



POLITIQUE DE GROUPE

AGENTS COMMERCIAUX ET AUTRES INTERMÉDIAIRES ET PRESTATAIRES DE SERVICES LIÉS A LA VENTE ¹

Le Code de Conduite de Verallia indique les principes essentiels que chacun des dirigeants et employés est personnellement tenu de mettre en œuvre.

Le **Respect des Lois** constitue l'un de ces valeurs : « *Les sociétés du Groupe appliquent les lois et règlements en vigueur dans le ou les pays où elles exercent leurs activités et s'interdisent de tirer délibérément parti de lacunes ou insuffisances locales pour s'écarter des valeurs de Verallia. En particulier, Toutes les formes de corruption sont rejetées* ».

Le Code de Conduite est intégré par la Politique Anti-Corruption et Anti-Trafic d'influence².

Verallia partage les principes de l'OCSE et a adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies dont le 10ème principe énonce : « **Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots de vin** ».

La plupart des législations applicables dans les pays où les sociétés du Groupe Verallia interviennent incriminent les faits de corruption directe ou indirecte. Ainsi des faits commis par un Intermédiaire au nom ou pour le compte d'une entreprise pourront donner lieu à des poursuites à l'encontre de celle-ci. L'existence de mesures destinées à identifier, prévenir ou limiter un risque de corruption par un tiers pourra certainement constituer une défense face à un risque réel de poursuites.

Il est donc essentiel que les Sociétés du Groupe identifient et gèrent ces risques et mettent en place les moyens de les prévenir et de se prémunir des conséquences d'éventuels actes de corruption commis à leur insu, mais en leur nom ou pour leur compte, par des intermédiaires.

Dans ce contexte, l'objet de cette procédure est de fournir un cadre aux entités du Groupe souhaitant accéder à un nouveau marché, répondre à des appels d'offres, ou structurer leur présence sur des marchés sur lesquels elles opèrent **en recourant à des agents ou tout autre intermédiaires et prestataire de services liés à la vente (« Intermédiaires »)**³.

¹ Mise à jour de la Politique AGENTS COMMERCIAUX ET AUTRES INTERMÉDIAIRES ET PRESTATAIRES DE SERVICES LIÉS A LA VENTE (2^{ème} édition Juillet 2018).

² Distribuée à tous les salariés et disponible sur Teams *Conformité*.

³ En général un intermédiaire est une personne, physique ou morale, agissant auprès d'une entité ou d'une personne dans l'intérêt d'une autre entité ou personne qui l'a dûment mandatée à cet effet en vue d'obtenir ou de faciliter la conclusion d'une transaction au profit de son mandant.

Son objectif est de permettre d'éviter de recourir à des Intermédiaires dont les pratiques seraient contraires à la loi et à la politique de Verallia, notamment en matière de lutte contre la corruption, et de réduire les risques liés aux opérations commerciales dans un pays donné.

Les principes à retenir sont les suivants :

§ 1 Si le recours à un Intermédiaire relève de la stratégie commerciale de la société, toute décision à ce sujet doit être prise à la suite d'une due diligence.

§ 2 Les relations avec les Intermédiaires doivent systématiquement être encadrées par un contrat qui doit clairement fixer la rémunération et prévoir la procédure de paiement.

§ 3 Tout contrat ainsi que les modifications, extensions, ou renouvellements doivent faire objet de i) un processus d'approbation par le directeur général, le directeur commercial, le directeur financier & ii) de contrôles selon les procédures de groupe et le Référentiel de Contrôle Interne.

§ 4 La gestion de la relation avec l'Intermédiaire doit donner lieu à un suivi personnalisé par la personne en charge de l'Intermédiaire.

Les notions à connaître et les règles à mettre en place font l'objet des précisions et schémas fournis en annexe.

La procédure s'applique à toutes les relations pouvant se mettre en place, exister ou être renouvelées, dans tous les pays, et quelle que soit la forme d'intermédiation envisagée.

Janvier 2020