



# Guide d'intégrité

Mai 2024

Le groupe idverde est engagé à être un acteur responsable dans la vie économique, respectueux de ses interlocuteurs économiques.

Cet engagement s'applique dans de nombreux domaines mais il commence par l'intégrité de chacun dans la conduite de ses affaires, qui doit être le socle de notre comportement professionnel.

L'intégrité se traduit dans trois domaines pour lesquels ce guide précise les engagements du groupe, fixe des règles, en explique la portée et donne des conseils pratiques sur le comportement à adopter.

- > la prévention de la corruption et du trafic d'influence ;
- > le respect des règles de la concurrence ;
- > le comportement individuel.

Il est de la responsabilité de chacun d'appliquer ce guide dans son esprit et dans sa lettre. Il est attendu des cadres d'en faire un élément central de leur encadrement.

Chaque membre du Comité de Direction, signataire de ce guide, est garant de sa bonne application.

Le non-respect des règles définies dans ce guide expose les collaborateurs d'idverde à des sanctions disciplinaires, conformément aux dispositions du règlement intérieur. En outre, la violation de ces règles est susceptible de les exposer à des poursuites civiles et pénales.

La politique d'intégrité du groupe est pour nous une priorité. Le respect de ces règles n'est pas optionnel : c'est un pilier de notre action au quotidien. Elles doivent être appliquées par tous, collectivement et individuellement, en toutes circonstances et sans aucune exception.

Pour idverde, l'intégrité est bien plus qu'une obligation légale. C'est un comportement qui doit traduire une réelle conviction de chacun d'entre nous et les valeurs du groupe.

A ce titre, l'intégrité est une base essentielle de la relation avec nos clients et nos fournisseurs parce qu'une relation commerciale suppose la confiance de son interlocuteur, et cette confiance se mérite par un comportement intègre au quotidien.

Pour gérer ce sujet fondamental et parfois délicat, vous n'êtes pas seul :

- > Votre hiérarchie sera toujours là pour traiter une situation et pour la signaler si besoin ;
- > Une structure dédiée à la conformité, dirigée par Marc VENIER, a été mise place et son action est relayée au niveau du groupe par des référents. Ce réseau permet de vous assister et de vous aider à trouver la réponse appropriée ;
- > Un dispositif d'alerte interne a été mis en place et garantit la confidentialité des données qui ont vocation à y être échangées. Si une situation vous paraît contrevenir à nos valeurs, n'hésitez pas à utiliser ce dispositif pour alerter.

**Xavier PICCINO**  
Directeur Général



01/	P.04	<b>INTRODUCTION</b>
	P.06	<b>PRÉVENIR LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE</b>
	P.07	1. Définitions et enjeux
	P.09	2. Le contrôle de l'intégrité dans les relations d'affaires
	P.10	3. Les situations à risque dans nos activités
	P.16	4. Conseils pratiques
02/	P.18	<b>RESPECTER LES RÈGLES DE LA CONCURRENCE</b>
	P.20	1. Les ententes
	P.22	2. La concurrence déloyale
03/	P.24	<b>LE COMPORTEMENT PERSONNEL</b>
	P.25	1. Les conflits d'intérêts
	P.26	2. La politique de recrutement
	P.26	3. Transparence et exactitude des informations



## Engagement des directeurs régionaux d'idverde

En tant que membres du Comité de Direction d'idverde, nous sommes collectivement en charge de la conduite des affaires d'idverde et pleinement conscients de notre responsabilité individuelle pour diffuser, expliquer et faire vivre au quotidien tous les principes d'intégrité d'idverde dans l'ensemble de ses activités.

En particulier, il est de notre responsabilité individuelle et collective de démontrer au quotidien, par notre comportement exemplaire et rigoureux, la parfaite applicabilité des principes d'intégrité qui encadrent notre management d'idverde.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'AG'.

Antoine Girault  
*Directeur de la région Grand-Ouest*

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'CP'.

Christophe Pinardaud  
*Directeur de la région Méditerranée*

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'SLR'.

Steven Le Reste  
*Directeur de la région Nord & Ile-de-France*

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'BR'.

Benoît Roizot  
*Directeur de la région Est - Bourgogne & Rhône-Alpes*



# 01/

## PRÉVENIR LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE

### 1. Définitions et enjeux

La **corruption** est :

- > le fait de promettre, donner ou offrir à un tiers (corruption active) mais aussi le fait de solliciter ou recevoir d'un tiers (corruption passive),
- > directement ou par l'intermédiaire d'une autre personne,
- > un avantage indu,
- > pour soi ou pour autrui,
- > pour faciliter, accomplir ou s'abstenir d'accomplir un acte.

*Par exemple s'agissant de l'adjudication d'un contrat dans une procédure compétitive, en échange d'un dessous-de-table versé par le corrupteur, le corrompu va attribuer un contrat à l'entreprise du corrupteur alors qu'il ne propose pas l'offre la plus intéressante.*

L'intention de corruption est déterminante, mais le simple fait de céder à des sollicitations ou à des menaces constitue également un acte de corruption passive.

L'avantage indu désigne une contrepartie et peut être de nature variée : le versement d'une somme d'argent, une remise ou un remboursement, des prestations de services ou de travaux à titre gratuit, un cadeau.

La modification du comportement professionnel peut être une action (attribuer un contrat, communiquer une information, etc.) ou une inaction (renoncer à sanctionner une infraction qui a été commise).

Le **trafic d'influence** est assimilé à de la corruption. La différence réside dans le fait que le trafic d'influence nécessite la présence d'un intermédiaire (un agent commercial, un sous-traitant, un fournisseur, etc.), entre le bénéficiaire potentiel et l'autorité publique, qui va user de son influence pour obtenir ou tenter d'obtenir la décision souhaitée (autorisation, marché ou toute autre décision favorable).

**Les sanctions applicables en cas de corruption ou de trafic d'influence sont lourdes pour le collaborateur mis en cause et pour l'entreprise.**

Pour les personnes physiques, la corruption et le trafic d'influence sont passibles des mêmes peines à savoir un maximum de 10 ans d'emprisonnement et jusqu'à 1.000.000 d'euros d'amende (*article 433-2 du code pénal*). Des sanctions peuvent s'appliquer également aux complices d'actes de corruption et aux tentatives de corruption. Une tentative de corruption ou de trafic d'influence peut constituer un délit et le fait de ne pas avoir obtenu la décision souhaitée n'écarte pas le risque de condamnation.

L'entreprise est elle-même susceptible de lourdes sanctions dont l'impact financier peut être significativement amplifié par l'atteinte à sa réputation, la perte de contrats, l'exclusion (temporaire) des appels d'offres publics, l'interdiction de lever des fonds (emprunts) et la condamnation au versement de dommages et intérêts.

## **2. Le contrôle de l'intégrité dans les relations d'affaires**

*idverde* exige que tous les tiers avec lesquels elle est en relation (clients, fournisseurs, tiers intermédiaires etc.) respectent pleinement ses règles d'intégrité et ses valeurs.

Avant de s'engager avec un tiers, *idverde* doit donc procéder à des vérifications appropriées et proportionnées selon la qualité du tiers concerné.

La notion de tiers s'entend par toute personne, physique ou morale, qui a un rapport contractuel avec *idverde* ou une entité contrôlée par *idverde*, telle qu'un fournisseur ou intermédiaire, un partenaire de projet, un client et un organisme bénéficiaire de mécénat ou de parrainage.

Cette évaluation a pour objectif de prémunir *idverde* contre des risques de sanction ou de réputation liés à la mise en œuvre de pratiques de corruption par un tiers avec qui elle est ou entre en relation d'affaires. Ce contrôle consiste à collecter des informations sur un tiers donné, d'identifier d'éventuels risques et d'en apprécier l'intensité.

*idverde* a mis en place des outils et une procédure d'évaluation de l'intégrité des tiers auxquels il convient de se référer.

Tous les collaborateurs doivent informer immédiatement leur hiérarchie, si dans le cadre des relations d'affaires, ils sont en présence de pratiques à risque de corruption.

## 3. Les situations à risques dans nos activités

### 3.1 Relations avec les clients et les fournisseurs

Lors du processus d'adjudication ou de négociation avec un client, qu'il soit public ou privé, nos propositions et nos accords commerciaux doivent uniquement reposer sur la qualité et la compétitivité de notre offre.

Il est strictement interdit d'influencer la prise de décision ou le comportement de votre interlocuteur en lui proposant un pot-de-vin, une commission, de rémunérer un tiers, d'offrir un cadeau ou un avantage personnel (une invitation à un événement – culturel ou sportif pendant une phase d'appel d'offres, l'embauche d'un proche, etc.).

Cette interdiction s'applique pendant la négociation ou préalablement ou à l'occasion de l'attribution d'un contrat, mais aussi lors des différentes phases de son exécution (ordre de service, paiement, réception des ouvrages, levée de réserves, etc.), qui ne doivent pas être facilitées, accélérées ou obtenues par la promesse d'un avantage personnel.

Ces interdictions concernent le client final de l'opération (maître d'ouvrage) mais également tout tiers impliqué dans la négociation ou la procédure d'attribution du contrat (fournisseur, maître d'œuvre, bureau d'études techniques et assistant à maîtrise d'ouvrage).

*Par exemple, dans un processus de négociation ou de mise en concurrence, il est totalement exclu d'offrir à son interlocuteur un cadeau susceptible d'influencer sa décision.*

Cette règle de conduite s'applique également à nos relations avec nos fournisseurs et sous-traitants. Nous ne devons rien accepter de leur part (pots-de-vin, commissions, rémunération d'un tiers, cadeaux ou avantages personnels) qui serait de nature à altérer notre comportement professionnel.

*Par exemple, vous devez refuser l'offre d'un fournisseur qui vous inviterait avec votre famille à assister à un tournoi de tennis. Il n'y a aucune raison pour que votre famille bénéficie d'un tel cadeau qui vous rend par nature redevable envers ce fournisseur.*

### 3.2 Recours à un intermédiaire

Un intermédiaire est une personne morale ou physique qui intervient entre nous et notre client pour faciliter le contact commercial. Une telle opération peut cacher un acte de corruption si elle n'est pas légitime.

Pour s'assurer de sa légitimité, vous devez systématiquement :

- vérifier la réputation et l'intégrité de l'intermédiaire conformément à notre procédure interne d'évaluation de l'intégrité des tiers ;
- vérifier le contenu de son intervention ;
- formaliser son intervention dans un accord écrit contenant un engagement de respecter les dispositions de ce guide d'intégrité et donnant droit à **idverde** de rompre la relation d'affaires, immédiatement et sans dédommagement, en cas de non-respect par le partenaire des règles d'intégrité du groupe **idverde**, et de la réglementation applicable en matière de corruption et trafic d'influence.

### 3.3 Relations avec des agents publics

Il est interdit de proposer à un agent public un avantage personnel, quelle qu'en soit la forme, afin de chercher à obtenir ou à accélérer l'obtention d'un service ; d'une autorisation administrative ; d'un permis (autorisation d'importer, autorisation de travail) ; d'un traitement fiscal favorable ; d'un règlement des conséquences d'infractions ; ou de toute autre décision favorable.

D'autre part, tout avantage demandé par un agent public doit être refusé. Face à une telle situation, il vous appartient d'expliquer à votre interlocuteur :

- que les règles d'éthique du groupe **idverde** ne vous autorisent pas à accepter cette demande ;
- que la demande est illicite ;
- que les démarches administratives dont vous attendez l'accomplissement ne constituent pas un traitement privilégié mais l'exécution du travail pour lequel l'État rémunère ses agents.

En cas de demande répétée de la part de l'agent public, exigez que ladite demande soit formulée de manière officielle, par écrit, en précisant l'identité du demandeur (ce qui devrait la décourager).

### 3.4 Relations avec un tiers arbitre dans le cadre d'un litige

De la même manière, il est interdit de tenter d'influencer le processus décisionnel dans le cadre du règlement amiable ou contentieux d'un litige en proposant un avantage personnel, de quelque nature que ce soit à un juge, un arbitre, un médiateur, un expert, etc.

### 3.5 Cadeaux et invitations

Un **cadeau** recouvre toute forme de paiement, gratification ou avantage quelconque (pécuniaire ou non pécuniaire), offert ou reçu directement ou indirectement (exemples : donation, service, invitation, faveur...).

Une **invitation** recouvre toute forme de divertissement et se différencie du repas d'affaires.

Un **repas d'affaires** est un repas effectué dans le cadre de l'activité professionnelle et ayant pour but d'aborder des sujets d'ordre professionnel.

Offrir ou accepter occasionnellement des cadeaux d'une valeur modique (symbolique) ou des invitations à des manifestations culturelles ou sportives peut être toléré dans le cadre d'une relation professionnelle. Pour autant, ces pratiques peuvent parfois être interprétées comme un moyen d'influencer une décision ou constituer un acte de corruption. Elles peuvent également conduire à une situation de conflit d'intérêts.

Pour éviter toute incertitude, malentendu ou risque juridique, les collaborateurs sont tenus d'appliquer les règles exposées ci-après.

#### Les cadeaux et invitations offerts par un collaborateur d'idverde

Les **cadeaux d'affaires** à une entreprise partenaire sont offerts exclusivement au moment des fêtes de fin d'année. Ils ne sont pas nominatifs et personnels : vous offrez du vin ou du chocolat à un service mais pas à une personne, même s'il ne vous appartient pas de contrôler la répartition qui en est faite ensuite. L'important est que vous remettiez le cadeau de manière transparente et officielle sans que cela soit un cadeau entre personnes : c'est un cadeau d'idverde à une entreprise partenaire.

Ces cadeaux sont en priorité des « goodies » ou des objets dont la valeur est symbolique.

Sont totalement interdits les cadeaux qui prendraient une des formes suivantes :

- > des biens d'une valeur inappropriée dans une relation d'affaires, dépassant une valeur purement symbolique ;
- > un paiement monétaire sous quelque forme que ce soit (espèces, chèques, virements bancaires, chèques-cadeaux, bons...);
- > des prestations professionnelles au bénéfice exclusif d'une personne physique tierce, des prêts de matériel, d'outillage, d'engins ou de véhicules effectués en dehors du cadre professionnel ;
- > des prêts d'argent.

Il peut être nécessaire d'offrir un cadeau personnel à l'occasion d'un événement particulier : départ à la retraite, volonté de marquer une reconnaissance particulière à un interlocuteur. Ces cadeaux doivent être exceptionnels. Ils sont toujours remis de manière parfaitement transparente et ouverte avec une information de la hiérarchie chez nous et chez notre partenaire. Ils sont soumis à l'autorisation préalable du supérieur hiérarchique qui conserve une trace de l'autorisation donnée.

Le **repas d'affaires** s'inscrit dans le cadre d'une relation professionnelle, vous devez :

- > veiller à ce qu'un repas reste raisonnable par sa fréquence, sa qualité, les circonstances qui l'entourent et par la qualité des invités (position, rémunération, pouvoir décisionnaire, etc.). Un montant fixé pour chaque invité n'a pas de signification en soi, il vous appartient de faire preuve de bon sens et de prudence pour que vos relations professionnelles ne puissent être perçues comme utilisant des pratiques illicites ou déraisonnables ;
- > ne jamais étendre les invitations aux membres de la famille des clients ou prospects ;
- > bannir les invitations qui pourraient soulever des interrogations (par exemple, des repas de qualité en période d'appel d'offres).

Les **invitations** à des manifestations culturelles ou sportives doivent rester exceptionnelles et dans une démarche strictement professionnelle, vous devez :

- ne pas étendre les invitations aux familles de nos interlocuteurs : nous demeurons dans un cadre professionnel avec un objectif professionnel ;
- ne pas inviter des interlocuteurs en période d'appel d'offres ou dans la phase finale d'une négociation contractuelle ;
- ne pas limiter nos invitations aux mêmes interlocuteurs ;
- toujours accompagner vos invités aux manifestations que vous leur proposez.

D'une manière générale, il faut vérifier que notre initiative est conforme avec la politique de la société de notre invité s'agissant des cadeaux et invitations. D'autre part, il est important de conserver une trace écrite des raisons et du contexte d'un cadeau et d'une invitation.

### — **Les cadeaux et invitations reçus par un collaborateur d'idverde**

La réception d'un cadeau ou d'une invitation par un collaborateur d'idverde répond aux mêmes règles que celles décrites ci-dessus, à savoir que :

- tout cadeau en cours d'année doit être par principe refusé ; seuls les cadeaux faits au moment des fêtes de fin d'année peuvent être acceptés ;
- le cadeau ou l'invitation à un évènement culturel ou sportif doivent avoir une valeur symbolique et être partagés, en toute transparence, au sein du service d'idverde ;
- le collaborateur doit être attentif au contexte et au sens que peut prendre un cadeau ou une invitation ; il ne doit laisser supposer aucune attente de contrepartie ;
- les invitations à des séminaires ou des salons doivent avoir des motifs professionnels et une fréquence raisonnable.

## 3.6 Mécénat et parrainage

Aucun collaborateur ne doit favoriser ou réaliser des opérations de mécénat ou de parrainage qui visent à influencer la prise d'une décision ou à s'assurer l'octroi d'un avantage indu.

Le **mécénat** est un soutien matériel apporté par une entreprise (le donateur), sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général, s'étendant aux domaines de la culture, de la solidarité et de l'environnement.

Le soutien peut prendre différentes formes :

- un apport financier : un don d'argent pour un projet (le plus pratiqué).
- un soutien en nature : un don de matériel neuf ou en stock (ex : un local, un ordinateur...).
- un soutien de compétences : la mise à disposition de main d'œuvre ou de savoir-faire pour une action spécifique.

Le mécénat est une démarche désintéressée, qui ne doit par conséquent pas donner lieu à des contreparties publicitaires.

Il peut permettre à l'entreprise de bénéficier d'une réduction fiscale si le bénéficiaire est un organisme d'intérêt général ou une œuvre d'intérêt général.

Le **parrainage (ou sponsoring)** est un soutien matériel ou financier apporté à un projet, une personne ou une manifestation dans le but d'en retirer un bénéfice direct, quantifiable et proportionnel au soutien apporté, généralement par la mise à disposition d'un support publicitaire. Il est généralement destiné à promouvoir l'image de l'entreprise et sa notoriété. Le parrainage répond donc à une démarche commerciale explicitement calculée et raisonnée.

Une opération de parrainage est considérée comme une prestation commerciale et doit faire l'objet d'une facturation assujettie à la TVA.

Les actes de mécénat et de parrainage ne doivent pas être utilisés pour dissimuler des pratiques susceptibles d'être qualifiées de corruption ou de trafic d'influence (quand bien même la cause défendue par les organismes serait juste ou légitime).

Ces opérations sont autorisées dans le respect des valeurs et des procédures internes d'idverde.

Préalablement à toute opération de mécénat ou parrainage, une vérification sur l'organisme recevant le soutien doit être faite conformément à la procédure d'évaluation de l'intégrité des tiers d'Idverde. D'autre part, il est important de s'assurer de la destination des fonds versés.

Le groupe Idverde s'interdit tout don ou parrainage à caractère politique et/ou effectué au bénéfice de partis politiques.

## 4. Conseils pratiques

Pour prévenir les risques de corruption et de trafic d'influence, il est recommandé d'appliquer **4 règles de conduite essentielles** :

**Ne mélangez jamais vie professionnelle et vie privée.** Aucun cadeau, aucune invitation ne doit être utilisé dans votre vie privée ou dans celle de votre interlocuteur. Demandez-vous toujours si votre comportement peut susciter des questions ou ne pas être compris par des tiers.

**Soyez transparents.** Si vous craignez que votre comportement soit connu de tous, c'est sans doute le signe que votre attitude pose un problème. Au contraire en partageant avec votre hiérarchie, vous levez toute ambiguïté.

**En cas de doute, prenez le temps de la réflexion et demandez conseil** à vos collègues, à votre hiérarchie ou à votre référent juridique.

**Faites preuve de bon sens, lorsque vous êtes en position de donner comme lorsque vous êtes dans celle de recevoir.** Plus un cadeau ou une invitation est important, plus il est suspect. Évitez donc les cadeaux et invitations que le bon sens conduirait à juger inappropriés. De la même manière s'agissant d'un repas, qui doit aborder des discussions de nature professionnelle, et dont la valeur doit être celle d'un repas professionnel ordinaire selon les normes locales, la position de votre invité dans son organisation et ses propres moyens, ou suivant le contexte, votre position et vos moyens.

**Vous pourrez par exemple vous poser les questions suivantes pour effectuer une vérification sommaire :**

- > Cette personne pourrait-elle se payer ce que j'envisage de lui offrir ?
- > Pourrais-je me payer ce que cette personne envisage de m'offrir ?
- > Le fait qu'un tiers puisse être au courant de l'invitation, du cadeau, est-il susceptible de poser un problème. De soulever des questions, des commentaires ?
- > L'entreprise s'expose-t-elle à la critique à cause de mon comportement ?
- > En faisant ce cadeau ou cette invitation, est-ce que je rends mon interlocuteur redevable envers moi ?

Vous êtes encouragés à faire part de vos préoccupations concernant tout problème ou soupçon de corruption ou de cadeaux inappropriés au stade le plus précoce possible. Nous encourageons l'ouverture d'esprit et soutiendrons toute personne qui soulève de bonne foi des doutes ou des préoccupations, même si ceux-ci s'avèrent en fin de compte erronés.



Le droit français et le droit de l'Union européenne fixent des règles très strictes pour garantir une concurrence réelle sur ces marchés respectifs.

L'objectif est de s'assurer que les sociétés prennent leurs décisions commerciales en toute indépendance sans réduire l'intensité de la concurrence par des arrangements ou des échanges d'information.

Tous les comportements qui ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser les mécanismes naturels de la concurrence sont sanctionnés.

Notre politique est de remporter des marchés de manière loyale et légale et il ne vous appartient pas de prendre des initiatives hasardeuses qui auront inévitablement des conséquences catastrophiques pour le groupe.

« Comme dans le sport, la concurrence est un stimulant qui incite les entreprises à se dépasser, favorisant ainsi l'innovation, la diversité de l'offre et des prix attractifs pour les consommateurs comme pour les entreprises. La concurrence stimule ainsi la croissance et génère des gains substantiels pour la collectivité. »

Extrait du site [www.autoritedelaconcurrence.fr](http://www.autoritedelaconcurrence.fr)

## 02/

### RESPECTER LES RÈGLES DE LA CONCURRENCE

## 1. Les ententes

Notre stratégie commerciale est gouvernée par le principe de ne pas tenter d'obtenir de marchés et de commandes par des procédés qui ne respecteraient pas les règles de concurrence.

Ainsi, toute concertation, entente expresse ou tacite, avec les autres acteurs du marché qui pourrait avoir pour objet de réduire ou de fausser le fonctionnement d'une concurrence loyale est prohibée.

Ce principe est simple dans son énoncé mais il nécessite une grande attention pour être appliqué dans votre travail quotidien. Il est normal de collecter des informations sur le marché et sur le comportement des acteurs économiques, mais il faut veiller à ce que son comportement n'aboutisse pas à réduire l'intensité de la concurrence.

Dans notre activité, c'est avant tout dans les négociations des appels d'offres que nous devons être vigilants pour ne pas enfreindre les règles du droit de la concurrence.

En pratique, vous pouvez vous référer aux règles suivantes :

### — **Soyez très prudents dans les échanges d'informations**

Aucun collaborateur ne doit partager avec des concurrents des informations portant sur des modalités du marché tels que les prix, les coûts, la technique, la logistique ou la stratégie, car cela pourrait engendrer des soupçons de manipulation ou de distorsion de concurrence.

Les autorités de contrôle sanctionnent tout échange d'informations préalable à un appel d'offres s'il est établi que cet échange a abouti à une « réduction de l'incertitude » sur le comportement des concurrents ou l'évolution des prix. Le fait que ces échanges n'aient pas abouti en pratique à modifier votre comportement n'enlève rien au caractère condamnable de cette pratique.

Le collaborateur doit se retirer immédiatement de toute situation donnant lieu à des accords ou à des échanges d'informations inappropriées entre concurrents.

### — **Éviter tout contact avec un concurrent qui pourrait laisser croire qu'il existe une forme d'entente**

Aucun collaborateur ne doit s'associer à des ententes avec des concurrents ayant pour objectif ou effet de fausser la concurrence (accord sur les prix, répartition de marchés, discriminations entre partenaires, etc.).

Ainsi, il est absolument interdit de se coordonner entre plusieurs acteurs sur le dépôt (ou non) d'offres. Les offres dites de « couverture » sont strictement interdites.

De même, des entreprises qui appartiennent à un même groupe ne peuvent pas s'organiser pour déposer des offres faussement concurrentes (mais en réalité, coordonnées).

Il est absolument interdit de communiquer avec ses concurrents ou avec des sous-traitants pour se répartir des marchés que ce soit par des critères géographiques, de taille ou de compétence.

### — **Chaque groupement d'entreprises doit obligatoirement faire l'objet d'une convention et d'une convention préliminaire détaillant les justifications et la répartition des tâches**

Pour l'autorité de la concurrence, un groupement suppose des justifications techniques ou économiques réelles et sérieuses.

La constitution systématique de groupements peut être en effet considérée comme une pratique anticoncurrentielle si elle conduit à une diminution artificielle du nombre de candidats ou dissimule une entente de répartition.

La participation au sein d'un groupement doit exclure toute participation indépendante en parallèle.

De plus, la répartition des tâches doit être faite de manière non artificielle et correspondre à la logique des justifications techniques et économiques du groupement.

## 2. La concurrence déloyale

La concurrence déloyale consiste à capter la clientèle d'une ou plusieurs entreprises concurrentes en usant de procédés déloyaux.

Il est interdit de chercher à obtenir un avantage concurrentiel par l'intermédiaire de pratiques illégales ou déloyales, comme inciter fortement ses clients ou ses fournisseurs à rompre des contrats qu'ils pourraient avoir avec des concurrents

Il existe trois principales pratiques déloyales :

### — La désorganisation

Elle consiste à perturber, par des procédés déloyaux, le fonctionnement d'une entreprise concurrente ou le marché lui-même.

*Par exemple, le fait de débaucher du personnel par des procédés déloyaux ; l'obtention et la divulgation d'un savoir-faire protégé sans l'autorisation de son titulaire ; le détournement d'un fichier-clients par un ancien salarié d'une société concurrente.*

### — L'imitation

Elle consiste à utiliser les signes distinctifs d'un concurrent dans l'objectif de créer une confusion entre les entreprises concurrentes et à capter frauduleusement la clientèle ou les clients potentiels.

À noter que ces agissements d'imitation peuvent porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle (droits d'auteur, droit des marques, etc.) et être également sanctionnés à ce titre.

*Par exemples, l'imitation de l'enseigne ou du nom commercial ou copie servile des plaquettes de publicité d'une société concurrente ; reproduction servile d'un produit concurrent ou similitude du conditionnement de ce produit concurrent.*

### — Le dénigrement

Il consiste à jeter un discrédit sur un concurrent, en répandant à propos de son activité ou de ses produits ou services, des informations malveillantes.

Le dénigrement est qualifié même s'il est établi que les informations révélées sont exactes.

En cas d'élaboration de documents commerciaux internes et, a fortiori, de plaquettes commerciales diffusées aux clients, il convient donc de faire preuve d'une grande modération dans nos propos.

La caractérisation de ces pratiques passe toujours par une analyse précise qui doit associer des connaissances juridiques et des connaissances économiques.

Si vous pensez être confronté à une pratique de ce type vous devez travailler avec votre référent juridique pour mener à bien cette analyse.



## 03/

### LE COMPORTEMENT PERSONNEL

Chaque collaborateur doit faire preuve, dans sa mission ou dans son activité au sein du groupe **idverde**, d'intégrité, d'objectivité, de conscience professionnelle et de sens des responsabilités. Chacun contribue à instaurer et à maintenir un environnement de confiance et de qualité.

Cette section rappelle quelques principes essentiels à respecter dans votre comportement individuel.

#### 1. Les conflits d'intérêts

Le conflit d'intérêts est une situation dans laquelle un collaborateur exerce des activités ou possède des intérêts personnels qui sont susceptibles d'interférer ou d'entrer en contradiction avec les intérêts du groupe ou qui peuvent diminuer sensiblement sa capacité à prendre une décision objective dans l'intérêt du groupe. Il peut s'agir d'une action ou d'un intérêt extérieur, d'un devoir, d'un investissement, d'une responsabilité ou d'une obligation du collaborateur.

*Par exemple, le fait de recruter ou de recourir aux services d'un membre de sa famille ou de ses proches ; le fait d'occuper un poste de dirigeant ou d'administrateur d'une entreprise concurrente ou d'une association liée au secteur d'activité du groupe ; le fait d'avoir des investissements financiers dans une entreprise concurrente, partenaire, fournisseur ou client du groupe.*

Une situation de conflit d'intérêt peut naître sans que la bonne foi du collaborateur puisse être mise en cause.

Chaque collaborateur doit identifier les cas de conflits d'intérêts auxquels il peut être confronté et les déclarer à sa hiérarchie ou à la Direction des Ressources Humaines afin de trouver une solution appropriée (par exemple, en confiant le suivi d'un dossier à une autre personne, en démissionnant de fonctions extérieures etc.) de telle sorte que l'objectivité et l'indépendance de ses décisions ne puissent pas être mises en doute.

## 2. La politique de recrutement

Le recrutement de nos collaborateurs est effectué sur la seule base des compétences des candidats.

Par conséquent, il est exclu de prendre en compte un lien de parenté ou le « parrainage » d'une personne en relation d'affaires avec le groupe.

En revanche, il n'est pas interdit de recruter une personne « recommandée » à condition de veiller à ce que la candidature soit traitée de manière objective pour éviter tout risque de favoritisme.

## 3. Transparence et exactitude des informations

L'exactitude et l'exhaustivité des documents comptables et financiers est de la responsabilité de tous, et non pas uniquement celle des collaborateurs de la Direction Financière et de la Compatibilité.

Pour la bonne gestion des entités du groupe et pour le respect de ses obligations légales, il est essentiel que tous les collaborateurs enregistrent avec exactitude et sans retard, tous les mouvements de produits, paiements ou autres informations traduites dans la comptabilité afin que cette dernière soit complète et sincère.

Chaque collaborateur doit respecter les procédures internes, contribuer à la mise en place de pratiques rigoureuses et signaler tout dysfonctionnement.

Tout manquement aux exigences légales applicables, toute inexactitude volontaire, falsification ou création d'informations trompeuses ou tout contournement des règles de l'entreprise peut donner lieu à des sanctions civiles ou pénales.



# ALERTEZ SI VOUS ÊTES TÉMOIN D'UNE ATTEINTE AUX RÈGLES D'/DVERDE

**Si vous êtes témoin d'un acte ou d'une tentative d'atteinte aux règles d'/DVERDE énoncées dans ce guide, n'hésitez pas à le signaler sans délai.**

Un dispositif spécifique de recueil et de traitement des signalements est à votre disposition. Pour plus d'informations, vous pouvez consulter la **charte du lanceur d'alerte**.



#### Ligne lanceur d'alerte

- > Par téléphone :  
00 800 87 87 78 78
- > Par mail :  
idverde@alert-online.fr

#### Siège social

25 quai du Président P. Doumer  
92400 Courbevoie  
Tél : 01 82 97 04 80  
[www.idverde.com](http://www.idverde.com)

**idverde**   
Toutes les solutions sont dans la nature