

# SATISFAIRE NOS PARTENAIRES :

notre

# PRIORITÉ

Le code de bonne conduite de LG Electronics



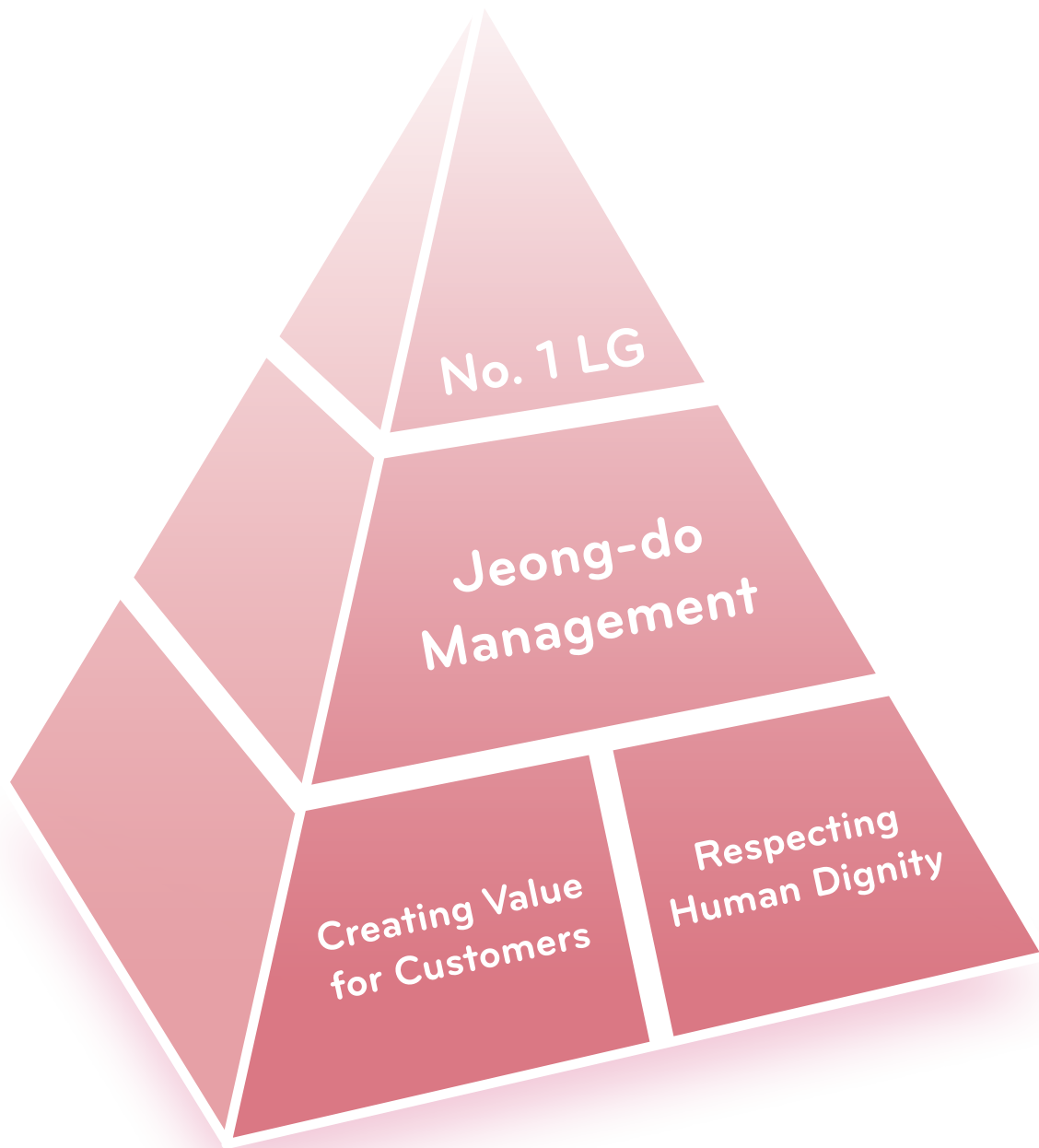


# SATISFAIRE NOS PARTENAIRES : notre PRIORITÉ

Le code de bonne conduite de LG  
Electronics



# LG WAY





## LG Way reflète des convictions, des valeurs et des aspirations fondamentales qui ont favorisé notre croissance et notre réussite au cours des années. C'est cela qui contribue à satisfaire les besoins de nos partenaires.

Depuis la commercialisation de nos premiers produits il y a plus de 50 ans, nous nous sommes toujours efforcés d'enrichir la vie de nos clients tout en instaurant un climat de respect et d'unité parmi nos collaborateurs : c'est le credo de notre société. Notre philosophie de management reflète des convictions, des valeurs et des aspirations fondamentales qui ont favorisé notre croissance et notre réussite au cours des années. C'est cela qui contribue à satisfaire les besoins de nos partenaires.

### Notre vision

Être N° 1 ne se traduit pas seulement en termes de taille ou de rentabilité. Être N° 1 repose également sur des pratiques de management saines et transparentes afin de bénéficier d'un avantage concurrentiel à l'échelle internationale et d'une présence importante sur les marchés.

Nous faisons la promesse suivante à nos partenaires : nous nous engageons à respecter en permanence une conduite irréprochable afin de faire de LG Electronics une entreprise respectée de ses concurrents, admirée par les talents du monde entier et à laquelle les clients accordent leur confiance.

### Notre philosophie

« Creating Value for Customers », notre priorité au quotidien. Quelle que soit notre tâche, nous prenons toujours en compte les attentes de nos clients et basons toutes nos activités commerciales sur leurs besoins. Nous nous efforçons d'innover et de réinventer en permanence nos produits et nos services afin d'identifier activement de nouvelles manières de satisfaire nos clients.

« Respecting Human Dignity », cette devise nous permet de développer une entreprise qui attire de nombreux talents et contribue à leur développement. Nous pensons que toute personne doit bénéficier d'un traitement impartial, d'une évaluation équitable et d'un soutien permanent afin d'exploiter pleinement son potentiel. En saluant les performances individuelles et en respectant la créativité et l'initiative de chacun, nous faisons de notre société un environnement de travail favorisant une meilleure satisfaction des besoins de nos partenaires.

### Une conduite irréprochable

C'est en déployant d'énormes efforts et en faisant preuve de fortes aptitudes professionnelles que notre entreprise gagne le respect de ses actionnaires, du marché et de la société tout entière. Pour maintenir cette ligne de conduite, nous devons absolument nous engager à respecter les règles et à ne tolérer aucune digression. En faisant preuve d'honnêteté, d'intégrité et d'équité, nous nous imposons comme une société au sein de laquelle les salariés peuvent tendre vers leurs objectifs avec passion et générer des idées novatrices qui sauront satisfaire nos clients.

Ainsi, le « Jeong-do Management » (« management by principle ») va bien au-delà d'un management éthique : il établit une conduite irréprochable nous permettant de donner vie à notre philosophie afin de devenir une entreprise plus solide, capable de faire face à la concurrence.



# LE MOT DU PDG

Ces dernières années, LG Electronics a connu une importante réussite. Nous avons fourni des produits et services de pointe à nos clients, amélioré davantage notre environnement de travail et satisfait les besoins de nos nombreux partenaires.

Ces résultats ont leur source dans notre philosophie commerciale qui consiste à satisfaire pleinement nos clients et à traiter nos collaborateurs avec respect. Afin de pérenniser notre réussite, nous devons constamment nous engager à respecter ces valeurs fondamentales.

Le code de bonne conduite de LG Electronics se fonde sur ces valeurs fondamentales. D'une part, il nous permet d'effectuer nos tâches conformément aux principes que nous défendons. D'autre part, il définit la conduite à adopter dans diverses situations et fournit des outils supplémentaires lorsque nous peinons à trouver le comportement qui convient.

Le respect de ce code est obligatoire et primordial. Nous ne pouvons pas assurer notre réussite sur le long terme si nous sacrifions nos valeurs et nos principes pour saisir des opportunités à court terme. J'invite donc chaque salarié à lire ce



code de bonne conduite et à comprendre la manière dont il s'applique à nos tâches quotidiennes. Je vous invite fortement à ne jamais laisser une priorité, quelle qu'elle soit, justifier un comportement qui ne respecterait pas ce code. Gardez-vous de recourir à des justifications telles que « C'était nécessaire pour atteindre les objectifs de vente » ou « Mon manager m'a dit de le faire ».

Les managers doivent répondre rapidement et dans le plus grand respect aux questions et inquiétudes des salariés concernant la « compliance » (conformité). Les sanctions prises contre les salariés qui expriment leurs doutes et parlent de leurs problèmes ne seront pas tolérées.

Ce code de bonne conduite représente un engagement que nous prenons vis-à-vis de nos partenaires. Nous pourrions ainsi concrétiser notre vision de No. 1 LG.

Le code de bonne conduite de LG Electronics se fonde sur ces valeurs fondamentales. D'une part, il nous permet d'effectuer nos tâches conformément aux principes que nous défendons. D'autre part, il définit la conduite à adopter dans diverses situations et fournit des outils supplémentaires lorsque nous peinons à trouver le comportement qui convient.

# SOMMAIRE

2	LG WAY
4	LE MOT DU PDG
8	INTRODUCTION

8	Pourquoi un code de bonne conduite ?
8	Qui doit suivre le code de bonne conduite ?
8	Qu'attend-on des collaborateurs LG ?
9	Non-respect des lois
9	À propos du code



10

## HONNÊTETÉ ET INTÉGRITÉ vis-à-vis de nos clients

- 12 Communications commerciales responsables
- 15 Produits sûrs
- 18 Qualité de produits élevée
- 21 Confidentialité et protection des données

24

## UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ÉPANOUISSANT pour nos salariés

- 26 Emploi équitable
- 29 Environnement de travail respectueux
- 32 Lieu de travail sûr

36

## COMPORTEMENT RESPONSABLE avec la concurrence et nos partenaires commerciaux

- 38 Collecte responsable des informations relatives à la concurrence
- 41 Utilisation appropriée des informations d'autres entités
- 43 Concurrence loyale
- 45 Interactions avec la concurrence
- 48 Interactions avec les partenaires commerciaux et les fournisseurs
- 51 Communication prudente
- 54 Respect de la propriété intellectuelle d'autrui
- 56 Aucune corruption ni paiement abusif

60

## PROTECTION de nos communautés

- 62 Protection de l'environnement
- 65 Commerce international responsable

68

## DIVIDENDES EXCEPTIONNELS pour nos actionnaires

- 70 Confidentialité et sécurité des informations
- 73 Protection de la propriété intellectuelle de la Société
- 76 Communication électronique adaptée
- 79 Conservation optimale des données
- 82 Gestion responsable des données sensibles
- 85 Communication externe prudente



# INTRODUCTION

## **Pourquoi un code de bonne conduite ?**

LG Electronics est une société globale d'envergure internationale, ce qui amène nos salariés à être exposés à un vaste éventail de lois et réglementations. Il est bien entendu difficile pour chaque salarié de toutes les connaître ou tout au moins la plupart d'entre elles. Par ailleurs, nous sommes implantés dans de nombreuses régions du monde, chacune ayant sa propre culture. Nous nous efforçons donc de mener nos activités avec cohérence et conformément aux lois et réglementations locales en vigueur sur tous nos segments de marchés, et sur tous nos sites, tout en étant respectueux des usages locaux. Ce code constitue un outil fondamental qui nous permet à tous de relever ces défis essentiels.

## **Qui doit suivre le code de bonne conduite ?**

Le code de bonne conduite de LG Electronics est destiné à l'ensemble de LG Electronics, Inc. (« la Société ») ainsi qu'à toutes les filiales de LG Electronics, Inc. situées à l'étranger.

## **Qu'attend-on des collaborateurs LG ?**

### **Vous devez :**

- Vous engager à respecter les valeurs fondamentales de la Société dans vos tâches quotidiennes et à aider la Société à devenir un environnement de travail épanouissant où chacun d'entre vous peut se surpasser pour nos clients et nos partenaires commerciaux.
- Vous conformer aux lois et réglementations des pays où vous travaillez.
- Adhérer aux règles et procédures de la Société liées à vos tâches.

- Demander des conseils lorsque vous hésitez sur les actions à mener face à une situation quelconque.
- Signaler vos doutes concernant d'éventuelles violations de ce code de bonne conduite ou d'autres politiques de la Société.

### **Si vous êtes manager d'autres salariés, vous devez :**

- Vous assurer que vos collaborateurs connaissent ce code de bonne conduite et les responsabilités qui en découlent.
- Répondre aux questions et inquiétudes de vos collaborateurs concernant le code de bonne conduite ou son application au quotidien.
- Être un exemple en matière de respect de ce code de bonne conduite et discuter avec vos collaborateurs de l'application du code dans votre travail quotidien.

### **Si vous avez la moindre question au sujet du code ou de son application dans votre travail :**

- Consultez votre manager, qui est la personne la plus à même de répondre sur les questions relatives à votre fonction. Si votre manager n'est pas disponible, contactez le service en charge des problématiques énumérées dans ce code ou votre service juridique.
- Si vous êtes manager d'autres salariés et que vous ne savez pas comment répondre à une question posée par l'un de vos collaborateurs, contactez également le service en charge des problématiques énumérées dans ce code ou votre service juridique.



### **Intégrez les différences culturelles**

Lorsque vous êtes en déplacement ou déménagez dans un autre pays, familiarisez-vous avec votre nouvel environnement. Cherchez à comprendre la culture et les usages locaux. Ayez à l'esprit que la loi et les réglementations locales peuvent être différentes de celles de votre pays d'origine. Si vous remarquez des conflits susceptibles d'affecter vos activités commerciales, parlez-en à votre manager pour trouver une solution adéquate.

### **Non-respect des lois**

#### **Le non-respect des lois engendre de lourdes conséquences.**

La violation des lois a de sérieuses conséquences pour la Société et pour les personnes impliquées. Ne pas respecter la loi peut avoir pour conséquence des poursuites pénales, des amendes administratives, des condamnations au paiement de dommages et intérêts, la résiliation de relations commerciales, la détérioration de notre image d'un point de vue commercial, ainsi que sur les marchés financiers. En outre, les personnes impliquées peuvent faire face à de lourdes conséquences, notamment des amendes, des peines de prison, des assignations en dommages et intérêts, mais aussi des sanctions en vertu du droit du travail.

#### **Si vous pensez que la Société risque de ne pas respecter les règles du code de bonne conduite :**

- Contactez tout d'abord votre manager.
- Ensuite, contactez votre compliance manager local et informez-le de la situation.

### **Signalez toutes sanctions éventuelles prises à l'encontre d'un salarié**

La Société ne tolère pas que des sanctions soient prises à l'encontre des salariés ayant signalé en toute sincérité un problème de non-respect d'une loi, d'une réglementation ou d'une règle de ce code. Les sanctions peuvent prendre diverses formes, allant de conséquences injustes sur l'emploi et les conditions de travail d'un salarié jusqu'au harcèlement moral. Si vous pensez que vous ou un autre collaborateur êtes victime de mesures visant à vous sanctionner, signalez-le immédiatement au service des ressources humaines.

#### **Il n'y a aucune excuse pour ne pas avoir respecté la loi.**

Les excuses suivantes ne sont pas recevables :

- « Même si je savais qu'il ne fallait pas, je l'ai fait parce que mon manager me l'a demandé. »
- « Je l'ai fait pour le bien de nos clients. »
- « Je l'ai fait pour atteindre les objectifs de la Société. »

#### **À propos du code**

Ce code de bonne conduite n'inclut pas l'intégralité des règles de la Société. Il ne vise pas à résoudre tous les problèmes auxquels vous serez confronté. La Société révisera ce code ainsi que ses autres règles et normes périodiquement, puis les communiquera aux salariés et à toute autre partie concernée.

**Ce code de bonne Conduite ne constitue pas un contrat de travail. LG Electronics ne crée aucun droit ou obligation contractuel de quelque nature que ce soit en publiant ce code de bonne conduite.**

# HONNÊTETÉ ET INTÉGRITÉ

vis-à-vis de nos clients

12	Communications commerciales responsables
15	Produits sûrs
18	Qualité de produits élevée
21	Confidentialité et protection des données

« Le client d'abord » est une devise que nous avons placée au cœur de toutes nos activités. Nous nous efforçons de satisfaire pleinement nos clients en tenant toujours compte de leurs points de vue et en répondant à leurs plus grandes attentes dans le cadre de toutes nos activités commerciales. Nous cherchons à inspirer confiance à nos clients et à leur prouver qu'ils peuvent compter sur nos produits et services en définissant des normes de qualité, en tenant nos promesses et en proposant continuellement des produits novateurs. Nous devons faire preuve d'une intégrité et d'une honnêteté indéfectibles dans toutes nos actions et établir une véritable relation de confiance avec nos clients.



## CAS PRATIQUE



Un nouveau produit attire l'attention par la qualité de son design. Si la Société pouvait mettre en valeur un autre aspect important du produit, celui-ci serait encore plus attractif. Toutefois, même si ce produit propose une augmentation de plus de 5 % des performances, il semble qu'il ne soit doté d'aucune autre caractéristique particulière. Nos concurrents ont tendance à légèrement « gonfler » les performances mises en avant. Vous vous dites alors que la société pourrait bénéficier d'un meilleur avantage concurrentiel si, par exemple, elle annonce que les performances de son produit ont été optimisées de 10 %. Dans tous les cas, vous ne vous attendez pas à ce que quiconque soit capable de ressentir ou d'évaluer la différence.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# COMMUNICATIONS COMMERCIALES RESPONSABLES

Notre Société établit et entretient des relations à long terme avec ses clients basées sur la qualité et la valeur de ses produits et services. Par conséquent, il est essentiel que nous les commercialisons de manière responsable et que nous exploitons leurs caractéristiques et avantages réels. Nos clients ont confiance en nous, car nous faisons preuve d'intégrité et d'honnêteté dans nos activités marketing. Nous satisfaisons nos clients en leur fournissant les informations dont ils ont besoin pour prendre les meilleures décisions d'achat. Nous ne devons jamais adopter des pratiques commerciales irresponsables qui mettraient en jeu la réputation durablement établie de notre Société.

## LA CONDUITE À TENIR



Nous devons garantir que les activités marketing de la Société sont responsables, notamment si vous contribuez directement à l'étude et au développement des communications marketing.

### À SAVOIR

**Les communications marketing comprennent**, notamment :

- Les publicités et outils promotionnels.
- La description et l'étiquetage des produits.
- Les études, les résultats de test ou encore les comparaisons de produits ou de concurrents.
- Les publicités publiées sur un site intranet et d'autres communications, lesquelles ne sont pas nécessairement destinées à nos clients.

**Les salariés qui ont recours aux communications marketing**, dans le cadre de leurs activités commerciales ou qui sont impliqués dans l'élaboration ou la revue de publicités, de promotions ou d'étiquetage de produits ou de toute autre communication destinée à nos clients, doivent connaître et comprendre les normes, les règles et les procédures applicables de la Société.

**Nos communications marketing sont destinées à un vaste public** et seront observées de près par les consommateurs, les concurrents et les autorités administratives. Nous ne devons en aucun cas risquer notre réputation en nous impliquant dans des activités marketing inappropriées.



### LA BONNE RÉACTION

Nous ne devons pas prendre exemple sur nos concurrents : toutes leurs décisions ne sont pas nécessairement bonnes pour notre Société. Plus important encore, nous devons remettre en cause nos actions et veiller à ce qu'elles reflètent bien nos valeurs fondamentales, à savoir la satisfaction et le respect de nos clients. Si nous nous laissons aller à l'exagération, même si elle est à peine visible, nous essayons tout de même de vendre nos produits sur la base de fausses informations. Nos clients s'attendent à ce que nous soyons honnêtes quant à la satisfaction que nous leur promettons, et ce, indépendamment de leurs attentes auprès de la concurrence.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Nous assurer que toutes les modifications apportées aux produits ou services de la Société sont rapidement communiquées avec précision aux services concernés.
- Garantir l'exactitude des données de base et de fabrication (pays d'origine, assemblage, etc.) qui apparaissent dans les communications marketing, sur les étiquettes et l'emballage des produits, mais aussi dans les documents promotionnels. Ainsi, nous nous assurons que nos produits sont correctement commercialisés et étiquetés.
- Vérifier que les documents marketing conçus par les agences de publicité ou d'autres entreprises tierces respectent bien les règles de la Société et les lois en vigueur.
- Proscrire tout document marketing de la Société qui contient des informations trompeuses ou fallacieuses ou encore qui omet des informations importantes susceptibles d'aider les clients à prendre les bonnes décisions d'achat.
- Éviter les comparaisons avec nos concurrents ou leurs produits  
lorsqu'elles ne sont pas fondées sur des données factuelles et objectives  
ou lorsqu'elles se révèlent injustes pour le concurrent ou le produit.
- Éviter de distribuer et de divulguer des documents marketing contenant des informations (par exemple, au sujet des performances, de la qualité supérieure ou de la part de marché des produits) qui ne sont pas encore appuyées par des tests ou d'autres données fiables.
- Ne jamais utiliser comme une excuse des documents marketing inappropriés conçus par une autre entreprise.

## ATTENTION

- Il est important d'user de prudence en ce qui concerne les exagérations dans les documents marketing. Il peut être opportun d'embellir les qualités de notre produit dans le cadre d'une technique marketing. Mais nous ne devons jamais donner à nos clients une fausse impression concernant les caractéristiques de nos produits ni entrer en conflit avec des données factuelles.
- Lorsque nous commercialisons un produit de la Société, nous devons insister davantage sur ses points forts que sur les points faibles d'un produit concurrent. En développant, fabricant et commercialisant les meilleurs produits, notre objectif principal est de devenir les leaders du marché. Nous devons nous attendre à ce que nos concurrents étudient attentivement toutes les publicités qui mentionnent leurs produits. Dans un souci d'équité, nous devons faire preuve d'une extrême prudence lorsque nous les citons.





## CAS PRATIQUE

Même si notre nouveau produit est conforme aux normes de sécurité, vous ne pouvez pas vous empêcher de douter de la sécurité du produit. Une révision complète du design du produit est très coûteuse. Vous envisagez donc de dissiper ces doutes via l'étiquette de précaution à prendre.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# PRODUITS SÛRS

La sécurité et la fiabilité de nos produits sont les caractéristiques élémentaires qui nous assurent la satisfaction de nos clients. Notre engagement envers un design sûr, une fabrication de qualité et un service après-vente irréprochable nous permet de nous démarquer de la concurrence et d'apporter toutes les garanties à notre clientèle. L'innovation repose principalement sur une sécurité accrue du produit. C'est la promesse que nous faisons à nos clients. Ainsi, ces derniers ont confiance en nos produits et nous leur prouvons que nous les valorisons véritablement.



## LA CONDUITE À TENIR

Nous soutenons tous les efforts visant à assurer la sécurité des produits de notre Société. Nous signalons tous les problèmes liés aux matières premières, au design et à la fabrication du produit, au marketing, à l'utilisation du produit ou au service après vente afin de garantir la sécurité de nos produits à nos clients. Aucun objectif commercial, notamment en matière de design, de commercialisation et de coût, ne justifie un comportement pouvant compromettre la sécurité d'un produit de notre Société.

## À SAVOIR

**La sécurité des produits est notre priorité.** À défaut de mettre en place les garanties adéquates ou de résoudre les problèmes liés à la sécurité, nous encourons d'importantes sanctions, notamment des sanctions administratives, des poursuites judiciaires, mais nous risquons également de ternir la réputation de la Société.

« **Creating Value for Customers** », cela ne consiste pas uniquement à ne pas engager notre responsabilité. Nous devons également nous engager à identifier activement les opportunités de supprimer les problèmes de sécurité et, par conséquent, d'optimiser la qualité de nos produits. C'est pourquoi notre Société met en place divers processus visant à assurer la sécurité des produits, un point sur lequel toutes les étapes de ces procédures sont centrées, qu'il s'agisse du design (pour résoudre les éventuels problèmes d'utilisation), de l'approvisionnement, de la fabrication, du test des produits, du contrôle qualité ou du marketing. Après la vente d'un produit, la Société continue d'en surveiller l'utilisation pour identifier le moindre problème de sécurité et, le cas échéant, prendre les mesures correctives qui s'imposent.

Les employés et responsables chargés de la sécurité des produits doivent consulter notre document intitulé **Product Safety Operation Principles** afin d'obtenir de plus amples informations sur ces procédures clés.



## LA BONNE RÉACTION

Les étiquettes de précaution à prendre qui identifient clairement tous les risques potentiels sont essentielles afin de garantir la sécurité de nos produits pour les clients. Il nous incombe, avant tout, de concevoir et de fabriquer des produits de la meilleure qualité possible afin qu'ils soient conformes aux normes de notre Société et qu'ils répondent aux attentes de nos clients en termes de sécurité. Bien entendu, toute modification apportée au cours des étapes ultérieures du processus de développement génèrent des conséquences importantes. Il est donc essentiel d'impliquer dans le processus de prise de décision des collaborateurs travaillant dans d'autres services. Nous devons être convaincus que nos produits respectent les normes de sécurité et ne posent aucun risque en la matière.

## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE



- Nous conformer à toutes les procédures et règles de la Société en matière de design, d'approvisionnement et de fabrication pouvant avoir un impact sur la sécurité de nos produits.
- Signaler les matières premières défectueuses ou suspectes, les designs ou pièces pouvant altérer la qualité ou la sécurité des produits.
- Signaler tout problème lié à la sécurité du produit, le plus tôt possible dans le processus de conception, et, dans tous les cas, dès la prise de connaissance d'une telle situation.
- Ne jamais transiger sur la sécurité du produit afin d'atteindre un autre objectif. En cas de conflits entre deux objectifs, parlez-en à votre manager.
- Ne jamais négliger ou ne jamais permettre à autrui de négliger une étape du processus de contrôle qualité. Cela altérerait l'efficacité du test et, par conséquent, la sécurité du produit.
- Ne jamais autoriser les fournisseurs à enfreindre les exigences de la Société en matière d'approvisionnement. Nous risquerions alors d'inclure des composants ou des matières premières défectueuses ou de mauvaise qualité dans nos produits finis.
- Ne jamais ignorer les problèmes liés à la sécurité des produits sous le prétexte qu'ils ont été signalés à une étape ultérieure du processus de développement.

## ATTENTION

- Nous devons identifier tous les incidents de sécurité récurrents ou répétitifs liés à nos produits. La sécurité de nos clients passe avant toute autre considération. Il est de notre devoir de mettre en œuvre une procédure de rappel de nos produits si nous pensons qu'ils présentent des défauts de fabrication étendus ou des défauts intrinsèques aux produits.
- Notez également que plusieurs pays disposent de réglementations qui obligent les fabricants et distributeurs à signaler immédiatement tout problème de sécurité ou tout étiquetage non conforme aux autorités compétentes.
- Tout produit conforme aux normes et réglementations de sécurité obligatoires peut ne pas être entièrement sûr pour nos clients. Pour s'en assurer, nos produits doivent également être conformes aux normes de sécurité de notre Société. Les normes de sécurité obligatoires représentent le niveau de sécurité minimum. Tout produit qui ne respecte pas les normes de sécurité obligatoires sera considéré, dans la majorité des cas, comme étant dangereux.
- Nous devons écouter attentivement les inquiétudes d'autrui et envisager les impacts à long terme. Si un collaborateur pose une question ou manifeste une inquiétude quant au design, à la fabrication ou à l'étiquetage d'un produit, cela peut avoir des implications quant à la sécurité du produit.
- Même si vos tâches spécifiques ne concernent pas la procédure de test, le contrôle qualité des produits ou toute autre activité similaire, vous êtes néanmoins responsable de la sécurité de nos produits. Nous vous invitons donc à signaler à la personne en charge de la sécurité des produits toutes les difficultés auxquelles vous êtes confronté lorsque vous utilisez des produits de la Société pouvant poser un problème de sécurité.



## CAS PRATIQUE

Vous venez de concevoir une nouvelle fonctionnalité innovante, susceptible d'accroître la popularité de votre produit sur un marché calme et complaisant. Cette fonctionnalité étant nouvelle, les réglementations la concernant ne sont pas claires : vous ne savez pas si vous pouvez l'inclure dans le protocole de test du produit. En outre, cette fonctionnalité consomme beaucoup d'énergie. Vous considérez que les résultats des tests seront probablement meilleurs si la fonctionnalité est désactivée.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# QUALITÉ DE PRODUITS ÉLEVÉE

La fiabilité, la résistance et la sécurité de nos produits sont des valeurs essentielles de notre activité. Nous enrichissons la vie de nos clients grâce à des produits de qualité qui résistent à une utilisation intensive. Comme nos clients le constatent jour après jour, l'excellence de nos créations et fabrications reflète notre engagement envers eux, à savoir les satisfaire en toutes circonstances. Pour atteindre cet objectif, nous mettons en place des normes et respectons diverses réglementations visant à protéger le consommateur. Ainsi, nous devons concevoir, fabriquer et commercialiser des produits conformes aux hauts niveaux de sécurité et de qualité auxquels nous adhérons.

## LA CONDUITE À TENIR



Nous garantissons que tous les produits sont conformes aux spécifications et aux normes internes de la Société en matière de fiabilité, de résistance et de sécurité. Il est impératif de signaler tout problème, indépendamment de sa gravité, afin que la Société puisse tenir son engagement et proposer les produits les plus conformes et les plus développés du marché.

### À SAVOIR

**Les caractéristiques du produit** résolvent certains problèmes, notamment les suivants :

- Les normes internes de fiabilité, de stabilité et de sécurité du produit en général.
- La compatibilité électromagnétique.
- Les exigences environnementales, comme les matériaux dangereux, l'étiquetage concernant le recyclage et les économies d'énergie.
- Les considérations liées au design pour les produits destinés aux enfants, aux personnes âgées et aux personnes handicapées.
- Toute autre condition requise pour assurer la qualité et la compatibilité avec d'autres produits ou services.

**Nos produits touchent de nombreux clients à travers le monde.** Dans ce contexte, le non-respect des normes sur les produits peut avoir de lourdes conséquences, notamment des poursuites judiciaires de la part des consommateurs, la détérioration de l'image de notre marque et de la réputation de la Société, des dommages et intérêts, de coûteux rappels de produits et des « class actions ».

**Nos exigences supérieures sont reconnues** non seulement via nos produits eux-mêmes, mais également dans le comportement que nous adoptons à cette fin. Nous devons donc faire preuve du plus haut degré d'intégrité et de professionnalisme lors des processus de validation et de certification de la qualité de nos produits. Les employés chargés de la Quality & Standards Assurance sont tenus de prendre connaissance du document intitulé **Standards Operation Principles**, et d'appliquer ces consignes lors des tests de qualité de nos produits et de la vérification de leur conformité. Nous devons également veiller à impliquer les experts locaux dans ces procédures pour garantir que la Société comprend et respecte les réglementations locales.

### LA BONNE RÉACTION

En tant que Société orientée vers l'innovation du design et des fonctionnalités visant à satisfaire nos clients, nous sommes parfois confrontés à des lois qui ne sont pas claires lorsque nous développons nos produits. Nous devons donc nous efforcer constamment de fournir la qualité que nos clients attendent de nos produits, et ce, quelles que soient les dispositions des lois en vigueur. Cela signifie que nous devons faire preuve de professionnalisme et chercher à obtenir des clarifications auprès des autorités de régulation, même si leur réponse s'avère être à notre désavantage. Dans la mesure où nos clients vont utiliser quotidiennement chaque nouvelle fonctionnalité de nos produits, il est important de demander aux autorités si les paramètres de test doivent aussi être interprétés pour inclure cette fonctionnalité.





## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Garantir, si vous êtes impliqué dans les processus de test et d'assurance qualité, que tous les produits évalués sont bien conformes aux mesures de qualité/ test spécifiées, mais aussi aux objectifs généraux liés à la fiabilité, la qualité, la résistance et la sécurité de nos produits.
- Assurer que les produits, les pièces ou les composants fabriqués par nos fournisseurs respectent les caractéristiques adéquates.
- Contrôler les réglementations sur les nouveaux produits en vigueur dans votre région et les communiquer rapidement au personnel en charge des normes et du développement produit.
- Demander à votre manager ou contacter l'autorité de régulation appropriée lorsque vous ne savez pas quel protocole de test ou quelle norme appliquer à nos produits.
- Suivre attentivement la procédure de la Société lorsque vous utilisez des substituts aux composants ou matériaux déjà testés et spécifiés.
- Ne jamais autoriser la mise en place de tests produit insuffisants ou fallacieux, notamment dans les cas suivants :
  - Falsification ou sélection de tests comprenant uniquement des données avantageuses pour la Société.
  - Tests menés dans des conditions incomplètes.
  - Mise à l'écart des protocoles de test adéquats.

## ATTENTION

- Restez au fait des évolutions des réglementations liées aux normes produit. Cherchez toujours à comprendre ces exigences essentielles. Remettez en question les activités de la Société afin de vous assurer que cette dernière développe des produits parfaitement conformes aux lois en vigueur.
- Soyez vigilant lorsque vous recevez des plaintes d'associations de consommateurs, d'autorités de régulation ou de concurrents au sujet de la conformité aux normes des produits ou des erreurs d'étiquetage.
- Faites attention aux changements qu'un fournisseur apporte à ses processus de design, de signature de contrats ou de fabrication. En effet, ces modifications peuvent affecter les matériaux que le fournisseur nous envoie, ce qui créerait des problèmes dans nos propres processus.
- Étudiez attentivement toute déviation importante du modèle de base lorsque vous concevez des variantes de nos produits. Assurez-vous toujours que ces modifications sont correctement communiquées à l'ensemble de la Société. Vérifiez si ces changements nécessitent de mener une nouvelle étude de la conformité de ces produits.

## DES PRODUITS REMIS À NEUF DE FAÇON RESPONSABLE

Dans le cadre des prestations que nous proposons à nos clients, nous remettons à neuf chaque jour un grand nombre de produits retournés ainsi que des produits de service. Parce que l'aspect et le fonctionnement de ces produits remis à neuf sont parfaits, il pourrait être envisageable de les reconditionner et de les revendre en tant que produits neufs. Toutefois, vous devez savoir que :

- Même si nos produits remis à neuf sont identiques aux produits neufs en termes de fonctionnement, ils sont toujours considérés comme des produits « d'occasion » sur le plan juridique. Par conséquent, ils ne peuvent être vendus en tant que produits neufs. Assurez-vous que les clients qui achètent ce type de produits comprennent bien qu'il s'agit de produits « remis à neuf ».
- La plupart des clients pensent que leurs produits de service sont réparés avec de nouvelles pièces. Si tel n'est pas le cas, il est alors prudent de mentionner ce fait dans la garantie du produit pour éviter tout risque de malentendu de la part de nos clients.



## CAS PRATIQUE

Vous travaillez pour le service clientèle. Parmi vos diverses responsabilités, vous devez analyser les données recueillies par nos centres d'appel afin d'optimiser la qualité de nos produits. Un service marketing d'une de nos filiales située à l'étranger a besoin des données de base sur les consommateurs de votre région afin de développer une stratégie commerciale pour le lancement d'un nouveau produit. Vous savez que nos centres d'appel demandent l'autorisation aux appelants de leur poser des questions personnelles. Vous vous demandez donc si vous avez le droit de communiquer ces données au service marketing.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# CONFIDENTIALITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES

Au fur et à mesure de l'évolution de nos opérations commerciales internationales, nombre de nos activités dépendent davantage des informations personnelles fournies par nos clients. Bien que la technologie ait optimisé l'accès aux données personnelles des individus ainsi que la rapidité d'échange de ces informations, elle engendre toutefois une augmentation des risques d'utilisation inappropriée. Nos clients comptent sur nous pour éviter que les informations personnelles qu'ils fournissent à la Société soient divulguées et utilisées à mauvais escient. Faire preuve d'intégrité et gagner la confiance de nos clients encourage davantage ces derniers à nous communiquer leurs données personnelles, ce qui nous permet de mieux les satisfaire.



## LA CONDUITE À TENIR

Chaque collaborateur est tenu d'apprendre et de respecter la politique de la Société liée à la collecte, à la gestion et au partage responsables des informations personnelles de nos clients.

### À SAVOIR

**Les données personnelles** peuvent être des symboles, du texte, des images, des fichiers audio/vidéo et d'autres données susceptibles d'être utilisées seules ou associées à d'autres informations pour identifier une personne. Cela signifie que ces données personnelles comprennent au moins les éléments suivants :

- Des éléments d'identification personnelle (numéro de sécurité sociale, numéro du permis de conduire, etc.).
- Diverses informations spécifiques à la personne (âge, état civil, religion, profession, voire même centres d'intérêts ou loisirs).

**Nous empêchons toute divulgation non autorisée des données personnelles, comme nous le faisons pour toute information confidentielle de la Société.**

Pour en savoir plus, consultez également la section « **Confidentialité et sécurité des informations** » à la page 66.

**Les collaborateurs travaillant pour les services clientèle, informatique, commercial, distribution, logistique** ou d'autres services qui ont souvent accès aux informations personnelles des clients ont des responsabilités spécifiques, conformément à la **Corporate Personal Information Protection Rules** de la Société visant à assurer leur utilisation responsable.



## LA BONNE RÉACTION

Nous avons pour priorité de développer des stratégies marketing efficaces, tout en gérant de manière responsable les informations personnelles et en respectant les lois en vigueur. Lorsque nos clients nous autorisent à utiliser leurs données personnelles, nous limitons cet usage à un but spécifique. Nous devons respecter ces restrictions avant de partager des données personnelles, ce qui atteste de l'intégrité dont nous faisons preuve dans nos relations avec nos clients. La Société peut également avoir des responsabilités juridiques concernant l'envoi de données personnelles à l'étranger, notamment les informations provenant de l'Union européenne.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE



- Utiliser et gérer les informations personnelles fournies à la Société uniquement à des fins commerciales légitimes. Se conformer aux restrictions d'utilisation de ces données par la Société.
- Respecter les procédures de la Société concernant le partage des informations personnelles avec des parties tierces ou situées à l'étranger (notamment pour l'Union européenne). Assurez-vous de divulguer ces informations uniquement lorsque cela s'avère nécessaire et de bien obtenir l'accord de la personne ayant fourni ces données avant de procéder au partage.
- Protéger les informations personnelles reçues ou consultées à l'instar de toute information confidentielle de la Société. Par exemple, sécurisez en permanence les fichiers ou dossiers contenant ces données et communiquez-les uniquement aux collaborateurs qui en ont besoin pour effectuer leur travail.
- Respecter les droits de l'individu relatifs aux informations personnelles qu'il a fournies. Ceci comprend le droit de consulter, modifier, détruire ou interdire l'utilisation de toute donnée confiée à la Société.
- Signaler toute perte, divulgation ou modification non autorisée des informations personnelles fournies à la société.
- Ne pas partager, divulguer, modifier ou endommager des données personnelles sans l'accord préalable de la personne les ayant fournies, le cas échéant.
- Ne jamais envoyer des informations personnelles hors du pays où elles ont été recueillies sauf après vous être assuré que la législation locale le permet.
- N'accepter aucune information personnelle provenant de nos partenaires commerciaux sans en connaître les intentions d'utilisation.
- Ne stocker aucune donnée personnelle inutile ou n'étant pas liée à vos activités sur votre ordinateur. Si les informations sont essentielles à votre travail, supprimez-les immédiatement une fois votre tâche terminée.

## ATTENTION

- Toutes les informations personnelles ne sont pas obtenues via des modes de communication courants, comme le site Web de la Société. En effet, même les matériaux et documents commerciaux ordinaires que nous utilisons quotidiennement sans réfléchir peuvent contenir des données personnelles. Il est donc primordial d'effacer ou de préserver l'anonymat de toute information personnelle lorsque nous partageons ces documents avec des collaborateurs ou des tiers.
- Portez une attention toute particulière :
  - Aux coordonnées et noms inclus dans les échanges commerciaux quotidiens avec nos partenaires commerciaux et nos fournisseurs.
  - Aux questionnaires de recherche, aux fichiers journaux contenant les plaintes clients et aux autres données utilisés dans le cadre d'enquêtes marketing et de processus d'assurance qualité.
  - Aux données et informations personnelles contenues dans les produits que les clients renvoient à la Société, tels que les téléphones portables ou les ordinateurs.

# UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ÉPANOUISSANT

pour nos salariés

26	Emploi équitable
29	Environnement de travail respectueux
32	Lieu de travail sûr

Nous sommes convaincus que nos collaborateurs sont nos plus importants atouts et que le respect de l'initiative et de la créativité personnelle est le meilleur moyen de satisfaire nos clients. Nos convictions se concrétisent par la méthode « Respecting Human Dignity », qui permet de garantir un environnement de travail positif où l'innovation peut se développer. C'est en faisant preuve de respect envers nos collaborateurs et collègues et en leur assurant un environnement de travail sûr, sain et diversifié que nous sommes le plus à même de satisfaire nos clients et nos nombreux partenaires.



## CAS PRATIQUE

Deux de vos salariés, un homme et une femme, peuvent être promus à un poste de direction. Tous deux ont la même ancienneté, justifient de la même expérience et ont suivi les mêmes études. La femme a enregistré de meilleures performances que l'homme. Cependant, votre service n'a jamais compté de femmes dans son équipe ni à un poste de direction. Vous vous demandez donc si une femme serait capable de gérer cette responsabilité dans un service qui n'est pas habitué à être dirigé par une femme.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# EMPLOI ÉQUITABLE

Nous pensons que la méthode « Respecting Human Dignity » concerne toutes les personnes avec lesquelles nous travaillons. En prenant des décisions de recrutement équitables et justes qui garantissent des opportunités équivalentes à nos collaborateurs, nous attirons et fidélisons plus facilement de nouveaux salariés. Nous assurons également leur développement personnel. Notre Société est un véritable vivier de compétences et d'idées diversifiées. Ainsi, nous mettons en place un environnement de travail agréable basé sur le respect qui encourage l'innovation et la créativité afin de satisfaire nos clients et nos autres partenaires.

## LA CONDUITE À TENIR



Nous tenons compte des problèmes commerciaux légitimes, mais aussi des performances et compétences individuelles lors de nos recrutements.

### UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Prendre toutes les décisions liées au recrutement, aux indemnités, aux avantages, à la formation, aux promotions, aux affectations et réaffectations, mais aussi aux programmes d'activités sociales et de loisirs selon les besoins de la Société et les compétences de l'individu.
- S'assurer, pour les collaborateurs qui prennent des décisions de recrutement, de bien comprendre les exigences documentées d'un poste afin d'éviter les considérations inappropriées dans le processus de prise de décision.
- Connaître, pour les collaborateurs qui mènent les entretiens des candidats, les questions inappropriées ou potentiellement illégales susceptibles de créer une situation de discrimination à l'embauche. En effet, dans de nombreux pays, il est déconseillé de poser des questions sur les convictions religieuses ou de demander à un candidat s'il est marié ou s'il a des enfants. En cas de doute, sollicitez l'aide de votre représentant du service des ressources humaines ou d'un membre du service juridique.
- Ne jamais faire preuve de discrimination envers autrui en se basant sur des considérations inappropriées sans lien avec le poste concerné, notamment les suivantes :
  - Âge
  - Race
  - Couleur
  - Sexe
  - Religion
  - Nationalité ou origine
  - Orientation sexuelle
  - Handicap
  - Autre caractéristique non liée au travail



### LA BONNE RÉACTION

Vous avez raison de vous soucier de la réussite de votre service à l'avenir tout comme vous devriez vous soucier de la réussite de vos subordonnés et de leur contribution à la Société. « Respecting Human Dignity », cette méthode nous pousse à traiter les individus en fonction de leurs compétences et talents et à ignorer toute question sans importance. Par ailleurs, notre engagement envers nos clients devrait nous amener à choisir les personnes en mesure de nous aider à atteindre cet objectif. Nous devons donc trouver la bonne personne pour ce travail, puis l'accompagner efficacement dans son nouveau rôle afin d'assurer sa réussite.



## ATTENTION

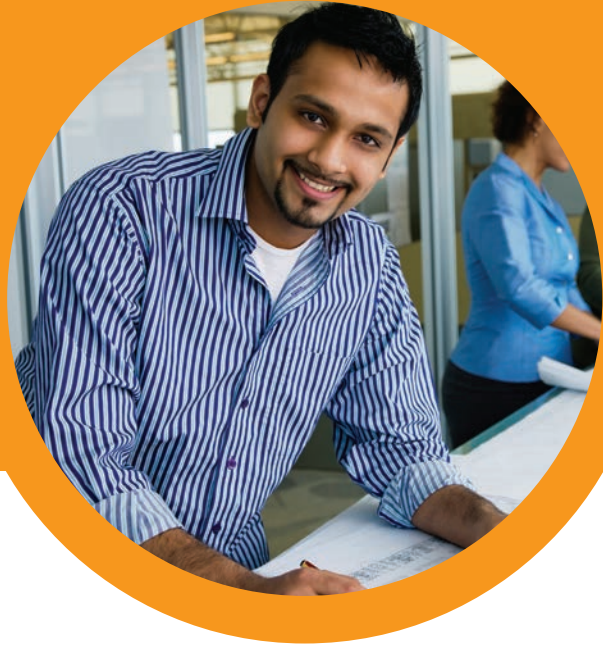
- Faites preuve de prudence si quelqu'un vous suggère de juger les compétences d'un candidat pour un poste spécifique en fonction de son sexe, son âge ou son origine. Parfois, un poste requiert des exigences particulières, notamment la capacité de soulever de lourdes charges. Dans ce cas, ces exigences doivent être incluses dans la description formelle du poste et s'intégrer de manière logique dans les activités du rôle. En revanche, une description de poste ne doit en aucun cas inclure l'une des considérations inappropriées répertoriées dans la section « Une conduite irréprochable » afin d'éviter toute discrimination.
- Méfiez-vous des recommandations que l'on peut vous faire concernant l'embauche d'un fournisseur ou de tout autre tiers en fonction de considérations inappropriées. L'engagement de la Société pour offrir des opportunités équitables englobe toutes les parties prenantes dans l'entreprise.
- Certains services, unités commerciales ou groupes de travail peuvent appliquer des règles différentes en matière de pratiques dans l'environnement de travail, notamment en ce qui concerne les congés maladie ou maternité. Ces variantes peuvent découler de lois et pratiques locales. Dans tous les cas, ces règles doivent être définies par écrit et se conformer aux réglementations locales.
- N'oubliez pas que la notion de diversité s'applique aux origines d'une personne, mais aussi à ses opinions et ses idées. Il est important que vous encouragiez la diversité sous toutes ses formes afin d'aider la Société à développer l'innovation et la créativité.



## CAS PRATIQUE

Vous avez été nommé responsable d'un petit groupe de travail. Alors que vous faites connaissance avec vos nouveaux subordonnés, vous remarquez que certains collaborateurs font des blagues et d'autres commentaires inappropriés sur le lieu de travail. Or, aucun de vos nouveaux subordonnés ne semble penser que ce comportement pose problème. Certains vous expliquent même que c'est leur manière de rester soudés. Vous hésitez à remettre en cause cette culture d'équipe qui semble bien fonctionner.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL RESPECTUEUX

Nous attachons beaucoup d'importance à instaurer un environnement de travail où chaque salarié est prévenant avec autrui et où tous se respectent mutuellement au quotidien. Grâce à ces échanges, nos collaborateurs se sentent en confiance pour proposer de nouvelles idées, critiquer de manière constructive les méthodes actuelles et travailler en sachant que leurs contributions sont appréciées. Un environnement de travail cordial permet aux individus de faire la différence et, par conséquent, à notre Société d'innover pour satisfaire nos clients, mieux servir l'ensemble de nos partenaires et trouver les moyens de mieux nous épanouir sur le plan personnel et professionnel.



## LA CONDUITE À TENIR

Vous devez interagir avec vos collègues et avec les autres avec égard et respect, mais aussi éviter tout comportement pouvant être considéré comme offensant ou hostile. En outre, vous ne devez jamais harceler, insulter, ni intimider un collègue ou un autre collaborateur.

### À SAVOIR

**Un comportement inapproprié** peut être considéré comme désobligeant par un collaborateur en raison de son âge, sa race, sa couleur, son sexe, sa religion, sa nationalité ou origine, son orientation sexuelle, son handicap ou d'autres caractéristiques personnelles.

Cela vaut notamment pour :

- Les propos que vous tenez, comme les commentaires ou les blagues, voire même la manière dont vous le dites.
- Les gestes ou contacts physiques ou visuels.
- L'utilisation de technologies, par exemple l'envoi d'e-mails, de textos et de messages téléphoniques inappropriés ou l'accès à des sites Web inconvenants.

**Les comportements inappropriés incluent également le harcèlement sexuel** ou les actions, suggestions ou commentaires à caractère sexuel inadéquats. Ces derniers peuvent être utilisés dans le cadre d'un recrutement (notamment pour obtenir une indemnité, une promotion ou un poste) ou être liés à la volonté ou au refus d'une personne de se soumettre à un comportement sexuel ou d'avoir une quelconque relation de cette nature. Cela inclut également les comportements qui créent un environnement de travail inconfortable pour les autres.

**Signalez vos doutes dans les cas suivants** : si vous observez ou faites l'objet de toute forme de harcèlement, vous devriez en parler à votre manager ou représentant du service des ressources humaines. La Société étudiera tous les signalements et prendra les mesures correctives nécessaires dans les plus brefs délais. La Société interdit formellement toute forme de sanctions prises à l'encontre d'un collaborateur signalant en toute bonne foi un comportement suspect.



### LA BONNE RÉACTION

En tant que manager, vous avez une responsabilité particulière qui consiste à créer un environnement de travail respectueux. Vous devez donc gérer les comportements individuels inappropriés tout en instaurant une atmosphère où ce genre d'attitude n'est toléré sous aucune forme. Il est important de reconnaître que personne ne peut savoir avec certitude si un individu se sent véritablement harcelé ou offensé par un comportement inapproprié. C'est pourquoi nous devons définir avec précision ce qu'est un comportement « inapproprié » au lieu de chercher à savoir s'il est accepté par les autres. Affirmer que tout le monde est habitué à être confronté à des comportements inappropriés ne signifie pas que de telles attitudes sont acceptables dans votre groupe.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE



- Faire preuve de respect et de considération dans vos échanges avec vos collègues et autrui.
- Être conscient de la manière dont vos propos ou comportements peuvent être perçus.
- Signaler à votre manager ou au représentant du service des ressources humaines en charge de ces questions tout cas de harcèlement ou autre comportement inapproprié que vous avez remarqué.
- Être particulièrement vigilant vis-à-vis des comportements inappropriés que vous pourriez adopter, en tant que manager, ou que vous pourriez remarquer chez les collaborateurs sous votre responsabilité.
- Ne pas adopter un comportement pouvant être offensant, harcelant, intimidant, insultant ou hostile vis-à-vis d'autrui, notamment dans les cas suivants :
  - Communications avec autrui, blagues ou utilisation de termes désobligeants.
  - Attitudes physiques ou visuelles pouvant offenser les autres.
- Ne pas utiliser les téléphones, les e-mails, les ordinateurs, les accès Internet ou d'autres technologies pour afficher ou communiquer des contenus inappropriés.
- Ne pas agir d'une manière qui pourrait créer un environnement de travail hostile ou mener autrui à penser que vous les harcelez sexuellement dans le cadre professionnel.

## ATTENTION

- N'oubliez pas que d'autres peuvent entendre ce que vous dites ou avoir vent de vos propos. Même lors de vos conversations privées avec un ami, évitez de faire des commentaires inappropriés qui pourraient être considérés comme offensants.
- Chaque région et pays a ses propres us et coutumes, notamment en ce qui concerne les comportements appropriés. Si vous travaillez ou vous vous rendez sur des sites implantés à l'étranger, informez-vous sur les différences qui existent avec votre pays d'origine. Gardez à l'esprit que les comportements et propos considérés comme appropriés dans votre pays ne le seront pas forcément ailleurs.
- Soyez conscient qu'en votre qualité de manager ou de collaborateur senior, vous pouvez influencer sur la manière dont les autres acceptent votre comportement. Faites toujours attention aux propos que vous tenez et aux comportements que vous adoptez face à des subordonnés.
- Pensez à toujours agir de manière appropriée face aux autres collaborateurs de la Société, qu'il s'agisse d'hommes ou de femmes.



## CAS PRATIQUE

Vous travaillez pour la Société depuis quelques années déjà et, à votre connaissance, personne n'est tombé malade ou ne s'est blessé en raison de son travail. En outre, la législation de votre pays ne requiert pas la mise en place de mesures de sécurité trop contraignantes et les risques de condamnation à une amende sont minimes. Vous vous demandez donc s'il ne serait pas possible de passer outre certaines règles qui vous semblent excessives compte tenu des normes locales.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# LIEU DE TRAVAIL SÛR

En faisant de la santé et sécurité notre priorité, nous générons de remarquables opportunités concernant l'environnement de travail. Dans le cadre de notre engagement envers une méthode « Respecting Human Dignity », nous nous soucions de notre bien-être, mais aussi de celui des autres personnes qui partagent notre environnement de travail. Ainsi, nous sommes pleinement responsables de l'atmosphère qui règne sur nos sites. Le bien-être de nos collaborateurs étant en jeu, nous ne nous limitons pas à respecter les lois en vigueur : une santé et une sécurité strictes en entreprise constituent depuis toujours notre responsabilité et notre objectif. En honorant nos engagements, nous pouvons empêcher tout accident et risque de blessure. La santé et la sécurité sont nos priorités et nous ne devrions jamais compromettre cela pour atteindre d'autres objectifs de la Société.

## LA CONDUITE À TENIR



Nous devons toujours agir et encourager nos collègues à agir dans l'intérêt de la santé et de la sécurité dans l'entreprise, conformément aux lois et réglementations en vigueur.

### À SAVOIR

**La Société s'engage à améliorer en permanence** ses performances en matière de santé et de sécurité via la mise en place de procédures et règles garantissant un environnement de travail sain, sûr et conforme aux normes du secteur, mais aussi à toutes les lois et réglementations locales connexes. Ces efforts éliminent les risques susceptibles de nuire à nos collaborateurs et partenaires commerciaux ou à la réputation de la Société en sa qualité d'entreprise responsable. Nous nous efforçons de promouvoir de bonnes pratiques sur l'ensemble de la chaîne logistique, mais aussi via les produits et services que nous offrons à nos clients.

**Dans le but d'atteindre ces objectifs**, les dirigeants de chaque unité commerciale doivent encourager et former de manière appropriée les salariés afin de répondre aux attentes de la Société concernant la santé et la sécurité. Les collaborateurs comme les managers sont priés de consulter le **Global EESH Codes** l'entreprise s'ils souhaitent en savoir plus sur ces attentes et la manière dont ils peuvent y répondre.



### LA BONNE RÉACTION

En tant que Société, nous sommes fiers d'obtenir de bons résultats en matière de santé et de sécurité. Nous sommes rarement confrontés à des problèmes parce que nous prenons des précautions et nous assurons une gestion efficace dans ce domaine. Ce n'est pas une question de chance. En effet, nous nous engageons totalement à mettre en œuvre une méthode « Respecting Human Dignity » nous incitant à nous soucier de notre propre santé et sécurité, mais aussi de celles des autres. Le code et manuel de santé et de sécurité en entreprise illustre cet engagement pour un environnement de travail sûr et sain en toutes circonstances. Il est par conséquent primordial que vous respectiez ces règles, même si elles vous paraissent insignifiantes. N'oubliez pas que même les règles les moins importantes ont un objectif.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Signaler tout accident, blessure et situation dangereuse survenant sur le lieu de travail.
- Utiliser les équipements de protection requis.
- Suivre une formation adéquate sur la santé et la sécurité en entreprise.
- Signaler les activités qui influent sur la santé et la sécurité et conserver les données portant sur la santé et la sécurité de manière appropriée.
- Travailler avec des fournisseurs et d'autres partenaires commerciaux qui s'inscrivent dans notre effort de promotion de la santé et de la sécurité, tant dans leur intérêt que dans le nôtre, dans leur environnement de travail comme dans le nôtre.
- Ne jamais compromettre la santé et la sécurité en entreprise afin d'atteindre d'autres objectifs commerciaux, même si ces derniers sont hautement prioritaires. Dans ce cas, signaler immédiatement le conflit à votre manager.
- Ne pas commencer une activité si vous doutez que les procédures requises assurent la santé et la sécurité en entreprise.

## ATTENTION

- Les accidents sur le lieu de travail touchent souvent des salariés qui travaillent pour la Société depuis longtemps, et pas seulement les nouveaux collaborateurs. Vous devez donc rester vigilants et observer les consignes de sécurité pour vous protéger ainsi que vos collègues. Montrez l'exemple.
- Lorsque vous travaillez avec des fournisseurs ou d'autres partenaires commerciaux, informez-vous sur les pratiques de santé et de sécurité que vous devez respecter dans leur environnement de travail.
- Surveillez votre état de santé et recherchez les signes (par exemple, manque de sommeil, prise de médicaments) qui peuvent mettre en danger votre santé et votre sécurité, mais aussi celles des autres. Les accidents surviennent lorsque vous relâchez votre attention et que vous devenez trop confiant vis-à-vis des règles de sécurité. Si vous pensez ne pas être capable de travailler dans votre état de santé actuel, parlez-en à votre manager.



# COMPORTEMENT RESPONSABLE

avec la concurrence et nos partenaires  
commerciaux

38	Collecte responsable des informations relatives à la concurrence
41	Utilisation appropriée des informations d'autres entités
43	Concurrence loyale
45	Interactions avec la concurrence
48	Interactions avec les partenaires commerciaux et les fournisseurs
51	Communication prudente
54	Respect de la propriété intellectuelle d'autrui
56	Aucune corruption ni paiement abusif

Pour satisfaire notre clientèle, nous devons être en mesure d'attirer de nombreux clients, fournisseurs, partenaires commerciaux et prestataires dans le monde entier et d'instaurer une relation étroite avec eux. Dans le cadre de notre collaboration avec nos partenaires comme dans les affaires que nous menons sur le marché actuel, nous faisons toujours preuve d'équité et offrons des opportunités identiques à tous. Ces valeurs constituent une priorité. En nous engageant à faire preuve d'équité et à offrir des opportunités identiques, nous développons des relations basées sur la confiance et le respect mutuel. En outre, en saluant les bons résultats obtenus de manière équitable, nous instaurons un environnement de travail qui récompense l'innovation et la créativité au service de nos clients.



## CAS PRATIQUE

Lors d'un entretien avec une nouvelle salariée potentielle travaillant actuellement pour une entreprise concurrente, la candidate vous montre des documents concernant ses tâches en cours. Ces documents semblent contenir des informations confidentielles appartenant à l'entreprise concurrente, qui pourraient aider votre service à optimiser son avantage concurrentiel. La candidate vous a montré ces informations de son plein gré. Vous hésitez donc à lui demander de vous laisser ces documents afin de « mieux évaluer son profil ».

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# COLLECTE RESPONSABLE DES INFORMATIONS RELATIVES À LA CONCURRENCE

Pour satisfaire nos clients, nous devons bien connaître nos marchés. Nous devons évaluer les informations sur la concurrence et les autres marchés afin d'identifier les centres d'intérêts et les besoins de nos clients, mais aussi de développer ou d'améliorer nos produits et services en conséquence. Grâce à ces efforts, nous faisons preuve d'intégrité en respectant les droits de nos concurrents et les règles d'une concurrence loyale qui assurent leur protection. Nous devons montrer que nous respectons les règles afin d'asseoir la réputation de notre Société en matière d'excellence et de performance.



## LA CONDUITE À TENIR



Vous devez recueillir des informations sur la concurrence auprès de sources légitimes uniquement et utiliser uniquement les données auxquelles vous avez le droit d'accéder.

### UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Se baser sur des sources publiées ou largement disponibles pour obtenir des informations sur la concurrence. Vous pouvez notamment consulter les rapports de recherche, les journaux et les documents marketing.
- S'assurer que les parties vous fournissant des informations sur la concurrence comprennent que vous accepterez seulement des données obtenues de manière légale.
- Discuter avec nos clients et prospects pour connaître leurs besoins et s'assurer que les informations qu'ils nous fournissent ne sont pas confidentielles, sauf si nous sommes autorisés à prendre connaissance de telles données.
- Expliquer aux nouveaux salariés qu'ils doivent se conformer aux conditions générales de tout accord de confidentialité légitime ou à toute autre disposition similaire qui les lie à leurs anciens employeurs ou à tout autre tiers.
- Ne pas demander aux nouveaux collaborateurs ayant travaillé pour une entreprise concurrente de fournir des informations confidentielles sur leur ancien employeur.
- Ne pas accepter d'informations provenant directement d'une entreprise concurrente. D'une part, il ne s'agit pas d'une manière légitime de recueillir des informations sur la concurrence et, d'autre part, le partage d'informations avec un concurrent pourrait suggérer l'existence d'un accord inapproprié entre nos deux sociétés. Pour en savoir plus, consultez également la section « **Interactions avec la concurrence** » à la page 45.
- Ne jamais mentir ni donner une fausse image de vous-même afin d'obtenir des informations sur la concurrence.
- Ne pas faire appel à une société de recherche, un cabinet-conseil ou à tout autre tiers afin de mener des opérations interdites tant pour vous que pour la Société.
- Ne pas demander ni accepter toute information sur nos concurrents provenant d'un partenaire commercial qui, à votre connaissance, n'est pas autorisé à les divulguer.

### LA BONNE RÉACTION

Notre avantage concurrentiel se fonde sur notre travail constant, nos idées innovantes et notre capacité à comprendre les besoins de nos clients. Nous ne comptons pas sur des informations que nous ne sommes pas autorisés à obtenir. Il peut être approprié d'aborder certains sujets avec un nouveau salarié, notamment son expérience professionnelle et ses connaissances générales. Mais en aucun cas, vous ne devriez demander à un collaborateur de divulguer des informations confidentielles sur une autre entreprise ou d'enfreindre un accord de confidentialité quelconque. Si vous avez eu connaissance d'informations confidentielles concernant un concurrent, contactez le service juridique de la Société pour éviter que l'on vous accuse de les avoir recueillies intentionnellement.





## ATTENTION

- Pensez-y à deux fois avant de demander ou d'accepter toute information sur un concurrent provenant d'un agent, d'un détaillant, d'un distributeur ou d'un consultant autrefois employé par cette entreprise et qui travaille actuellement pour la Société. Demandez conseil à votre service juridique.
- Soyez prudent avec les agents, les détaillants, les distributeurs ou les tiers qui refusent d'expliquer comment ils collectent des informations sur la concurrence. En effet, une telle attitude peut signifier qu'ils ont recours à des pratiques douteuses.
- Si vous obtenez d'une source anonyme une information sur un concurrent de manière inattendue, faites preuve de prudence. Avant de consulter les documents obtenus, demandez conseil à votre service juridique.



## CAS PRATIQUE

Vous trouvez sur votre bureau différents documents confidentiels appartenant à un partenaire commercial. Vous comprenez que nos partenaires partagent relativement souvent des informations sur leurs plans et produits pour promouvoir de nouvelles gammes de services entre nos sociétés respectives. Ces informations pourraient être très utiles et vous aider à optimiser le nouveau lancement de produit sur lequel vous travaillez actuellement.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# UTILISATION APPROPRIÉE DES INFORMATIONS D'AUTRES ENTITÉS

Faire preuve d'intégrité vis-à-vis de nos partenaires nous permet de tenir nos promesses et de respecter les intérêts commerciaux et les droits de nos partenaires. Tout comme nous attendons des autres qu'ils respectent les droits de notre Société concernant ses informations confidentielles, nous nous engageons à traiter de la même manière les données appartenant à nos clients, nos partenaires commerciaux et nos fournisseurs.



## LA CONDUITE À TENIR

Nous devons faire preuve de prudence lorsque nous obtenons, utilisons et partageons des informations appartenant à d'autres et nous devons respecter les directives appropriées lorsque nous agissons de la sorte.

### UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Être vigilant lorsque vous acceptez les informations confidentielles d'un concurrent potentiel. En effet, cela pourrait engendrer un conflit portant sur le point de savoir qui a été à l'initiative d'une idée.
- Demander des précisions à nos clients et partenaires commerciaux sur les conditions d'utilisation des informations confidentielles qu'ils nous fournissent.
- S'assurer que les informations partagées avec autrui sont identifiées comme appartenant à son propriétaire légitime.
- Ne pas oublier de toujours conclure un accord de confidentialité avant d'accepter des informations confidentielles. En cas de doute, consultez votre service juridique.
- Ne pas utiliser de données identifiées comme des informations confidentielles appartenant à une autre entreprise sans en connaître les directives et restrictions d'utilisation appropriées.

### ATTENTION

- Prenez connaissance des conditions d'utilisation convenues par la Société lorsque vous acceptez les informations confidentielles provenant d'un partenaire commercial. Assurez-vous que la Société respecte bien ces conditions et que ces dernières n'imposent pas des restrictions inattendues sur nos activités commerciales, comme empêcher la Société de développer un produit ou un concept similaire.
- Traitez avec prudence toute information qui ne semble pas avoir été mise à la disposition du public, qui n'appartient pas à la Société et dont vous ne connaissez pas le propriétaire. Cela pourrait signifier que cette information n'a pas été recueillie de manière appropriée auprès d'une autre entreprise. Vérifiez que vos collègues ont déjà fait des recherches sur ces « guidelines ».



### LA BONNE RÉACTION

Si vous ne connaissez pas la source d'une information ou si vous ignorez les droits dont nous disposons pour l'utiliser, il est conseillé d'en parler à votre service juridique. En acceptant des informations confidentielles, la Société devra peut-être se conformer à certaines obligations envers le partenaire, des conditions que nous ne souhaitons pas nécessairement accepter. Même si l'information a été obtenue de manière appropriée et que nous avons le droit de l'utiliser, nous faisons preuve d'intégrité et de respect envers notre partenaire commercial lorsque nous vérifions ses conditions et les droits dont nous bénéficions.



# CONCURRENCE LOYALE

Nous reconnaissons l'importance d'un marché concurrentiel qui encourage les entreprises à innover afin de mieux satisfaire les intérêts de nos clients et de notre Société. Il est primordial de respecter les règles d'une concurrence loyale favorisant des marchés concurrentiels solides afin d'optimiser notre capacité à innover et satisfaire nos clients. La conformité à ces lois est bénéfique pour notre Société et nous aide, ainsi que nos partenaires commerciaux, à mieux satisfaire nos clients. Nous nous engageons à respecter les règles d'une concurrence loyale en vigueur dans tous les pays où nous sommes implantés. Cet engagement permet de construire une relation de confiance avec nos partenaires commerciaux et nos clients tout en renforçant notre Société et en optimisant notre capacité à innover.



**Sachez que les lois sur la concurrence loyale sont relativement complexes** et varient en fonction des juridictions. Il peut être difficile de déterminer avec précision une violation de ces règles. Certains pays ont mis en place des règles afin d'élargir la portée de la législation nationale au-delà des frontières. Et nombre de nations ont augmenté la sévérité des amendes et mesures d'application.

Si vous travaillez dans les services commerciaux, marketing, de recherche et développement, de planification de production, d'approvisionnement en équipements ou matériaux ou en charge des négociations avec nos partenaires commerciaux ou nos fournisseurs, il est tout **particulièrement** attendu de vous que vous compreniez les règles de la Société concernant la concurrence loyale, mais aussi la manière dont celles-ci s'appliquent à vos tâches. **Pour en savoir plus, lisez le code international de bonne conduite en matière de concurrence.**

## À SAVOIR

**De manière générale, les règles de concurrence loyale limitent ou proscrivent :**

- Les contrats ou accords passés avec des concurrents ou entre une Société et ses clients, partenaires commerciaux ou fournisseurs qui limitent la concurrence de manière inéquitable.
- Une société qui abuse de sa position dans la chaîne logistique ou sur le marché pour obtenir un avantage inéquitable sur d'autres entreprises, notamment celles de petite taille.
- Une fusion, acquisition, « joint venture » potentielle ou toute autre alliance susceptible d'entraver la concurrence loyale sans demander une étude et un accord préalables aux autorités réglementaires ou administratives appropriées.

**Les individus qui enfreignent les règles de concurrence loyale sont passibles de poursuites judiciaires pouvant entraîner, notamment, de lourdes peines de prisons ou de sévères amendes. Cela s'applique à toutes les personnes impliquées dans de telles actions. Les conséquences sont également dévastatrices pour la Société qui peut recevoir de sévères amendes, faire l'objet d'une « class action » (procès collectif) et écoper de restrictions pour ses activités dans le pays concerné.** Afin d'éviter cela, la Société fait preuve d'une grande prudence lorsqu'elle mène des opérations commerciales pouvant entrer en conflit avec ces règles.

**Conformez-vous aux directives suivantes et vous ne serez pas confronté à ces problèmes :**

1. Faites preuve d'un jugement professionnel indépendant. Prenez vos décisions selon votre évaluation objective d'une situation et la prise en compte des options et faits disponibles.
2. Informez votre service juridique si un concurrent vous suggère d'agir de manière illégale.
3. Demandez de l'aide lorsque vous ne savez pas quelle attitude adopter.
4. Informez votre service juridique de toutes les communications provenant des autorités en charge de l'application des lois. Ne soumettez aucun document ou matériel sans l'accord du service juridique.



## CAS PRATIQUE

Un des partenaires commerciaux de la Société nous demande de vendre nos produits à un prix très bas. Cet acheteur ne transigera pas et prétend que notre concurrent vend le même produit à ce prix. Ce dernier aurait même suggéré ce tarif en premier. Sauf à ce que le marché connaisse une évolution radicale et problématique dont vous n'auriez pas connaissance, vous pensez qu'il est fortement improbable que le concurrent ait suggéré un tel prix. Vous pensez en parler directement au concurrent afin de vérifier les propos de ce partenaire commercial.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# CONCURRENCE LOYALE : INTERACTION AVEC LA CONCURRENCE

Nous respectons nos concurrents et nous évitons les situations qui pourraient donner l'impression que nous menons des actions inappropriées. En général, les relations entre concurrents peuvent poser des problèmes concernant la concurrence loyale. Notre premier devoir est de satisfaire nos clients. Nous répondons à leurs besoins en respectant les règles qui encouragent en permanence notre Société à innover et favorisent notre réussite sur un marché fort et compétitif.



## LA CONDUITE À TENIR

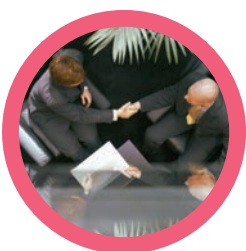
Ne concluez aucun accord ni contrat formel, informel ou implicite avec un concurrent sans l'accord du service juridique. Il est conseillé de toujours demander des conseils aux personnes appropriées avant d'encourager la Société à suivre les activités d'un concurrent. En effet, les autorités de régulation peuvent mal interpréter cette décision comme une pratique anti-concurrentielle.

## À SAVOIR

**Les pratiques anti-concurrentielles** ne concernent pas exclusivement les prix des produits. Elles peuvent porter sur tous les éléments pouvant influencer les tarifs ou le choix du client tels que :

- Entente sur les prix - Entente sur toute forme de prix avec nos canaux de distribution ou nos clients, notamment l'utilisation de formules, de réductions ou de remises ou bien l'entente sur les prix à payer aux fournisseurs.
- Soumission d'offre collusoire - Entente sur un appel d'offres pour un client ou un partenaire commercial, notamment entente sur un prix ou d'autres conditions en réponse à un appel d'offres. Typiquement, ce genre de pratique est mis en œuvre afin qu'un concurrent remporte un appel d'offres et qu'un autre concurrent remporte le prochain appel d'offres.
- Accords de distribution, de production, d'exploitation - Entente sur les niveaux ou les restrictions de production ou de distribution des produits, ou entente sur d'autres activités d'exploitation.
- Allocation des marchés, des zones géographiques, des clients - Entente sur la division et le partage des marchés, des zones géographiques et des clients afin de limiter la concurrence dans chaque situation.
- Boycotts de groupe - Entente sur le fait de ne pas faire des affaires avec certaines personnes ou groupes de clients, distributeurs ou fournisseurs, par exemple jusqu'à ce qu'un groupe accepte des prix ou d'autres conditions plus avantageuses.

**Ces ententes n'ont pas besoin d'avoir été mises en œuvre ou d'avoir été conclues en toute sincérité pour être illégales.** Les tentatives infructueuses de conclure de tels accords avec un tiers qui n'a pas l'intention de respecter cela peuvent également être considérées comme une entente enfreignant sur la concurrence loyale.



## LA BONNE RÉACTION

L'échange d'information sur les prix avec un concurrent n'est jamais la bonne solution. D'autant plus qu'il s'agit d'une pratique illégale dans de nombreux pays. Nous devrions nous mesurer à nos concurrents selon nos propres décisions liées à la tarification et, plus important encore, selon la valeur réelle des produits et services que nous fournissons à nos clients. Nous devons réfléchir la compétitivité de nos prix à l'aide de données que nous avons obtenues de manière légale.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE



- Éviter les réunions entre concurrents qui n'ont pas de but professionnel spécifique ou un ordre du jour défini incluant des sujets de conversation légitimes.
- Lorsque la discussion entre concurrents réunis de manière légitime commence à aborder les prix ou d'autres sujets sensibles :
  - Déclarer explicitement que cette discussion est contraire à la politique de la Société.
  - Quitter la discussion et s'assurer que votre déclaration et votre départ ont été notés.
  - Informer immédiatement votre service juridique de la situation.
- Ne pas échanger d'informations spécifiques avec un concurrent sans l'approbation du service juridique ou une garantie générale pour les échanges normaux d'informations. Par exemple, n'échangez pas d'informations sur :
  - Les prix
  - Les performances des produits
  - Les listes de clients
  - Les régions de vente
  - Les conditions de crédit

## ATTENTION

- Évitez toute discussion, tout échange d'informations ou autres communications avec un concurrent. Même les interactions les plus innocentes peuvent être mal interprétées et mettre en danger la réputation de notre Société.
- Certaines activités entre concurrents, notamment les « joint ventures », partenariats ou les programmes de recherche, peuvent être appropriées lorsqu'elles visent à satisfaire un client d'une manière spécifique que la Société ne pourrait pas accomplir toute seule. Cependant, demandez toujours l'avis du service juridique avant même d'engager la première discussion au sujet d'un tel accord avec un concurrent.



### CAS PRATIQUE

Notre Société est l'unique client de l'un de nos fournisseurs. Dans le cadre de notre relation avec ce fournisseur, nous avons eu quelques désaccords que ce fournisseur peut avoir perçus comme des injustices. Cette relation ne fonctionne pas bien pour la Société et vous voulez y mettre un terme.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# CONCURRENCE LOYALE : INTERACTIONS AVEC LES PARTENAIRES COMMERCIAUX ET LES FOURNISSEURS

La concurrence loyale inclut la manière dont nous interagissons avec nos concurrents, nos partenaires financiers, nos fournisseurs ou nos autres interlocuteurs. Nos relations doivent tendre à satisfaire nos clients et à collaborer efficacement avec nos partenaires commerciaux et non pas à limiter de manière inéquitable les échanges commerciaux. Dans ce but, nous nous efforçons d'instaurer un respect mutuel et une collaboration avec nos partenaires commerciaux en garantissant d'égales opportunités à nos partenaires et en faisant preuve d'équité et de transparence dans toutes nos transactions commerciales.

## LA CONDUITE À TENIR



Vous devez faire preuve d'équité et d'intégrité dans toutes vos relations avec nos partenaires commerciaux, nos fournisseurs ou nos autres prestataires. Soyez prudent lorsque vous suggérez des prix publics conseillés à nos clients ou lorsque vous définissez les conditions générales d'achat avec nos fournisseurs.

## À SAVOIR

Voici quelques exemples d'activités inappropriées qui concernent nos partenaires commerciaux :

- **Refus de passer un accord** - Ne pas vouloir s'associer avec un ancien partenaire ou un partenaire potentiel sans raison valable. Une telle attitude peut être considérée comme une tentative de se partager des clients avec la complicité d'un concurrent.
- **Exploitation injuste d'une position de négociation supérieure** - Utiliser la position supérieure de la Société sur un fournisseur ou un partenaire commercial pour inciter à pratiquer des tarifs inéquitables, refuser ou prolonger un délai de paiement, imposer des cibles de vente, rétablir des conditions commerciales ou interférer dans des activités de management ou d'autres activités illégitimes.
- **Discrimination en termes de prix ou de service** - Fixer des prix pour certains partenaires commerciaux au-delà d'une structure de tarification régulièrement appliquée et ce, sans raison valable. Fournir un soutien non financier peut également s'appliquer dans ce cas.
- **Accord exclusif avec certains partenaires** - Définition de conditions limitatives déraisonnables qui empêchent nos partenaires de mener leurs affaires comme ils l'entendent. Ces accords comprennent ceux conclus à la seule condition que nos partenaires ne s'associent pas à un concurrent et ceux définissant des territoires de vente exclusifs.
- **Gestion des prix de revente** - Exiger qu'un partenaire commercial vende les produits de la Société à un certain prix, l'arrêt des ventes envers ce partenaire suite à une de ses décisions en matière de prix ou la pénalisation d'un partenaire commercial pour ne pas avoir maintenu des prix de revente suite à la plainte d'un autre partenaire.
- **Mise en relation ou regroupement d'accords** - Exiger qu'un partenaire réalise ses ventes et achats auprès de la Société et vice-versa dans le cadre d'un accord de vente en gros ou pour des produits spécifiques indépendants.
- **Prix prédateurs** - Définir des prix très bas, de manière déloyale, pour les partenaires commerciaux ou les clients en dessous du coût de revient ou encore réalisation d'achats à des prix très hauts afin d'évincer les concurrents.

**Pour en savoir plus sur nos principes et normes dans le cadre d'une collaboration avec nos partenaires commerciaux, consultez la LG Electronics Procurement Policy**



## LA BONNE RÉACTION

La Société a le droit de choisir ses propres partenaires commerciaux. En outre, nous souhaitons aider dans la mesure du possible nos partenaires à réussir. Tant que nous prenons nos décisions en nous basant sur des données factuelles et un bon jugement, nous éviterons de contrevenir aux règles de la concurrence loyale. Nous devrions nous efforcer sincèrement de convaincre le fournisseur que notre décision a été prise de manière équitable et raisonnable. Nous devons aussi nous assurer que nous pouvons justifier cette décision selon les performances du fournisseur. Il est conseillé d'évaluer la situation avec le service juridique avant de conclure tout accord avec le fournisseur.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Avant de mettre en place de nouvelles normes de prix d'achat ou de prendre d'autres décisions au sujet des relations entre la Société et ses partenaires commerciaux, étudier la stratégie de la Société concernant les marchés internationaux « Goodbook » pour s'assurer que les plans proposés ne mènent pas à conclure des accords déloyaux avec nos partenaires commerciaux.
- Analyser avec le service juridique les nouvelles stratégies marketing, promotionnelles et tarifaires qui peuvent amener la Société à différencier certains partenaires commerciaux.
- Communiquer clairement nos raisons, normes ou critères de décisions lorsque nos choix engendrent des modifications importantes en matière de tarifs, de volumes ou d'autres conditions de nos relations commerciales. S'assurer que nos partenaires comprennent que la Société se base sur des critères objectifs et équitables pour prendre ses décisions.
- Se fonder sur des critères objectifs et équitables pour prendre des décisions concernant des partenaires commerciaux en concurrence ou pour mettre un terme à une relation commerciale existante. S'assurer également de pouvoir fournir les documents adéquats qui prouvent qu'une telle décision a été prise en fonction de critères raisonnables et légitimes.
- Ne forcez jamais nos partenaires commerciaux à appliquer un prix de vente spécifique. Vous pouvez suggérer les prix de vente conseillés ; en revanche, toute menace ou implication destinées à interrompre les marchés en cours, à suspendre les primes ou à appliquer des sanctions sont susceptibles de violer le droit de la concurrence.
- Ne pas rencontrer deux partenaires commerciaux ou plus au même moment pour discuter de problèmes pouvant enfreindre les règles de la concurrence, comme la sélection d'un partenaire spécifique ou la division de territoires.
- Ne pas conclure d'accord ni de contrat s'opposant aux principes d'une concurrence loyale sans aborder le sujet au préalable avec le service juridique.

## ATTENTION

- Tout accord ou contrat que la Société conclut avec ses partenaires peut comprendre des conditions susceptibles de pousser la Société à enfreindre ses propres normes ou d'autres exigences légales.
- Parfois, les partenaires commerciaux de la Société peuvent s'avérer être des concurrents. Dans ce cas, les règles de concurrence loyale doivent être encore plus strictement appliquées. Vous devriez donc en parler au service juridique.
- Notez tout particulièrement les cas où un partenaire de taille inférieure dépend largement de vos activités. Dans une telle situation, il est fortement probable que les actions prises à l'encontre du partenaire soient considérées comme un abus de notre position au sein de la chaîne logistique.
- Si vous refusez une association potentielle avec un partenaire commercial spécifique sans raison valable, les autorités de concurrence et l'entreprise rejetée peuvent soupçonner la Société de conspiration aux fins d'attribution de clients ou d'essayer de manière abusive de renforcer sa position dominante sur le marché.



## CAS PRATIQUE

Après avoir parlé à un partenaire commercial, vous êtes convaincu qu'un concurrent s'apprête à augmenter ses tarifs. Vous estimez alors que c'est le moment pour la Société de faire de même. Vous envisagez de soumettre une recommandation à votre manager stipulant que la Société devrait augmenter ses prix afin de s'aligner sur la concurrence.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# CONCURRENCE LOYALE : COMMUNICATION PRUDENTE

La Société s'engage également à respecter les règles de concurrence loyale dans ses communications internes et externes. Nos propos et nos écrits reflètent la manière dont nous faisons face à la concurrence, mais aussi nos efforts pour nous assurer que nos actions n'enfreignent pas les règles de concurrence loyale. Nous nous efforçons d'éviter toute opération qui pourrait suggérer que nous enfreignons ces règles. Nous devons en permanence nous y conformer lorsque nous évoquons les activités de la Société.



## LA CONDUITE À TENIR

Nous devons toujours faire preuve de prudence dans les communications orales et écrites de la Société liées aux problèmes de concurrence loyale. Il ne faut jamais laisser entendre que la Société est intéressée par des accords suggérant une concurrence déloyale.

## À SAVOIR

**Les communications d'entreprise** s'effectuent sous différentes formes, chacune étant susceptible de renforcer ou d'affecter la réputation de la Société. Voici quelques exemples de communications :

- Mémos écrits, e-mails, notes sur des morceaux de papier et messages instantanés.
- Présentations formelles à des partenaires, clients, fournisseurs, managers et collègues.
- Déclarations faites à une réunion avec des partenaires, devant une assemblée d'entreprises du secteur, lors d'une conférence de presse voire au cours d'une conversation informelle.



## LA BONNE RÉACTION

Il est légal et approprié pour le service juridique et d'autres salariés de demander à nos clients les tarifs que leur facture un concurrent ou des informations sur le marché provenant de sources tierces, comme une société de recherche. En revanche, il est inapproprié d'obtenir de telles informations directement auprès d'un concurrent. Lorsque nous communiquons sur de telles données sensibles, nous devons indiquer clairement la source de nos informations afin de ne soulever aucune question sur nos méthodes en la matière. Dans le cas évoqué, les données ont été obtenues de manière appropriée, mais le mémo que vous avez transmis à votre manager suggère que vous tenez ces informations du concurrent lui-même. Par conséquent, vous devriez reformuler votre message.

## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE



- Tenir compte des règles de concurrence loyale dans les communications orales ou écrites liées à la Société et à ses activités.
- Supposer que toutes les communications d'entreprise peuvent être contrôlées par les autorités judiciaires.
- Éviter toute formulation trompeuse pouvant donner une mauvaise impression quant aux activités concurrentielles de la Société.
- Éviter tout commentaire au sujet des tendances du secteur, notamment sur les prix, pouvant suggérer que la Société a conclu un accord avec des concurrents.
- Identifier la source d'une information sur la concurrence que vous incluez dans votre communication écrite afin de prouver sa légitimité. Pour en savoir plus, consulter également la section « **Collecte responsable des informations relatives à la concurrence** » à la page 38.
- Ne jamais dénigrer des concurrents ni leurs produits et services. Toute comparaison de produits et services doit être factuelle et étayée par des preuves. Pour en savoir plus, consulter également la section « **Communications commerciales responsables** » à la page 12.
- Ne pas utiliser de termes pouvant donner une mauvaise impression sur notre façon d'agir envers nos concurrents. Être particulièrement vigilant avec les expressions suivantes :
  - « Évincer la concurrence. »
  - « Nuire à la concurrence. »
  - « Nous dominerons le marché. »
  - « Coopérer avec les concurrents. »
  - « Nous avons un accord commun avec nos concurrents. »

## ATTENTION

- Nous devons respecter les ordonnances ou les injonctions judiciaires requérant la conservation des communications liées à une procédure judiciaire, d'une demande des autorités administratives ou de toute autre action en justice, même si de tels documents peuvent être détruits conformément aux procédures de conservation de la Société. La destruction inadéquate de ces communications peut causer un réel préjudice à la Société.

Pour en savoir plus, consultez également la section « **Conservation optimale des données** » à la page 75.



## CAS PRATIQUE

Un des produits de la Société s'est particulièrement bien vendu à l'étranger grâce à une campagne publicitaire efficace incluant une personnalité reconnue. Cette célébrité étant extrêmement populaire dans votre pays, vous pensez pouvoir réutiliser ces publicités dans votre environnement de travail afin d'optimiser efficacement les ventes à moindres frais. Vous savez que la Société a concédé les droits publicitaires de cette personnalité. Il vous suffirait donc de modifier les publicités pour qu'elles correspondent à la langue et au style de votre pays.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE D'AUTRUI

Dans le cadre d'une concurrence loyale, nous devons respecter les droits d'autrui en matière de propriété intellectuelle. Tout comme nous attendons que les autres respectent notre propriété intellectuelle, nous faisons preuve d'équité lorsque nous respectons la propriété intellectuelle d'autrui et agissons avec prudence quand nous développons de nouvelles idées. Dans une entreprise de haute technologie où les bonnes idées doivent fuser afin que la Société demeure concurrentielle, la manière dont nous traitons les droits d'autrui en matière de propriété intellectuelle est une preuve réelle de notre engagement envers ces principes.





## LA CONDUITE À TENIR

Nous devons respecter les droits de propriété intellectuelle d'autrui. Il est donc impératif d'utiliser uniquement les informations et matériaux pour lesquels nous avons obtenu l'autorisation de le faire, par exemple directement auprès du propriétaire.

### UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Faire des recherches pour savoir si les matériels, informations, données multimédia (par exemple, photos, sons et vidéos) ou autres concepts dont nous faisons l'acquisition, ou que nous envisageons d'utiliser appartiennent ou non à un tiers. Si tel est le cas, identifier les exigences requises pour l'utilisation de ces informations.
- S'assurer de bien comprendre les conditions générales d'utilisation de la propriété intellectuelle d'autrui dans le cadre de la licence d'utilisation accordée à notre société.
- Ne pas utiliser de design, de technologie, de média ou d'information appartenant à une autre société ou à un individu sans obtenir une autorisation préalable.
- Ne jamais utiliser ni partager des secrets commerciaux que vous ou la Société n'avez pas obtenus de manière légale.

### ATTENTION

- Méfiez-vous des composants à intégrer dans nos produits qui proviennent de nos fournisseurs : ils peuvent utiliser des technologies faisant partie de la propriété intellectuelle d'un tiers.
- Utilisez avec prudence les images, les fichiers audio, les vidéos ou les autres médias disponibles sur Internet qui semblent être en utilisation libre au premier abord. Ne supposez pas qu'ils sont mis à disposition sans licence d'utilisation.
- En outre, soyez prudent lorsque vous utilisez du code open source. Même si le code open source peut généralement être copié et/ou intégré à nos produits logiciels, n'oubliez pas que cet usage est en réalité uniquement autorisé si des conditions de licence spécifiques sont respectées (comme l'ouverture de notre propre code source).
- Sachez que les matériaux envoyés par vos collègues via e-mail peuvent faire partie de la propriété intellectuelle d'une autre partie. Cela limite, par conséquent, la manière dont vous pouvez les utiliser et les partager. De manière générale, considérez les articles, les rapports de recherche et tout autre document publié comme faisant partie de la propriété intellectuelle d'un tiers.

Pour en savoir plus, consultez nos **Patent Operations Management Principles** et notre **Software Compliance Policy**

Pour en savoir plus, consultez également la section « **Protection de la propriété intellectuelle de la Société** » à la page 69.

## LA BONNE RÉACTION

Nous souhaitons respecter et honorer les droits de propriété intellectuelle d'autrui, à savoir nos concurrents et nos partenaires commerciaux. Cela implique d'effectuer les recherches nécessaires sur les informations que nous pouvons utiliser ou non, conformément à l'accord que nous avons conclu avec nos partenaires commerciaux. Dans ce cas, il est important de savoir que la quasi-totalité des licences publicitaires sont soumises à des restrictions géographiques. Nous établissons une relation de confiance avec nos partenaires en faisant preuve de courtoisie et de prudence lorsque nous utilisons leurs droits de propriété intellectuelle.





## CAS PRATIQUE

Une importante cargaison de matières premières a été retenue par la douane pendant plusieurs semaines. Les autorités douanières n'ont fourni aucune explication sur ce retard. Malgré vos efforts, vous éprouvez certaines difficultés à joindre le responsable chargé de résoudre ce problème. Ensuite, un « commissionnaire » vous contacte et assure qu'il peut dédouaner la cargaison le lendemain si vous le laissez tout gérer.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# AUCUNE CORRUPTION NI PAIEMENT ABUSIF

Notre engagement à l'égard du « Jeong-Do Management » et de « Winning by the Rules » nécessite que nous fassions preuve d'une parfaite intégrité et d'une transparence irréprochable pour nos transactions commerciales avec nos clients, nos partenaires commerciaux et notre communauté. De ce fait, nous devons tous faire preuve de loyauté et de transparence dans notre travail, et ne jamais avoir recours à la corruption ou à tout autre abus pour atteindre nos objectifs commerciaux.

## LA CONDUITE À TENIR



Dans tous les pays où nous exerçons, il est interdit d'offrir ou de promettre une commission abusive, ou de solliciter quiconque pour bénéficier d'avantages indus.

## À SAVOIR

Par corruption on entend offrir, promettre ou donner de l'argent ou tout autre avantage à un fonctionnaire, tout en ayant l'intention d'influencer et de corrompre ledit fonctionnaire afin de remporter ou de conserver un marché, ou bien pour obtenir un avantage commercial indu.

- Le terme « **fonctionnaire** » désigne l'ensemble des représentants d'un service du gouvernement ainsi que les employés et agents des entreprises du secteur public, les représentants de partis politiques, les candidats à un poste politique et les membres d'une œuvre de charité ou d'associations publiques assimilées à des organismes publics (de plus, notez que même si le bénéficiaire n'est pas fonctionnaire, il est encore souvent illégal de donner de l'argent ou d'accorder tout autre avantage à quiconque avec l'intention d'influencer et de corrompre cette personne dans l'exercice de ses fonctions).
- Le terme « **avantage** » désigne non seulement des versements d'argent, des cadeaux, des repas et des divertissements, mais aussi toutes sortes de remboursements de frais, de remises pour l'achat de nos produits ou services, de promesses d'embauche ou encore de faveurs personnelles.
- Le terme « **avantages commerciaux** » désigne des privilèges et arrangements en matière de droits de douane, de taxes, de visas d'entrée, d'autorisations délivrées par le gouvernement, d'acquisition de nouvelles opportunités commerciales par le biais de marchés publics, etc.

**La corruption est un délit grave** dans tous les pays où nous exerçons et certaines peines peuvent être lourdes pour l'entreprise comme ses employés. Non seulement les États répriment la corruption au sein de leur territoire mais ils se livrent également à des batailles acharnées en engageant des poursuites à l'étranger, en vertu des lois extraterritoriales. Par exemple, des pays comme les États-Unis ont infligé de lourdes peines pour motif de corruption à certaines sociétés étrangères, suite à un simple virement qui passait par une banque située aux États-Unis ou suite à un e-mail qui transitait par un serveur basé dans le pays. Même si les commissions abusives sont monnaie courante dans le pays dans lequel vous exercez, ne partez jamais du principe que cette pratique est autorisée ou sans risque.

**Même si notre agent ou un employé d'une coentreprise se livre à des actes de corruption**, l'entreprise peut également être tenue responsable dans le cas où elle était au courant d'une telle situation ou devait en être informée.

## LA BONNE RÉACTION

Lorsque vous envisagez de recruter un courtier, un conseiller ou tout autre tiers afin de résoudre un problème d'ordre juridique ou administratif avec les autorités locales, faites preuve de vigilance quant aux problèmes de corruption et à l'égard de tout autre abus éventuel les concernant. Il est important de ne pas oublier que nous serons tenus responsables non seulement pour nos propres agissements mais également pour les actes des tiers qui agissent en notre nom.





## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Lorsque vous recrutez un agent, un conseiller ou un courtier tiers pour traiter des problèmes qui impliquent l'État, comme les droits de douane, les taxes, les visas d'entrée et les autorisations :
  - Assurez-vous que l'agent tiers n'a aucun lien de parenté ou n'a jamais été en relation avec le fonctionnaire concerné
  - Vérifiez que les honoraires de l'agent sont raisonnables et surveillez ses dépenses en vous assurant qu'elles sont nécessaires à l'exercice de ses fonctions
- Des articles promotionnels peu coûteux, des divertissements ainsi que des repas occasionnels et modestes peuvent être offerts par simple courtoisie et dans le cadre d'une relation de partenariat. Toutefois, ces repas, cadeaux ou divertissements :
  - doivent être incontestablement raisonnables, c'est-à-dire qu'ils ne doivent pas être perçus comme étant excessifs, ni créer une obligation de réciprocité envers le bénéficiaire
  - doivent être offerts ouvertement et en toute transparence afin d'éviter tout risque de malentendu et ne pas être perçus comme des paiements abusifs
- Concernant le remboursement des frais de déplacement ou de toute autre dépense d'un fonctionnaire, proposez uniquement de régler le montant des frais engagés qui ont été nécessaires à la réalisation d'activités justifiées dans le cadre des relations gouvernementales (par exemple, un événement organisé pour la promotion d'un produit).

## ATTENTION

- Si vous avez recruté un expert indépendant qui exerce ses fonctions à proximité pour régler des litiges d'ordre juridique, des problèmes de taxes, de douane ou d'autorisations gouvernementales, vous devez contrôler si cette personne se livre à des actes de corruption ou à d'autres abus pour l'intérêt de l'entreprise. Faites preuve de vigilance dans les cas suivants :
  - Lorsque l'expert a été recommandé par le fonctionnaire responsable ou est l'un de ses proches ; lorsque l'expert n'a pas de qualification spécifique hormis l'expérience acquise auprès du fonctionnaire responsable concerné.
  - Lorsque l'expert souhaite que son contrat de service reste confidentiel ou s'il refuse d'accepter les clauses anti-corruption.
  - Lorsque le montant des demandes d'indemnités ou des commissions est excessivement élevé, lorsque des factures douteuses ou imprécises sont présentées ou dans le cas où les justificatifs des demandes d'indemnités se révèlent insuffisants.
  - Lorsque l'expert (ou le fonctionnaire en question) exige que certaines dépenses soient réglées à un pays tiers ou à une partie tierce non concernés, ou demande un remboursement en espèces ou des fonds non identifiables, et ce sans raison particulière.
  - Lorsqu'un marché nécessite une forte implication de l'État (comme pour les transactions immobilières ou de fonds) et que le fonctionnaire concerné exige de travailler exclusivement avec l'expert.
- Même lorsqu'un don est versé à un organisme privé, si le responsable de cet organisme est considéré comme occupant la fonction d'agent de l'État (ou bénéficiaire d'un statut équivalent) ou si le don a lieu suite à la demande d'un fonctionnaire, il peut là aussi s'agir d'un acte de corruption dans certaines situations.



# PROTECTION

de nos communautés

62	Protection de l'environnement
65	Commerce international responsable

La réussite de notre Société repose en grande partie sur nos rapports de bon voisinage. En effet, les communautés au sein desquelles nous vivons et travaillons nous fournissent un vivier de salariés potentiels, un environnement protecteur et un respect qui constituent le fondement de notre prospérité. De notre côté, nous continuons à agir en bon voisin. Nous nous engageons à répondre aux attentes de nos communautés, nous définissons et atteignons des objectifs et nous mettons en place des normes visant à améliorer la vie de nos voisins.



## CAS PRATIQUE

Une usine de traitement des déchets avec laquelle notre Société travaille depuis longtemps vous a fait parvenir une proposition d'extension de votre accord commercial. Dans le cadre de cette offre, l'usine offrirait des services plus exhaustifs à des prix défiant toute concurrence. Cela semble trop beau pour être vrai. Cependant, vous savez que cet accord permettrait de réaliser des économies conséquentes. Et s'il engendrait des conséquences discutables, la responsabilité en incomberait à l'usine et non à la Société. Vous envisagez donc de conclure cet accord.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

La Société a prouvé maintes fois son engagement envers la protection de l'environnement. En effet, nous savons qu'un seul problème identifié aujourd'hui peut demain exercer un vaste impact à long terme sur les communautés locales. Dans le cadre de notre engagement à respecter notre environnement naturel et nos communautés, nous devons également prendre en compte la protection de l'environnement. La Société s'engage à agir de manière responsable, à étudier la manière dont nos activités influent sur l'environnement et à s'assurer que l'ensemble de notre chaîne logistique en fait de même.



## LA CONDUITE À TENIR



Nous devons mener les activités de la Société de façon à prouver notre engagement envers la protection de l'environnement, notamment en ce qui concerne nos activités de fabrication et celles liées aux produits de nos fournisseurs.

### À SAVOIR

**La Société s'engage fortement** envers la protection de l'environnement, notamment via l'éco-conception, l'éco-labellisation, un programme écologique et une évaluation du cycle de vie des produits. Dans son rapport de faisabilité annuel, la Société explique les progrès que ses initiatives environnementales ont réalisés au regard de ses objectifs.

**Notre responsabilité vis-à-vis de l'environnement** devrait être reconnue conformément aux Normes de qualité internationales de la Société, même si les réglementations locales n'exigent pas notre niveau d'engagement. En effet, les réglementations environnementales sont constamment modifiées tandis que nous faisons subir à notre planète des dommages à long terme. Cela signifie que même si notre impact sur l'environnement n'est pas aujourd'hui réprimé par la loi, les normes de demain seront bien plus strictes.

Pour en savoir plus sur notre engagement en faveur de l'environnement, consultez les documents suivants :

- **Corporate Principles On Eco-Friendly Products**
- **Standards of Hazardous Substance Management for LGE Products**
- **Global EESH Codes**
- **Business Partner Eco-Friendliness Certification Standards**

## LA BONNE RÉACTION

La gestion des coûts ne se limite pas à des bénéfices sur le court terme. Notre responsabilité envers l'environnement s'étend bien au-delà de la chaîne logistique et de nos communautés locales. En effet, nous devons nous assurer que notre entreprise tout entière n'exerce pas un impact néfaste sur ces dernières. C'est pourquoi nous devrions nous soucier des activités ou des accords discutables dans lesquels s'investissent nos partenaires et qui pourraient nuire tant à notre Société qu'à nos actionnaires sur le long terme.





## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Signaler à votre manager tout problème environnemental posé par un aspect quelconque du processus de développement des produits dans lequel vous êtes impliqué.
- Se conformer aux procédures et programmes de la Société, si vous dirigez des opérations qui exercent un impact sur l'environnement, pour :
  - Définir des objectifs mesurables visant à réduire l'impact des activités sur l'environnement.
  - Surveiller et vérifier votre progression par rapport à ces objectifs, notamment en évaluant les données de performances environnementales.
- Établir une veille en matière de changement des réglementations environnementales locales. S'assurer que ces modifications sont rapidement communiquées au personnel en charge des questions de santé et de sécurité en entreprise. Ainsi, la Société aura suffisamment de temps pour modifier nos produits et activités en conséquence.
- Ne pas permettre aux nouvelles activités ou aux changements d'activité de la Société de dévier des objectifs définis en matière de protection de l'environnement.
- Ne pas ignorer les activités discutables menées par un fournisseur ou un partenaire commercial, uniquement parce qu'il ne fait pas partie de la Société. Alerter votre manager ou la personne en charge de la santé et de la sécurité en entreprise si les activités d'un partenaire commercial enfreignent les exigences réglementaires ou légales.

## ATTENTION

- Tous les aspects des produits de la Société (conception, approvisionnement en matières premières, fabrication, marketing, distribution et mise au rebut) exercent un impact sur l'environnement. Même si vos tâches ne sont pas directement reliées à l'une de ces activités, vous devez étudier la manière dont votre travail influe sur ces dernières et sur la responsabilité de la Société envers l'environnement.
- Nous devons toujours nous assurer que nos partenaires commerciaux sont en conformité avec les règles environnementales. Même si un partenaire est certifié écologique, la Société devrait toujours envisager de vérifier que ses activités commerciales ou ses produits sont conformes à sa certification.



## CAS PRATIQUE

Votre service importe de nombreux produits high-tech qui ne sont pas vraiment compatibles avec les catégories de classification traditionnelles. Vous soumettez toujours aux douanes de votre pays vos idées de classification de ces produits. Mais ces services mettent généralement plusieurs semaines pour vous répondre, ce qui ralentit considérablement les importations de votre groupe de travail. Étant donné que les douanes approuvent souvent vos idées quoi qu'il arrive, vous vous demandez s'il est vraiment utile d'attendre plusieurs semaines pour obtenir leur confirmation avant de finaliser les documents d'importation d'un produit.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# COMMERCE INTERNATIONAL RESPONSABLE

En tant qu'entreprise internationale, nos activités commerciales à travers le monde affectent non seulement nos clients, mais aussi nos communautés dans tous les pays où nous sommes implantés. Afin d'apporter notre soutien à ces dernières, nous devons connaître et respecter les réglementations locales qui protègent les droits internationaux et la sécurité de chaque pays où nous menons nos activités.



## LA CONDUITE À TENIR

Si vos tâches incluent le déplacement de matériaux ou produits d'un pays à un autre, vous devez connaître les exigences des pays avec lesquels vous travaillez en matière d'importation, d'exportation, d'embargo ou de boycott. En outre, vous devez savoir quelles restrictions spécifiques s'appliquent si vous souhaitez exporter des équipements ou transmettre des informations sensibles à une personne n'étant pas citoyenne du pays concerné.

## À SAVOIR

**Les salariés qui sont impliqués dans les importations ou les exportations** doivent tout particulièrement connaître et comprendre les exigences commerciales, mais aussi les procédures et règles de la Société afin d'assurer la conformité de ces opérations aux lois du commerce international en vigueur.

### **Des contrôles sont effectués, notamment des éléments suivants :**

- Les documents d'importation doivent inclure avec précision l'étiquette du pays d'origine, les classifications du produit et les déclarations de valeur, même pour les éléments sans valeur monétaire (technologie ou composants non destinés à une commercialisation).
- Les exportations doivent généralement être approuvées avant d'être envoyées dans un autre pays. Le contrôle des exportations peut également inclure l'échange de données techniques ou d'un logiciel informatique, par exemple via un ordinateur portable, voire même le partage de certaines technologies et connaissances sensibles avec un salarié qui n'est pas citoyen de ce pays. La Société possède effectivement diverses technologies stratégiques soumises à des restrictions d'exportation.
- Les embargos ou boycotts permettent de résoudre les problèmes de restrictions commerciales à certains pays, entreprises et personnes.



## LA BONNE RÉACTION

En utilisant des classifications douanières non sanctionnées, nous enfreindrions des réglementations. Dans un tel cas, l'importation peut être suspendue entièrement au lieu d'être retardée. Face à ce genre d'incident, les inspecteurs des douanes renforcent leur surveillance de la Société, ce qui complique davantage les futurs échanges de produits d'un pays à l'autre. Nous devons donc tenir compte des délais dus aux incertitudes réglementaires pour continuer à assurer notre engagement envers nos communautés. Dans ce but, nous devons développer une procédure d'importation intégrant un échéancier de quelques semaines.

## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE



- Vérifier auprès de votre manager ou du service de soutien au commerce international approprié si vous ne savez pas quelles mentions apporter aux documents d'importation ou d'exportation ni quels documents fournir.
- Connaître la destination finale prévue de tous les matériaux destinés à l'export.
- Ne pas croire un client sur parole quant à l'exactitude d'une documentation d'importation/d'exportation. En effet, la Société peut être tenue responsable de toute déclaration incorrecte.
- Ne jamais fournir de données techniques ou appartenant à la Société à caractère sensible à une personne qui n'est pas citoyen de votre pays, sauf si vous êtes certain que cette personne est autorisée à recevoir de telles informations.

## ATTENTION

- Méfiez-vous des documents d'importation ou d'exportation périmés, incomplets, incorrects ou mal remplis. Vous pourriez vous exposer à des sanctions, notamment des interdictions ou des restrictions de vos droits d'exportation et d'importation, et la Société pourrait être sérieusement entravée dans ses activités commerciales. Il est donc conseillé de bien vérifier ces documents afin d'écartier tout risque d'amendes ou de restrictions susceptibles de générer d'importants dommages pour la Société.
- Traitez avec prudence les tentatives par des personnes étrangères d'acheter des produits de la Société via des canaux illégitimes dans leur pays.
- Ne faites pas confiance aux individus apparemment peu enclins à fournir rapidement des informations précises et exhaustives sur les exportations ou importations. Même si la situation semble inoffensive, elle peut relever d'une tentative de tromper la Société ou les autorités de régulation.

# DIVIDENDES EX- CEPTIONNELS

pour nos actionnaires

70	Confidentialité et sécurité des informations
73	Protection de la propriété intellectuelle de la Société
76	Communication électronique adaptée
79	Conservation optimale des données
82	Gestion responsable des données sensibles
85	Communication externe prudente

Nous pourrions satisfaire pleinement des partenaires tels que nos clients et nos actionnaires en gagnant et conservant leur confiance. Nous pouvons également offrir de formidables retours financiers à nos actionnaires en continuant à satisfaire nos clients et à optimiser la réussite de la Société à long terme. Nous devons donc respecter et protéger les actifs de la Société que nos actionnaires nous ont confiés et fournir à ces derniers les informations dont ils ont besoin pour prendre les bonnes décisions en matière d'investissement. Respect, intégrité et satisfaction de nos clients sont les clés pour faire de notre Société un investissement dont nos actionnaires peuvent être fiers.



## CAS PRATIQUE

La Société a embauché une société informatique extérieure pour développer une base de données de recherche destinée à nos laboratoires. La gestion de ce projet s'avérerait bien plus efficace pour la Société et les développeurs si ces derniers pouvaient avoir un accès complet à nos données de recherche existantes depuis leurs bureaux. Un petit nombre de personnes extérieures à la Société travaillent sur ce projet. Vous envisagez donc de conclure un accord de confidentialité avec chacune d'entre elle. Cela devrait suffire à protéger les données de la Société.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# CONFIDENTIALITÉ ET SÉCURITÉ DES INFORMATIONS

Les informations confidentielles de la Société jouent un rôle prépondérant dans la manière dont nous satisfaisons nos clients et collaborons avec nos partenaires commerciaux. Nous assurons notre avantage concurrentiel en conservant certaines informations confidentielles ou appartenant à la Société en les protégeant contre les menaces de sécurité. En empêchant toute divulgation non autorisée, nous sommes en mesure d'exploiter pleinement l'efficacité de ces informations. Si vous avez accès aux informations confidentielles ou à d'autres données sensibles de la Société, vous devez prendre les mesures nécessaires pour les utiliser correctement et les protéger. Ainsi, vous garantirez d'une part la protection de ces précieuses propriétés de la Société et, d'autre part, la compétitivité de cette dernière.



## LA CONDUITE À TENIR



Nous devons tous comprendre et respecter les politiques de la Société relatives à l'utilisation, au partage et à la protection des informations confidentielles appartenant à la Société. Vous devez donc personnellement vous engager quant à la sécurité de ces données et éviter que les informations confidentielles en votre possession ne soient divulguées.

### À SAVOIR

**Il est important que vous compreniez et respectiez** les règles de sécurité des informations de la Société qui empêchent la divulgation non autorisée de nos données confidentielles et autres informations précieuses et les protègent contre les menaces extérieures. Voici quelques-unes de ces règles :

- Les mesures juridiques ainsi que les mesures de sécurité à respecter par le personnel afin d'éviter la divulgation non autorisée de nos informations confidentielles par nos anciens salariés, nos collaborateurs actuels et nos partenaires commerciaux.
- La confidentialité et la sécurité des documents.
- La sécurité physique afin de contrôler les accès non autorisés à nos structures et l'utilisation des supports de stockage électroniques.
- La sécurité des ordinateurs et du réseau afin de protéger la Société contre les menaces de sécurité extérieures.

**Les informations confidentielles de la Société** ne se limitent pas au matériel sur lequel il est écrit « Confidentiel ». Elles comprennent également toutes les informations de la Société qui doivent être contrôlées afin de protéger les intérêts de notre management. Notre Société utilise le système de classification des données suivant :

- Confidentielles/secrètes - Les informations de management ou de technologies fondamentales dont la divulgation pourrait gravement nuire à la Société. Les informations classées « confidentielles » ne doivent être partagées avec aucun salarié ni aucune personne extérieure qui n'est pas le propriétaire originel, sauf dans le cadre de procédures d'approbation strictes.
- À usage interne uniquement - **Tous les produits que nous développons dans le cadre de nos activités commerciales quotidiennes sont majoritairement « à usage interne uniquement »**. Cela signifie que les informations et matériaux conçus par nos soins ne doivent être transmis qu'aux collaborateurs en ayant besoin. Ils ne sont pas destinés à être divulgués à des personnes extérieures à la Société, sans approbation ni mesures de protection juridique.



### LA BONNE RÉACTION

Pour autoriser une autre entreprise à accéder facilement aux informations de la Société, il faut commencer par conclure un accord de confidentialité. Cependant, vous devriez également prendre en compte la sensibilité des informations auxquelles l'autre entreprise aura accès. Certaines données de la Société sont tellement sensibles que nous n'avons aucun moyen de pallier les dommages engendrés par une éventuelle divulgation inappropriée et ce, même si vous avez appliqué des mesures juridiques pour résoudre ce type d'incidents. C'est pourquoi il est primordial de connaître les règles de confidentialité et de sécurité des informations de la Société. Si vous avez la moindre question sur ces sujets fondamentaux, contactez votre manager.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Respecter les procédures de sécurité des informations de la Société lorsque vous partagez des données avec d'autres personnes. Pour ce faire, vous devez obtenir l'approbation appropriée et mettre en place un accord de confidentialité avec le destinataire.
- Copier (cc), lorsque vous envoyez des informations confidentielles à un tiers par e-mail, la personne qui a approuvé ce transfert (votre manager, votre chef de projet ou autre).
- Assurer la sécurité physique des structures de la Société, notamment lorsque vous accueillez des visiteurs sur votre lieu de travail. Suivre en outre les règles de la Société relative à l'utilisation des supports de stockage et d'enregistrement dans les locaux de la Société.
- Empêcher toute intrusion sur votre ordinateur professionnel. Gérer en permanence les paramètres et le logiciel de sécurité des systèmes que l'on vous a attribués et garantir leur mise à jour régulière.
- Ne pas laisser les informations confidentielles de la Société sans surveillance ou dans un emplacement facilement accessible par d'autres, par exemple sur votre bureau ou dans un meuble non verrouillé.
- Ne pas emmener de matériels professionnels chez vous et ne pas en envoyer vers un compte de stockage en ligne ou une adresse électronique n'appartenant pas à la Société, sauf dans les cas autorisés par les procédures de la Société.
- Ne pas parler des informations confidentielles ou d'autres données sensibles de la Société avec vos amis et vos connaissances.
- Ne pas donner de détails confidentiels sur votre travail lorsque vous postulez pour un poste dans une autre entreprise, que vous soyez encore salarié ou non de la Société.

## ATTENTION

- Avant de partager toute information de la Société avec un partenaire commercial, réfléchissez au type de données que vous pouvez transmettre. Même si vous avez conclu un accord de confidentialité, envisagez les conséquences éventuelles d'une divulgation et faites preuve de prudence envers la sensibilité des informations partagées.
- Vous devez connaître le degré de sensibilité de toutes les informations de la Société que vous utilisez dans vos tâches quotidiennes afin de les gérer et de les stocker convenablement. Conservez dans un lieu verrouillé tous les éléments qui ne constituent pas une information publique.
- Même les activités promotionnelles et de vente peuvent affecter l'avantage concurrentiel de la Société si ces activités ont lieu prématurément. Suivez les directives marketing et sachez ce que vous êtes autorisé à dire dans le cadre des activités promotionnelles.

Pour en savoir plus, consultez également les sections suivantes :

- « **Confidentialité et protection des données** » à la page 21.
- « **Utilisation appropriée des informations d'autres entités** » à la page 41.
- « **Protection de la propriété intellectuelle de la Société** » à la page 69.



## CAS PRATIQUE

Après plusieurs années de recherche, la Société s'apprête enfin à révolutionner le secteur en proposant un design de produit véritablement innovant. La Société a déjà demandé des droits sur ce design dans plusieurs pays clés. Or, l'un de nos concurrents va lancer un produit similaire très bientôt. Face à cette menace, vous vous demandez si la Société ne devrait pas commercialiser ce nouveau produit dans d'autres pays même si la procédure d'enregistrement des droits n'a pas encore été complétée sur ces territoires.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DE LA SOCIÉTÉ

La propriété intellectuelle de la Société, constituée de ses créations de produits, ses technologies et ses informations, est essentielle à la réussite de l'entreprise. Afin de satisfaire pleinement nos clients sur le long terme, nous devons protéger les droits de propriété intellectuelle de la Société qui nous ont permis de développer des produits innovants et, par conséquent, de bénéficier d'un avantage concurrentiel fondamental. Tout comme nous utilisons les conceptions et les œuvres protégées par les droits d'auteur provenant de tiers, il est primordial que nous protégeons et utilisons avec la plus grande prudence la propriété intellectuelle de la Société.



## LA CONDUITE À TENIR

Nous nous engageons à empêcher toute utilisation inappropriée de la propriété intellectuelle de la Société et, tout particulièrement, la divulgation illégitime, sous quelque forme que ce soit, des secrets commerciaux.

## À SAVOIR

**La propriété intellectuelle comprend les éléments suivants :**

- Designs, technologies, inventions et autres matériaux et informations qui sont protégés par des brevets, des modèles d'utilité, des marques commerciales et des droits d'auteur.
- Les secrets commerciaux, notamment les technologies et designs de produit, fournissent un avantage concurrentiel à la Société de par leur caractère confidentiel. Par conséquent, un secret commercial ne doit jamais être divulgué en interne ou en externe sans autorisation spécifique.

## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Savoir ce qui constitue la propriété intellectuelle de la Société et en assurer la protection à l'aide de brevets, de marques commerciales et de droits d'auteur. (Consultez la section **Patent Operations Management Principles**.)
- Demander conseil et contacter votre manager ou le personnel en charge de la propriété intellectuelle si vous participez au nom de la Société au développement de nouveaux concepts, designs et technologies qui nécessitent d'être protégés en leur qualité de propriété intellectuelle.
- **Ne jamais** divulguer d'informations confidentielles pouvant être considérées comme des secrets commerciaux, sans l'autorisation appropriée de la Société et la protection de mesures contractuelles suffisantes, afin d'empêcher quiconque d'exploiter ces données.



## LA BONNE RÉACTION

Vous devriez envisager que d'autres **copieront** nos designs dans des pays où nous n'avons pas encore obtenu de droits en la matière. Bien que nous aimerions commercialiser rapidement des produits innovants, nous devons assurer la protection de nos designs et autres éléments de propriété intellectuelle afin qu'ils ne soient pas utilisés à mauvais escient. Il s'agit d'une importante décision commerciale. Il est donc conseillé de signaler tout problème dans ce domaine à vos dirigeants.

## ATTENTION



- Les fournisseurs ou d'autres partenaires commerciaux peuvent fournir à la Société des créations, des technologies, des résultats de recherche ou d'autres informations susceptibles d'être protégées par des droits de propriété intellectuelle. Dans ce cas, informez-vous sur ces éléments et déterminez au préalable qui détient les droits de propriété actuellement et à l'avenir. Parfois, il est conseillé de ne pas accepter les informations si nous travaillons nous-mêmes sur un projet similaire en matière de propriété intellectuelle, car cela peut compromettre nos propres efforts.
- Identifiez les individus ou les entreprises qui utilisent la propriété intellectuelle de la Société sans autorisation ni étiquetage approprié.



## CAS PRATIQUE

Une de vos collègues et amie a été récemment mutée dans une autre équipe. Vous restez en contact et communiquez souvent par e-mail à des fins professionnelles, mais aussi personnelles. Vous appréciez cette collègue et amie ; en effet, elle écoute volontiers vos plaintes au sujet de votre travail avec un partenaire commercial spécifique qu'elle avait l'habitude de gérer dans le cadre de son poste précédent.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# COMMUNICATION ÉLECTRONIQUE ADAPTÉE

Certaines ressources technologiques accélèrent les communications et les processus de la Société, ce qui nous permet de réaliser des progrès plus rapides et de mieux satisfaire les besoins de nos clients et autres partenaires. Les ordinateurs, les systèmes de communication et d'autres ressources électroniques nous aident à harmoniser nos activités aux quatre coins du globe et dans différents fuseaux horaires, tout en nous permettant de renforcer les efforts fournis conjointement avec les fournisseurs et partenaires commerciaux. Lorsqu'elles sont utilisées de manière inadéquate, ces mêmes ressources peuvent présenter un risque pour nos activités et nuire à notre réputation. Avec l'évolution rapide de ces technologies, nous devons être en mesure d'en exploiter les avantages de manière efficace tout en gérant les risques éventuels. Nous devons aussi toujours faire preuve de respect vis-à-vis d'autrui lorsque nous utilisons ces ressources.

## LA CONDUITE À TENIR



Il est primordial de toujours utiliser les systèmes de communication électronique de la Société de manière responsable, de limiter l'utilisation de ces systèmes à un usage professionnel et de protéger ces ressources afin d'éviter tout accès non autorisé ou utilisation à mauvais escient.

### À SAVOIR

**Les communications électroniques comprennent** les éléments suivants :

- Communication via un téléphone fixe ou portable de la Société.
- Envoi d'e-mails sur votre compte de messagerie professionnel.
- Utilisation de services de messagerie instantanée, de SMS ou de MMS agréés par la Société.
- Utilisation des systèmes informatiques de la Société, notamment du matériel, des périphériques, des logiciels et des équipements réseau.

La Société a le droit d'utiliser ses propres équipements électroniques et d'en vérifier l'utilisation faite, notamment les communications émises et reçues, mais aussi les données stockées, même si elles ne revêtent pas un caractère professionnel (ceci peut varier en fonction des lois locales). La Société peut également utiliser les données professionnelles de ses systèmes à sa seule discrétion, y compris à des fins de divulgation ou de suppression. **Ne vous attendez pas à ce que votre utilisation des ressources de la Société reste privée, même en ce qui concerne les communications personnelles (ceci peut varier en fonction des lois locales).**



### LA BONNE RÉACTION

Nombre de nos collaborateurs sont non seulement nos collègues, mais aussi nos amis. Bien que les ressources électroniques de la Société soient principalement destinées à un usage professionnel, une utilisation personnelle minimale est autorisée. Mais n'oubliez pas les dangers engendrés par l'utilisation de ces ressources. En effet, les communications avec vos collègues peuvent être accidentellement envoyées à la mauvaise personne. Et une fois envoyées, elles ne peuvent pas être effacées. L'utilisation personnelle des ressources électroniques de la Société doit être minimale, ne doit jamais interférer avec les activités de la Société et ne doit pas impliquer de contenus inappropriés.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Limiter l'utilisation des ressources électroniques de la Société à des fins professionnelles. L'utilisation personnelle ponctuelle doit être minimale et ne pas interférer avec vos tâches.
- Conserver toutes les communications lorsque vous utilisez les ressources de la Société de manière professionnelle et avec respect, même lorsque vous êtes en contact avec des amis travaillant pour l'entreprise. Toujours envisager que les communications électroniques peuvent être facilement reproduites et transmises à des tiers n'ayant aucun lien avec la Société.
- Relire vos messages avant de les envoyer par e-mail ou via d'autres communications écrites. Éviter de vous mettre ou de mettre la Société dans une position difficile à cause d'une simple faute de frappe ou d'une expression pouvant être mal interprétée.
- Ne pas utiliser les ressources de la Société pour accéder ou télécharger des données :
  - Appartenant à d'autres et que vous n'avez pas le droit d'obtenir.
  - Pouvant être considérées comme discriminatoires, harcelantes, offensantes ou haineuses.
  - Pouvant contenir du contenu malveillant, comme un virus, qui pourrait endommager vos systèmes informatiques.
- Ne jamais utiliser les ressources de la Société pour envoyer des messages inappropriés à caractère sexuel ou explicitement discriminatoires ou intégrant d'autres contenus haineux.
- Ne pas utiliser à tort et à travers la fonction de copie (cc) lorsque vous envoyez un e-mail. S'assurer de l'importance d'inclure d'autres personnes dans la communication avant de leur envoyer un e-mail. Posez-vous la question « A-t-il/elle besoin d'être informé(e) ? » avant de mettre une personne en copie.

## ATTENTION

- Toutes les communications effectuées via les ressources électroniques de la Société appartiennent à cette dernière et doivent être considérées comme des informations confidentielles de la Société, sauf si la propriété de l'information est clairement indiquée (par exemple, un design de produit appartenant à un fournisseur).





## CAS PRATIQUE

Le service juridique de la Société vous fait parvenir une note d'information sur la conservation des documents (Document Preservation Notice) dans le cadre de poursuites judiciaires engagées aux États-Unis dont vous n'aviez pas entendu parler. La période de conservation du document indiquée a expiré le mois dernier et l'exemplaire original a été détruit. Mais vous avez toujours une copie en votre possession. Vous vous demandez si vous ne devriez pas détruire cette copie, conformément à la règle de conservation des documents de la Société au lieu de suivre la note d'information sur la conservation des documents que vous venez de recevoir.



Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# CONSERVATION OPTIMALE DES DONNÉES

Les données de la Société fournissent des informations capitales sur nos activités. Elles nous permettent notamment de revoir nos objectifs et nos stratégies, de déterminer les résultats obtenus par les ressources et les mesures mises en place et, par extension, de mieux satisfaire et collaborer avec nos partenaires. Nos prises de décision reposent largement sur l'intégrité et la précision de nos données. Par conséquent, il est impératif de faire preuve d'une grande prudence lorsque nous utilisons et gérons ces ressources précieuses de la Société.



## LA CONDUITE À TENIR

Nous devons respecter les règles et les procédures de la Société lorsque nous concevons, gérons et supprimons des données d'entreprise.

### À SAVOIR

**Les données d'entreprise** sont des informations ou des supports qui documentent tout aspect des activités commerciales de la Société, notamment les suivants :

- Les documents (rapports, autorisations, correspondance, etc.) que nous utilisons pour communiquer et prendre des décisions professionnelles.
- Les matériaux liés à nos transactions avec des parties tierces (récépissés, factures et contrats).
- Les données sur les faits ou les événements (registres, résultats de test ou déclarations).
- D'autres supports que nous utilisons pour conserver des informations sur les activités commerciales de la Société.

**Dans de nombreux cas, les lois et réglementations requièrent que la Société conserve** convenablement certains documents pendant une période définie.



### LA BONNE RÉACTION

Dans ce cas précis, la note d'information sur la conservation des documents prime. Personne ne doit détruire des données d'entreprise faisant l'objet d'une injonction judiciaire de conserver des documents. En outre, la Société devrait suspendre toutes les procédures de destruction des documents contenant des données connexes. Cette étape est cruciale : elle permet de prouver aux autorités judiciaires la bonne volonté de la Société qui s'engage à collaborer. Par ailleurs, elle protège les actifs financiers et la réputation de la Société étant donné que le non-respect d'une telle injonction peut engendrer des risques de sanctions judiciaires.

## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE



- Respecter toutes les lois, réglementations et règles de la Société relatives à la conservation et à la gestion des données. Par exemple, les réglementations environnementales mises en place dans certains pays requièrent que nous conservions pendant un nombre d'années spécifique les données sur nos transactions et nos registres de livraison concernant les opérations de traitement des déchets sous-traitées.
- Garantir à la fin du cycle de vie de certaines données leur destruction ainsi que celle de toutes les éventuelles copies physiques en votre possession. Supprimer également tout exemplaire électronique enregistré sur votre ordinateur professionnel.
- Ne jamais altérer, supprimer ni détruire des données dont la destruction a été suspendue conformément à une demande administrative ou à une injonction judiciaire. En cas de doute, en parler à votre service juridique.
- Ne pas oublier de transférer les données sur vos tâches antérieures à votre remplaçant lorsque vous êtes affecté à un autre poste.

## ATTENTION

- Vous devez prendre connaissance des notes d'information sur la conservation des documents que rédige régulièrement le service juridique de la Société. Dans nombre de cas, les procès intentés s'articulent autour de la conservation de documents. Il est donc primordial de respecter ces notes d'information afin d'éviter de perdre des procédures.

## À SAVOIR SUR LA SIGNATURE DES CONTRATS

La manière dont nous concluons des contrats avec des partenaires commerciaux, des agents, des fournisseurs ou d'autres parties constitue une part importante du processus de développement de solides relations afin de mieux satisfaire nos clients. Il est donc fondamental de respecter les procédures de la Société en la matière. Nous établissons ainsi des relations équitables avec nos partenaires et conservons des données précises sur nos droits et nos obligations. Si vous êtes responsable de la rédaction de tout contrat avec un partenaire commercial :

- Assurez-vous qu'un contrat écrit établit les conditions générales de la relation commerciale.
- Assurez-vous que le service juridique relit bien et approuve le contrat.
- Enregistrez et archivez le contrat final signé, conformément aux procédures de la Société en la matière.



### CAS PRATIQUE

Une collègue vous a raconté qu'elle avait entendu dire que le conseil d'administration de la Société avait été informé la veille du lancement d'une importante initiative susceptible d'exercer un énorme impact sur le futur chiffre d'affaires de la Société. Vous ne savez pas quoi penser de cette histoire étant donné que le conseil d'administration n'a fait aucun communiqué officiel. Vous pensez en parler à un autre collègue pour savoir si cela est vrai.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?

# GESTION RESPONSABLE DES DONNÉES SENSIBLES

Certaines informations commerciales sensibles jouent un rôle prépondérant dans notre réussite. En effet, nous protégeons ce type de données appartenant à la Société et nos partenaires nous font confiance à ce sujet. Si des informations sensibles étaient utilisées à des fins personnelles ou qu'elles étaient divulguées à des tiers, cela pourrait sérieusement affecter cette relation de confiance et nuire à la réputation de la Société et d'un individu quant à leur intégrité. L'utilisation d'informations confidentielles d'autres entreprises nous expose et expose notre Société à des risques.

## LA CONDUITE À TENIR



Nous devons veiller à bien protéger toute information sensible qui appartient à la Société, à un client ou à un partenaire commercial. En aucun cas, nous ne devons négocier les titres de la Société en fonction de ces informations, ni divulguer ces dernières sans autorisation.

### À SAVOIR

**Les informations sensibles** comprennent toute information confidentielle suffisamment importante pouvant influencer sur la valeur des titres de la Société si elles venaient à être publiées. Ces informations peuvent inclure les éléments suivants :

- Les résultats opérationnels ou financiers ou encore les variations de ces résultats.
- Les principaux événements et décisions sur le plan commercial, notamment la conclusion d'un accord à grande échelle avec un nouveau partenaire ou la perte d'un acheteur important.
- Les fusions, les acquisitions, les « joint ventures » ou les autres alliances commerciales en cours.
- Les augmentations et diminutions de capital ainsi que les autres évolutions majeures de la structure financière de la Société.



### LA BONNE RÉACTION

Tout d'abord, vous ne devez aborder ce sujet avec quiconque compte tenu du fait que de telles informations sont susceptibles d'être sensibles et confidentielles. Si un de vos collègues vous en parle, dites-lui d'être prudent et de ne pas répéter ce qu'il entend, car tous les salariés ont le devoir d'empêcher la divulgation de ces informations. Si des informations sensibles sont divulguées à des tiers qui les utilisent à mauvais escient, cela pourrait entacher la réputation de la Société et faire encourir des peines importantes à tout salarié ayant partagé de telles informations.



## UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Protéger toutes les informations sensibles appartenant à la Société ou à un partenaire commercial et empêcher leur divulgation non autorisée. Signaler toute divulgation non autorisée de ce type d'informations à un conseiller juridique.
- Ne pas acheter ni vendre de titres de la Société si vous avez en votre possession des informations sensibles sur votre entreprise.
- Ne pas fournir d'informations sensibles à des tiers qui pourraient les utiliser afin de négocier les titres de la Société connexes.

## ATTENTION

- Il est parfois nécessaire pour la Société de faire part des résultats de ses activités et d'autres informations importantes à ses salariés. Avant tout, il faut savoir s'il s'agit d'informations sensibles. Si tel est le cas, ne divulguez pas ces informations à des personnes extérieures à la Société, sauf si vous êtes sûr qu'elles sont déjà dans le domaine public.



## CAS PRATIQUE

Un ami journaliste vous a demandé de confirmer officiellement une rumeur concernant la santé financière de la Société. Vous ne travaillez pas pour le service financier et n'avez aucune idée de la situation actuelle de la Société en la matière. Mais vous ne voyez aucun problème à dire que vous avez entendu la même rumeur, même si ce n'est qu'une rumeur.

Comment pouvez-vous satisfaire les clients ?



# COMMUNICATION EXTERNE PRUDENTE

La divulgation appropriée d'informations de l'entreprise peut servir nos intérêts commerciaux et prouver le succès de notre Société. Cette décision permet aux clients et au grand public de savoir ce que nous faisons pour eux et pour tous nos partenaires. Cela permet également d'attirer d'autres actionnaires et de les encourager à investir dans notre Société. Enfin, la Société a une obligation légale de publier ses résultats et elle s'engage à fournir au marché les informations importantes susceptibles d'affecter le prix de ses actions.



## LA CONDUITE À TENIR

Nous devons comprendre que certaines informations fondamentales au sujet de nos activités commerciales et de notre santé financière doivent rester confidentielles et ne pas être divulguées à des personnes extérieures jusqu'à ce qu'elles soient publiées.

### UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

- Connaître et respecter les normes de sécurité des informations mises en place par la Société. Garder confidentielles toutes les informations importantes évoquées lors de réunions managériales et lors de discussions avec le top management, à moins que la Société ait déjà rendu ces informations publiques.
- Informer toute autorité de régulation, tout journaliste ou tout avocat extérieur qui demande des informations sur les activités de la Société que nous sommes disposés à les aider, mais que nous devons contacter la personne adéquate pour répondre à leur demande.
- Ne pas parler à un journaliste, contre rémunération ou non, sans en avoir informé au préalable le service des relations publiques de la Société.
- Ne pas indiquer que vous représentez la Société si vous émettez une opinion personnelle, notamment lors d'une réunion ou sur un forum en ligne.



### LA BONNE RÉACTION

Trop souvent, des rumeurs infondées ont tendance à devenir des faits établis, dans l'esprit des salariés, voire même dans la presse. La Société cherche à communiquer des informations appropriées et précises sur ses activités, conformément à certaines exigences légales, afin de conserver la confiance de ses clients et autres partenaires. Il est donc important de permettre à la Société de communiquer ces informations, conformément aux procédures établies, et non aux salariés de propager des rumeurs infondées.



## ATTENTION



Faites preuve de prudence dans les situations suivantes, ou dans toute situation qui pourrait affecter de manière conséquente les opérations de la Société ou le prix de ses actions si elles étaient divulguées. Si l'une de ces situations survenait, parlez-en à votre manager afin que la Société puisse décider ou non de faire une annonce publique lorsque la Société :

- Effectuera une fusion, une acquisition ou une cession.
- Effectuera un important investissement, comme l'expansion de ses structures de fabrication.
- Versera un apport de capitaux considérable dans une autre société ou vendra ses parts d'action.
- Fera l'objet de poursuites judiciaires, de « class actions » (procès collectif) concernant ses titres ou d'un litige relatif à des droits de vote.
- A été condamnée à payer une amende sévère.
- Devra publier un avis de rappel ou de suppression de produits à grande échelle.
- Effectuera une importante acquisition ou cession d'actifs corporels, notamment des usines ou des équipements.

Pour en savoir plus sur les événements et les cas qui impliquent une divulgation publique, consultez nos **Public Disclosure Operations Principles**.

