

Sommaire du CODE DE CONDUITE

I. NOS ENGAGEMENTS.....	2
II. UTILISATION DE NOTRE CODE DE CONDUITE	2
III. NOS RÈGLES DE CONDUITE.....	4
L'ÉTHIQUE AU QUOTIDIEN	4
EN MATIÈRE DE RELATIONS AVEC LES CLIENTS ET FOURNISSEURS	6
1. RELATIONS AVEC LES CLIENTS	6
2. DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL.....	7
3. CHOIX ÉQUITABLE DU FOURNISSEUR.....	8
4. RELATIONS RESPONSABLES AVEC LES FOURNISSEURS	9
5. CONCURRENCE	11
Que ne faut-il pas faire ?	12
- Consulter et échanger des informations avec un concurrent sur les prix des services financiers internes ou les prix à la consommation.	12
- Conclure des accords de partage de clientèle, de territoire ou de marché avec des concurrents.	12
- Boycoter certains clients ou fournisseurs.....	12
- Négocier des clauses, telles que celles qui limitent la liberté des partenaires commerciaux de faire des affaires, sans demander l'avis du service juridique.....	12
EN MATIÈRE SOCIALE; ENVIRONNEMENTALE ET SOCIÉTALE	12
6. PROTECTION DES DONNÉES DES COLLABORATEURS.....	12
7. SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL.....	13
8. NON-DISCRIMINATION	14
9. DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES SEXES.....	16
10. LUTTE CONTRE LE MOBBING ET LE HARCÈLEMENT	16
11. ACTIVITÉS EXTRA PROFESSIONNELLES	17
12. DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE.....	18
13. CONTRIBUTION AUX TERRITOIRES	20
EN MATIÈRE D'ANTICORRUPTION.....	20
14. LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	21
15. LUTTE CONTRE L'INFLUENCE ABUSIVE ET INTERACTION AVEC DES AGENTS PUBLICS.....	22
16. LUTTE CONTRE LES PAIEMENTS DE FACILITATION	23
17. CONFLIT D'INTÉRÊTS.....	24
18. CADEAUX ET INVITATIONS	25
19. LOBBYING ET FINANCEMENT DE PARTIS POLITIQUES.....	26
20. MÉCÉNAT ET ACTIONS CARITATIVES.....	27
21. SPONSORING	28

EN MATIÈRE DE PROTECTION ET DE RÉPUTATION DU GROUPE.....	29
22. CONFIDENTIALITÉ	29
23. LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME.....	31
25. SANCTIONS INTERNATIONALES.....	33
26. PRÉVENTION DE LA FRAUDE.....	34
27. PRÉVENTION DES ABUS DE MARCHÉ	35
28. UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX	36

I. NOS ENGAGEMENTS

Le 11/12/2019, Eurofactor a publié la Charte éthique du Crédit Agricole (SO Analyse des risques, blanchiment et fraude, Annexe 5 Code de conduite), qui souligne les valeurs du groupe : orientation client, responsabilité et solidarité. Ce document de référence, qui engage Eurofactor ainsi que l'ensemble des sociétés du groupe Crédit Agricole, définit les principes d'action et de comportement à observer vis-à-vis de nos clients et de l'ensemble de nos parties prenantes : salariés, fournisseurs, prestataires de services, représentants de l'Etat, associations et organisations non gouvernementales, actionnaires et investisseurs.

Alors que la Charte éthique définit nos engagements, notre identité et nos valeurs, ainsi que les principes qui sous-tendent nos actions, notre Code de conduite met en pratique les engagements de la Charte éthique et constitue la base de la conduite éthique et professionnelle à observer par tous les employés du groupe. Le code de conduite a pour but de nous guider dans nos actions, décisions et comportements quotidiens. Il est le fruit d'une collaboration entre les différents métiers du groupe Crédit Agricole et d'un projet commun qui a mobilisé des experts de plusieurs directions (Ressources humaines, Communication, Conformité, Juridique).

Outre l'application de toutes les règles juridiques, réglementaires et professionnelles auxquelles sont soumises nos différentes activités, le code de conduite reflète notre détermination à faire encore plus pour servir au mieux nos clients et toutes nos parties prenantes.

II. UTILISATION DE NOTRE CODE DE CONDUITE

À QUI S'APPLIQUE LE CODE DE CONDUITE ?

Le code de conduite s'applique à tous, qu'ils soient directeurs, administrateurs, autres cadres ou employés, quels que soient leur position et leur fonction au sein d'Eurofactor.

OBJECTIFS ET INTERPRÉTATION DU CODE

Le code de conduite a été élaboré pour nous guider dans nos actions et nous aider à prendre des décisions dans le respect des règles et valeurs éthiques du groupe et de la loi. Il explique, thème par thème, la conduite à adopter et à encourager dans notre travail quotidien, dans l'exercice de nos fonctions et dans nos relations de travail. Les différents sujets sont divisés en quatre sections :

- Relations avec les clients et les fournisseurs,

- les affaires sociales, environnementales et communautaires,
- la lutte contre la corruption, et
- Protection et réputation du groupe.

Notez que le sujet transversal des conflits d'intérêts est abordé dans la section « Lutte contre la corruption ». Le code de conduite n'est pas exhaustif. Il ne pourra pas non plus répondre à toutes les questions ou traiter tous les cas possibles, notamment en ce qui concerne ce que vous devez et ne devez pas faire. C'est pourquoi chacun doit se poser les questions suivantes dans toutes les situations et lors de la prise de décision :

CINQ QUESTIONS POUR GARANTIR UN COMPORTEMENT ÉTHIQUE

1. Est-ce légal ?
2. Est-il conforme à la charte éthique et au code de conduite du groupe ?
3. Est-ce dans l'intérêt de nos clients et des parties prenantes ?
4. Ai-je pris en compte les risques encourus et les conséquences possibles de ma décision ?
5. Accepterais-je que ma décision soit divulguée en interne et en externe ?

Si la réponse à une seule de ces questions est "non" ou si vous avez un doute, vous devez en discuter avec quelqu'un avant d'agir. Vous pouvez consulter votre responsable, ou le service de la conformité, des ressources humaines, des affaires juridiques ou tout autre service qualifié pour traiter cette question et enregistrer les problèmes qui se sont posés.

QUI SUPERVISE LA MISE EN ŒUVRE DU CODE ? QUI LE MET À JOUR ?

Une équipe interdisciplinaire, soutenue par les responsables de la conformité et des ressources humaines, est chargée de la mise en œuvre, du suivi et de la mise à jour du code de conduite. Le contenu du code peut changer au fil du temps. Le code ne remplace pas les règles et procédures internes d'Eurofactor. Il est de votre devoir et de votre responsabilité de les consulter et de les appliquer.

Le code de conduite d'Eurofactor est un outil et un guide qui nous aide à mieux expliquer nos obligations professionnelles et à nous comporter conformément à l'éthique et aux valeurs du groupe Crédit Agricole et d'Eurofactor.

COMMENT LE CODE DE CONDUITE EST-IL MIS À DISPOSITION ? COMMENT EST-IL RENDU VISIBLE ?

Le code de conduite est publié et partagé avec les parties prenantes. Il est disponible sur le site web et l'intranet d'Eurofactor.

QUELS SONT LES DEVOIRS DES EMPLOYÉS ?

Chacun doit se familiariser avec les principes énoncés dans le code de conduite et les respecter dans l'exercice de ses fonctions. En outre, chacun doit transmettre et faire progresser les valeurs et les principes énoncés dans le code de conduite avec prudence et au mieux de ses capacités. En outre, chacun doit participer aux programmes de formation proposés sur les thèmes abordés dans le code de conduite.

UNE RÈGLE DE PRINCIPE

Chaque fois que vous avez connaissance ou que vous soupçonnez un acte ou un comportement contraire au présent code de conduite, ou si vous vous sentez contraint de le faire, vous devez en parler immédiatement à votre supérieur hiérarchique.

QU'EST-CE QUE LA DÉNONCIATION ?

L'objectif du système d'alerte est de renforcer la prévention des risques en permettant à tous les employés et partenaires commerciaux internes et externes de signaler les faits qui entrent dans le champ d'application de la procédure d'alerte. Une procédure interne de dénonciation destinée à capter les alertes a été mise en place.

LES ATTENTES VIS-À-VIS DES DIRIGEANTS ET LEUR RÔLE.

En tant que dirigeant, vous devez veiller à ce que vos équipes sachent que vous êtes toujours à l'écoute de leurs préoccupations. Vous devez créer un climat de confiance afin que les employés n'hésitent pas à vous demander conseil en cas de problème. Vous devez être en mesure d'expliquer les caractéristiques du code et la manière de les appliquer. Pour ce faire, vous devez vous référer au code de conduite ainsi qu'à la charte éthique et au règlement intérieur. Si vous avez des questions, n'hésitez pas à consulter le service le plus qualifié pour traiter le problème en question (Conformité, Ressources humaines, etc.). Vous devez être attentif, être vous-même transparent et donner le bon exemple à vos équipes. Montrer qu'il est tout à fait possible d'atteindre les objectifs fixés tout en respectant l'éthique et les valeurs du groupe Crédit Agricole.

III. NOS RÈGLES DE CONDUITE

L'ÉTHIQUE AU QUOTIDIEN

DEFINITION

L'éthique est une question de morale ; elle renvoie à des valeurs, notamment celles de l'entreprise. Ces valeurs doivent guider nos décisions et notre conduite professionnelle. Exprimées sous forme de règles de conduite professionnelles qui soulignent notre activité, elles définissent notre approche éthique.

DÉTAILS

Préoccupations éthiques :

- Des valeurs spécifiques à l'entreprise formulées comme concepts directeurs (par exemple, la satisfaction du client, la responsabilité, le respect) et développées en "principes d'action" de l'entreprise (par exemple, la lutte contre la discrimination).
- L'adhésion à ces valeurs et à leur cadre éthique, et leur mise en œuvre par le plus haut niveau de gouvernance d'entreprise.
- Un mandat général pour faire connaître et appliquer les valeurs, les principes et les codes de conduite de telle sorte que le cadre éthique crée un sentiment d'appartenance à l'entreprise et la confiance nécessaire à la vie professionnelle et aux relations avec les parties prenantes.

La conformité fait référence à un environnement réglementaire en termes de règles applicables aux institutions financières, ainsi qu'aux moyens de les faire respecter :

- La mise en œuvre de règles et de procédures internes qui sont traduites en règlement intérieur de l'entreprise.
- L'existence d'une fonction de régulation et de contrôle, exercée par un cadre supérieur, qui permet à l'entreprise d'éviter des risques élevés de non-conformité, en particulier dans les domaines d'activité réglementés.

Alors que l'éthique encourage le respect des valeurs et des règles de conduite, l'objectif de la conformité est d'éviter les violations du cadre éthique et de la loi afin de protéger l'entreprise des sanctions et des menaces à sa réputation ou à son image de marque.

AGIR DE MANIÈRE ÉTHIQUE SIGNIFIE :

ÊTRE RESPONSABLE DANS NOS RELATIONS AVEC LES CLIENTS ET LES FOURNISSEURS.

Toutes les relations doivent être établies selon les principes de loyauté et de solidarité et conformément aux engagements pris envers nos clients et fournisseurs. Les décisions doivent être prises en tenant compte en priorité des intérêts du client et dans le respect du principe du choix juste et équitable des fournisseurs et des règles de concurrence.

LE RESPECT DE CHAQUE INDIVIDU

En ce qui concerne les relations entre les employés de l'entreprise ou avec toutes ses parties prenantes, les droits de l'homme ainsi que les droits sociaux fondamentaux doivent être strictement respectés.

Éviter toute forme de discrimination ou de harcèlement, promouvoir la diversité et l'égalité des sexes, respecter les mesures de santé et de sécurité et assurer la protection des données des employés et des clients : En observant ces principes, nous créons un environnement de travail positif qui est source de performance et de satisfaction.

LE RESPECT DES ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX DE L'ENTREPRISE

Pour Eurofactor, il s'agit de mettre en œuvre une stratégie à long terme pour nos clients afin de partager la valeur ainsi créée. Tous les cadres, directeurs, autres dirigeants et employés agissent en

tant qu'ambassadeurs de notre approche de la responsabilité sociale des entreprises (RSE), qui est conçue pour viser l'excellence et gérer les risques dans les relations avec les clients et les employés.

LA PRÉVENTION ET LA DÉTECTION DE LA CORRUPTION ET DES ABUS D'INFLUENCE

La lutte contre la corruption est un objectif majeur pour le bien de la société. Pour éviter la corruption et les abus d'influence, Eurofactor doit notamment vivre ses valeurs : Honnêteté, Intégrité, Loyauté, Transparence, Impartialité.

Le volet anticorruption comprend les principes de mise en œuvre de mesures appropriées pour prévenir, détecter et dissuader les pratiques de corruption ou les abus d'influence par la "tolérance zéro". Les autres domaines comprennent les cadeaux et les divertissements, les pots-de-vin, les conflits d'intérêts, le mécénat, le parrainage et le lobbying.

ÊTRE VIGILANT CHAQUE JOUR

Pour maintenir la confiance, nous devons assumer la responsabilité de l'utilisation des ressources et des informations disponibles dans l'entreprise et nous prémunir contre tout risque de conflit d'intérêts. Nous devons également veiller à ne pas diffuser ou utiliser de manière inappropriée les informations confidentielles en notre possession en notre nom ou au nom d'un tiers.

La vigilance de chacun doit permettre de protéger les intérêts de nos clients, de lutter contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme, de respecter les lois de sanctions internationales, de lutter contre l'évasion fiscale, de prévenir la fraude et de protéger l'intégrité des marchés.

S'ABSTENIR DE TOUTE ACTION QUI POURRAIT NUIRE À LA RÉPUTATION D'EUROFACTOR

Nous sommes chargés de maintenir l'image d'Eurofactor et du Groupe, tant en interne qu'en externe. Le risque d'une publicité négative, notamment sur les réseaux sociaux, pourrait nuire à l'image d'Eurofactor et du groupe Crédit Agricole et affaiblir la confiance de nos clients dans notre groupe.

Pour éviter cela, nous devons veiller à préserver notre réputation en respectant tous les principes énoncés dans ce Code, en nous assurant que nous ne faisons pas de commentaires qui pourraient engager Eurofactor et le groupe Crédit Agricole, que nous ne révélons pas d'informations confidentielles sur leur environnement professionnel et que nous ne participons pas à la propagation de rumeurs.

EN MATIÈRE DE RELATIONS AVEC LES CLIENTS ET FOURNISSEURS

1. RELATIONS AVEC LES CLIENTS

DEFINITION

Eurofactor place la confiance et la satisfaction de ses clients au cœur de ses actions. Eurofactor souhaite que tous ses employés soient impliqués dans cette relation, afin que l'intérêt du client soit

au premier plan de toutes les actions menées par ses employés, y compris ceux qui exercent une fonction de support.

DÉTAILS

Des enquêtes de satisfaction sont menées pour s'assurer que les attentes des clients sont satisfaites. Les plaintes des clients sont traitées avec la plus grande attention en interne, en mettant l'accent sur l'amélioration continue de nos services et en recherchant l'excellence dans nos relations avec les clients. Des formations sont régulièrement proposées aux employés, qu'ils aient ou non une relation directe avec les clients.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor s'appuie sur la création de relations globales et durables avec ses clients. Conçue dans l'esprit d'un véritable partenariat, notre société s'engage à soutenir ses clients à tout moment, à les aider à atteindre leurs objectifs et à les conseiller dans leurs prises de décision en leur proposant des solutions adaptées à leurs besoins spécifiques.

Eurofactor s'engage également à fournir un soutien et des services à tous ses clients, notamment en les alertant sur les situations à risque et en leur apportant une assistance dans les moments difficiles. En outre, Eurofactor investit et innove constamment pour développer et renforcer ses relations avec ses clients. Nous choisissons une approche qui combine systématiquement l'efficacité et l'orientation client. Cette approche rend justice à la protection des données personnelles sans compromis.

Que dois-je faire ?

- Écoutez vos clients et tenez compte de leurs intérêts dans chaque action que vous recommandez.
- Apprenez à mieux connaître vos clients, en respectant leur droit à la vie privée, afin de pouvoir les conseiller et les aider de manière appropriée.
- Fournissez toujours aux clients des informations claires et précises qui ne sont pas trompeuses.
- Soyez vigilants pour prévenir la fraude sous toutes ses formes, protéger les clients et lutter contre le blanchiment d'argent, le financement du terrorisme, la corruption, etc.
- Signalez à votre responsable toute défaillance des mécanismes de protection et toute situation pouvant entraîner un conflit d'intérêts.

Que ne faut-il pas faire ?

- Faites passer vos intérêts personnels ou ceux d'Eurofactor avant les intérêts de vos clients.
- Assister les clients dans les actions visant à enfreindre les lois et règlements.
- Recommander un produit ou un processus qui n'a pas encore été approuvé en interne.

2. DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL

DEFINITION

Un code sur l'utilisation des données personnelles de nos clients a été élaboré à l'échelle du groupe. Ce code fournit un cadre de référence pour les employés qui traitent ce type de données. Elle rappelle l'engagement d'Eurofactor envers ses clients et les meilleures pratiques à suivre.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor a pris position sur la question sensible des données personnelles en s'engageant à agir de manière éthique et responsable et en optant pour une approche transparente et instructive dans ses relations avec ses clients.

Que dois-je faire ?

- Impliquez le délégué à la protection des données dans les projets dès le début pour garantir le respect de toutes les réglementations relatives à la protection des données personnelles.
- De la même manière, impliquez le responsable des risques informatiques dans les projets.
- Veiller à ce que le projet respecte les principes du code : Sécurité, intégrité et fiabilité, éthique, transparence et information, etc.
- En cas de doute, contactez toujours votre délégué à la protection des données.

Que ne faut-il pas faire ?

- Proposer un projet qui implique le traitement de données personnelles sans avoir vérifié la conformité de votre projet auprès du délégué à la protection des données.
- Utiliser les données personnelles d'une manière qui viole les principes énoncés dans le Code ou les valeurs énoncées dans le projet client du groupe.
- traiter les données à caractère personnel à des fins autres que celles auxquelles elles sont destinées ou sans que le client n'en ait eu connaissance au préalable.
- Violier les règles et recommandations établies au sein du Groupe pour assurer la sécurité et la confidentialité des données à caractère personnel, notamment en donnant accès à ces données à des personnes non autorisées.

3. CHOIX ÉQUITABLE DU FOURNISSEUR

DEFINITION

Un choix juste et équitable du fournisseur doit garantir que tous les prestataires de services sont traités sur un pied d'égalité.

DÉTAILS

Le choix équitable du fournisseur doit être le résultat d'une concurrence loyale entre les entreprises soumissionnaires par le biais d'une procédure d'appel d'offres. Le choix doit être fondé sur des éléments objectifs, dont notamment le respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Pour que ce choix soit équitable, toutes les entreprises doivent être traitées sur un pied d'égalité par les acheteurs, les décideurs et les autres employés d'Eurofactor concernés, et le choix doit être fondé sur des éléments objectifs. Cela implique que les acheteurs, les décideurs et les autres employés d'Eurofactor adoptent une attitude responsable et équitable envers les entreprises soumissionnaires pendant la procédure d'appel d'offres. Par conséquent, il faut éviter la prise en compte exclusive des intérêts individuels dans la sélection de l'entreprise.

Que dois-je faire ?

- Signalez les risques de conflits d'intérêts potentiels (par exemple, un membre de la famille travaillant dans l'une des sociétés soumissionnaires participant à la procédure d'appel d'offres, etc.)
- Veiller à ce que toutes les entreprises soumissionnaires reçoivent une réponse dans un délai suffisant et identique. Pour ce faire, les documents d'appel d'offres doivent être distribués après que toutes les entreprises soumissionnaires ont été identifiées et aucune entreprise supplémentaire ne peut être ajoutée à la liste une fois que le processus d'appel d'offres a commencé.
- Veiller à ce que toutes les entreprises soumissionnaires interrogées reçoivent les mêmes informations, données et documents initiaux et modifiés (dossiers d'appel d'offres, spécifications, documents techniques, documents fonctionnels, etc.)
- Dans le cas d'entretiens oraux, veillez à ce que toutes les sociétés soumissionnaires soient invitées à une ou plusieurs de ces réunions, dont la durée doit être la même pour chaque société interrogée.

Que ne faut-il pas faire ?

- Lors des procédures d'appel d'offres, ne fournir des informations qu'à certaines des entreprises invitées à participer.
- Fournir des indications aux entreprises soumissionnaires sur le contenu des offres ou le taux de réponse des autres entreprises participant à l'appel d'offres.
- Accepter des invitations, des cadeaux ou des avantages en nature d'une ou de plusieurs des sociétés soumissionnaires pendant la phase d'appel d'offres ou de négociation du contrat. Une fois la phase de négociation du contrat terminée, les règles relatives aux cadeaux et aux invitations entreront en vigueur (voir SO Conformité, tel que modifié de temps à autre).
- Modifier les critères de sélection et/ou la pondération du classement en fonction de la date de réception des réponses à l'appel d'offres.

4. RELATIONS RESPONSABLES AVEC LES FOURNISSEURS

DEFINITION

Il est nécessaire d'appliquer une diligence raisonnable appropriée pour garantir que tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement agissent conformément à un certain nombre d'obligations et de principes, notamment en ce qui concerne le respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, les politiques sur le lieu de travail, la lutte contre toutes les formes de discrimination, la promotion de la diversité et de la protection de l'environnement et l'éthique commerciale. Si un acteur de la chaîne d'approvisionnement ne respecte pas ces engagements et ces principes, les performances, la réputation et l'image du groupe pourraient être sérieusement affectées.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Les engagements et les principes comprennent :

- Égalité financière : compensation des fournisseurs conformément aux lois et règlements en vigueur.
- Égalité de traitement
- Transparence de nos processus
- Promotion de relations durables
- Prévenir la corruption en se conformant aux règles connues des fournisseurs
- Effectuer une analyse complète de tous les coûts encourus pendant la durée de vie utile des biens ou des services
- Intégrer la performance sociale et environnementale (RSE) dans les critères de sélection des fournisseurs
- Promouvoir les régions en sélectionnant des fournisseurs locaux lorsque cela est possible et approprié.

La diversité de ces engagements et principes englobe non seulement les acheteurs, mais aussi tous les employés impliqués dans une relation avec un fournisseur.

Que dois-je faire ?

- Soyez honnête lorsque vous traitez avec des fournisseurs afin de créer un lien de confiance, que la relation soit ponctuelle ou à long terme.
- Impliquer un acheteur qui soit apte à garantir l'ensemble du processus d'achat et à gérer les risques, notamment aux niveaux juridique, financier et opérationnel.
- Laissez à l'acheteur le soin d'informer les entreprises (soumissionnaires) qui n'ont pas été sélectionnées à l'issue de la procédure d'appel d'offres et de fournir des critères objectifs justifiant cette décision.
- Comparez les offres soumises par les fournisseurs interrogés avec tous les critères de l'appel d'offres et incluez le coût total.
- Maintenir un délai d'exécution suffisant en cas de changement de fournisseur afin d'accorder à ce dernier un délai de rétractation réaliste et acceptable.

Que ne faut-il pas faire ?

- Lors d'un échange informel ou formel avec un fournisseur, divulguer des informations sur la stratégie du groupe Crédit Agricole et d'autres données sensibles qui ne seraient pas accessibles au public.
- Vérifier la réception des services sans se préoccuper du traitement et du paiement des factures des fournisseurs et, en particulier, respecter les délais de paiement imposés par les lois et règlements.
- Ne pas analyser ou prendre en compte tous les critères qui peuvent conduire à la dépendance économique du fournisseur après son choix et pendant la relation de l'entreprise avec lui.
- Résilier un contrat sans donner au fournisseur un préavis suffisant pour lui permettre de réorganiser ses activités.

5. CONCURRENCE

DEFINITION

Le droit de la concurrence consiste en un ensemble de règles qui s'appliquent aux entreprises privées et publiques opérant sur des marchés différents. Son but est de faire respecter le principe de la concurrence libre et loyale et d'assurer la protection des consommateurs.

DÉTAILS

De nombreux types de comportements, tels que les ententes et l'abus de position dominante, peuvent menacer la libre concurrence. Une entente est un accord, une pratique concertée ou une coopération planifiée et prévue entre des entreprises dont l'objet ou l'effet, lui-même potentiellement, est de coordonner leur comportement de manière à restreindre la concurrence. La collusion avec une entreprise, qu'elle soit ou non concurrente, peut prendre la forme d'un accord oral, écrit, formel ou informel (lors d'un déjeuner d'affaires, ou d'une manifestation d'une association professionnelle, etc.) Outre les formes les plus graves d'ententes (telles que la fixation commune des prix de vente ou des conditions commerciales), la répartition des clients ou des marchés, la coordination des offres ou la décision de boycotter un client ou un fournisseur particulier constituent également une entente. L'abus de position dominante concerne les entreprises en mesure d'agir unilatéralement sur un marché donné : politiques de prix visant à éliminer les concurrents ou stratégies d'éviction économique et pratiques discriminatoires, etc.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Toutes les activités d'Eurofactor doivent être menées dans le respect du droit de la concurrence, le principe étant que les entreprises opérant sur un marché doivent déterminer leur stratégie de manière autonome. Les accords entre entreprises indépendantes et les abus de position dominante sont donc strictement interdits. Les informations sensibles sont des données non publiques ayant une valeur stratégique (informations sur les prix et les tendances, listes de clients, capacité du marché et méthodes de distribution, stratégie et coûts, etc.) Toutefois, il est possible d'échanger certaines informations avec les concurrents d'Eurofactor une fois qu'elles ont été rendues publiques et à condition qu'elles portent sur un sujet d'intérêt général pour l'industrie ou qu'elles entrent dans le champ d'activité des associations professionnelles. Ces informations doivent ensuite être agrégées et ne doivent pas être séparables (sur la base de statistiques).

Que dois-je faire ?

- Lorsque vous interagissez avec des tiers, évitez d'aborder des sujets sensibles, quel que soit le contexte.
- Si ces sujets sont abordés, mettez fin à la conversation et informez immédiatement votre supérieur hiérarchique et le service de conformité.
- En cas de doute sur le niveau de sensibilité des informations, consultez le chef du département de conformité avant d'engager des discussions avec un concurrent ou une association professionnelle.
- Dans le cadre des relations formelles et nécessaires avec les concurrents, préciser l'objet de l'échange, limiter strictement la discussion à son objet et conserver une trace écrite.
- Contactez le département de conformité avant de conclure des contrats susceptibles d'avoir un effet concurrentiel important sur le marché concerné.

Que ne faut-il pas faire ?

- Consulter et échanger des informations avec un concurrent sur les prix des services financiers internes ou les prix à la consommation.
- Conclure des accords de partage de clientèle, de territoire ou de marché avec des concurrents.
- Boycoter certains clients ou fournisseurs.
- Négocier des clauses, telles que celles qui limitent la liberté des partenaires commerciaux de faire des affaires, sans demander l'avis du service juridique.

EN MATIÈRE SOCIALE; ENVIRONNEMENTALE ET SOCIÉTALE

6. PROTECTION DES DONNÉES DES COLLABORATEURS

DEFINITION

Toute personne a droit au respect de sa vie privée. Les données personnelles ne peuvent être collectées, traitées et stockées qu'à des fins spécifiques et légitimes. Tous les employés doivent être informés de ces informations.

DÉTAILS

L'utilisation des données est strictement réglementée :

- Seules les données qui sont pertinentes et nécessaires pour les objectifs clairement définis et prédéterminés peuvent être traitées.
- Les données personnelles ne peuvent être conservées pour une durée indéterminée.
- Les mesures nécessaires doivent être prises pour garantir la confidentialité des données et pour éviter leur divulgation à des tiers non autorisés.
- Toute personne doit être informée du traitement de ses données personnelles. Tous les employés ont également le droit d'accéder à leurs informations et de les modifier, et peuvent s'opposer à leur traitement pour des motifs légitimes.

La destruction, la perte, l'altération, la divulgation ou l'accès non autorisé à des données personnelles peuvent violer les droits des individus et les droits individuels et collectifs des employés. Les règles et procédures internes doivent donc être suivies.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Dans un contexte où les personnes sont de plus en plus sollicitées pour communiquer leurs données personnelles sous forme dématérialisée, le groupe Crédit Agricole a élaboré un Code de déontologie basé sur cinq principes : Intégrité et fiabilité, éthique, transparence et information, sécurité et contrôle du client sur l'utilisation de leurs données.

En tant qu'employeur, Eurofactor adhère au même processus et garantit à ses employés la protection de leurs données personnelles et le respect de leur vie privée.

Que dois-je faire ?

- Veiller à l'adéquation et à la pertinence des informations recueillies.
- Veiller, le cas échéant, à ce que la manière dont les données à caractère personnel sont utilisées soit inscrite dans le registre de traitement des données à caractère personnel conformément aux procédures internes.
- Informer nos employés de la manière dont les données personnelles qu'ils fournissent seront utilisées.
- Garantir le droit des employés à la protection des données, notamment en veillant à ce que leurs informations ne soient pas transférées à des personnes non autorisées et à ce que les données personnelles soient conservées en toute sécurité.
- Demander que toute donnée inexacte ou incomplète soit complétée ou supprimée. Dans le cas de la sous-traitance, veiller à ce que les prestataires de services respectent les mêmes principes.

Que ne faut-il pas faire ?

- Recueillir des informations personnelles qui ne correspondent pas à un usage spécifique et nécessaire.
- Communiquer des informations personnelles à des tiers internes ou externes non autorisés sans le consentement explicite des personnes concernées.
- Conserver des données personnelles sans autorisation.

7. SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

DEFINITION

Les entreprises doivent prendre les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et la protection de la santé physique et mentale de leurs employés. Ces mesures comprennent notamment la mise en œuvre d'une stratégie de prévention des risques professionnels et la formation des employés.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Toute personne qui travaille chez ou pour Eurofactor doit pouvoir réaliser son plein potentiel dans un environnement sûr et sécurisé. Eurofactor s'engage à prendre toutes les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et la protection de la santé physique et mentale de ses employés. Cependant, la sécurité sur le lieu de travail dépend de nous tous. Tous les employés de l'entreprise, selon leur formation et au mieux de leurs capacités, doivent veiller à leur sécurité et à leur santé, ainsi qu'à la sécurité et à la santé des autres personnes concernées par leurs actions ou omissions au travail.

Que dois-je faire ?

- Familiarisez-vous avec les règles d'Eurofactor en matière de santé et de sécurité et respectez-les.
- Assurez-vous que vos actions et votre comportement ne présentent pas de risque pour vous-même ou pour les autres.
- Contribuer à la sécurité sur le lieu de travail. Il s'agit notamment de participer aux exercices de sécurité et aux séances d'information des employés organisées par l'entreprise, ainsi que d'informer la direction et les représentants de la sécurité des situations qui pourraient présenter un risque pour la sécurité sur le lieu de travail.

Que ne faut-il pas faire ?

- Ignorer les règles d'Eurofactor en matière de santé et de sécurité au travail.
- Ignorer toute situation qui pourrait affecter la sécurité de notre environnement de travail.

8. NON-DISCRIMINATION

DEFINITION

La discrimination est une forme de traitement inégal fondé sur un critère interdit et relève du champ d'application de la législation. Dans certaines circonstances, la discrimination est le fait de distinguer une personne sur la base d'un ensemble de critères ou de caractéristiques distinctives.

DÉTAILS

La loi générale sur l'égalité de traitement (AGG) actuellement en vigueur définit huit critères de discrimination :

- Course
- Origine ethnique
- Sexe
- Religion

- Idéologie
- Handicap
- Groupe d'âge
- Identité sexuelle

La discrimination directe peut signifier ce qui suit :

"la situation dans laquelle ... une personne subit un traitement moins favorable que celui que d'autres personnes dans une situation comparable subissent, ont subi ou subiront".

Ou indirecte : "Une règle, un critère ou une pratique apparemment neutre qui, pour l'une des raisons énoncées dans la première section, peut être particulièrement désavantageuse pour des personnes par rapport à d'autres personnes, à moins que cette règle, ce critère ou cette pratique ne soit objectivement justifié par un objectif légitime et que les moyens de réaliser cet objectif ne soient nécessaires et appropriés".

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor s'engage à sensibiliser ses dirigeants, ses cadres et ses employés aux questions de non-discrimination. Afin de promouvoir l'égalité et la diversité, les employés doivent avoir le sentiment d'être traités équitablement dès leur entrée dans l'entreprise et tout au long de leur emploi dans l'entreprise. Un environnement de travail où chacun se sent respecté, indépendamment de son caractère unique, stimule les performances et encourage la motivation.

Que dois-je faire ?

- Rejeter toute forme de discrimination à l'encontre des employés, clients, fournisseurs, prestataires de services et autres personnes ayant une relation avec Eurofactor.
- N'accepter aucune pratique ou comportement qui serait discriminatoire envers les employés, les fournisseurs, les clients, etc. Demandez le soutien, la discussion et les conseils de votre responsable et des ressources humaines si nécessaire.
- En tant que gestionnaire, veillez à fonder vos décisions sur des critères objectifs et à ne pas en tirer profit.

Que ne faut-il pas faire ?

- Traiter les gens différemment en fonction de critères interdits par la loi, ce qui les désavantage par rapport aux autres.
- Contribuer à la création d'un climat hostile qui favorise la discrimination.

9. DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES SEXES

DEFINITION

Les entreprises doivent se conformer aux obligations relatives à l'égalité des sexes et à l'emploi des personnes handicapées.

DÉTAILS

Pour les entreprises de 20 salariés ou plus, 5 % des salariés doivent être des personnes handicapées employées à temps plein ou à temps partiel. Les entreprises qui ne remplissent pas cette obligation doivent verser une compensation au Bureau de l'intégration.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Outre ces obligations légales, Eurofactor estime que la diversité est un facteur qui améliore les performances et l'attractivité. La promotion de la diversité des sexes consiste à créer une culture d'entreprise ouverte et responsable qui favorise la cohésion interne et le progrès. Des équipes aux profils et aux talents variés sont le reflet de l'entreprise et permettent d'inventer de nouveaux modèles, de mieux répondre aux attentes de nos clients et, de ce fait, de profiter à tous. Cet engagement se traduit par des actions concrètes, telles que la promotion des femmes à des postes de direction et au sein des comités de gestion, ou l'intégration des personnes handicapées.

Que dois-je faire ?

- Veillez à exercer un jugement objectif en mettant l'accent sur les qualifications dans toutes les décisions de gestion.
- Rechercher des opinions diverses pour promouvoir l'objectivité.
- Veillez à ce que vos équipes soient composées d'un nombre équilibré de femmes et d'hommes.

Que ne faut-il pas faire ?

- Prendre une décision basée sur des critères non objectifs.
- Mettre en œuvre des processus qui pourraient conduire à l'inégalité entre les sexes, voire à la discrimination, même si ces processus étaient initialement destinés à éliminer les inégalités.

10. LUTTE CONTRE LE MOBBING ET LE HARCÈLEMENT

DEFINITION

Le mobbing est définie comme des commentaires ou des comportements dont le but ou l'effet est d'entraîner une détérioration des conditions de travail et qui peuvent porter atteinte aux droits et à la dignité d'autrui, nuire à sa santé physique et mentale ou affecter son avenir professionnel.

DÉTAILS

Le harcèlement peut prendre différentes formes :

- Remarques dérogatoires
- Humiliation ou harcèlement
- Insultes

Le harcèlement sexuel est l'acte consistant à faire des commentaires sexuels ou sexistes à une personne ou à lui imposer un comportement sexuel afin de la dégrader en raison de la nature humiliante ou dégradante de ces commentaires ou de ce comportement, ou de créer un environnement intimidant, hostile ou offensant. Le harcèlement sexuel comprend également toute forme de contrainte récurrente ou non récurrente dans le but de réaliser des actes sexuels, que ce soit au profit de l'auteur ou d'un tiers.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor s'engage à assurer la prévention, la détection et l'élimination de tels actes, qui constituent des infractions pénales et sont passibles de sanctions sévères. Tout employé qui croit de bonne foi être victime d'intimidation ou de harcèlement sexuel peut demander une audience immédiate par l'intermédiaire des ressources humaines ou du Responsable de la Conformité. Aucun employé, stagiaire ou stagiaire ne peut être sanctionné, licencié ou discriminé pour avoir subi ou résisté à un harcèlement sexuel ou à des brimades, ou pour avoir été témoin ou avoir divulgué de tels actes.

Que dois-je faire ?

- Familiarisez-vous avec les politiques et procédures internes de prévention et d'action.
- Faites attention à votre entourage, en contactant éventuellement les ressources humaines ou le responsable de la conformité si vous avez connaissance d'un cas d'intimidation ou de harcèlement sexuel.

Que ne faut-il pas faire ?

- Ignorez une situation d'intimidation ou de harcèlement dont vous avez connaissance, en tant que victime ou témoin, quelle qu'en soit la raison ou la gravité perçue.

11. ACTIVITÉS EXTRA PROFESSIONNELLES

DEFINITION

Une activité secondaire est une activité que vous exercez en dehors de vos heures de travail. Le terme "activité multiple" peut être défini comme l'exercice simultané de deux ou plusieurs activités de nature professionnelle, syndicale ou politique par une même personne.

DÉTAILS

Le fait d'exercer une activité rémunérée ne vous empêche pas d'exercer simultanément une activité indépendante ou non. Le cumul d'activités est possible car seules les activités rémunérées sont soumises à la réglementation sur le temps de travail. Ainsi, les salariés peuvent exercer une activité sous une forme sociale, par exemple (organisation à but non lucratif). Cependant, si le principe est la liberté de travail, les employés doivent respecter un code de déontologie professionnelle vis-à-vis de leurs employeurs. En effet, les salariés sont liés par un devoir de loyauté envers leur employeur pendant toute la durée de leur contrat de travail. D'une manière générale, cette obligation consiste à ne pas nuire à la réputation ou à empêcher le bon fonctionnement de l'entreprise, notamment en la dénigrant ou en recourant à des pratiques concurrentielles contraires aux intérêts de l'entreprise.

Que dois-je faire ?

- Informez à l'avance votre supérieur hiérarchique si vous envisagez d'exercer une activité rémunérée en dehors de vos heures de travail (à l'exception des travaux universitaires, littéraires ou artistiques).
- Soyez transparent avec votre superviseur et informez le Responsable de la Conformité de l'état de votre situation.
- Respecter l'obligation de confidentialité, de non-divulgence et de maintien des secrets commerciaux.
- Familiarisez-vous avec les termes de votre contrat de travail pour appliquer les clauses que vous êtes tenu de respecter. Faites-vous expliquer vos obligations par les ressources humaines lorsque cela est nécessaire.

Que ne faut-il pas faire ?

- Entreprendre toute activité pendant la durée de votre contrat de travail qui entre en concurrence avec votre emploi dans l'entreprise (y compris utiliser un congé pour effectuer un travail rémunéré ou suivre une formation dans une entreprise, concurrente ou non).
- Exercer, en plus de votre activité professionnelle, toute activité professionnelle qui pourrait vous empêcher d'atteindre les objectifs définis dans le cadre de votre activité rémunérée ou qui pourrait créer des conflits d'intérêts.
- Exercez votre activité à temps partiel pendant les heures de travail spécifiées dans votre contrat.
- Utilisez les fonds de fonctionnement et les ressources mises à votre disposition dans le cadre de votre travail pour vos activités à temps partiel.

12. DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE

DEFINITION

La Commission européenne définit la responsabilité sociale des entreprises (RSE) comme la responsabilité des entreprises concernant l'impact de leurs actions sur la société et, en particulier, la manière dont les entreprises intègrent les préoccupations sociales et environnementales dans leurs opérations et leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire.

DÉTAILS

Les entreprises doivent contribuer au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société. Pour ce faire, ils doivent s'engager à

- Tenir compte des attentes des parties prenantes.
- Respecter ou dépasser pleinement les obligations légales.
- Investir davantage dans le capital humain et l'environnement, en intégrant cette responsabilité dans toute l'entreprise et en la mettant en œuvre dans toutes les relations internes et externes.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor démontre sa démarche environnementale dans tous ses domaines d'activité et dans ses activités d'entreprise avec plusieurs objectifs :

Réduire l'impact direct sur l'environnement :

- En créant une dynamique sur les questions environnementales.
- En améliorant continuellement l'éco-efficacité.
- En préservant les ressources.
- En réduisant la consommation d'énergie et l'empreinte carbone directe.
- En réduisant la quantité de déchets produits sur les sites.
- En optimisant le recyclage des déchets.
- En intégrant les exigences environnementales dans les critères de sélection des fournisseurs.

Que dois-je faire ?

- Percevez la protection active de l'environnement comme étant au cœur de l'identité du groupe Crédit Agricole et présentez-la comme telle dans vos activités professionnelles quotidiennes, internes et externes.
- Soyez conscient de l'impact quotidien de votre comportement sur l'environnement.
- Prenez vos responsabilités personnelles et prenez en compte les impacts environnementaux directs et indirects générés par vos activités professionnelles.
- S'engager à contribuer aux objectifs et aux actions du groupe en matière d'environnement, en particulier lorsqu'il s'agit de parler aux clients et aux parties prenantes et de faire des déclarations à l'extérieur de l'entreprise.

Que ne faut-il pas faire ?

- Ignorer les objectifs et engagements environnementaux du groupe.
- Supposons qu'Eurofactor ne soit pas affecté par l'environnement.

13. CONTRIBUTION AUX TERRITOIRES

DEFINITION

Plus que jamais engagé dans la promotion de ses valeurs coopératives et mutualistes, le groupe Crédit Agricole contribue chaque jour au développement des territoires en soutenant fortement leurs initiatives économiques et sociales.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

L'objectif du groupe Crédit Agricole est de parvenir à une présence régionale positive. En promouvant l'entrepreneuriat local et le développement agricole et rural, le groupe Crédit Agricole facilite un large éventail d'initiatives de développement économique, social et culturel.

Eurofactor, en accord avec ses valeurs d'innovation, d'orientation client, d'engagement, d'esprit d'équipe et de partenariat, apporte une contribution importante à cet égard.

Que dois-je faire ?

- Comprendre que le soutien régional fait partie intégrante de la culture d'entreprise du groupe. La proximité, la responsabilité et la solidarité sont les valeurs qui doivent vous inciter à contribuer aux actions visant à améliorer les conditions du développement régional.
- Tenez également compte des spécificités locales dans vos activités professionnelles.

Que ne faut-il pas faire ?

- Impliquer Eurofactor dans des actions qui contredisent les engagements régionaux du groupe.

EN MATIÈRE D'ANTICORRUPTION

DES DÉTAILS SUR L'APPLICATION DE LA SECTION ANTI-CORRUPTION DU CODE DE CONDUITE

Les règles générales d'application du code de conduite s'appliquent à la section anticorruption et, en particulier, à l'exercice des possibilités de signalement.

À QUI S'APPLIQUENT LES RÈGLES ANTICORRUPTION ?

Le Code de Conduite anticorruption s'applique à tous les salariés du Groupe, qu'ils soient cadres, dirigeants, cadres supérieurs ou employés (salariés permanents et temporaires, stagiaires, étudiants en activité et stagiaires), quels que soient leur fonction et leurs attributions au sein du Groupe Crédit Agricole, ainsi qu'aux travailleurs temporaires employés par le Groupe (ci-après dénommés "les salariés"). Ce code s'applique à l'ensemble du groupe et à ses filiales dans le monde entier.

QUELLES SONT LES OBLIGATIONS DES EMPLOYÉS ?

Le code de conduite anti-corruption fait partie des règlements écrits d'Eurofactor, (Conformité SO, Annexe 4 Code de conduite). Son application est obligatoire. Chacun doit connaître les principes et les règles des OS et agir conformément à ceux-ci dans l'exercice de ses fonctions. Nous sommes tous responsables de nos actes et avons donc un devoir constant de vigilance. Toute personne qui constate ou suspecte un acte ou un comportement injuste au regard des valeurs ou des règles du Groupe, ou qui est poussée à commettre un acte injuste ou illégal au regard des valeurs du Groupe, doit en informer immédiatement son supérieur hiérarchique. La procédure de dénonciation du Groupe permet à quiconque de signaler une anomalie au Responsable de la Conformité ou, dans certains cas, à l'autorité de régulation.

QUELLES SONT LES CONSÉQUENCES D'UNE VIOLATION DU CODE ?

Les règles de conduite anticorruption énoncées dans le présent code de conduite font référence aux OS d'Eurofactor. La corruption peut donner lieu à des mesures en vertu du droit du travail ou à des sanctions en vertu des articles 299, 300 ou 331 et suivants. StGB (code pénal allemand).

14. LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

DEFINITION

La corruption est l'acte d'une personne qui, à un titre public ou privé déterminé, sollicite, propose ou accepte un cadeau, une offre ou une promesse dans le but d'accomplir, de retarder ou d'omettre d'accomplir un acte qui entre directement ou indirectement dans le cadre de ses fonctions.

DÉTAILS

En droit allemand, les infractions de corruption active et d'octroi d'un avantage (commises par une personne qui verse un pot-de-vin) et de corruption passive et d'acceptation d'un avantage (commises par une personne qui accepte un pot-de-vin) sont passibles d'une peine pouvant aller jusqu'à dix ans d'emprisonnement (articles 331 à 335 du StGB). La corruption active/acceptation d'un avantage est un acte intentionnel consistant à faire des offres, promesses, dons, cadeaux ou autres avantages, directement ou indirectement, à des fonctionnaires ou à des personnes privées dans le cadre de leur activité professionnelle afin qu'ils accomplissent ou s'abstiennent d'accomplir un acte dans le cadre de leurs fonctions. La corruption passive/acceptation d'avantages concerne les agents publics ou les particuliers qui, dans le cadre de leurs activités, sollicitent ou autorisent directement ou indirectement des promesses, des dons, des cadeaux ou tout autre avantage pour eux-mêmes ou pour d'autres afin d'accomplir ou de s'abstenir d'accomplir un acte dans le cadre de leurs fonctions.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Nous appliquons une politique de tolérance zéro en matière de corruption, y compris en ce qui concerne les paiements de facilitation (voir la note de procédure CASA 2018-43). Aucun employé ne doit se livrer à des actes de corruption sous quelque forme que ce soit et pour quelque raison que ce soit. La corruption entrave la libre concurrence et nuit au développement économique ; elle peut avoir des conséquences financières, commerciales et criminelles très graves qui pourraient nuire gravement à la réputation et à l'image du groupe. Tout employé impliqué dans un acte de corruption s'expose également à des sanctions en vertu du droit du travail ou même du droit pénal.

Que dois-je faire ?

- Si vous ressentez des pressions de la part d'un tiers ou si l'on vous demande de participer à des actes de corruption, informez votre supérieur hiérarchique et le service de conformité.
- En interne, signalez au Responsable de Conformité tous les cadeaux et avantages d'une valeur supérieure à 150 euros (par année civile) qui ont été offerts ou reçus. En outre, quelle que soit leur valeur, tous les cadeaux et avantages envoyés directement à votre domicile doivent être signalés au Responsable de Conformité.
- Respecter les procédures d'approbation existantes pour les dépenses professionnelles des employés. Être constamment attentif et surveiller toutes vos relations avec les intermédiaires et les fournisseurs.
- Respecter la procédure de recrutement définie par le groupe.
- Veiller à ce que tous les paiements soient justifiés, documentés et dûment approuvés.

Que ne faut-il pas faire ?

- Offrir, promettre ou accepter d'offrir un avantage (financier ou autre) à un tiers pour l'inciter à accomplir ou à s'abstenir d'accomplir un acte non conforme aux règles.
- Solliciter, recevoir ou accepter tout avantage (financier ou autre) en échange de l'exécution d'une tâche, d'un consentement dans le cadre d'une relation contractuelle commerciale ou de toute autre action dans le cadre de vos fonctions ou activités.
- Favoriser une tierce partie dans le cadre d'un appel d'offres.
- Offrir ou accepter des cadeaux et des avantages autres que ceux qui ont été approuvés.
- Accepter l'offre d'un tiers de financer tout ou partie d'un voyage pour vous, même si elle est de nature commerciale.

15. LUTTE CONTRE L'INFLUENCE ABUSIVE ET INTERACTION AVEC DES AGENTS PUBLICS

DEFINITION

L'influence abusive est, de la part de personnes occupant une fonction publique ou chargées d'une fonction administrative publique ou de la part de représentants élus, la sollicitation ou l'acceptation illégale d'offres, de promesses, de dons, de cadeaux ou d'avantages de toute nature pour elles-mêmes ou pour d'autres personnes dans le but d'utiliser leur influence réelle ou perçue pour obtenir des prix, des emplois, des marchés ou toute autre décision favorable d'un organisme public ou d'une administration publique.

DÉTAILS

L'influence abusive est la monétisation de la position d'une personne ou de son influence réelle ou perçue comme telle pour influencer une décision devant être prise par un tiers. Elle implique trois parties : le bénéficiaire (qui accorde les avantages ou fait les dons), l'intermédiaire (qui exploite la crédibilité dont il jouit de par sa position) et la personne cible qui a le pouvoir de décision (autorité ou administration publique, juge, expert, etc.). Le droit pénal distingue entre l'influence abusive

active, qui affecte le bénéficiaire, et l'influence abusive passive, qui affecte l'intermédiaire. Chacune des deux infractions est traitée séparément et punie de la même manière d'une peine de prison pouvant aller jusqu'à dix ans.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Tous les employés doivent mener leurs activités conformément à la réglementation française en matière de lutte contre la corruption en vigueur dans les pays où nous opérons. Il est strictement interdit d'offrir des cadeaux, des gratifications ou de la publicité aux fonctionnaires. Certaines activités impliquant des agents publics nécessitent une vigilance particulière.

Que dois-je faire ?

- Si un fonctionnaire fait pression sur vous ou vous demande de participer à un abus d'influence, informez votre supérieur hiérarchique et le service de conformité. Suivre les procédures pour les activités impliquant des fonctionnaires.
- Soyez constamment vigilant et contrôlez régulièrement toutes les transactions avec les fonctionnaires.
- Veiller à ce que tous les paiements et dépenses impliquant des fonctionnaires soient dûment autorisés, comptabilisés et documentés.

Que ne faut-il pas faire ?

- Offrir, promettre ou donner un avantage (financier ou autre) à un agent public pour l'inciter à ne pas accomplir ou à s'abstenir d'accomplir un acte conformément aux règles.
- Favoriser un parent d'un agent public dans un processus d'appel d'offres ou d'embauche.
- Donner de l'argent à un fonctionnaire.

16. LUTTE CONTRE LES PAIEMENTS DE FACILITATION

DEFINITION

Les paiements de facilitation sont généralement de petites sommes versées directement ou indirectement aux fonctionnaires pour exécuter ou accélérer des actes administratifs formels. Ces paiements sont effectués notamment dans le cadre du traitement des demandes de visa, de l'octroi des autorisations, permis et licences, et des formalités douanières.

DÉTAILS

Les paiements de facilitation sont considérés comme des actes de corruption. Celles-ci sont interdites par la Convention de l'OCDE sur la lutte contre la corruption d'agents publics étrangers dans les transactions commerciales internationales du 17 décembre 1997 et la loi sur la lutte contre la corruption internationale du 10 septembre 1998.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Les pots-de-vin sont strictement interdits. Des exceptions ne peuvent être faites que dans des cas particuliers, notamment lorsque la sécurité ou l'intégrité physique d'un employé est menacée. Dans ce cas, le Responsable de Conformité doit être informé dès que possible. En outre, les pots-de-vin doivent être dûment comptabilisés et enregistrés dans les livres et registres de la société.

Que dois-je faire ?

- Si vous recevez une demande de pot-de-vin de la part d'un fonctionnaire, contactez votre supérieur hiérarchique ou le Responsable de Conformité.
- Informez votre supérieur hiérarchique ou le Responsable de Conformité si vous avez effectué une transaction qui peut être considérée comme un pot-de-vin dans le cadre d'une situation exceptionnelle.
- Conservez tous les documents relatifs à toute transaction qui pourrait être considérée comme un pot-de-vin.

Que ne faut-il pas faire ?

- Offrir, promettre ou donner un avantage (financier ou autre) à un agent public dans le cadre de l'exécution d'une tâche administrative courante.
- Faire office de médiateur pour une demande de pot-de-vin de ma propre initiative.

17. CONFLIT D'INTÉRÊTS

DEFINITION

Il y a conflit d'intérêts lorsque les intérêts personnels d'un employé peuvent entrer en conflit avec ceux d'Eurofactor - en d'autres termes, lorsque les intérêts personnels des employés ou des membres des organes de direction peuvent influencer leur discrétion ou leur capacité de décision dans l'exercice de leurs fonctions professionnelles. Les conflits d'intérêts peuvent être de nature personnelle (par exemple, les liens familiaux), professionnelle (par exemple, les relations commerciales), financière (par exemple, les prêts personnels) ou politique (influencer la société).

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor a mis en place une politique active pour éviter les conflits d'intérêts. Les conflits d'intérêts peuvent inclure des actes de corruption ou de trafic d'influence et peuvent exposer l'entreprise et ses employés à des allégations de partialité ou de malhonnêteté. Ils peuvent également affecter la réputation du groupe et de ses employés.

Que dois-je faire ?

- Respectez les politiques et mesures de prévention d'Eurofactor, notamment en matière de cadeaux et d'avantages, de relations publiques et d'activités extra-professionnelles, afin de préserver votre indépendance de jugement et d'éviter les conflits d'intérêts.
- Signalez à votre directeur et au responsable de la conformité tout poste administratif, de gestion ou de direction occupé à titre privé au sein d'une organisation commerciale ou à but non lucratif, d'un

client ou d'un fournisseur du groupe et demandez l'autorisation préalable d'occuper un poste au sein d'une société extérieure au groupe.

- Informez votre directeur de tout lien personnel ou familial que vous avez avec un tiers en relation avec votre entreprise.
- Informez votre Responsable de Conformité de tout conflit d'intérêts direct ou indirect éventuel, tel que des liens personnels ou familiaux, relatifs aux services ou aux contrats, et abstenez-vous de participer aux débats ou aux décisions sur les questions concernées.

Que ne faut-il pas faire ?

- Prenez des décisions lorsque votre discrétion ou vos choix pourraient être influencés ou modifiés par des considérations personnelles ou des pressions exercées par un tiers.
- dissimuler des informations sur des conflits d'intérêts ou des situations qui pourraient provoquer un tel conflit.
- Prenez des positions d'intérêt avec un concurrent, un client ou un fournisseur.

18. CADEAUX ET INVITATIONS

DEFINITION

Les cadeaux promotionnels sont des cadeaux offerts dans le cadre de relations d'affaires. Ils peuvent avoir une valeur importante (voyages, équipements électroniques, etc.) et sont donc contrôlés pour éviter tout risque de corruption. Les invitations comprennent toute forme de rassemblement social et les invitations qui sont soit offertes soit reçues. Dans un contexte commercial, ces interactions ont lieu dans le cadre des relations publiques sous forme de repas, de séjours à l'hôtel, de séminaires, de réunions ou de conférences, ou d'invitations à des événements sportifs, culturels et sociaux, ainsi que de voyages d'affaires et de presse.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Les employés ne doivent accepter, directement ou indirectement, aucun cadeau ou hospitalité qui pourrait compromettre, même involontairement, leur indépendance, leur impartialité ou leur intégrité. Ils doivent refuser tout cadeau ou invitation qui pourrait les placer en conflit d'intérêts. De même, il leur est interdit de solliciter des cadeaux auprès de personnes ou de sociétés qui entretiennent ou cherchent à établir des relations d'affaires avec le groupe.

La valeur maximale des cadeaux et des avantages donnés et reçus est fixée à 150 euros par année civile (voir Conformité des OS telle que modifiée). Avant d'accepter des cadeaux ou des avantages dont la valeur dépasse le montant autorisé, les employés doivent soumettre une demande à leur superviseur, qui doit ensuite en informer le Responsable de Conformité.

Eurofactor n'interdit pas aux employés de lancer ou d'accepter des invitations à s'engager dans des relations publiques. Ce sont des gestes de courtoisie et de bienvenue entre partenaires commerciaux. Toutefois, ces relations publiques doivent avoir une justification commerciale claire. Les clients doivent toujours être accompagnés par l'employé de l'entreprise invitante pour toutes les invitations de relations publiques.

Que dois-je faire ?

- En tant que dirigeant, veillez à ce que vos employés respectent la politique du SO "Conformité".
- Avant d'accepter un cadeau ou une invitation, demandez-vous comment il pourrait être perçu publiquement, et refusez toute offre qui pourrait créer un conflit d'intérêts pour vous.
- Soyez transparent avec votre supérieur hiérarchique pour éviter toute suspicion.
- Décliner les invitations à des événements de grande envergure.
- Si vous acceptez une invitation, vous devez payer les frais de voyage et d'hébergement associés.
- Respecter la procédure de rapport interne.

Que ne faut-il pas faire ?

- Accepter ou donner des cadeaux ou des avantages d'une valeur supérieure au montant fixe autorisé ou recevoir des cadeaux ou des avantages, quel qu'en soit le montant, à votre domicile.
- Sollicitez toute forme de cadeau ou d'avantage pour vous-même ou pour un tiers.
- Recevoir toute forme de compensation, directement ou indirectement, d'une contrepartie, d'un intermédiaire, d'un fournisseur ou d'un client.
- Donner ou recevoir des cadeaux en espèces.
- Offrir ou accepter des cadeaux ou des invitations de relations publiques qui pourraient nuire à l'image du groupe.

19. LOBBYING ET FINANCEMENT DE PARTIS POLITIQUES

DEFINITION

Le lobbying ou la défense d'intérêts se réfère à toute communication directe ou indirecte avec des fonctionnaires publics dans le but d'influencer les décisions publiques. La consultation des parties prenantes permet aux législateurs de savoir comment la loi est appliquée et comment elle peut être améliorée. Il permet également aux décideurs publics de mieux comprendre les attentes de la société civile. Le financement des partis politiques par des personnes morales (sociétés, fondations, etc.) est strictement interdit.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

En collaboration avec les experts et les praticiens des différents secteurs du Groupe, le lobbying permet au Crédit Agricole d'apporter une contribution positive et significative aux débats publics au niveau international, européen et national, sur des questions tant politiques que techniques. Son but est de fournir une vue éclairée de l'impact des décisions publiques sur le Groupe et de sauvegarder et/ou promouvoir ses intérêts. Le groupe a défini ses engagements dans sa Charte pour un lobbying responsable. En plus de respecter pleinement l'interdiction de financer des partis politiques, et ce même dans les pays où cette pratique est autorisée, le groupe insiste pour que toutes les informations sur les convictions et les engagements politiques de ses employés restent personnelles

afin de ne pas nuire ou compromettre la réputation du groupe. Ces activités doivent être menées en dehors des heures de travail et en dehors du groupe.

Que dois-je faire ?

- Divulguer de manière transparente vos activités de lobbying à l'intérieur et à l'extérieur du Groupe.
- Fournissez des informations sur les mandats que vous détenez dans les différentes associations professionnelles.
- Basez vos arguments sur des informations fiables qui ont été analysées et vérifiées au niveau interne.
- Mettre en évidence les conséquences pour les différents acteurs.
- Signalez vos fonctions électives publiques à votre supérieur hiérarchique et au Compliance Officer s'il peut y avoir un lien avec votre employeur ou votre travail.
- Veillez à ne pas définir le groupe avec vos opinions et actions politiques. Déclinez toute sollicitation sous quelque forme que ce soit qui nécessite votre soutien politique et qui pourrait engager la responsabilité du groupe.

Que ne faut-il pas faire ?

- Se livrer à la corruption ou à toute pratique déloyale ou abusive.
- Utilisez les ressources ou les fonds du groupe pour les engager dans un travail de collecte de fonds ou de soutien politique.
- Donner ou accepter des cadeaux ou des avantages.
- Organiser des colloques, des événements ou des réunions où les présentations des orateurs impliquent le paiement d'une compensation sous quelque forme que ce soit.
- Utiliser les informations obtenues auprès du gouvernement, d'un organisme administratif indépendant ou d'un organisme public à des fins commerciales ou promotionnelles.
- Vendre à des tiers des copies de documents du gouvernement, de l'administration indépendante ou d'organismes publics, ou utiliser la papeterie et le logo de ces organismes publics et administratifs.

Note : Il est conseillé de respecter toutes les règles ci-dessus également dans vos relations avec l'environnement direct des personnes concernées.

20. MÉCÉNAT ET ACTIONS CARITATIVES

DEFINITION

Le mécénat permet aux entreprises de faire des dons à des organismes sous forme de soutien financier ou matériel pour promouvoir une œuvre d'intérêt général ou pour acquérir un objet culturel. Une contribution charitable est une subvention ou un don à une organisation dans un but caritatif. Elle peut prendre la forme de contributions en espèces, en nature ou de services.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor peut soutenir des actions caritatives qui contribuent au bien-être de la population dans les régions où le Groupe est implanté, mais uniquement dans le strict respect de la Charte éthique (exemples : solidarité, culture, santé, etc.). La contribution doit être conforme aux principes de la Charte éthique du groupe Crédit Agricole. Eurofactor peut également apporter des contributions en espèces, en nature ou en services en cas de catastrophes naturelles ou d'autres situations d'urgence. Les contributions à des fins caritatives ne doivent jamais être utilisées pour dissimuler un avantage indu destiné à influencer des décisions ou à créer une telle apparence.

Que dois-je faire ?

- Choisissez soigneusement les organisations à but non lucratif en fonction de leur expérience, de leurs titres et de leur réputation.
- Donner la préférence aux organisations à but non lucratif dont les états financiers sont publiés et régulièrement vérifiés.
- Sélectionnez le projet qui dispose de ressources financières et humaines suffisantes pour atteindre ses objectifs.
- Assurez-vous que tous les contrats conclus avec les organisations en question comportent des clauses de conformité et assurez-vous que vous pouvez vérifier la manière dont ces fonds sont utilisés.
- S'assurer que toutes les dépenses des organisations à but non lucratif sont correctement approuvées, comptabilisées et documentées.

Que ne faut-il pas faire ?

- Faire des dons à des particuliers ou à des organisations commerciales.
- Financer des travaux qui bénéficient indirectement ou qui sont contrôlés par des politiciens, des fonctionnaires ou leurs proches.
- Soutenir les organisations qui pourraient avoir un impact négatif sur la réputation de la Société.
- Effectuer des paiements en espèces.

21. SPONSORING

DEFINITION

Le sponsoring est une forme de marketing dans laquelle l'entreprise paie tout ou partie du coût d'un projet ou d'un programme en échange d'une visibilité sur des plateformes médiatiques ou des événements.

DÉTAILS

La Société bénéficie de la mise en valeur de ses logos et marques par le projet ou programme en question et de la réception d'une mention spéciale indiquant qu'elle a contribué au financement. Il peut s'agir d'organisations à but non lucratif et de sociétés commerciales.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Le sponsoring peut faire partie de la stratégie de marketing et de communication d'Eurofactor. Le parrainage doit être conforme aux principes et aux règles internes du Groupe et ne doit jamais être utilisé en faveur d'un avantage indu ou d'une influence déloyale, ni donner l'impression d'influencer indûment les décideurs.

Que dois-je faire ?

- Choisissez soigneusement l'organisation parrainée en fonction de son expérience et de sa réputation. Donner la préférence aux organisations à but non lucratif dont les états financiers sont publiés et régulièrement vérifiés.
- Envoyez une demande écrite à la direction. Si les événements ou activités parrainés sont contrôlés par des politiciens, des fonctionnaires ou leurs proches, cela doit être indiqué dans votre demande.
- Rédigez un contrat avec l'organisme parrainé qui comprend des clauses de conformité.
- Informer toutes les parties prenantes du parrainage.
- Transférez les fonds en plusieurs versements et assurez-vous que chaque paiement est utilisé correctement.
- Obtenir et conserver les reçus de toutes les dépenses et de tous les revenus effectués dans le cadre du parrainage et les enregistrer conformément aux règles comptables.

Que ne faut-il pas faire ?

- Parrainer une organisation proposée par un fonctionnaire.
- Parrainer une organisation qui bénéficie indirectement ou est contrôlée par des politiciens, des fonctionnaires ou leurs proches.
- Parrainer une organisation qui est impliquée dans des projets dans lesquels Eurofactor ou une autre société du groupe Crédit Agricole a un intérêt commercial.

EN MATIÈRE DE PROTECTION ET DE RÉPUTATION DU GROUPE

22. CONFIDENTIALITÉ

DEFINITION

La confidentialité et notre secret professionnel sont des principes fondamentaux du secteur des services financiers. Elles doivent être une préoccupation constante pour tous les salariés, quel que soit le domaine dans lequel ils exercent leurs fonctions.

DÉTAILS

Toutes les données relatives aux clients, ainsi qu'à Eurofactor, aux autres sociétés du groupe (ses employés, ses clients et son organisation interne), à ses systèmes informatiques, à ses procédures de sécurité, à ses fournisseurs et à ses sous-traitants sont confidentielles.

La divulgation d'informations confidentielles engage la responsabilité de l'entreprise et du salarié concerné. Si les informations sont des données non publiques d'une société cotée en bourse, une violation de la confidentialité peut entraîner des sanctions pénales, administratives et professionnelles.

Les accords de confidentialité couvrent tous les types et toutes les formes de données relatives aux clients. Ces données ne peuvent être divulguées à l'extérieur de la société et ne peuvent être communiquées au sein du groupe à des personnes qui n'ont pas besoin d'y avoir accès pour exercer leurs fonctions.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor garantit la confidentialité en toutes circonstances, ce qui s'applique à tous les types de supports de données. Tous les employés d'Eurofactor sont gardiens et responsables des données confidentielles qu'ils reçoivent. Les employés peuvent utiliser ces données en interne à des fins professionnelles et les divulguer en dehors de l'entreprise uniquement lorsqu'ils y sont autorisés ou dans les conditions prévues par la loi.

Les employés d'Eurofactor doivent également appliquer le principe de confidentialité avec le plus grand soin lorsqu'ils utilisent les médias sociaux. Ils sont responsables de tout ce qu'ils publient sur Internet au sujet du Groupe et doivent veiller à ne pas diffuser via Internet des informations qu'ils ne divulgueraient pas autrement sur Eurofactor. Ce principe de confidentialité s'applique également aux réseaux sociaux d'entreprises.

Que dois-je faire ?

- Respectez la stricte confidentialité des données auxquelles vous avez accès et qui concernent les clients d'Eurofactor et, plus généralement, le Groupe.
- Obtenez toujours le consentement écrit explicite du client si vous devez divulguer des informations confidentielles le concernant.
- Ne divulguer les informations confidentielles au sein d'Eurofactor et du Groupe qu'aux personnes autorisées et uniquement pour les besoins de leur travail.
- Se référer au niveau élevé de confidentialité des messages électroniques contenant des données sensibles à protéger.
- Assurez-vous toujours qu'un accord de confidentialité est en place avant de divulguer des données confidentielles à un prestataire de services externe.
- Protéger les données confidentielles contre toute utilisation et tout accès non autorisés.
- Si vous avez des doutes sur les données que vous souhaitez diffuser via les médias sociaux, demandez à votre responsable ou au responsable de la conformité au préalable.

Que ne faut-il pas faire ?

- Divulguer à des tiers des données concernant les clients du groupe ou le groupe Crédit Agricole.

- Envoyez des informations confidentielles à votre adresse électronique privée ou à un service de stockage de données personnelles en ligne.
- Postez sur les médias sociaux ou autres toutes les données qui pourraient nuire aux clients, à votre entreprise, à votre fonction ou au groupe Crédit Agricole.

23. LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME

DEFINITION

Le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme sont des phénomènes d'une ampleur sans précédent. Ils nuisent à notre société en général et au développement économique de pays entiers. Ces pratiques permettent aux criminels d'infiltrer les institutions financières, de contrôler certains secteurs de l'économie et de corrompre les organes administratifs et les gouvernements, d'influencer la vie des citoyens et de restreindre des principes clés tels que la démocratie.

DÉTAILS

Le blanchiment d'argent est un processus qui vise à faire apparaître comme propre l'argent obtenu par des moyens illégaux ou criminels. Le "blanchiment" de fonds illégaux est également utilisé pour financer le terrorisme. Le terrorisme peut également être financé par des fonds légaux utilisés pour mener une opération terroriste. C'est ce qu'on appelle le "blanchiment d'argent inversé".

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor est impliqué dans la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme. Ainsi, la société surveille les flux financiers conformément aux dispositions légales sur la protection de la vie privée et des droits et libertés fondamentaux des personnes, ainsi que sur la lutte contre la discrimination et le secret professionnel. Tous les employés doivent participer à une vigilance constante à leur propre niveau. Tout manquement aux obligations expose les directeurs, les cadres et les employés à une responsabilité civile, pénale, administrative et disciplinaire. En outre, l'image et la réputation d'Eurofactor sont en jeu.

Que dois-je faire ?

- Veillez à être tenu informé de ces questions, même si vous n'êtes pas directement concerné.
- En tant que gestionnaire, faites de votre mieux pour vous assurer que vos employés sont bien informés sur ces questions.
- Mettre activement en œuvre les procédures de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.
- Veillez à en savoir le plus possible sur vos clients lors de l'ouverture d'un compte et tout au long de la relation commerciale.
- Restez vigilants à tout moment, en recherchant des transactions inhabituelles, atypiques ou complexes qui n'ont pas de justification commerciale évidente et pourraient être clairement illégales.
- Demandez aux clients de fournir une explication motivée de leurs transactions.

- Refuser d'effectuer des opérations qui ne sont pas économiquement justifiées ou lorsqu'il existe un doute sur l'identité des mandants ou des bénéficiaires.
- Transmettez toutes les transactions suspectes au service de conformité.

Que ne faut-il pas faire ?

- S'abstenir d'appliquer strictement les procédures, par exemple pour des raisons commerciales.
- Dites aux clients qu'ils sont soupçonnés de blanchiment d'argent ou transmettez ces informations à des tiers.
- Conduire, conseiller ou aider à tout investissement, dissimulation ou consolidation de transactions.

24. LUTTE CONTRE L'ÉVASION FISCALE

DEFINITION

Par exemple, l'évasion fiscale consiste à éviter ou à réduire les impôts en déclarant des actifs ou des bénéfices imposables dans un pays différent de celui dans lequel ils doivent être déclarés. L'évasion fiscale touche à la fois les entreprises et les particuliers qui ne déclarent pas leurs impôts. Dans un sens plus large, l'évasion fiscale implique l'utilisation de divers moyens légalement autorisés pour réduire la charge fiscale d'une personne. Cette situation est différente de la fraude fiscale, qui est une pratique illégale.

DÉTAILS

Deux mesures fiscales auxquelles Eurofactor doit se conformer ont été introduites pour lutter contre l'évasion fiscale, à savoir la loi sur la conformité des comptes étrangers (FATCA) et l'échange automatique d'informations (AEOI) :

- Le FATCA a été créé pour recueillir des informations sur les avoirs et les revenus des contribuables américains ("US persons") vivant en dehors des États-Unis.
- L'AEOI est une initiative de l'OCDE visant à procéder à un échange multilatéral d'informations pour identifier les actifs des résidents fiscaux vivant en dehors de leur pays d'origine.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor traite toutes les questions fiscales avec intégrité et transparence. Toutes les opérations et transactions effectuées sont basées sur une réalité économique et Eurofactor ne cherche pas à éviter les impôts par le biais de structures conçues à cet effet.

Eurofactor s'engage à ne pas créer ou proposer des activités commerciales uniquement à des fins fiscales ou à aider ses clients à se soustraire à leurs obligations fiscales ou à faire des affaires dans des pays ou territoires dont les juridictions sont classées par l'UE comme "non coopératives" (paradis fiscaux) ou qui ne participent pas à l'échange automatique d'informations.

Que dois-je faire ?

- Respecter les lois et règlements applicables dans les États et territoires où nous exerçons nos activités.

- Avant d'investir dans un État ou un territoire étranger non coopératif, demandez l'approbation du département fiscal du groupe, du département des affaires publiques du groupe et du département de conformité du groupe.
- Veillez à surveiller étroitement, à identifier et à signaler rapidement au Responsable de Conformité toute action visant directement ou indirectement à contourner la réglementation fiscale.
- Tenez vos dossiers clients à jour avec des informations sur la résidence fiscale (AEOI) et le critère de citoyenneté (FATCA) de vos clients concernant leur activité de dépôt.
- En cas de doute, contactez votre représentant FATCA/CRS.

Que ne faut-il pas faire ?

- Protéger délibérément Eurofactor de ses obligations fiscales.
- Conseiller un client et/ou participer à des stratagèmes financiers pour éviter la réglementation fiscale.
- Signez les éventuelles auto-certifications au nom de vos clients.
- Supprimer ou dissimuler toute donnée pour dissimuler la preuve qu'une transaction est liée à un paradis fiscal.

25. SANCTIONS INTERNATIONALES

DEFINITION

Internationale Sanktionen sind Maßnahmen eines oder mehrerer Staaten gegen natürliche und/oder juristische Personen (z. B. Einfrieren von Vermögenswerten) und gegen Länder oder Regierungen (Embargomaßnahmen). Sanktionen werden zur Bekämpfung von Terrorismus, der Verbreitung von Kernwaffen und der Verletzung der Menschenrechte ergriffen.

DÉTAILS

La plupart des sanctions internationales applicables au niveau d'Eurofactor et du groupe Crédit Agricole dans son ensemble sont émises, administrées ou appliquées par le Conseil de sécurité des Nations unies, l'Union européenne, la France et les États-Unis, ainsi que par les autorités locales compétentes des pays dans lesquels le groupe opère.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor s'engage à assurer le strict respect des sanctions internationales, qui peuvent être complexes et de portée extraterritoriale. Le respect de ces exigences est assuré par le renforcement des procédures et des programmes internes qui garantissent le respect des sanctions internationales. Elles s'appliquent à tous les employés d'Eurofactor et vont au-delà des services financiers purs. Eurofactor ne tolérera aucune violation des sanctions internationales.

Que dois-je faire ?

- Apprenez à bien connaître, comprendre et suivre les politiques et procédures internes du groupe.
- Suivez les cours de formation annuels qui sont obligatoires pour tous les employés.
- Veillez à signaler au responsable des sanctions d'Eurofactor toute violation ou tentative de violation des sanctions internationales et toute action prise directement ou indirectement pour les contourner.
- Gardez les données de vos clients à jour et complètes ; Contrôlez la conformité des opérations avec les sanctions internationales.
- En cas de doute, contactez votre agent des sanctions.

Que ne faut-il pas faire ?

- Participer à des transactions financières qui ne justifient pas leur complexité.
- Supprimer ou dissimuler toute donnée pour dissimuler les preuves d'une transaction avec des pays ou des personnes faisant l'objet de sanctions internationales.
- Modifier les outils ou les processus informatiques pour supprimer les informations utiles à l'identification du risque de sanctions internationales.
- Conseiller un client et/ou se livrer à des stratagèmes financiers pour contourner les sanctions internationales.

26. PRÉVENTION DE LA FRAUDE

DEFINITION

La fraude est un acte intentionnel commis dans le but d'obtenir un avantage matériel ou immatériel au détriment d'une tierce personne ou entité. Dans le cas d'une violation de lois, de règlements ou de règles internes, la fraude se caractérise par la violation des droits d'autrui et la dissimulation totale ou partielle d'une opération, d'une série d'opérations ou de leurs caractéristiques.

DÉTAILS

Il existe deux types de fraude selon l'origine des parties malveillantes impliquées :

- Fraude externe : acte effectué par des individus (par exemple des clients), seuls ou en groupe, pour obtenir des fonds, des documents ou des informations qu'ils peuvent utiliser à leur propre profit et au détriment d'une entreprise, de ses clients ou de tiers.
- Fraude interne : un acte malveillant commis par un salarié au détriment de son entreprise ou des intérêts de tiers gérés par l'entreprise. La fraude peut également être caractérisée par un acte malveillant commis par un employé avec la coopération de personnes extérieures à l'entreprise. C'est ce qu'on appelle la fraude mixte.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor accorde une grande importance à la prévention de la fraude, en utilisant un nombre croissant de techniques qui deviennent de plus en plus sophistiquées, notamment à la lumière de la transformation numérique. Pour lutter contre l'augmentation de la fraude, il est essentiel de s'attaquer au problème en amont et en aval. Tous les employés jouent un rôle important dans la lutte contre la fraude, quelles que soient leurs fonctions. Grâce à la vigilance quotidienne de tous les employés du groupe, nous sommes en mesure de prévenir et de détecter les tentatives de fraude.

Que dois-je faire ?

- Connaître parfaitement les lois et les meilleures pratiques anti-fraude et les appliquer de manière responsable et avec une vigilance constante.
- Si vous soupçonnez ou avez des doutes sur une fraude, informez immédiatement votre supérieur hiérarchique et l'équipe ssH de l'unité de sécurité financière afin qu'ils puissent agir rapidement.
- Si vous avez un doute sur l'identité de l'expéditeur d'un courriel, transmettez le courriel à votre contact informatique.
- En tant que gestionnaire, évaluez le risque de fraude en relation avec vos activités et faites respecter les principes de bonne conduite et les règles professionnelles générales.
- Effectuer une analyse des risques de fraude au début du processus de développement pour tous les nouveaux produits et activités.
- Respecter le principe de séparation des tâches afin que ceux qui effectuent une opération ne puissent pas l'approuver ou la mener à bien.

Que ne faut-il pas faire ?

- Communiquez vos mots de passe à des tiers, prêtez votre carte d'accès ou laissez des informations ou des documents confidentiels sur votre bureau.
- Ouvrez les e-mails ou les pièces jointes d'un expéditeur inconnu.
- Discuter dans des lieux publics de sujets sensibles qui pourraient concerner le groupe Crédit Agricole.
- Utiliser des supports de données externes (disques durs externes ou clés USB) sans prendre de précautions.

27. PRÉVENTION DES ABUS DE MARCHÉ

DEFINITION

Les délits d'initiés, la manipulation des prix et la diffusion d'informations fausses ou trompeuses sont des exemples d'abus de marché. La lutte contre les abus de marché implique de préserver l'intégrité et la transparence des marchés et la confiance du public. Il est donc de la responsabilité de chacun de respecter le principe d'égalité d'information entre les investisseurs. En cas de violation de ces règles, le prestataire de services d'investissement et les personnes physiques placées sous son autorité s'exposent à des sanctions disciplinaires et financières, ainsi qu'à des poursuites civiles et pénales.

DÉTAILS

Si des informations confidentielles concernant une société cotée sont rendues publiques, ces "informations privilégiées" peuvent affecter le prix de marché des instruments financiers concernés ou des instruments financiers qui leur sont liés. Les informations confidentielles peuvent également être communiquées par écrit ou oralement ou être simplement déduites. L'utilisation, la transmission et la recommandation de ces informations pour son propre compte ou pour le compte d'autrui constituent un délit d'initié et sont donc strictement interdites et sévèrement sanctionnées.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

Eurofactor a mis en place un système de barrières à l'information pour se protéger contre les informations d'initiés. Ces dispositions signifient que les personnes qui entrent en possession d'une information privilégiée doivent se conformer au mécanisme établi au sein de leur entreprise pour la gestion des informations privilégiées. Les barrières assurent également un contrôle strict des échanges entre les personnes qui ont accès à des informations privilégiées en vertu de leur rôle et celles qui n'y ont pas accès. Cela comprend notamment la séparation physique des personnes qui exercent des activités ou des fonctions sensibles par rapport aux autres employés.

Que dois-je faire ?

- Soyez vigilant et prenez toutes les mesures nécessaires pour éviter de divulguer des informations privilégiées. Cela signifie qu'il faut se conformer aux obstacles existants en matière d'information.
- Si vous figurez sur une liste d'initiés, respectez les obligations d'abstention qui y sont associées.
- Si vous pensez être en possession d'informations privilégiées, contactez votre supérieur hiérarchique, qui en informera le Compliance Officer.
- Signalez immédiatement toute transaction suspectée d'abus de marché au département de conformité qui, après analyse, décidera s'il est approprié de signaler la transaction à l'Autorité des marchés financiers.
- Maintenir la confidentialité de toutes les déclarations de transactions suspectes et donc ne pas communiquer avec des personnes soupçonnées d'avoir commis des abus de marché, qu'ils soient prouvés ou non.

Que ne faut-il pas faire ?

- Utiliser une information privilégiée lors de l'acquisition ou du transfert d'instruments financiers, de contrats ou de titres auxquels cette information se rapporte, que ce soit pour votre propre compte ou pour le compte d'Eurofactor ou d'un tiers.
- Divulguer des informations privilégiées, autrement que dans le cadre de vos fonctions habituelles, à des tiers, à des personnes extérieures à Eurofactor ou à des employés qui n'ont pas le droit d'accéder à ces informations.
- Recommander à des tiers (employés de la même société ou d'une autre société du groupe, tiers externes, etc.) de prendre des positions sur des titres sur la base d'informations privilégiées.

28. UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

DEFINITION

Le terme "réseau social" désigne généralement tout site web qui peut être utilisé pour établir un réseau de contacts personnels ou professionnels et pour échanger des opinions ou des informations.

DÉTAILS

Les médias sociaux (réseaux sociaux, blogs, forums, etc.) font désormais partie de notre vie quotidienne et touchent tous les employés d'Eurofactor, tant sur le plan personnel que professionnel. Cependant, elles comportent des risques et, étant donné le nombre de plateformes médiatiques différentes et le volume d'informations échangées sur celles-ci, la maîtrise de cette forme de communication est devenue un véritable défi.

L'ENGAGEMENT D'EUROFACTOR

La stratégie d'Eurofactor est d'être présent sur un grand nombre de ces réseaux de médias sociaux (Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.) afin de pouvoir interagir avec les clients et les parties prenantes et répondre à leurs demandes, tout en apprenant ce qui s'écrit sur le Groupe et ses services. Sauf en cas d'abus, tous les employés d'Eurofactor ont droit à la liberté d'expression à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise. Cependant, tous les employés sont censés agir de manière responsable en se comportant de manière appropriée et en suivant les meilleures pratiques. Les employés sont autorisés à utiliser les réseaux sociaux sur leur lieu de travail à des fins privées, à condition qu'ils n'abusent pas de ce privilège, mais qu'ils n'en fassent usage qu'au cas par cas et de manière appropriée, sans exercer leur droit à la liberté d'expression au détriment de l'entreprise, de ses directeurs et cadres ou de leurs collègues de travail.

Que dois-je faire ?

- Respectez les règles de confidentialité auxquelles vous êtes tenu en vertu de votre profession.
- Prenez connaissance des conditions générales qui précisent comment vos données personnelles et les informations que vous mettez en ligne peuvent être utilisées.
- Méfiez-vous particulièrement des médias sociaux dont les serveurs sont hébergés dans des pays dont les règles de protection des données personnelles peuvent différer de celles en vigueur en Allemagne.
- Vérification de vos paramètres pour garantir la confidentialité de votre profil et de vos commentaires.
- Déclarez que vos commentaires relèvent de votre seule responsabilité et reflètent uniquement votre opinion personnelle.
- Ne pas intervenir directement si vous lisez des commentaires négatifs ou diffamatoires sur le groupe, afin de ne pas donner plus de visibilité aux auteurs. Si vous rencontrez de tels commentaires, reportez-vous à la section "Communications d'entreprise".
- Si vous avez des doutes sur la nature de l'information, ne faites rien et impliquez votre supérieur hiérarchique.

Que ne faut-il pas faire ?

- Mener vos activités sur les médias sociaux sans avoir obtenu l'approbation de votre directeur ou avoir effectué une analyse de risque.
- Faites des commentaires officiels au nom d'Eurofactor si vous n'êtes pas un porte-parole désigné par la direction de la communication.
- Faire tout commentaire qui pourrait nuire à votre position ou à Eurofactor et à ses employés.
- Faire des commentaires tels que des critiques malveillantes ou des insultes ou des remarques de nature désobligeante, diffamatoire ou indiscrete ou divulguer des informations confidentielles.
- Utiliser des informations protégées par le droit d'auteur d'Eurofactor sans l'accord écrit préalable du service compétent ou autrement de « Corporate Communications ».