

## Politique cadeaux et invitations

### Préambule

La corruption fait courir de nombreux risques (sanctions judiciaires, risques réputationnels, financiers...) qui peuvent compromettre gravement les activités d'une entreprise et exposer ses salariés à de fortes condamnations.

Le Groupe Precia SA a adopté le code de conduite anticorruption Middlednext qui se réfère à la Convention des Nations Unies contre la corruption et s'attache à lutter contre toutes les formes de corruption.

Cette note vise à vous informer du caractère sensible des cadeaux et marques d'hospitalité reçus ou offerts dans le cadre de vos activités professionnelles. Il vient compléter le code de conduite afin de vous donner des éléments concrets pour vous permettre de prendre les décisions adaptées en fonction du contexte.

En effet, selon les usages des pays, les cultures, les codes de courtoisie varient, il n'existe pas de situation unique.

La règle qui prévaut est de respecter la loi et les réglementations en vigueur et les règles de cette politique. Dans des situations particulières non précisément décrites il revient à chacun de prendre la meilleure décision en faisant appel à son bon sens, à son expérience. Quoi qu'il en soit, il ne faut pas hésiter à consulter sa hiérarchie, sachant que toute décision peut engager la responsabilité du collaborateur et impacter la société.

### 1 Principes généraux en matière de cadeaux et marque d'hospitalité

Sont rassemblés sous le terme de cadeaux : toute chose de valeur, tout avantage : service, invitation, rabais offerts ou reçus, directement ou indirectement

Sont rassemblés sous l'expression marque d'hospitalité : les repas, voyages, hébergements, événement culturel ou sportif, réception offerts ou reçus, directement ou indirectement

Les cadeaux et les marque d'hospitalité donnés ou reçus doivent respecter certaines conditions :

- Être conformes au droit et à la réglementation en vigueur
- N'entraîner aucune obligation, aucune contrepartie ou avantage indu,
- Ne pas générer de conflit d'intérêts,
- Être raisonnables, d'un montant limité, correspondant aux pratiques courantes
- Rester dans le domaine professionnel
- Demeurer occasionnels
- Ne pas être de nature monétaire ou équivalente (bons d'achat...)
- Être faits en toute transparence

### 2 Règles en matière de cadeaux et marques d'hospitalité reçus et donnés

Chaque collaborateur doit analyser les circonstances afin de déterminer ce qui est raisonnable conformément aux usages autorisés par la société.

Si les cadeaux reçus sont modestes ou s'il s'agit d'objets publicitaires ils pourront être conservés à titre individuel.

En principe les cadeaux estimés importants devront être retournés au nom du respect du code de conduite de l'entreprise. Toutefois si ce geste risque d'être mal compris et après accord de la hiérarchie le cadeau peut être accepté afin d'être partagé au sein de l'entreprise.

En matière de marques d'hospitalité, il est possible d'accepter et d'offrir :

- des repas d'affaires, dont le montant est mesuré (renvoi à la politique de frais), c'est à dire en adéquation avec ce que vous êtes autorisés à offrir en retour) ;
- des invitations à un événement, à condition que ce soit dans le cadre professionnel et limité au seul événement
- des marques d'hospitalité à condition qu'elles ne soient adressées qu'au contact professionnel et non à des membres de sa famille ou à ses amis ;

Les périodes d'appel d'offre de signature de contrat demandent de la vigilance, les conditions doivent être vérifiées à l'avance pour vérifier qu'il n'y a pas de lien direct avec la signature d'un contrat, ou, que si celui-ci existe, cela ne puisse être assimilé à un acte de corruption, en particulier si cela concerne des agents publics

Pour faciliter la prise de décision, le groupe Precia SA a défini des règles et des procédures d'approbation, où seuls les cadeaux (ou marque d'hospitalité) raisonnables peuvent être acceptés.

Les cadeaux (ou marque d'hospitalité) sont dits raisonnables dès lors qu'il vous serait possible d'offrir en contrepartie un cadeau (ou marque d'hospitalité) équivalent conformément à la politique de frais en vigueur .

Dans l'hypothèse où les cadeaux (ou marque d'hospitalité) proposés ne seraient pas raisonnables, le collaborateur doit en informer sa hiérarchie avant toute décision.

Nous vous invitons également à conserver toutes les pièces vous permettant de justifier la conformité du cadeau ou de la marque d'hospitalité, afin de pouvoir les présenter sur demande de votre hiérarchie et les enregistrer comptablement dans les comptes.

### **3 Champ d'application**

Cette politique s'applique :

- A tout collaborateur du groupe et ses filiales et s'étend aux membres de la famille et aux proches du collaborateur
- A toute personne agissant au nom du groupe Precia SA ou de ses filiales, (consultant, intermédiaire, conseiller...)
- Que la personne bénéficiaire ou donateur du don ou de la marque d'hospitalité soit un agent public ou privé, national ou international

Afin de respecter la réglementation applicable à chaque société du Groupe Precia SA, une procédure spécifique pourra être mise en place pour un pays donné. Cette procédure spécifique peut être définie par différents moyens : note interne, procédure, règlement intérieur, contrat de travail etc.... Ainsi, une société du Groupe peut fixer des seuils au-delà desquels les cadeaux et invitations reçus ou offerts sont interdits, prévoir une procédure d'enregistrement particulière ou de validation préalable des cadeaux et invitations etc...

Cette procédure spécifique pourra fixer des règles plus rigoureuses que la présente procédure Groupe, mais ne pourra en aucun cas être moins stricte.

### **4 Enregistrement et Contrôle**

Dès lors qu'un cadeau et/ou une marque d'hospitalité ont été soumis à une autorisation préalable, ils sont enregistrés comme tels.

Il est de responsabilité de chaque manager de s'assurer de la mise en œuvre de cette politique au sein de ses équipes. Des vérifications régulières seront conduites sur cette mise en œuvre.

### **5 Sanctions**

En tout état de cause, il est de la responsabilité de chacun de refuser un cadeau ou une marque d'hospitalité qui ne respecterait pas les principes de cette politique.

Se laisser influencer ou chercher à influencer quelqu'un par des cadeaux ou des marques d'hospitalité est passible de sanctions disciplinaires voire pénales.

En cas de doute : demander conseil à la hiérarchie, au référent éthique et conformité ou auprès des ressources humaines.



Le 17 mars 2023

Frédéric Mey

Président du Directoire