

# POLITIQUE ANTI-CORRUPTION



## **VALEURS ET ENGAGEMENTS DU GROUPE : LE MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL**

**La lutte contre la corruption et le trafic d'influence est une priorité pour le groupe SMA.**

Les collaborateurs SMA sont investis dans une démarche permanente d'intégrité et de qualité de service. SMA veille à ce que ses valeurs soient totalement intégrées dans leurs activités professionnelles quotidiennes, avec les sociétaires, les partenaires et l'ensemble des parties prenantes.

Il s'agit également d'un enjeu réglementaire important, renforcé par la « Loi Sapin 2 » du 9 décembre 2016 qui a rendu obligatoire la mise en place d'un dispositif anti-corruption. A ce titre, SMA dispose notamment d'un code de conduite destiné à ses collaborateurs et y expose les règles à respecter ainsi que la politique cadeaux et invitations de SMA.

La corruption et le trafic d'influence constituent des infractions pénales graves pouvant notamment exposer le Groupe à d'importantes sanctions. Il en va donc également de son image et de sa réputation.

SMA sélectionne ses partenaires commerciaux de manière objective et impartiale. Le Groupe entretient avec eux des relations de confiance et les traite équitablement.

SMA entend partager ses valeurs, engagements et règles en matière de lutte contre la corruption avec l'ensemble de ses partenaires.

Pierre ESPARBES  
Directeur général SMA



## 1. DISPOSITIF SMA ANTI-CORRUPTION

SMA met en œuvre un dispositif anti-corruption. A cette fin, SMA dispose d'un responsable anti-corruption chargé de s'assurer du bon fonctionnement de ce dispositif et d'en rendre régulièrement compte à la direction générale, impliquée dans la démarche anti-corruption SMA.

Les collaborateurs SMA sont sensibilisés à cette problématique essentielle et peuvent se référer au code de conduite applicable au sein du Groupe, annexé au règlement intérieur. Ce code définit notamment la politique SMA en matière de cadeaux et invitations. Le Groupe a également mis en place une procédure d'alerte interne permettant notamment de signaler tout comportement ou situation qui serait contraire au code de conduite.

Enfin, SMA accorde une attention particulière à l'évaluation anti-corruption des tiers avec lesquels le Groupe est en relation. De diverses manières, le groupe s'assure de l'intégrité des relations qu'il envisage de nouer ou entretient déjà avec ses partenaires. C'est pour cette raison que SMA a souhaité porter à la connaissance de ses partenaires la présente politique anti-corruption SMA.

## 2. LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE : QU'EST-CE QUE C'EST ?

Ces deux notions sont définies par le Code pénal :

✓ **La corruption** : fait de proposer sans droit des offres, des promesses, des dons, des présents ou tout avantage quelconque à une personne pour qu'elle accomplisse ou s'abstienne d'accomplir ou parce qu'elle a accompli, ou s'est abstenue d'accomplir, un acte de sa fonction ou un acte facilité par celle-ci.

Il y a également corruption lorsque l'on cède à de telles propositions.



✓ **Le trafic d'influence** : fait de proposer sans droit des offres, des promesses, des dons, des présents ou tout avantage quelconque à une personne pour qu'elle abuse, ou parce qu'elle a abusé, de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir d'une autorité publique française ou étrangère des emplois, des marchés ou toute autre décision favorable.

Il y a trafic d'influence également lorsque l'on cède à de telles propositions.

Peu importe si l'avantage est consenti ou si la promesse est réalisée, l'infraction est consommée dès la proposition ou l'acceptation du pacte de corruption.

## 3. POLITIQUE SMA EN MATIÈRE DE CADEAUX ET INVITATIONS

Bien souvent considérés comme de simples marques de courtoisie dans la vie des affaires, des cadeaux ou autres avantages tels que des repas, des invitations à des événements (acceptés ou offerts) peuvent constituer des pratiques corruptives visant à obtenir indûment un avantage quelconque (un marché, des informations privilégiées, des conditions contractuelles avantageuses ...) ou à influencer une décision.



## Principes légaux/réglementaires

- il est interdit d'accepter un cadeau/une invitation en vue de procurer indûment un avantage quelconque ou d'influencer une décision ;
- il est interdit d'offrir un cadeau/une invitation en vue d'obtenir indûment un avantage quelconque ou d'influencer une décision ;
- les cadeaux/invitations sont reçus ou offerts à titre exceptionnel, dans un cadre exclusivement professionnel et doivent correspondre aux usages de la vie des affaires (cadeaux de fin d'année, repas de fin de mission, réceptions, événementiel ...).

SMA dispose d'un code de conduite applicable à ses collaborateurs précisant la politique cadeaux et invitations du Groupe. L'ensemble de ces règles doit impérativement être respecté par les collaborateurs SMA. **À défaut, les cadeaux et invitations doivent être refusés et** le cadeau restitué le cas échéant.

### RÈGLES


#### INTERDICTIONS

- **Sollicitation** d'un cadeau ou d'une invitation.
- Cadeaux en **espèces / bons cadeaux**.
- **Offre / acceptation de cadeau d'une valeur supérieure à 250 €** (sous réserve des règles ci-après).
- Cadeaux ou invitations intervenant **à l'occasion d'un processus de décision** (ex : appel d'offres).
- Cadeaux et invitations au bénéfice exclusif de l'un des **proches du collaborateur SMA**.
- Cadeaux ou invitations reçus au **domicile du collaborateur SMA**.

## RÈGLES

### ACCEPTATION DE CADEAUX/INVITATIONS

Les collaborateurs SMA sont autorisés à accepter des cadeaux / invitations d'une **valeur raisonnable, conformes aux pratiques de la profession et avec la présence impérative de « l'invitant »** lors de l'évènement objet de l'invitation. Dans la mesure du possible selon la nature des cadeaux, les collaborateurs SMA sont invités à les partager avec les membres de leur service et à ne pas en bénéficier seuls.

 **L'acceptation d'invitations d'une valeur ≤ à 150 € est tolérée** dès lors que ces invitations sont en **lien avec l'activité professionnelle du collaborateur concerné ou avec les projets et activités de SMA** (ex : repas d'affaires, événements professionnels). Au-delà de 150 €, l'acceptation nécessite **l'autorisation préalable** du supérieur hiérarchique.

 **L'acceptation d'invitations qui revêtent une nature événementielle** (ex : invitation à un spectacle ou à un événement sportif) **ou qui se déroulent hors du temps de travail** (week-end, congés, jours fériés) nécessite **l'autorisation préalable** du supérieur hiérarchique.



L'offre de cadeau ou invitation à un partenaire commercial par un collaborateur est également strictement encadrée. Outre les obligations légales que le Groupe s'engage à respecter, il est demandé aux collaborateurs SMA de s'enquérir des règles des partenaires commerciaux du Groupe avant toute offre de cadeau ou invitation.

## 4. PAIEMENT DE FACILITATION

Il s'agit du fait de rémunérer de façon indue un agent public pour la réalisation de formalités administratives alors qu'elles devraient être obtenues par des voies légales normales. On parle communément de « pot-de-vin ».

## RÈGLES

Les paiements de facilitation sont formellement interdits ; les collaborateurs SMA ne doivent donc consentir aucun paiement de facilitation, y compris si ces paiements sont effectués par des intermédiaires.

## 5. CONFLIT D'INTÉRÊTS

Le risque de conflit d'intérêts est une situation qui naît quand l'exercice indépendant, impartial et objectif des fonctions d'une personne est susceptible d'être influencé par un autre intérêt public ou privé distinct de celui qu'il doit défendre dans ces fonctions.

### RÈGLES

Dans le cadre de l'exercice de leurs missions, les collaborateurs SMA doivent veiller à ce que leurs intérêts personnels n'entrent pas en conflit avec les intérêts de SMA qui doit toujours agir au mieux des intérêts de ses clients.

En cas de risque de conflit d'intérêts, le collaborateur SMA concerné doit s'abstenir de participer à tout processus décisionnel.

## 6. MÉCÉNAT / SPONSORING

Le mécénat désigne le soutien matériel et désintéressé apporté à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général (ex : artistique, culturel ou humanitaire). Il se distingue du parrainage/sponsoring, réalisé quant à lui dans un but publicitaire. Ces actions doivent être pratiquées dans le respect de la réglementation applicable et ne visent en aucun cas à obtenir un avantage indu en contrepartie.

### RÈGLES

SMA peut être amené à effectuer des actions de mécénat. Ces actions sont pratiquées dans le respect de la réglementation et soumises à l'information du conseil d'administration.

