de corrupção e tráfico de influência
- Leva em conta as alterações nas legislações nacionais e, em particular, a entrada em vigor da lei francesa de aplicação mundial em 09 de dezembro de 2016 sobre a transparência, a luta contra a corrupção e a modernização da vida econômica (chamada «lei sapin ii»); e
- Torna mais práticos os princípios estabelecidos nesta carta.

Esta Carta Ética é complementada por um procedimento de contratação e gestão de consultores que prestam serviços para o Grupo, especialmente quando se inicia uma operação em novos mercados ou novos países.

A presente carta vem acompanhada pela implementação, no âmbito do Grupo, de capacitações obrigatórias sobre as regras éticas fundamentais, em particular sobre a luta contra a corrupção e o tráfico de influência, que é um compromisso fundamental da Diretoria, e a respeito das quais não se tolerará nenhuma violação.

Nós sabemos que você apoia fortemente os princípios de qualidade e integridade que estão na base dos valores da nossa empresa. A Diretoria confirma que esses valores são e continuarão a ser os valores essenciais do Grupo e conta com todos para a manutenção de nossa boa reputação.

Dessa forma, pedimos para que leia atentamente a edição de 2018 da Carta Ética e a aplique.

Juntos, continuaremos a progredir e a alcançar os nossos objetivos, mantendo uma atitude socialmente responsável em todos os países em que estamos e em que estaremos presentes.

A Diretoria

Jean-François Decaux

Jean-Charles Decaux

Jean-Sébastien Decaux

Emmanuel Bastide

David Bourg

Daniel Hofer



| Preâmbulo

Em um ambiente internacional complexo, tanto sob os aspectos jurídicos, operacionais, comerciais e sociais, o Grupo JCDecaux se compromete a respeitar, e solicita a todos os colaboradores que também o façam, a ética profissional, cujos princípios estão estabelecidos na Carta Ética, bem como na Carta Internacional de Valores Sociais Fundamentais do Grupo.

Os princípios descritos nestas cartas não se limitam a destacar a necessidade de cumprir a lei, que difere em cada um dos países em que o Grupo está presente, em vez disso, eles visam a promover a reflexão pessoal e o senso de responsabilidade de cada colaborador.

A Diretoria expressou seu forte compromisso com a ética para que as relações entre as partes envolvidas nas atividades do Grupo JCDecaux, incluindo:

- › Por um lado, as empresas do Grupo e seus colaboradores; e
- › Por outro lado, as empresas e as pessoas com quem temos relações profissionais, especialmente:
 - Os funcionários públicos e representantes das autoridades locais e regionais;
 - Os clientes, anunciantes ou centrais de compras; e
 - Os fornecedores e prestadores de serviços externos.

Sejam pautadas, em qualquer circunstância, pela conformidade ética.

A presente Carta Ética é uma ferramenta para a transmissão de uma mensagem ética da Diretoria e uma ferramenta de auxílio na tomada de decisão em determinadas situações.

Portanto, o bom conhecimento e a aceitação desta carta são essenciais para a conformidade com os princípios éticos do Grupo. Nesse sentido, além de sua difusão interna, a Diretoria solicitou à direção jurídica do Grupo que assegure que os princípios desta carta, em particular os que dizem respeito à luta contra a corrupção e o tráfico de influência, sejam compreendidos corretamente e que possam ser implementados em todo o Grupo.

Para tal finalidade, um sistema de capacitação obrigatório foi implementado há vários anos sob a forma de um e-learning, que será complementado com módulos mais específicos, com um conteúdo o mais prático possível a fim de ser capaz de responder às questões que podem surgir no nosso dia-a-dia.

Estas ações de capacitação são direcionadas prioritariamente para nossos colaboradores identificados como suscetíveis de enfrentar situações de corrupção e de tráfico de influência; no entanto, o desenvolvimento progressivo de outros formatos (e-learning, presencial, webinar,...) O objetivo de garantir uma boa compreensão, em toda região geográfica em que estamos presentes e em todas as nossas atividades, das regras definidas na carta.

Se você tiver alguma dúvida quanto à interpretação de qualquer dos princípios enunciados na Carta Ética, ou a sua aplicação, entre em contato com sua direção jurídica local, com a direção jurídica regional ou, na falta de qualquer deles, com a direção jurídica do Grupo.

Cordialmente,

Direção Jurídica do Grupo
Bertrand Allain

ÉTICA



Sumário

I A Carta Ética

1. Objeto da Carta Ética
2. Difusão da Carta Ética
3. O sistema de alerta

II Regras Éticas Fundamentais

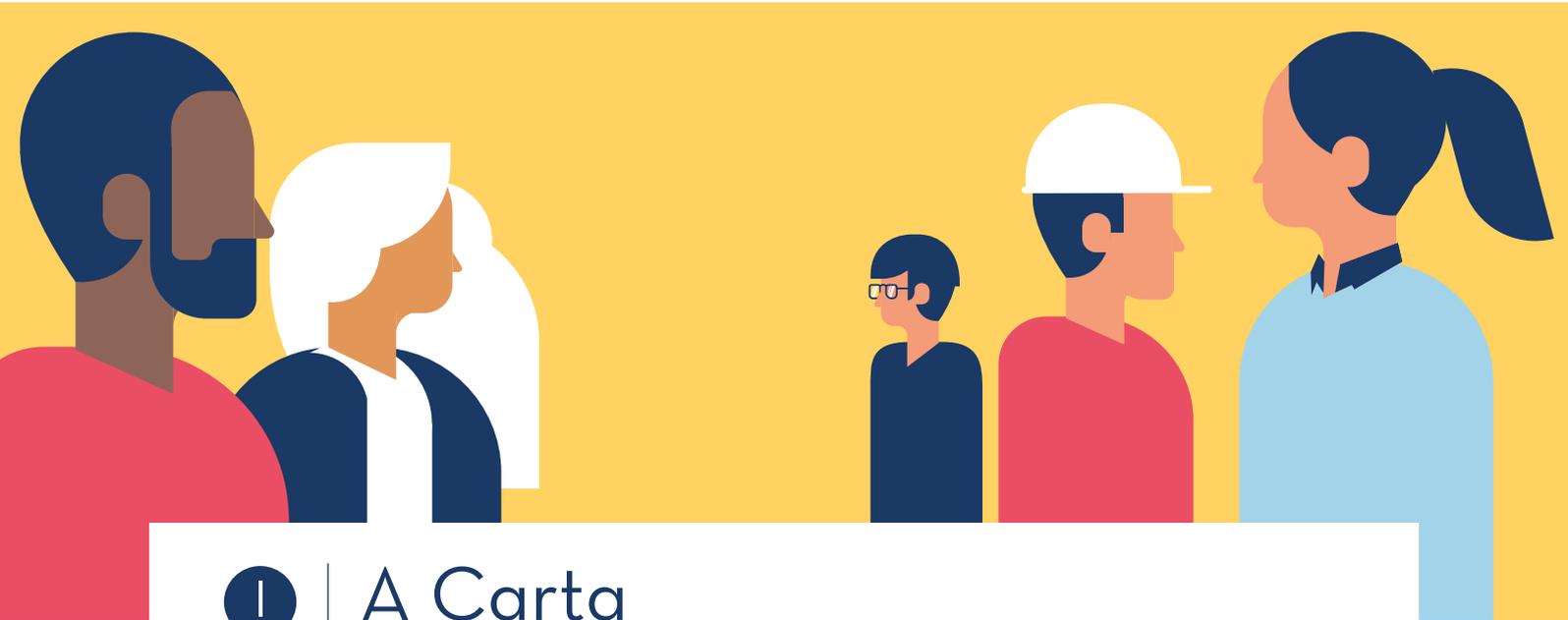
1. Proibição da corrupção e do tráfico de influência
+ Guia prático - situação de risco / comportamentos a adotar
2. Respeito às regras da livre concorrência
+ Guia prático - situação de risco / comportamentos a adotar
3. Respeito às regras de transparência financeira e contábil
+ Guia prático - situação de risco / comportamentos a adotar

III Princípios de Comportamento Ético

1. Relações de negócio com a administração pública
+ Guia prático - situação de risco / comportamentos a adotar
2. Relações de negócio com os clientes
+ Guia prático - situação de risco / comportamentos a adotar
3. Relações de negócio com fornecedores
+ Guia prático - situação de risco / comportamentos a adotar
4. Direitos e obrigações dos colaboradores do Grupo JCDecaux
+ Guia prático - situação de risco / comportamentos a adotar

IV Comitê de Ética do Grupo

1. Consulta ao comitê de ética
2. Proteção dos colaboradores
3. Proteção de dados pessoais
4. Papel do Comitê de Ética
5. Composição do Comitê de Ética e nomeação de seus membros
6. Funcionamento do Comitê de Ética
7. Modalidades de reporte à Diretoria e ao conselho fiscal



A Carta Ética

1. Objeto da Carta Ética e seu perímetro de aplicação

A Carta Ética (a “carta”) define as regras a serem respeitadas em todas as circunstâncias por cada empresa e colaborador do Grupo, tanto internamente, quanto com respeito a pessoas, empresas e entes públicos com quem têm relações profissionais. A carta também define os procedimentos de alerta em caso de não-conformidade com estas regras.

Para efeitos desta carta, o termo Grupo JCDecaux inclui a JCDecaux SA, suas filiais, diretas e indiretas e todas as empresas nas quais a JCDecaux SA, direta ou indiretamente, tenha interesse minoritário, sendo este tipo de controle exercido de forma exclusiva ou em conjunto. (o «Grupo JCDecaux» ou o “Grupo”).

2. Difusão da Carta Ética

2.1 A carta deve ser:

- › Entregue sistematicamente a cada colaborador, no momento da contratação, e fazer parte de seu contrato de trabalho,
- › Acessível via intranet do Grupo ou a pedido do departamento de recursos humanos de cada empresa do Grupo,
- › Sistematicamente anexada a cada contrato com agentes e intermediários externos (os “agentes”), conforme indicado no
- › Procedimento de contratação de gestão de consultores.

Os executivos e diretores da JCDecaux SA e suas subsidiárias são responsáveis pela aplicação permanente e divulgação da Carta Ética aos seus colaboradores. Um cargo de responsabilidade só pode ser atribuído a uma pessoa, após a verificação de sua capacidade de compreender e implementar as regras éticas do Grupo JCDecaux, as quais esta pessoa deverá aplicar e respeitar.

2.2 As direções gerais de cada entidade do Grupo devem informar anualmente sobre o cumprimento destas regras de difusão.

2.3 A direção jurídica e a direção de auditoria interna do Grupo JCDecaux são responsáveis pela garantia de conformidade com estas regras de difusão.

3. Sistema de alerta

Se você souber de uma situação na qual os princípios contidos nesta carta não estão sendo cumpridos, o seguinte procedimento permitirá que tais situações de não conformidade sejam tratadas, levando em conta as especificidades legais, regulamentares e os usos e costumes existentes e recorrendo ao bom senso de cada colaborador.

3.1 Não-conformidade com os Princípios de Comportamento Ético .

Se o incidente decorre de uma situação na qual os Princípios de Comportamento Ético do Grupo não foram respeitados, o diretor ou o superior hierárquico do colaborador em questão será informado.

Se a pessoa que relata tiver razões para acreditar que a comunicação a seu diretor ou superior hierárquico pode trazer dificuldades ou não ser seguida por medidas adequadas, a denúncia poderá ser feita à direção geral do país ou à direção regional da sua zona geográfica. É responsabilidade da pessoa informada definir e tomar as medidas adequadas de investigação e correção necessárias.

O Grupo JCDecaux, em todos os casos, está empenhado em analisar e corrigir qualquer violação à ética profissional, que, de boa fé e de forma honesta, for trazida à sua atenção, e em encontrar uma solução que visa a corrigir tal violação, se o incidente for devidamente comprovado.

3.2 Não-conformidade com as Regras Éticas Fundamentais

Qualquer possível violação de uma regra ética fundamental (corrupção/tráfico de influência, livre concorrência, infrações financeiras), poderá ser levada ao conhecimento do Comitê de Ética do Grupo mediante o uso de um sistema de alerta criado para este propósito. Se a violação alegada for devidamente comprovada, ela poderá ser sancionada.

A composição e as regras de funcionamento do Comitê de Ética do Grupo estão descritas na parte iv da presente carta.

As Regras Éticas Fundamentais são aquelas cuja violação poderá causar grande impacto na atividade atual e/ou futura do Grupo. O tratamento de alegadas violações a estas regras, as investigações e recomendações em relação as mesmas, são de competência do Comitê de Ética do Grupo, constituído pela JCDecaux SA. As regras para a comunicação de questões éticas para este comitê e suas regras de funcionamento estão descritas na parte iv da presente carta.



Regras Éticas Fundamentais

As Regras Éticas Fundamentais são as seguintes:

- › Proibição da corrupção e do tráfico de influência,
- › Respeito às regras da livre concorrência,
- › Respeito às regras sobre a informação contábil e financeira.

1. PROIBIÇÃO DA CORRUPÇÃO E DO TRÁFICO DE INFLUÊNCIA

1.1 Todas as formas de corrupção ou de tráfico de influência são estritamente proibidas.

Uma empresa que está envolvida em práticas de corrupção e/ou de tráfico de influência, ou que não toma providências para combater a corrupção ou o tráfico de influência cometidos por terceiros em seu nome:

- › destrói a sua própria reputação;
- › incorre em riscos importantes que, além de sanções financeiras, podem incluir a proibição de participar de licitações ou contratar com a administração pública;
- › pode dar origem a graves sanções penais contra seus colaboradores (a título individual), incluindo penas de prisão.

O que é corrupção?

A corrupção ativa é fornecimento, direta ou indiretamente, a um funcionário público ou a um oficial ou funcionário de uma empresa privada, com ou sem solicitação, de qualquer tipo de vantagem indevida para si ou para outrem, ou a promessa de dar ou oferecer tais vantagens, para que um funcionário público ou um funcionário privado realize, atrase ou se abstenha de realizar um ato no exercício de suas funções.

Isso inclui vantagens dadas direta ou indiretamente através de um terceiro, por exemplo, a um membro da família ou a um parceiro comercial, ou a outra pessoa designada por estes.

A corrupção é passiva quando uma pessoa, pública ou privada, em razão de sua função, solicita ou aceita doações, promessas ou vantagens com vistas a cumprir ou deixar de cumprir um ato no exercício de suas funções.

O que é tráfico de influência?

Tráfico de influência é a solicitação ou a aceitação ilícita, por uma autoridade pública, encarregada de uma missão de serviço público ou investida em cargo eletivo, a qualquer momento, direta ou indiretamente, de ofertas, promessas, doações, presentes ou qualquer vantagem, para si ou para outrem, para exercer ou por ter exercido influência real ou suposta, a fim de obter distinções, empregos, contratos públicos ou qualquer decisão favorável de uma autoridade ou administração pública.

1.2 Nossos compromissos

O Grupo JCDecaux proíbe expressamente todas as formas de corrupção ou de tráfico de influência.

O cumprimento deste compromisso é um imperativo absoluto do Grupo JCDecaux para:

- › contribuir à moralização das relações de negócio;
- › proteger os nossos interesses a curto e longo prazo, em todos os países do mundo em que estamos ou estaremos presentes ou nos quais desejamos nos desenvolver.

Nosso Grupo deve ser exemplar a este respeito.

1.3 Presentes e convites

Convites e presentes a funcionários públicos ou a pessoas privadas somente serão autorizados se estiverem em estrita conformidade com as leis aplicáveis nos seus próprios países e com o código de conduta em vigor no âmbito da Administração pública ou organização a que pertencem.

Em qualquer caso, convites e presentes são estritamente proibidos em períodos de licitação. Os chamados pagamentos de “facilitação” ou “facilitation payments” não são admitidos pelo Grupo.

1.4 Uso de agentes, consultores, intermediários e lobistas

O uso de agentes, consultores e intermediários deve ser estritamente controlado e corresponder a serviços reais e justificados. A remuneração destas pessoas constitui um risco de corrupção indireta, que pode ocorrer sem o conhecimento do Grupo. Todos os colaboradores do Grupo devem ser profissionais e estarem atentos a este respeito.

1.5 Financiamento dos partidos políticos

A política geral do Grupo é abster-se de financiar partidos ou candidatos políticos. Qualquer exceção a esta política geral deve ser autorizada pela Direção Geral do Grupo. As contribuições autorizadas devem ser feitas em conformidade com a legislação nacional aplicável. Em particular, se qualquer dessas contribuições forem permitidas por lei e autorizadas pela Direção Geral do Grupo, todas as declarações e os registros exigidos por lei deverão ser realizados. Obviamente, o Grupo respeita o direito dos colaboradores de estarem pessoalmente envolvidos em política, mas esta participação deve ser e permanecer de cunho pessoal.

[Guia Prático abaixo](#)



Guia prático:

Situações de risco / comportamentos a adotar

PROIBIÇÃO DA CORRUPÇÃO E DO TRÁFICO DE INFLUÊNCIA

1. O que é um funcionário público?

O conceito de «funcionário público» é amplamente definido e geralmente designa qualquer funcionário, agente ou empregado público de um país, Estado ou Município, de uma agência nacional ou internacional, de empresa estatal, assim como qualquer pessoa investida em cargo público eletivo, magistrado, ou qualquer pessoa beneficiária de uma delegação de serviços de qualquer destes órgãos.

2. Um marco legal estrito, rigoroso e internacional

Cada um dos países em que estamos presentes possui uma lei contra a corrupção de seus funcionários públicos e também contra a corrupção de pessoas privadas.

Na arena internacional, quarenta países adotaram a Convenção da Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) de 17 de setembro de 1997, contra a corrupção de funcionários públicos estrangeiros e adaptaram sua legislação interna para punir os atos prescritos nesta convenção.

A Convenção Penal sobre a Corrupção da União Europeia de 1999, a Convenção Interamericana contra a corrupção de 1996 e a Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção de 2003 fizeram da luta contra a corrupção de funcionários públicos e privados um objetivo internacional da mais alta prioridade. Tais convenções foram incorporadas ao direito penal interno de um grande número de países.

Como consequência, as legislações nacionais ampliaram progressiva e vigorosamente o alcance das proibições para incluir a corrupção de funcionários públicos estrangeiros.

Entre as legislações locais que passaram a se aplicar a atos de corrupção internacional, podemos citar:

- › Na França, a lei de 30 de junho de 2000 modificada pela lei de 13 de novembro de 2007 que adicionou o delito de corrupção de funcionários públicos estrangeiros ao delito cometido por funcionários públicos franceses e, mais recentemente, a lei de 9 de dezembro de 2016 relativa à transparência, à luta contra a corrupção e à modernização da vida econômica (denominada lei “Sapin II»), que reforça os controles e a repressão a atos de corrupção e tráfico de influência e à ausência de medidas preventivas, a cargo de uma nova autoridade administrativa independente dedicada especificamente a tais questões. (a Agência Francesa de Combate à Corrupção);
- › nos EUA, o Foreign Corrupt Practices (FCPA) de 1977, cujo âmbito de aplicação foi ampliado em 1998, pune criminalmente atos de corrupção de funcionários públicos estrangeiros.

Os Estados Unidos têm implementado, no âmbito da FCPA, uma política muito vigorosa de luta contra a corrupção internacional. Esta lei diz respeito a cidadãos americanos e residentes, bem como a não-residentes, desde que um ou mais elementos do ato de corrupção tenham relação com os EUA. A noção de relação com os EUA é interpretada de maneira muito ampla.

Na França e no Reino Unido, respectivamente a lei “Sapin II” de 2016 e o Bribery Act de 2010 foram inspiradas no FCPA, mas possuem âmbito de aplicação ainda mais extenso e exigem que as empresas tomem medidas positivas de prevenção e luta contra a corrupção.

As leis anticorrupção britânica e francesa não contêm qualquer exceção para pagamentos de facilitação (ou “facilitation payments”), por vezes utilizados para acelerar os procedimentos administrativos, tais como a liberação de mercadorias pela alfândega.

3. Respeito ao princípio de luta contra a corrupção e tráfico de influência

Aplique os mais estritos princípios de integridade e honestidade nas suas relações com todas as administrações públicas e governos. O que pode ser uma conduta aceitável no mundo dos negócios pode ser inaceitável, ou mesmo dar origem a sanções criminais, nas relações com funcionários públicos.

Os limites entre as práticas habituais toleradas e a corrupção ou o tráfico de influências são algumas vezes incertos e podem variar de acordo com o país e o tempo. A Parte 4 abaixo deve ser usada como um guia em tais situações.

4. Limites entre práticas habituais toleradas e corrupção ou tráfico de influência

As leis de anticorrupção e leis contra o tráfico de influência nunca fazem referência explícita aos custos de representação e promoção, de modo que existem incertezas quanto à sua permissibilidade e limites.

Foi feita uma tentativa de definir esse limite na Orientação às Organizações Comerciais - Guidance to Commercial Organisations (GCO) - publicada em 2011 pelo Ministério da Justiça Britânico. No entanto, tal documento tem apenas caráter indicativo, pelo que cada pessoa deve questionar-se sobre a razoabilidade, a proporcionalidade, e os motivos da despesa.

De acordo com o GCO, as despesas de representação e promoção podem ser claramente consideradas como atos de corrupção se forem feitas com a intenção de influenciar uma pessoa com poder de decisão. Ainda de acordo com o GCO, algumas despesas de representação e promoção feitas para criar e manter relações cordiais, melhorar a imagem da empresa e promover seus produtos podem ser adequadas; entretanto, a extensão permitida para tais despesas é incerta e, portanto, deve ser feita com cautela.

Alguns exemplos práticos:

- › Pagar as despesas de viagem e hospedagem de um funcionário público ou de uma pessoa privada para um destino de prestígio, para que ele conheça os altos executivos do Grupo é um risco muito alto, mesmo que seja apresentado como a solução mais prática para todas as partes envolvidas tendo em conta suas respectivas disponibilidades.
- › Se o convite é feito na sede do Grupo ou da subsidiária, o caráter razoável e proporcional está ligado ao nível das despesas incorridas, que devem corresponder ao padrão de vida profissional normal da pessoa convidada, e a motivação para o convite deve ter relação operacional (por exemplo, visitas aos escritórios da empresa e/ou apresentação de produtos; mas note que a duração não deve se estender além das necessidades operacionais).
- › Pagar as despesas de viagem e hospedagem de um funcionário público ou uma pessoa privada, para que estes possam assistir a eventos culturais ou esportivos pode ser considerado como um ato de alto risco se o Grupo ou a subsidiária não tem qualquer interesse profissional no evento (por exemplo, patrocínio, sendo um fornecedor oficial ou parceiro de um evento) e se o custo do convite excede o que o convidado teria aceitado gastar pessoalmente para participar do evento.

Devemos sempre nos questionar se o convite tem por objetivo, ou é suscetível de, induzir o funcionário público ou uma pessoa privada a realizar, atrasar ou se abster de realizar um ato funcional.

Estas considerações são essenciais para a definição de corrupção e o tráfico de influência.

Se você se deparar com uma solicitação indevida de um funcionário que representa uma Entidade pública ou de uma pessoa privada, informe imediatamente o seu superior hierárquico que será responsável por recusar essa solicitação.

O Grupo JCDecaux prefere não participar de uma licitação pública ou privada, ou obter um contrato, a satisfazer às exigências de vantagens indevidas, de qualquer natureza, feitas por um funcionário público ou por uma pessoa privada.

5. Presentes e convites

Presentes devem ser distinguidos de itens promocionais:

- › Itens promocionais são definidos como itens não onerosos (até 70 Euros sem impostos, ou qualquer quantidade inferior que possa ser determinada localmente), marcados indelevelmente com o nome da JCDecaux.
- › os presentes são autorizados desde que obedecido o limite financeiro acima e devem corresponder a eventos especiais e pontuais (casamento, nascimento, etc.); eles devem ser dados apenas a título excepcional.
- › presentes na forma de dinheiro são estritamente proibidos, não importa o valor ou a motivação.

Convites nunca devem ser realizados confidencialmente.

Os convites devem ser autorizados pela Direção Geral da Empresa do Grupo em questão; a natureza e a motivação desses convites devem ser devidamente preservadas, com as identidades dos convidados claramente identificadas.

Se não existe um limite definido pela lei, os convites devem ser sempre razoáveis, proporcionais e fundamentados, tais noções devem ser interpretadas estritamente.

Assim, convites razoáveis para uma finalidade adequada geralmente são permitidos, mas eles podem ser qualificados como «desproporcionais» e, portanto, como um ato de corrupção, se eles forem endereçados a funcionários públicos ou pessoas privadas de forma rotineira e regular.

Algumas leis nacionais, como a lei dos Estados Unidos, proíbem formalmente qualquer convites e brindes para funcionários públicos, de qualquer valor. Nesse caso, por ser a lei nacional mais restritiva, é ela que deve ser aplicada. Portanto, antes de aceitar ou enviar qualquer convite, é necessário ter a certeza de que o convite não é proibido pelas leis aplicáveis locais.

6. Uso de agentes, consultores e intermediários

A ignorância intencional do que um agente, consultor ou intermediário está fazendo ou possa fazer não é considerado como um argumento de defesa no caso de um ato de corrupção cometido por tal agente.

É nosso dever tomar as medidas preventivas adequadas para evitar tais situações.

Consulte o procedimento interno do Grupo em relação à contratação e gestão de Consultores (agentes, consultores e intermediários) para evitar qualquer ato de corrupção indireta de funcionários públicos. Este procedimento leva em consideração o nível de percepção da corrupção em cada país identificado pela “Transparency Internacional”, uma organização não-governamental reconhecida na área de combate à corrupção.

7. Financiamento de partidos políticos - Atividades caritativas

7.1. O financiamento de partidos políticos, ou de associações/fundações ligadas a partidos políticos, está sujeito a leis que variam significativamente de um país para outro. Mesmo quando legalmente permitido, estas contribuições podem ser consideradas como abusivas ou interpretadas como uma prática duvidosa.

7.2 Contribuições para atividades caritativas e ações de mecenato são autorizadas se forem realmente de interesse público e formem parte de uma ação cívica real. Estas contribuições devem ser aprovadas previamente, por escrito, pelo diretor da empresa do Grupo em questão e devem ser devidamente contabilizadas.

Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, entre rapidamente em contato com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional ou com a Direção Jurídica do Grupo, que irá aconselhá-lo e examinará os limites legais de sua ação.

2. RESPEITO ÀS REGRAS DE LIVRE CONCORRÊNCIA

O Grupo JCDecaux atribui extrema importância ao cumprimento das regras de concorrência

2.1 Respeito aos regulamentos

Independentemente da localização geográfica do mercado de publicidade em que você esteja, você deve estar familiarizado e cumprir com as regras de concorrência aplicáveis no que diz respeito a suas relações com os concorrentes.

Quase todos os países no qual o Grupo está presente operam as regras da concorrência com o seguinte conteúdo comum:

- › proibição de todos os acordos escritos ou não escritos entre as empresas que visam, ou resultam em, restringir a concorrência;
- › proibição do abuso de posição dominante.

Na Europa, estas regras são definidas nos artigos 101 e 102 do Tratado da União Europeia e foram integradas nas legislações nacionais de todos os países membros da União Europeia.

2.2 Práticas proibidas

Existem dois tipos básicos de comportamentos anticoncorrenciais: acordos ilegais e abuso de posição dominante. Os comportamentos proibidos em questão não são apenas aqueles que dizem respeito aos os concorrentes, mas também aos fornecedores e clientes, se estes acordos distorcem a livre concorrência.

2.2.1 Acordos ilegais e troca de informações

Qualquer contrato escrito ou verbal, direto ou indireto entre os operadores do mercado, cujo objetivo ou o efeito seja criar condições de concorrência que não correspondem às condições normais de mercado, é proibido.

Também é proibida a troca de informações confidenciais entre concorrentes que impede a livre concorrência, mesmo quando não constitua um acordo ilegal em si.

2.2.2 Abuso de posição dominante.

Uma empresa pode ocupar uma posição dominante no mercado, ou fortalecer sua posição de domínio no mercado, em particular mediante adjudicação de licitações. Isto não é ilegal.

O que é proibido é a exploração abusiva desta posição dominante no mercado para impedir o livre jogo da concorrência neste mercado.

2.3 Sanções

2.3.1 A Violação ao direito de concorrência aplicável pode ser passível de sanções:

- › Financeiras:

Na Europa, estas sanções podem ser de até 10% do faturamento mundial do Grupo ou de uma sociedade em particular. A lei europeia é complementar à lei aplicável nos países em que o Grupo opera, de modo que as violações às leis nacionais de concorrência podem resultar em sanções em vários países nos quais elas se aplicam. Estas sanções podem incluir uma proibição total de contratação com o governo.

› Penais:

Em alguns países, violações graves ao direito da concorrência estão sujeitas a multas pessoais e/ou prisão das pessoas envolvidas.

2.3.2 Além disso, violar o direito de concorrência:

› Pode dar origem a inquéritos administrativos e judiciais que podem gerar custos jurídicos substanciais e acarretarem custos e mobilização de recursos internos consideráveis.

› Impacta negativamente a imagem da empresa,

› Poderá originar ações de reparações de danos por terceiros alegando perdas devido a estas práticas.

Portanto, não hesite em pedir a sua Direção Jurídica Local, à Direção Jurídica Regional ou à Direção Jurídica do Grupo, informações sobre as leis aplicáveis à matéria.

[Guia Prático abaixo](#)





Guia prático:

Situações de risco / comportamentos a adotar

RESPEITO ÀS REGRAS DE LIVRE CONCORRÊNCIA

1. Relações com concorrentes

1.1 Acordos ilegais e trocas de informações

O contato com concorrentes constitui uma área particularmente sensível, na medida em que este contato pode impedir a livre concorrência no mercado de publicidade.

Os colaboradores do Grupo JCDecaux nunca devem discutir verbalmente ou de forma escrita os seguintes tópicos com empresas concorrentes:

- › fixação de preços: qualquer forma de acordo relacionado com o preço (como tarifas, descontos, modalidades de fixação de preços, etc.) é proibido, independentemente de estes preços se referirem a anunciantes, comerciantes, o preço proposto para uma licitação ou similares;
- › repartição de mercado entre concorrentes (“bid - rigging”): qualquer forma de repartição de mercado é proibida, seja no âmbito de uma licitação, seja por meio de outras transações (em particular, um acordo entre concorrentes sobre a apresentação ou não de uma licitação é estritamente proibido);
- › troca de informações financeiras: nenhuma informação financeira além da informação acessível ao público em geral deve ser compartilhada entre concorrentes. Isto inclui informações relativas a margens, custos de bens ou serviços adquiridos ou produtos que não estejam reunidos nas contas públicas do Grupo, ou a troca de informações comerciais ou de marketing que atendam às seguintes condições:
 - informações sensíveis e precisas (por exemplo, projetos de marketing e estratégias de marketing),
 - informações ainda não divulgadas publicamente pela empresa (por exemplo, informações sobre os custos de bens e serviços adquiridos ou sobre taxas de ocupação, faturamento por rede ou por cidade, descontos reais concedidos).

Familiarize-se com as leis aplicáveis no país em que você trabalha e, se tiver alguma dúvida sobre o comportamento que encontrou, consulte a Direção Jurídica Local, a Direção Jurídica Regional ou a Direção Jurídica do Grupo.

Fóruns, seminários e reuniões de associações são, muitas vezes, pontos de encontro entre os concorrentes. Fique atento. Se um concorrente aborda um tema que viola a lei de concorrência durante qualquer reunião, interrompa ou deixe essa reunião e certifique-se de que sua partida foi registrada em ata.

1.2 Abuso de posição dominante

Em um certo número de países, as autoridades competentes em matéria de direito de concorrência podem considerar que o Grupo JCDecaux ocupa/detém uma posição significativa ou dominante no seu setor de negócio.

Ocupar/possuir uma posição dominante num mercado não é proibido. É o abuso da posição dominante que é sancionado.

Se a JCDecaux for considerada como ocupante de uma posição dominante em um determinado setor de atividade ou país, os seguintes comportamentos podem ser considerados como abuso dessa posição, ao passo que tais comportamentos podem ser considerados legais quando a JCDecaux não for considerada como empresa dominante no mercado:

- › adotar preços predatórios, ou seja, um preço que é altamente incompatível com as condições do mercado (por exemplo, assinar contratos de mobiliário urbano que gerem prejuízo, ou conceder a clientes campanhas de publicidade gratuitas, com o objetivo de eliminar um concorrente);
- › fornecer aos clientes descontos especiais, tais como descontos de fidelidade, que se incrementariam em função do crescimento da % que a JCDecaux representa para um cliente em relação com um competidor, com o objetivo de eliminar um concorrente,
- › inserir cláusulas nos contratos de concessão que tenham sido proibidas pelas autoridades competentes nacionais ou europeias.

| Familiarize-se com as leis aplicáveis em relação a posições dominantes no país em que você trabalha.

2. Relações com fornecedores e direito da concorrência

Nas suas relações com os fornecedores, os colaboradores do Grupo JCDecaux devem garantir que um fornecedor não se torne economicamente dependente do Grupo, e os colaboradores devem abster-se de qualquer ação que prive um concorrente de uma fonte de suprimento, se esta fonte for essencial para o acesso ao mercado.

Quando um fornecedor fabrica produtos que estão disponíveis para os concorrentes a partir de outras fontes, é admissível solicitar a este fornecedor direitos exclusivos, desde que sejam:

- › limitados em termos de duração e em uma área geográfica razoavelmente justificada; e
- › devidamente justificados por contrapartidas/compromissos concedidos ao fornecedor.

Ajude a criar um ambiente competitivo para os fornecedores. Este ambiente competitivo inclui:

- › realização de revisões periódicas dos fornecedores e prestadores de serviços externos por meio de licitações, quando a natureza da prestação ou do fornecimento o permita;
- › manter documentos claros, comparativos, mencionando as razões que justificam a escolha do fornecedor.

Avalie as propostas baseadas em critérios objetivos específicos, tais como preço, qualidade dos produtos ou serviços, capacidade de resposta, serviço, aceitação de Regras Éticas da JCDecaux, o respeito às regras de desenvolvimento sustentável e qualquer outro critério pertinente.

Informe o seu superior hierárquico de qualquer interesse pessoal, financeiro ou outro, direto ou indireto, que você possa ter em relação a qualquer fornecedor que, dada a sua posição na empresa, pode interferir nas relações do Grupo com este fornecedor.

Adote apenas atitudes aceitáveis para nossos fornecedores no que diz respeito às leis de concorrência aplicáveis; em particular, você deve garantir que não será criada uma situação de dependência do fornecedor com o Grupo e vice-versa. Devemos estar particularmente atentos quando o Grupo represente mais de 30% do volume de negócios do fornecedor.

| Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, entre rapidamente em contato com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional ou com a Direção Jurídica do Grupo, que irá aconselhá-lo e examinará os limites legais de sua ação.

3. RESPEITO ÀS REGRAS SOBRE INFORMAÇÃO FINANCEIRA E CONTÁBIL

O Grupo JCDecaux está empenhado em:

- › Fornecer uma informação financeira e contábil confiável e honesta e, para esta finalidade, criar processos e controles internos rigorosos e eficazes,
- › Respeitar todas as leis e regulamentos aplicáveis à proteção e à comunicação de informações confidenciais, em particular no que tange ao tratamento igualitário de seus acionistas.

No âmbito das regras definidas acima:

1. Cada colaborador do Grupo envolvido na preparação de relatórios financeiros e contábeis deve **garantir que as informações contidas em tais documentos estejam sempre exatas e em estrita conformidade com os princípios contábeis e outras normas e regras contábeis aplicáveis**. É fundamental que os documentos financeiros e contábeis do Grupo estejam desprovidos de erros substanciais.
2. A Direção Geral de cada uma das entidades do Grupo é **responsável pela conformidade com a os regulamentos contábeis e financeiros aplicáveis no país** de operação.

Ela também está encarregada do controle interno e deve supervisionar a conformidade com o Manual de Controle Interno. Isto inclui assegurar que todas as operações contábeis e financeiras estão corretamente registradas nos livros e contas do Grupo.

3. Além da necessária observância das regras definidas pelo mercado financeiro, autoridades de monitoramento, cada funcionário do Grupo JCDecaux deve estar ciente do fato de que, devido à sua posição ou relações com outras pessoas no Grupo, pode estar na posse de informações confidenciais, cuja divulgação ou uso pode, além das sanções penais aplicáveis, influenciar o valor do Grupo nos mercados financeiros, ou dar a certos indivíduos uma vantagem sobre os acionistas como um todo.

Portanto, **é fundamental que toda informação conhecida pelos colaboradores devido a sua atividade dentro do Grupo e não conhecida pelo público em geral, seja mantida em estrita confidencialidade e não seja divulgada**.

4. **Informações privilegiadas** – A compra ou venda de ações da JCDecaux SA por uma pessoa na posse de informação, em razão do exercício de sua profissão ou de suas funções, ainda não disponível para o público em geral e que pode influenciar os preços das ações cotadas em bolsa, ou a comunicação dessas informações a terceiros para que eles possam realizar estas operações, é proibido.

O uso de informações privilegiadas expõe o infrator a sanções penais.

[Guia Prático abaixo](#)



Guia prático:

Situações de risco / comportamentos a adotar

RESPEITO ÀS REGRAS SOBRE INFORMAÇÃO FINANCEIRA E CONTÁBIL

1. Elaboração da informação

Se você participa da elaboração das informações financeiras e contábeis do Grupo, você deve se certificar de que as informações contidas nestes documentos estejam sempre precisas e apresentadas de uma forma abrangente e exaustiva. Se você detectar erros ou não conseguir conciliar os números, entre em contato com o seu superior hierárquico para que as informações em questão possam ser corrigidas.

2. Informações confidenciais

Se você obtiver, no exercício das suas funções, informações sobre as perspectivas ou a situação do Grupo ou de qualquer das empresas do Grupo, em matéria de contencioso, contratos assinados ou em discussão, projetos de aquisição ou cessão de atividades, projetos de joint venture, obstáculos encontrados e, em geral, informações que possam influenciar o valor atual ou futuro das ações da JCDecaux SA na bolsa de valores, e se tais informações não tenham sido divulgadas ao público pelo Grupo, é fundamental que:

- › você não divulgue estas informações a terceiros;
- › você não participe, direta ou indiretamente através de um intermediário, em qualquer transação envolvendo ações da JCDecaux SA, inclusive através do exercício de opções, até que as informações que você obteve sejam tornadas públicas; e
- › você limite a comunicação de informações confidenciais apenas às pessoas que necessitam de tais informações. Você deve ter cuidado com correntes de e-mail e conversas em locais públicos tais como trens, aviões, restaurantes e afins.

Na França, o uso ou a comunicação de informações financeiras confidenciais é punível com até dois anos de prisão e uma multa máxima de dez vezes o valor do lucro obtido ilegalmente. Em outros países, esses atos também estão sujeitos a sanções, de acordo com as leis locais.

Estas informações confidenciais só podem se tornar públicas pela Diretoria da JCDecaux SA, ou sob seu controle direto.

Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, entre rapidamente em contato com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional ou com a Direção Jurídica do Grupo, que irá aconselhá-lo e examinará os limites legais de sua ação.



Princípios de Comportamento Ético do Grupo

Os Princípios de Comportamento Ético do Grupo JCDecaux devem ser implementados pela direção local de cada filial e empresa controlada pelo Grupo, em conformidade com as normas nacionais aplicáveis. No entanto, violações desses princípios não são tratadas pelo Comitê de Ética do Grupo, mas pela direção local.

1. RELAÇÕES DE NEGÓCIO COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

1.1 Respeito aos regulamentos

Familiarize-se com todas as leis, regulamentos e práticas do país, Estado e/ou territórios que são aplicáveis à transação que você vai realizar com a Administração Pública. A conformidade com estas leis, regulamentos e práticas é obrigatória.

As relações com a Administração Pública são estritamente regulamentadas, seja durante a fase de licitação, de negociações contratuais, de execução do contrato ou de faturação de serviços prestados.

1.2 Respeito ao princípio da lealdade

A obtenção de novos contratos com a Administração Pública local é um objetivo essencial para o desenvolvimento do Grupo JCDecaux. No entanto, este objetivo não deve ser alcançado usando meios que são julgados como desleais nos países / Estados / territórios em que você trabalha. Em particular, é estritamente proibido qualquer conflito de interesse entre a empresa, seus funcionários, seus fornecedores no que diz respeito a um contrato específico e as autoridades locais.

Concorrência leal é um requisito fundamental para o funcionamento correto do mercado, incluindo os mercados de licitações públicas.

Por conseguinte, no país, Estado e/ou territórios em que você trabalha, proíba qualquer comportamento que possa violar regras específicas relativas aos mercados de licitações públicas.

[Guia Prático abaixo](#)



Guia prático:

Situações de risco / comportamentos a adotar

RELAÇÕES DE NEGÓCIO COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Os colaboradores do Grupo JCDecaux estabelecem relações de negócio com Administração Pública local em todos os seus campos de atividade, na esfera pública e privada.

As normas jurídicas aplicáveis às relações com estas autoridades são frequentemente muito complexas e exigem de cada um atenção e profissionalismo em todo momento.

1. Respeito às regulamentações nos contratos com a Administração Pública

Solicite e leia com atenção a documentação fornecida pela Administração Pública sobre os procedimentos a serem observados (regras de consulta, editais de licitação, etc.) no âmbito da operação projetada.

Se você tiver dificuldades na obtenção de tal documentação, você deve contatar a equipe jurídica de sua empresa, o Departamento Jurídico de sua região ou Departamento Jurídico do Grupo.

Lembre-se que, nas relações do Grupo com as Administrações locais, não apenas contratos de uso de propriedade pública, mas também os contratos de compras de espaços publicitários por órgãos públicos, estão sujeitos a regulamentações específicas.

Se necessário, você deve contatar a equipe jurídica competente para a explicação de todos os pontos que podem não estar claros em tal documentação. Além disso, você deve aplicar escrupulosamente as seguintes regras em suas relações com a Administração Pública:

- > certifique-se de que todas as informações verbais ou por escrito enviadas à Administração Pública estão completas, verdadeiras e corretas,
- > exceto quando autorizadas por escrito pela autoridade competente, não aceite qualquer diferença substancial dos termos e condições do contrato.

2. Respeito ao princípio de lealdade - Conflitos de interesse

A política do Grupo JCDecaux é de ganhar licitações e contratos nos quais o Grupo participa com base na qualidade de sua oferta, de seus produtos e serviços, que devem por si só fazer a diferença.

Na relação contratual com a Administração Pública, identifique, na medida do razoável, qualquer interesse que um funcionário público desta autoridade possa ter com um parceiro, fornecedor, agente, distribuidor ou consultor do Grupo JCDecaux, para garantir que qualquer conflito ou potencial conflito de interesse seja gerido em conformidade com as leis locais.

Da mesma forma, não se envolva em qualquer situação que possa criar um conflito no qual o Grupo JCDecaux possa perder sua liberdade de agir de acordo com seus interesses econômicos.

A contratação de parentes de um funcionário público de uma autoridade com poderes de decisão sobre nossos contratos é limitada às seguintes situações:

- › a posição deve corresponder a uma necessidade real e justificada da Sociedade;
- › a pessoa contratada deve ter qualificações/experiência que as torne apta para o cargo,e;
- › a remuneração oferecida deve ser equivalente à de pessoas com qualificação semelhante na Empresa.

Como medida de precaução, mantenha no dossiê da pessoa em questão, os elementos que permitem provar que os critérios acima foram respeitados.

Informe seu superior hierárquico de qualquer questão sensível que você tenha em relação a contratos públicos e/ou à sua relação com a Administração Pública.

Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, entre rapidamente em contato com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional ou com a Direção Jurídica do Grupo, que irá aconselhá-lo e examinará os limites legais de sua ação.

2. RELAÇÕES DE NEGÓCIO COM OS CLIENTES

Os principais clientes do Grupo JCDecaux são os anunciantes, agências de publicidade, especialistas em mídia e centrais de compra de espaços, com quem comercializamos nossos espaços publicitários.

Independentemente dos fatores econômicos e da força de mercado dos nossos concorrentes, os colaboradores devem apenas utilizar meios lícitos e em conformidade com as nossas regras de ética comercial nas suas relações com os clientes. O propósito desta regra é garantir a durabilidade das relações com os nossos clientes, tranquilizar nossos novos clientes, e manter a reputação de excelência e integridade do Grupo no mercado.

2.1 Respeito aos regulamentos

Independente da natureza nacional ou internacional de uma transação comercial com um cliente, você deve estar familiarizado e respeitar escrupulosamente todas as leis e regulamentos aplicáveis.

Em particular, e a partir da lei de 9 de dezembro de 2016 (lei “Sapin II”), o marco legal de prevenção e repressão de atos de corrupção e de tráfico de influência se aplica às relações com os clientes.

2.2 Respeito aos princípios de integridade

Qualquer comportamento que possa comprometer a reputação do Grupo em relação com seus clientes é proibido. Em particular, os colaboradores do Grupo não devem, direta ou indiretamente, oferecer aos representantes de clientes uma vantagem, se tal vantagem pode modificar, por meio da criação de uma relação de obrigação, a decisão do representante em relação ao Grupo JCDecaux.

2.3 Procedimentos de controle de campanhas publicitárias

Com relação a campanhas publicitárias exibidas ou transmitidas em nossas redes, o Grupo JCDecaux deve cumprir as leis e regulamentos aplicáveis, bem como os princípios desta Carta e não atentar contra a moralidade e os bons costumes, de acordo com os padrões vigentes em cada país. Nesse sentido, as criações e exibições visuais que abordam temas específicos (em particular: álcool/tabaco, nudez/lingerie, violência, pornografia indireta, os benefícios ecológicos de produtos, cinema/televisão, videogames, produtos que possam ferir a sensibilidade de pessoas jovens...) devem ser avaliados com atenção especial.

Neste contexto, é necessário um procedimento de controle de conformidade do conteúdo das exibições, e particularmente aquelas relacionadas aos temas mencionados no parágrafo anterior. Desse modo, em cada país em que o Grupo está presente, um controle deve ser feito por um órgão interno específico ou por algum outro meio que garanta a independência das decisões relativas à conformidade com os princípios desta Carta e dos critérios mencionados acima. Este órgão de controle da publicidade deve ter poderes para tomar uma decisão final e independente no que se refere à publicação ou difusão da campanha em questão.

2.4 Trocas de Bens (permuta)

A venda de espaços publicitários em troca de serviços (como viagens) ou produtos (por exemplo, equipamentos informáticos) deve ser considerada uma prática excepcional e ser realizada apenas sob as mais estritas condições de transparência (justificando a prática e os preços e cumprindo com as regras contábeis e fiscais sobre faturamento, registro contábil das despesas e do produto correspondente).

2.5 Origem dos fundos

Lavagem de dinheiro, que consiste em dissimular ou reverter, sob aparência legal, fundos oriundos de atividades ilegais, é um delito sujeito a sanções penais.

Para reduzir esse risco, o Grupo escolhe parceiros comerciais cuja boa reputação seja reconhecida. Se o Grupo escolhe trabalhar com um novo parceiro, medidas adequadas de verificação reputacional de tal parceiro devem ser tomadas.

[Guia Prático abaixo](#)



Guia prático:

Situações de risco / comportamentos a adotar

RELAÇÕES DE NEGÓCIO COM OS CLIENTES

1. Respeito aos regulamentos

Consulte a Direção Jurídica Local, a Direção Jurídica Regional ou a Direção Jurídica do Grupo para conhecer as leis e regulamentos aplicáveis à operação comercial projetada (legislação sobre a publicidade, a venda, as regras de faturamento, etc.). As normas jurídicas aplicáveis aos intermediários podem variar consideravelmente entre os países.

Por exemplo, na França, os serviços fornecidos por uma agência de publicidade ou qualquer outro intermediário (por exemplo, centrais de compra) só podem ser remunerados pelo anunciante, e não pelos meios de comunicação de publicidade, sob pena de multa de até 1 500 000 € e interdição de contratar com a Administração pública (lei de 29 de janeiro de 1993 - lei «Sapin»). O propósito deste requisito é evitar qualquer remuneração oculta das agências de publicidade pelos meios de comunicação.

Assegure-se de que as pessoas que representam o Grupo nas relações com clientes (agentes comerciais, provedores de negócios, subcontratados, corretores, etc.) estejam atentas quanto às leis e regulamentos aplicáveis às operações que elas realizam em nome do Grupo.

Assegure-se de que você só assuma compromissos em nome da empresa em que opera, e nunca em nome de outra empresa do Grupo e de que você tem faculdades necessárias para tal finalidade (procuração, mandato).

Mantenha uma cópia original de cada contrato e de todos os documentos subsequentes relacionados com o mesmo.

2. Respeito aos princípios de integridade

Assegure-se de que, em nossas relações com terceiros que representam o Grupo ou que atuam em seu nome, colocamos em prática nossos procedimentos internos aplicáveis a este tipo de relação, em particular os procedimentos relativos às relações com agentes e intermediários.

Garanta o respeito do Grupo com os seus compromissos.

Nunca ofereça remuneração oculta ao representante de um cliente para influenciar o comportamento deste. A corrupção privada é punida com sanções penais

Também é essencial que as despesas com presentes e entretenimento não sejam oferecidas a um cliente, a fim de influenciá-lo a tomar uma decisão que não teria sido tomada sem este presente ou entretenimento. Se esta é a situação, tal prática é terminantemente proibida. Os colaboradores devem tratar com seus responsáveis hierárquicos eventuais dúvidas ou preocupações sobre o caráter apropriado de um presente.

Presentes, exceto aqueles de baixo valor, e entretenimento devem ser contabilizados de modo preciso e exato nos livros contábeis da empresa. Os comprovantes devem ser enviados ao serviço financeiro responsável pela conservação/arquivamento. Qualquer outro documento que corrobore com a autorização recebida também deve ser conservado pelo superior hierárquico que autorizou ao colaborador a oferecer o presente ou entretenimento.

Presentes

O valor dos presentes oferecidos aos clientes deve ser módico (não deve exceder 130€ sem impostos, ou outro valor inferior estabelecido localmente). Qualquer presente de valor superior deve ser autorizado pelo seu superior hierárquico e deve ser enviado ao local de trabalho do beneficiário, e não ao seu domicílio.

Entretenimento

Despesas de entretenimento, como viagens e shows, incorridas no âmbito das relações públicas comerciais do Grupo, são reservadas para encontros cujo objetivo é:

- › de natureza essencialmente profissional (apresentação de produtos, de mercado, etc...), ou
- › de natureza acessoriamente profissional, tal como uma viagem promocional, mas apenas se o convite for coletivo e não puramente individual (ou seja, um convite a uma categoria ou a Grupo de clientes que usarão o convite para criar relações profissionais; o que não ocorre com um convite oferecido a um ou a um pequeno número de indivíduos, que não permitiria criar tais relações).

Convites para tais atividades de entretenimento devem ser enviados ao local de trabalho do cliente e não ao seu domicílio.

Em certos países, presentes e entretenimentos profissionais constituem uma prática comercial aceitável. Em outros países, tais práticas não são aceitáveis. Você deve se certificar de que presentes e entretenimentos profissionais são autorizados pela legislação e costumes locais.

Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, entre rapidamente em contato com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional ou com a Direção Jurídica do Grupo, que irá aconselhá-lo e examinará os limites legais de sua ação.

3. Origem dos fundos

Cumpra com as legislações aplicáveis que proíbam a lavagem de dinheiro, bem como com qualquer legislação que exija a declaração de operações em dinheiro ou outras operações suspeitas. Fique atento a como os pagamentos são feitos com o fim de detectar eventuais irregularidades, particularmente com os parceiros cujas práticas comerciais possam levantar suspeitas.

Fique atento a sinais que possam revelar a existência de atividade de lavagem de dinheiro (transferências não-habituais de fundos de um país estrangeiro, transações a partir de países conhecidos como paraísos fiscais, circuitos ou modos de pagamento não-habituais...).

Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, a origem dos fundos ou a aceitação de uma forma de pagamento, entre em contato rapidamente com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional ou com a Direção Jurídica do Grupo, e certifique-se que o problema seja resolvido antes de prosseguir com a operação em análise.

3. RELAÇÕES DE NEGÓCIO COM FORNECEDORES

O respeito aos Princípios Comportamentais Éticos do Grupo é essencial para estabelecer relacionamentos de negócio eficientes e duradouros com os fornecedores do Grupo; necessários para garantir a qualidade e as melhores condições econômicas para os produtos e serviços do Grupo.

O respeito de tais Princípios também devem ser observados nas relações com os proprietários de terrenos ou imóveis em que estão instalados os equipamentos de publicidade do Grupo.

3.1 Respeito aos Regulamentos

Cumpra com as leis e regulamentos do país no qual você opera e que são aplicáveis às relações com os fornecedores, como a lei de 9 de dezembro de 2016 (lei «Sapin II») na França. Cumpra também com as condições dos contratos celebrados com os fornecedores.

No que diz respeito às relações com locadores ou proprietários de imóveis ou terrenos, a maioria de países possui regras, nacionais e/ou locais, que se aplicam aos equipamentos de publicidade localizados em propriedade privada. Consequentemente, os colaboradores do Grupo devem familiarizar-se com os costumes, regulamentos e procedimentos que regem a exibição ou difusão de publicidade em cada Município.

3.2 Respeito ao princípio da integridade

Em nossos relacionamentos com fornecedores, é proibido agir de maneira que possa prejudicar a reputação do Grupo. Em particular, é proibido aceitar ou solicitar ofertas de remuneração oculta, presentes, convites, etc., que possam influenciar sua avaliação ou julgamento, direta ou indiretamente através de qualquer pessoa ou entidade.

Lembre-se que a corrupção privada, passiva ou ativa, também é punível com sanções penais.

3.3 Procedimento para controlar contratos de publicidade

Os fornecedores e prestadores de serviços do Grupo devem comprometer-se a respeitar os princípios de integridade. Para isso, os contratos do Grupo com os principais fornecedores e prestadores de serviços devem incluir disposições que:

- I. garantam a conformidade com as Regras Éticas do Grupo, e
- II. reconheçam que quaisquer violações destas regras podem resultar na rescisão do contrato.

[Guia Prático abaixo](#)



Guia prático:

Situações de risco / comportamentos a adotar

RELAÇÕES DE NEGÓCIO COM FORNECEDORES

1. Respeito aos regulamentos

Leia atentamente os termos gerais de vendas estabelecidos nos contratos com fornecedores, bem como examine com a Direção Jurídica Local, Direção Jurídica Regional ou seus advogados locais, se alguns pontos devem ser modificados. Após concluídas as negociações contratuais, cumpra com as obrigações do contrato e também garanta que o fornecedor está em conformidade com as obrigações do contrato.

Envolve-se somente em obrigações em nome de sua própria empresa e não em nome de qualquer empresa do Grupo. Certifique-se de que você tem a autorização necessária e poder corporativo para celebrar tais contratos (procuração, mandato, etc.).

Guarde uma cópia original do contrato e quaisquer documentos subsequentes.

No que diz respeito às relações com todos os locadores de espaços publicitários, incluindo pessoas físicas, jurídicas e órgãos públicos, comprometa-se com cada uma das seguintes orientações a fim de assegurar a continuidade dos locais de publicidade do Grupo.

- › Em cada município que o Grupo pretenda instalar mobiliário de publicidade, informe-se sobre as leis locais e os procedimentos aplicáveis em matéria de exibição publicitária.
- › Confirme que o locador é o proprietário legal dos direitos que ele concede.
- › Informe-se sobre a existência e o conteúdo de legislações aplicáveis aos contratos de locação de espaços publicitários.
- › Solicite todas as autorizações necessárias às autoridades competentes.

2. Respeito ao princípio da integridade

Não aceite nem solicite qualquer forma de remuneração oculta de um fornecedor, ou qualquer outra forma de retribuição direta ou indireta. A questão, de presentes e convites é abordada abaixo.

Certifique-se que o Grupo cumpre as suas obrigações e que cumpre seus prazos contratuais.

3. Respeito pelos fornecedores das regras éticas do Grupo

Presentes e convites

O valor dos presentes e convites que você pode aceitar não pode exceder 70 € sem impostos, ou qualquer outro valor inferior que possa ser definido localmente. Qualquer presente ou convite de valor superior a este valor deve ser recusado e devolvido ao fornecedor. Se tal recusa puder levar a uma situação comercial desconfortável, informe seu superior hierárquico. Seu superior hierárquico decidirá então, se recusa o presente/convite, compartilha com seu departamento ou se doa a quantia equivalente a uma associação apoiada pelo Grupo JCDecaux. Além disso, os presentes devem ser recebidos em seu local de trabalho e nunca no seu domicílio.

Nunca aceite dinheiro ou equivalente.

Medidas a tomar

Pesquisas sobre a reputação do fornecedor e seus antecedentes devem ser feitas, especialmente em países nos quais práticas contrárias às Regras Éticas do Grupo são frequentemente observadas (em particular corrupção e trabalho infantil,..).

Anexar aos contratos assinados com os principais fornecedores do Grupo, bem como com qualquer novo fornecedor, o Código de Conduta de Fornecedores do Grupo JCDecaux disponível na intranet do Grupo.

Informe seu superior hierárquico sobre qualquer conflito de interesse pessoal que possa existir com determinado fornecedor.

Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, entre rapidamente em contato com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional ou com a Direção Jurídica do Grupo, que irá aconselhá-lo e examinará os limites legais de sua ação.

4. DIREITOS E OBRIGAÇÕES DOS COLABORADORES DO GRUPO JCDECAUX

4.1 Direitos dos colaboradores

O Grupo JCDecaux está empenhado em garantir que seus colaboradores se beneficiem de um ambiente de trabalho seguro, saudável e eficiente, livre de qualquer tipo de discriminação e estabeleceu seus compromissos a respeito na Carta Internacional de Valores Sociais Fundamentais, que está acessível na intranet do Grupo ou disponível na Direção de Recursos Humanos, ou na Direção de Desenvolvimento Sustentável e Qualidade da sua empresa

4.2 Obrigações dos colaboradores

4.2.1 Integridade e lealdade

Cada colaborador contribui para a integridade e a reputação da JCDecaux e, como consequência, tem que respeitar estes valores no seu comportamento profissional, principalmente em relação a terceiros. Em particular, o Grupo possui uma variedade de ativos que são essenciais para sua competitividade e sucesso comercial. É de responsabilidade de cada colaborador proteger os ativos da empresa que lhe são confiados.

4.2.2 Confidencialidade de informações

Todas as informações, como dados financeiros e/ou técnicos ou informações sobre produtos, contratos ou know-how, pertencem ao Grupo. A maioria destas informações são confidenciais e não podem ser divulgadas sem o consentimento prévio da gerência superior. Colaboradores do Grupo JCDecaux são responsáveis por manter a confidencialidade das informações às quais têm acesso.

4.2.3 Respeitando os direitos de propriedade intelectual de terceiros

Dentro do escopo de suas atividades, tenha cuidado para não violar quaisquer direitos autorais, marcas comerciais, patentes, desenhos e modelos pertencentes a terceiros.

É proibido usar ou fazer cópias de software de terceiros sem uma licença apropriada.

4.2.4 Utilização de sistemas de informação

Cada usuário deve cuidar dos equipamentos à sua disposição (computadores, smartphones, tablets, impressoras). O usuário deve tomar todas as medidas possíveis para impedi-los de serem danificados, roubados ou serem usados de forma não-autorizada por terceiros. Deve, ainda, proteger as informações recebidas e armazenadas nesses dispositivos, não modificar a configuração destes sistemas por motivos não-profissionais e não instalar softwares que não foram previstos para sua atividade profissional.

Todos têm o dever de garantir que as práticas de uso dos sistemas de informação cumprem as disposições legais e regulamentos relativos, em particular, aos direitos autorais, propriedade intelectual, proteção da privacidade e processamento de dados pessoais, crime cibernético ou comércio eletrônico.

4.2.5 Proteção dos ativos de informação

A noção de ativo de informação compreende todos os dados informatizados, bancos de dados, estruturados ou não estruturados, necessários para o funcionamento das atividades do Grupo. Isso inclui bancos de dados de nossos espaços publicitários, bancos de dados de clientes e fornecedores, trocas de e-mails, etc.

Cada colaborador deve, em todas as circunstâncias, preservar a confidencialidade dos dados e base de dados que esteja operando ou utilizando no exercício das suas funções. Em particular, o funcionário deve preservar a confidencialidade das contas de usuário, códigos ou senhas ou qualquer outro sistema de controle de acesso, e deve estar atento em relação ao tipo de dados trocados por e-mail e/ou nas redes sociais

[Guia Prático abaixo](#)



Guia prático:

Situações de risco / comportamentos a adotar

DIREITOS E OBRIGAÇÕES DOS COLABORADORES DO GRUPO JCDECAUX

1. Saúde e segurança

Devem ser tomadas as medidas necessárias para garantir a segurança e saúde dos colaboradores, incluindo funcionários temporários, sob sua supervisão, incluindo a prevenção de riscos ocupacionais, fornecendo informações, treinamento e implementando uma organização e meios adequados.

2. Integridade e lealdade

Assegure-se de que o uso dos bens pertencentes a JCDecaux, incluindo instalações, sistemas, equipamentos, cartões de pagamento, equipamentos de informática (internet, sistema interno de mensagens ou outros) e outros suprimentos é feito em conformidade com as regras estabelecidas pelo Grupo

Assegure-se de que suas atividades pessoais em relação à promoção, patrocínio ou defesa de qualquer ação social, caritativa, política ou religiosa, não estão de maneira alguma vinculadas ao Grupo JCDecaux. Da mesma forma, você não pode usar seu status ou posição profissional no Grupo para obter, direta ou indiretamente, vantagens ou ganhos pessoais.

Em ações de promoção, patrocínio ou defesa de qualquer organização sem fins lucrativos aprovada pelo Grupo JCDecaux assegure-se de que as despesas sejam justificadas e proporcionais ao benefício recebido pelo Grupo.

3. Confidencialidade das informações divulgadas e recebidas

No decorrer das atividades diárias, você deve sempre ter em mente que a divulgação de informações a terceiros (“know-how”, processos de fabricação ou direitos de propriedade intelectual do Grupo JCDecaux em todas as suas atividades) deve ser limitada ao estrito necessário. Em particular, toda informação sensível ou confidencial relativa ao Grupo JCDecaux que deve ser divulgada no âmbito de relações com terceiros, só pode ser divulgada mediante assinatura de um acordo de confidencialidade aprovado pela Direção Jurídica com condições definidas para proteger determinadas informações. Informações ou dados só podem ser divulgados se você registrou, identificou e marcou como “confidencial”.

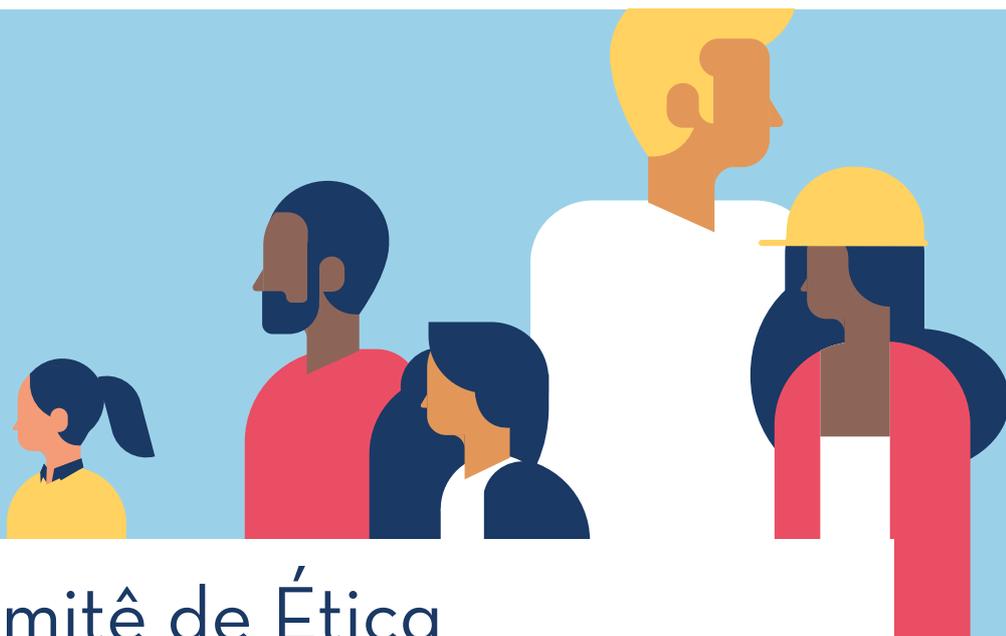
As informações confidenciais recebidas de terceiros só podem ser divulgadas internamente a pessoas que realmente precisam ter conhecimento destas informações ou a determinados consultores, que devem ser informados de todas obrigações de confidencialidade que se aplicam à empresa.

4. A violação de direitos de propriedade intelectual de terceiros

Familiarize-se com as leis aplicáveis em relação à proteção de marcas, patentes, desenhos, modelos e os direitos autorais no país em que você trabalha. Na maioria dos países, a violação dos direitos de propriedade intelectual de terceiros dá origem a responsabilidade civil e criminal para a parte infratora.

Abstenha-se de qualquer ato de pirataria digital e de software, incluindo, mas não se limitando, a reprodução de design, de logotipos ou de outra propriedade visual ou auditiva de terceiros, sem prévia autorização expressa.

Se você tiver qualquer dúvida em relação a qualquer comportamento, entre rapidamente em contato com a Direção Jurídica Local, com a Direção Jurídica Regional, ou com a Direção Jurídica do Grupo, que irá aconselhá-lo e examinará os limites legais de sua ação.



IV

O Comitê de Ética do Grupo

O Comitê de Ética do Grupo é responsável pelo tratamento de suspeitas de violações de qualquer uma das Regras Éticas Fundamentais, ou seja:

- › proibição da corrupção e do tráfico de influência,
- › conformidade com as regras de livre concorrência, e
- › conformidade com as regras sobre informação financeira e contábil.

1. Consulta ao Comitê de Ética do Grupo

Qualquer colaborador de uma entidade do Grupo pode se referir ao Comitê de Ética do Grupo, se suspeitar de uma violação das Regras Éticas Fundamentais e tiver motivos para acreditar que o envio destas informações ao seu Diretor, ou ao Diretor Geral pode trazer dificuldades, ou pode não ser seguido por uma ação apropriada.

A consulta ao Comitê de Ética:

- › permite que o Grupo progrida nos seus procedimentos éticos e de cidadania.
- › protege os interesses do Grupo a longo prazo.

O sistema de alerta ético do Grupo, disponível na intranet do Grupo, permite que qualquer colaborador do Grupo JCDecaux em todo o mundo alerte sobre uma suspeita de violação diretamente à Secretaria do Comitê de Ética do Grupo.

As informações comunicadas no âmbito deste sistema de alerta ético devem ser objetivas e suficientemente precisas para permitir a verificação das alegações.

O Comitê de Ética do Grupo não examinará alegações de má-fé e/ou alegações que contêm declarações vagas e que não incluem informações suficientemente precisas.

Cada colaborador tem acesso gratuito e confidencial ao sistema de alerta. Tal procedimento é composto de:

- › um formulário eletrônico, acessível na página inicial do site ou da extranet de cada país em que o Grupo está presente;
- › uma linha telefónica ética cujo número é o 33 1 30 79 79 11 (França).

A secretaria do Comitê de Ética do Grupo está sob a responsabilidade do Diretor Jurídico do Grupo. Ele pode ser contactado pelo telefone: 33 1 30 79 79 11 (França), ou via e-mail: comite.ethique@jcdcaux.com

Em princípio, a pessoa que enviar um alerta deve fornecer sua identidade. Sua identidade será tratada de modo confidencial.

2. Proteção aos colaboradores

O Grupo JCDecaux acredita que lidar com questões éticas, rápida e eficientemente, é um valor essencial. Por esta razão, o Grupo não exercerá ou tolerará qualquer ameaça, sanção ou retaliação de qualquer tipo contra seus colaboradores que reportarem, de boa-fé, quaisquer problemas em conformidade com este procedimento, mesmo que os fatos não sejam confirmados ou investigados.

O uso do sistema de alerta é facultativo, os colaboradores que tenham conhecimento de fatos que são da competência do Comitê de Ética do Grupo, mas não reportarem, não estão sujeitos a sanções por este motivo

Por outro lado, qualquer colaborador que use indevidamente este procedimento, pode estar sujeito a sanções disciplinares e processos judiciais.

3. Proteção de dados pessoais

O sistema de alerta foi implementado pela JCDecaux SA atuando em sua condição de responsável pelo tratamento de dados.

De acordo com a legislação de proteção de dados aplicável na maioria dos países onde o Grupo está presente e, em particular, na União Europeia, qualquer pessoa identificada em um sistema de alerta ético, seja por ter acionado o sistema de alerta, seja por ter sido objeto de tal procedimento, pode exercer seu direito de acesso aos dados que lhes dizem respeito enviando um e-mail, juntamente com uma cópia de um documento de identidade, para a Secretaria do Comitê de Ética do Grupo pelo endereço: comite.ethique@jcdcaux.com.

O mesmo processo deve ser seguido para solicitar a correção ou a exclusão de dados imprecisos, incompletos, errôneos ou desatualizados.

4. Papel do Comitê de Ética do Grupo

O Comitê de Ética do Grupo:

- › Aborda todas as questões relativas às Regras Éticas Fundamentais do Grupo JCDecaux e faz todas as recomendações que considere necessárias à Diretoria ;
- › Examina, de modo estritamente confidencial, quaisquer alegações de uma situação contrária às Regras Éticas Fundamentais internas que são levadas, de boa-fé, à sua atenção por um colaborador, e formula recomendações que considere necessárias e prepara as respectivas respostas; e
- › Propõe modificações à Carta Ética que julgar necessária.

5. Composição do Comitê de Ética do Grupo e nomeação de seus membros

O Comitê de Ética do Grupo é composto por três membros: o Presidente do Comitê de Auditoria do Conselho Fiscal da JCDecaux SA, o Presidente do Comitê de remunerações e nomeações da JCDecaux SA e o Diretor de Auditoria Interna. Eles permanecem membros do Comitê de Ética do Grupo, desde que ocupem estes cargos na JCDecaux SA.

O Comitê de Ética do Grupo é presidido pelo Presidente do Comitê de Auditoria.

6. O funcionamento do Comitê de Ética do Grupo

O Comitê de Ética do Grupo se reúne no mínimo uma vez ao ano. O Comitê também se reúne, imediatamente, após ser convocado pelo seu Presidente em relação a um incidente que é contrário às Regras Éticas Fundamentais, e em qualquer outro momento que o Presidente julgar necessário. Se necessário, as reuniões podem ser realizadas por telefone ou por videoconferência.

O Comitê de Ética do Grupo tem autoridade abrangente para investigar fatos relacionados a qualquer situação contrária às Regras Éticas Fundamentais; em particular, pode solicitar a realização de uma auditoria interna; pode viajar, colher depoimentos de pessoas que julgue oportuno, incluindo pessoas que não são membros do Grupo JCDecaux e pode recomendar quaisquer medidas corretivas.

Os membros do Comitê de Ética do Grupo não podem ser representados por nenhuma outra pessoa.

O Comitê de Ética do Grupo toma as suas decisões com base na maioria de votos dos membros presentes. Os membros são considerados presentes se participarem de reuniões por telefone ou via videoconferência. Se a votação resultar em empate, o Presidente dará o voto decisivo.

7. Modalidades de reporte à Diretoria e ao Conselho Fiscal

O Comitê de Ética do Grupo pode entrar em contato com a Diretoria a qualquer momento de acordo com sua conveniência, especialmente para submeter recomendações com a finalidade de corrigir uma situação contrária às Regras Éticas Fundamentais. Em qualquer caso, o Comitê de Ética do Grupo presta conta de seus trabalhos anualmente à Diretoria e ao Conselho Fiscal (Conseil de Surveillance), sob a forma de um relatório anual escrito.



