

Politica Anti- corruzione del Gruppo

Versione 3



Sommario

IL NOSTRO IMPEGNO	3
A. CONDOTTA PROIBITA	6
1. CHE COS'È LA CORRUZIONE IN GENERALE?	7
2. CORRUZIONE DI FUNZIONARI PUBBLICI.....	8
3. CORRUZIONE PRIVATA	8
4. TRAFFICO DI INFLUENZA	9
5. ESTORSIONE.....	10
6. PAGAMENTI AGEVOLATIVI	11
7. LIBRI E REGISTRI FRAUDOLENTI	12
B. GUIDA PRATICA PER EVITARE COMPORAMENTI RISCHIOSI	13
1. GESTIONE DELLE RELAZIONI COMMERCIALI	14
1.1. Principi di base	14
1.2. Intrattenimento	16
1.3. Pasti.....	17
1.4. Omaggi.....	18
1.5. Viaggi e soggiorni	19
1.6. Sponsorizzazioni, eventi di marketing e di vendita.....	21
2. CONTRIBUTI POLITICI E DONAZIONI DI BENEFICENZA	24
2.1. Contributi politici.....	24
2.2. Donazioni benefiche	24
3. CONFLITTI DI INTERESSE	26
4. LOBBISMO	27
5. DUE DILIGENCE NEI CONFRONTI DI TERZE PARTI	28
6. JOINT-VENTURE, CONSORZI, FUSIONI E ACQUISIZIONI.....	30
7. SEGNALAZIONE DI VIOLAZIONI E PERPLESSITÀ - SpeakUp	30



La corruzione è l'esatto contrario di ciò che Cappgemini rappresenta.

Fondata più di 50 anni fa da Serge Kampf su valori essenziali, Cappgemini è sempre stata inflessibile contro i comportamenti commerciali sleali e la corruzione.

Per rimanere fedele ai nostri principi guida, ognuno di noi deve essere in grado di riconoscere le situazioni rischiose e di saperle gestire. La politica anti-corruzione del Gruppo presenta pratiche di corruzione, i principi da seguire e le approvazioni necessarie per proteggere il gruppo dalla corruzione e mantenere la nostra reputazione di integrità. Fornisce indicazioni pratiche basate su scenari di rischio comuni e spiega dove trovare supporto.

In quanto Amministratore Delegato, il mio dovere e il mio impegno sono di prevenire, vietare e sanzionare comportamenti contrari ai Valori e all'etica aziendale di Cappgemini. Conto su di voi per rimanere conformi a questa politica.

Cordiali saluti,

Aiman Ezzat, Amministratore Delegato



Lo scopo di una politica di prevenzione della corruzione

I dipendenti di Capgemini sono orgogliosi del nostro successo perché l'azienda è ancorata ai nostri valori fondamentali, tra cui l'onestà e la fiducia. Abbiamo un codice di etica aziendale dal 2010 e una politica anti-corruzione dettagliata in vigore da molto prima che fosse un requisito legale. Dal 2016, il gruppo Capgemini e le sue filiali consolidate devono rispettare i requisiti della legge francese n. 2016-1691 sulla trasparenza, la lotta alla corruzione e l'ammodernamento della vita economica, nota come "Legge Sapin II", che impone specificamente una politica anti-corruzione e l'attuazione di un programma correlato. Il gruppo si impegna inoltre a rispettare tutte le altre leggi anti-corruzione applicabili in tutto il mondo, tra cui il Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) degli Stati Uniti e il Bribery Act 2010 del Regno Unito. È importante sottolineare che, come già la Legge Sapin II, applicata a tutte le filiali consolidate del gruppo in tutto il mondo, anche il FCPA statunitense e il Bribery Act 2010 del Regno Unito hanno una portata extraterritoriale.



Quali sono gli obiettivi della politica anti-corruzione del gruppo?

In conformità con i nostri sette valori, la politica anti-corruzione del gruppo testimonia l'impegno del top management a prevenire e individuare la corruzione: Capgemini adotta una politica di tolleranza zero nei confronti della corruzione. Per aiutare i nostri dipendenti a rispettare questo impegno, il primo obiettivo pratico della politica anti-corruzione del gruppo è quello di identificare e chiarire i diversi tipi di pratiche di corruzione e spiegare cosa le rende illegali. La comprensione di cosa sia la corruzione e quali rischi e sanzioni legali essa comporti è responsabilità di ogni persona che lavora per un'azienda del gruppo, indipendentemente dal paese di origine, dal luogo di lavoro, dalla residenza, dalla formazione o dal background formativo o culturale.

Il secondo obiettivo pratico della politica anti-corruzione del gruppo è quello di definire gli standard e le regole sulle attività, quali gli omaggi, i pasti o l'intrattenimento e le sponsorizzazioni aziendali che potrebbero portare a pratiche corrotte o essere interpretati come tali. È fondamentale per noi difendere e proteggere collettivamente i nostri sette valori definendo, implementando e rispettando efficacemente gli standard stabiliti nella politica anti-corruzione del gruppo.

Il terzo obiettivo della politica anti-corruzione del gruppo è quello di esprimere la convinzione che l'onestà favorisce la competitività ed è il modo socialmente responsabile di comportarsi. Permettendo all'integrità di indirizzare le nostre azioni quotidiane, dalla ricerca al marketing, dalle attività quotidiane di routine allo sviluppo strategico, proteggiamo e garantiamo la sostenibilità a lungo termine del gruppo per i nostri clienti, i partner commerciali, i dipendenti e la società in generale.

Pubblicando e diffondendo ampiamente la politica anti-corruzione del gruppo, riaffermiamo esplicitamente il nostro impegno per l'eccellenza nei servizi e nelle operazioni per i nostri clienti, la sostenibilità a lungo termine del nostro modello di business per i nostri azionisti, come pure l'orgoglio e la fiducia nei nostri ambienti di lavoro per i nostri dipendenti e i partner commerciali.

Conformità alla politica anti-corruzione del gruppo e sanzioni

Questa edizione annulla e sostituisce le versioni precedenti della politica anti-corruzione del gruppo in ogni giurisdizione in cui il gruppo svolge la propria attività, efficace, ove necessario, sulla traduzione e l'integrazione nelle nostre regole interne, ad esempio *il regolamento interno* in Francia, secondo la legislazione locale sul lavoro.



La politica anti-corrruzione del gruppo viene distribuita a tutti i dipendenti attraverso la Talent Intranet ed è disponibile pubblicamente sui siti web esterni Capgemini. Tutti i dipendenti devono leggerla, comprenderla e rispettarla. La conformità è una condizione di lavoro. Le violazioni, indipendentemente dalla società o dal luogo di attività del gruppo, possono portare a sanzioni disciplinari, fino alla cessazione del rapporto di lavoro, come previsto dalle normative locali applicabili, compresi i contratti collettivi applicabili. La violazione delle leggi anti-corrruzione può anche esporre le persone a danni civili, multe penali e altre sanzioni, tra cui la detenzione.

La politica anti-corrruzione del gruppo sarà riesaminata e aggiornata in base alle esigenze per riflettere le modifiche alla legislazione applicabile, o comunque a cadenza almeno triennale.



A.

CONDOTTA PROIBITA

Questa sezione presenta le principali pratiche di corruzione, tra cui il traffico d'influenze illecite, l'estorsione, i pagamenti agevolativi e la registrazione fraudolenta di libri e registri.

Questi requisiti si applicano a tutti i dipendenti di Capgemini a qualsiasi livello del gruppo. Le terze parti che interagiscono con una società del Gruppo, come consulenti, subappaltatori, fornitori, clienti e altri sono tenute a rispettare questi principi generali.

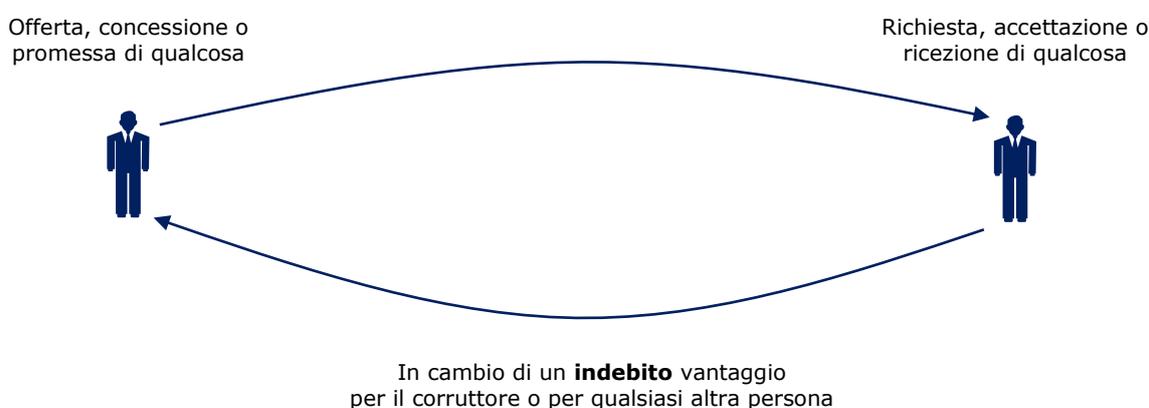


1. CHE COS'È LA CORRUZIONE IN GENERALE?

In termini giuridici, la corruzione è generalmente definita come: **"l'offerta o la concessione di qualcosa al fine di ottenere un indebito vantaggio"**. È anche definita come **"la richiesta, l'accettazione o la ricezione di qualcosa in cambio di un indebito vantaggio"**.

L'offerta di **"qualcosa"** può assumere molte forme, dal denaro, sia sotto forma di contanti, bonifico bancario o altro, ai benefici in natura, come l'intrattenimento, i viaggi, gli upgrade dei biglietti aerei per viaggiare in prima classe, i viaggi non connessi agli affari verso destinazioni di villeggiatura, le sponsorizzazioni, le donazioni benefiche e le assunzioni di parenti o amici.

Il **"vantaggio indebito"** può assumere molte forme tra cui un trattamento preferenziale, la conclusione di un contratto, la divulgazione di informazioni riservate, un'esenzione doganale o la cancellazione delle penali a seguito di un accertamento fiscale.



È importante capire che sia l'offerta che la concessione di qualcosa, da una parte, al fine di ottenere un indebito vantaggio, sia la richiesta, l'accettazione o la ricezione di qualcosa, dall'altra, al fine di conferire un indebito vantaggio, sono pratiche illegali. *L'autorizzazione* a tale azione è ugualmente un atto di corruzione. Inoltre, l'offerta o la concessione possono essere effettuate **"in qualsiasi momento"**, anche *dopo che* l'indebito vantaggio è stato concesso sotto forma di premio.

Secondo le leggi della maggior parte dei paesi, il reato di corruzione si configura semplicemente **promettendo** un indebito vantaggio, anche se tale vantaggio non viene effettivamente conferito. Il reato si configura anche se la promessa o il conferimento vengono effettuati **direttamente o indirettamente**, cioè utilizzando una terza parte come intermediario.

Il gruppo adotta una politica di tolleranza zero nei confronti della corruzione, pubblica o privata, diretta o indiretta.



2. CORRUZIONE DI FUNZIONARI PUBBLICI

La corruzione dei funzionari pubblici può essere definita come "la promessa, mediante offerta o concessione, a un **pubblico ufficiale**, direttamente o indirettamente, di un indebito vantaggio, a beneficio del funzionario stesso o della funzionaria stessa, oppure di un'altra persona o entità, affinché il funzionario agisca o si astenga dall'agire nell'esercizio dei suoi doveri ufficiali".

Il concetto di "pubblico ufficiale" deve essere compreso in senso lato. A titolo esemplificativo ma non esaustivo, comprende qualsiasi persona che:

- rivesta una posizione legislativa, esecutiva, amministrativa o giudiziaria;
- sia eletta o nominata per fornire un servizio pubblico e/o svolgere qualsiasi funzione pubblica, anche in veste di agente;
- sia impiegata da un'impresa di proprietà statale o da un'impresa statale controllata;
- sia un membro di una famiglia reale;
- sia un funzionario pubblico di un'organizzazione governativa internazionale, o
- sia candidato per un ufficio politico o sia una persona che occupa una posizione significativa, con potere decisionale, in un partito politico.

Ai fini della politica anti-corruzione del gruppo, i parenti stretti dei funzionari pubblici, anche se non sono essi stessi pubblici ufficiali, devono essere trattati come se lo fossero. La promessa, mediante offerta o concessione di un indebito vantaggio, a un parente stretto di un pubblico ufficiale comporta le stesse sanzioni previste per il conferimento di un indebito vantaggio direttamente a un pubblico ufficiale di sesso maschile o femminile.

3. CORRUZIONE PRIVATA

Quando viene promesso un indebito vantaggio, offerto o conferito a un **individuo del settore privato**, invece che a un pubblico ufficiale, lo si considera un atto di corruzione privata.

Ad esempio, la promessa o il conferimento di un indebito vantaggio da parte di un fornitore in cambio di informazioni riservate durante un bando di gara è considerato un atto di corruzione privata ed è condannato dalla legge e dalla politica anti-corruzione del nostro gruppo.

È importante capire che la promessa o la concessione di qualcosa, da una parte, come pure la richiesta, l'accettazione o la ricezione di qualcosa dall'altra, personalmente o attraverso un intermediario, sono pratiche illegali e costituiscono una violazione della politica anti-corruzione del gruppo.



4. TRAFFICO DI INFLUENZA

Il traffico d'influenza può essere definito come "la promessa, l'offerta o la concessione a qualsiasi persona, direttamente o indirettamente, di un indebito vantaggio per quella persona affinché abusi della sua influenza reale o presunta per ottenere un indebito vantaggio da un'autorità pubblica a favore dell'istigatore iniziale o di qualsiasi altra persona."

Il traffico di influenza comprende anche la sollecitazione o l'accettazione da parte di qualsiasi persona, direttamente o indirettamente, di un indebito vantaggio per se stessa o per chiunque altro affinché tale persona abusi della sua influenza reale o presunta al fine di ottenere un indebito vantaggio da parte di un'amministrazione o di un'autorità pubblica.



Il traffico di influenza è una forma di corruzione.

Alcune giurisdizioni, come la Francia, il Brasile e la Spagna, distinguono legalmente il reato di corruzione da quello del traffico di influenza. Altri stati, come gli Stati Uniti, non fanno questa distinzione legale.

Il gruppo adotta una politica di tolleranza zero per qualsiasi forma di traffico di influenza, a prescindere dal paese o dall'attività in questione.

Scenario concreto

Capgemini intende presentare un'offerta in una gara organizzata dal Ministero della Difesa in un determinato paese che sta cercando soluzioni di intelligenza artificiale. Durante il processo della gara, voi incontrate qualcuno che dice di conoscere molto bene il funzionario incaricato di valutare le offerte. Questa persona vi suggerisce che se gli offrite due biglietti per il Gran Premio di Formula 1 locale, evidenzierebbe i vantaggi dell'offerta Capgemini al funzionario che si occupa della gara e influenzerebbe la decisione finale a favore di Capgemini. Cosa dovrete fare?

Anche se è possibile ottenere facilmente questi biglietti dovete rifiutare l'offerta. La semplice richiesta di tali biglietti in cambio di esercitare un'influenza è inappropriata e si corre il rischio di trovarsi in una situazione considerata come reato di traffico di influenza: offrire un indebito vantaggio, ovvero i biglietti di Formula Uno, al vostro contatto, affinché utilizzi la sua influenza reale



o percepita su un pubblico ufficiale per ottenere un trattamento preferenziale per Capgemini, è un indebito vantaggio. Non importa se il vostro contatto mantiene la sua parola o meno: il traffico di influenza si ha nel momento in cui si fornisce l'indebito vantaggio.

5. ESTORSIONE

L'estorsione può essere definita come la ricerca di un indebito vantaggio mediante l'uso della violenza, la minaccia della violenza o la coercizione. Il ricatto è un perfetto esempio di estorsione.

Alcuni funzionari pubblici abusano della propria autorità per ottenere indebiti vantaggi, ad esempio sollecitando un vantaggio in cambio delle penali dovute a seguito di un accertamento fiscale. Questa si chiama estorsione.

L'estorsione è una forma di corruzione. Il cedimento all'estorsione costituisce un reato di corruzione nella maggior parte dei paesi.

Il gruppo vieta qualsiasi forma di cedimento all'estorsione, indipendentemente dal paese o dall'attività in questione, a meno che non sia in pericolo la vita o la sicurezza fisica di una persona.

Scenario concreto

Lavorate nei servizi immobiliari aziendali e siete responsabili di ottenere un'importante struttura per i dipendenti disponibile per l'occupazione. Due mesi prima della data di scadenza, vi rendete conto che la licenza di esercizio è stata intenzionalmente negata in cambio di un pagamento di tangenti. Il ritardo costerà all'azienda centinaia di migliaia, potenzialmente milioni di euro. Cosa dovrete fare?

Tale richiesta è un'estorsione e non può essere accettata. Anche in condizioni di estorsione, in cui non è in gioco alcun beneficio personale, un dipendente o un agente Capgemini che accetta di pagare una tangente è personalmente esposto a penali e detenzione. Inoltre, l'entità Capgemini può essere soggetta a sanzioni penali superiori ai costi del ritardo e ad altre conseguenze dannose, come l'esclusione dalle gare d'appalto pubbliche. Questo sarebbe in aggiunta al danno alla reputazione che potrebbero subire Capgemini e il dipendente. Inoltre, tale comportamento sarebbe contrario ai nostri valori. **È necessario segnalare tale violazione seguendo la procedura SpeakUp descritta nella Sezione 7.**



COME OPPORSI ALLE ESTORSIONI?

In primo luogo, è necessario consultare il proprio manager e il proprio responsabile locale dell'etica e della conformità in caso di domande o di assistenza.

Per coloro che desiderano approfondire l'argomento, [il manuale RESIST \(Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions\)](#) è uno strumento gratuito che mette a disposizione varie raccomandazioni di carattere operativo, basate su scenari concreti. Il progetto è stato sviluppato congiuntamente dalla Camera di Commercio Internazionale (ICC), da Transparency International, dal Global Compact delle Nazioni Unite e dall'Iniziativa di partenariato del Forum economico mondiale contro la corruzione.

6. PAGAMENTI AGEVOLATIVI

I pagamenti agevolativi possono essere definiti come piccoli importi versati a un pubblico ufficiale per accelerare l'esecuzione di un'azione amministrativa di routine a cui il pagatore ha diritto. Essi hanno lo scopo di incoraggiare i pubblici ufficiali a svolgere le loro funzioni, ad esempio l'emissione di un'autorizzazione o di un permesso. Vengono spesso pagati in contanti.

I pagamenti agevolativi sono illegali nella maggior parte dei paesi.

Effettuare un pagamento agevolativo è una violazione della politica anti-corruzione del gruppo, anche quando tale pagamento sarebbe legale ai sensi della legge locale.

Scenario concreto

Avete bisogno di un visto per il vostro prossimo viaggio d'affari in India. Purtroppo, la riunione è stata fissata all'ultimo minuto e siete in ritardo per la domanda di visto. Il funzionario dell'Ambasciata vi suggerisce che effettuando un piccolo pagamento di 50 dollari in contanti, l'indomani potrete ottenere il visto. Tale pagamento è un "pagamento agevolativo" proibito?

Sì. Il pagamento a una persona nella sua capacità personale di svolgere un servizio che favorisce l'ottenimento del visto rispetto all'emissione di un visto ad altri che hanno ugualmente il diritto a tale servizio, conferisce un indebito vantaggio a beneficio di tale persona, grazie al trattamento preferenziale accordatovi. Si tratta quindi di un pagamento agevolativo vietato.



Scenario concreto

Avete bisogno di un visto per il vostro prossimo viaggio d'affari in India. Purtroppo, la riunione è stata fissata all'ultimo minuto e siete in ritardo per la domanda di visto. Presso l'Ambasciata è disponibile un servizio "rapido" che consente di ottenere il visto a fronte del pagamento di un costo aggiuntivo debitamente dichiarato. Tale pagamento è un "pagamento agevolativo" proibito?

No. Dal momento che si effettua il pagamento per un servizio "rapido", disponibile a un prezzo debitamente dichiarato e trasparente per tutti, non si tratta di un pagamento agevolativo vietato.

7. LIBRI E REGISTRI FRAUDOLENTI

Le manipolazioni o le falsificazioni di voci contabili che celano qualsiasi forma di corruzione o di traffico di influenza non saranno tollerate, indipendentemente dal paese e dall'attività in questione.

I principi contabili del gruppo descritti in TransFORM devono essere rigorosamente rispettati.

Scenario concreto

Lavorate nel reparto contabilità. Carlo, un vostro amico che lavora nelle vendite, sta negoziando un accordo. Carlo è consapevole che il suo cliente è un appassionato di vino e vorrebbe comprare una rara bottiglia di vino del valore di 1.500 euro per fare una buona impressione e concludere l'affare. Carlo sa che questa spesa è molto al di sopra di qualsiasi soglia per gli omaggi prevista da Capgemini. In nome della vostra amicizia di lunga data, Carlo ti chiede di classificare la spesa sotto la voce "varie". Potete farlo?

Non dovete mai accettare di effettuare classificazioni erranee di un omaggio o di nascondere una spesa. La manipolazione di libri e registri contabili è una violazione della politica anti-corruzione del gruppo e può comportare una sanzione a carico del dipendente, arrivando persino alla cessazione del rapporto di lavoro. Inoltre, la politica degli omaggi di Capgemini ha lo scopo di evitare la corruzione. Se Carlo offre un dono così costoso, si mette in una situazione che può apparire come l'offerta di una tangente, che è un reato penale punibile con multe pesanti e la reclusione. Se accettate di effettuare una classificazione erranea della spesa, vi troverete nella condizione di manipolare un registro e potreste diventare complici nella cattiva condotta. Qualsiasi spesa rimborsata direttamente a un dipendente deve essere opportunamente registrata come omaggio nello strumento per il rimborso spese.



B. GUIDA PRATICA PER EVITARE COMPORAMENTI RISCHIOSI

Questa sezione presenta i principi che devono essere seguiti e le approvazioni che devono essere ottenute per proteggere il nostro gruppo dai rischi di corruzione. Esamina **pratiche aziendali comuni e diffuse accettabili che, quando utilizzate impropriamente, possono essere definite come corruzione**. Ricordate che la politica anti-corruzione del nostro gruppo non copre tutte le circostanze aziendali che potreste incontrare nella vostra vita lavorativa quotidiana. Tuttavia, dovrebbe fornire informazioni sufficienti per affrontare molti dei problemi che è probabile che vi troviate ad affrontare. Ricordate sempre che non siete soli e che dovreste consultare il vostro **manager** e il vostro **Ethics & Compliance Officer** in caso di domande o se avete bisogno di assistenza.

Questi requisiti si applicano a tutti i dipendenti di Capgemini a qualsiasi livello del gruppo. Le terze parti che interagiscono con una società del Gruppo, come consulenti, subappaltatori, fornitori, clienti e altri sono tenute a rispettare questi principi.



1. GESTIONE DELLE RELAZIONI COMMERCIALI

1.1. Principi di base

Tutti gli eventi organizzati o sponsorizzati da Capgemini, così come l'intrattenimento, i pasti, gli omaggi, i viaggi e i soggiorni, offerti o ricevuti da terze parti, devono soddisfare tutti i seguenti **principi di base**:

1. devono rispettare le leggi applicabili e le politiche del nostro gruppo, nonché le regole del datore di lavoro del destinatario;
2. devono avvenire in relazione a uno scopo commerciale legittimo verificabile;
3. non devono avvenire in modo che si possa ottenere un vantaggio indebito né influenzare indebitamente un'azione.
4. Devono:
 - i. avere un valore ragionevole;
 - ii. essere appropriati considerando la posizione del destinatario, le circostanze e l'occasione per la quale sono realizzati;
 - iii. non creare un senso di obbligo o un sospetto d'irregolarità;
 - iv. non essere ragionevolmente percepiti dal destinatario o da altri come se si trattasse di una tangente, e
 - v. non essere frequentemente offerti allo stesso destinatario o ricevuti dallo stesso destinatario.
5. **Se destinati a un pubblico ufficiale, l'intrattenimento (1.2), il pasto (1.3), l'omaggio (1.4) o il viaggio e l'alloggio (1.5) devono tuttavia essere autorizzati in anticipo dall' Ethics & Compliance Officer; occorre sottolineare che in alcuni paesi l'offerta di tali omaggi è vietata dalla legge.**
6. Inoltre, tutte le spese sostenute da Capgemini devono essere registrate in modo corretto e accurato nei libri e nei registri delle società del gruppo.

Prima di offrire o accettare un regalo, un pasto o un intrattenimento, un viaggio o un alloggio che superi i riferimenti di cui alla politica per le spese e i viaggi del nostro gruppo, è importante verificare la conformità ai principi di base e alle condizioni aggiuntive della presente politica anti-corruzione del gruppo. Si consiglia di consultare il proprio manager in anticipo per assicurarsi che siate entrambi d'accordo. **Qualsiasi richiesta di rimborso spese al di sopra delle soglie definite per paese nella politica per le spese e i viaggi del gruppo può essere rifiutata dal vostro manager.**

In caso di domande, è possibile consultare il proprio Ethics & Compliance Officer, il cui parere scritto può essere invocato.



COSA SUCCEDE SE IL DESTINATARIO HA IL POTERE DECISIONALE SU UNA DECISIONE IN SOSPESO?

Occorre sottolineare che se il destinatario ha potere decisionale diretto o indiretto su una decisione in sospeso o anticipata che potrebbe influenzare gli interessi del gruppo, si dovrebbe esercitare una maggiore cautela. In tali circostanze, generalmente non è considerato appropriato offrire un omaggio o un intrattenimento.

Le decisioni in sospeso o anticipate che influiscono sugli interessi del gruppo includono:

- bandi di gara per il settore privato o pubblico;
- modifiche della legislazione o dei regolamenti, concessione di una filiale governativa; oppure
- premi o proroghe di contratti commerciali.

In caso di dubbio, è necessario documentare per iscritto la vostra offerta di intrattenimento, pasti, omaggi o viaggio e alloggio. Tale invito dovrebbe includere un riconoscimento del fatto che, per quanto consta all'entità del gruppo, l'offerta è conforme alle leggi applicabili; che l'offerta è ulteriormente subordinata al rispetto delle politiche del datore di lavoro del beneficiario e che è responsabilità del dipendente destinatario verificarlo.



1.2. Intrattenimento

Inviti a eventi di intrattenimento, come spettacoli teatrali, concerti, giochi sportivi, conferenze, visite ai musei, seminari o eventi Capgemini, sono legittime opportunità per stringere i rapporti con i clienti o i fornitori. Tuttavia, c'è il rischio che possano creare un sospetto di irregolarità.

Per questo motivo, l'offerta o l'accettazione di inviti di intrattenimento sono consentite se vengono soddisfatte tutte le seguenti condizioni:

- i **principi di base** (1.1) sono soddisfatti;
- le seguenti **condizioni aggiuntive** sono soddisfatte:
 - un dipendente aziendale del gruppo è presente all'evento;
 - le soglie per paese per i pasti e gli inviti esterni definiti nella politica per le spese e i viaggi del nostro gruppo devono essere utilizzate come riferimento di valore; inoltre, se il valore consentito dal datore di lavoro della terza parte è inferiore, è necessario rispettarlo;
 - l'intrattenimento è legale e socialmente accettabile.

Gli inviti di intrattenimento al di sopra delle soglie devono essere approvati dal vostro manager prima di essere estesi. Quando si paga una spesa per un invito, e quindi se ne richiede il rimborso, l'approvazione del manager può essere evidenziata attraverso l'approvazione della richiesta di rimborso spese.

In caso di domande, è possibile consultare il proprio Ethics & Compliance Officer, il cui parere scritto può essere invocato.

Scenario concreto

Supervisionate un progetto che richiede il ricorso a fornitori. Al momento del bando di gara, uno dei potenziali fornitori vi invita a una partita di tennis in un prestigioso torneo. Qual è il comportamento migliore da adottare in una situazione del genere?

Dovete rifiutare questo invito. È possibile che finiate in una situazione di conflitto di interessi che può anche essere considerata come una forma corruzione se il fornitore in cambio si aspetta un indebito compenso, come ad esempio qualche informazione tecnica riservata. Come promemoria, nel contesto di un bando di gara, tutti i fornitori devono avere accesso alle stesse informazioni.

È inoltre necessario informare per iscritto il proprio manager riguardo a questa proposta e parlarne con lui o con lei per determinare la linea di azione appropriata nei confronti di tale fornitore.



1.3. Pasti

Lo svolgimento di trattative durante un pasto è una pratica comune nel mondo degli affari. Un pasto può essere offerto o accettato da terzi, se tutte le condizioni seguenti vengono soddisfatte:

- i **principi di base** (1.1) sono soddisfatti;
- le seguenti **condizioni aggiuntive** sono soddisfatte:
 - il pasto è direttamente correlato alla trattativa, ad esempio si svolge nel corso di una riunione, oppure lo scopo del pasto è quello di affrontare una discussione d'affari;
 - il valore è quello di un pasto di lavoro classico secondo gli standard locali o di altro tipo applicabili o, se del caso, considerando la posizione del destinatario, le circostanze e l'occasione. Le soglie per paese definite nella politica per le spese e i viaggi del nostro gruppo devono essere utilizzate come riferimento. Se i valori consentiti nelle politiche applicabili del cliente sono inferiori, è necessario rispettarli.

Gli inviti ai pasti al di sopra delle soglie devono essere approvati dal vostro manager. L'approvazione del manager può essere dimostrata attraverso l'approvazione della richiesta di rimborso spese.

In caso di domande, è possibile consultare il proprio Ethics & Compliance Officer, il cui parere scritto può essere invocato.

Scenario concreto

Desiderate organizzare un pasto di lavoro con il vostro cliente e avete stimato che saranno soddisfatti tutti i principi di base e le condizioni aggiuntive della politica anti-corrruzione del gruppo, ad eccezione del fatto che il valore per persona del pasto sarà del 25% superiore rispetto alle soglie per il vostro paese stabilite nella politica per le spese e i viaggio del nostro gruppo. Cosa dovrete fare?

Le soglie stabilite nella politica per le spese e i viaggio del nostro gruppo per i pasti esterni sono utili riferimenti per valutare la conformità con la politica anti-corrruzione del nostro gruppo. Tuttavia, a seconda delle circostanze, dell'occasione o della posizione del destinatario, l'organizzazione di un pasto che superi la soglia monetaria indicativa potrebbe essere comunque conforme alla politica anti-corrruzione del nostro gruppo. In tali casi, è importante considerare, e può essere utile documentare, il motivo per cui date le circostanze tale pasto è giustificato e non presenta un rischio di corruzione.

È necessario confrontarsi con il proprio manager per assicurarsi che condivida in anticipo la valutazione della conformità e, in caso di domande, è possibile inoltrare la valutazione all' Ethics & Compliance Officer. Se non coinvolgete il vostro manager in anticipo, potrebbe rifiutare la vostra richiesta di rimborso spese.



Scenario concreto

Durante una richiesta di offerta, desiderate ottenere informazioni sulle offerte concorrenti. Conoscete bene una delle vostre controparti concorrenti. Potete invitare a cena la controparte per una chiacchierata informale?

No, questo gesto potrebbe essere percepito come un conflitto di interessi o addirittura un tentativo di corruzione. Durante un processo di richiesta di offerta attivo, non dovete mai invitare un concorrente a cena e dovete rifiutare eventuali inviti di questo tipo. Più in generale, non dovete mai tentare di ottenere informazioni che non sono pubbliche da qualsivoglia concorrente.

1.4. Omaggi

Offrire piccoli doni personali è spesso parte della consuetudine o della cultura locale. Un dipendente Capgemini non è autorizzato a richiedere o sollecitare un omaggio. Anche se fortemente sconsigliato, è consentito un regalo dato o ricevuto da terzi, purché siano soddisfatte tutte le seguenti condizioni:

- i **principi di base** (1.1) sono soddisfatti;
- le seguenti **condizioni aggiuntive** sono soddisfatte:
 - è di valore nominale. La soglia per paese definita nella nostra **politica per le spese e i viaggi del nostro gruppo** deve essere utilizzata come riferimento. Se i valori consentiti nelle politiche applicabili del cliente sono inferiori, è necessario rispettare le soglie del cliente.
 - Viene fornito solo al contatto commerciale e non ai familiari o agli amici del soggetto in questione; e
 - non viene mai dato in contanti o mezzi equivalenti, ad esempio carte regalo o buoni prepagati.

Oltre ai piccoli regali standard come quelli che portano il logo aziendale, tutti i regali offerti o proposti per essere accettati, devono essere approvati in anticipo dal vostro manager. Se, in caso eccezionale, il regalo viene acquistato direttamente da un dipendente, l'approvazione del manager può essere evidenziata attraverso l'approvazione della richiesta di rimborso spese.

In caso di domande, è possibile consultare il proprio Ethics & Compliance Officer, il cui parere scritto può essere invocato.

Scenario concreto

Un fornitore vi offre un orologio con il logo della sua azienda. Potete accettarlo?

Se si tratta di un orologio promozionale di valore modesto, può essere accettato. Tuttavia, se è di valore significativo, è necessario rifiutare il dono. Se è superiore alla soglia per paese definita nella politica per le spese e i viaggi del gruppo, è necessario mostrare l'omaggio al vostro manager.



Scenario concreto

Siete in viaggio verso la Cina per motivi di lavoro e il capodanno cinese sta per iniziare. Avete sentito che durante il capodanno cinese è tradizione regalare buste rosse portafortuna contenenti denaro, soprattutto ai giovani. Poiché i regali sono scoraggiati dalla politica anti-corrruzione del gruppo, non avete mai acquistato un regalo per alcun cliente prima d'ora. Riconoscete l'importanza di offrire un dono, ma qual è il significato di "valore nominale" per un dono? E cosa fare riguardo alle buste rosse portafortuna contenenti denaro?

In genere, i regali di valore nominale includono piccoli ricordi e oggetti promozionali, recanti il nome o il marchio del gruppo, come tazze, penne o calendari, e qualsiasi omaggio di questo genere sarebbe accettabile. Altri doni consueti di modesto valore possono includere fiori, libri o cesti di frutta. Tuttavia, regalando buste rosse portafortuna contenenti denaro al vostro cliente per i suoi figli, violate due volte la politica anti-corrruzione del gruppo:

1. è severamente vietato regalare a qualcuno denaro contante o equivalente, come carte regalo o buoni prepagati;
2. è severamente vietato offrire un regalo a un contatto non commerciale, se è destinato ai figli del cliente.

Si dovrebbe quindi preferire l'offerta di un cesto pieno di arance, che è anche questo parte della tradizione.

1.5. Viaggi e soggiorni

In determinate circostanze limitate, potrebbe essere necessario pagare le spese di viaggio e i soggiorni di terze parti, ad esempio per visitare le strutture aziendali del gruppo o per partecipare a un evento Capgemini. Tutti questi inviti devono rispettare le seguenti condizioni:

- i **principi di base** (1.1) sono soddisfatti;
- le seguenti **condizioni aggiuntive** sono soddisfatte:



- l'invito non include e non copre il costo di eventuali viaggi non connessi all'attività;
- la distanza da percorrere e la durata del soggiorno sono ragionevoli e appropriate, nonché giustificate da legittimi motivi di lavoro;
- è conforme alla nostra politica per le spese e i viaggi del gruppo;
- i pagamenti per coprire le spese di viaggio e alloggio per conto di pubblici ufficiali, ove legalmente consentito, devono essere effettuati direttamente ai venditori, come le compagnie aeree, gli alberghi, o all'agenzia del pubblico ufficiale;
- Viene fornito solo al contatto commerciale e non ai familiari o agli amici del soggetto in questione; e
- le spese non sono superiori a quanto un dipendente della società del gruppo con status equivalente avrebbe pagato per viaggiare verso la stessa destinazione.

Le spese di viaggio e alloggio estese a terzi devono essere approvate in anticipo dal vostro manager.

Qualsiasi viaggio e alloggio accettato da terze parti deve inoltre rispettare i principi sopra descritti.

In caso di domande, è possibile consultare il proprio Ethics & Compliance Officer, il cui parere scritto può essere invocato.

Scenario concreto

Uno dei vostri clienti chiede di visitare un Capgemini Indian Delivery Center. Non siete sicuri di chi dovrebbe pagare l'organizzazione del viaggio. Oltre ai voli e alla sistemazione, desiderate organizzare un'escursione turistica locale come parte della visita. Qual è l'approccio giusto in una situazione di questo tipo?

Non c'è alcun problema nell'organizzare una visita alle strutture di Capgemini. Tuttavia, si dovrebbe fare attenzione alle modalità di viaggio e alloggio:

1. È necessario verificare se il cliente è soggetto a restrizioni in base alla sua politica anti-corruzione o ad altre politiche aziendali applicabili. In tal caso, è necessario rispettarle.
2. Se pagate per il vostro cliente, dovete soddisfare i principi di base (1.1) e le condizioni aggiuntive di cui sopra. Qualsiasi intrattenimento per i clienti in loco o qualsiasi escursione turistica locale organizzata non deve includere viaggi o pernottamenti supplementari e deve rispettare le regole sull'intrattenimento (1.3).



1.6. Sponsorizzazioni, eventi di marketing e di vendita

Sponsorizzazioni, eventi di marketing e di vendita sono pratiche aziendali appropriate e legittime. È importante riconoscere, tuttavia, che sponsorizzazioni inadeguate o eccessive, come pure gli eventi di marketing e di vendita possono costituire una forma di corruzione che è vietata dalla legge e dalla politica anti-corruzione del gruppo.

Esistono due tipi di eventi che Capgemini organizza o sponsorizza:

gli eventi di promozione aziendale sono direttamente correlati alla nostra attività, come una mostra, una fiera o una conferenza. Di solito si tratta di grandi eventi che coniugano pubblicità tra imprese e vendita personale. Questi eventi offrono a Capgemini l'opportunità di aumentare la visibilità del marchio e mostrare le sue capacità al mercato: clienti, potenziali clienti e partner. Questi eventi includono:

- eventi per clienti Capgemini organizzati da noi;
- partecipazione di Capgemini come sponsor a un evento organizzato dai nostri partner commerciali, ad esempio Dreamforce; oppure
- partecipazione di Capgemini come sponsor a eventi di settore, ad esempio l'European Utility Week, il Mobile World Congress.

Eventi non aziendali organizzati o sponsorizzati offrendo denaro, beni o servizi, di solito con lo scopo di promuovere il gruppo Capgemini o il marchio Capgemini, ad esempio in cambio della presenza del nostro marchio a un evento e/o sui media. Anche se tali eventi non sono direttamente connessi alle attività del gruppo, partecipano alla visibilità del marchio come pure alla strategia pubblicitaria e di promozione del gruppo, dando l'opportunità di stringere legittimamente i rapporti con clienti, fornitori e partner o di incrementare la nostra attrattiva nel mercato dei talenti. Questi eventi possono includere:

- gli eventi sportivi, culturali o di pubbliche relazioni organizzati dai settori Marketing e comunicazione, Vendite, RSI o HR di Capgemini, oppure
- la sponsorizzazione di Capgemini per un evento organizzato da un'organizzazione sportiva, culturale, educativa o istituzionale.

Gli eventi di sponsorizzazione, marketing e vendita devono essere distinti dalle donazioni che possono essere fatte a favore di fondazioni benefiche, come descritto più avanti nella Sezione 2.2 di seguito.

> Regole di approvazione per sponsorizzazioni, marketing e vendite

I dipendenti e qualsiasi persona o entità che agisca per conto del gruppo Capgemini non devono mai organizzare o sponsorizzare tali eventi, a meno che (i) i **principi di base** (1.1) non siano soddisfatti e non siano soddisfatte anche (ii) le seguenti **condizioni supplementari**:



- L'evento deve essere allineato con la strategia del gruppo e con le linee guida dei settori Marketing e comunicazione/Vendite, con i nostri sette valori e con il codice di etica aziendale.
- Il vantaggio in natura per le terze parti, ad esempio clienti, partner, influencer di mercato, invitati da Capgemini all'evento deve seguire le regole di base e le condizioni aggiuntive relative agli inviti e all'intrattenimento (1.2), ai pasti (1.3), ai regali (1.4), come pure ai viaggi e agli alloggi (1.5).
- Tuttavia, le soglie indicative fissate nella nostra politica per le spese e i viaggi del gruppo riguardo a inviti e intrattenimento (1.2), pasti (1.3), regali (1.4), viaggio e alloggio (1.5) non si applicano. La valutazione dei benefici in natura sarà effettuata nella sua interezza a livello locale dai settori Marketing e comunicazione o Vendite attenendosi alle linee guida descritte in questa sezione.
- Quando si sponsorizza un evento di terze parti, la **due diligence** sull'organizzatore dell'evento viene condotta come stabilito nella Sezione 5 Due diligence nei confronti di terze parti.

Per garantire che gli eventi di promozione aziendale e gli eventi non aziendali abbiano l'obiettivo di promuovere e rafforzare il marchio del gruppo e non creino un sospetto d'irregolarità, ogni evento di questo tipo deve essere preventivamente approvato per iscritto da due firmatari:

- il capodivisione responsabile dei settori BU/GBL/SBU, a seconda dell'unità che ha originato la richiesta, e
- i Direttori di Paese/SBU/GBL Marketing e comunicazione.

I Direttori Marketing e comunicazione di Paese/SBU/GBL devono tenere aggiornato un quadro completo di tutte le sponsorizzazioni e eventi di Marketing sponsorizzati o organizzati da tutte le entità operative presenti nella rispettiva area geografica affinché possa essere riesaminato in qualsiasi momento, per essere poi inviato a fine anno al settore Marketing e comunicazione del gruppo.

Inoltre, gli eventi e le sponsorizzazioni il cui costo é:

- superiore a €30.000 nei paesi a basso rischio di corruzione, [Indice di percezione della corruzione pubblicato da Transparency International](#) superiore o uguale a 50
- e superiore a €15.000 nei paesi a medio e alto rischio di corruzione, [Indice di percezione della corruzione pubblicato da Transparency International](#) inferiore a 50

devono essere trasmessi dal settore Marketing e comunicazione locale al **settore Marketing e comunicazione del gruppo** per un'ulteriore convalida.

Qualsiasi evento organizzato o sponsorizzato dai team del settore Vendite di Capgemini senza il coinvolgimento del reparto di Marketing e comunicazione viene considerato un evento Vendite che rende necessaria l'approvazione dei rispettivi Direttori del settore Vendite e del responsabile di BU/GBL/SBU invece dell'approvazione del settore Marketing e comunicazione.

È responsabilità dei richiedenti eseguire l'analisi di marketing e conformità e sottoporla ai responsabili e ai direttori competenti, come descritto in precedenza, per l'approvazione.



In caso di dubbi nell'esecuzione dell'analisi di conformità, i Direttori dei settori Marketing e comunicazione o Vendite devono chiedere consiglio al Ethics & Compliance Officer. **Se i pubblici ufficiali sono invitati o coinvolti nell'organizzazione di un evento, i Direttori dei settori Marketing e comunicazione e Vendite si consultano sistematicamente con l'Ethics & Compliance Officer**

Scenario concreto

Il gruppo Capgemini sponsorizza il Rugby 7s a Dubai. Potete invitare un cliente o un partner a questo evento e offrirgli il viaggio e/o l'alloggio?

L'attività di sponsorizzazione, il suo finanziamento e il vantaggio in natura per gli invitati di Capgemini devono essere autorizzati secondo le regole relative alle sponsorizzazioni, agli eventi di Marketing e comunicazione (1.6). È possibile approfittare di questa attività per invitare alcune persone e promuovere l'immagine dell'azienda, ma questi inviti devono:

- rispettare le norme relative al viaggio e all'alloggio (1.5);
- essere autorizzati dalle persone che hanno convalidato l'operazione di sponsorizzazione (1.6) e
- rispettare le politiche pertinenti del cliente o del partner.



2. CONTRIBUTI POLITICI E DONAZIONI DI BENEFICENZA

2.1. Contributi politici

Anche se il gruppo è coinvolto nelle comunità in cui vive e opera, la politica del gruppo prevede di non dare, direttamente o indirettamente attraverso terze parti, alcun contributo in denaro o in natura a qualsiasi organizzazione politica.

Scenario concreto

Un cliente chiede a Capgemini di dare un contributo per la campagna di un politico. Avete il diritto di effettuare una donazione del genere?

No. È contro la politica di Capgemini dare contributi a qualsiasi organizzazione politica, anche quella che potreste sostenere personalmente.

Scenario concreto

Un candidato politico vi chiede di finanziare la sua campagna legislativa. Avete il diritto di effettuare una donazione del genere?

Sì, ma solo se il contributo viene dato a titolo personale, non è associato al nome del gruppo e non giova all'azienda in cui lavora.

2.2. Donazioni benefiche

In Capgemini cerchiamo di creare un impatto positivo diretto e sostenibile nelle comunità in cui viviamo e operiamo, come pure di integrare la Responsabilità Sociale d'Impresa ("RSI") nella nostra strategia di core business. È importante riconoscere, tuttavia, che le donazioni benefiche possono creare un conflitto di interessi o essere interpretate come una forma di corruzione che è vietata dalla legge e dalla politica anti-corruzione del gruppo.

Esistono due principali fonti di donazioni benefiche in Capgemini:

- donazioni benefiche identificate dalla RSI per promuovere la nostra strategia di RSI, e
- donazioni benefiche identificate a livello locale e guidate dalla comunità.

Le **donazioni RSI** contano come allocazione di risorse RSI se sono allineate con la strategia RSI pubblicata del gruppo, cioè Inclusione digitale, Sostenibilità ambientale o Diversità e soddisfano i requisiti legali e fiscali applicabili per qualificarsi come donazioni.



Le donazioni benefiche sono **guidate dalla comunità** se sono sponsorizzate a livello locale, soddisfano i requisiti legali e fiscali applicabili per qualificarsi come donazioni ma non corrispondono ai criteri di strategia di RSI pubblicati. Esempi di tali donazioni di beneficenza guidate dalla comunità locale potrebbero essere l'acquisto di un tavolo a una cena di gala a beneficio di un ospedale locale. È importante notare che questi tipi di donazioni di beneficenza, spesso avviate attraverso contatti con partner o clienti, richiedono una particolare vigilanza per garantire l'assenza di conflitti di interesse.

> **Regole di approvazione delle donazioni di beneficenza**

I dipendenti e qualsiasi persona o entità che agisca per conto del gruppo Capgemini non devono mai fare una donazione benefica a meno che **non vengano soddisfatte le** seguenti condizioni:

- Sono presenti sufficienti informazioni riguardanti lo scopo della donazione, per determinare che è compatibile con i nostri sette valori e il codice di etica aziendale del gruppo.
- Il destinatario è un'organizzazione benefica legittima ed è stato sottoposto a una valutazione di due diligence **prima** della donazione, come stabilito nella Sezione 5 Due diligence nei confronti di terze parti.
- È stata comunicata e chiarita qualsiasi potenziale situazione di conflitto d'interessi, anche percepita, associata a questa donazione.
- Qualsiasi altra questione etica sollevata è stata adeguatamente risolta.
- I pagamenti non vengono mai effettuati come piccole spese o sul conto privato di un individuo.
- Il destinatario accetta di emettere una ricevuta scritta della donazione, specificando l'importo ricevuto.
- La donazione viene registrata in modo corretto e accurato nei libri e nei registri della società e del gruppo e
- tutta la documentazione viene conservata in vista di eventuali verifiche future.

Tutte le donazioni benefiche devono essere approvate dall' Ethics & Compliance Officer del Paese e da:

- RSI, per contare come allocazione delle risorse RSI, o
- dal relativo responsabile di MU/BU/GBL/SBU, responsabile GBL, paese GBL, per le donazioni guidate dalla comunità.

Inoltre, le donazioni superiori alle soglie indicate di seguito richiedono l'approvazione aggiuntiva del Segretario Generale del gruppo Capgemini:

- €15.000 nei paesi a basso rischio di corruzione, [Indice di percezione della corruzione pubblicato da Transparency International](#) superiore o uguale a 50, oppure
- €5.000 nei paesi a medio e alto rischio di corruzione, [Indice di percezione della corruzione pubblicato da Transparency International](#) inferiore a 50.

L' **Ethics & Compliance Officer** tiene aggiornato un quadro completo di tutte le donazioni benefiche approvate per conto di tutte le entità presenti nella rispettiva area geografica affinché tale quadro possa essere riesaminato in qualsiasi momento.



Scenario concreto

Vi viene chiesto di effettuare una donazione benefica. Come dovrete reagire?

Siete liberi di donare a un ente benefico a vostro nome, se lo desiderate. Tuttavia, se desiderate donare per conto della società del gruppo in cui lavorate, contattate il responsabile dell'approvazione aziendale pertinente e l'Ethics & Compliance Officer come descritto in precedenza.

Scenario concreto

Un cliente chiede a Capgemini di sostenere finanziariamente una fondazione benefica in cui presta servizio nel consiglio di amministrazione. Come dovrete reagire?

Questa richiesta deve essere attentamente esaminata per garantire che non vi sia conflitto di interessi. Una donazione benefica non deve mai essere una condizione per il rinnovo di un contratto d'affari e non deve essere approvata né concessa mentre è in corso un'offerta se può essere interpretata come una richiesta o una concessione di un "indebito vantaggio". Per tutelare gli interessi dei clienti e quelli di Capgemini, occorre assicurarsi che non siano presi impegni prima di aver fatto chiarezza riguardo alla richiesta attraverso la procedura stabilita dal settore Ethics & Compliance e che siano soddisfatte le condizioni per l'approvazione.

3. CONFLITTI DI INTERESSE

Un conflitto di interessi si verifica quando i nostri interessi personali, siano essi interessi finanziari o di altro tipo, siano essi i nostri interessi o quelli dei nostri parenti, di fatto influenzano, influenzano potenzialmente o potrebbero essere percepiti come capaci di influenzare l'esercizio oggettivo dei nostri doveri e delle nostre responsabilità professionali. In breve, esiste un conflitto di interessi quando qualcuno *potrebbe* abusare della propria posizione ufficiale per ottenere un guadagno privato. I conflitti di interesse possono dare luogo ad atti di corruzione, in cui una persona *effettivamente* abusa della propria posizione per un guadagno privato.

Non c'è niente di male nell'affrontare un conflitto di interessi: ognuno di noi ha una vita fuori Capgemini. Ciò che conta è essere consapevoli dell'esistenza di conflitti di interesse reali, potenziali o percepiti e di evidenziare correttamente tali conflitti.

Alcune situazioni comuni possono presentare conflitti di interesse reali, potenziali o percepiti:

- quando un rapporto con un partner commerciale può influenzare o dare l'impressione di influenzare la nostra lealtà nei confronti delle società del gruppo o la nostra capacità di prendere decisioni professionali nell'interesse del gruppo;
- quando l'utilizzo della proprietà di una società del gruppo o le informazioni ottenute nel corso della nostra attività professionale possono portare a noi, o a un parente, un vantaggio.

I dipendenti devono comunicare tempestivamente al proprio manager qualsiasi situazione che presenti un conflitto di interessi effettivo, potenziale o percepito, mentre i manager devono gestire tale segnalazione, utilizzando la procedura descritta nella politica sul conflitto di interessi del gruppo. In caso di domande o incertezze sulla corretta gestione di un potenziale conflitto, contattate il vostro Ethics & Compliance Officer.



I dipendenti devono prendere decisioni nell'interesse del gruppo indipendentemente dai loro interessi personali.

Per identificare se una situazione potrebbe creare un conflitto di interessi, ponetevi le seguenti domande:

- Come potrebbe apparire questa situazione agli occhi di qualcuno che è al di fuori di Capgemini? Vi sentireste a disagio se qualcuno dei vostri colleghi lo sapesse? Cosa fareste sapendo che qualcuno del vostro team si è trovato in questa situazione?
- Voi o qualche vostro parente potreste trarre vantaggio dal rapporto con la terza parte?
- Questa situazione potrebbe influire sulle decisioni che potreste prendere in Capgemini?
- Sentite di essere in obbligo in ragione del rapporto che avete con la terza parte?
- Il rapporto che avete con la terza parte sembra compromettere la vostra capacità di prendere decisioni nell'interesse di Capgemini?

Se la risposta a una qualsiasi di queste domande è "Sì" o "Forse", vi trovate in un conflitto di interesse effettivo, potenziale o percepito. È necessario che ne informiate il vostro manager.

Scenario concreto

Le responsabilità di un vostro parente gli richiedono di condurre affari con Capgemini nella stessa area di lavoro in cui avete influenza sulle decisioni aziendali, ad esempio:

- **un parente lavora per un fornitore Capgemini che ha recentemente inviato una proposta a Capgemini e il vostro manager vuole che voi vi uniate al team di revisione per valutare tutte le offerte, compresa quella inviata dal vostro parente.**
- **Un parente lavora per un cliente Capgemini e il vostro manager vuole che voi vi uniate al team di offerta per convincere il cliente a collaborare con noi.**

Dovete segnalare queste situazioni al vostro manager non appena venite a conoscenza di tali situazioni. Il vostro manager adotterà le misure necessarie per determinare se sono richieste ulteriori azioni. Come principio generale, non sarebbe opportuno avere un'influenza o un'autorità decisionale nei confronti di un parente. In caso di chiarimenti, contattare l'Ethics & Compliance Officer

4. LOBBISMO

Il lobbismo può essere definito come un'attività destinata a influenzare una decisione pubblica e in particolare il contenuto di una legge o di un atto normativo. In molti paesi, come ad esempio la Francia, il lobbismo è definito dalla legge, è soggetto a rigide regole etiche e deve essere dichiarato in un registro pubblico se vengono soddisfatte determinate condizioni.



Il lobbismo è **vietato** a meno che non sia specificamente approvato dall'Amministratore Delegato del gruppo. Qualsiasi attività eccezionale di lobbismo svolta per conto del gruppo deve essere trasparente, conformemente alla legislazione applicabile.

5. DUE DILIGENCE NEI CONFRONTI DI TERZE PARTI

Le terze parti possono presentare un rischio dal punto di vista della lotta alla corruzione. Ad esempio:

- un cliente potrebbe sollecitare una tangente;
- i fornitori e gli intermediari potrebbero utilizzare una parte delle loro quote per costituire una tangente per conto di Capgemini, anche senza informarci;
- una terza parte può essere di proprietà o associata a una persona che Capgemini può desiderare di influenzare, con conseguente conflitto di interessi che deve essere identificato e gestito.

I dipendenti incaricati di assumere o coinvolgere terze parti per Capgemini, siano esse clienti, intermediari o fornitori, come consulenti, subappaltatori e altri fornitori di beni e servizi, devono garantire che la terza parte abbia sia le qualifiche necessarie che una solida reputazione per l'integrità aziendale.

Le nostre procedure di valutazione di terze parti sono proporzionate ai rischi di corruzione potenzialmente presentati da tali terze parti, come identificati nella mappatura dei rischi anti-corruzione del gruppo, che viene rivista di volta in volta. La minaccia di corruzione varia a seconda delle giurisdizioni, dei settori commerciali, delle terze parti, della natura del rapporto con la parte, nonché della portata e della complessità delle transazioni e dell'identificazione di potenziali segnali di avvertimento relativi alla corruzione. Il livello di due diligence condotto tiene conto di questi fattori.

Tutte le terze parti devono essere controllate in conformità alla nostra politica di due diligence anti-corruzione e delle sanzioni commerciali del gruppo.

Scenari concreti

Si desidera assumere Y come fornitore. Cosa dovete fare?

È necessario condurre la due diligence del fornitore secondo la procedura.

Desiderate fare un'offerta per una richiesta pubblica di offerta lanciata da W in Malesia. Cosa dovete fare?

È necessario condurre la due diligence del cliente secondo la procedura.



Scenario concreto

Lavorate nel team Vendite e siete alla ricerca di soluzioni per acquisire nuovi contatti in un determinato settore. Venite avvicinati dal Sig. Y, un noto imprenditore in questo settore, che vi spiega che può aiutarvi ad acquisire nuovi contatti in cambio di una "provvigione di intermediazione", in termini di percentuale sulle nuove vendite. Come potete procedere?

Oltre a rispettare le regole del Blue Book sui consulenti e sugli agenti di vendita, tutte le terze parti devono essere esaminate conformemente alla nostra politica di due diligence anti-corruzione di terze parti e delle sanzioni commerciali del gruppo. Leggerete che gli agenti di vendita sono vietati a meno che non siano eccezionalmente approvati dal Group Review Board (GRB), mentre i consulenti di vendita remunerati forfettariamente, sono considerati ad alto rischio e devono essere valutati mediante una due diligence potenziata. La nostra politica di due diligence anti-corruzione e delle sanzioni commerciali del gruppo nei confronti di terze parti fornirà anche le linee guida sul monitoraggio degli agenti di vendita e dei consulenti, come pure sui loro requisiti di segnalazione.

Scenario concreto

Un potenziale cliente vi informa che è stata vinta una richiesta di offerta soggetta all'utilizzo di una determinata società o di un singolo X come subappaltatore del progetto. Cosa dovrete fare?

Anche se un cliente può avere motivi commerciali legittimi per richiedere un subappaltatore specifico per un'attività, tale condizione dovrebbe tuttavia essere considerata un segnale di avvertimento. La legittima motivazione commerciale di tale condizione e l'assenza di un conflitto di interessi devono essere definite e documentate. Se la motivazione non è chiara o se avete qualche dubbio, dovete consultare l'Ethics & Compliance Officer. È necessario fare riferimento alla nostra politica di due diligence anti-corruzione e delle sanzioni commerciali del gruppo nei confronti di terze parti per ulteriori indicazioni.

Scenario concreto

Un imprenditore ha identificato una donazione che vorrebbe effettuare a beneficio di una fondazione molto nota. È necessario completare la due diligence della terza parte?

Sì. Oltre a rispettare la politica anti-corruzione del gruppo, vedere la Sezione 2.2 Donazioni benefiche, tutte le terze parti devono essere controllate secondo la nostra politica di due diligence anti-corruzione e delle sanzioni commerciali del gruppo. Leggerete che i destinatari delle donazioni benefiche sono considerati ad alto rischio e devono effettivamente essere valutati attraverso una due diligence potenziata. Troverete anche le relative linee guida sul monitoraggio di terze parti e sull'aggiornamento periodico della due diligence.



6. JOINT-VENTURE, CONSORZI, FUSIONI E ACQUISIZIONI

Le joint venture, i consorzi, le fusioni e le acquisizioni sono operazioni strategiche che rappresentano importanti rischi di responsabilità in termini di corruzione. Le società del gruppo possono essere ritenute responsabili di pratiche corruttive commesse da joint venture o da partner di consorzio, nonché da società acquisite da una società del gruppo.

È importante applicare un'adeguata due diligence anti-corruzione ai partner e alle società di destinazione prima di entrare in una joint venture, un consorzio, una fusione o un'acquisizione o, se le circostanze lo richiedono, immediatamente dopo.

Fare riferimento alle procedure di due diligence per fusioni e acquisizioni e alle linee guida del consorzio.

7. SEGNALAZIONE DI VIOLAZIONI E PERPLESSITÀ - SpeakUp

Qualsiasi dipendente che, in buona fede, viene a conoscenza di eventuali forme di corruzione è incoraggiato a segnalarlo utilizzando la linea di [assistenza etica "SpeakUp"](#).

La linea di assistenza SpeakUp è una piattaforma riservata di supporto web e telefonico, gestita da un fornitore di servizi indipendente, messa a disposizione di dipendenti, fornitori, clienti e partner commerciali delle società del gruppo Capgemini.

Lo scopo di SpeakUp è quello di segnalare perplessità o chiedere consigli e indicazioni su frodi, molestie sul posto di lavoro, pratiche corrotte, conflitti di interesse, concorrenza sleale e altre forme di cattiva condotta etica che non rispettano i nostri sette valori o il nostro codice di etica aziendale.

In alcuni paesi, la linea di assistenza SpeakUp può essere utilizzata solo per segnalare sospette violazioni di un numero più limitato di questioni. Per le questioni che possono essere segnalate nel proprio paese, consultate la politica SpeakUp o contattare l'Ethics & Compliance Officer.

L'uso della linea di assistenza SpeakUp è del tutto volontario. Come promemoria, la normale procedura per segnalare una possibile violazione consiste nel contattare direttamente il vostro manager, [l'Ethics & Compliance Officer](#) oppure a un rappresentante delle Risorse umane.

Quando ritenete di non poter seguire la procedura normale per la segnalazione di una possibile violazione, si consiglia di usare la [linea di assistenza etica SpeakUp](#). Potete anche utilizzare questo portale per porre una domanda.

Il gruppo vieta ogni ritorsione nei confronti di un dipendente che segnala in buona fede una violazione delle norme o delle leggi, anche se l'accusa successivamente si rivela infondata. Agire in buona fede significa agire senza dolo o disonestà. La segnalazione consapevole di informazioni false non sarà tollerata.

Informazioni su Capgemini

Leader mondiale nella consulenza, nella trasformazione digitale, nella tecnologia e nei servizi di ingegneria, Capgemini è in prima linea nell'innovazione per trattare tutte le opportunità dei clienti nel mondo in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Basandosi su un solido patrimonio cinquantennale e sulla profonda competenza specifica del settore, Capgemini consente alle aziende di realizzare il loro progetto di impresa attraverso una serie di servizi, dalla strategia alle attività. Capgemini è guidata dalla convinzione che il valore aziendale della tecnologia proviene da e attraverso le persone. È un'azienda multiculturale che conta 270.000 membri del team in quasi 50 paesi. Insieme ad Altran, nel 2019 il gruppo ha registrato un fatturato globale complessivo di 17 miliardi di dollari.

Per saperne di più su di noi visitate il nostro sito all'indirizzo www.capgemini.com



People matter, results count.