

# Codice Etico

Edizione 2018

JCDecaux



# Lettera del Consiglio Direttivo

## **Gent. Sig.ra, Egr. Sig., Cari Collaboratori,**

il Gruppo JCDecaux opera e si impegna ad operare in modo responsabile e sostenibile su tutti i mercati in cui è presente. Questo impegno vale nei confronti dei suoi collaboratori, dei suoi clienti e fornitori, delle collettività locali e territoriali e anche dei suoi concorrenti. La nostra reputazione e la fiducia dei nostri partner (compresi gli investitori, i clienti e i fornitori) dipendono da questo.

Questo Codice, la cui prima versione risale al 2001, è stato aggiornato nel 2005, nel 2009 e nel 2014.

### **L'edizione 2018:**

- riafferma l'impegno del Consiglio Direttivo e di tutto il Gruppo a opporsi ad ogni forma di corruzione e di traffico di influenze,
- tiene conto dell'evoluzione delle norme nazionali e, in particolare, dell'attuazione della legge francese di applicazione mondiale del 9 dicembre 2016 relativa alla trasparenza, alla lotta alla corruzione e alla modernizzazione della vita economica (detta legge "Sapin II"),
- rende più operativi i principi enunciati in questo Codice.

Al Codice Etico è abbinata una Procedura d'impegno e di gestione dei consulenti a cui il Gruppo può ricorrere, in particolare per la ricerca di clienti in nuovi mercati o paesi.

Il Gruppo ha anche implementato formazioni obbligatorie sulle Regole Etiche Fondamentali, in particolare sulla lotta alla corruzione e al traffico di influenze che è un impegno essenziale del Consiglio Direttivo, per il quale non sarà tollerata alcuna violazione.

Sappiamo che sostenete i principi di qualità e di integrità che sono alla base dei valori della nostra azienda. Il Consiglio Direttivo conferma che questi valori sono e continueranno ad essere i principi guida del Gruppo e conta su tutti voi per mantenerne la reputazione.

A tal fine, vi chiediamo di leggere attentamente l'edizione 2018 del Codice Etico e di rispettarla.

Tutti insieme, continueremo a progredire e ad avere successo mantenendo un comportamento socialmente responsabile in tutti i paesi in cui siamo e saremo presenti.

### **Il Consiglio Direttivo**

**Jean-François Decaux**

**Jean-Charles Decaux**

**Jean-Sébastien Decaux**

**Emmanuel Bastide**

**David Bourg**

**Daniel Hofer**





# | Premessa

**All'interno di un ambiente internazionale complesso, sia sui piani giuridico, operativo, commerciale che sul piano sociale, il Gruppo JCDecaux si impegna a rispettare, e chiede ad ogni collaboratore di rispettare, un'etica professionale i cui principi sono enunciati nel presente Codice Etico, nonché nel Codice Internazionale dei Valori Sociali fondamentali del Gruppo.**

I principi descritti in questi Codici non si limitano a richiamare la necessità di rispettare la legge, che è diversa in ognuno dei paesi in cui il Gruppo è presente, ma cercano di promuovere una riflessione personale e il senso delle responsabilità di ognuno.

**Il Consiglio Direttivo ha espresso un impegno forte affinché le relazioni tra i vari attori del Gruppo JCDecaux, in particolare:**

- › da un lato, ogni azienda del Gruppo con le sue collaboratrici e i suoi collaboratori,
- › dall'altro, le aziende e le persone che sono i nostri interlocutori, in particolare:
  - i pubblici ufficiali e i rappresentanti delle collettività locali e territoriali,
  - i clienti, che siano inserzionisti o centrali di acquisto,
  - i fornitori e i prestatori di servizi esterni,

riflettano comportamenti etici in ogni circostanza.

Il presente Codice Etico intende essere al contempo uno strumento per trasmettere il messaggio Etico del Consiglio Direttivo e aiutare a prendere decisioni in determinate situazioni.

Per questo motivo, per rispettare i principi etici del Gruppo è essenziale conoscere a fondo e accettare il Codice. Oltre alla sua diffusione interna, quindi, il Consiglio Direttivo ha incaricato la Direzione legale Gruppo di assicurarsi che i principi del Codice, in particolare in materia di lotta alla corruzione e al traffico di influenze, siano stati ben compresi e che la loro applicazione possa essere assicurata in tutto il Gruppo.

Ecco perché da diversi anni viene attuato un dispositivo di formazione obbligatoria sotto forma di e-learning, che sarà completato a termine da moduli più mirati e specifici, con un contenuto il più operativo possibile allo scopo di rispondere alle varie situazioni che si possono presentare nelle nostre professioni.

Queste azioni di formazione sono rivolte in primo luogo ai collaboratori che potrebbero trovarsi ad affrontare problematiche di corruzione e di traffico di influenze, ma intendiamo anche sviluppare progressivamente formati più diversificati (e-learning, formazioni in presenza, webinar...) allo scopo di garantire, per tutte le nostre attività e nelle nostre varie zone geografiche, una buona comprensione delle regole enunciate nel Codice.

Se avete il minimo dubbio sull'interpretazione di uno dei principi enunciati nel Codice Etico, o sulla sua applicazione, vi invitiamo a contattare immediatamente la Direzione legale locale, la Direzione legale regionale o, in mancanza, la Direzione legale Gruppo.

Cordiali saluti.

Il Direttore Legale Gruppo  
Bertrand Allain

# ETICO



# Sommario

## I Il Codice Etico

1. Oggetto del Codice Etico e perimetro di applicazione
2. Diffusione del Codice Etico
3. Procedura di segnalazione

## II Regole Etiche Fondamentali

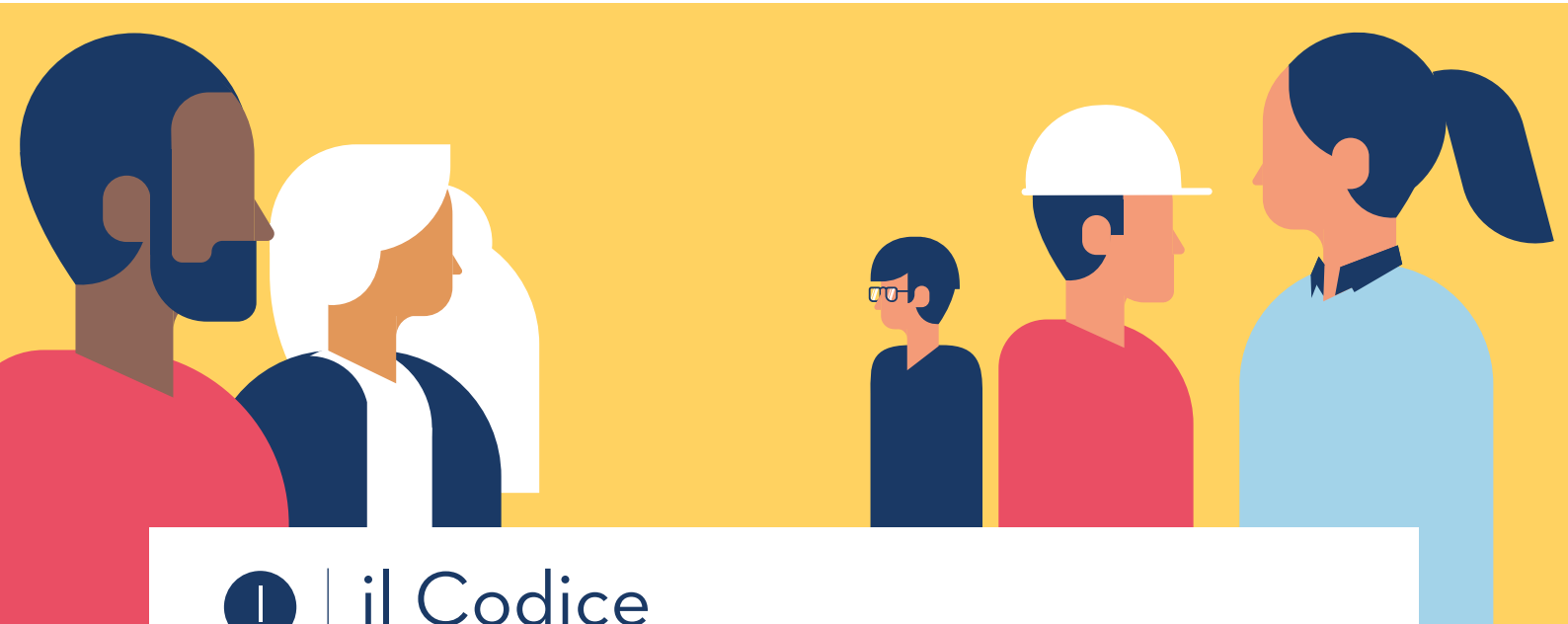
1. Divieto di corruzione e di traffico di influenze  
+ Guida pratica - situazioni a rischio / comportamento da adottare
2. Rispetto delle regole di libera concorrenza  
+ Guida pratica - situazioni a rischio / comportamento da adottare
3. Rispetto delle regole in materia di informazione finanziaria e contabile  
+ Guida pratica - situazioni a rischio / comportamento da adottare

## III I Principi di comportamento Etico

1. Relazioni d'affari con le Amministrazioni  
+ Guida pratica - situazioni a rischio / comportamento da adottare
2. Relazioni d'affari con i Clienti  
+ Guida pratica - situazioni a rischio / comportamento da adottare
3. Relazioni d'affari con i Fornitori  
+ Guida pratica - situazioni a rischio / comportamento da adottare
4. Diritti e responsabilità dei collaboratori del Gruppo JCDecaux  
+ Guida pratica - situazioni a rischio / comportamento da adottare

## IV Il Comitato Etico del Gruppo

1. Ricorso al Comitato Etico
2. Protezione dei collaboratori
3. Protezione dei dati personali
4. Ruolo del Comitato Etico
5. Composizione del Comitato Etico e nomina dei membri
6. Funzionamento del Comitato Etico
7. Modalità di segnalazione al Consiglio Direttivo e al Consiglio di sorveglianza



# I | il Codice Etico

## 1. Oggetto del Codice Etico e perimetro di applicazione

Il Codice Etico (il “Codice”) definisce le regole che ogni società del Gruppo e ogni collaboratore devono tassativamente rispettare, sia nel loro comportamento interno che nei confronti delle persone, delle aziende e delle collettività nei loro rapporti professionali. Esso contiene anche una procedura di segnalazione da attuarsi in caso di mancato rispetto di tali regole.

Per le esigenze di questo Codice, per “Gruppo JCDecaux” si intende JCDecaux SA, le sue filiali dirette e indirette e qualsiasi società in cui JCDecaux SA abbia un interesse di minoranza, direttamente o indirettamente, ma su cui è esercitato un controllo che può essere esclusivo o congiunto (il “Gruppo JCDecaux” o il “Gruppo”).

## 2. Diffusione del Codice Etico

### 2.1 Il Codice deve essere:

- › sistematicamente consegnato ad ogni collaboratore al momento dell’assunzione e far parte del contratto di lavoro;
- › accessibile dall’Intranet del Gruppo o a richiesta presso la Direzione delle Risorse umane di ogni società del Gruppo;
- › sistematicamente allegato ad ogni contratto con agenti e intermediari esterni (gli “Agenti”) secondo quanto definito nella Procedura di impegno e di gestione dei Consulenti.

I quadri e i dirigenti di JCDecaux SA e delle filiali sono responsabili della sua applicazione permanente e della sua diffusione presso i collaboratori. Un posto di responsabilità può essere attribuito ad una persona esclusivamente dopo aver verificato che sia in grado di comprendere e di mettere in atto le regole di etica del Gruppo JCDecaux, che dovrà rispettare e far rispettare.



**2.2 Le Direzioni Generali di ogni entità del Gruppo saranno tenute a riferire annualmente in merito al rispetto di queste regole di diffusione.**

**2.3 La Direzione Legale e la Direzione dell'Audit interno del Gruppo JCDecaux sono incaricate di far rispettare queste regole di diffusione.**

### **3. Procedura di segnalazione**

Se siete a conoscenza di una situazione in cui i principi enunciati nel Codice non sono rispettati, potrete affrontare questa anomalia seguendo la procedura descritta sotto, tenendo conto delle specificità legali e regolamentari e degli usi esistenti e facendo appello al buon senso.

#### **3.1 Mancato rispetto dei Principi di Comportamento Etico**

Se l'anomalia rientra in una situazione in cui i Principi di Comportamento Etico del Gruppo non sono rispettati, essa verrà portata a conoscenza del vostro direttore o del vostro superiore gerarchico diretto.

Se chi segnala l'anomalia ha motivo di credere che l'informazione fornita al suo direttore o superiore gerarchico diretto possa presentare difficoltà o possa non essere seguita da un'azione adatta, potrà informarne la Direzione generale del paese interessato o la Direzione generale regionale. Spetta alla persona così informata attuare le misure di inchiesta e di correzione necessarie.

In ogni caso, il Gruppo JCDecaux si impegna a esaminare e correggere qualsiasi violazione all'etica professionale che, in buona fede e in tutta onestà, viene portata a sua conoscenza e a trovare una soluzione volta a porre rimedio a dette violazioni, qualora la violazione risultasse accertata.

#### **3.2 Mancato rispetto delle Regole Etiche Fondamentali**

Qualsiasi violazione potenziale di una Regola etica fondamentale (corruzione/traffico di influenze, libera concorrenza, infrazioni finanziarie) potrà essere portata a conoscenza del Comitato Etico del Gruppo attivando l'apposita procedura di segnalazione. Se viene dimostrata, essa comporterà sanzioni disciplinari.

La composizione e le regole di funzionamento del Comitato Etico del Gruppo sono descritte nella Parte IV del presente Codice.

Le Regole Etiche Fondamentali sono quelle il cui mancato rispetto è di natura tale da avere un impatto rilevante sull'attività presente e futura del Gruppo. Il trattamento delle eventuali violazioni, le indagini e le raccomandazioni che ne derivano sono di competenza del Comitato Etico del Gruppo creato all'interno di JCDecaux SA. Le regole per ricorrere a questo Comitato e le sue modalità di funzionamento sono descritte nella Parte IV del presente Codice.



## II | Regole etiche fondamentali

### Le Regole Etiche Fondamentali sono:

- › divieto di corruzione e di traffico di influenze,
- › rispetto delle regole di libera concorrenza,
- › rispetto delle regole in materia di informazione contabile e finanziaria.

## 1. DIVIETO DI CORRUZIONE E DI TRAFFICO DI INFLUENZE

### 1.1 Qualsiasi forma di corruzione o di traffico di influenze è rigorosamente vietata

Una società che pratichi la corruzione e/o il traffico di influenze, o che non agisca per combattere gli atti di corruzione o di traffico di influenze che possono essere commessi da terzi a suo nome:

- › rovina la sua reputazione;
- › incorre in rischi maggiori che, al di là delle sanzioni finanziarie, possono comprendere il divieto di partecipare a gare d'appalto o a contratti emessi dalle Amministrazioni;
- › può comportare gravi sanzioni penali personali ai suoi collaboratori, che possono includere anche pene detentive.

### Che cos'è la corruzione?

La corruzione attiva è il fatto di procurare ad un pubblico ufficiale o ad una persona di una entità di diritto privato, in modo sollecitato o meno, direttamente o indirettamente, un vantaggio di qualsiasi tipo non dovuto, per se stesso o per altri, o anche di promettere di dare o di offrire semplicemente questo vantaggio affinché questa persona compia, ritardi o si astenga dal compiere un atto nell'esercizio delle sue funzioni.

Ciò include vantaggi concessi direttamente o indirettamente tramite terzi, ad esempio un membro della famiglia o un socio in affari o qualsiasi altra persona da esso designata.

La corruzione è passiva quando una persona, pubblica o privata, approfitta delle sue funzioni chiedendo o accettando doni, promesse o vantaggi allo scopo di compiere o di astenersi dal compiere un atto della sua funzione.

### **Che cos'è il traffico di influenze?**

Il traffico di influenze è quando una persona depositaria della pubblica autorità, incaricata di una missione di pubblico servizio o investita di un mandato pubblico elettivo, chiede o approva, senza averne diritto, direttamente o indirettamente, offerte, promesse, doni, donazioni o vantaggi qualunque per se stessa o per altri, di abusare della sua influenza reale o presunta allo scopo di far ottenere a un'autorità o a un'amministrazione pubblica dei riconoscimenti, dei posti di lavoro, dei contratti o qualsiasi altra decisione favorevole.

### **1.2 I nostri dettami**

Il Gruppo JCDecaux bandisce espressamente qualsiasi forma di corruzione o di traffico di influenze.

Il rispetto di questo impegno è un dettame assoluto del Gruppo JCDecaux,

- > per contribuire alla moralizzazione dei rapporti d'affari;
- > per preservare i nostri interessi a breve e lungo termine in tutti i paesi del mondo in cui siamo presenti o in cui desideriamo svilupparci.

Il nostro Gruppo deve essere esemplare in materia.

### **1.3 Regali e inviti**

Gli inviti e i regali ai pubblici ufficiali o a persone private sono autorizzati esclusivamente nel rigoroso rispetto delle leggi applicabili nel paese interessato e del codice di condotta vigente all'interno della loro amministrazione di appartenenza.

In ogni caso, questi inviti e regali sono rigorosamente vietati durante i periodi delle gare d'appalto. I pagamenti detti "di facilitazione" o "facilitation payments" non sono ammessi nel Gruppo.

### **1.4 Uso di agenti, consulenti, intermediari e lobbysti**

L'uso di agenti, consulenti e intermediari deve essere rigorosamente controllato e corrispondere a prestazioni reali e giustificate. La remunerazione di queste persone costituisce un rischio identificato di corruzione indiretta, che può essere realizzato all'insaputa del Gruppo. Ogni collaboratore deve essere professionale e vigilante su questo tema.

### **1.5 Finanziamento dei partiti politici**

La politica generale del Gruppo è di non contribuire al finanziamento dei partiti o dei rappresentanti politici. Qualsiasi eccezione a questa politica generale deve essere autorizzata preliminarmente dalla Direzione generale del Gruppo. I contributi autorizzati devono essere versati in conformità alla legislazione nazionale applicabile. In particolare, se simili contributi sono consentiti dalla legge e autorizzati dalla Direzione generale del Gruppo, occorrerà eseguire tutte le dichiarazioni e le registrazioni previste dalla legge. Il Gruppo rispetta naturalmente il diritto dei propri collaboratori di impegnarsi a titolo personale nella vita politica, ma tale partecipazione deve restare personale.

Consultate la Guida pratica sottostante



# Guida pratica:

Situazioni a rischio / comportamenti da adottare

## DIVIETO DI CORRUZIONE E DI TRAFFICO DI INFLUENZE

### 1. Cosa si intende per “pubblico ufficiale”?

La nozione di pubblico ufficiale è definita in modo molto ampio e si applica a qualsiasi funzionario, agente o dipendente di uno Stato, di un'agenzia statale o internazionale, di un'azienda detenuta da uno stato, di una collettività territoriale, di un comune e anche a qualsiasi politico, magistrato o a qualsiasi persona che goda della delega di servizi di uno qualunque di questi organismi.

### 2. Un quadro giuridico rigoroso, severo e internazionale

Sul piano nazionale, in ognuno dei paesi in cui siamo presenti, esiste una legislazione che reprime gli atti di corruzione commessi nei confronti dei pubblici ufficiali, ma anche dei privati.

A livello internazionale, quaranta paesi hanno adottato la Convenzione dell'Organizzazione per la Cooperazione e

lo Sviluppo Economico (OCSE) del 17 settembre 1997 contro la corruzione dei pubblici ufficiali stranieri e hanno adottato la loro legislazione interna per reprimere simili atti.

La Convenzione penale sulla corruzione dell'Unione Europea del 1999, la Convenzione inter-americana contro la corruzione del 1996 e la Convenzione delle Nazioni Unite contro la Corruzione del 2003 hanno fatto della lotta alla corruzione dei pubblici ufficiali e privati un obiettivo internazionale della massima priorità. Queste convenzioni sono state trasposte nel diritto penale interno di numerosi paesi.

Per questo motivo, le legislazioni nazionali estendono progressivamente e con vigore la repressione della corruzione a quella dei pubblici ufficiali stranieri.

Tra queste legislazioni nazionali che hanno esteso la loro applicazione alla corruzione internazionale, citiamo:

- › in Francia, la legge del 30 giugno 2000 modificata dalla legge del 13 novembre 2007 che aggiunge all'infrazione di corruzione dei pubblici ufficiali francesi quella dei pubblici ufficiali stranieri, e, più di recente, la legge del 9 dicembre 2016 relativa alla trasparenza, alla lotta alla corruzione e alla modernizzazione della vita economica (legge “Sapin II”), che rafforza i controlli e la repressione della corruzione e del traffico di influenze, nonché l'assenza di misure preventive, affidate ad una nuova autorità amministrativa indipendente dedicata (l'Agence Française Anticorruption);
- › negli USA, il Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) del 1977, ampliato nel 1998, sanziona penalmente la corruzione dei pubblici ufficiali stranieri.

Gli Stati Uniti hanno attuato, nell'ambito del FCPA, una politica molto vigorosa di lotta alla corruzione internazionale. Questa legislazione riguarda sia i cittadini e i residenti americani che i non residenti, nel momento in cui uno o più casi di corruzione hanno un nesso con gli USA. Questa nozione di collegamento è interpretata in senso lato.

In Francia e nel Regno Unito, rispettivamente la legge Sapin II del 2016 e il Bribery Act del 2010 sono ispirati al FCPA americano ma sono di applicazione ancora più vasta e chiedono alle aziende di attuare misure positive di prevenzione e di lotta alla corruzione.

Le legislazioni anti-corruzione britannica e francese non prevedono deroghe per i piccoli pagamenti di facilitazione (o “facilitation payments”) talvolta usati per accelerare le procedure amministrative, come ad esempio lo sdoganamento di merci.

### 3. Rispetto del principio di lotta alla corruzione e al traffico di influenze

Applicate i principi di integrità e di onestà più rigorosi nei rapporti con tutte le amministrazioni territoriali e i governi. Ciò che può essere una condotta accettabile nel mondo degli affari può essere inaccettabile, o addirittura dare luogo a sanzioni penali, nei rapporti con i pubblici ufficiali.

I confini tra le pratiche abituali tollerate e la corruzione o il traffico di influenze sono talvolta incerti e variabili a seconda dei paesi e nel tempo. La sezione 4 sottostante deve essere usata come guida in simili situazioni.

### 4. Confini tra pratiche abituali tollerate e corruzione o traffico di influenze

Le legislazioni sulla corruzione e sul traffico di influenze non fanno mai esplicitamente riferimento alle spese di rappresentanza e di promozione, di modo tale che esiste incertezza circa la loro ammissibilità e i loro confini.

Le “Guidance to Commercial Organisations” (GCO) pubblicate nel 2011 dal Ministero della Giustizia britannico hanno avuto il merito di tentare di definire questo limite. Esse sono, tuttavia, soltanto indicative e ognuno deve tassativamente porsi la questione della ragionevolezza, della proporzionalità e della motivazione della spesa.

Secondo le GCO, le spese di rappresentanza e di promozione possono essere chiaramente considerate atti di corruzione se sono state effettuate con l'intento di esercitare un'influenza su una persona che abbia un potere decisionale. Alcune spese di rappresentanza e di promozione destinate ad instaurare e mantenere relazioni cordiali, a migliorare l'immagine dell'azienda o a promuovere i suoi prodotti, sono ammissibili; tuttavia, il loro limite è incerto ed devono essere sostenute con la più grande cautela.

#### Alcuni esempi pratici:

- › procurare ad un pubblico ufficiale o un privato un biglietto aereo per una destinazione prestigiosa e un alloggio per incontrarvi alti dirigenti del Gruppo è un atto ad altissimo rischio, anche se viene presentato come la soluzione più pratica per tutte le parti interessate tenuto conto delle rispettive agende;
- › se l'invito viene fatto presso la sede sociale del Gruppo o della filiale, il carattere ragionevole e proporzionato è legato al livello delle spese sostenute, che deve corrispondere al livello di vita professionale abituale della persona invitata e il motivo dell'invito deve essere operativo (in particolare visita ai siti aziendali e/o presentazione di prodotti, per una durata che non superi le esigenze operative);
- › procurare ad un pubblico ufficiale o un privato un biglietto aereo e un alloggio per una manifestazione culturale o sportiva può essere considerato ad alto rischio se il Gruppo o la filiale non hanno un interesse professionale in questo evento (ad esempio una sponsorizzazione, il fatto di essere fornitore ufficiale o partner della manifestazione) e se il costo di questo invito supera ciò che la persona invitata avrebbe accettato di investire a titolo personale per questo evento.

**Dobbiamo sempre valutare se l'invito può o possa avere come obiettivo di indurre il pubblico ufficiale o il privato a compiere, ritardare o astenersi dal compiere un atto rilevante per la sua funzione o la sua posizione.**

Questi elementi sono essenziali per definire la corruzione e il traffico di influenze.

Se ricevete una richiesta da parte di un agente dell'amministrazione o di un privato, informate immediatamente il vostro responsabile gerarchico che si assumerà la responsabilità di non dare un seguito favorevole ad una simile richiesta.

Il Gruppo JCDecaux preferisce rinunciare a partecipare ad una gara d'appalto pubblica o privata, o ad un contratto, piuttosto che dover soddisfare le esigenze di un pubblico ufficiale o di un privato che gli imporrebbe di procurare un vantaggio di qualunque natura.

## 5. Regali e inviti

### I regali devono essere distinti dagli oggetti promozionali:

- › gli oggetti promozionali sono definiti come oggetti di scarso valore (70€ IVA esclusa al massimo, o qualsiasi altro importo inferiore che potrà essere definito localmente), contrassegnati in modo indelebile con il nome del Gruppo JCDecaux;
- › i regali sono autorizzati esclusivamente negli stessi limiti di importo e devono corrispondere ad eventi giustificati e puntuali (matrimonio, nascita...); devono essere fatti esclusivamente in modo straordinario;
- › i regali sotto forma di pagamento in contanti sono rigorosamente vietati, indipendentemente dall'importo e dalla motivazione.

### Gli inviti non devono mai essere fatti a titolo riservato.

Devono essere autorizzati dalla Direzione Generale della Società del Gruppo interessata; la natura e le motivazioni di questi inviti devono essere debitamente conservate indicando chiaramente l'identità delle persone invitate.

Se non esiste un limite definito da testi, gli inviti devono essere ragionevoli, proporzionati e legittimi, queste nozioni essendo interpretate in senso stretto.

Se gli inviti motivati e ragionevoli sono generalmente ammessi, ma possono essere qualificati come "irragionevoli" e quindi sanzionabili atti di corruzione se rivolti regolarmente a pubblici ufficiali o privati.

Alcune legislazioni nazionali, come quella americana, vietano formalmente simili inviti e regali ai pubblici ufficiali, indipendentemente dal valore. E' allora che si applica la legislazione nazionale più restrittiva. Per questo motivo, prima di qualsiasi invito è necessario informarsi sulla legislazione nazionale applicabile in tal senso.

## 6. Ricorso ad agenti, consulenti ed intermediari

Voler ignorare ciò che fa o può fare un agente, un consulente o un intermediario non è un argomento riconosciuto come difesa in caso di atto di corruzione compiuto dall'agente.

Spetta a noi adottare le misure preventive necessarie affinché simili situazioni non si presentino.

Consultate la procedura interna del Gruppo sull'impegno e sulla gestione dei Consulenti (agenti, consulenti e intermediari) per evitare atti di corruzione indiretta nei confronti di pubblici ufficiali. Questa procedura tiene conto del livello di rischio di corruzione internazionalmente identificato a seconda dei paesi da Transparency International, organizzazione non governativa riconosciuta nel settore della lotta alla corruzione.

## 7. Finanziamento dei partiti politici - Attività di beneficenza

**7.1. Il finanziamento di partiti politici o di associazioni / fondazioni legate a partiti politici è soggetto a legislazioni che variano profondamente a seconda dei paesi. Anche quando sono legalmente autorizzati, questi contributi possono essere fonti di abusi o interpretati come una pratica sospetta.**

**7.2. I contributi per attività di beneficenza e azioni di sponsorizzazione sono autorizzati se servono effettivamente una causa di interesse generale e contribuiscono ad una reale partecipazione pubblica. Essi devono essere approvati per iscritto in via preliminare dal dirigente della società del Gruppo interessata ed essere debitamente contabilizzate.**

Se avete il minimo dubbio su un comportamento, contattate rapidamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, che vi consiglierà e studierà con voi i limiti legali ed etici della vostra azione.

## 2. RISPETTO DELLE REGOLE DI LIBERA CONCORRENZA

Il Gruppo JCDecaux attribuisce un'importanza particolare al rispetto delle regole della libera concorrenza.

### 2.1 Rispetto delle regolamentazioni

Indipendentemente dal mercato geografico su cui operate, nei vostri rapporti con i concorrenti del Gruppo dovete informarvi su tutte le regolamentazioni applicabili alla concorrenza e rispettarle.

Quasi tutti i paesi in cui opera il Gruppo JCDecaux possiedono una regolamentazione della concorrenza le cui componenti comuni sono:

- › il divieto di fare accordi tra aziende, scritti o non scritti, il cui obiettivo o effetto sia quello di limitare la concorrenza,
- › il divieto di abuso di posizione dominante.

In Europa, queste regole sono definite negli articoli 101 e 102 del Trattato dell'Unione Europea e sono state riprese internamente da tutti i paesi membri dell'Unione Europea.

### 2.2 Pratiche proibite

Esistono essenzialmente due tipi di comportamenti anticoncorrenziali: gli accordi illegali e gli abusi di posizione dominante. I comportamenti proibiti non sono solo quelli nei confronti dei concorrenti, ma anche nei confronti dei fornitori e dei clienti, se tali accordi ostacolano il libero gioco della concorrenza.

#### 2.2.1 Gli accordi illegali e gli scambi di informazioni

E' vietato qualsiasi accordo orale o scritto, diretto o indiretto tra operatori su un mercato, avente come oggetto o come effetto di arrivare a condizioni di concorrenza che non corrispondono alle condizioni normali del mercato.

Lo stesso vale per gli scambi di informazioni riservate tra concorrenti che, benché non costituiscano un accordo illegale di per sé, ostacolano il gioco della libera concorrenza.

#### 2.2.2 Gli abusi di posizione dominante

Un'azienda può essere dominante su un mercato, o accrescere la sua dominanza vincendo quote di mercato, in particolare aggiudicandosi gare d'appalto. Questo non è illegale.

Ciò che viene sanzionato è lo sfruttamento abusivo della sua posizione dominante su un mercato per ostacolare il libero gioco della concorrenza su detto mercato.

### 2.3 Sanzioni

#### 2.3.1 Il mancato rispetto della regolamentazione applicabile in materia di concorrenza è passibile di sanzioni di due tipi:

- › Sanzioni finanziarie :

In Europa, possono raggiungere fino al 10% del fatturato mondiale del Gruppo o della società interessata. La legislazione europea è complementare a quella applicabile negli altri paesi in cui il Gruppo è presente: operazioni illecite in materia di concorrenza possono essere sanzionate nei paesi in cui hanno avuto un effetto. Inoltre, queste sanzioni possono includere il divieto assoluto di accesso agli appalti pubblici.



› Sanzioni penali :

In alcuni paesi, violazioni gravi del diritto della concorrenza sono passibili di ammende personali e/o di pene detentive per gli individui coinvolti.

**2.3.2 Inoltre, le pratiche contrarie al diritto della concorrenza:**

- › possono dar luogo a indagini amministrative e giudiziarie che possono generare costi legali sostanziali e comportare costi e uso di risorse interne considerevoli;
- › possono avere un impatto negativo sull'immagine dell'azienda;
- › possono generare richieste di risarcimento del danno subito da terzi che ritengano di essere stati danneggiati da tali pratiche.

Di conseguenza, non esitate a chiedere alla vostra Direzione legale locale, alla vostra Direzione legale regionale o alla Direzione legale del Gruppo di informarvi sul diritto applicabile in materia.





# Guida pratica:

Situazioni a rischio / comportamenti da adottare

## RISPETTO DELLE REGOLE DI LIBERA CONCORRENZA

### 1. Le relazioni con i concorrenti

#### 1.1 Accordi illegali e scambi di informazioni

I contatti con i concorrenti rappresentano un ambito particolarmente sensibile nella misura in cui possono ostacolare il normale gioco della concorrenza sul mercato della pubblicità.

I collaboratori del Gruppo JCDecaux non devono mai discutere oralmente o per iscritto dei temi sottostanti con le aziende concorrenti:

- › determinazione dei prezzi: qualsiasi forma di accordo sui prezzi (come tariffe, sconti, modalità di determinazione dei prezzi...) è proibita, che tali prezzi riguardino inserzionisti, commercianti, prezzo proposto ad un appalto o altro;
- › ripartizione del mercato tra i concorrenti ("bid - rigging"): qualsiasi forma di ripartizione del mercato è vietata, che sia nell'ambito di una gara d'appalto o di altre transazioni (in particolare l'accordo tra concorrenti sulla decisione di presentare o non presentare un'offerta è rigorosamente vietato);
- › scambio di informazioni finanziarie: qualsiasi informazione di natura finanziaria diversa da quelle accessibili al pubblico non deve essere divulgata tra concorrenti. Sono comprese le informazioni relative al margine, al costo dei beni o servizi acquistati o ai prodotti diversi da quelli inseriti nei bilanci diffusi del Gruppo, o gli scambi di informazioni commerciali o di marketing che soddisfano le seguenti condizioni:
  - informazioni di carattere sensibile e preciso (ad esempio: progetti di marketing e strategie di marketing),
  - informazioni non ancora divulgate pubblicamente dall'azienda (ad esempio: informazioni relative ai costi dei beni e servizi acquistati, ai tassi di riempimento, al fatturato per rete o città, agli sconti reali concessi).

Informatevi quindi sul diritto applicabile in materia nel paese in cui operate e, in caso di dubbio su un comportamento osservato, consultate la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale oppure contattate la Direzione legale del Gruppo.

I forum, i seminari e le riunioni di sindacati professionali sono luoghi frequenti di incontri con concorrenti. State attenti. Se un concorrente affronta un tema anticoncorrenziale durante una riunione, interrompete questo punto della riunione oppure lasciatela, facendo riportare la vostra partenza nel verbale.

#### 1.2 Abusi di posizione dominante

In alcuni paesi, le autorità della concorrenza possono ritenere che, a causa delle sue forti posizioni, il Gruppo JCDecaux occupi/detenga un posto sostanziale o dominante nel suo settore di attività.

Il fatto di occupare/detenere una posizione dominante su un mercato non è né vietato né sanzionato. E' l'abuso di posizione dominante ad essere sanzionato.

Se JCDecaux dovesse essere considerata in una situazione di posizione dominante su un settore di attività o in un particolare paese, i seguenti comportamenti potrebbero essere considerati un abuso di questa posizione, mentre tali comportamenti possono essere autorizzati quando non siamo considerati dominanti sul nostro mercato:

- › praticare prezzi predatori, ossia molto lontani dalle condizioni del mercato (ad esempio, firma di contratti per arredo urbano in perdita o concessione ai clienti di campagne pubblicitarie gratuite, allo scopo di eliminare un concorrente),
- › concedere ai clienti condizioni di sconto, come sconti fedeltà basati su un aumento del tasso di sconto in funzione della crescita della % che rappresentiamo presso un cliente rispetto ai nostri concorrenti, con la volontà di eliminare un concorrente,
- › inserire nei contratti di concessione delle clausole proibite dalle autorità nazionali o europee della concorrenza.

| Informatevi sul diritto applicabile in materia di posizione dominante nel paese in cui operate.

## 2. Le relazioni con i fornitori in materia di diritto della concorrenza

Nelle loro relazioni con i fornitori, i collaboratori del Gruppo JCDecaux devono fare in modo che non si crei una dipendenza economica di un fornitore nei confronti del Gruppo e devono astenersi dal compiere qualsiasi azione che privi un concorrente di una fonte di approvvigionamento, se tale fonte è imprescindibile per accedere al mercato.

Tuttavia, se un fornitore produce prodotti che sono disponibili ai concorrenti da altre fonti, è possibile chiedere a detto fornitore un'esclusiva nella misura in cui essa è:

- › limitata nel tempo e in uno spazio geografico ragionevolmente giustificato,
- › debitamente giustificata da compensi/impegni concessi al fornitore.

Contribuite a creare un ambiente competitivo tra i fornitori. Questo ambiente competitivo deve comportare:

- › la rimessa in discussione, a intervalli regolari, dei fornitori e dei prestatori di servizi esterni ricorrendo a gare d'appalto quando la natura della prestazione o della fornitura lo consente,
- › la tenuta di documenti comparativi chiari che giustifichino la scelta fatta.

Valutate le proposte sulla base di criteri oggettivi precisi come i prezzi, la qualità dei prodotti o servizi, la reattività, il servizio, l'accettazione delle Regole etiche di JCDecaux, il rispetto di regole di sviluppo sostenibile e qualsiasi altro criterio pertinente.

Informate il vostro responsabile gerarchico di eventuali interessi personali, finanziari o di altro tipo, diretto o indiretto, che potreste avere con un simile fornitore, e che, tenuto conto della vostra posizione all'interno dell'azienda, potrebbero interferire nelle relazioni del Gruppo con questo fornitore.

Adottate nei confronti dei fornitori soltanto comportamenti accettabili rispetto alle leggi applicabili sulla concorrenza; in particolare fate in modo di non creare una situazione di dipendenza del fornitore nei confronti del Gruppo e viceversa. La nostra vigilanza deve essere particolare dal momento che il Gruppo rappresenta più del 30% del fatturato del fornitore.

| Se avete il minimo dubbio su un comportamento, contattate rapidamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, che vi consiglierà e studierà insieme a voi i limiti legali della vostra azione.

### 3. RISPETTO DELLE REGOLE IN MATERIA DI INFORMAZIONE FINANZIARIA E CONTABILE

Il Gruppo JCDecaux si impegna:

- › a fornire un'informazione finanziaria e contabile affidabile e onesta e, per questo, ad attuare processi e controlli interni rigorosi ed efficaci,
- › a rispettare tutte le leggi e le regolamentazioni applicabili alla protezione e alla comunicazione delle informazioni riservate, in particolare in materia di trattamento equo dei suoi azionisti.

Nell'ambito definito sopra:

1. Ogni collaboratore del Gruppo coinvolto nel processo di elaborazione delle informazioni finanziarie e contabili deve **assicurarsi che le informazioni riportate nei documenti finanziari e contabili del Gruppo siano sempre esatte ed elaborate rispettando rigorosamente i principi contabili e le altre norme e regole contabili applicabili**. E' fondamentale che i documenti finanziari e contabili del Gruppo siano privi di errori sostanziali.
2. La Direzione Generale di ogni entità del Gruppo è **responsabile del rispetto delle regolamentazioni contabili e finanziarie applicabili nel paese** in cui opera.

E' incaricata del controllo interno e si occupa del rispetto del Manuale di controllo interno. Ciò include il fatto di assicurarsi che qualsiasi operazione contabile e finanziaria sia correttamente registrata nei registri e nei bilanci del Gruppo.

3. Al di là del rispetto necessario delle regole definite dalle autorità di controllo dei mercati finanziari, ogni collaboratore del Gruppo JCDecaux deve essere consapevole di essere, o di poter essere, in possesso, per le sue funzioni o per le relazioni che intrattiene con altre persone del Gruppo, di informazioni riservate il cui utilizzo o divulgazione sarebbe, indipendentemente dalle sanzioni penali applicabili, di natura tale da avere un'influenza sulla valorizzazione del Gruppo sui mercati finanziari o da dare ad alcune persone un vantaggio rispetto a tutti gli azionisti.

Di conseguenza è **fondamentale che qualsiasi informazione nota ai collaboratori data la loro attività all'interno del Gruppo, e ignorata dal grande pubblico, venga mantenuta strettamente riservata** e non venga divulgata.

4. **Insider trading** - L'acquisto o la vendita di azioni di JCDecaux SA da parte di una persona che possieda, nell'esercizio della sua professione o delle sue funzioni, informazioni non ancora rese pubbliche e che possano influenzare il corso di Borsa, o la comunicazione di tali informazioni a terzi affinché essi possano realizzare queste operazioni, è vietata.

E' **sanzionata sul piano penale**.



# Guida pratica:

Situazioni a rischio / comportamenti da adottare

## RISPETTO DELLE REGOLE IN MATERIA DI INFORMAZIONE FINANZIARIA E CONTABILE

### 1. Generazione dell'informazione

Se contribuite a elaborare informazioni finanziarie e contabili del Gruppo, sforzatevi di verificare che le informazioni riportate in questi documenti siano sempre esatte e presentate in modo comprensibile ed esauriente. Se individuate degli errori o non riuscite a compensare i bilanci, avvertite la vostra gerarchia affinché le informazioni o i bilanci in questione vengano corretti.

### 2. Informazioni riservate

Se, nell'esercizio delle vostre funzioni, possedete informazioni sulle prospettive o sulla situazione del Gruppo o di una delle società del Gruppo, su eventuali controversie, sui contratti firmati o in corso di discussione, sui progetti di acquisizione o di cessione di attività, sui progetti di joint-venture, sugli ostacoli incontrati e, in generale, informazioni che possano avere un'influenza sulla valorizzazione presente o futura del titolo JCDecaux SA sul mercato borsistico e se il Gruppo non ha divulgato al pubblico tali informazioni, è fondamentale che:

- > vi asteniate dal divulgare queste informazioni a terzi,
- > non vi impegniate, direttamente o indirettamente tramite un intermediario, in una qualunque transazione che implichi azioni di JCDecaux SA, compreso tramite esercizio di opzioni, finché l'informazione che avete ottenuto non sarà resa pubblica,
- > limitiate la comunicazione di informazioni riservate alle sole persone che hanno bisogno di conoscerla. Attenzione alle catene di e-mail e alle conversazioni nei luoghi pubblici come treni, aerei, ristoranti, ecc.

In Francia, l'uso o la comunicazione di informazioni finanziarie sensibili è punibile fino a due anni di detenzione e con un'ammenda fino a dieci volte l'importo del profitto illegalmente realizzato. Nella maggior parte degli altri paesi, è soggetta anche a una condanna in virtù delle regolamentazioni locali.

La divulgazione di simili informazioni deve avvenire esclusivamente attraverso il Consiglio Direttivo di JCDecaux SA o sotto suo diretto controllo.

Se avete il minimo dubbio su un comportamento, contattate rapidamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, che vi consiglierà e studierà insieme a voi i limiti legali della vostra azione.



## i Principi di Comportamento Etico

I Principi di Comportamento Etico del Gruppo JCDecaux devono essere attuati dal management locale all'interno di ogni filiale e società controllata del Gruppo, in virtù della regolamentazione nazionale vigente. Tuttavia, le violazioni di questi principi non sono trattate dal Comitato Etico del Gruppo, ma dal management locale.

### 1. RELAZIONI D'AFFARI CON LE AMMINISTRAZIONI

#### 1.1 Rispetto delle regolamentazioni

Informatevi su tutte le leggi, le regolamentazioni e gli usi applicabili nel paese, nello stato e/o nei territori considerati all'operazione che tratterete con l'Amministrazione. Il rispetto di tali leggi, regolamentazioni e usi è tassativo.

In generale, le relazioni con le Amministrazioni sono rigorosamente regolamentate, indipendentemente che si sia allo stadio della gara d'appalto, della trattativa contrattuale, dell'esecuzione del contratto o della fatturazione della prestazione fornita.

#### 1.2 Rispetto del principio di lealtà

L'ottenimento di nuovi contratti con le Amministrazioni locali è un obiettivo essenziale per lo sviluppo del Gruppo JCDecaux. Tuttavia, questo obiettivo non deve essere perseguito usando mezzi considerati sleali nel paese, nello stato e/o nei territori in cui operate. In particolare, è formalmente vietato qualsiasi conflitto di interesse tra la società, i suoi collaboratori, i suoi fornitori su un mercato specifico e l'Amministrazione locale.

Una concorrenza legale è un elemento fondamentale per il buon funzionamento di tutti i contratti, compresi quelli pubblici.

Di conseguenza, nel paese, nello stato e/o nei territori in cui operate, vietate qualsiasi comportamento che possa infrangere le regole proprie dei contratti pubblici.

[Consultate la Guida pratica sottostante](#)



# Guida pratica:

Situazioni a rischio / comportamenti da adottare

## RELAZIONI D'AFFARI CON LE AMMINISTRAZIONI

I collaboratori del Gruppo JCDecaux sono portati a stabilire delle relazioni d'affari con le Amministrazioni locali in tutti i settori di attività del Gruppo, nel settore privato e pubblico delle collettività.

Le norme giuridiche applicabili nelle relazioni con tali Amministrazioni sono spesso molto complesse ed esigono da parte di ognuno un'attenzione e una professionalità particolari in ogni istante.

### 1. Rispetto delle regolamentazioni nei contratti con le Amministrazioni

Chiedete che vi venga comunicata e leggete attentamente la documentazione fornita dall'Amministrazione sulle procedure da rispettare (regolamento di consultazione, capitolato d'onori, ecc.) nell'ambito dell'operazione progettata.

Se incontrare difficoltà a ottenere questa documentazione, contattate l'ufficio legale competente della vostra società, della vostra Direzione legale regionale o della Direzione legale del Gruppo.

Ricordatevi che, nelle relazioni del Gruppo con le Amministrazioni locali, i contratti patrimoniali e di acquisto di spazi per queste Amministrazioni sono soggetti a regolamentazioni specifiche.

In caso di bisogno, contattate l'ufficio legale competente per farvi spiegare i punti che possono restare oscuri in questa documentazione. Inoltre, nelle vostre relazioni con le Amministrazioni applicate scrupolosamente le seguenti regole:

- > assicuratevi che le informazioni orali o scritte trasmesse alle Amministrazioni siano complete, esatte e sincere;
- > salvo autorizzazione scritta dell'Amministrazione interessata, non accettate deroghe sostanziali rispetto alle condizioni del contratto.

### 2. Rispetto del principio di lealtà - Conflitti di interesse

La politica del Gruppo JCDecaux è di aggiudicarsi le gare d'appalto e i contratti a cui il Gruppo partecipa grazie alla qualità della sua offerta e dei suoi prodotti e prestazioni, che da sola deve fare la differenza.

Nell'ambito di una relazione contrattuale con un'Amministrazione, fate il possibile per accertare la presenza di eventuali interessi che un pubblico ufficiale di questa Amministrazione potrebbe avere con un partner, fornitore, agente, distributore, consulente del Gruppo JCDecaux, affinché tale conflitto di interesse reale o potenziale venga gestito con cognizione di causa e nel rispetto delle leggi applicabili.

Analogamente, rifiutate di creare qualsiasi situazione conflittuale in cui il Gruppo potrebbe perdere la sua libertà di agire al meglio dei suoi interessi economici.

L'assunzione di persone che sono parenti di un pubblico ufficiale avente un potere sui nostri contratti può avvenire esclusivamente in presenza di alcune condizioni:

- › il posto deve corrispondere ad un bisogno reale giustificato ed identificato della Società;
- › la persona assunta deve possedere qualifiche/esperienza che la rendano adatta al posto;
- › la remunerazione deve corrispondere a quella di persone aventi la stessa qualifica nell'Azienda.

Per prudenza, sapendo che la prova a posteriori è difficile da fornire, conservate nel fascicolo individuale della persona interessata gli elementi che permettono di giustificare che questi criteri sono soddisfatti al momento dell'assunzione.

Informate il vostro responsabile gerarchico di qualsiasi questione sensibile che vi ponete relativamente ai contratti pubblici e/o alle vostre relazioni con le Amministrazioni.

Se avete il minimo dubbio su un comportamento, contattate rapidamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, che vi consiglierà e studierà insieme a voi i limiti legali della vostra azione.



## 2. RELAZIONI D’AFFARI CON I CLIENTI

Il Gruppo JCDecaux ha come principali clienti gli inserzionisti, le agenzie pubblicitarie, i media-specialist e le centrali di acquisto di spazi presso i quali sono commercializzati i nostri spazi pubblicitari.

Indipendentemente dall’importanza delle poste in gioco economiche e dall’intensità della concorrenza, i collaboratori devono usare esclusivamente mezzi legali e conformi alle nostre regole di etica commerciale nelle loro relazioni con i clienti. Questa regola è volta a preservare la perennità delle relazioni con i nostri clienti esistenti, a rassicurare i nostri nuovi clienti e a preservare la reputazione di eccellenza e di integrità del Gruppo sul mercato.

### 2.1 Rispetto delle regolamentazioni

Che l’operazione commerciale che trattate con un cliente sia nazionale o internazionale, dovete informarvi di tutte le leggi e i regolamenti che vi sono applicabili e rispettarli scrupolosamente.

In particolare e dopo la legge del 9 dicembre 2016 (legge “Sapin II”), l’ambito legale che previene e reprime i fatti di corruzione e di traffico di influenze si applica alle relazioni con i clienti.

### 2.2 Rispetto dei principi di integrità

Qualsiasi comportamento possa compromettere la reputazione del Gruppo nei confronti dei suoi clienti deve essere vietato. In particolare, i collaboratori del Gruppo non devono proporre, direttamente o indirettamente, ad alcun rappresentante di uno dei propri clienti, un beneficio che possa modificare, creando un legame di obbligo, la decisione di detto rappresentante nei confronti del Gruppo JCDecaux.

### 2.3 Procedure di controllo delle campagne pubblicitarie

Per quanto riguarda le campagne visualizzate o diffuse sulle nostre reti, il Gruppo JCDecaux deve prestare attenzione a rispettare le leggi e le regolamentazioni applicabili nonché i principi del presente Codice, e a non ledere la moralità e i buoni costumi secondo gli standard vigenti nel paese interessato. In tale contesto, le creazioni e le immagini che affrontano temi specifici (in particolare: alcool/fumo, nudità/biancheria intima, violenza, pornografia indiretta, virtù ecologiche di prodotti, cinema/televisione, videogiochi, prodotti che possono urtare la sensibilità del giovane pubblico...) devono essere esaminate con particolare attenzione.

In questo contesto, è necessaria una procedura che controlli la conformità del contenuto delle immagini e, per prime, di quelle relative ai temi di cui al paragrafo precedente. Per questo motivo, in ogni paese in cui il Gruppo è presente, occorre realizzare un controllo da parte di un organo specifico interno, o con qualsiasi altro mezzo, che garantisca un giudizio indipendente sul rispetto dei principi del presente Codice e dei criteri citati sopra. Tale organo di controllo deve essere dotato del potere di arbitrare in modo definitivo e indipendente sulla visualizzazione o la diffusione della campagna interessata.

### 2.4 Uso di scambi di merci (“barter”)

La pratica della vendita di spazi pubblicitari in cambio di prestazioni (ad esempio viaggi) o di forniture (come attrezzature informatiche) deve essere eccezionale e avvenire in condizioni di altissima trasparenza (giustificazione della pratica e dei prezzi, rispetto delle regole contabili e fiscali di fatturazione, registrazione contabile dell’onere e del prodotto corrispondente).

### 2.5 Origine dei fondi

Il riciclaggio di denaro, che consiste nel dissimulare o riconvertire sotto un’apparenza legale dei fondi provenienti da attività illecite, è una violazione soggetta a sanzioni penali.

Contro tale rischio, il Gruppo sceglie partner commerciali dalla reputazione comprovata. Se il Gruppo sceglie di collaborare con partner nuovi, dovranno essere adottate misure appropriate per verificare la reputazione di questi nuovi partner.

[Consultate la Guida pratica sottostante](#)



# Guida pratica:

Situazioni a rischio / comportamenti da adottare

## RELAZIONI D'AFFARI CON I CLIENTI

### 1. Rispetto delle regolamentazioni

Consultate la Direzione legale locale o la Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo per conoscere le leggi e i regolamenti applicabili all'operazione commerciale progettata (legislazione sulla pubblicità, la vendita, le regole di fatturazione, ecc.). Il dispositivo legale applicabile agli intermediari può variare notevolmente da un paese all'altro.

A titolo esemplificativo, in Francia, gli eventuali servizi forniti da un'agenzia pubblicitaria o da qualsiasi altro intermediario (ad esempio, centrale di acquisto) possono essere remunerati soltanto dall'inserzionista, e non dal mezzo pubblicitario, pena un'ammenda che può arrivare fino a 1.500.000 € e il divieto di partecipare ai contratti pubblici (legge del 29 gennaio 1993 - legge "Sapin"). L'obiettivo di questa regolamentazione è quello di evitare la pratica delle remunerazioni occulte delle agenzie pubblicitarie da parte dei media.

Fate in modo che le persone che ci rappresentano nelle nostre relazioni con i clienti (agenti commerciali, fornitori commerciali, subappaltatori, intermediari...) siano esse stesse attente alle leggi e ai regolamenti applicabili alle operazioni che trattano per nostro conto.

Fate in modo di impegnare soltanto la vostra società, ad esclusione di tutte o parte delle altre società del Gruppo e, in questo contesto, fate in modo di avere i poteri necessari a tal fine (delega di potere, mandato).

Conservate una copia originale del contratto e di qualsiasi documento successivo.

### 2. Rispetto dei principi di integrità

Nelle nostre relazioni con terzi che rappresentano il Gruppo o che agiscono a suo nome, assicuratevi di applicare le nostre procedure interne relative a questo tipo di relazione, in particolare quelle relative alle relazioni con gli agenti e gli intermediari.

Fate in modo che il Gruppo rispetti i suoi impegni.

Non offrite remunerazioni occulte al rappresentante di un cliente allo scopo di influenzarne il comportamento. Anche la corruzione privata va sanzionata penalmente.

E' altresì tassativo che i regali e i gli intrattenimenti non siano mai offerti a un cliente allo scopo di spingerlo a prendere una decisione che non avrebbe preso senza questo regalo o intrattenimento. Se ciò dovesse avvenire, questa pratica è chiaramente proibita. I collaboratori devono parlare con il loro responsabile di qualsiasi questione o preoccupazione relativa all'appropriatezza di un regalo.

I regali diversi da quelli di scarso valore e gli intrattenimenti devono essere registrati in modo preciso ed esatto nei registri contabili della vostra società. I giustificativi devono essere indirizzati all'ufficio finanziario competente per essere conservati/archiviati; qualsiasi elemento che vada a supporto dell'autorizzazione fornita deve essere conservato dall'autorità gerarchica che ha autorizzato il collaboratore ad offrire un simile regalo o intrattenimento.

## Regali

Il valore dei regali fatti ai clienti deve essere minimo (non deve superare 130€ IVA esclusa, o altro importo inferiore definito a livello locale). I regali di un valore superiore devono essere autorizzati dal vostro responsabile gerarchico e devono essere spediti sul luogo di lavoro del beneficiario, non al suo domicilio.

## Intrattenimenti

Nell'ambito delle relazioni pubbliche commerciali del Gruppo, è possibile sostenere spese per intrattenimenti, come viaggi e spettacoli, solo per incontri il cui obiettivo sia:

- › essenzialmente di natura professionale (presentazione di un prodotto, di un contratto, ecc.), o
- › accessoriamente di natura professionale, come un viaggio promozionale ma unicamente se l'invito è collettivo e non puramente individuale (ossia un invito rivolto a una categoria o a un Gruppo di clienti che potrebbero trarre vantaggio dall'invito per creare legami professionali, contrariamente ad un invito destinato ad un singolo individuo o a un numero ridotto di individui che non permetterebbe di creare dei legami professionali).

Gli inviti a simili attività di intrattenimento devono essere recapitati sul posto di lavoro del cliente e non al suo domicilio.

In alcuni paesi, i regali e gli intrattenimenti professionali costituiscono una pratica accettabile. In altri paesi, non sono una pratica accettabile. Assicuratevi che i regali e gli intrattenimenti professionali siano autorizzati dagli usi e dalla regolamentazione locale.

Se avete il minimo dubbio su un comportamento, contattate rapidamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, che vi consiglierà e studierà insieme a voi i limiti legali della vostra azione.

## 3. Origine dei fondi

Rispettate le legislazioni applicabili che vietano il riciclaggio di denaro nonché quelle che impongono di dichiarare le operazioni in contanti o altre operazioni sospette. Prestate attenzione a come vengono eseguiti i pagamenti per rilevare eventuali irregolarità, in particolare con partner la cui pratica commerciale può destare sospetti.

Prestate attenzione ai segnali che possono rivelare l'esistenza di un'attività di riciclaggio di denaro (versamenti di fondi insoliti da un paese straniero, transazioni che comportano luoghi noti come paradisi fiscali, circuiti o mezzi di pagamento insoliti...).

**Se avete il minimo dubbio su un comportamento, la provenienza di fondi o l'accettabilità di una forma di pagamento, contattate immediatamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, e fate in modo che il problema venga risolto prima di proseguire l'operazione in questione.**

### 3. RELAZIONI D’AFFARI CON I FORNITORI

Il rispetto dei Principi di Comportamento etici del Gruppo è indispensabile per stabilire con i nostri fornitori relazioni efficaci e durature, necessarie per garantire la qualità e le migliori condizioni economiche dei prodotti e delle prestazioni del Gruppo.

Il rispetto di questi Principi si applica altresì alle relazioni con i proprietari di terreni o di immobili su cui sono presenti i dispositivi pubblicitari del Gruppo.

#### **3.1 Rispetto delle regolamentazioni**

Rispettate le leggi e i regolamenti del paese in cui operate e che sono applicabili alle relazioni con i fornitori, come la legge del 9 dicembre 2016 (legge “Sapin II”) in Francia. Analogamente, rispettate le condizioni dei contratti conclusi con i fornitori.

Per quanto riguarda le relazioni con i locatori o i proprietari di immobili o di terreni, nella maggior parte dei paesi a livello nazionale e/o locale, esistono norme applicabili ai dispositivi pubblicitari situati su terreni privati. Di conseguenza, i collaboratori devono informarsi presso ogni collettività interessata su tutti gli usi, i regolamenti e le procedure che disciplinano l’affissione o la diffusione pubblicitarie a livello locale.

#### **3.2 Rispetto dei principi di integrità**

Non adottate nessun comportamento nei confronti dei fornitori che possa nuocere alla reputazione del Gruppo, in particolare accettando o chiedendo una proposta di remunerazione occulta, di regalo, invito o altro, che possa influenzare la vostra valutazione o il vostro giudizio, sia direttamente che per interposta persona o entità.

Ricordiamo che la corruzione privata, sia essa passiva o attiva, è sanzionata penalmente.

#### **3.3 Procedure di controllo dei contratti pubblicitari**

I fornitori e i prestatori di servizi esterni del Gruppo devono impegnarsi a rispettare i principi di integrità. A tal fine, i contratti che ci legano con i principali fornitori e prestatori di servizi devono contenere clausole contrattuali secondo le quali:

- I. essi rispettano le regole etiche del Gruppo,
- II. qualsiasi violazione di dette regole comporterà la risoluzione del contratto con questo fornitore.

[Consultate la Guida pratica sottostante](#)



# Guida pratica:

Situazioni a rischio / comportamenti da adottare

## RELAZIONI D'AFFARI CON I FORNITORI

### 1. Rispetto delle regolamentazioni

Leggete attentamente le condizioni generali di vendita riportate nei contratti con i fornitori e studiate insieme alla Direzione legale locale, alla Direzione legale regionale o ai vostri avvocati locali, in che misura alcuni punti devono essere modificati. Al termine di questa negoziazione contrattuale, rispettate il contratto ottenuto e fate in modo che il fornitore lo rispetti.

Impegnate esclusivamente la vostra stessa società e non altre società del Gruppo. Assicuratevi di possedere i poteri necessari per impegnare la vostra società (procura, mandato).

Conservate una copia del contratto e di qualsiasi documento successivo.

Per quanto riguarda le relazioni con i locatori di spazi pubblicitari, persone fisiche, persone giuridiche e Amministrazioni, e per assicurare la perennità dei nostri spazi:

- › informatevi, in ogni Comune in cui il Gruppo desidera installare arredi pubblicitari, di tutti i regolamenti e le procedure applicabili in materia di affissione;
- › assicuratevi che il locatore sia giuridicamente titolare dei diritti che concede;
- › informatevi dell'esistenza e del contenuto di una regolamentazione applicabile ai contratti di locazione di spazi pubblicitari;
- › fate in modo di chiedere tutte le autorizzazioni necessarie presso le varie autorità competenti.

### 2. Rispetto del principio di integrità

Non accettate o non chiedete mai a un fornitore una remunerazione occulta o qualsiasi altra forma di retribuzione diretta o indiretta. La questione dei regali e degli inviti è trattata di seguito.

Fatte sempre in modo che il Gruppo rispetti i propri impegni e, in particolare, le sue scadenze contrattuali.

### 3. Rispetto delle regole di etica del Gruppo da parte dei fornitori

#### Regali e inviti

Il valore dei regali e degli inviti che potete accettare non può superare 70€ IVA esclusa, o altro importo inferiore definito a livello locale. I regali o gli inviti di un valore superiore devono essere rifiutati e restituiti al fornitore. Se questo rifiuto rischia di causare una situazione commerciale delicata, informatene il vostro responsabile gerarchico, che deciderà se rifiutare il regalo/invito, condividerlo all'interno del vostro ufficio o versarne il valore in contanti ad un'associazione sostenuta dal Gruppo JCDecaux. Qualsiasi regalo deve essere ricevuto sul luogo di lavoro e non al vostro domicilio.

Nessun regalo in contanti o equivalente può essere accettato.

### Misure da adottare

Informarsi preliminarmente circa la reputazione e/o i precedenti del fornitore, soprattutto nei paesi in cui si osservano pratiche frequenti non conformi alle regole etiche del Gruppo (in particolare corruzione, sfruttamento dei minori...).

Allegate ai contratti conclusi con i fornitori chiave del Gruppo e con qualsiasi nuovo fornitore il Codice di condotta Fornitore del Gruppo JCDecaux, disponibile sull'intranet del Gruppo.

Informate la vostra gerarchia di qualsiasi rischio di conflitto di interessi che potrebbe esistere con un fornitore.

Se avete il minimo dubbio su un comportamento, contattate rapidamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, che vi consiglierà e studierà insieme a voi i limiti legali della vostra azione.

## 4. DIRITTI E RESPONSABILITÀ DEI COLLABORATORI DEL GRUPPO JCDECAUX

### 4.1 I diritti dei collaboratori

Il Gruppo JCDecaux si sforza di assicurare ai suoi collaboratori un ambiente di lavoro sicuro, sano, performante ed esente da discriminazioni e ha definito i propri impegni in materia in un Codice Internazionale dei valori sociali fondamentali, consultabile sull'intranet del Gruppo o disponibile presso la Direzione delle Risorse umane della vostra società o della Direzione dello sviluppo sostenibile e della qualità.

### 4.2 Le responsabilità dei collaboratori

#### 4.2.1 Integrità e lealtà

Ogni collaboratore, al proprio livello, contribuisce all'integrità e alla reputazione di JCDecaux e, per questo motivo, ha il dovere di rispettare tali valori nel suo comportamento professionale, in particolare nei confronti di terzi. In particolare, il Gruppo possiede beni di varia natura che sono essenziali alla sua competitività e al suo successo negli affari. Spetta ad ogni collaboratore proteggere i beni della società che gli vengono affidati.

#### 4.2.2 Riservatezza delle informazioni

Tutte le informazioni, come i dati finanziari o tecnici o le informazioni sui prodotti, sui contratti o sul know-how, appartengono al Gruppo. La maggior parte di queste informazioni sono riservate e non devono essere divulgate senza l'autorizzazione preliminare della gerarchia. I collaboratori del Gruppo JCDecaux sono responsabili della riservatezza delle informazioni a cui hanno accesso.

#### 4.2.3 Rispetto dei diritti di proprietà intellettuale di terzi

Nell'ambito delle vostre attività, fate attenzione a non ledere i diritti d'autore, i marchi, brevetti disegni e modelli appartenenti a terzi.

E' vietato usare o copiare software appartenenti a terzi senza una licenza appropriata.

#### 4.2.4 Uso dei sistemi informatici

Ogni utilizzatore ha il dovere di prendersi cura delle attrezzature messe a sua disposizione (computer, smartphone, tablet, stampanti). Egli adotta ogni misura necessaria a prevenirne il deterioramento, il furto o un uso non autorizzato da parte di terzi. In particolare deve proteggere le informazioni ricevute e salvate su queste attrezzature, non modificare la configurazione di questo dispositivi per bisogni diversi da quelli professionali e non installare software al di fuori dell'ambito previsto a tal fine.

Ognuno ha il dovere di assicurarsi che tali pratiche di utilizzo dei Sistemi informatici rispettino le disposizioni legali e regolamentari relative, in particolare, al diritto d'autore, alla proprietà intellettuale, alla protezione della vita privata, al trattamento dei dati personali, al crimine informatico o al commercio elettronico.

#### 4.2.5 Protezione del patrimonio di informazioni

Il patrimonio di informazioni è costituito da tutti i dati informatizzati e dai database strutturati o non strutturati necessari al funzionamento delle attività del Gruppo. A titolo esemplificativo, citiamo i database dei nostri spazi pubblicitari, i database dei clienti, dei fornitori, gli scambi di e-mail, ecc.

Ogni collaboratore deve, in ogni circostanza, preservare la riservatezza dei dati e dei database che gestisce o che usa nell'esercizio delle sue funzioni. In particolare deve preservare la riservatezza degli account utenti, dei codici, delle password o di qualsiasi altro dispositivo di controllo di accesso e ha il dovere di prestare attenzione alla natura dei dati scambiati per e-mail o sui social network.

Consultate la Guida pratica sottostante



# Guida pratica:

Situazioni a rischio / comportamenti da adottare

## DIRITTI E RESPONSABILITÀ DEI COLLABORATORI DEL GRUPPO JCDecaux

### 1. Salute e sicurezza

Occorre adottare le misure necessarie per garantire la sicurezza e la salute dei collaboratori, comprese quelle dei lavoratori interinali, che sono sotto la vostra responsabilità, come la prevenzione dei rischi professionali, l'informazione, la formazione e l'attuazione di un'organizzazione e di mezzi adatti.

### 2. Integrità e lealtà

Usate i beni appartenenti a JCDecaux, come gli impianti, i sistemi, l'attrezzatura, le carte di pagamento, il materiale informatico (Internet, sistema di messaggistica interna e altro) e altre forniture, rispettando le regole definite dal Gruppo.

Nell'ambito di azioni di sponsorizzazione o promozione di attività sociali, benefiche o associative e nei settori politici o religiosi, non impegnate il Gruppo con le vostre azioni individuali. Analogamente, non potrete utilizzare la vostra posizione all'interno del Gruppo per ottenere direttamente o indirettamente dei vantaggi o dei guadagni personali.

Nell'ambito di qualsiasi azione di sponsorizzazione o promozione intrapresa per il Gruppo, assicuratevi che le spese siano giustificate o davvero in relazione al vantaggio che ne trae il Gruppo.

### 3. Riservatezza delle informazioni inviate e ricevute

Nell'ambito delle vostre attività quotidiane, ricordate sempre di limitare al massimo le informazioni inviate a terzi relative al know-how, ai procedimenti di fabbricazione e ai diritti di proprietà intellettuale accumulati dal Gruppo JCDecaux in tutti gli ambiti di attività. In particolare, le informazioni sul Gruppo JCDecaux aventi carattere sensibile o riservato potranno essere divulgate nell'ambito di relazioni con terzi esclusivamente nell'ambito di un contratto di non divulgazione approvato dalla vostra Direzione legale e che definisca le condizioni di protezione di tali informazioni. Tutte le informazioni o i dati comunicati in tale ambito potranno esserlo solo se avrete elencato, identificato e contrassegnato tali informazioni come "riservate".

Le informazioni riservate ricevute da terzi possono essere divulgate internamente esclusivamente a persone che devono conoscerle, o ai consulenti che saranno scelti dalla Direzione, e assicurandosi che dette persone e terzi siano essi stessi informati degli obblighi di riservatezza applicano a voi stessi.

### 4. Lesione ai diritti di proprietà intellettuale di terzi

Nel paese in cui esercitate le vostre funzioni, informatevi sulla legislazione applicabile in materia di protezione di marchi, brevetti, disegni e modelli e diritti d'autore. Nella maggior parte dei paesi, la contraffazione di tali diritti di proprietà intellettuale di terzi comporta la responsabilità civile e penale di chi ne è autore.

Astenetevi da qualsiasi atto di pirateria informatica e digitale che comprenda in particolare, senza che ciò sia esaustivo, la riproduzione di design, loghi o qualsiasi altra proprietà visiva o audio appartenente a terzi senza previa autorizzazione espressa.

*Se avete il minimo dubbio su un comportamento, contattate rapidamente la vostra Direzione legale locale, la vostra Direzione legale regionale o la Direzione legale del Gruppo, che vi consiglierà e studierà insieme a voi i limiti legali della vostra azione.*





## IV | il Comitato Etico del Gruppo

Il Comitato Etico del Gruppo si occupa di trattare le violazioni sospette alle Regole Etiche Fondamentali, ossia:

- › divieto di corruzione e di traffico di influenze,
- › rispetto delle regole di libera concorrenza,
- › rispetto delle regole in materia di informazione finanziaria e contabile.

### 1. Ricorso al Comitato Etico

Qualsiasi collaboratore di un'entità del Gruppo può rivolgersi al Comitato Etico del Gruppo se sospetta una violazione delle Regole Etiche Fondamentali e se ha motivo di pensare che riferire questa informazione al suo Direttore, o al suo Direttore generale possa presentare difficoltà o possa non essere seguita da un'azione adatta.

Il ricorso al Comitato Etico del Gruppo:

- › consente al Gruppo di progredire nella sua politica sociale ed etica,
- › protegge, a termine, gli interessi del Gruppo.

Un apposito dispositivo di segnalazione etica, disponibile sull'intranet del Gruppo, consente a qualsiasi dipendente del Gruppo JCDecaux in tutto il mondo di segnalare una presunta violazione direttamente alla Segreteria del Comitato Etico del Gruppo.

Le informazioni comunicate nell'ambito di questo dispositivo di segnalazione etica devono essere formulate in modo obiettivo ed essere sufficientemente precise da poter procedere alla verifica dei fatti sostenuti.

Il Comitato Etico del Gruppo si riserva la possibilità di non procedere all'esame di accuse fatte in cattiva fede e/o di accuse contenenti soltanto dichiarazioni vaghe prive di informazioni sufficientemente precise.

Ogni collaboratore ha libero accesso riservato al dispositivo di segnalazione, che è composto da:

- › un modulo elettronico accessibile dalla homepage del sito intranet o extranet di ogni paese in cui il Gruppo è presente;
- › una linea telefonica etica (33 (0)1 30 79 79 11).

La segretaria del Comitato Etico del Gruppo è affidata al Direttore legale del Gruppo e può essere contattata per telefono al n. 33 (0)1 30 79 79 11 (Francia) o all'indirizzo e-mail [comite.ethique@jcdecaux.com](mailto:comite.ethique@jcdecaux.com).

Chi fa una segnalazione deve, per principio, identificarsi, tenendo conto che la sua identità sarà trattata in modo riservato. In via straordinaria, in funzione del contenuto della sua segnalazione, quest'ultima può essere anonima.

## 2. Protezione dei collaboratori

Il Gruppo JCDecaux ritiene che il trattamento rapido ed efficace delle anomalie sia un valore essenziale. Per questo motivo, il Gruppo non eserciterà né tollererà alcuna minaccia, sanzione o rappresaglia di alcun tipo contro i collaboratori per essersi espressi, in buona fede, nell'ambito di questa procedura, anche se i fatti non saranno confermati o non daranno luogo ad alcun seguito.

L'uso del dispositivo precedente è facoltativo: i collaboratori che venissero a conoscenza di fatti che possono rientrare nella competenza del Comitato Etico del Gruppo ma non ne informassero il Comitato, non saranno sanzionati per questo motivo.

Al contrario, un uso abusivo del dispositivo potrà esporre il suo autore a sanzioni disciplinari e ad azioni legali.

## 3. Protezione dei dati personali

Il dispositivo di segnalazione etica è implementato da JCDecaux SA nella sua qualità di responsabile del trattamento.

In conformità alla regolamentazione applicabile alla protezione dei dati nella maggior parte dei paesi in cui il Gruppo è presente, in particolare all'interno dell'Unione Europea, qualsiasi persona identificata nell'ambito di una procedura di segnalazione etica, che abbia presentato la segnalazione o che ne sia l'oggetto, può contattare la Segreteria del Comitato Etico del Gruppo per esercitare il suo diritto di accesso ai dati che lo riguardano inviando una richiesta accompagnata dalla copia di un documento di identità per posta elettronica all'indirizzo: [comite.ethique@jcdecaux.com](mailto:comite.ethique@jcdecaux.com).

Chiunque potrà altresì chiedere la rettifica o la cancellazione dei dati qualora essi si rivelassero inesatti, incompleti, equivoci o scaduti, seguendo le stesse modalità.

## 4. Ruolo del Comitato Etico

Il Comitato Etico del Gruppo:

- › si occupa di qualsiasi questione relativa alle Regole Etiche Fondamentali del Gruppo JCDecaux e formula al Consiglio Direttivo le raccomandazioni che riterrà necessarie;
- › esamina, rispettando la riservatezza più assoluta, qualsiasi situazione potenzialmente contraria alle Regole Etiche Fondamentali che potrebbe essere portata in buona fede alla sua attenzione da un collaboratore, formula le raccomandazioni che riterrà necessarie e preparerà le risposte;
- › propone le modifiche del Codice che riterrà necessarie.

## 5. Composizione del Comitato Etico e nomina dei membri

Il Comitato Etico del Gruppo è composto da tre membri: il Presidente del Comitato di audit del Consiglio di sorveglianza di JCDecaux SA, il Presidente del Comitato per le remunerazioni e le nomine di JCDecaux SA, il Direttore dell'Audit interno. Queste persone sono membri del Comitato Etico del Gruppo finché esercitano le loro funzioni in quanto tali all'interno della Società JCDecaux SA.

Il Comitato Etico del Gruppo è presieduto dal Presidente del Comitato di Audit.

## 6. Funzionamento del Comitato Etico

Il Comitato Etico del Gruppo si riunisce almeno una volta all'anno. Si riunisce anche, tempestivamente, quando riceve dal suo Presidente informazioni su una situazione contraria alle Regole Etiche Fondamentali e tutte le volte che lo riterrà necessario. In caso di necessità, le riunioni possono tenersi per telefono o tramite videoconferenza.

Il Comitato Etico del Gruppo possiede i più ampi poteri per svolgere indagini conoscitive relative a situazioni contrarie alle Regole Etiche Fondamentali; esso potrà, eventualmente, chiedere la realizzazione di un audit interno, viaggiare, sentire le persone che riterrà utili, comprese persone esterne all'azienda e raccomandare misure volte a porre rimedio a tali situazioni.

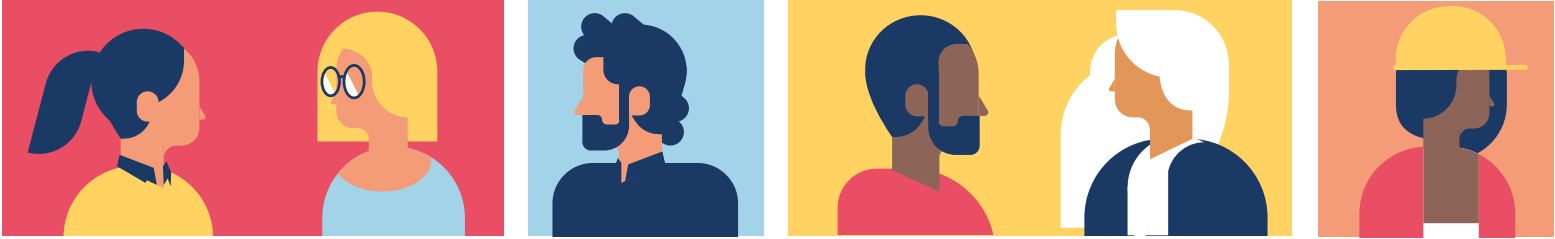
I membri del Comitato Etico del Gruppo non possono essere rappresentati da altre persone.

Il Comitato Etico del Gruppo prende le sue decisioni alla maggioranza dei membri presenti. Sono considerati presenti i membri che assistono alle riunioni per telefono o in videoconferenza. In caso di parità di voti, il voto del Presidente sarà decisivo.

## 7. Modalità di segnalazione al Consiglio Direttivo e al Consiglio di sorveglianza

Il Comitato Etico del Gruppo può, in qualsiasi momento e a sua discrezione, contattare il Consiglio Direttivo, in particolare per presentargli le proprie raccomandazioni per risolvere una situazione contraria alle Regole Etiche Fondamentali. In ogni caso, il Comitato Etico del Gruppo riferisce ogni anno dei suoi lavori al Consiglio Direttivo e al Consiglio di sorveglianza con una relazione scritta.





Codice Etico  
Edizione 2018

JCDecaux