

# Etiske retningslinjer

2018 utgave

JCDecaux



# Hovedstyrets Brev

## Kjære alle ansatte,

JCDecaux skal arbeide på en ansvarlig og bærekraftig måte i alle markeder hvor konsernet har virksomhet. Det har vi forpliktet oss til overfor våre ansatte, kunder og leverandører, lokale og regionale myndigheter, og våre konkurrenter. Vårt omdømme og den tilliten vi nyter blant våre partnere (herunder våre investorer, kunder og leverandører), er avhengig av dette.

Den første versjonen av disse retningslinjene ble publisert i 2001 og deretter oppdatert i 2005, 2009 og 2014.

## 2018-utgaven:

- understreker ledelsens og hele konsernets forpliktelse til å forhindre alle former for korrupsjon og utilbørlig påvirkning
- tar hensyn til endringer i nasjonal lovgivning og særlig innføringen av den franske loven av 9. desember 2016 om global håndhevelse av lov om åpenhet, bekjempelse av korrupsjon og modernisering av forretningsmessige økonomiske forhold (loven «Sapin II»)
- gjør prinsippene fastsatt i disse retningslinjene mer praktisk rettet.

Disse etiske retningslinjene suppleres av en kontrollprosedyre som gjelder agenter og mellomledd konsernet benytter seg av, særlig i forbindelse med oppstart av nye virksomheter og i nye land.

I tillegg til disse endringene, har konsernet innført obligatorisk opplæring i de grunnleggende etiske reglene, særlig bestemmelsen som gjelder bekjempelse av korrupsjon og utilbørlig påvirkning. Dette er blant styrets viktigste fokusområder, og ingen brudd på regelverket vil aksepteres.

Vi vet at du støtter prinsippene om kvalitet og integritet, og som utgjør kjernen i selskapets verdier. Styret bekrefter at disse verdiene er, og skal fortsette å være, styrende prinsipper for konsernet, og vi er avhengige av at du fortsetter å være oppmerksom og bidrar til at vi opprettholder konsernets positive historie og omdømme.

Vi ber derfor om at du leser 2018-utgaven av de etiske retningslinjene nøye, og at du overholder retningslinjene.

Sammen skal vi utvikle oss videre og opprettholde en samfunnsansvarlig holdning i alle landene vi har og kommer til å ha virksomhet.

Styret i JCDecaux S.A.

**Jean-François Decaux**

**Jean-Charles Decaux**

**Jean-Sébastien Decaux**

**Emmanuel Bastide**

**David Bourg**

**Daniel Hofer**





# | Innledning

**I et juridisk, driftsmessig, kommersielt og sosialt sammensatt internasjonalt miljø forplikter JCDecaux seg til, og ber alle ansatte om, å følge yrkesetiske retningslinjer. Prinsippene for dette er fastsatt i de etiske retningslinjene samt i de internasjonale retningslinjene for grunnleggende sosiale verdier («International Charter of Fundamental Social Values»).**

Prinsippene som er beskrevet i disse retningslinjene, handler ikke bare om å sette fokus på behovet for å overholde loven - som er forskjellig i hvert av landene konsernet er til stede i - de har derimot som mål å fremme personlig refleksjon og en ansvarsfølelse hos hver enkelt ansatt.

**Styret har uttrykt sin forpliktelse til etisk atferd, under alle omstendigheter, i forhold mellom partene som er involvert i JCDecaux' virksomhet, herunder:**

- › ethvert selskap i konsernet, og dets ansatte, og
- › selskaper og personer vi har et forretningsmessig forhold til, særlig:
  - offentlige tjenestemenn og representanter for lokale og regionale myndigheter,
  - kunder, både annonsører og byråer, og
  - leverandører og eksterne tjenesteytere.

De etiske retningslinjene er både et verktøy for å kommunisere styrets etiske budskap og et verktøy for beslutningstaking i visse situasjoner.

God kjennskap til, og aksept av, retningslinjene er derfor vesentlig for etterlevelse av konsernets etiske prinsipper. I tillegg til å spre retningslinjene internt har styret også bedt konsernets juridiske avdeling om å sikre at prinsippene i retningslinjene, særlig de som gjelder bekjempelse av korrupsjon og utilbørlig påvirkning, er forstått på riktig måte og kan gjennomføres i hele konsernet.

Med bakgrunn i dette er et obligatorisk opplæringsprogram utviklet og det tilrettelegges for e-learning. Spesifikke kursløsninger med fokus på praktiske utfordringer vi står overfor i vårt arbeid vil bli lansert.

Denne opplæringen vil primært innrettes mot de av våre ansatte som er mest utsatt for potensielle situasjoner der korrupsjon kan forekomme. Imidlertid er hensikten med å utvikle diversifiserte program (som for eksempel e-learning, ansikt-til-ansikt webinar mv) også å sikre en bedre forståelse for det etiske regelverket og hvordan dette skal anvendes verden rundt, og i alle våre virksomheter.

Skulle du være i den minste tvil om hvordan noen av prinsippene fastsatt i de etiske retningslinjene skal forstås eller brukes, ta kontakt med din juridiske avdeling på lokalt eller regionalt nivå, eller dersom slike ikke finnes, konsernets juridiske avdeling.

Med vennlig hilsen

Juridisk direktør  
Bertrand Allain

# ETISKE



# Innhold

## I De etiske retningslinjene

1. De etiske retningslinjenes formål og virkeområde
2. Distribusjon av retningslinjene
3. Varslingsrutiner

## II Grunnleggende etiske regler

1. Forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning  
+ **Praktisk guide: forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning**
2. Overholdelse av reglene om fri konkurranse  
+ **Praktisk guide: forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning**
3. Overholdelse av regler for finansiell og regnskapsmessig informasjon  
+ **Praktisk guide: forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning**

## III Konsernets prinsipper for etisk atferd

1. Forretningsrelasjoner med myndigheter  
+ **Praktisk guide: forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning**
2. Forretningsrelasjoner med kunder  
+ **Praktisk guide: forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning**
3. Forretningsrelasjoner med leverandører  
+ **Praktisk guide: forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning**
4. Rettigheter og plikter for ansatte i JCDecaux  
+ **Praktisk guide: forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning**

## IV Konsernets etikkutvalg

1. Melde en sak inn for konsernets etikkutvalg
2. Vern av varslere
3. Vern av personopplysninger
4. Rollen til konsernets etikkutvalg
5. Medlemmer av konsernets etikkutvalg, og utnevnelse av disse
6. Arbeidet til konsernets etikkutvalg
7. Rapportering til styret



# I | De etiske retningslinjene

## 1. De etiske retningslinjenes formål og virkeområde

Formålet med de etiske retningslinjene (“retningslinjene”) er å definere regler som under enhver omstendighet må følges av ethvert selskap og enhver ansatt i JCDecaux, både på individuell basis og med hensyn til personer og selskaper de har et forretningsforhold til. De definerer også varslingsrutiner i tilfelle brudd på retningslinjene.

Med JCDecaux menes i disse retningslinjene JCDecaux SA, direkte og indirekte datterselskaper og alle selskaper hvor JCDecaux SA direkte eller indirekte har minoritetsinteresser (“JCDecaux” eller “konsernet”).

## 2. Distribusjon av retningslinjene

### 2.1 Retningslinjene må:

- › deles ut til alle nyansatte og utgjøre en del av vedkommendes arbeidskontrakt
- › være tilgjengelige via konsernets intranett eller på anmodning fra personalavdelingen i hvert selskap i konsernet
- › systematisk legges ved enhver kontrakt med eksterne agenter og mellomledd, i henhold til en egen prosedyre for avtale med og ledelse av slike.

Mellomledere og ledere i JCDecaux er forpliktet til å anvende de etiske retningslinjene konsekvent og å dele dem ut til sine ansatte. Ingen kan forfremmes til en lederstilling før det er gjort en vurdering av vedkommendes evne til å forstå og gjennomføre de etiske retningslinjene til JCDecaux, som vedkommende vil måtte følge og iverksette.



**2.2 Lederne av hver enhet i JCDecaux skal årlig rapportere om etterlevelsen av kravene til distribusjon av retningslinjene.**

**2.3 Juridisk avdeling og internrevisjonen i JCDecaux skal sikre at kravene til distribusjon etterleveres.**

### **3. Varslingsrutiner**

Følgende varslingsrutine beskriver hvordan du skal håndtere en situasjon der du blir kjent med brudd på prinsippene i retningslinjene. Rutinen tar i betraktning alle juridiske og lovmessige spesifikasjoner samt eksisterende praksis og er basert på tillit til utøvelse av eget skjønn og sunn fornuft.

#### **3.1 Brudd på prinsipper for etisk atferd**

I en situasjon der en ansatt bryter konsernets prinsipper for etisk atferd, skal vedkommendes avdelingsleder eller nærmeste overordnede informeres.

Dersom varsleren har grunn til å tro at det å rapportere hendelsen til lederen kan medføre problemer, eller at rapportering ikke vil bli fulgt opp med hensiktsmessige tiltak, kan vedkommende rapportere til ledelsen på nasjonalt nivå eller til områdeledelsen.

Den som informeres om hendelsen, har ansvar for å definere hensiktsmessige undersøkelser og iverksette korrigerende tiltak.

I alle tilfeller er JCDecaux forpliktet til å undersøke og korrigere ethvert etisk avvik – som rapporteres i god tro og med ærlige hensikter – og å finne en løsning som skal korrigere et slikt avvik, dersom det fremkommer bevis for hendelsen.

#### **3.2 Brudd på de grunnleggende etiske reglene**

Ethvert mulig brudd på de grunnleggende etiske reglene (f.eks. korrupsjon, brudd på reglene om fri konkurranse, brudd på finans- og regnskapsreglement) kan rapporteres til konsernets etikkutvalg (som et etisk varsel) og medføre disiplinære sanksjoner gitt at brudd på regelverket påvises.

Medlemskap i og interne regler for konsernets etikkutvalg er beskrevet i Del IV.

Brudd på de grunnleggende etiske reglene kan få store konsekvenser for konsernets nåværende og fremtidige virksomhet. Behandlingen av påstander om brudd på reglene, og undersøkelser og anbefalinger i den forbindelse, ligger innenfor etikkutvalgets myndighet. Etikkutvalget er et organ under JCDecaux SA. Del IV beskriver reglene for å rapportere etiske spørsmål til dette utvalget, og regler for utvalgets arbeid.



## II | Grunnleggende etiske regler

### De grunnleggende etiske reglene er:

- › Forbud mot korrupsjon
- › Overholdelse av reglene om fri konkurranse, og
- › Overholdelse av finans- og regnskapsreglement

## 1. FORBUD MOT KORRUPSJON OG UTILBØRLIG PÅVIRKNING

### 1.1 Alle former for korrupsjon er strengt forbudt

Et selskap som er involvert i korrupsjon og/eller utilbørlig påvirkning eller som ikke hindrer korrupsjon eller utilbørlig påvirkning på vegne av gitte tredjeparter:

- › ødelegger sitt eget omdømme
- › risikerer alvorlige økonomiske sanksjoner som å bli utestengt fra å delta i anbudprosesser eller kontrakter utstedt av lokale myndigheter
- › kan medføre alvorlige strafferettslige sanksjoner mot egne ansatte (på individuell basis), herunder fengselsstraff.

### Hva er korrupsjon?

“Aktiv korrupsjon” defineres generelt som direkte eller indirekte å gi eller tilby en offentlig tjenestemann eller en ansatt i et privat selskap, uavhengig av eventuell oppfordring, enhver form for utilbørlig fordel for seg selv eller andre, herunder å love å gi eller simpelthen tilby en slik fordel, slik at den offentlige tjenestemannen eller ansatte oppnår, forsinkes eller hindres en handling i utøvelsen av sin funksjon.

Korrupsjon omfatter fordeler gitt direkte eller indirekte gjennom en tredjepart, for eksempel en slektning av eller forbindelse til tjenestemannen/den ansatte, eller til en annen person utpekt av vedkommende.

### Hva er utilbørlig påvirkning?

Utilbørlig påvirkning er definert som ulovlig praksis der en person som representerer det offentlige, direkte eller indirekte favoriseres med tilbud, løfter, donasjoner, gaver eller fordeler for seg eller noen andre, for å påvirke vedkommende, reelt eller antatt, til å tildele kontrakter, posisjoner, markeder eller foreta annen gunstig beslutning på vegne av myndighet eller offentlig forvaltning.

## 1.2 Våre forpliktelser

JCDecaux forbyr uttrykkelig alle former for korrupsjon eller utilbørlig påvirkning.

Å overholde denne forpliktelsen er grunnleggende for JCDecaux. En slik forpliktelse er nødvendig for å:

- › bidra til å heve etiske standarder i forretningsrelasjoner
- › beskytte våre interesser på kort og lang sikt i alle landene der vi er eller kan komme til å være til stede. Vårt konsern skal være et forbilde i så måte.

## 1.3 Invitasjoner og gaver

Invitasjoner og gaver er kun tillatt i henhold til gjeldende lovgivning for offentlige tjenestemenn og privatpersoner i deres eget land og i henhold til tjenestereglementet gjeldende i deres egen organisasjon. Invitasjoner og gaver er uansett strengt forbudt i perioder med anbudsinnbydelser.

Konsernet godtar ikke tilretteleggingsbetaling.

## 1.4 Bruk av agenter, konsulenter og mellomledd

Bruken av agenter, konsulenter og mellomledd skal være underlagt streng kontroll og være i overensstemmelse med behov for faktiske, berettigede tjenester. Godtgjørelse av slike parter medfører en risiko for passiv korrupsjon, noe som kan skje uten at selskapet vet om det. Alle konsernets ansatte må være profesjonelle og årvåkne i så henseende.

## 1.5 Støtte til politiske partier

Konsernets generelle policy er å avstå fra å gi støtte til politiske partier eller politikere.

Alle unntak fra dette generelle prinsippet må godkjennes av konsernledelsen. Godkjente bidrag må gis i henhold til gjeldende nasjonal lovgivning. Dersom loven tillater slike bidrag og de er godkjent av konsernledelsen, er det særlig viktig at alle erklæringer og registreringer som loven krever, må være på plass.

Konsernet respekterer selvfølgelig ansattes rett til å være personlig involvert i politikk, men deltakelsen må holdes på et personlig plan.



# Praktisk guide:

Høyrisikosituasjon / krav til adferd

## FORBUD MOT KORRUPSJON OG UTILBØRLIG PÅVIRKNING

### 1. Hva er en offentlig tjenestemann?

Begrepet "offentlig tjenestemann" er bredt definert og gjelder generelt enhver offentlig funksjonær, embedsmann eller ansatt i et land, en stat, et offentlig eller internasjonalt organ eller foretak, et territorielt samfunn, en by, enhver valgt representant, person som utøver en juridisk stilling, eller en person som drar fordel av delegering av tjenester fra enhver slik organisasjon.

### 2. Et strengt, alvorlig og internasjonalt juridisk rammeverk

Hvert av landene hvor vi er til stede, har lover mot bestikkelser av offentlige tjenestemenn og privatpersoner.

På det internasjonale området har 40 land godkjent OECD-konvensjon av 17. september 1997 om bekjempelse av bestikkelser av offentlige tjenestemenn i internasjonale forretningstransaksjoner, og tilpasset sin nasjonale lovgivning for å kunne straffe handlingene fastsatt i denne.

EUs strafferettslige konvensjon mot korrupsjon (1999), den interamerikanske konvensjonen mot korrupsjon (1996) og FN-konvensjonen mot korrupsjon (2003) har satt kampen mot bestikkelse av offentlige tjenestemenn og private aktører høyt på den internasjonale dagsorden. En rekke land har inntatt slike konvensjoner i sin nasjonale straffelovgivning.

Dette har ført til at virkeområdet for forbudet mot korrupsjon i stadig flere nasjonale regelverk er utvidet til å gjelde også utenlandske tjenestemenn.

Følgende eksempler viser hvordan nasjonale regelverk har fått utvidet sitt virkeområde til å gjelde internasjonal korrupsjon:

- > I Frankrike ble loven av 30. juni 2000 endret ved lov av 13. november 2007 ved at forbudet mot bestikkelse av franske offentlige tjenestemenn ble utvidet til å gjelde også utenlandske offentlige tjenestemenn. Senere er det innført ny lov av 9. desember 2016 om åpenhet, bekjempelse av korrupsjon og modernisering av forretningsmessige, økonomiske forhold (kalt «Sapin II» loven), som vektlegger økt kontroll og sanksjoner i forbindelse med korrupsjon og utilbørlig påvirkning, foruten krav om innføring av forebyggende tiltak, og opprettelsen av en ny, uavhengig, administrativ myndighet som er dedikert til slike saker (« l'Agence Française Anticorruption»);
- > I USA ble loven «Foreign Corrupt Practices Act» (FCPA) av 1977 i 1998 utvidet til å gjøre det straffbart å bestikke utenlandske offentlige tjenestemenn.

Innenfor rammeverket av FCPA har USA innført en svært aktiv politikk i kampen mot internasjonal korrupsjon. Loven gjelder amerikanske statsborgere og innbyggere samt andre ikke-bosatt i landet dersom en eller flere av korrupsjonstilfellene har en forbindelse til USA. Begrepet forbindelse til USA tolkes bredt.

- › Både Storbritannia og Frankrike, med henholdsvis lov om bestikkelser («Bribery Act») av 2010 og «Sapin II» av 2016, har hentet inspirasjon fra amerikanske FCPA, men disse gjelder enda bredere og krever at selskaper iverksetter aktive tiltak for å hindre og bekjempe korrupsjon.

Hverken britisk eller fransk antikorrupsjonslovgivning gjør unntak for små tilretteleggingsbetalinger eller “smøring”, som noen gang benyttes for å få fortlgang i forvaltningsmessige prosesser, for eksempel ved tollklarering av varer.

### 3. Etterlevelse av prinsippet om å bekjempe korrupsjon

Anvend de strengeste prinsippene for integritet og ærlighet i alle dine relasjoner med styresmakter og myndigheter. Selv om noe er akseptert atferd i forretningslivet, kan det være uakseptabelt eller til og med føre til straffereaksjoner når det gjelder i forhold til offentlige tjenestemenn.

Det kan noen ganger vært uklart hvor grensen går for hva som er akseptert praksis, og disse grensene kan variere avhengig av land og tid. Del 2 bør brukes som en rettesnor i slike situasjoner.

### 4. Grensegang mellom akseptert praksis og korrupsjon/utløslig påvirkning

Antikorrupsjonslovgivning og lov mot utløslig påvirkning inneholder ikke eksplisitte henvisninger til «representasjon og salgsfremmende honorarer», så noe usikkerhet om hvorvidt dette er tillatt og hvor grensen går vil det alltid være.

Det ble gjort et forsøk på å definere grensen i «Guidance to Commercial Organisations» (GCO), et dokument som ble utgitt av det britiske justisdepartementet i 2011. Disse retningslinjene er imidlertid ment utelukkende for informasjonsformål, og hver og en må vurdere utgiftens rimelighet, forholdsmessighet og legitime bakgrunn.

I henhold til GCO kan utgifter til representasjon og salgsfremmende tiltak klart anses som korrupsjon hvis hensikten med handlingen er å påvirke en person med beslutningsmyndighet.

GCO stadfester også at utgifter til representasjon og salgsfremmende formål som har som formål å skape og opprettholde gode relasjoner, bedre selskapets image og fremme dets produkter, kan være tillatt. Det er imidlertid uklart hvor grensen for slike utbetalinger går, og forsiktighet bør derfor utvises.

#### GCO gir derfor noen praktiske eksempler:

- › Å dekke reise til og opphold i New York for utenlandske offentlige tjenestemenn eller privatpersoner slik at de kan møte ledelsen i et europeisk selskap er svært risikabelt, selv om det kan rettferdiggjøres med at det ville være den mest praktiske løsningen for alle de involverte hensyntatt den enkeltes tidsplan og tilgjengelighet.
- › Uavhengig av om en invitasjon er til selskapets hovedkontor eller datterselskapet, er det totalkostnaden som avgjør hvorvidt den er rimelig og forholdsmessig. Denne må kunne relateres til tilsvarende normal levestandard for den inviterte personen, og bakgrunnen for invitasjonen må være driftsrelatert (f.eks. for å besøke selskapets anlegg og det å promotere produkter. Merk imidlertid at varigheten på besøket ikke må overstige det driftsmessige behovet).
- › Å dekke reise og opphold for offentlige tjenestemenn eller private aktører slik at de kan delta på kultur- eller sportsarrangementer kan anses som risikabelt dersom selskapet ikke har noen forretningsmessig interesse i arrangementet (en slik forretningsmessig interesse kan anta ulike former avhengig av lokale regler og praksis, for eksempel å være sponsor, offisiell leverandør eller partner for et arrangement), og dersom verdien av invitasjonen overstiger det man kan anta at den inviterte personlig ville ha akseptert å bruke på å delta på arrangementet.

Vi må alltid foreta en grundig vurdering av om den aktuelle handlingen kan påvirke den offentlige tjenestemannen eller få vedkommende til å opptre upassende, avstå fra å utføre en handling eller funksjon som er relevant for vedkommendes kompetanseområde, eller å belønne vedkommende for å gjøre dette.

Disse vurderingene er av stor betydning for definisjonen av korrupsjon og utilbørlig påvirkning.

Dersom du får tilbud om å oppnå en utilbørlig fordel fra en offentlig tjenestemann eller en privatperson, må du umiddelbart rapportere dette til din nærmeste overordnede, som vil være den som har ansvaret for å avslå tilbudet.

JCDecaux vil heller avstå fra å delta i en anbudsinnbydelse eller kontrakt enn å måtte imøtekomme kravene til en offentlig tjenestemann eller privatperson som gir vedkommende en fordel av noe slag.

## 5. Gaver og invitasjoner

### Det er forskjell på gaver og markedsføringsartikler:

- › Markedsføringsartikler er artikler av lav verdi (inntil USD 100 eller et lavere beløp som fastsettes lokalt), preget med logoen til JCDecaux.
- › Gaver er bare tillatt innenfor samme beløpsgrenser og må være knyttet opp mot enkeltstående, tidfestede hendelser (f.eks. bryllup, fødsel osv.). Gaver skal kun gis i unntakstilfeller.
- › Gaver i form av kontanter eller tilsvarende er strengt forbudt, uansett beløp eller bakgrunn.

### Invitasjoner må aldri utstedes konfidensielt.

Invitasjoner må godkjennes av ledelsen i det aktuelle selskapet. Typen invitasjon og grunnlaget for invitasjonen må være behørig ivaretatt, og navnene på de inviterte må komme tydelig frem.

Loven fastsetter ingen beløpsmessige grenser. Uansett må alltid invitasjoner være «rimelige, forholdsmessige og legitime», og disse begrepene må tolkes strengt.

Rimelige invitasjoner med et hensiktsmessig formål er altså generelt tillatt, men kan bli ansett som «urimelige» og derfor som et tilfelle av korrupsjon dersom de adresseres offentlige tjenestemenn eller privatpersoner på jevnlig basis (i motsetning til ved enkeltstående invitasjoner).

Nasjonal lovgivning i enkelte land, som i USA, forbyr slike invitasjoner og gaver til offentlige representanter, uansett til hvilken verdi. Det er da denne mer restriktive nasjonale lovgivning som gjelder. Før enhver invitasjon aksepteres er det derfor nødvendig å sjekke hvilken nasjonal lovgivning som gjelder for slike invitasjoner.

## 6. Bruk av agenter, konsulenter og mellomledd

Merk at bevisst å la være å sette seg inn i hva en agent, konsulent eller et mellomledd gjør eller kan gjøre, ikke taler til ditt forsvar i tilfeller av korrupsjon.

Du har plikt til å treffe forebyggende tiltak for å unngå slike situasjoner.

Det henvises til konsernets prosedyre for engasjement og ledelse av agenter, konsulenter og mellomledd (rådgivere) for å unngå passiv bestikkelse av offentlig tjenestemann. Denne prosedyren tar hensyn til omfanget av korrupsjonsrisiko internasjonalt, slik det er identifisert av Transparency International, en anerkjent ikke-statlig organisasjon som jobber mot korrupsjon.

## 7. Støtte til politiske partier / veldedig virksomhet

**7.1. Støtte til politiske partier eller foreninger/stiftelser knyttet til politiske partier er underlagt lovgivning som varierer betraktelig fra land til land. Selv der det er tillatt, kan slike bidrag misbrukes eller tolkes som tvilsom praksis.**

**7.2. Bidrag til veldedig virksomhet eller frivillige initiativer er tillatt dersom de faktisk gagnar det offentliges interesse og bidrar til oppriktig engasjement. Slike bidrag må på forhånd godkjennes skriftlig av lederen av det aktuelle konsernselskapet og behørig dokumenteres.**

| Dersom du er i tvil om noen form for atferd, ta umiddelbart kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå. De vil gi deg råd og vurdere de juridiske grensene for handlingen.

## 2. OVERHOLDELSE AV REGLENE OM FRI KONKURRANSE

JCDecaux anser det som særlig viktig å overholde konkurransereglene.

### 2.1 Overholdelse av regelverk

Du må kjenne til og følge gjeldende konkurransebestemmelser når det gjelder forholdet til dine konkurrenter, uansett i hvilket geografisk marked du opererer i.

Nesten alle landene konsernet er til stede i, opererer med konkurranseregler som har følgende felles innhold:

- › forbud mot alle skriftlige og muntlige avtaler mellom selskaper, som har som formål å begrense eller medfører begrensninger i konkurransen
- › forbud mot å misbruke en dominerende posisjon.

I Europa er disse reglene definert i artikkel 101 og 102 i traktaten om Den europeiske union og er inntatt i den nasjonale lovgivningen til alle EU-medlemsstatene.

### 2.2 Ulovlig praksis

Det er to grunnleggende typer anti-konkurransedferd; ulovlige avtaler og misbruk av dominerende markedsposisjon. Det er ikke bare adferd som rammer konkurrenter som er forbudt, men også den som påvirker leverandører og kunder dersom dette hindrer fri konkurranse.

#### 2.2.1 Ulovlige avtaler og informasjonsutveksling

Enhver skriftlig eller muntlig, direkte eller indirekte avtale mellom markedsoperatører, hvis formål eller virkning er å skape konkurransevilkår som ikke samsvarer med normale markedsforhold, er forbudt.

Det er også forbudt å utveksle konfidensiell informasjon blant konkurrenter som hindrer fri konkurranse, selv om det ikke utgjør en ulovlig avtale i seg selv.

Vennligst se praktisk veiledning nedenfor.

#### 2.2.2 Misbruk av dominerende stilling.

Et selskap kan oppta en dominerende stilling i et marked og til og med øke sin dominerende stilling ved å kjøpe markedsandeler, særlig gjennom å vinne anbud. Dette er ikke ulovlig.

Det som er forbudt, er å misbruke denne dominerende markedsposisjonen for å hindre fri konkurranse i et gitt marked.

### 2.3 Sanksjoner

#### 2.3.1 Brudd på gjeldende konkurranselov kan føre til straffereaksjoner:

› Bøter:

I Europa kan disse bøtene utgjøre inntil 10 prosent av selskapets globale omsetning. Europeisk rett kommer i tillegg til loven som gjelder i landene konsernet har virksomhet, og brudd på nasjonal konkurranselovgivning kan føre til sanksjoner i flere land der lovgivningen er gjeldende. Sanksjonene kan omfatte et totalforbud mot å delta i offentlige kontrakter.

› Straffereaksjoner:

I noen land kan man ilegges personlige bøter eller idømmes fengselsstraff for å være innblandet i alvorlige brudd på konkurranselovgivningen.



### 2.3.2 I tillegg kan brudd på konkurranselovgivningen:

- › føre til administrativ og juridisk etterforskning som kan medføre betydelige saksomkostninger og kreve store ressurser fra selskapet for å etablere et forsvar
- › ha negativ innvirkning på selskapets omdømme
- › føre til erstatningskrav fra tredjeparter for tap som skyldes slik praksis.

Ikke nøl med å be din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå om å informere deg om aktuelle, gjeldende lover.





# Praktisk guide:

Høyriskosituasjon / krav til adferd

## OVERHOLDELSE AV REGLENE OM FRI KONKURRANSE

### 1. Forhold til konkurrenter

#### 1.1 Ulovlig samarbeid og utveksling av informasjon

Kontakt med konkurrenter er et særlig sensitivt område, da det kan påvirke den frie konkurransen i reklamemarkedet.

Ansatte i JCDecaux bør aldri, verken skriftlig eller muntlig, diskutere følgende tema med konkurrerende selskaper:

- › Prissamarbeid: Enhver form for prisavtale (som tariffer, rabatter, priskalking osv.) er forbudt, uavhengig av om prisene gjelder annonsører, byråer, prisforslag i et tilbud, eller lignende
- › Tilbudssamarbeid: Enhver form for markedsdeling er forbudt, enten det foregår innenfor rammen av et tilbud eller knyttet til andre transaksjoner (særlig er det strengt forbudt å inngå avtale konkurrenter imellom om hvorvidt et tilbud skal gis)
- › Utveksling av finansiell informasjon: Konkurrenter bør ikke utveksle annen informasjon enn den som er tilgjengelig for offentligheten. Dette omfatter informasjon om marginer, kostnaden på innkjøpte eller produserte varer og tjenester (utover det som er publisert i offisielle regnskap), og utveksling av informasjon om forretningsforhold eller markedsføring som oppfyller følgende vilkår:
  - sensitiv og nøyaktig informasjon (f.eks. om markedsføringsprosjekter og markedsføringsstrategier)
  - informasjon som ennå ikke er offentliggjort av selskapet (dvs. informasjon om kostnaden på innkjøpte varer og tjenester, beleggsgader, omsetning per nettverk eller by, eller om omfanget av rabatter).

Du bør derfor gjøre deg kjent med gjeldende lovgivning i landet du driver virksomhet. Dersom du er i tvil om atferd du har opplevd, ta kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå.

Forum, seminarer og fagforeningsmøter er steder man ofte treffer konkurrenter. Vær på vakt. Dersom en konkurrent på et møte tar opp et tema som bryter med konkurranselovgivningen, avbryt vedkommende eller forlat møtet, og sørg for at folk får med seg at du går.

#### 1.2 Misbruk av dominerende posisjon

I noen land kan det tenkes at myndighetsorganet som har jurisdiksjon over konkurranselovgivningen, anser JCDecaux for å ha en betydelig eller dominerende posisjon i sin bransje.

Det å ha en dominerende posisjon i markedet er verken forbudt eller ulovlig. Det er misbruk av en dominerende posisjon som gir grunnlag for sanksjoner.

Dersom JCDecaux anses å inneha en dominerende posisjon i et marked eller et gitt land, kan følgende atferd anses som misbruk av den posisjonen – atferd som ville vært lovlig dersom vi ikke var ansett som en dominerende aktør i markedet:

- › prisdumping, det vil si en pris som ikke er i tråd med markedsforholdene, med ønske om å utkonkurrere en konkurrent (f.eks. å undertegne en kontrakt for gatemøbler som vil gå med tap, eller å gi kunder gratis reklamekampanjer, med henblikk på å fjerne en konkurrent)
- › gi kunder spesielle rabatter, som lojalitetsrabatter, som har som formål eller konsekvens å utkonkurrere konkurrenter
- › ta inn klausuler i konsesjonsavtaler som er forbudt av nasjonale og/eller europeiske konkurransemyndigheter.

Gjør deg kjent med gjeldende lovgivning når det gjelder dominerende posisjoner i landet du driver virksomhet.

## 2. Konkurransforhold med leverandører

I relasjon med leverandører må ansatte i JCDecaux sikre at en leverandør ikke blir økonomisk avhengig av konsernet, og ansatte må avstå fra handlinger som vil kunne hindre en konkurrent i å handle fra leverandører, dersom denne kilden er avgjørende for tilgang til markedet.

Når en leverandør produserer produkter som konkurrenter har tilgang på fra andre kilder, er det tillatt å be denne leverandøren om eksklusive rettigheter, gitt at rettighetene er:

- › av begrenset varighet og innenfor et rimelig begrunnet geografisk område og
- › berettiget av en form for kompensasjon/forpliktelse overfor leverandøren.

Bidra til å skape et konkurransepreget miljø for leverandører. Dette konkurransemiljøet skal inkludere:

- › gjennomføring av periodiske gjennomganger av leverandører ved å avholde jevnlig anbuds konkurranser, som regel med inntil tre års mellomrom
- › når det er mulig, sende ut anbudsinnbydelser til minst tre leverandører på grunnlag av anbudsspesifikasjoner
- › inneha tydelige, sammenlignbare dokumenter som angir grunnen til valg av leverandør.

Forslag skal vurderes på bakgrunn av spesifikke objektive kriterier, som pris, kvalitet på produkter eller tjenester, responstid, service, aksept av JCDecaux' etiske regelverk og andre viktige kriterier.

Informer din overordnede om eventuelle personlige, økonomiske eller andre direkte eller indirekte interesser du måtte ha i forhold til en leverandør, som på bakgrunn av din posisjon i selskapet kan innvirke på konsernets relasjoner med denne leverandøren.

Sørg for at dine holdninger overfor våre leverandører når det gjelder aktuell konkurranselovgivning er akseptable. Du bør særlig sikre at du ikke skaper et avhengighetsforhold mellom leverandøren og konsernet og motsatt. Vær særlig på vakt når vår virksomhet utgjør mer enn 30 prosent av leverandørens omsetning.

Dersom du er i tvil om noen form for atferd, ta umiddelbart kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå. De vil gi deg råd og vurdere de juridiske grensene for handlingen.

### 3. OVERHOLDELSE AV REGLER FOR FINANSIELL OG REGNSKAPSMESSIG INFORMASJON

JCDecaux forplikter seg til å:

- › gi pålitelig, sannferdig finansiell og regnskapsmessig informasjon, og for dette formål etablere strenge, effektive interne overvåkingsprosesser
- › respektere alle gjeldende lover og regler som gjelder offentliggjøring og vern av fortrolig informasjon, herunder likebehandling av aksjonærer.

Innenfor det ovennevnte rammeverket:

1. Alle ansatte i konsernet som deltar i utarbeidelsen av økonomi- og regnskapsrapporter, må sikre at opplysningene i slike dokumenter alltid er korrekte og samsvarer med regnskapsprinsipper og andre gjeldende regnskapsstandarder og -regler. Det er svært viktig at konsernets økonomi- og regnskapsdokumenter ikke inneholder vesentlige feil.

2. Ledelsen i hver av konsernets enheter har ansvar for å overholde gjeldende regnskaps- og finansreglement i landet der enheten har virksomhet.

Ledelsen må også ha tilsyn med interne kontroller og etterlevelse av internkontrollhåndboken. Dette omfatter å sikre at alle økonomiske transaksjoner er regnskapsført på riktig måte.

3. I tillegg til å overholde regler definert av myndighetene som har tilsyn med finansmarkedene, må alle ansatte i JCDecaux være bevisst at de kan inneha fortrolig informasjon på bakgrunn av sin posisjon eller forholdet til andre personer i konsernet. I tillegg til gjeldende straffereaksjoner kan bruk eller formidling av slik informasjon påvirke vurderingen av konsernet på finansmarkedene, eller gi enkeltpersoner fordeler i forhold til aksjonærene.

All informasjon de ansatte får kjennskap til gjennom sitt arbeid i konsernet, og som ikke er offentlig kjent, må holdes strengt fortrolig og ikke offentliggjøres.

4. Innsidehandel - kjøp og salg av JCDecaux SA-aksjer av en person som har opplysninger som ennå ikke er offentliggjort, og som kan påvirke aksjekursen, eller å formidle disse opplysningene til tredjeparter så de kan utføre slike handlinger - er ikke tillatt.

Bruk av innsideinformasjon kan føre til straffereaksjoner.



# Praktisk guide:

Høyrisikosituasjon / krav til adferd

## OVERHOLDELSE AV REGLER FOR FINANSIELL OG REGNSKAPSMESSIG INFORMASJON

### 1. Utarbeidelse av informasjon

Dersom du deltar i å frembringe konsernets finansielle og regnskapsmessige informasjon, bør du verifisere at opplysningene i disse dokumentene alltid er nøyaktige og presentert på en helhetlig og uttømmende måte. Dersom du oppdager feil og ikke klarer å korrigere disse, kontakt ledelsen slik at de aktuelle regnskapstallene kan korrigeres.

### 2. Fortrolig informasjon

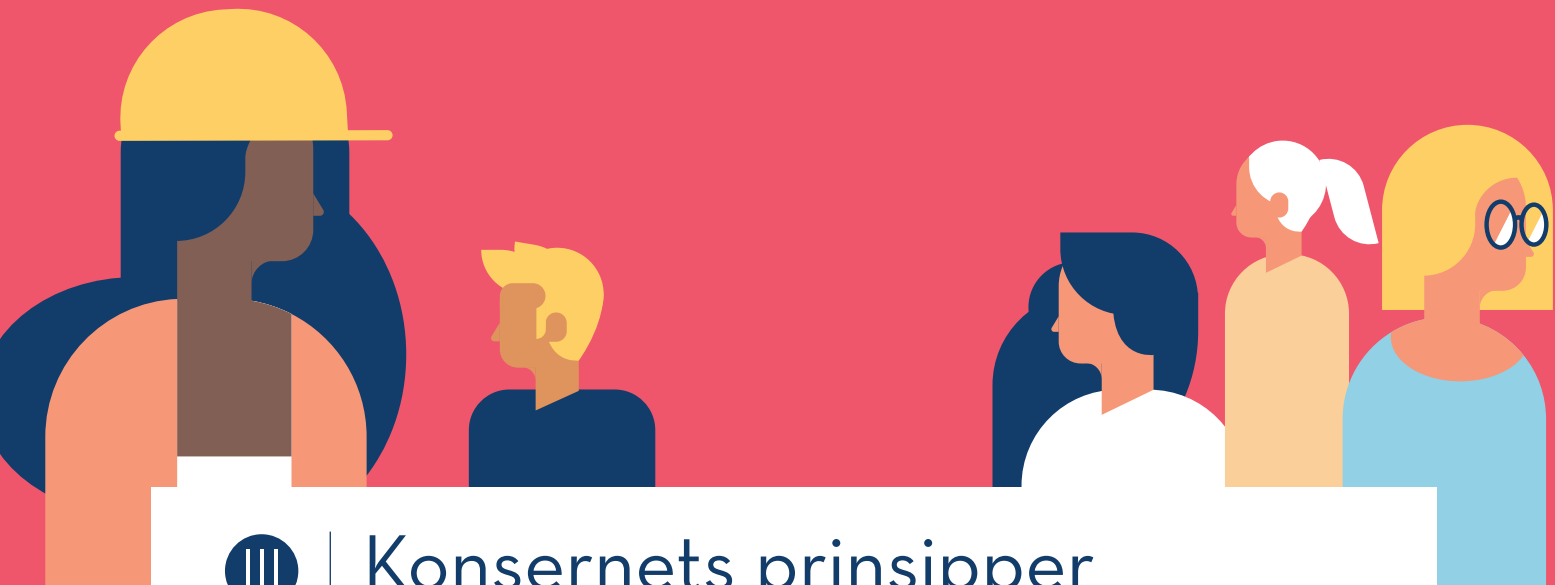
Dersom du i utøvelsen av din stilling skal innhente informasjon om forhold i konsernet eller noen av selskapene i JCDecaux, når det gjelder rettstvister, kontrakter som er signert eller som er under forhandling, anskaffelsesprosjekter eller overføring av virksomhet, fellesforetaksprosjekter, hindringer og generelt opplysninger som kan påvirke den nåværende eller fremtidige verdivurderingen av aksjene i JCDecaux på aksjemarkedet, og dersom slike opplysninger ikke er offentliggjort av konsernet, er det viktig at

- > du avstår fra å formidle disse opplysningene til tredjeparter,
- > du avstår fra å ha direkte eller indirekte kontakt med et mellomledd i en transaksjon som omfatter aksjer i JCDecaux SA, herunder utøvelsen av opsjoner, inntil opplysningene offentliggjøres, og at
- > du bare formidler fortrolig informasjon til personer som trenger slike opplysninger. Vær forsiktig med e-postkjeder og samtaler i det offentlige rom som på tog, fly, restauranter og lignende.

I Frankrike straffes bruk eller formidling av sensitiv finansiell informasjon med inntil to års fengsel og bøter på inntil ti ganger den illegale fortjenesten. I andre jurisdiksjoner kan slike handlinger også føre til sanksjoner i henhold til lokale lover og forskrifter.

Fortrolig informasjon kan bare offentliggjøres av styret i JCDecaux SA, eller under styrets direkte kontroll.

Dersom du er i tvil om noen form for adferd, ta umiddelbart kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå. De vil gi deg råd og vurdere de juridiske grensene for handlingen.



## Konsernets prinsipper for etisk atferd

Prinsippene for etisk atferd i JCDecaux må innføres av den lokale ledelsen i hvert enkelt datterselskap og selskap som konsernet kontrollerer, i henhold til gjeldende nasjonalt regelverk. Brudd på disse prinsippene skal imidlertid ikke håndteres av konsernets etikkutvalg, men av den lokale/regionale ledelsen.

### 1. FORRETNINGSRELASJONER MED MYNDIGHETER

#### 1.1 Overholdelse av regelverk

Gjør deg kjent med alle lover, forskrifter og praksis i det aktuelle landet, staten og/eller territoriet som gjelder for transaksjonen du skal gjennomføre med myndighetene. Det er obligatorisk å overholde slike lover, forskrifter og praksis.

Relasjoner med myndigheter er strengt regulert, enten det gjelder anbudsprosesser, kontraktsforhandlinger, kontraktsutførelse eller fakturering av utførte tjenester.

#### 1.2 Etterlevelse av rettferdighetsprinsippet

Å bli tildelt nye kontrakter og avtaler med lokale myndigheter er et vesentlig mål for utviklingen av JCDecaux. Målet skal nås ved hjelp av tiltak som ikke anses som urettferdige i de landene/statene/territoriene vi opererer i. Særlig er interessekonflikter mellom selskap, ansatte eller leverandører med hensyn til en kontrakt og de lokale myndighetene strengt forbudt.

Rettferdig konkurranse er grunnlaget for en vellykket gjennomføring av enhver kontrakt, herunder offentlige kontrakter.

Enhver atferd som kan medføre brudd på særskilte regler angående offentlige kontrakter, er derfor forbudt i landet/staten/territoriet du opererer i.



# Praktisk guide:

Høyriskosituasjon / krav til adferd

## FORRETNINGSRELASJONER MED MYNDIGHETER

Ansatte i JCDecaux vil gjennom sitt daglige arbeid etablere forretningsrelasjoner med lokale myndigheter vedrørende både offentlig og privat eiendom.

Reglene for relasjoner til lokale myndigheter er ofte svært omfattende og krever særlig oppmerksomhet og utøvelse av profesjonalitet til enhver tid.

### 1. Overholdelse av regelverk

Be om og les nøye dokumentasjon fra lokale myndigheter angående lover og rutiner som må overholdes (konsultasjonsregler, anbudsspesifikasjoner osv.) som et ledd i all forretningsvirksomhet.

Hvis du har problemer med å innhente slik dokumentasjon, bør du kontakte det aktuelle juridiske teamet i selskapet ditt og/eller din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå.

I vårt forhold til lokale myndigheter, husk at ikke bare reklamekontrakter/konsesjoner, men også det offentlige organets kjøp av reklameplass kan være underlagt særskilte regler.

Om nødvendig, kontakt det juridiske teamet for å få en forklaring på punkter du ikke forstår i dokumentasjonen. Du bør også være nøye med å følge følgende regler i ditt forhold til lokale myndigheter:

- › Sikre at all informasjon som sendes til myndighetene, er fullstendig, riktig og nøyaktig.
- › Ikke godta avvik fra kontraktsvilkårene med mindre det foreligger skriftlig godkjenning fra vedkommende myndighet.

### 2. Etterlevelse av rettferdighetsprinsippet

JCDecaux' policy er å vinne anbudskonkurranser konsernet deltar i, og bli tildelt kontrakter, basert på kvaliteten på konsernets produkter og tjenester. Kvalitet er den eneste faktoren som har betydning for vår suksess.

Som en del av kontraktsforholdet med et myndighetsorgan bør du gjøre alt du kan for å få rede på eventuelle interessekonflikter mellom en ansatt i det aktuelle organet og en partner, leverandør, agent, distributør eller konsulent i JCDecaux, for å sikre at en eventuell konflikt eller interessekonflikt håndteres i henhold til lokal lovgivning.

Du må likeledes ikke utvise noen atferd som kan skape en konflikt der JCDecaux ikke vil kunne opptre på en måte som vil tjene konsernets økonomisk interesser best mulig.

Ansettelse av personer som er beslektet med en offentlig tjenestemann i et myndighetsorgan som kan påvirke våre kontrakter, skal begrenses til følgende situasjoner:

- › Ansettelsen oppfyller et reelt, berettiget behov i selskapet.
- › Den som ansettes, har de kvalifikasjonene/den erfaringen som trengs for å utføre jobben.
- › Godtgjørelsen som tilbys, tilsvarer det som gis til personer med lignende kvalifikasjoner i selskapet.

Ta dine forholdsregler og husk at det er vanskelig å føre bevis i etterkant. Sørg derfor for å ta vare på papirene til personen det gjelder, som berettiger at kriteriene var oppfylt på ansettelsestidspunktet.

Informér din overordnede om eventuelle sensitive spørsmål når det gjelder offentlige kontrakter og/eller ditt forhold til myndighetene.

| Dersom du er i tvil om noen form for atferd, ta umiddelbart kontakt med din juridiske avdeling på lokalt, regionalt eller konsernnivå. De vil gi deg råd og vurdere de juridiske grensene for handlingen.



## 2. FORRETNINGSRELASJONER MED KUNDER

JCDecaux' kunder er hovedsakelig annonsører, reklamebyråer, mediespesialister og sentrale innkjøpsorganisasjoner som vi tilbyr våre reklameplasser til.

I henhold til bestemmelsene i våre etiske retningslinjer kan våre ansatte bare bruke lovlige midler i sin omgang med kunder, uavhengig av de økonomiske verdiene som står på spill, og markedsposisjonen til våre konkurrenter. Formålet med disse reglene er å sikre varige forhold med eksisterende kunder, sikre nye kunder og ivareta konsernets omdømme som en markedsaktør som står for høy kvalitet og integritet.

### 2.1 Overholdelse av regelverk

Uansett om en forretningstransaksjon med en kunde er nasjonal eller internasjonal, må du kjenne til og være nøye med å følge alle lover og forskrifter som gjelder i den aktuelle jurisdiksjonen.

### 2.2 Etterlevelse av integritetsprinsippene

Enhver atferd som kan skade konsernets omdømme hos kundene, er forbudt. Ansatte i konsernet må i særdeleshet verken direkte eller indirekte tilby kunderepresentanter fordeler som vil kunne påvirke representantens avgjørelse når det gjelder JCDecaux, gjennom å skape en forpliktende relasjon.

### 2.3 Rutine for å overvåke reklamekampanjer

I reklamekampanjer på våre nettverk – enten analoge eller digitale – må JCDecaux overholde gjeldende lover og forskrifter, foruten prinsippene i dette etiske regelverket og unngå overtramp mot standarder for moral og sømmelighet. I denne sammenhengen må spesielt reklamebudskap med spesifikke temaer (spesielt: alkohol, tobakk, nakenhet/undertøy, vold, indirekte pornografi, produkters miljøegenskaper, teater/tv, videospill, produkter som kan tenkes påvirke følsomheten til et ungt publikum, ...) vurderes med særlig oppmerksomhet.

Det er nødvendig med prosedyrer for å føre tilsyn med innholdet i de budskap som vises på våre reklameinstallasjoner, spesielt der temaene nevnt i avsnittet over benyttes. I hvert land konsernet har virksomhet, skal det derfor opprettes et internt, spesifikt organ eller annen overvåkingsinnretning som garanterer uavhengighet i avgjørelser som gjelder kriteriene nevnt over.

Dette organet skal ha fullmakt til å fatte en endelig og uavhengig avgjørelse vedrørende gjennomføringen av slike reklamekampanjer.

### 2.4 Bartere/byttehandel

Salg av reklameplass i bytte mot tjenester (som reiser) eller artikler (f.eks. IT-utstyr) skal kun forekomme unntaksvis og bare gjennomføres i henhold til strenge vilkår for åpenhet (som berettiger praksis og prising og overholder regnskaps- og skatteregler for fakturering, herunder regnskapsføring av tilhørende utgifter og inntekter).

### 2.5 Midlers opprinnelse

Hvitvasking, som består i å skjule eller om dirigere midler fra ulovlig virksomhet gjennom tilsynelatende lovlige kilder, er et lovbrudd som medfører straffereaksjoner.

For å beskytte seg mot denne risikoen samarbeider konsernet utelukkende med bedrifter med et etablert omdømme. Dersom konsernet velger å inngå samarbeid med en ny samarbeidspartner, må nødvendige tiltak iverksettes for å verifisere dennes omdømme.



# Praktisk guide:

Høyriskosituasjon / krav til adferd

## FORRETNINGSRELASJONER MED KUNDER

### 1. Overholdelse av regelverk

Ta kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå for å finne ut hvilke lover og forskrifter som gjelder den konkrete kommersielle virksomheten (f.eks. lovgivning som gjelder reklame, salg, faktureringsregler osv.). Reglene for mellomledd kan variere betraktelig fra land til land.

I Frankrike er det for eksempel bare annonsøren selv, og ikke mediaeier selv, som kan godtgjøre tjenester utført av et reklamebyrå eller et annet mellomledd (f.eks. sentrale innkjøpsorganisasjoner).

Formålet med dette kravet er å hindre skjulte godtgjørelser fra media til reklamebyråer. Brudd på dette kravet kan medføre bøter på inntil 1 500 000 euro, samt utestengelse fra å delta i anbudskonkurranser for offentlige kontrakter (i henhold til lov av 29. januar 1993 – «Sapin-loven»).

Det må iverksettes tiltak for å sikre at personer som representerer konsernet i omgang med kunder (f.eks. salgsrepresentanter, underleverandører, meglere osv.), er bevisst på gjeldende lover og forskrifter når det gjelder operasjoner de utfører på konsernets vegne.

Du må forsikre deg om at du bare forplikter deg på vegne av ditt selskap og aldri på vegne av andre selskaper i konsernet. På samme måte må du sikre at du har den nødvendige fullmakt og lokal myndighet til å ta del i transaksjoner (f.eks. fullmakt, offisiell representasjon).

Ta vare på et originaleksemplar av hver inngåtte kontrakt, samt tilhørende dokumentasjon.

### 2. Etterlevelse av integritetsprinsippene

I alle relasjoner med tredjeparter der vi representerer konsernet eller opptre på dets vegne, må vi sikre at vi følger interne rutiner som kan komme til anvendelse for slike relasjoner, ettersom slike prosedyrer kan variere over tid, herunder prosedyren for utnevning og ledelse av eksterne rådgivere.

Påse at selskapet oppfyller sine forpliktelser.

Tilby aldri skjulte godtgjørelser til en oppdragsgivers representant med henblikk på å påvirke representantens atferd. Privat korrupsjon er straffbart.

Det er også viktig at kunder ikke tilbys gaver og dekning av representasjonsutgifter for å påvirke kunden til å ta en beslutning vedkommende ikke ville ha tatt uten denne gaven eller representasjonen. Det er forbudt å tilby eller gi gaver som er ment å påvirke. Alle ansatte må ta opp med sin leder spørsmål eller bekymringer som gjelder hvorvidt en gave er passende eller ei.

Det må føres nøyaktig regnskap over gaver (unntatt gaver av lav verdi) og representasjon. Skriftlige begrunnelser må leveres til og oppbevares av den aktuelle økonomiavdelingen. Eventuell underlagsdokumentasjon for autorisasjonen må oppbevares av lederen som ga den ansatte tillatelse til å tilby gaven eller representasjonen.

### Gaver

Verdien på gaver som tilbys kunder, bør være minimal og ikke overstige 130 euro (etthundreogtretti euro). Gaver som overstiger dette beløpet, må godkjennes av nærmeste leder og bør sendes til den ansattes kontoradresse i stedet for hjemmeadressen.

### Representasjon

Utgifter til representasjon, som turer og arrangement gjennomført som en del av konsernets kommersielle aktiviteter, skal være forbeholdt møter som enten:

- › er av grunnleggende forretningsmessig karakter (presentasjon av produkter, markeder osv.), eller
- › er av subsidiær forretningsmessig karakter, som promoterings- eller insentivturer, men bare dersom invitasjonen er felles og ikke personlig (dvs. en invitasjon til en kategori eller gruppe oppdragsgivere der invitasjonen kan gi grunnlag for å etablere forretningsrelasjoner, kontra en invitasjon som tilbys til en enkeltperson eller en liten gruppe personer der dette ikke vil være tilfelle).

Invitasjoner til slike representasjonsaktiviteter må sendes til kundens kontoradresse i stedet for hjemmeadressen.

I visse land er forretningsgaver og representasjonsutgifter akseptert forretningspraksis. I andre land er forretningsgaver ikke akseptert forretningspraksis. Du må derfor forsikre deg om at lokal lovgivning tillater forretningsgaver.

## 3. Midlers opprinnelse

All gjeldende lovgivning knyttet til hvitvasking av penger må overholdes, samt eventuell lovgivning som krever at kontanttransaksjoner eller andre mistenkelige transaksjoner oppgis. Vær oppmerksom på hvordan utbetalinger gjøres, med tanke på å avdekke uregelmessigheter, særlig i forhold til samarbeidspartnere som har en forretningspraksis som kan vekke mistanke.

Vær oppmerksom på tegn som kan avdekke hvitvaskingsaktiviteter (f.eks. uvanlige overføringer av midler fra utlandet uten tilknytning til den aktuelle transaksjonen, transaksjoner som kan omfatte steder kjent som skatteparadiser, uvanlige betalingsmåter eller -ruter).

Dersom du er i tvil om noen form for atferd, midlers opprinnelse eller hvorvidt en betalingsform er akseptabel, ta umiddelbart kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå, som vil gi deg råd og vurdere de juridiske grensene for handlingen.

### 3. FORRETNINGSRELASJONER MED LEVERANDØRER

Etterlevelse av konsernets prinsipper for etisk atferd er vesentlig for å etablere effektive og varige forretningsrelasjoner til konsernets leverandører. Slike relasjoner er nødvendige for å sikre optimal kvalitet og gode økonomiske betingelser for konsernets produkter og tjenester.

Konsernets prinsipper for etisk atferd må også gjelde forholdet til grunneiere og eiere av bygg der konsernets reklameutstyr er montert.

#### 3.1 Overholdelse av regelverk

Overhold lokale lover og forskrifter vedrørende forholdet til leverandører i landet du opererer i, slik som loven av 9. desember 2016 i Frankrike (loven «Sapin II»). Overhold også vilkår i kontrakter som inngås med leverandører.

Når det gjelder forhold til utleiere eller eiere av bygg, har de fleste land regelverk på nasjonalt og/eller lokalt plan som gjelder reklameinstallasjoner på privat eiendom. Konsernets ansatte må derfor gjøre seg kjent med det lokale regelverket i hver enkelt kommune slik at de kjenner til praksis, forskrifter og rutiner som styrer utendørsreklame på det aktuelle stedet.

#### 3.2 Etterlevelse av integritetsprinsippet

I vår omgang med leverandører er all atferd som kan skade konsernets omdømme, forbudt. Det er i særdeleshet forbudt å ta imot eller be om skjulte godtgjørelser, gaver, invitasjoner osv. direkte eller indirekte via mellomledd. Slike tilbud kan være egnet til å påvirke din vurderingsevne eller ditt skjønn.

Husk at også privat korrupsjon, både passiv og aktiv, er straffbart.

#### 3.3 Leverandørers overholdelse av konsernets etiske regelverk

Konsernets leverandører må forplikte seg til å etterleve integritetsprinsipper. For å fremme dette formålet må konsernets kontrakter med større leverandører inneholde bestemmelser som:

- I. sikrer overholdelse av konsernets etiske regelverk, og
- II. bekrefter at ethvert brudd på disse reglene vil føre til oppsigelse av kontrakten.



# Praktisk guide:

Høyriskosituasjon / krav til adferd

## FORRETNINGSRELASJONER MED LEVERANDØRER

### 1. Overholdelse av regelverk

Les grundig gjennom de generelle salgsbetingelsene i kontrakter med leverandører, og forhør deg med din lokale eller regionale juridiske avdeling eller dine lokale rådgivere om hvorvidt visse punkter må endres. Etter at kontraktsforhandlinger er fullført, skal kontraktsforpliktelsene overholdes, og det må også sikres at leverandøren overholder kontraktsforpliktelsene.

Bare inngå forpliktelser på vegne av ditt eget selskap, ikke på vegne av noen av de andre selskapene i konsernet. Sørg for at du har nødvendige godkjenninger og fullmakter til å inngå slike kontrakter (f.eks. fullmakt, mandat osv.).

Behold en original av kontrakten og eventuelle tilhørende dokumenter.

Når det gjelder relasjoner med utleiere av reklameplass, herunder privatpersoner, selskaper og myndighetsorganer, må punktene under etterleves for å sikre kontinuitet i konsernets reklameplasseringer:

- › Ha kjennskap til lokale regler og rutiner i hver kommune selskapet skal montere reklamemøbler i.
- › Forsikre deg om at utleier er juridisk eier av rettighetene som gis.
- › Overhold lokalt/statlig/nasjonalt regelverk som får anvendelse for leiekontrakter når det gjelder reklameplasser på privat eiendom.
- › Innhent alle nødvendige godkjenninger fra relevant myndighet.

### 2. Etterlevelse av integritetsprinsippet

Ikke ta imot eller be om noen form for godtgjørelse fra en leverandør, herunder, men ikke begrenset til, indirekte, direkte eller skjulte godtgjørelser. Dette spørsmålet (dvs. gaver og invitasjoner) omtales nedenfor.

Sørg for at konsernet oppfyller sine forpliktelser og overholder avtalefestede frister.

### 3. Leverandørers overholdelse av konsernets etiske regelverk

#### Gaver og invitasjoner

Det er ikke tillatt å motta gaver verdt mer enn 70 (sytti) euro eller et lavere beløp som er tillatt lokalt. Enhver gave eller invitasjon som overstiger denne verdien, må avslås og sendes tilbake til giveren. Informer din nærmeste overordnede dersom et slikt avslag kan føre til en ubehagelig forretningssituasjon. Din overordnede vil da avgjøre om gaven/invitasjonen skal avslås, deles med avdelingen eller om et tilsvarende beløp skal betales til en organisasjon JCDecaux støtter.

Gaver må videre tas imot på arbeidsplassen, aldri på din hjemmeadresse.

Ta aldri imot kontanter eller gaver som lett kan omgjøres til kontanter.

### Tiltak som skal iverksettes

Det må gjøres undersøkelser om leverandørens omdømme og tidligere drift, særlig i land der man ofte ser praksis som ikke stemmer overens med konsernets etiske regelverk (i særdeleshet med hensyn til korrupsjon og barnearbeid).

Etiske retningslinjer for leverandører (Suppliers Code of Conduct) må vedlegges kontrakter med store leverandører.

Orienter din overordnede om potensielle personlige interessekonflikter som kan oppstå i forhold til en bestemt leverandør.

| Dersom du er i tvil om noen form for atferd, ta umiddelbart kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå. De vil gi deg råd og vurdere de juridiske grensene for handlingen.

## 4. RETTIGHETER OG PLIKTER FOR ANSATTE I JCDECAUX

### 4.1 Grunnleggende sosiale verdier

JCDecaux skal sikre at ansatte i konsernet nyter godt av et sikkert, sunt og produktivt arbeidsmiljø uten noen form for diskriminering. Forpliktelsen er definert i konsernets Internasjonale erklæring om grunnleggende sosiale verdier («International Charter of Fundamental Social Values»). Dokumentet er tilgjengelig på intranett eller hos HR.

### 4.2 Ansattes forpliktelser

#### 4.2.1 Integritet og lojalitet

Hver enkelt ansatt bidrar til JCDecaux' integritet og omdømme, og alle ansatte må derfor etterleve disse verdiene i sin profesjonelle omgang med personer i og utenfor organisasjonen. Særlig har konsernet en rekke ulike aktiva som er vesentlige for dets konkurransedyktighet og forretningsmessige suksess. Alle ansatte har ansvar for å beskytte de av selskapets verdier de er betrodd.

#### 4.2.2 Konfidensialitet

All informasjon, som finansielle og/eller tekniske data eller opplysninger som gjelder produkter, kontrakter eller kunnskap, tilhører konsernet. Mye av denne informasjonen er fortrolig og kan ikke offentliggjøres uten forhåndsgodkjenning fra konsernledelsen. Ansatte i JCDecaux har ansvar for å hemmeligholde informasjon de har tilgang til.

#### 4.2.3 Respekt for tredjeparters immaterielle rettigheter

Sørg for at du innenfor rammen av ditt arbeid aldri krenker opphavsretter, varemerker, patenter, design eller modeller tilhørende tredjeparter.

Det er forbudt å bruke eller ta kopier av tredjeparters programvare uten nødvendig lisens.

#### 4.2.4 Bruk av informasjonssystemer

Hver bruker må ta vare på det utstyret vedkommende har til sin disposisjon (f.eks. datamaskiner, smarttelefoner, skrivere). Alle ansatte må gjøre alt de kan for å unngå skade på utstyret, at det blir stjålet eller brukt av uvedkommende på en ikke-autorisert måte. Alle må beskytte informasjonen som mottas og lagres på dette utstyret, og avstå fra å endre konfigurasjonen til systemene av årsaker som ikke er faglig begrunnet, og fra å installere programvare som ikke hører hjemme der.

#### 4.2.5 Beskytte informasjonsverdier

Begrepet informasjonsverdier omfatter alle elektroniske data, databaser – strukturerte eller ikke-strukturerte – som er nødvendig for å drive konsernets tjenester. Dette omfatter databaser på våre nettsted, kunde- og leverandørdatabaser, e-postutveksling osv.

Alle ansatte må under enhver omstendighet hemmeligholde dataene og databasene de drifter eller bruker i utøvelsen av sin funksjon. De må særlig hemmeligholde brukerkontoer, koder og passord eller ethvert annet system for tilgangskontroll og må være oppmerksom på data som utveksles via e-post eller sosiale nettverk.



# Praktisk guide:

Høyriskosituasjon / krav til adferd

## RETTIGHETER OG PLIKTER FOR ANSATTE I KONSERNET

### 1. Helse og sikkerhet

Gjør alt som er nødvendig for å sikre helse og sikkerhet for ansatte, også for midlertidig ansatte du har ansvar for, herunder å forebygge yrkesrisiko, gi informasjon og opplæring og få på plass en passende organisasjon og ordninger for dette.

### 2. Integritet og lojalitet

Sørg for at retningslinjene fastsatt av konsernet følges ved bruk av JCDecaux' eiendom, herunder installasjoner, systemer, utstyr, betalingskort, datautstyr (f.eks. internett, interne meldingssystemer eller lignende) og annet materiell.

Sørg for at personlige aktiviteter i forbindelse med promotering, sponing av eller støtte til sosiale eller veldedige, organisasjoner, herunder politiske eller religiøse, ikke på noen måte kan tilskrives eller knyttes til JCDecaux. Det er heller ikke tillatt å bruke sin status eller posisjon i konsernet til å direkte eller indirekte oppnå personlige fordeler eller pengefordeler.

Sørg for at alle utgifter i forbindelse med promotering eller sponing av eller støtte til en frivillig organisasjon godkjent av JCDecaux er berettiget og står i forhold til det konsernet får igjen.

### 3. Hemmelighold av informasjon

I ditt daglige arbeid bør du alltid huske at overføring av informasjon (f.eks. kunnskap, produksjonsprosesser eller immaterielle rettigheter som JCDecaux har opparbeidet seg gjennom sin forretningsvirksomhet osv.) til tredjeparter må begrenses til det som er strengt nødvendig. I særdeleshet må sensitiv eller fortrolig informasjon om JCDecaux som må deles i forbindelse med tredjepartsforhold, bare utgis med basis i en fortrolighetsavtale (NDA) godkjent av juridisk avdeling, som definerer vilkårene for beskyttelse av slik informasjon. Informasjon eller data kan bare utgis hvis du har oppført, identifisert eller merket den med «fortrolig».

Fortrolig informasjon mottatt fra tredjeparter kan bare distribueres internt til personer som faktisk trenger denne informasjonen, eller til konsulenter valgt av konsernledelsen, og disse personene eller tredjepartene må informeres om taushetsplikten.

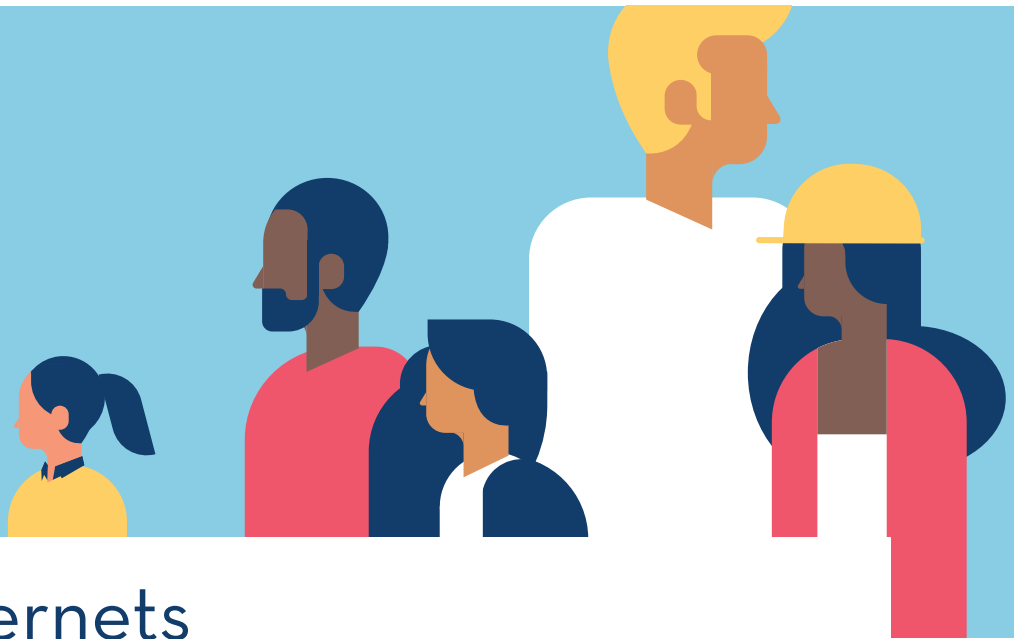
### 4. Krenkelse av tredjeparts immaterielle rettigheter

Gjør deg kjent med gjeldende lovgivning mht. beskyttelse av varemerker, patenter, tegninger, modeller og opphavsretter i landet du har virksomhet i. I de fleste land vil krenkelse av en tredjeparts immaterielle rettigheter føre til sivilrettslig og strafferettslig ansvar for den krenkende part.

Avstå fra ulisensiert bruk av programvare eller digitale utgivelser, herunder, men ikke begrenset til å reproducere en tredjeparts design, logo eller andre visuelle uttrykk eller lyduttrykk uten formell tillatelse.

| Dersom du er i tvil om noen form for atferd, ta umiddelbart kontakt med din juridiske avdeling lokalt, regionalt eller på konsernnivå. De vil gi deg råd og vurdere de juridiske grensene for handlingen.





## IV | Konsernets etikuttvalg

Konsernets etikuttvalg har ansvar for å ta seg av påståtte brudd på de grunnleggende etiske reglene, som:

- › forbud mot korrupsjon og utilbørlig påvirkning
- › overholdelse av reglene om fri konkurranse, og
- › overholdelse av finans- og regnskapsreglement.

### 1. Melde en sak inn for konsernets etikuttvalg

Melding om brudd på det etiske regelverket til konsernets etikuttvalg gjelder situasjoner der en ansatt kjenner til et brudd på de grunnleggende etiske reglene og har grunn til å tro at å rapportere bruddet til sin overordnede eller ledelsen nasjonalt kan medføre problemer eller ikke bli fulgt opp av hensiktsmessige tiltak.

Rapportering til etikuttvalget:

- › setter konsernet i stand til å bedre sine prosedyrer for samfunnsansvar og etikk, og
- › beskytter konsernets interesser på lang sikt.

Varslingsrutine er tilgjengelig på konsernets intranett. Denne gjør det mulig for ansatte i samtlige JCDecaux-selskap å varsle direkte til etikuttvalgets sekretariat.

Informasjonen som gis innenfor rammen av det etiske varselet, må være objektiv og nøyaktig nok til at anklagene kan verifiseres. Konsernets etikuttvalg vil kanskje ikke undersøke håpløse anklager og/eller anklager som inneholder vage uttalelser som ikke gir nøyaktig nok informasjon.

Alle ansatte har fri og konfidensiell tilgang til varslingsprosedyren, som består av:

- › et elektronisk skjema, tilgjengelig fra konsernets intranett
- › telefonnummer +33 1 30 79 79 11 (til Frankrike).

Sekretariatet for konsernets etikkutvalg ligger under juridisk direktør og juridisk visedirektør. De kan også nås på telefon: 33 1 30 79 79 11 (Frankrike), eller på e-post: [comite.ethique@jcdecaux.com](mailto:comite.ethique@jcdecaux.com).

Den som rapporterer, må som hovedregel oppgi sin identitet.

Opplysningene vil bli behandlet fortrolig, og du er sikret anonymitet.

Dersom den som rapporterer ikke ønsker å oppgi sin identitet, skal vedkommende begrunne dette i sin rapport til utvalget. I så tilfelle vil etikkutvalget ta en beslutning, etter å ha vurdert anklagenes alvorlighetsgrad og om informasjonen er nøyaktig nok, om de skal undersøke de rapporterte opplysningene.

## 2. Vern av varslere

JCDecaux mener at det å håndtere etiske spørsmål på en rask og effektiv måte er en vesentlig del av konsernets etiske rammeverk. Av den grunn, og i henhold til fransk lov (av 13. november 2007) og lovene i visse jurisdiksjoner der vi har virksomhet, vil konsernet ikke benytte eller tolerere noen form for trusler, sanksjoner, statusendring, trakassering eller gjengjeldelse mot ansatte som i god tro rapporterer en sak i henhold til denne prosedyren, selv om opplysningene ikke verifiseres eller etterforskes.

Det er valgfritt å bruke den ovennevnte prosedyren for å rapportere til konsernets etikkutvalg. Ansatte som har kjennskap til faktiske situasjoner som kunne komme innenfor utvalgets myndighet, men som unnlater å varsle, skal ikke utsettes for disiplinære reaksjoner.

På den annen side kan ansatte som misbraker prosedyren, risikere disiplinære reaksjoner og straffeforfølgning.

## 3. Vern av personopplysninger

Det er JCDecaux SA som har implementert varslingsrutinen og er behandlingsansvarlig. I henhold til kravene om personvern som gjelder i de fleste jurisdiksjoner der JCDecaux opptrer, inkludert innenfor EU, kan enhver person som identifiseres i forbindelse med en varslings sak, enten fordi de stod bak et varsel eller gjennom en rapportering er koplet til et brudd på det etiske regelverket, kontakte sekretariatet for konsernets etikkutvalg via e-post [comite.ethique@jcdecaux.com](mailto:comite.ethique@jcdecaux.com), vedlagt kopi av identitetsdokument, for å få tilgang til sine personopplysninger. Samme rutine følges ved forespørsel om at nevnte opplysninger rettes opp eller slettes dersom de er uriktige, ufullstendige, tvetydige eller foreldet.

Denne varslingsprosedyren er oversendt den franske myndigheten med ansvar for personvern, CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés).

## 4. Rollen til konsernets etikkutvalg

Konsernets etikkutvalg:

- › håndterer ethvert spørsmål knyttet til JCDecaux' grunnleggende etiske regler og kommer med de anbefalinger til styret det anser som nødvendig,
- › undersøker strengt fortrolig enhver anklage om en situasjon som strider mot de interne, grunnleggende etiske reglene som rapporteres av en ansatt i god tro, kommer med de anbefalinger det anser som nødvendig, og utarbeider et eventuelt svar, og
- › foreslår endringer i retningslinjene.

## 5. Medlemmer av konsernets etikkutvalg, og valg av disse

Konsernets etikkutvalg består av følgende tre medlemmer: lederen av revisjonsutvalget til JCDecaux SAs representantskap («Supervisory Board»), lederen av kompensasjonskomiteen og valgkomiteen til JCDecaux SAs representantskap, og direktør for internrevisjon i JCDecaux SA. De sitter i utvalget så lenge de innehar de gjeldende stillingene i JCDecaux SA.

Etikkutvalget ledes av lederen for revisjonsutvalget.

## 6. Arbeidet i konsernets etikkutvalg

Konsernets etikkutvalg møtes minst én gang i året. Utvalget vil også umiddelbart møtes når lederen kaller medlemmene inn på grunn av en rapportert hendelse som strider mot de grunnleggende etiske reglene, og ellers når lederen anser det nødvendig. Møtene kan ved behov avholdes som telefon- eller videokonferanse.

Konsernets etikkutvalg har omfattende myndighet til å ta del i undersøkelser for å få rede på fakta knyttet til anklager om en hendelse som strider mot de grunnleggende etiske reglene. Særlig kan utvalget be om at det gjennomføres en intern revisjon, det kan foreta reiser, innhente forklaring dersom det anses hensiktsmessig, også fra personer som ikke er ansatt i JCDecaux, og det kan anbefale avhjelpende tiltak.

Medlemmene i konsernets etikkutvalg kan ikke representeres av noen andre.

Etikkutvalget tar sine avgjørelser på bakgrunn av simpelt flertall. Medlemmene anses å være til stede dersom de deltar på telefon- eller videokonferanse. Ved stemmelikhet gjør lederens stemme utslaget.

## 7. Rapportering til styret

Konsernets etikkutvalg kan når som helst kontakte konsernstyret, særlig for å inngi sin anbefaling for å rette opp en situasjon som strider mot de grunnleggende etiske reglene. Etikkutvalget vil uansett avgi en årlig rapport til styret dersom det har mottatt noen varsler i løpet av regnskapsåret.



