



HERIGE
INDUSTRIES

POLITIQUE ANTI-CORRUPTION

Editorial,

La croissance et le développement du Groupe s'appuient sur des valeurs fortes profondément ancrées dans notre histoire : proximité, éthique, performance et simplicité. Notre management est pleinement inspiré de ces valeurs, qui sont également au cœur de nos relations avec l'ensemble de nos parties prenantes : collaborateurs, clients, fournisseurs, actionnaires, partenaires ...

Acteur de référence dans le négoce de matériaux de construction, le béton ainsi que la menuiserie industrielle, nos équipes sont implantées largement sur le territoire national.

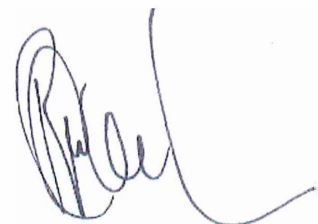
Partout où nous sommes présents, nous attachons la plus grande importance à agir de façon irréprochable afin d'exercer nos activités avec intégrité.

Le code de conduite anti-corruption définit les normes de comportement applicables à nos activités et expose les lignes directrices pour les décisions que les salariés du Groupe peuvent être conduits à prendre sur divers sujets d'ordre éthique. Ce code s'inscrit dans le cadre de l'obligation légale de la loi dite Sapin 2 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique. Il reprend des principes déjà formulés dans notre charte des achats responsables antérieurement adoptée par l'ensemble des activités.

L'intégrité en affaires participe à la bonne réputation du Groupe. C'est l'adhésion de tous aux principes fondamentaux de ce code qui garantira nos succès futurs.

Il nous appartient, collectivement et individuellement, d'adopter ces règles afin d'incarner nos valeurs et engagements au quotidien. Je compte sur vous tous pour agir en ce sens.

Benoit Hennaut,
Président du Directoire





Code de conduite anticorruption Middlenext

Préambule

Le code de conduite anticorruption Middlenext (le Code) se réfère à la Convention des Nations Unies contre la corruption et s'attache à lutter contre toutes les formes de corruption.

Ce Code fait partie intégrante du règlement intérieur de l'entreprise.

Toutefois, un document ne peut aborder tous les cas de corruption et de trafic d'influence pouvant se produire dans le cadre des activités quotidiennes ; chacun doit donc exercer son propre jugement et faire preuve de bon sens. En cas de doute sur la conduite à tenir, chaque entreprise s'appuie sur les outils d'aide et de conseil qu'elle a mis en place ainsi que sur un système d'alerte interne.

Ce Code pourra être révisé.

1-Cadre et champ d'application

Le Code s'applique à tous les collaborateurs des entreprises et/ou des groupes qui adoptent le code de conduite anti-corruption Middlenext.

Chaque collaborateur se doit d'adopter un comportement exemplaire au sein de chaque entreprise et ne rien faire qui soit contraire aux règles comportementales définies dans ce Code. Toute question d'un collaborateur sur l'application du Code ou sur son interprétation doit être remontée à son supérieur hiérarchique ou au référent désigné par l'entreprise.

2- Règles fondamentales et ses déclinaisons

Définitions

- **La corruption** est un comportement par lequel une personne (agent public ou personne privée) propose, demande ou accepte directement ou par le biais d'intermédiaire un don, une offre ou une promesse, des présents ou des avantages quelconques en vue d'accomplir, de retarder ou d'omettre d'accomplir un acte entrant d'une façon directe ou indirecte dans le cadre de ses fonctions afin d'obtenir ou de conserver un avantage commercial ou financier, influencer une décision.

On distingue deux types de corruption :

- La corruption est **active** lorsque c'est la personne qui corrompt qui est à l'initiative de la corruption.

- La corruption est **passive** lorsque l'acte de corruption est à l'initiative de la personne qui est corrompue, c'est-à-dire de la personne qui accomplit ou n'accomplit pas un acte en échange d'une contrepartie.

La corruption peut prendre plusieurs formes sous couvert de pratiques commerciales ou sociales courantes ; il peut s'agir notamment d'invitations, de cadeaux, de parrainages, de dons etc.

- **Le trafic d'influence** désigne le fait pour une personne de monnayer sa qualité ou son influence, réelle ou supposée, pour influencer une décision qui sera prise par un tiers. Il implique trois acteurs : le bénéficiaire (celui qui fournit des avantages ou des dons), l'intermédiaire (celui qui utilise le crédit qu'il possède du fait de sa position) et la personne cible qui détient le pouvoir de décision (autorité ou administration publique, magistrat, expert, etc.).

Principe et règles

Les collaborateurs ne doivent pas commettre d'actes de corruption et ne doivent pas utiliser d'intermédiaires, tels que des agents, des consultants, des conseillers, des distributeurs ou tout autre partenaire commercial dans le but de commettre de tels actes.

Si une personne est confrontée à une proposition elle doit s'interroger :

- Les lois et la réglementation sont-elles respectées ?
- Est-ce conforme au Code et à l'intérêt de l'entreprise ?
- Est-ce dénué d'intérêt personnel ?
- Serais-je gêné si ma décision était communiquée ?

Chaque entreprise qui se réfère au Code a **défini une procédure** afin que chaque salarié puisse exprimer ses doutes, s'il est confronté à un choix éthique ou de conduite des affaires, et ce, en toute confidentialité.

2-1 Règles spécifiques aux agents publics

Définitions

Le terme « agent public » désigne une personne dépositaire de l'autorité publique, chargée d'une mission de service public ou investie d'un mandat électif public, pour elle-même ou pour autrui.

Principe et règles

La corruption d'agent public est passible de sanctions plus sévères¹. Toute relation avec un agent public doit être conforme à la réglementation la régissant (c'est-à-dire la réglementation applicable dans le pays spécifique de l'agent public ou qui lui a été imposée par son employeur). S'il n'est pas interdit par la loi, tout avantage octroyé à un agent public doit être totalement transparent vis-à-vis de l'entreprise et soumis à une autorisation préalable de la hiérarchie.

¹ Le Code pénal français sanctionne lourdement les individus coupables de corruption publique - peines pouvant aller jusqu'à 10 ans de prison et 1 million d'euros d'amende. La simple tentative - par exemple, le fait de proposer un pot de vin ou de le demander - est condamné de la même manière que l'acte de corruption accompli.

2-2 Cadeaux et invitations

Définitions

Les cadeaux sont des avantages de toute sorte donnés par quelqu'un en signe de reconnaissance ou d'amitié, sans rien attendre en retour.

Le fait d'offrir ou de se faire offrir, des repas, un hébergement et des divertissements (spectacles, concerts, événements sportifs etc.) est considéré comme une invitation.

Principe et règles

Les cadeaux et les invitations peuvent s'apparenter ou être perçus comme des actes de corruption active ou passive, aussi il convient d'être attentif en matière de cadeaux, de signes de courtoisie et d'hospitalité (reçus ou donnés), d'invitations à des divertissements qui contribuent à instaurer de bonnes relations mais peuvent être considérés comme un moyen d'influencer une décision, de favoriser une entreprise ou une personne.

2-3 Dons à des organisations caritatives ou politiques

Définitions

Les dons et les donations sont des avantages donnés sous la forme d'argent et /ou de contributions en nature ; ils sont alloués dans un but spécifique : la recherche, la formation, l'environnement (développement durable), à des fins caritatives ou humanitaires...

Les contributions politiques - monétaires ou non - sont destinées à soutenir des partis, des responsables ou des initiatives politiques.

Principe et règles

Les demandes de dons, de donations ou de contributions doivent être considérées avec soin, en particulier celles émanant de personnes en position d'influencer les activités de l'entreprise ou qui pourraient, si le don était accordé, en tirer un avantage personnel.

Les demandes de dons doivent être approuvées par un supérieur hiérarchique.

2-4 Mécénat, sponsoring

Définition

Par le mécénat ou le sponsoring l'entreprise souhaite apporter son soutien financier ou matériel à une œuvre, à une action sociale, culturelle ou sportive afin de communiquer et promouvoir ses valeurs.

Principes et règles

Ils doivent être réalisés sans rechercher d'avantages spécifiques de la part du bénéficiaire autres que la promotion de l'image de l'entreprise.

2-5 Paiements de facilitation

Définition

Les paiements de facilitation sont des paiements officieux (par opposition aux droits et taxes légitimes et officiels) que l'on verse pour faciliter ou accélérer toutes formalités notamment administratives telles que les demandes de permis, visas ou les passages en douane...

Principe et règles

L'entreprise n'accepte pas les « paiements de facilitation » sauf motifs impérieux (santé, sécurité d'un collaborateur...).

2-6 Surveillance des tiers (fournisseurs, prestataires, clients)

Définition

La surveillance porte sur les tiers, personnes physiques ou morales, avec lesquelles l'entreprise interagit et qui peuvent présenter dans certains cas un niveau de risque particulier en matière de corruption.

Sont considérés comme tiers : les partenaires commerciaux, fournisseurs, prestataires, agents, clients, intermédiaires...

Principe et règles

Chaque entreprise s'attache à ce que les tiers respectent ses principes et ses valeurs et à effectuer les diligences appropriées, le cas échéant,

2-7 Conflits d'intérêts

Définition

Les conflits d'intérêts découlent de toute situation dans laquelle les intérêts personnels des collaborateurs sont en conflit avec leurs fonctions ou responsabilités.

Principe et règles

Si des circonstances donnent lieu à un conflit d'intérêts potentiel ou avéré, les collaborateurs concernés doivent en faire état.

2-8 Enregistrements comptables/Contrôles internes

Définition

L'entreprise doit veiller à ce que ses services comptables et/ou ses auditeurs internes et/ou externes soient attentifs dans leurs contrôles aux dissimulations de faits de corruption dans les livres, les registres et les comptes.

Principe et règles

Les personnes qui travaillent sur les missions de contrôle comptable (audits, certification des comptes), doivent être particulièrement vigilantes quant à la fidélité et à la sincérité des comptes.

3- Mise en application

3-1 Formation

Les collaborateurs sont tenus de prendre connaissance du présent Code et de participer aux séances de formation qui sont organisées par l'entreprise afin de les sensibiliser à la lutte contre la corruption. Les nouveaux collaborateurs sont sensibilisés dès leur prise de fonction.

3-2 Signalement de pratiques non conformes au Code et protection du lanceur d'alerte

Chaque collaborateur, en respectant la procédure définie par l'entreprise, peut faire part de ses doutes et/ou poser ses questions à sa hiérarchie et/ou au référent :

- S'il est confronté à un risque de corruption ;
- S'il estime de bonne foi qu'une violation du Code a été ou est en train d'être ou va peut-être être commise ;
- S'il découvre que quelqu'un subit des représailles pour avoir émis un signalement de bonne foi.

Tout collaborateur qui rendrait compte de bonne foi et de manière désintéressée, c'est-à-dire en étant sincèrement persuadé que sa déclaration est exacte, d'une violation ou d'un risque de violation du Code à sa hiérarchie ou au référent sera protégé contre toutes formes de représailles. Son identité et les faits seront traités de façon confidentielle conformément à la réglementation applicable

Par ailleurs, si une erreur de bonne foi n'entraînera aucune mesure disciplinaire, en revanche, les dénonciations volontairement abusives ou marquées par une volonté de nuire seront passibles de sanctions.

3-3 Dispositifs d'alerte professionnelle et protection des données personnelles

Les collaborateurs sont informés de l'existence du dispositif.

Conformément à la réglementation applicable à la protection des données personnelles dans la plupart des pays dans lesquels l'entreprise est présente et, notamment au sein de l'Union Européenne, toute personne identifiée dans le cadre d'un dispositif d'alerte professionnelle, qu'elle soit émetteur de l'alerte ou faisant l'objet de l'alerte, peut exercer son droit d'accès aux données la concernant.

Chacun pourra également demander la rectification ou la suppression des données personnelles si celles-ci sont inexactes, incomplètes, équivoques ou périmées selon les mêmes modalités.

3-4 Sanctions en cas de violation du présent Code

Le non-respect des règles engage la responsabilité personnelle du collaborateur et l'expose à des sanctions notamment pénales² selon les législations applicables.

L'entreprise s'engage à :

- Prendre toutes les déclarations en compte ;
- Enquêter sur les alertes avec diligence ;
- Évaluer les faits de manière objective et impartiale ;
- Prendre les mesures correctives et les sanctions disciplinaires adéquates.

3-5 Mise en œuvre : responsabilité et surveillance

Il incombe à chaque collaborateur de mettre en œuvre le Code dans le cadre des responsabilités relatives à sa fonction.

L'entreprise effectue des contrôles périodiques afin de vérifier le respect de la conformité des pratiques.

Les organes de gouvernance de l'entreprise et/ou du groupe font un point régulier sur le suivi de la mise en œuvre et des suites données aux alertes.

² La loi française incrimine de la même manière la corruption active (le corrupteur) et la corruption passive (le corrompu). Pour une personne physique, la peine maximum est de 5 ans de prison et 500 000 € d'amende (dont le montant peut être porté au double du produit tiré de l'infraction).

Annexes

- ❖ **Charte des achats éthiques**

CHARTRE DES ACHATS ETHIQUES DU GROUPE HERIGE

OBJET

La charte des achats éthiques pose les fondements de la politique des achats responsables applicables au Groupe HERIGE et à ses fournisseurs. La démarche des achats éthiques prolonge nos valeurs d'entreprise socialement responsable qui intègre les piliers environnement, social et économique.

Cette charte définit les engagements de tous les acteurs impliqués dans le processus. Elle couvre l'ensemble des familles d'achats réalisés par le Groupe HERIGE.

LES ENGAGEMENTS DU GROUPE ENVERS SES FOURNISSEURS

L'acheteur véhicule l'image de son activité et du Groupe à l'extérieur : son éthique personnelle, sa probité, son professionnalisme impactent la réputation de l'entreprise. Par conséquent, il se doit de :

1° Traiter les fournisseurs équitablement

Au cours d'un appel d'offre, fournir les mêmes informations aux prestataires consultés par le biais d'un cahier des charges par exemple, demander les mêmes délais et évaluer les offres selon les mêmes critères objectifs : santé financière du fournisseur, qualité, coût, conditions d'approvisionnement, engagement RSE...

De même une remise en concurrence régulière est souhaitable.

2° Respecter la confidentialité des informations commerciales et techniques communiquées par un fournisseur

Toutes les informations relatives aux achats ne doivent en aucun cas être divulguées à des tiers et à fortiori aux autres fournisseurs consultés afin de respecter le libre jeu de la concurrence.

De même un acheteur veille à ne pas fournir d'informations commerciales ou techniques stratégiques lors de ses échanges ou consultations avec les fournisseurs.

3° Appliquer la transparence et la traçabilité tout au long du processus achat

En termes de transparence, les acheteurs doivent être capables d'expliquer les raisons objectives de leur choix. Ils doivent se montrer impartiaux vis-à-vis des promesses, des engagements, des contrats, des délais de paiement conclus avec les fournisseurs. Cela vaut aussi pour le traitement des litiges et conflits éventuels susceptibles d'intervenir tout au long des relations commerciales.

Aussi une coordination avec le service juridique est indispensable sur des achats sensibles ou stratégiques afin de limiter les désaccords ou de faciliter la résolution de conflit.

4° Prévenir les conflits potentiels d'intérêt et la corruption

Afin d'éviter tout risque de conflit d'intérêt, les acheteurs doivent agir dans l'intérêt du Groupe sans que leur intérêt personnel, familial ou leur relation amicale n'interfèrent dans leurs décisions professionnelles. Il est exclu de solliciter les fournisseurs à des fins personnelles pour ses collègues ou soi-même. Par exemple la demande d'emplois pour la famille ou des travaux personnels sont à proscrire. De même il est formellement interdit d'accepter des rétributions ou commissions de la part des fournisseurs.

Ainsi afin de prévenir tout risque de conflit d'intérêt, les acheteurs doivent informer leurs supérieurs de tout lien : parenté, lien personnel, participation financière directe ou indirecte qu'ils pourraient avoir avec les fournisseurs.

5° Respecter la politique cadeau et invitation

Pour tous les achats, y compris lors des appels d'offre, les acheteurs doivent se conformer à l'instruction de gouvernance Groupe ETH-GR-002-2021 cadeaux & Invitations qui précise les exigences et règles d'approbation à respecter avant d'offrir ou d'accepter un cadeau ou une invitation.

6° Raisonner en coût et impact globaux

Lors de l'achat, il faut intégrer le cycle de vie du produit. C'est-à-dire prendre en compte l'ensemble du processus de fabrication, l'optimisation des emballages, la livraison, le stockage, la maintenance, la mise au rebut...

7° Mettre en place une démarche d'achat responsable progressive

S'engager dans une démarche d'amélioration continue est un cercle vertueux qui nécessite une collaboration et un accompagnement de nos fournisseurs dans l'amélioration de la qualité environnementale et sociale de leurs offres qui peuvent indirectement avoir un impact sur notre image. Cela n'exclut pas d'être exigeant sur les pratiques de nos fournisseurs comme le « non-débauchage » de nos collaborateurs. Enfin, la proximité et le partenariat ne doivent pas aboutir à une trop grande interdépendance économique.

Le Président du Directoire
Benoit HENNAUT

