

GRUPE
GAGNERAUD



Code de conduite

Éditorial

Depuis plusieurs générations, notre entreprise familiale implantée au cœur de plusieurs régions de France, a su évoluer pour répondre aux défis sociaux, économiques, techniques et environnementaux de la construction.

Fidèles à notre héritage, nous avons diversifié nos activités, tout en restant ancrés dans nos **valeurs fondamentales : respect, intégrité, excellence.**

Avec ce Code de Conduite, nous affirmons notre engagement en matière d'éthique et de transparence. La prévention de la corruption est au cœur de nos priorités, nous nous engageons fermement contre toute forme de malversation.

Nous souhaitons créer un environnement de travail transparent et conforme aux règles éthiques, en veillant à ce que nos principes de lutte contre la corruption soient bien compris et appliqués, tant en interne qu'en externe. Un dispositif d'alerte est donc disponible pour signaler tout manquement à ces règles.

Nous vous invitons à lire attentivement ce Code, applicable à l'ensemble des entités du Groupe, et à vous engager à le respecter au quotidien, que ce soit sur le terrain, dans nos bureaux ou lors de nos échanges avec nos partenaires. Le non-respect de ce Code peut entraîner des sanctions disciplinaires, ainsi que la rupture de relations contractuelles avec tout partenaire ou sous-traitant ne respectant pas nos principes.

Nous remercions nos clients, partenaires et collaborateurs pour la confiance qu'ils nous accordent et leur engagement à respecter les valeurs du Groupe.

Ensemble, continuons à construire un avenir durable et transparent.

LA DIRECTION GÉNÉRALE

Jean-François GAGNERAUD & Éric DELAMOTTE

Sommaire

01

Les conflits d'intérêts 6

Prévenir et gérer les conflits d'intérêts	6
Qu'est-ce qu'une situation de conflits d'intérêts?	6
Quels sont les risques?	7
En résumé.....	7
Que faire? Quelles solutions?	7

02

La corruption 8

Prévenir les risques de corruption.....	8
Qu'est-ce que la corruption?.....	8
Quels sont les risques?	9
Que faire? Quelles sont les règles?	10
Les bons et mauvais réflexes.....	10
Annexe	11

03

Le trafic d'influence 12

Qu'est-ce que le trafic d'influence?	12
Quels sont les risques?	13
Que faire? Quelles sont les règles?	14
Les bons et mauvais réflexes.....	14

04

Les cadeaux & invitations 16

Offrir ou recevoir des cadeaux ou des invitations...	16
Quels sont les grands principes à respecter?	17
La politique cadeaux en résumé.....	18

05

Le mécénat & le sponsoring 20

Définition.....	20
Quels sont les intérêts d'être mécène ou sponsor pour une entreprise?	20
Quels sont les risques de recourir au sponsoring ou au mécénat?	21
Illustrations de situations concrètes	21
Quelles sont les règles à retenir?	22
Réflexes	23

06

Les intermédiaires 24

Définition	24
Quels sont les risques de l'intermédiation?	24
Quels sont les signaux d'alerte?.....	25
Réflexes	26

07

Les représentations d'intérêts ou « lobbying » 28

Définition & législation.....	28
Qui peut être représentant d'intérêts?	29
L'application des critères 4 et 5: l'influence d'une décision publique	30
Quels sont les risques?	30
Les obligations du représentant d'intérêts	30

08

Le dispositif d'alerte 32

Définition	32
Sur quoi peut porter l'alerte?.....	32
Comment effectuer une alerte?	32
Comment est traitée une alerte?.....	33





Fiches pratiques



Les conflits d'intérêts 01



FICHE PRATIQUE

ÉTHIQUE & CONFORMITÉ



Prévenir et gérer les conflits d'intérêts

La vie en société implique naturellement que chaque personne ait des intérêts multiples et divers : professionnels, affectifs, familiaux, financiers, associatifs, culturels, sportifs, politiques, caritatifs, syndicaux... En tant que manager, dirigeant ou collaborateur d'une entreprise, il peut arriver que ces intérêts privés soient en contradiction avec les intérêts de l'entreprise. Il est donc nécessaire de prévenir et de gérer ce risque dans votre intérêt et celui de l'entreprise.



Qu'est-ce qu'une situation de conflits d'intérêts ?

Il s'agit de la situation dans laquelle un salarié, dirigeant, manager possède à titre personnel des liens ou des intérêts qui pourraient influencer ou paraître influencer sur la manière dont il remplit ses fonctions au sein de l'entreprise (par exemple choisir un sous-traitant ou embaucher un salarié). Le conflit d'intérêt peut également affecter la manière dont une de vos relations professionnelles externes à l'entreprise (par exemple un fournisseur, ou un représentant d'une collectivité publique, etc.) interagit avec vous dans le cadre de vos fonctions (par exemple obtenir une autorisation de la part d'un proche qui occupe des fonctions publiques).

→ PRENONS QUELQUES EXEMPLES :

- Un acheteur organise un appel d'offres auquel participe une entreprise détenue par un de ses proches,
- Un collaborateur fait travailler une société prestataire dans laquelle il est associé,
- Un manager souhaite embaucher un membre de sa famille,
- Un salarié fait réaliser des travaux dans son logement personnel par un sous-traitant référencé dans le cadre professionnel,
- Un manager entretient une relation amoureuse avec une personne de son équipe,
- Un collaborateur reçoit des invitations ou cadeaux de la part d'un de ses fournisseurs,
- Un acheteur public consulte un de nos salariés dont il est un ami proche pour répondre à un appel d'offres public,
- Un candidat à l'embauche est un ancien fonctionnaire public,
- L'expert intervenant dans la gestion d'un contentieux exerce par ailleurs pour vous des missions de conseil dans d'autres affaires.

L'objectivité de toutes ces personnes dans leur prise de décision pourrait être remise en cause face à des intérêts personnels, même de manière non intentionnelle.



Quels sont les risques ?

Les conflits d'intérêts non gérés sont porteurs de risques: les intérêts du Groupe peuvent ne pas être préservés car le collaborateur ou manager risque de perdre son indépendance intellectuelle ou son objectivité et se trouve ainsi fragilisé dans l'exercice de ses responsabilités.

Dans certains cas, les conflits d'intérêts peuvent également exposer le Groupe et les salariés à des risques de corruption, trafic d'influence, favoritisme ou la prise illégale d'intérêts, faute de gestion... qui font l'objet de sanctions graves comme les sanctions pénales, les exclusions de marchés publics ou les annulations de contrats.

Le non-respect des règles rappelées aux présentes expose leur auteur à des poursuites ou sanctions disciplinaires.



Que faire ? Quelles solutions ?

La majorité des conflits d'intérêts avérés provient du fait que la situation n'a pas été déclarée depuis le départ. Dès lors qu'il est connu, le risque peut le plus souvent être facilement géré.

Chaque collaborateur doit éviter toute situation de conflit entre les intérêts du Groupe et son intérêt personnel ou celui de ses proches. Il n'est cependant parfois pas possible de l'éviter.

Il est dans ce cas impératif d'**être transparent** en informant votre hiérarchie, la Directrice Juridique Adjointe Conformité ou la Direction Générale.

Des mesures seront alors prises pour faire cesser le risque de conflits d'intérêts, comme :

- Vous demandez de vous retirer du processus de sélection d'une entreprise ou d'un candidat (déport),
- Confier le traitement d'un dossier à une autre personne,
- Demander au tiers de se déporter d'un processus d'appels d'offres auquel notre entreprise participe,
- Adapter l'organisation de l'entreprise, par exemple rendre certaines informations inaccessibles aux personnes en situation de conflits d'intérêts (établir une muraille de Chine),
- Changer le rattachement hiérarchique d'une personne par soucis de parfaite équité avec les autres membres de son équipe, etc.

EN RÉSUMÉ

Bonnes pratiques	Mauvaises pratiques
 Éviter toute situation de conflit d'intérêt entre les intérêts du Groupe et son intérêt personnel et le cas échéant la déclarer.	 Organiser ses propres règles de gestion des conflits d'intérêts sans en référer.
 Redoubler de vigilance dans le cadre des relations avec les entités publiques compte tenu des risques en jeu (risques pénaux et exclusion des marchés publics).	 Choisir un prestataire ou un collaborateur avec qui vous avez des liens personnels.
 Respecter la politique Cadeaux et Invitations du Groupe.	 Prendre des intérêts chez un fournisseur ou un client (exception faite des titres en bourse).

02

La corruption



FICHE PRATIQUE

ÉTHIQUE &
CONFORMITÉ

Prévenir les risques de corruption

Aussi honnête et attentive soit elle, une entreprise peut rencontrer la corruption dans le monde des affaires. Elle peut par exemple recevoir une sollicitation extérieure en ce sens, ou encore se rendre compte du comportement inapproprié d'un collaborateur imprudent.

Les enjeux et impacts de la corruption sont majeurs pour les entreprises et pour l'ensemble de ses parties prenantes (clients, salariés, dirigeants et actionnaires, partenaires financiers, techniques, etc.).

Il est donc **essentiel d'être vigilants** et de :

- Savoir détecter les risques de corruption et ses signaux avant-coureurs,
- Savoir s'en protéger en adoptant les bons réflexes.

Un salarié confronté de près ou de loin à des pratiques ou sollicitations de corruption doit **saisir sa hiérarchie**.



Qu'est-ce que la corruption ?

ARTICLES 432-11, 433-1 ET 433-2, 445-1 ET 445-2 DU CODE PÉNAL.

→ ACTIVE

La **corruption active** est le fait pour une personne (le **corrupteur**), de proposer ou de consentir à un agent du secteur public ou du secteur privé, une récompense (cadeau, avantage, invitation ou somme d'argent) pour lui-même ou pour autrui, pour qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte dépendant de sa fonction (contrepartie).

Exemple: Une entreprise invite un acheteur dans un restaurant étoilé et lui demande des informations confidentielles contenues dans un appel d'offres.

→ PASSIVE

La **corruption passive** est le fait, par l'agent public ou la personne du secteur privé (le **corrompu**), de solliciter ou d'accepter ces mêmes types de cadeaux et avantages quelconques (avantage indu) en contrepartie d'un acte de sa fonction.

Exemple: Un agent public demande des invitations à des matchs de football en contrepartie de la délivrance d'un permis de construire.

→ PUBLIQUE OU PRIVÉE

La corruption (active ou passive) ne concerne pas que les relations avec les agents et fonctionnaires publics. Elle concerne aussi le **secteur privé**.

Exemple : un fournisseur offre des cadeaux à un acheteur pour qu'il référence ses produits.

→ LES PAIEMENTS ET FACILITATIONS

Ils entraînent des poursuites pour corruption publique car il s'agit d'une somme versée à un agent public afin d'obtenir, de faciliter ou accélérer une démarche administrative habituelle ou nécessaire.

La récompense interdite peut prendre des formes multiples :

- Dons, présents ou avantages quelconques,
- Promesses d'embauche, travaux gratuits, remises exceptionnelles,
- Surfaturations, rémunérations excessives de prestataires intermédiaires,
- Versement d'une somme d'argent,
- Récompense au bénéfice de l'agent corrompu ou de ses proches (amis, famille, société écran, etc.),
- Récompense donnée avant ou après l'intervention de l'agent corrompu en faveur du corrupteur,
- Récompense reçue par le biais d'un intermédiaire expressément ou implicitement mandaté par le corrupteur. Exemple : Une entreprise demande à un de ses sous-traitants d'offrir des cadeaux à un acheteur public corrompu et de lui surfacturer des travaux en échange.



Quels sont les risques ?

La corruption est une infraction pénale lourdement sanctionnée en France :

Pour les entreprises		Pour les personnes	
Amende	Peines complémentaires	Amende et emprisonnement	Peines complémentaires
<p>Jusqu'à 5 millions d'euros d'amende</p> <p>OU</p> <p>Le double du gain produit par l'infraction</p>	<p>Interdiction de répondre à des marchés publics ou concessions</p> <p>Publicité de la décision dans la presse</p> <p>Fermeture, confiscation</p> <p>Interdictions d'exercer</p>	<p>Jusqu'à 10 ans de peine de prison</p> <p>Et 1 million d'euros</p>	<p>Interdictions d'exercer</p>

Le fait de proposer ou de solliciter l'avantage indu est puni par la loi à lui seul, même si l'autre partie a refusé la proposition ou sollicitation, et même si finalement la récompense n'est pas offerte. Légalement, **l'intention de corrompre** suffit pour sanctionner.

Le code de la commande publique permet aux acheteurs publics d'**exclure** les candidats condamnés pour des faits de corruption, ou ceux ayant tenté d'influer indûment sur le processus décisionnel ou d'obtenir des informations confidentielles susceptibles de lui donner un avantage indu.



Que faire ? Quelles sont les règles ?

➔ LA CORRUPTION SOUS TOUTES SES FORMES EST INTERDITE DANS LE GROUPE

- L'exercice de notre activité ne doit pas s'accompagner de paiements ou de contreparties illicites.
- Aucune somme (même modeste) ne doit être versée à un agent public afin d'obtenir, de faciliter ou accélérer une démarche administrative habituelle ou nécessaire.
- La négociation et l'exécution des contrats et marchés ne doivent jamais donner lieu à des actes de corruption. Les procédures d'obtention des marchés doivent être rigoureusement respectées.
- Les collaborateurs et managers du Groupe ne doivent en aucun cas agir ou donner des avis ou prendre des décisions en contrepartie d'avantages qu'ils auraient reçus.
- Le non-respect des règles rappelées aux présentes expose leur auteur à des sanctions disciplinaires.

➔ LA VIGILANCE DE CHACUN DOIT ÊTRE ACCRUE DANS LES SITUATIONS RECONNUES COMME DES VECTEURS POSSIBLES DE CORRUPTION:

- Les **marchés publics**, du fait d'une réglementation très stricte au nom des principes de transparence et d'égalité de traitement des candidats.
- Les **cadeaux et les invitations** peuvent être perçus comme des actes de corruption; il convient d'être attentif à ne pas les utiliser comme moyen d'influencer une décision, de favoriser une entreprise ou une personne.
- Les **dons (mécénats)** à des fondations et associations et **sponsorings** peuvent également être porteurs de risques, en particulier lorsque les associations bénéficiaires ont des liens avec des agents publics en lien avec nos projets. Ils doivent être validés par la Direction et les juristes. Les collaborateurs ne doivent pas faire appel à des **intermédiaires** (apporteurs d'affaires, conseils, etc.) sans contrôle et vérifications. La commission d'actes de corruption par des partenaires pourrait engager la responsabilité du Groupe dans certaines situations.

LES BONS ET MAUVAIS RÉFLEXES

Bons réflexes	Mauvaises idées
<p> Oser douter Être attentif à la légalité des demandes et des démarches inhabituelles Prendre conseil auprès de votre juriste ou du référent Éthique.</p>	<p> Croire qu'une affaire gagnée est toujours bénéfique pour le Groupe, même si des pratiques illicites ont contribué à son obtention.</p>
<p> Alerter et partager Parler avec la hiérarchie ou au référent Éthique lorsque que vous avez des doutes.</p>	<p> Croire que la corruption est indétectable ou qu'elle n'est jamais punie à notre échelle.</p>
<p> Relire la documentation Se référer à la documentation éthique du Groupe, et en particulier à la politique Cadeaux et invitations.</p>	<p> Croire qu'on n'a pas d'autres choix pour s'aligner sur un concurrent aux pratiques douteuses.</p>
<p> Se renseigner sur la réputation et les pratiques commerciales des partenaires et rappeler la tolérance zéro du Groupe Gagneraud à l'égard des pratiques de corruption et d'ententes anticoncurrentielles.</p>	<p> Croire que l'entreprise ne risque rien si elle mandate un tiers (consultant, sous-traitant, etc.) pour exécuter l'acte interdit.</p>

Annexe

Quelques illustrations concrètes de situations répréhensibles

Marchés publics



En janvier 2024, 3 petites entreprises du BTP se sont vues infliger une amende de 1,7 million d'euros pour avoir mis en place un système de corruption avec une ville et son bailleur social.

Des pots de vins sous forme d'argent ou de voyages à l'étranger étaient offerts à des agents publics ou des élus, en échange de marchés publics ou d'informations stratégiques pour remporter ces marchés.

Cadeaux & invitations



En mai 2023, une entreprise de BTP s'est vue infliger une très lourde amende administrative dans une affaire de corruption et de favoritisme auprès d'un agent public.

Il a été relevé le fait que l'entreprise avait invité l'agent public au restaurant parfois durant les phases d'appels d'offres et qu'elle avait accepté de lui offrir plusieurs places de spectacles.

Mécénats & sponsorings



Début 2024, un maire, un promoteur immobilier et un apporteur d'affaires ont été mis en examen pour corruption et blanchiment.

Il est notamment reproché au promoteur d'avoir financé des associations de la commune pour obtenir en échange des terrains à bâtir, permettant ainsi à la commune de diminuer ses subventions de fonctionnement.

Intermédiaires



Un entrepreneur mandate un apporteur d'affaires pour gagner des affaires auprès de nouveaux clients.

Cet intermédiaire offre des cadeaux et voyages à un des clients afin qu'il attribue en contrepartie des projets à l'entrepreneur.

03

Le trafic d'influence



FICHE PRATIQUE

ÉTHIQUE & CONFORMITÉ



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

ARTICLES 432-II, 2° ET S, 433-1, 2° ET S, 434-9-1 ET S, 435-2 ET S DU CODE PÉNAL.

Le trafic d'influence désigne le fait pour une personne (trafiquant d'influence) de monnayer (rémunération, cadeau, etc.) sa qualité ou son influence, réelle ou supposée, dans le but d'influencer un agent public afin que ce dernier prenne une décision en faveur de l'auteur du don.

Il s'agira par exemple de la situation d'un directeur de cabinet qui use de son influence auprès du maire dans le but de faire délivrer un permis de construire au profit d'un tiers qui le rémunère.

Proche de la corruption, le trafic d'influence s'en distingue car il fait intervenir **un intermédiaire qui monnaye son influence**.

→ ACTEURS EN PRÉSENCE ET ACTE ATTENDU

Le trafic d'influence réunit :

- **Un bénéficiaire**, qui fournit des avantages ou des dons pour bénéficier d'une décision favorable d'un élu ou d'un agent public ;
- **Un intermédiaire**, qui influence du fait de sa position et qui reçoit les dons ;
- **Une personne cible** qui détient le pouvoir de décision (autorité ou administration publique, magistrat, expert, etc.).

La différence entre le trafic d'influence et la corruption réside dans la nature de l'acte attendu en échange du don (attribution d'un marché, délivrance d'une autorisation, etc.) :

- Si l'acte entre dans les prérogatives du décideur qui reçoit les dons, c'est de la corruption
- Si l'acte relève de la décision d'une personne tierce, le délit est alors du trafic d'influence.

Contrairement à la corruption, le trafiquant d'influence n'accomplit pas un acte de sa fonction mais se contente de jouer le rôle d'intermédiaire.

→ ACTIF OU PASSIF

Le droit pénal distingue le **trafic d'influence actif** (du côté du bénéficiaire, qui offre les cadeaux) et le **trafic d'influence passif** (du côté de l'intermédiaire, qui les reçoit).

→ NATURE DE L'AVANTAGE ET BUT POURSUIVI

L'avantage peut être **direct** : cadeau, somme d'argent, prêt, exécution de travaux gratuits au profit du fonctionnaire, remise commerciale injustifiée. Il peut aussi être **indirect** : acquittement d'une dette, embauche d'un proche.

L'avantage est offert pour que l'agent public utilise son influence auprès d'une tierce personne qui exerce des fonctions publiques, dans la perspective d'obtenir une décision ou un avis favorable (classement sans suite d'une infraction, l'obtention d'un document, d'un agrément, la délivrance d'un permis de construire, etc.).

➔ EXEMPLES TIRÉS DE CAS RÉELS

- Un entrepreneur propose un don à un fonctionnaire afin qu'il influence la commission d'appels d'offres dans l'attribution d'un marché public à son profit.
- Un dirigeant de société use de son influence auprès des autorités publiques dans le processus d'attribution de marchés publics, au bénéfice d'entreprises candidates qui s'engagent en contrepartie d'une prétendue mission d'assistance commerciale et administrative à lui verser des honoraires représentant 3% des marchés obtenus.
- Le directeur d'un port autonome reçoit des versements réguliers de la part d'entreprises par le biais d'un intermédiaire, afin qu'il exerce son influence sur une commission d'attribution des marchés du port au profit de ces sociétés.



Quels sont les risques ?

Le trafic d'influence est une **infraction pénale** lourdement réprimée, par des sanctions de nature :

- **Pénale** : amende jusqu'à 1 000 000 euros pour les personnes physiques, multipliée par 5 pour les personnes morales et pouvant être portée au double du produit de l'infraction et peine d'emprisonnement.
- **Commerciale** : le code de la commande publique prévoit une exclusion de plein droit des personnes ayant fait l'objet de condamnations pour trafic d'influence.
- Et bien entendu **Réputationnelle**.

Le fait de proposer ou de solliciter l'avantage indu est puni par la loi à lui seul, même si l'autre partie a refusé la proposition ou sollicitation, et même si finalement la récompense n'est pas offerte.

Le non-respect des règles rappelées aux présentes expose également leur auteur à des sanctions disciplinaires.





Que faire? Quelles sont les règles?

Les collaborateurs ne doivent participer d'aucune manière à des faits de trafic d'influence et ne doivent pas utiliser d'intermédiaires, tels que des agents, des consultants, des conseillers ou tout autre partenaires commerciaux afin de commettre de tels actes.

L'exercice de notre activité ne doit jamais s'accompagner de paiements ou de contreparties illicites.

La vigilance de chacun doit être accrue dans les situations reconnues comme des vecteurs possibles de trafic d'influence :

- **Les marchés publics**, du fait d'une concurrence importante et d'une réglementation très stricte qui peuvent conduire certains à vouloir contourner les règles.

Une illustration concrète ayant fait l'objet d'une décision de justice peut être donnée à titre d'exemple :

un fonctionnaire du service achats participait à la sélection des candidatures et proposait les fournisseurs à retenir pour les marchés publics ne donnant pas lieu à appel d'offres. Ses propositions étaient régulièrement suivies. Il recevait des avantages indus des candidats pour appuyer leurs dossiers. Il est condamné à une peine de 18 mois d'emprisonnement dont 12 avec sursis, 4500 euros d'amende et interdiction définitive d'exercer toute fonction ou emploi public (Cour de cassation, chambre criminelle, 6 octobre 2006 (n°04-81939)).

- **Les cadeaux et les invitations** peuvent être perçus comme des contreparties données dans le cadre de trafics d'influence ; il convient d'être attentif à ne pas les utiliser comme moyen d'influencer une décision. La politique cadeaux et invitations du Groupe doit être respectée.

Exemple : un salarié promet d'inviter un adjoint au maire à un match de football si celui-ci arrive à convaincre le maire de délivrer un permis de construire à la société.

- **Les dons (mécénats)** à des fondations et associations et sponsorings peuvent également être porteurs de risques, en particulier si les bénéficiaires sont liés aux agents publics intervenants dans nos projets. Consultez la fiche « Réflexes » page 23.

- Les collaborateurs ne doivent pas faire appel à des **intermédiaires** (apporteurs d'affaires, conseils, etc.) sans contrôle et vérifications. La commission d'actes de corruption par des partenaires pourrait engager la responsabilité du Groupe dans certaines situations.

Les paiements aux tiers intermédiaires, sous-traitants ou fournisseurs ne doivent être effectués que s'ils sont licites, proportionnés au service rendu, conformes aux attentes définies et réglés contre remise d'une facture conforme aux règles en vigueur. Consultez la fiche « Réflexes » page 26.

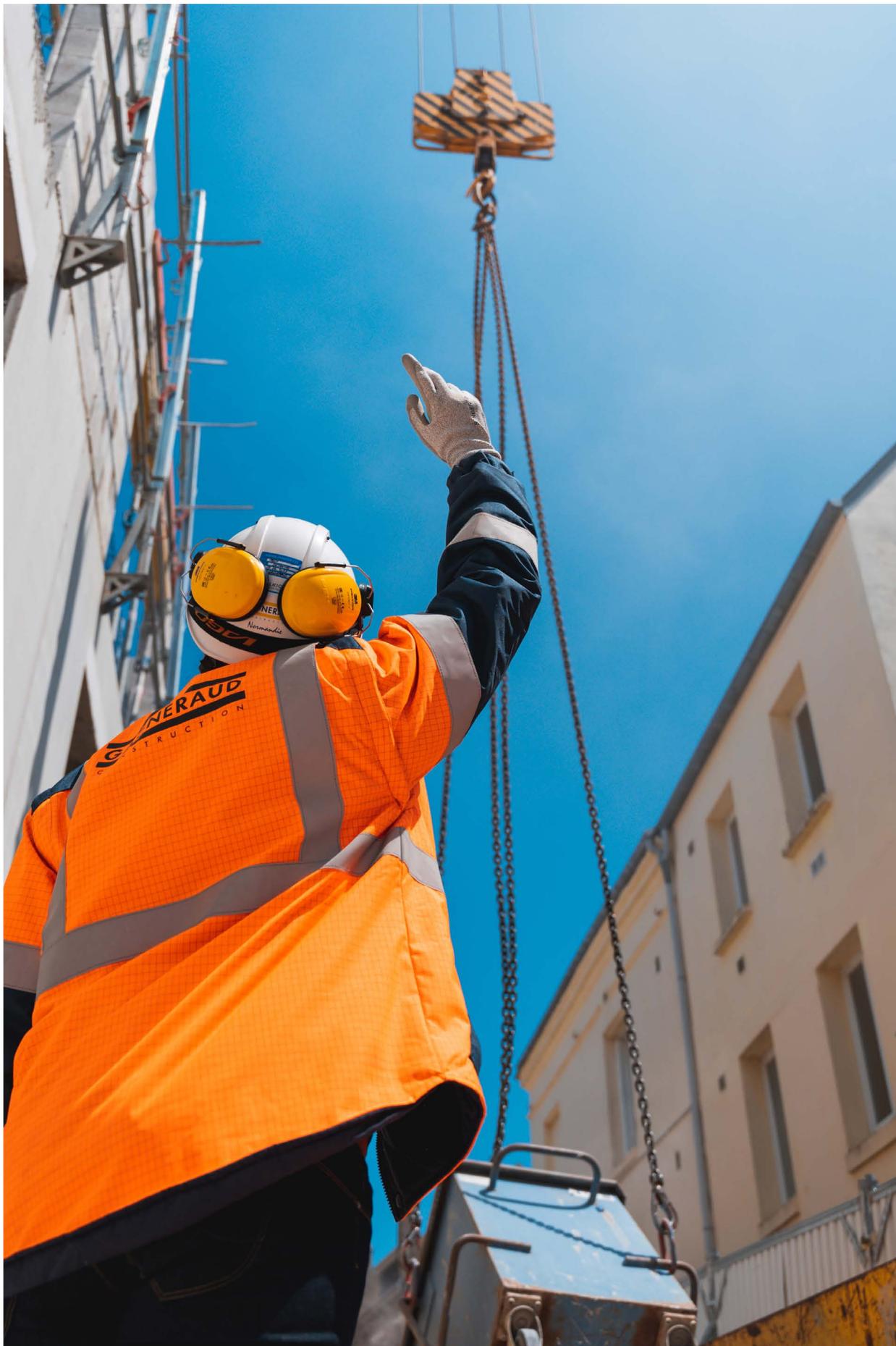
LES BONS ET MAUVAIS RÉFLEXES

Bons réflexes

- ✓ **Oser douter**
Être attentif à la légalité des demandes et des démarches inhabituelles.
- ✓ **Alerter et partager**
Parler avec la hiérarchie ou au référent Éthique lorsque que vous avez des doutes.
- ✓ **Vérifier la réputation des tiers intermédiaires**
et des fournisseurs et sous-traitants, et leur compétence professionnelle.

Mauvaises idées

- ✗ **Croire qu'on n'a pas d'autres choix**
que de s'aligner sur un concurrent aux pratiques douteuses.
- ✗ **Négliger les signaux d'alerte**
Par exemple le fait que votre cotraitant est un ami très proche du maître d'ouvrage.
- ✗ **Ignorer les risques**
Penser que le Groupe et vous-même ne risquez rien puisqu'un intermédiaire fait écran entre le Groupe et l'agent public.



04

Les cadeaux
& invitations

FICHE PRATIQUE

ÉTHIQUE &
CONFORMITÉOffrir ou recevoir des cadeaux
ou des invitations

→ CADEAUX ET RISQUES DE CORRUPTION

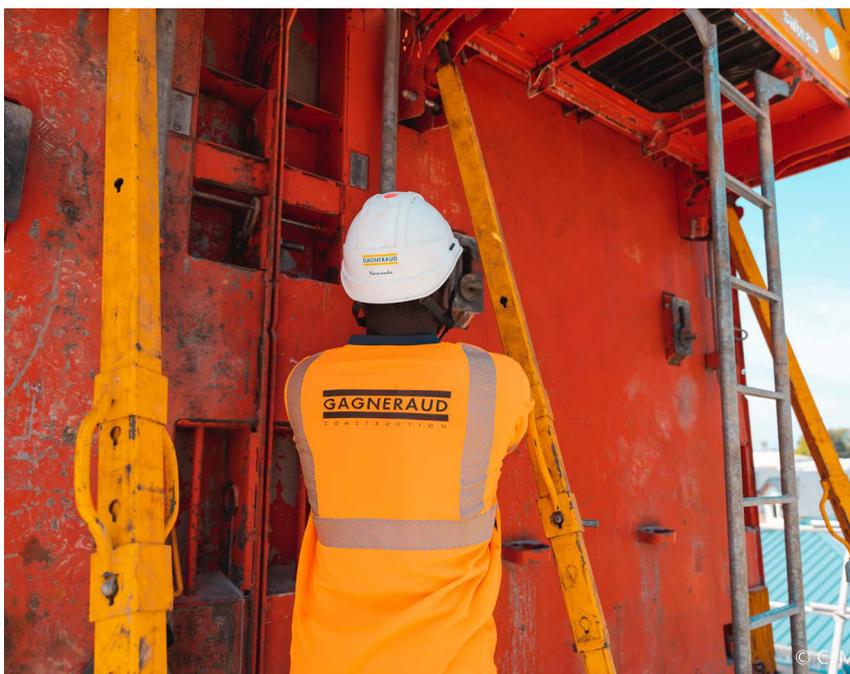
Les cadeaux existent sous de **multiples formes**: biens matériels, bons d'achats, invitations à déjeuner, billets de spectacle ou de match, événements professionnels, tournois sportifs etc.

Les cadeaux et invitations ne sont **pas interdits par principe** car ils ne constituent pas en eux-mêmes des actes de corruption: il s'agit dans la plupart des cas de simples actes de courtoisie, usuels dans la vie des affaires, manifestant un attachement à certaines traditions ou une volonté de réaliser une opération de promotion commerciale.

Il y a **néanmoins un certain nombre de situations où un cadeau ou une invitation peut présenter un risque de corruption** car il apparaît comme visant à obtenir une contrepartie indue de la part de la personne à qui il est offert. La présence d'un cadeau ou d'une invitation pourra alors permettre au juge de matérialiser le « pacte corruptif » nécessaire à la qualification du délit pénal.

Il y aura corruption ou trafic d'influence chaque fois qu'un cadeau ou qu'une invitation a pour finalité l'accomplissement ou le non-accomplissement d'un acte par une personne, en méconnaissance de ses obligations légales, contractuelles ou professionnelles.

C'est la raison pour laquelle le Groupe Gagneraud s'est doté d'une **politique Cadeaux et Invitations** afin prévenir les risques de corruption.





Quels sont les grands principes à respecter ?

Le juge pénal se fonde sur un faisceau d'indices pour rechercher si l'offre ou l'acceptation du cadeau ou de l'invitation en cause peut caractériser un acte de corruption. Il examine notamment la **finalité** du cadeau ou de l'invitation, sa **valeur**, la **fréquence**. C'est la raison pour laquelle notre politique Cadeaux et invitations a retenu les mêmes critères pour vous aider à déterminer les cadeaux et invitations que vous pouvez offrir ou recevoir.

Les cadeaux et invitations offerts ou acceptés dans le Groupe doivent être :

1 Offerts sans contrepartie et justifiés par un motif professionnel

Les cadeaux ou invitations ne peuvent pas être faits en vue de déterminer l'accomplissement ou le non-accomplissement d'un acte entrant dans la fonction de la personne qui le reçoit. Ils ne doivent donc notamment pas avoir pour objet d'exercer une influence ou une pression pour gagner un appel d'offres, ou pour obtenir des informations privilégiées ou des décisions en faveur de l'entreprise.

Aucune invitation ni aucun cadeau ne doit être offert ou reçu en phase d'appels d'offres ou de négociation de contrats.

Les cadeaux et invitations offerts à un proche de la personne avec qui une relation d'affaires est envisagée ne sont pas autorisés. Les invitations à des événements professionnels, culturels, ou sportifs doivent avoir lieu en présence d'un collaborateur du Groupe.

2 Toujours traçables et préalablement autorisés (si supérieur à 73€ TTC)

Aucune dissimulation ne peut être acceptée en matière de cadeaux et d'invitations : quels que soient leur montant, les cadeaux et invitations doivent être tracés dans la comptabilité et les notes de frais. Ils ne doivent pas être offerts par le biais de personnes interposées (sous-traitants, intermédiaires, etc.).

En outre, lorsque la valeur d'un cadeau ou d'une invitation excède 73 euros TTC, est exigé un accord écrit préalable (mail par exemple) du Directeur de région, ou de la filiale, ou de la Secrétaire Générale pour les collaborateurs du siège. Cet accord doit pouvoir être retrouvé en cas de contrôle.

3 De nature licite et d'une valeur raisonnable

La nature du cadeau ou de l'invitation doit être **conforme à la réglementation** et aux règles d'éthique du Groupe. Il ne doit bien entendu pas être illicite ou contraire à la dignité.

Le **montant** du cadeau ou de l'invitation doit être **raisonnable**, ce que vous devrez apprécier notamment au regard de la fonction de la personne à qui il est offert. A noter d'ailleurs que dans certaines entreprises, seuls les cadeaux de valeur modique sont acceptés.

Une illustration concrète ayant fait l'objet d'une décision de justice peut être donnée à titre d'exemple.

Il a été jugé que deux repas gastronomiques ayant coûtés respectivement 600 euros et 300 euros par personne offerts au chef du département dépassaient par leur valeur la notion de « simple repas de courtoisie ou de convivialité ».

L'acceptation par le chef du service de participer à ces repas donnait l'impression à ses clients et à ses subordonnés que sa capacité de décision pouvait être influencée, et ce même si en l'espèce il n'avait finalement pas signé de contrats avec la société qui l'avait invité au restaurant (CA, Nîmes, 23 avr. 2024, no 22/01587).

4 D'une fréquence raisonnable

En cas de répétition, le seuil de validation par la hiérarchie devra être apprécié au regard de l'addition du montant des cadeaux ou des invitations reçus et offerts au cours d'une même année à un collaborateur. En effet, des cadeaux (ou invitations) trop réguliers peuvent produire le même risque qu'un cadeau unique de plus grande valeur.

Les objets promotionnels logotypés de très faibles valeurs tels que les stylos, porte-clés ou autres ne sont pas concernés par cette problématique.

Le caractère raisonnable de la fréquence ou de la valeur d'un cadeau ou d'une invitation s'appréciera au regard :

- Du **contexte et du destinataire** du cadeau ou de l'invitation,
- De l'**impact** que le cadeau (ou invitation) pourrait avoir sur la personne: paraît-il de nature à affecter l'exercice professionnel et objectif de ses missions?
- Des **risques réputationnels**. Le cadeau (ou l'invitation) est-il de nature à porter atteinte à la réputation des salariés concernés ou à celle du Groupe?

5 Partagés entre collègues ou remis à une association

Les cadeaux reçus doivent obéir à une 5ème condition: sauf cas des goodies, les cadeaux reçus des tiers doivent être mis dans un pot commun pour redistribution dans le cadre d'une tombola ou à des associations, ou pour partage dans les équipes à diverses occasions. Un correspondant doit être désigné à cette fin dans chaque région ou filiale. Pour les collaborateurs du siège, le correspondant est la Directrice des Ressources Humaines.

Par dérogation, les denrées rapidement périssables (chocolats, corbeille de fruits, etc.) sont partagées immédiatement dans l'entité concernée.

En résumé, il vous faudra toujours vous poser les questions **Quand / Pourquoi / Combien** afin de vérifier si une invitation ou un cadeau peut être offert ou accepté.

LA POLITIQUE CADEAUX EN RÉSUMÉ

Quand?	Pourquoi?	Combien?
<p>Jamais en période d'appel d'offres ou de négociation de contrats.</p>	<p>Motif professionnel</p> <p>Pas de cadeau envoyé au domicile personnel. Ne pas inviter les conjoints.</p>	<p>Montant raisonnable</p> <p>Adapté aux usages et à la fonction.</p>
<p>Fréquence raisonnable</p> <p>Un cadeau par an Une invitation à déjeuner par trimestre par exemple.</p>	<p>Sans contrepartie</p> <p>Pas de logique de service rendu.</p>	<p>Accord du directeur</p> <p>Si supérieur à 73€ TTC.</p>

Vigilance très fortement accrue avec les agents publics et les élus !

Chaque Direction régionale, de filiale ou d'établissement peut fixer des règles plus contraignantes.



05 Le mécénat & le sponsoring



FICHE PRATIQUE

ÉTHIQUE & CONFORMITÉ



Définitions

Le parrainage (ou sponsoring)

Soutien, action ou projet apporté par une entreprise, à une personne ou une organisation, qui lui permet d'obtenir, en contrepartie, un bénéfice direct de notoriété, par exemple un affichage publicitaire.

Le mécénat

Soutien matériel ou financier apporté sans contrepartie (ou minime) directe ou indirecte de la part d'une entreprise à une œuvre ou une personne morale pour l'exercice d'activité d'intérêt général.



Quels sont les intérêts d'être mécène ou sponsor pour une entreprise ?

➔ PARTAGER DES VALEURS COMMUNES

Le parrainage et le mécénat permettent aux entreprises de soutenir des causes porteuses de valeurs qu'elles partagent (par exemple : protection de l'environnement, cause humanitaire etc.).

➔ VALORISER L'IMAGE ET LA RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE

Ces actions permettent, aux entreprises, de valoriser leur image et leur réputation au travers des soutiens et dons effectués.

Les formes peuvent varier : dons d'argent, mise à disposition de salariés auprès d'un organisme d'intérêt général pour l'accomplissement d'une œuvre d'intérêt général (à titre gratuit), achat de prestations publicitaires etc.



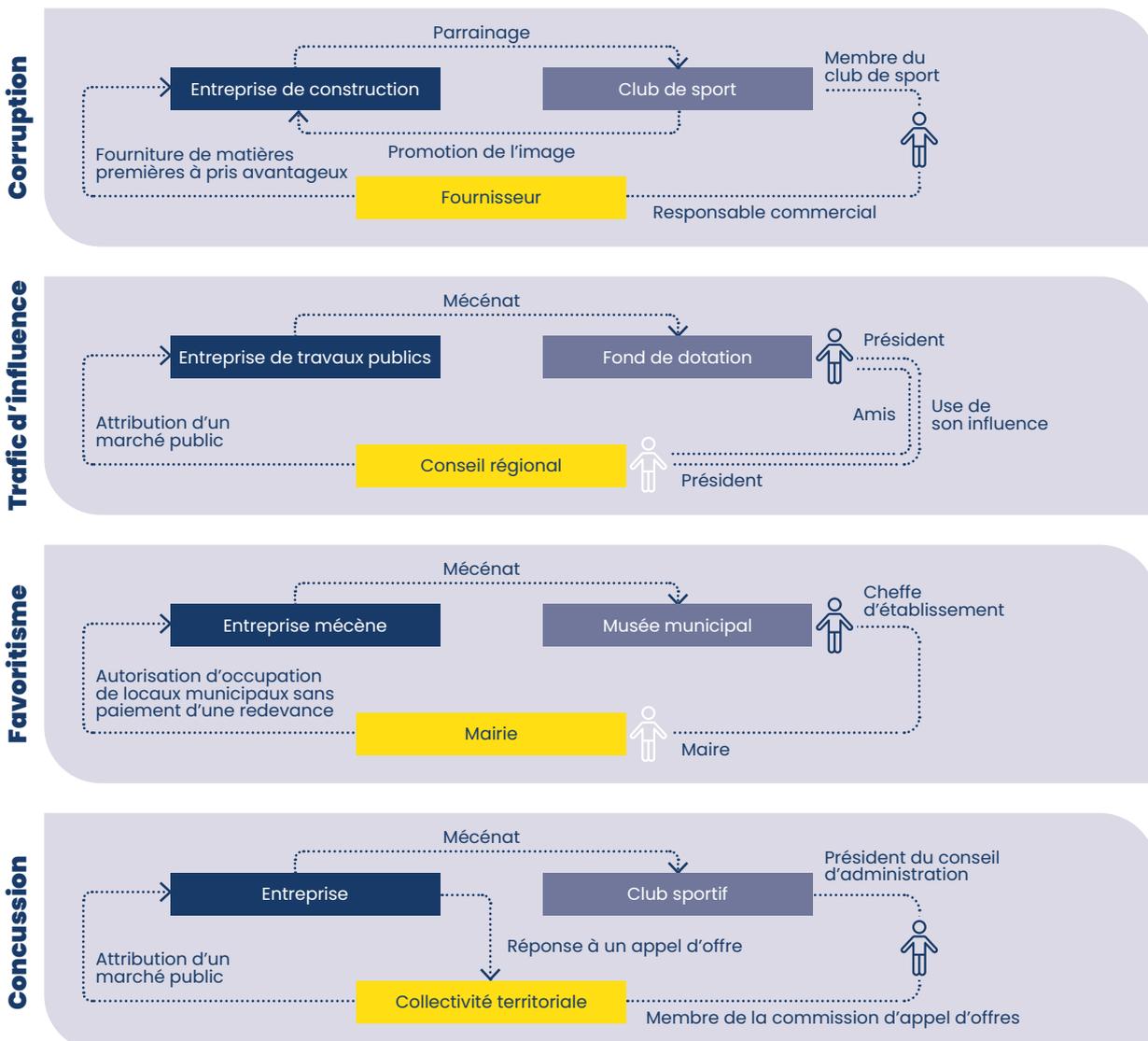
Quels sont les risques de recourir au sponsoring ou au mécénat ?

Bien qu'encadrées juridiquement et fiscalement, ces opérations peuvent parfois être détournées dans une intention frauduleuse ou dissimuler une atteinte à la probité, par exemple servir un schéma de corruption, de trafic d'influence, de concussion ou de favoritisme, tels qu'ils sont par exemple illustrés par les schémas de l'Agence Française Anti-corruption (AFA) figurant ci-après.

Les projets comportent des risques accrus lorsque les associations bénéficiaires ont des liens avec des agents publics intervenant avec nos projets (par exemple, le trésorier de l'association est aussi membre de la commission d'appels d'offres). Les risques sont de nature pénale, financière et réputationnelle.



Illustrations de situations concrètes



QUELLES SONT LES RÈGLES À RETENIR ?

Les mécénats & sponsorings autorisés	Les opérations impossibles
<p>✓ Don (mécénat) pour soutenir un organisme ou une œuvre d'intérêt général sans contrepartie.</p>	<p>Don en faveur d'un organisme d'intérêt général afin de favoriser le développement de relations commerciales avec des autorités ou administrations publiques. Le soutien en faveur d'un organisme en contrepartie d'un avantage commercial tel que la signature d'un contrat est constitutif d'une infraction pénale. ✗</p>
<p>✓ Achat de prestations et objets publicitaires (Sponsoring) mettant en visibilité l'image de l'entreprise, tels que la location d'un espace publicitaire ou la citation du nom du Groupe lors d'un évènement sportif.</p>	<p>Don en contradiction avec la législation sur le tabac, les alcools et la santé publique. Financement de campagne électorale ou parti politique. ✗</p>
<p>✓ Conditions : Ne pas attendre ou monnayer une contrepartie en termes d'activité: obtention d'un contrat ou d'une autorisation, octroi d'informations privilégiées ou d'un traitement de faveur dans l'obtention ou l'exécution d'un marché</p>	<p>Opération dans laquelle un salarié, dirigeant de l'entreprise ou de l'association tire un quelconque avantage ou intérêt personnel sur le projet (exemple: vous êtes vous-mêmes président de l'association). ✗</p> <p>Opération réalisée par le biais d'un intermédiaire tel qu'un sous-traitant ou fournisseur à qui vous avez demandé de porter le projet à votre place. ✗</p>

Réflexes

Le parrainage & le mécénat

Les opérations de parrainage et de mécénat présentent des **risques en matière de corruption** ou de trafic d'influence car elles peuvent être un moyen de dissimuler un avantage indu.

Par exemple: une entreprise répond à un appel d'offres lancé par une collectivité territoriale. L'un des membres de la commission se rapproche du dirigeant et lui propose de soutenir sa candidature en contrepartie d'un mécénat auprès d'un club sportif qu'il préside.

Les fondamentaux

- Pas de contrepartie commerciale (obtention d'informations ou d'un marché) en échange.
- Personne ne doit tirer un intérêt personnel du projet de parrainage ou de mécénat.
- Interdiction de solliciter l'octroi par un sous-traitant d'un don en faveur d'un organisme.

En amont

- **Remplir la fiche** interne.
- **Présenter un projet complet** à mon manager: nature, montant, durée du soutien, contexte, lien avec nos parties prenantes, etc.
- **Évaluer l'organisme bénéficiaire** du parrainage ou du mécénat.
- **Identifier les personnes** chargées du projet et de son suivi pour les deux parties.

01

Validation

- **Faire valider tout projet par la Direction Juridique et par la Direction Régionale.**
- **Faire valider par la Direction Générale** les projets qui dépassent 2000 euros.
- **Faire valider par la Direction Générale** les mécénats en nature et en compétence.

02



Parrainage & mécénat

Contrôle & suivi

- **S'assurer du suivi et de la bonne exécution** du contrat.
- **Assurer le suivi des opérations comptables.**
- Chaque manager a la responsabilité de **s'assurer que son collaborateur respecte la présente fiche.**

04

Concrétisation

- **Utiliser la trame type** de contrat Gagneraud et faire valider le contrat par la Direction Juridique.
- **Faire enregistrer votre contrat** dans le répertoire national des parrainages et mécénats (Direction Juridique Groupe).
- **Respecter la procédure** Cadeaux et Invitations le cas échéant.

03

06

Les intermédiaires



FICHE PRATIQUE

**ÉTHIQUE &
CONFORMITÉ**


Définition

Les intermédiaires sont toutes les personnes privées ou morales qui **agissent pour une entreprise en vue de lui faciliter la conclusion d'un contrat**, l'obtention d'un marché ou d'une autorisation administrative par exemple. On parle en général d'**apporteurs d'affaires**, mais ce peut être également des consultants ou encore des partenaires commerciaux.

Ils doivent apporter une **expertise professionnelle** utile au développement de l'activité de l'entreprise et disposer d'un comportement éthique irréprochable.



Quels sont les risques de l'intermédiation ?

Si l'entreprise n'est pas **suffisamment vigilante sur l'intégrité des intermédiaires** avec lesquels elle est entrée ou envisage d'entrer en relation, elle peut se retrouver impliquée directement ou indirectement dans la commission d'atteintes à la probité telle que la corruption ou le trafic d'influence.

Par exemple, l'entreprise mandate un apporteur d'affaires pour gagner des marchés auprès de nouveaux clients. Cet intermédiaire offre des cadeaux de forte valeur à un des clients en échange de l'attribution d'un contrat à Gagneraud.

Cette situation constitue un cas de corruption commis par l'intermédiaire, qui met le donneur d'ordre c'est-à-dire l'entreprise, dans une situation risquée de complicité ou de recel.

Les risques pénaux pour l'instance dirigeante et l'entreprise sont importants. Une telle situation peut également entraîner des **conséquences néfastes sur le développement des activités ainsi que la réputation du Groupe.**

Il est rappelé que la **corruption sous toutes ses formes est interdite dans le Groupe**. Il est strictement interdit de faire accomplir par un intermédiaire des actions que le Groupe ne doit pas faire lui-même.

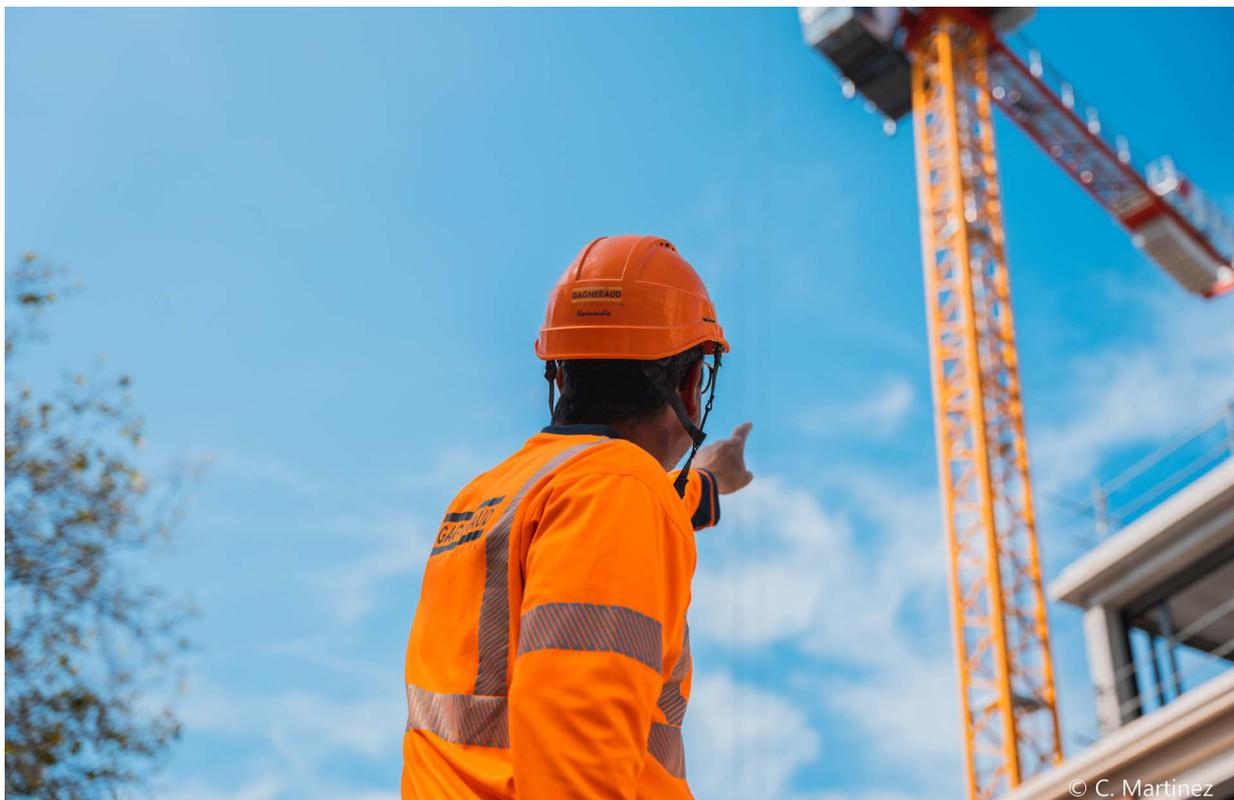


Quels sont les signaux d'alerte ?

Certaines situations doivent vous alerter :

- L'intermédiaire est fortement recommandé voire imposé par un tiers. En effet, des intérêts financiers pourraient avoir été conclus entre le tiers et l'intermédiaire tels que des rétrocommissions. La situation impose de s'interroger sur le bien-fondé de la démarche.
- L'intermédiaire demande des honoraires trop élevés au regard de la prestation convenue. Il doit être capable de **justifier de la matérialité de ses actions** au moyen de rapports d'activités. Sa rémunération doit être réelle et en rapport avec les prestations effectuées.
- L'intermédiaire ne dispose pas de l'expérience, des qualifications et des compétences nécessaires à la réalisation de sa mission. Le recours à un intermédiaire doit être **légitime et justifié** au regard, notamment, de ses compétences.
- L'intermédiaire manque de transparence, se trouve en situation de conflit d'intérêt, sa réputation est équivoque etc. Il ne doit exercer **aucune influence illicite** et sa réputation doit être honorable. Une **clause éthique conforme** à la politique du Groupe doit être insérée dans son contrat.

Une illustration concrète ayant fait l'objet d'une décision de justice peut être donnée à titre d'exemple : des entreprises souhaitant obtenir des marchés publics devaient verser, par le biais de fausses factures, un pourcentage des marchés souhaités à des bureaux d'études, qui rétrocédaient ensuite une partie de ces commissions à un parti politique.



© C. Martinez

Réflexes

Les intermédiaires

Recourir à un intermédiaire peut présenter des **risques en matière de corruption ou de trafic d'influence**. Un intermédiaire agissant pour notre Groupe qui commettrait un acte de corruption, engagerait notre responsabilité s'il était estimé qu'il avait agi implicitement ou explicitement sur nos ordres. Par exemple: un intermédiaire obtient un contrat pour le Groupe et rétrocède une partie de ses honoraires au client en remerciement.

Les signaux d'alerte

- L'intermédiaire est **fortement recommandé** voire imposé par un client.
- L'intermédiaire demande une **somme injustifiée** au regard de la prestation attendue.
- L'intermédiaire **ne dispose pas de l'expérience, des qualifications et compétences nécessaires** à la mission qu'il est envisagé de lui confier.
- L'intermédiaire manque de transparence, **a mauvaise réputation**, est en situation de conflit d'intérêts.

En amont

- **Faire des vérifications** sur le potentiel intermédiaire: réputation, absence de conflits d'intérêts, aptitudes techniques et financières, absences de condamnations ou poursuites pénales, vérification de son dispositif anticorruption, etc.
- **Présenter un dossier complet** à mon manager: déterminer l'intérêt et la nécessité de recourir à un intermédiaire pour le Groupe, ses compétences professionnelles, etc.
- **Identifier les personnes** chargées du dossier et de son suivi.

01

Validation

- **Faire valider** tout projet par la Direction Juridique, la Direction Régionale et la Direction Générale.

02



Intermédiaires

Contrôle & suivi

- **Assurer le suivi** des accomplissements et des flux financiers avec les intermédiaires.
- **Prévoir un accès** des intermédiaires à la procédure d'alerte.
- Chaque manager a la responsabilité de s'assurer que son collaborateur respecte la présente fiche.

04

Concrétisation

- **Utiliser la trame type** de contrat d'intermédiation et faire valider le contrat par la Direction Juridique.
- **Refuser** le remboursement de frais somptuaires, les cadeaux/invitations qui ne respecteraient pas la politique du Groupe.
- **Faire enregistrer votre contrat** dans le registre des intermédiaires (Direction Juridique Groupe).

03



07 Les représentations d'intérêts ou « lobbying »



FICHE PRATIQUE

ÉTHIQUE & CONFORMITÉ



Définition & législation

La représentation d'intérêts, plus communément appelée « lobbying », vise les actions de défense des activités ou intérêts commerciaux d'une entreprise, d'un produit ou service.

Elle concerne les entreprises lorsque leurs salariés ou dirigeants prennent l'initiative d'entrer en contact avec une personne publique pour **influer sur une décision publique** à venir. Ils sont alors considérés « **Représentant d'intérêts** » au sens de la législation.

→ EXEMPLES

- Un salarié rencontre l'adjoint à l'urbanisme d'une grande ville pour le convaincre de modifier le plan local d'urbanisme,
- Un dirigeant d'entreprise téléphone au maire pour lui suggérer de lancer un appel d'offres de travaux publics ou vendre des terrains communaux.

La loi n'interdit pas le lobbying mais **impose une transparence** des rapports entre les représentants d'intérêts et les pouvoirs publics.

Au nom de cette transparence, le législateur a confié à la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP) la création d'un **répertoire numérique national** des représentants d'intérêts.

Ce répertoire est public et permet à toute personne qui le souhaite de connaître les actions de lobbying menées par les entreprises du secteur privé auprès de l'administration publique et de certains élus.

Sous certaines conditions, les représentants d'intérêts doivent **déclarer à la HATVP leurs activités** par le biais de fiches d'activités qui contiennent notamment :

- L'objectif poursuivi par l'activité de lobbying.
Exemple: obtenir un changement de Plan Local d'Urbanisme
- Les moyens qui y sont consacrés (temps passé, coûts internes et externes).
- Les personnes publiques avec lesquelles ils sont en relation.

Chaque année une déclaration d'activités doit être réitérée par l'entreprise afin de **faire connaître les objectifs poursuivis par ses actions de représentation d'intérêts** menées au cours de l'année précédente et les moyens qu'elle y a consacrés. Cette déclaration annuelle doit être effectuée dans un délai de trois mois à compter de la clôture de l'exercice comptable.

Toute action menée par un représentant d'intérêts et répondant aux 5 conditions légales (voir ci-dessous) doit être déclarée à la HATVP (par l'intermédiaire de la Direction Juridique Groupe), qui s'assure que les obligations du lobbyiste à savoir **l'inscription au registre** et la **déclaration de ses activités** soient bien respectées.



Qui peut être représentant d'intérêts ?

Tout salarié ou dirigeant peut être représentant d'intérêts s'il **réalise à titre principal** (la moitié de son temps) **ou de manière régulière** (au moins 10 entrées en communication avec un décideur public sur les 12 derniers mois) des actions de représentations d'intérêts, qui réunissent les 5 conditions cumulatives décrites ci-après.

→ LES 5 CONDITIONS CUMULATIVES

01	Une communication	Mail, courrier, appel, déjeuner professionnel, etc.
02	À l'initiative du représentant d'intérêts donc de l'entreprise	<p>En région: président du conseil régional, conseillers régionaux, directeur de cabinet.</p> <p>Dans les départements: président du conseil départemental, conseillers départementaux, directeurs de cabinet, directeur général des services.</p> <p>Pour les communes de plus de 100 000 habitants: le Maire, adjoint titulaire d'une délégation de fonction ou de signature (par exemple l'adjoint en charge de l'urbanisme), le directeur de cabinet et le chef de cabinet du maire.</p> <p>Pour les communes de plus de 150 000 habitants: le Maire, l'adjoint titulaire d'une délégation de fonction ou de signature, le directeur de cabinet, le chef de cabinet du maire, le directeur général des services.</p>
03	Auprès de certains responsables public*	<p>Pour Paris: Maire, adjoint, membre du conseil de Paris, directeur et directeur adjoint et chef de cabinet, secrétaire général et adjoint, DG, directeur du crédit municipal et directeur du centre d'action sociale.</p> <p>Pour le centre interdépartemental de gestion de la fonction publique territoriale de la petite et grande couronne de la région Île-de-France: directeur général ou directeur des services.</p> <p>Pour les EPCI (communauté d'agglomération, syndicats et communautés de communes):</p> <ul style="list-style-type: none"> • de plus de 100 000 habitants: président, vice président, directeur et directeur adjoint et chef de cabinet; • de plus de 150 000 habitants: président, vice président, directeur et directeur adjoint et chef de cabinet, directeur général ou directeur de service. <p>À l'échelle nationale: membre du cabinet du président de la république, membres du gouvernement et leurs cabinets, parlementaires, membres d'une autorité administrative indépendante (ex: CNIL), membres nommés en conseil des ministres comme les directeurs de prison.</p>
04	En vue d'influencer	
05	Une décision publique	

* Liste des décideurs publics concernés par la représentation d'intérêts:

[Décideurs-publics-concernés-par-le-repertoire-des-representants-d-interets-1.pdf](#)

L'APPLICATION DES CRITÈRES 4 ET 5 : L'INFLUENCE D'UNE DÉCISION PUBLIQUE

Il pourra s'agir...	Cela exclut...
 De rencontrer le Maire en amont du permis de construire pour argumenter, le convaincre, etc.	 Le dépôt de permis de construire en lui-même, qui constitue l'exercice d'un droit et non une influence.
 De demander un déclassement ou une cession d'un bien du domaine public afin de l'acquérir.	 La réponse à un appel d'offres ouvert pour céder un bien immobilier, réaliser des travaux, etc.
 De suggérer la mise en œuvre d'une procédure de passation pour la conclusion d'un contrat.	 La communication d'informations dans le cadre d'une procédure de mise en concurrence.



Quels sont les risques ?

Tout représentant d'intérêts **qui ne communiquerait pas** à la HATVP ces informations, s'expose à des **poursuites pénales** et une **peine d'un an d'emprisonnement et 15 000 euros d'amende**. Le montant de cette amende est multiplié par 5 s'il s'agit d'une personne morale.

Par ailleurs, lorsque la HATVP constate un manquement aux obligations du représentant d'intérêts, elle peut le mettre en demeure de s'exécuter. Cette mise en demeure peut être publiée sur son site internet. Cette publication entraîne des conséquences réputationnelles pour l'entreprise pour laquelle le représentant d'intérêt exerce des actions de lobbying.



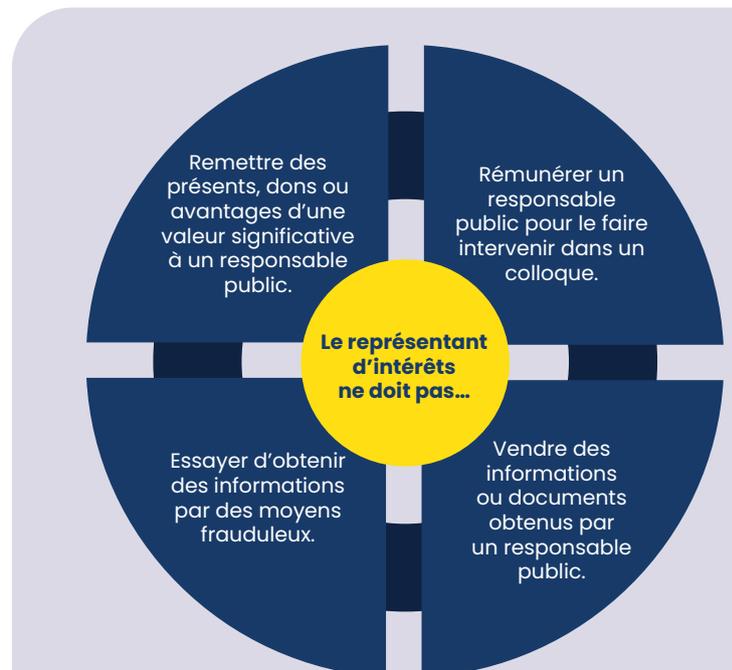
Les obligations du représentant d'intérêts

➔ 1. TRANSPARENCE ET DÉCLARATION

Les actions de représentations d'intérêts doivent être déclarées à la HATVP (par l'intermédiaire de la Direction Juridique Groupe).

Si vous menez de telles actions, appliquez la fiche Réflexes (document interne).

➔ 2. RESPECT DES RÈGLES DÉONTOLOGIQUES





08

Le dispositif d'alerte



FICHE PRATIQUE

**ÉTHIQUE &
CONFORMITÉ**


Définition

Il s'agit d'une adresse électronique spécifique mise en place par l'entreprise, afin de permettre aux employés, collaborateurs et tiers en relation avec l'entreprise de signaler de manière confidentielle :

- Une conduite ou situation contraire au Code de conduite
- Et plus généralement tout crime ou délit observé au sein du Groupe.

Ce dispositif fait partie des piliers introduits par la loi Sapin II. Il renforce la démarche éthique et responsable du Groupe ainsi que les moyens d'expression des salariés, cocontractants et tiers, permettant à chacun d'être acteur de la prévention des risques.



Sur quoi peut porter l'alerte ?

Exemple de situations pouvant être signalées :

- Commission d'un crime ou délit (vol, fraude, etc.) ;
- Trafic d'influence ;
- Manquement aux règles d'hygiène et de sécurité ;
- Infraction environnementale ;
- Discrimination et harcèlement ;
- Corruption ;
- Opérations bancaires douteuses ;
- Pratiques anticoncurrentielles.



Comment effectuer une alerte ?

Le Groupe Gagneraud met à la disposition des équipes internes et externes un dispositif d'alerte pour permettre aux collaborateurs, mêmes extérieurs ou occasionnels, d'effectuer un signalement des incidents éthiques. Ce canal d'alerte est accessible par :

- courriel à l'adresse suivante : signalement@gagneraud.fr
- par voie postale à l'adresse suivante :

GROUPE GAGNERAUD
À l'attention de Madame Valérie BAXAS
CONFIDENTIEL ET PERSONNEL
7-9 rue Auguste Maquet - 75016 Paris

Le Groupe s'engage à...



Respecter la confidentialité.

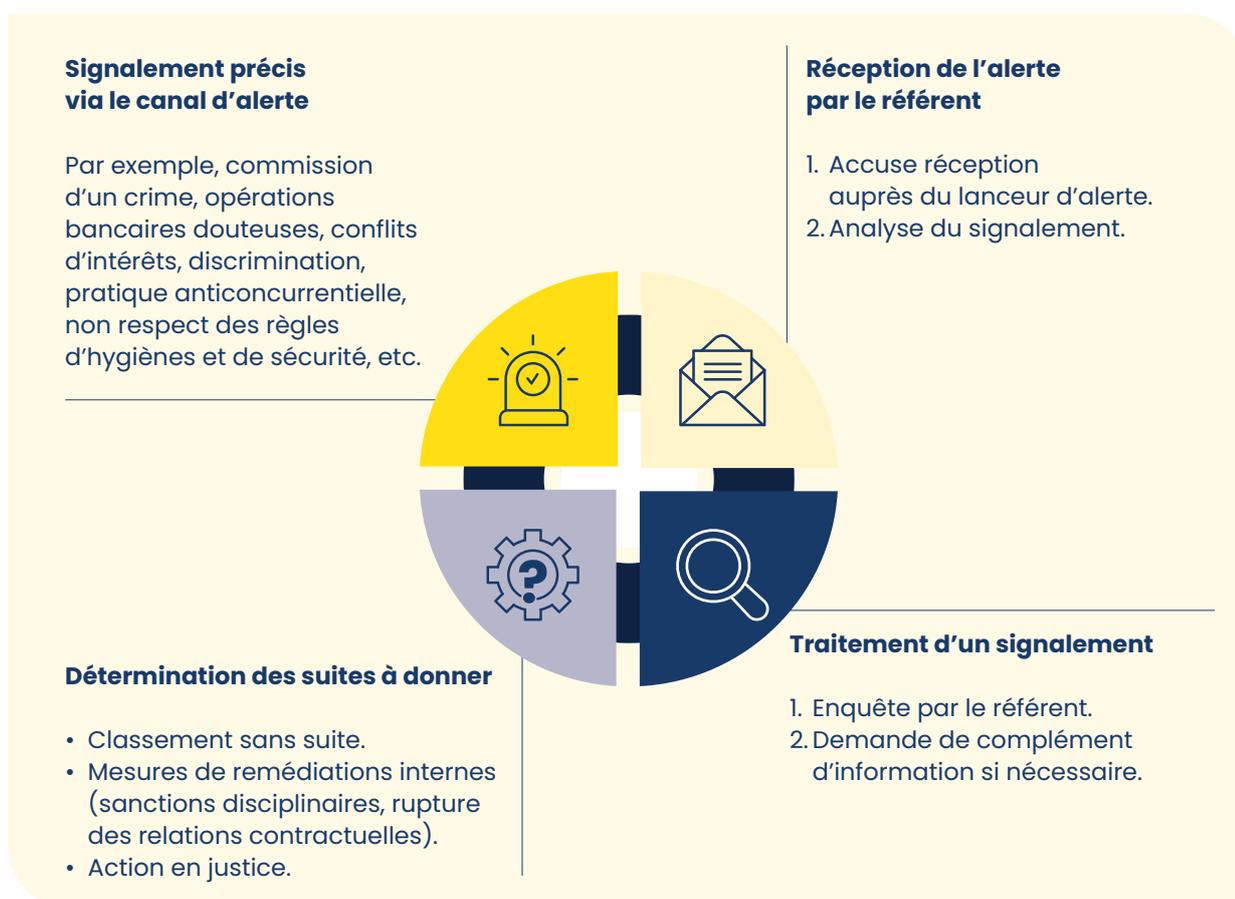


Protéger le lanceur d'alerte contre toute sanction, mesure discriminatoire, toute forme de harcèlement.



Comment est traitée une alerte ?

La procédure « Dispositif d'alerte professionnelle » détaille les modalités de saisine et de traitement des signalements. Le déroulement du process peut être synthétisé ainsi :



Cette procédure est affichée sur tous les sites du Groupe.



Mes notes

A series of horizontal dotted lines for taking notes, spanning the width of the page.



G R O U P E
GAGNERAUD

Groupe Gagneraud

Siège social

7-9 rue Auguste Maquet 75016 Paris

www.gagneraud.fr

Rédaction: Valérie Baxas, Clara Debruyne • Conception graphique: Céline Chevet

Mai 2025