



CODE DE CONDUITE

Travailler ensemble
pour un monde meilleur

AIRVANCE 
GROUP

Code de conduite anti-corruption

1

Objectif du document

05

2

Périmètre d'application

07

3

Définitions

09 | Corruption

10 | Trafic d'influence

11 | Agent public

4

Règles de conduite

13 | Tolérance zéro

14 | La gestion des invitations au restaurant

15 | La gestion des cadeaux

16 | La gestion des invitations à des événements

17 | La gestion des activités de mécénat et de sponsoring

19 | La gestion des conflits d'intérêts

22 | La gestion des opérations commerciales

23 | Agents et intermédiaires commerciaux

24 | La gestion des activités de lobbying

25 | La gestion des activités politiques

5

Comment faire part d'une situation ?

27

6

Manquements

29

7

Annexe

31 | Conduite lors des réunions professionnelles

8

Fiches pays

34 | 1-France

34 | 2-Allemagne

34 | 3-Angleterre

34 | 4-Angola

35 | 5-Autriche

35 | 6-Belgique

35 | 7-Bulgarie

36 | 8-Danemark

36 | 9-Hongrie

36 | 10-Portugal

37 | 11-République Tchèque

37 | 12-Roumanie

37 | 13-Slovaquie

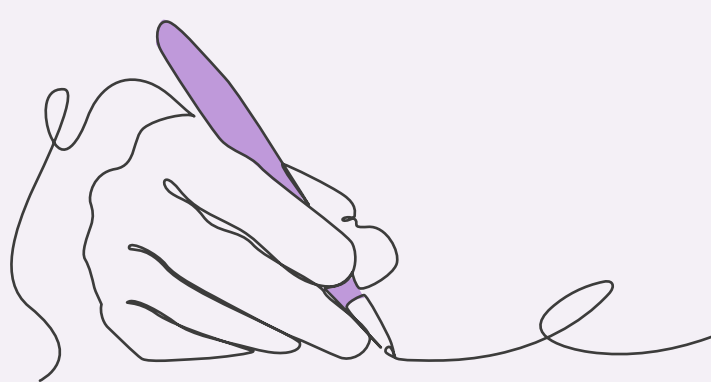
37 | 14-Suisse



Autorisation d'adaptation locale

Ce code de conduite pourra comporter des adaptations locales en intégrant des risques identifiés par des pratiques et lois locales. Ces amendements seront officiellement formulés par le Managing Director de la filiale concernée et validés par le Responsable de zone et le comité éthique.

Ce code de conduite étant annexé au règlement intérieur, il n'est pas possible d'amender, de modifier, ou de faire évoluer ce code de manière unilatérale et locale. Ces prérogatives restent du domaine de compétence du comité éthique qui soumettra les modifications envisagées aux instances de représentation du personnel dans les pays le nécessitant.



Rédacteurs du document :

- Raphaël FRAISSE :
Chargé de missions RSE Groupe
- Karina GLEICH :
Assistante de direction (DG & DRH)

Rellecteurs du document :

- Karina GLEICH :
Assistante de direction (DG & DRH)
- Raphaël FRAISSE :
Chargé de missions RSE Groupe
- Audrey AUCOUTURIER :
Directrice des Ressources Humaines & RSE Groupe
- Herveline FLAISSIER :
Responsable Juridique Corporate
- Franck BILLLOUX :
Responsable QSE-RSE Groupe

Valideurs du document :

- Laurent DOLBEAU :
Directeur Général Groupe
- Maxime RIVIERE :
Vice-Président Groupe & Directeur Administratif et Financier Groupe
- Audrey AUCOUTURIER :
Directrice des Ressources Humaines & RSE Groupe

Création et mise en page du document :

 agence-positive.fr

Crédits photos : Shutterstock

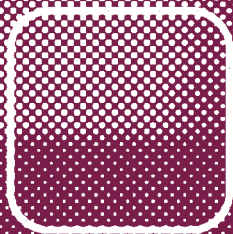
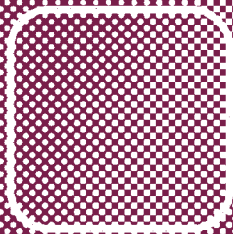
Publication

Première publication : 20/05/2024

Publication actuelle : 20/05/2024

Version : 1

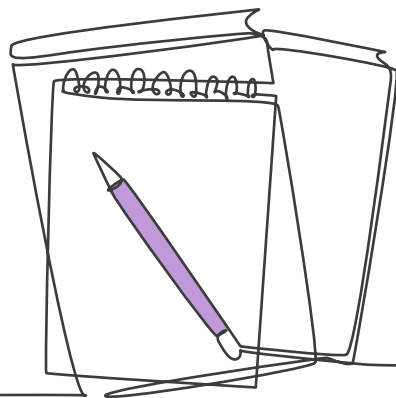
Scope : AIRVANCE Group



1

OBJECTIF DU DOCUMENT

OBJECTIF DU DOCUMENT



Objectif du document

Dans le cadre de l'application de la loi SAPIN II¹, le présent document vise à préciser certains principes énoncés dans le code éthique du Groupe AIRVANCE. Y sont notamment présentées les règles applicables à :

- La gestion des invitations au restaurant (page 14).
- La gestion des cadeaux (page 15).
- La gestion des invitations à des événements (page 16).
- La gestion des activités de mécénat et de sponsoring (pages 17/18).
- La gestion des conflits d'intérêts (pages 19/20/21).
- La gestion des opérations commerciales (page 22).
- La gestion des agents intermédiaires et commerciaux (page 23).
- La gestion des activités de lobbying (page 24).
- La gestion des activités politiques (page 25).

Ce document est composé de dispositions générales applicables à l'ensemble du Groupe AIRVANCE et de ses collaborateurs, des fiches concernant les montants et les dispositions spécifiques par pays sont à retrouver dans la Partie 8 « Fiches pays ».

¹ Texte visant à renforcer la lutte contre la corruption, applicable aux sociétés comptant plus de 500 collaborateurs et réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 100 millions d'euros.

Voir une présentation synthétique du texte à :

www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/20160606_principales_mesures_pjl_sapin2.PDF



2

**PÉRIMÈTRE
D'APPLICATION**



Périmètre d'application

Les règles et les principes énoncés dans le présent document s'appliquent :

- Au Groupe **AIRVANCE** et à l'ensemble de ses filiales.
- A l'ensemble des collaborateurs internes² et des collaborateurs externes³ du Groupe **AIRVANCE** et de ses filiales.
- Aux tiers du Groupe **AIRVANCE** (principalement les fournisseurs, les clients, les prestataires, etc) dans le cadre des transactions que le Groupe conclut avec ces derniers.

² La notion de « Collaborateur interne » désigne toute personne titulaire d'un contrat de travail ou d'un mandat avec une des entités du Groupe.

³ La notion de « Collaborateur externe » désigne toute personne physique non titulaire d'un contrat de travail **AIRVANCE**, qui réalise des missions pour le compte d'une ou plusieurs filiales du Groupe.

DÉFINITIONS

3





Corruption

S'il existe de nombreuses définitions de la corruption, nous avons décidé de retenir celle issue du code pénal français.

La corruption active ⁴ est le fait, par quiconque (le corrupteur), de proposer ou de consentir, à tout moment, directement ou indirectement, à un agent public, des offres, des promesses, des dons, des présents ou des avantages quelconques, pour lui-même ou pour autrui, pour qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte relevant de sa fonction (contrepartie).

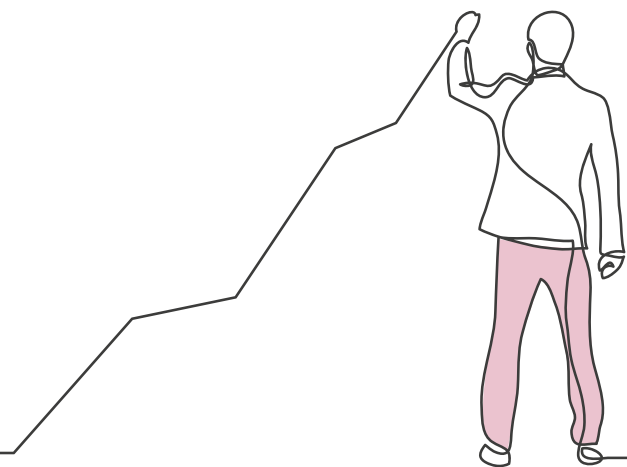
La corruption passive ⁵ est le fait, par un agent public (le corrompu), de solliciter ou d'agréer, sans droit, à tout moment, directement ou indirectement, des offres, des promesses, des dons, des présents ou des avantages quelconques pour lui-même ou pour autrui, pour accomplir ou s'abstenir d'accomplir un acte relevant de sa fonction ou facilité par celle-ci (contrepartie).

La corruption privée ⁶ (active ou passive) correspond aux mêmes faits à la différence que le corrompu ne sera pas un agent public mais une personne exerçant des fonctions privées.

⁴ Article 433-1 1° du Code pénal

⁵ Article 432-11 1° du Code pénal

⁶ Articles 445-1 à 445-2-1 du Code pénal



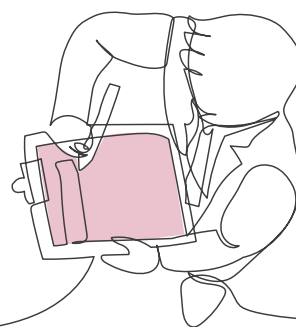
Trafic d'influence

Le trafic d'influence actif⁷ est le fait, par quiconque, de consentir ou de proposer, sans droit, à tout moment, directement ou indirectement, des offres, des promesses, des dons, des présents ou des avantages quelconques à une personne, pour elle-même ou pour autrui, pour qu'elle abuse ou parce qu'elle a abusé de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir d'une autorité ou d'une administration publique des distinctions, des emplois, des marchés ou toute autre décision favorable.

Le trafic d'influence passif⁸ est le fait, par quiconque, de solliciter ou d'agréer, sans droit, à tout moment, directement ou indirectement, des offres, des promesses, des dons, des présents ou des avantages quelconques pour lui-même ou pour autrui, pour abuser de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir d'une autorité ou d'une administration publique des distinctions, des emplois, des marchés ou toute autre décision favorable.


⁷ Articles 433-1 2° et 433-2 alinéa 2 du Code pénal

⁸ Prévu par différents articles du Code pénal en considérant de la qualité de son auteur : articles 432-11 2° et 433-2 alinéa 1^{er} du Code pénal



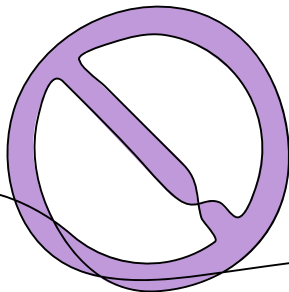
Agent public

La notion d'agent public englobe aussi bien les personnes politiquement exposées que celles agissant à titre officiel pour les administrations nationales, locales ou municipales, pour les organisations publiques internationales, les associations ou organismes publics, les tribunaux judiciaires ou administratifs ou encore les personnes exerçant des fonctions publiques au sein d'association(s) ou d'organisation(s) recevant des financements publics ou bien au sein de sociétés publiques, y compris toute personne agissant pour le compte de ou ayant une influence significative sur les personnes visées ci-dessus.



RÈGLES DE CONDUITE

4



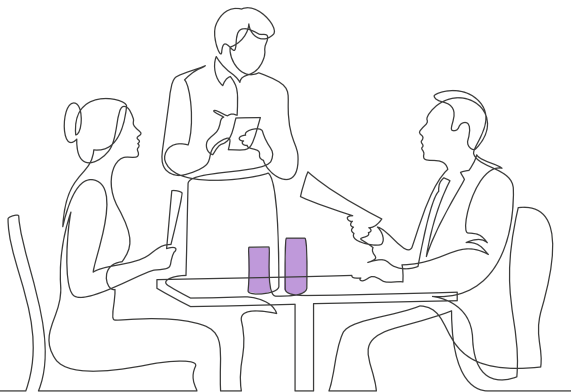
Tolérance zéro

La corruption, sous toutes ses formes, est interdite au sein du Groupe AIRVANCE.

Conformément à la législation en vigueur, le Groupe **AIRVANCE** applique une politique de tolérance zéro à l'égard des faits de corruption, de trafic d'influence ou de conflits d'intérêts. Dans notre intérêt ainsi que dans celui de la Société dans son ensemble, nous attendons de vous que vous nous signaliez toute pratique corruptive dont vous auriez eu connaissance, à partir de la procédure de recueil et de traitement des signalements internes.

Principes et règles généraux :

- Les situations décrites dans ce code s'apprécient via un principe de réciprocité : de l'interne vers l'externe et/ou de l'externe vers l'interne.
- Les cadeaux/invitations (donnés et/ou reçus) ne sont **PAS** interdits.
- Il est **INTERDIT** en revanche de **SOLLICITER** des cadeaux/invitations.
- Nous vous interdisons d'accepter les cadeaux/invitations (reçus ou offerts) notamment :
 - Quand un appel d'offre marché public est en cours (ou juste après).
 - Quand un litige est en cours.
 - Quand ils sont de nature à être pénalement répréhensible (drogue, prostitution, ...).
- Les cadeaux/invitations reçus doivent être portées, par écrit, à la connaissance de votre supérieur hiérarchique si ils ont une valeur supérieure au montant indiqué dans le tableau de votre fiche pays.
- Tout cadeau/invitation offert (à un client, partenaire, agent public...) d'une valeur supérieure au montant indiqué dans le tableau de votre fiche pays, requiert l'approbation préalable du supérieur hiérarchique direct.
- Avant d'offrir un cadeau/invitation à un agent public, vous devez vous renseigner sur les règles qui lui sont applicables (ex : dans certains pays les cadeaux/invitations aux agents publics sont **INTERDITS**). Merci de contacter le « Service Juridique Corporate » en cas de doute.



La gestion des invitations au restaurant

Les principes et règles généraux énoncés préalablement en page 13 restent valables.

Les invitations au restaurant avec des personnes externes à l'entreprise (données et/ou reçues) doivent être portées, par écrit, à la connaissance de votre supérieur hiérarchique si elles ont une valeur supérieure au montant indiqué dans le tableau de votre fiche pays (montant par personne au restaurant, à retrouver en Partie 8 : « Fiches pays »). Les invitations avec des personnes internes à l'entreprise restent soumises aux politiques de notes de frais.

L'objectif du tableau suivant est de vous aider dans l'évaluation des différentes situations que vous pouvez rencontrer. Si vous vous retrouvez dans une situation « Non », rapprochez-vous de votre supérieur hiérarchique.

✓ Oui !

- Se questionner sur la légalité et la cohérence de l'invitation.
- Demander une dérogation à son supérieur hiérarchique si l'invitation dépasse le montant autorisé.
- Se renseigner sur la législation avant d'inviter un agent public.

✗ Non !

- Accepter ou émettre une invitation lors d'une situation de conflit, d'appel d'offres ou juste avant ou après une telle situation.
- Demander à être invité au restaurant.
- Accepter ou offrir une invitation lors d'un appel d'offre ou lors d'un litige.
- Dépenser le montant autorisé sans demander une dérogation à son supérieur hiérarchique.



La gestion des cadeaux

Définition :

La notion de cadeau fait référence à tout paiement, pourboire, présent, avantage accordé, promis ou reçu sous la forme de : bien, équipement, somme d'argent, prêt, avance, chèque ou carte cadeau, remise personnelle, gratuité d'un service et toute forme de traitement favorable.

Principes et règles :

Les principes et règles généraux énoncés préalablement en [page 13](#) restent valables.

- Les cadeaux (donnés et/ou reçus) doivent être portés, par écrit, à la connaissance de votre supérieur hiérarchique s'ils ont une valeur supérieure au montant indiqué dans le tableau de votre fiche pays (montant par cadeau, à retrouver en [Partie 8](#) : « Fiches pays »).
- Constitue une « bonne pratique », le fait de partager les cadeaux reçus avec vos collaborateurs et/ou les personnes liées au dossier, dès que cela est possible (ex : bouteilles de vin reçues d'un fournisseur à Noël).
- Les cadeaux offerts/reçus sous forme financière (prêts, espèces, chèques cadeaux ou équivalents) sont **INTERDITS**.

L'objectif du tableau suivant est de vous aider dans l'évaluation des différentes situations que vous pouvez rencontrer. Si vous vous retrouvez dans une situation « Non », rapprochez-vous de votre supérieur hiérarchique.



- Se questionner sur la légalité et la cohérence du cadeau.
- Demander une dérogation à son supérieur hiérarchique si le cadeau dépasse le montant autorisé.
- Se renseigner sur la législation avant d'offrir un cadeau à un agent public.
- Dans la mesure du possible, partager le cadeau avec son équipe.



- Accepter ou offrir un cadeau lors d'une situation de conflit, d'appel d'offres ou juste avant ou après une telle situation.
- Demander à recevoir un cadeau.
- Dépenser le montant autorisé sans demander une dérogation à son supérieur hiérarchique.

La gestion des invitations à des événements



Définition :

Les événements (séminaires, conférences, soirées...) à destination de nos prospects et/ou de nos clients et/ou de nos partenaires sont susceptibles d'impliquer des risques de corruption et doivent à ce titre faire l'objet d'une attention particulière.

Principes et règles :

Les principes et règles généraux énoncés préalablement en [page 13](#) restent valables.

- Tout événement (invitations accordées et/ou reçues) avec un budget supérieur au montant indiqué dans le tableau de votre fiche pays par personne (montant à retrouver en [Partie 8 : « Fiches pays »](#)) requiert l'approbation préalable du supérieur hiérarchique.
- Les frais de restauration peuvent rester à la charge des invitants. En revanche, les frais de déplacement (avions, trains, taxis) ainsi que les frais d'hébergement (hôtel) doivent rester à la charge des personnes invitées.
- Un événement doit avoir une durée raisonnable (2 jours maximum).
- Les événements hors jours de semaine et au-delà des 2 jours doivent être évités au maximum et dans le cas contraire être portés à la connaissance du supérieur hiérarchique.

L'objectif du tableau suivant est de vous aider dans l'évaluation des différentes situations que vous pouvez rencontrer. Si vous vous retrouvez dans une situation « Non », rapprochez-vous de votre supérieur hiérarchique.



- Se questionner sur la légalité et la cohérence de l'invitation.
- Demander une dérogation à son supérieur hiérarchique si l'invitation dépasse le montant autorisé.
- Se renseigner sur la législation avant d'inviter un agent public.
- S'assurer de l'aspect professionnel de l'événement (lieu, agenda professionnel détaillé, ...).



- Demander à être invité à un événement.
- Accepter ou émettre une invitation lors d'une situation de conflit, d'appel d'offres ou juste avant ou après une telle situation.
- Dépenser le montant autorisé sans demander une dérogation à son supérieur hiérarchique.



La gestion des activités de mécénat et de sponsoring

Définition :

Mécénat : Il correspond à un soutien matériel ou financier apporté sous forme de don, sans aucune contrepartie, à un organisme sans but lucratif pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général, avec un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial ou culturel.

Le sponsoring ou parrainage : Il correspond à un soutien matériel avec contrepartie directe (ex : publicité) de l'organisme parrainé en échange du soutien accordé.

Principes et règles :

En tant qu'entreprise, nous avons à cœur de soutenir des organismes ou des initiatives présentant un intérêt général, à travers des actions de mécénat et de sponsoring qui ont un lien direct avec notre écosystème, où un collaborateur s'implique personnellement pour les actions concernées.

De nombreuses initiatives sont déjà menées au sein des filiales du Groupe. Ainsi, et avec pour objectif de centraliser, arbitrer et donner de la visibilité à toutes ces actions, nous vous demandons de vous rapprocher systématiquement de Madame **Karina Gleich**, votre interlocutrice privilégiée, pour les actions de mécénat et sponsoring à venir.

Merci de lui adresser vos projets par e-mail à l'adresse : karina.gleich@airvancegroup.com

La gestion des activités de mécénat et de sponsoring

L'objectif du tableau suivant est de vous aider dans l'évaluation des différentes situations que vous pouvez rencontrer. Si vous vous retrouvez dans une situation « Non », rapprochez-vous de votre supérieur hiérarchique.

Oui !

- Se questionner sur la légalité et la cohérence de ce mécénat ou de sponsoring.
- Transmettre sa demande de sponsoring ou de mécénat à Monsieur Laurent Dolbeau par l'intermédiaire de Madame Karina Gleich.
- Transmettre une demande qui a un lien direct avec les employés du Groupe.
- S'assurer de la transparence de l'association sur ses objectifs, actions, membres, pays de résidence, ...

Non !

- Transmettre une demande qui s'inscrit dans le cadre d'une relation d'affaires.
- Transmettre une demande qui vise à financer un parti ou une personnalité politique.
- Transmettre une demande lors d'une situation de conflit, d'appel d'offres ou juste avant ou après une telle situation avec un tiers.
- Effectuer une demande de don lorsque l'association nous a été recommandée par un fonctionnaire ou un élu, et/ou que l'appel à faire un don a été insistant ou récurrent.
- Transmettre une demande liée à un secteur considéré comme à risque (présence de personnalités politiques, d'agents publics, importante exposition médiatique).

La gestion des conflits d'intérêts



Définition :

Selon une définition couramment acceptée, constitue une situation de conflits d'intérêts, toute situation potentielle, apparente ou avérée, dans laquelle un collaborateur possède un intérêt, direct ou indirect, matériel ou non, pouvant influencer sur la manière dont lui-même ou tout autre collaborateur accomplit ses fonctions ou ses responsabilités au sein du Groupe.

Formulé différemment, un conflit d'intérêts désigne toute situation où les intérêts personnels d'un collaborateur et/ou d'une partie prenante externe pourraient entrer en conflit avec ceux de leurs entreprises.

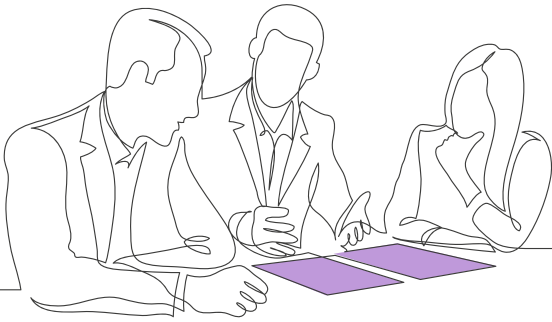
Les conflits d'intérêts ne sont pas illégaux par nature. Ils doivent cependant être clairement et rapidement identifiés dans la mesure où ils sont susceptibles d'impliquer, du fait du manque d'objectivité qu'ils peuvent entraîner, des décisions potentiellement contraires à l'intérêt social.

Principes et règles :

Tout collaborateur du Groupe **AIRVANCE**, tel que défini plus haut dans ce document a l'obligation de déclarer toute situation de conflits d'intérêts (potentielle, avérée ou réelle) le concernant.

Cette déclaration doit être réalisée idéalement dès lors qu'une situation de conflit d'intérêts apparente ou potentielle est identifiée.

Les conflits d'intérêts doivent donc être clairement identifiés et déclarés à son supérieur hiérarchique, la situation sera remontée selon le cas à la chaîne hiérarchique et éventuellement jusqu'aux dirigeants de région ou aux membres du COMEX.



(La gestion des conflits d'intérêts

Exemples de conflits d'intérêts :

Pour exemple, constituent traditionnellement des situations de conflits d'intérêts (liste non exhaustive), les cas présentés ci-dessous :

- Existence d'un intérêt dans une société, une association, ou avec toute personne ayant des relations d'affaires avec le Groupe **AIRVANCE**. Cet intérêt peut être direct (participation au capital, existence d'un mandat social dans l'entité, ...) ou indirect (lien familial ou amical avec les associés, dirigeants ou managers de cette entreprise).
- Existence d'un lien personnel extra-professionnel avec un collaborateur placé sous un lien d'autorité ou de subordination direct ou indirect de façon permanente ou ponctuelle (par exemple sur un projet déterminé) susceptible de nuire à l'indépendance et la liberté de jugement de ce collaborateur.
- Embauche d'un agent public ou de toute personne disposant d'un mandat public (par exemple les commissaires aux comptes) et ayant exercé des activités de contrôle et/ou de supervision d'une ou plusieurs sociétés du Groupe.
- Embauche d'un salarié appartenant précédemment à une organisation en charge de noter, d'évaluer ou de certifier une ou plusieurs sociétés du Groupe **AIRVANCE**.
- Acquisition d'un bien matériel ou immatériel dans le but de le louer ou de le céder au Groupe **AIRVANCE**.
- Utilisation d'une information confidentielle obtenue dans le cadre des activités du collaborateur au sein du Groupe **AIRVANCE**, pour en tirer un profit ou avantage pour lui-même ou pour un tiers.
- Existence d'une relation amoureuse avec un autre employé du Groupe ou de ses filiales.

La gestion des conflits d'intérêts

L'objectif du tableau suivant est de vous aider dans l'évaluation des différentes situations que vous pouvez rencontrer. Si vous vous retrouvez dans une situation « Non », rapprochez-vous de votre supérieur hiérarchique.



- Je me conforme à la politique interne relative aux conflits d'intérêts.
- Je signale tout conflit potentiel ou avéré à mon supérieur hiérarchique.
- J'informe mon supérieur hiérarchique en cas d'apparition d'un nouveau conflit d'intérêt.



- Je ne signale pas de conflit d'intérêt potentiel ou avéré et continu de mener une relation d'affaires avec la personne concernée.
- J'utilise ma situation ou mon statut pour influencer indirectement la décision d'acheter des biens ou des fournitures d'une entreprise dans laquelle un proche ou un associé a un intérêt financier direct.



La gestion des opérations commerciales

Définition :

Par opérations commerciales, sont entendues (liste non exhaustive) : les opérations promotionnelles, les opérations de déstockage, les gestes commerciaux, les programmes de fidélité.

Principes et règles :

Les opérations commerciales ne sont **PAS INTERDITES**.

Elles doivent d'une part, être soumises à l'autorisation et à la validation du Directeur Commercial ou le cas échéant du Directeur de filiale. D'autre part, elles doivent respecter les lois locales.



Agents et intermédiaires commerciaux

Définition :

La notion d'intermédiaire fait référence à toute personne physique ou entité juridique (ex : agents commerciaux / apporteurs d'affaires) agissant, négociant ou s'exprimant au nom du Groupe **AIRVANCE** et de ses filiales ou représentant ses intérêts, dans le but d'identifier des opportunités commerciales, de négocier ou de signer des contrats, de promouvoir les produits et services de notre Groupe **AIRVANCE**.

Principes et règles :

- L'usage d'intermédiaires n'est **PAS INTERDIT**.
- Tout nouvel intermédiaire (selon la définition ci-dessus), surtout quand il nous est proposé/imposé par un client/prospect requiert l'approbation préalable et formelle du Directeur de zone, ou à défaut de la Direction Générale du Groupe dès lors que ce dernier est situé dans un pays à moins de 70 de score CPI dans le classement de Transparency International (voir : <https://www.transparency.org/en/cpi/2022>).
- Toute relation avec un intermédiaire doit être encadrée par un contrat. Toute exception à cette règle requiert l'approbation préalable du Directeur de zone, ou à défaut de la Direction Générale Groupe.
- Les intermédiaires doivent être impérativement rémunérés dans les pays dans lesquels ils ont leur résidence fiscale. Toute exception à cette règle requiert l'approbation préalable du Directeur de zone, ou à défaut de la Direction Générale du Groupe.



La gestion des activités de lobbying

Définition :

Le Groupe **AIRVANCE** définit le lobbying comme la fourniture, en toute transparence, d'informations utiles susceptibles d'éclairer la prise d'une décision publique. Il s'agit ainsi de faire connaître et de légitimer les activités du Groupe **AIRVANCE** et de ses filiales auprès des décideurs publics, de manière à leur apporter une expertise technique favorisant le développement de nos activités.

Principes et règles :

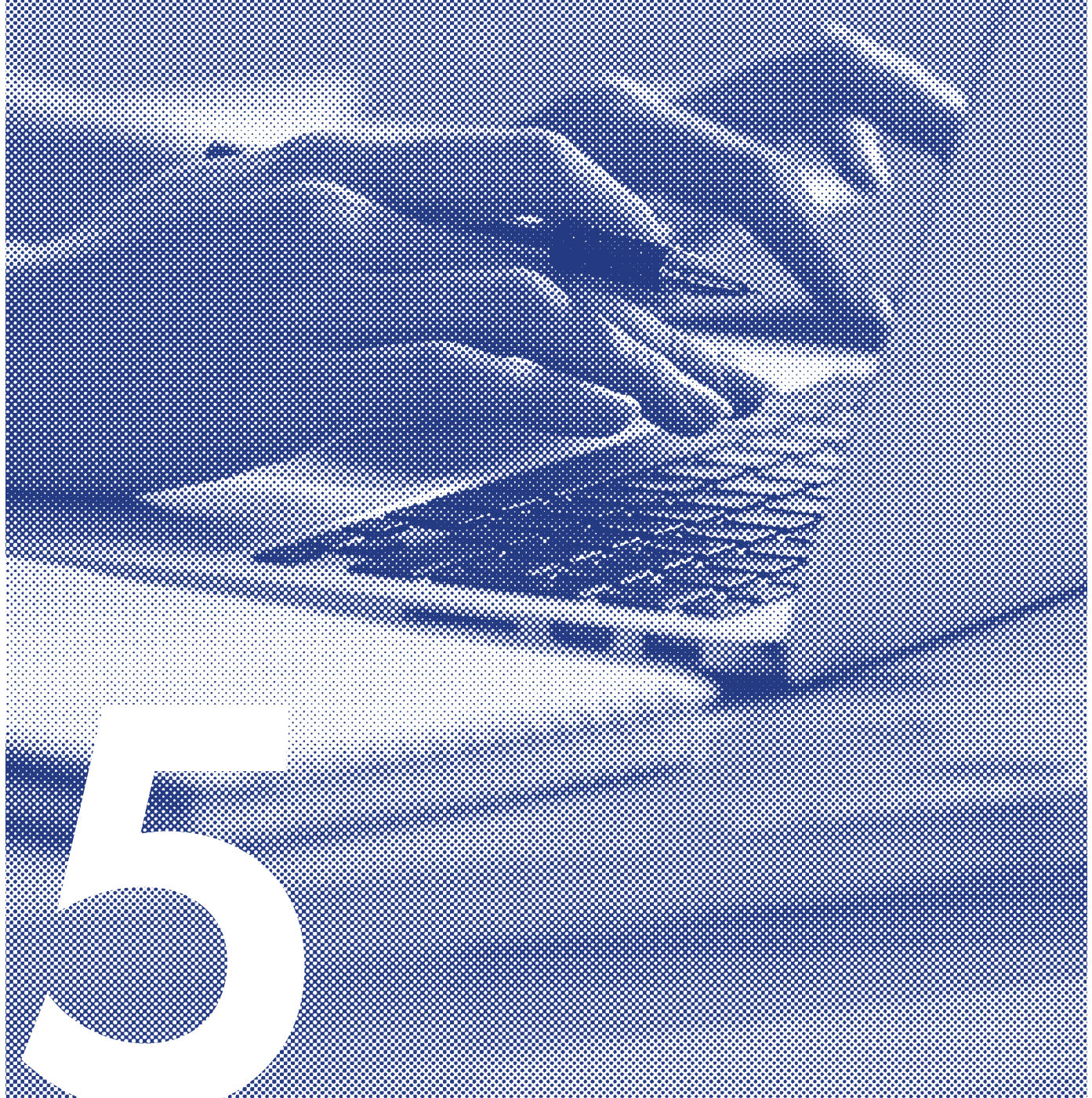
- Le Groupe ne s'interdit pas de procéder à des actions de lobbying, aussi bien de manière directe (par un de ses salariés) que de manière indirecte (via les associations professionnelles, des cabinets spécialisés...).
- Tout recours à une structure spécialisée dans les actions de lobbying requiert l'approbation préalable de la Direction Marketing et Stratégie.
- La participation à toute nouvelle association professionnelle requiert l'approbation préalable de la Direction de l'entité locale.
- Il est de la responsabilité de la Direction Marketing et Stratégie de s'assurer que toute nouvelle association professionnelle est bien enregistrée sur le site de la HATVP pour la France (www.hatvp.fr/le-repertoire) ou son équivalent à l'étranger (le cas échéant).
- Toute embauche par le Groupe **AIRVANCE** et ses filiales d'un décideur public (en poste ou ayant exercé des fonctions publiques il y a moins de 5 ans) doit faire l'objet d'un contrôle préalable par la Direction des Ressources Humaines (afin de s'assurer que la société respecte l'éventuel délai de carence applicable à la personne concernée, de l'absence de conflits d'intérêts...).
- Le Groupe **AIRVANCE** et ses filiales s'interdisent de mandater ou de rémunérer des personnes exerçant des responsabilités publiques pour représenter ou favoriser leurs intérêts.

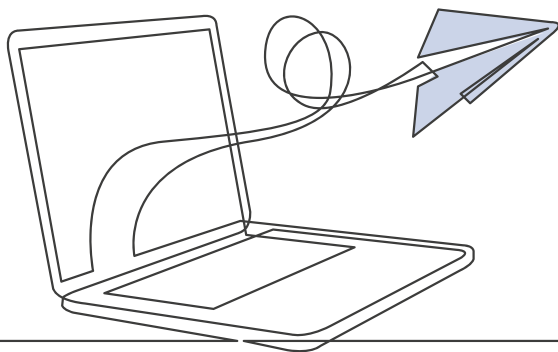


La gestion des activités politiques

Le Groupe **AIRVANCE** respecte les libertés d'opinions politiques de chacun et de ses collaborateurs. Cependant, les dons et contributions politiques ainsi que le sponsoring de tout parti politique, candidat ou cause politique engageant l'image et/ou les deniers du Groupe sont formellement interdits et exclusivement réservés à la Direction Générale du Groupe.

COMMENT FAIRE PART D'UNE SITUATION ?





Comment faire part d'une situation ?

Le droit d'alerte consiste, de manière générale, en la faculté pour une personne de signaler des comportements frauduleux ou des risques graves.

La procédure mise en œuvre au sein d'**AIRVANCE** pour recueillir les alertes garantit la stricte confidentialité de l'identité des auteurs de l'alerte, des personnes visées par celle-ci et des informations recueillies par l'ensemble des destinataires.

Vous pouvez émettre une alerte à partir d'une boîte mail personnelle ou professionnelle à l'adresse : « ethicline@airvancegroup.com » avec la mention « **Personnel et confidentiel** » de manière explicite dans l'objet de l'e-mail.

Les personnes destinataires de cette adresse mail sont :

- Directrice des Ressources Humaines et RSE Groupe.
- Responsable Juridique Corporate.

Ou par courrier postal à destination de ces mêmes personnes.

Dans le cas où votre signalement concernerait l'une des deux personnes mentionnées ci-dessus, vous pouvez **EXCEPTIONNELLEMENT** adresser votre signalement à votre membre référent du COMEX.

Nous vous invitons à consulter le document « Procédure de recueil et de traitement des signalements internes au sein d'**AIRVANCE** Group » pour retrouver de manière détaillée notre procédure lanceur d'alerte.



MANQUEMENTS

6



Manquements

Les engagements que nous prenons dans ce code s'imposent à l'ensemble de nos collaborateurs et s'étendent à nos parties prenantes externes.

Les manquements à ces engagements pourront donner lieu à sanctions :

- **En interne :** Pour un salarié, l'application de mesures disciplinaires à son encontre pourront être décidés en fonction de la gravité des faits et en application du règlement intérieur de l'entité juridique concernée.
- **Pour les parties prenantes externes.** Outre la faculté de rupture contractuelle de plein droit et avec effet immédiat, les sanctions pourront également prendre la forme de mesures d'indemnisation des conséquences dommageables pour la filiale du groupe Airvance concernée.



7

ANNEXE

Annexe : Conduite lors des réunions professionnelles

Conduite à tenir dans le cadre de la loi sur la concurrence & règles anti-corruption pour toute réunion d'association professionnelle.

Lutte contre la corruption :

En participant à une réunion d'une association professionnelle :

- Je m'engage à rejeter toute tentative de corruption et/ou de versement de pots-de-vin, conformément aux dispositions de la convention des Nations Unies contre la corruption (adoptée par l'Assemblée Générale des Nations Unies par la résolution 58/4 du 31 octobre 2003, qui a été introduite dans le droit local, la législation et la réglementation pouvant s'appliquer à tout ou partie des pays, dispositions anti-corruption qui ont été spécifiquement introduites en droit français par la loi dite « Sapin 2 »),
- Je déclare disposer des moyens adaptés pour promouvoir la transparence, l'intégrité et le leadership responsable.

Loi sur la concurrence :

Dans la mesure où les entreprises qui assistent aux réunions, y compris les réunions de conseils d'administration, sont des sociétés ayant des intérêts économiques concurrents et parfois opposés, je m'engage à participer à des réunions qui se tiennent dans le respect strict du droit de la concurrence (anti-trust). Je m'assurerai que les précautions suivantes soient appliquées :

- Chaque réunion doit être précédée d'une notification précisant la date et l'heure de la réunion et contenant la copie de l'ordre du jour de la réunion.
- Un procès-verbal doit être rédigé à l'issue de chaque réunion. Ce procès-verbal doit être clair, complet et précis en ce qui concerne la discussion qui s'est tenue, il doit retranscrire les mesures prises et le fondement de ces mesures.
- Aucune conversation ne doit se tenir de manière « officielle ».

Suite page suivante >

Annexe : Conduite lors des réunions professionnelles

De manière générale, je m'engage à éviter toute communication et discussion qui pourrait influencer directement les décisions d'une entreprise individuelle concernant les niveaux de production, la tarification des produits, les stratégies de marketing ou la sélection des clients ou des fournisseurs.

En outre, je m'engage à ne pas aborder les sujets suivants :

- Prix ou tout élément de prix ou de politique de prix, y compris les coûts, les remises, les rabais, les marges bénéficiaires, etc.
- Les conditions de vente, y compris les garanties, le crédit et les modalités d'expédition.
- Concurrents, fournisseurs ou clients particuliers.
- Les quotas ou les limites de vente ou de production, la répartition des clients ou des territoires de vente ou le refus de vendre à certains clients ou d'acheter à certains fournisseurs.
- La part de marché ou le territoire de vente d'un concurrent particulier.
- Les statistiques d'exploitation, les inventaires, les ventes, les méthodes de marketing ou les stratégies de tout concurrent particulier.
- Le contrôle de la concurrence ou l'exclusion d'un concurrent de tout marché.

Je déclare expressément comprendre les instructions ci-dessus décrites et m'engager à les appliquer chaque fois que cela s'avère nécessaire.

Entreprise :

Nom/Prénom :

Date :

Signature :



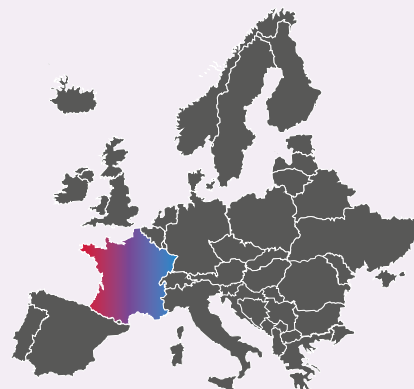
FICHES PAYS

8

Les montants indiqués dans cette partie, sont les seuils jusqu'aux quels vous pouvez engager ou accepter une dépense, avec un tiers externe au Groupe, sans dérogation de la part de votre supérieur hiérarchique.

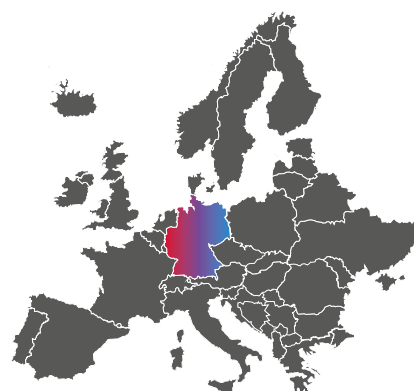
Fiche pays 1 : France

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	60€	60€	150€
↪ Cadeau	60€	60€	150€
↪ Evènement	50€	50€	150€



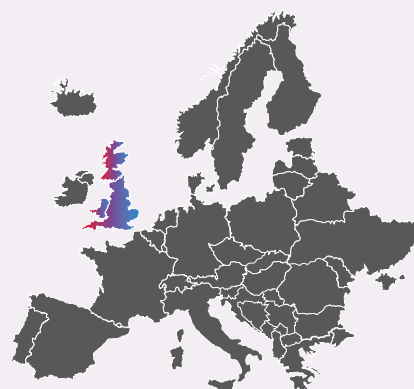
Fiche pays 2 : Allemagne

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	80€	80€	100€
↪ Cadeau	30€	30€	30€
↪ Evènement	30€	30€	30€



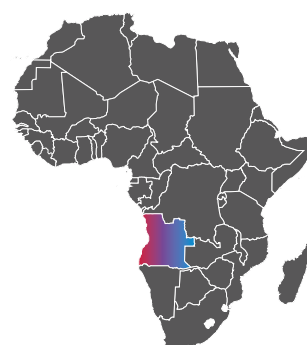
Fiche pays 3 : Angleterre

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	50£	50£	120£
↪ Cadeau	30£	30£	120£
↪ Evènement	50£	50£	150£



Fiche pays 4 : Angola

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	50€	50€	100€
↪ Cadeau	60€	60€	150€
↪ Evènement	60€	60€	150€



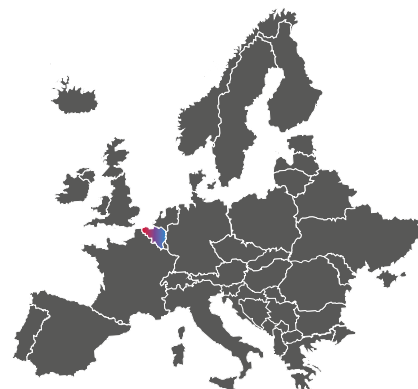
Fiche pays 5 : Autriche

	Donné	Reçu	Top management
Restaurant	100€	100€	100€
Cadeau	50€	50€	50€
Evènement	100€	100€	250€



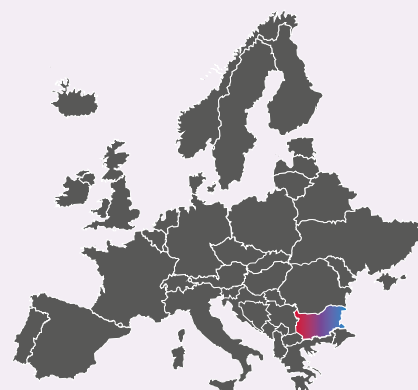
Fiche pays 6 : Belgique

	Donné	Reçu	Top management
Restaurant	55€	55€	110€
Cadeau	55€	55€	110€
Evènement	55€	55€	110€



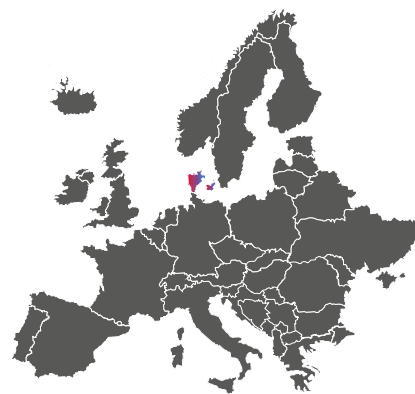
Fiche pays 7 : Bulgarie

	Donné	Reçu	Top management
Restaurant	Déjeuner 20-30€	Déjeuner 20-30€	Déjeuner 60€
	Dîner 40-60€	Dîner 40-60€	Dîner 60€
Cadeau	50€	50€	60€
Evènement	N/A	N/A	N/A



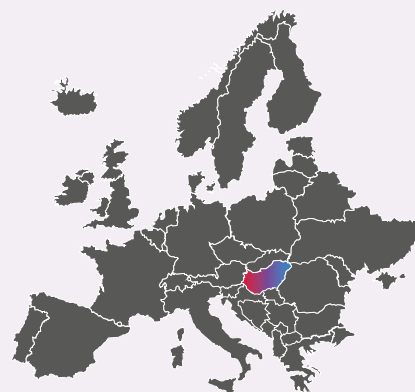
Fiche pays 8 : Danemark

	Donné	Reçu	Top management
Restaurant	500 DKK	500 DKK	2500 DKK
Cadeau	500 DKK	500 DKK	1200 DKK
Evènement	2500 DKK	2500 DKK	2500 DKK



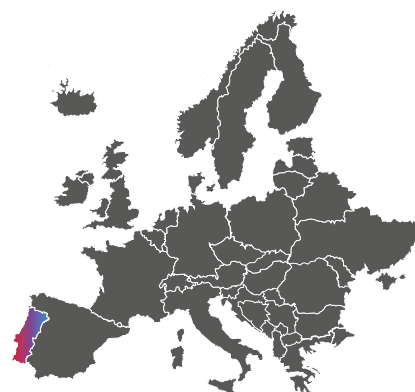
Fiche pays 9 : Hongrie

	Donné	Reçu	Top management
Restaurant	20 000 HUF	25000 HUF	25000 HUF
Cadeau	10 000 HUF	10 000 HUF	50000 HUF
Evènement	10 000 HUF	10 000 HUF	300 000 HUF



Fiche pays 10 : Portugal

	Donné	Reçu	Top management
Restaurant	50€	50€	100€
Cadeau	60€	60€	150€
Evènement	60€	60€	150€



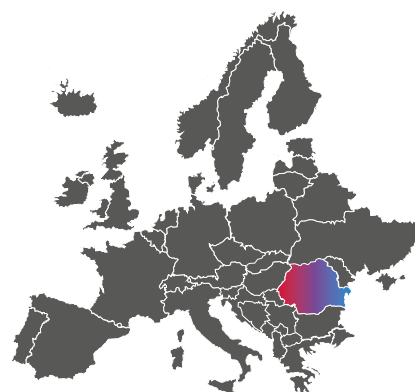
Fiche pays 11 : République Tchèque

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	25€	25€	50€
↪ Cadeau	25€	25€	50€
↪ Evènement	20€	20€	50€



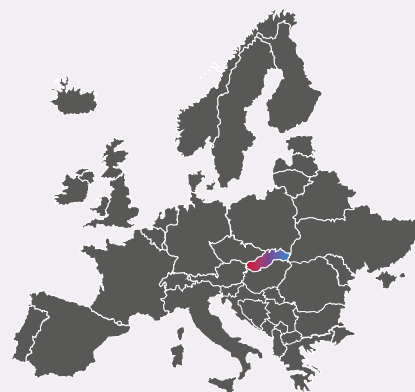
Fiche pays 12 : Roumanie

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	25€	25€	75€
↪ Cadeau	25€	25€	60€
↪ Evènement	N/A	N/A	N/A



Fiche pays 13 : Slovaquie

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	25€	25€	50€
↪ Cadeau	25€	25€	50€
↪ Evènement	20€	20€	50€



Fiche pays 14 : Suisse

	Donné	Reçu	Top management
↪ Restaurant	60€	60€	120€
↪ Cadeau	60€	60€	120€
↪ Evènement	100€	100€	200€





the JUST BREATHE

AIRVANCE 
GROUP