

# La Carta Ética

Edición 2018

JCDecaux



# Carta del Directorio

## **Señora, Señor, Estimados Colaboradores,**

El grupo JCDecaux opera y debe hacerlo de forma responsable y duradera, en todos los mercados en los cuales se encuentra presente. Este compromiso es válido respecto a sus colaboradores, sus clientes y proveedores, las colectividades locales y territoriales, así como respecto a la competencia. De ello depende nuestra reputación y la confianza de nuestros socios (incluyendo nuestros inversionistas, nuestros clientes y nuestros proveedores).

La presente Carta, cuya primera versión data de 2001, fue actualizada en 2005, 2009 y 2014.

### **La edición 2018:**

- reafirma el compromiso del Directorio y del Grupo a oponerse a cualquier forma de corrupción y tráfico de influencias.
- toma en cuenta la evolución de las legislaciones nacionales y, en particular la entrada en vigor de la ley francesa de aplicación mundial del 09 de diciembre del 2016 sobre la transparencia, la lucha contra la corrupción y la modernización de la vida económica (conocida como ley “Sapin II”)
- hace más operacionales los principios enunciados en esta Carta.

La presente Carta Ética se encuentra complementada por un Procedimiento de contratación y gestión de consultores, que el Grupo puede utilizar, en particular en la prospección de nuevos mercados o países.

La misma será aplicada, a nivel del Grupo, en conjunto con formaciones de carácter obligatorio sobre las Reglas Éticas Fundamentales, en particular la lucha contra la corrupción y el tráfico de influencias, que constituyen un compromiso esencial del Directorio, contra el cual no se tolerará ningún tipo de violación.

Sabemos que ustedes comparten y respetan los principios de calidad y de integridad que son el centro de los valores fundamentales de nuestra empresa. El Directorio confirma que estos valores son y continuarán siendo los valores esenciales del Grupo y cuenta con ustedes para mantener la reputación de nuestro Grupo.

Con este objetivo, les pedimos que lean atentamente la edición 2018 de la Carta Ética y la apliquen.

Juntos, continuaremos progresando con éxito conservando una actitud ciudadana en todos los países donde estamos o donde estaremos presentes.

## El Directorio

**Jean-François Decaux**

**Jean-Charles Decaux**

**Jean-Sébastien Decaux**

**Emmanuel Bastide**

**David Bourg**

**Daniel Hofer**





# | Preámbulo

**En el seno de un medio internacional complejo, tanto en los planos jurídico, operativo, comercial y social, el Grupo JCDecaux se compromete a respetar y pide que cada colaborador respete una ética profesional cuyos principios se enuncian tanto en la Carta Ética, como en la Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales del Grupo.**

Los principios descritos en estas Cartas no se limitan a recordar la necesidad de respetar la ley, que es diferente en cada uno de los países donde el Grupo se encuentra presente, los mismos tienen como objetivo promover una reflexión personal y el sentido de responsabilidad de cada uno.

**El Directorio expresó un compromiso profundo para que las relaciones entre las partes implicadas en las actividades del Grupo JCDecaux, en particular:**

- › por un lado, cada empresa del Grupo así como sus todos sus colaboradores,
- › por otro, las empresas y personas que son nuestros interlocutores, en particular:
  - los agentes públicos y los representantes de las Colectividades Locales y Territoriales,
  - los clientes, ya sean anunciantes o centrales de compra,
  - los proveedores y los colaboradores exteriores,

correspondan a comportamientos éticos en todas las circunstancias.

La presente Carta Ética pretende a la vez ser una herramienta de transmisión del mensaje ético del Directorio y una herramienta de ayuda a la toma de decisiones en ciertas situaciones.

Por ello, su buen conocimiento y su aceptación son esenciales para el respeto de los principios de ética del Grupo. Así, más allá de su difusión interna, el Directorio encargó a la Dirección Jurídica del Grupo de asegurarse que los principios de la Carta, en particular en materia de lucha contra la corrupción y tráfico de influencias, sean correctamente comprendidos, y que su aplicación práctica pueda asegurarse en todo el Grupo.

Para esto, se ha implementado en los últimos años un procedimiento obligatorio de formación e-learning, que se complementará con módulos más específicos y con un contenido lo más operacional posible con el objetivo de responder a las interrogantes que pudieren surgir.

Estas acciones de formación están principalmente destinadas a los colaboradores identificados como susceptibles de enfrentar problemas de corrupción y tráfico de influencias, pero el desarrollo progresivo de formatos más diversificados de formación (e-learning, formación presencial, webinar...) está enfocado a garantizar una buena comprensión de las reglas establecidas en esta Carta en todas nuestras actividades y en nuestras diversas geografías.

Si tiene alguna duda sobre la interpretación de los principios enunciados en la Carta Ética, o sobre su aplicación, consulte a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o, en su defecto, a la Dirección Jurídica del Grupo.

Cordialmente,

El Director Jurídico del Grupo  
Bertrand Allain

# ÉTICA



# Índice

## I La Carta Ética

1. Objeto de la Carta Ética
2. Difusión de la Carta Ética
3. Sistema de alerta

## II Reglas de Ética Fundamentales

1. Prohibición de la corrupción y del tráfico de influencias  
+ **Guía práctica: situaciones de riesgo/comportamientos a adoptar**
2. Respeto de las reglas de libre competencia  
+ **Guía práctica: situaciones de riesgo/comportamientos a adoptar**
3. Respeto de las reglas de transparencia financiera y contable  
+ **Guía práctica: situaciones de riesgo/comportamientos a adoptar**

## III Principios de Comportamiento Ético del Grupo

1. Relaciones de negocios con las Administraciones  
+ **Guía práctica: situaciones de riesgo/comportamientos a adoptar**
2. Relaciones de negocios con los Clientes  
+ **Guía práctica: situaciones de riesgo/comportamientos a adoptar**
3. Relaciones de negocios con los Proveedores  
+ **Guía práctica: situaciones de riesgo/comportamientos a adoptar**
4. Derechos y responsabilidades de los colaboradores del Grupo JCDecaux  
+ **Guía práctica: situaciones de riesgo/comportamientos a adoptar**

## IV Comité de Ética del Grupo

1. Consulta al Comité de Ética del Grupo
2. Protección de los colaboradores
3. Protección de los datos personales
4. Función del Comité de Ética
5. Composición del Comité de Ética y nombramiento de sus miembros
6. Funcionamiento del Comité de Ética
7. Modalidades de reporte al Directorio y al Consejo de Vigilancia



# I | La Carta Ética

## 1. Objeto de la Carta Ética

La Carta Ética (la “Carta”) define las reglas que cualquier sociedad del Grupo y cualquier colaborador deben respetar imperativamente, tanto en su comportamiento interno como respecto a las personas y empresas en sus relaciones profesionales. La misma define igualmente los procedimientos de alerta a aplicar en caso de no respeto a estas reglas.

Para las necesidades de la Carta, el Grupo JCDecaux comprende JCDecaux SA, sus filiales directas e indirectas y todas las sociedades en las cuales JCDecaux SA tenga un interés minoritario directa o indirectamente, pero sobre las cuales se ejerce un control que puede ser exclusivo o conjunto (“el Grupo JCDecaux” o “el Grupo”).

## 2. Difusión de la Carta Ética

### 2.1 La Carta debe:

- › entregarse sistemáticamente a cada colaborador en el momento de su contratación y debe formar parte de su contrato de trabajo,
- › encontrarse accesible ya sea en la Intranet del Grupo o mediante solicitud ante la Dirección de Recursos Humanos de cada una de las sociedades del Grupo,
- › adjuntarse sistemáticamente a cada contrato con agentes e intermediarios externos (los “Agentes”), tal como definido en el Procedimiento de contratación y gestión de Consultores.

Los dirigentes y ejecutivos de JCDecaux SA y de sus filiales son responsables por su aplicación permanente y por su difusión entre sus colaboradores. Un individuo no podrá ser promovido a un puesto gerencial hasta tanto se verifique su capacidad de comprender y aplicar las reglas de ética del Grupo JCDecaux, las cuales tendrá que respetar y hacer respetar.



**2.2 Las Direcciones Generales de cada entidad del Grupo tendrán que reportar anualmente sobre el cumplimiento de estas reglas de difusión.**

**2.3 La Dirección Jurídica y la Dirección de Auditoría Interna del Grupo JCDecaux están encargadas de supervisar el respeto de estas reglas de difusión.**

### **3. Sistema de alerta**

Si usted tiene conocimiento de alguna situación en la cual los principios enunciados en la Carta no han sido respetados, el siguiente procedimiento permitirá tratar esta anomalía, teniendo en cuenta las especificidades legales y reglamentarias y las normas existentes, y recurriendo al juicio individual y al sentido común:

#### **3.1 No respeto de los Principios de Comportamiento Ético**

Si la anomalía emana de una situación en la cual los Principios de Comportamiento Ético del Grupo no son respetados, deberá comunicar la misma a su director o superior jerárquico directo.

Si la persona que informa sobre la anomalía tiene motivos para creer que informar a su director o superior jerárquico directo puede presentar dificultades o podrá significar que la alerta no pueda ser seguida de una acción apropiada, la misma podrá informar a la Dirección General del país concernido o a la Dirección General de la Región. Es responsabilidad de la persona informada definir las medidas de investigación y correcciones necesarias.

El Grupo JCDecaux, en todos los casos, se compromete a examinar cualquier falta a la ética profesional que, de buena fe y de forma honesta, sea dada a su conocimiento, y a proponer una solución para remediar tal falta, si se confirma la anomalía.

#### **3.2 No respeto de las Reglas de Ética Fundamentales**

Cualquier posible violación de una Regla de Ética Fundamental (corrupción, tráfico de influencias, libre competencia, infracciones financieras) podrá ser informada al Comité de Ética del Grupo activando el sistema de alerta creado para este fin. De ser probada, tal violación podrá dar lugar a sanciones disciplinarias.

La composición y las reglas de funcionamiento del Comité de Ética Grupo se describen en la Parte IV de la presente Carta.

Las Reglas de Ética Fundamentales son aquellas cuyo no respeto puede tener un impacto mayor sobre la actividad presente y futura del Grupo. El tratamiento de las eventuales faltas, su investigación y las recomendaciones resultantes son de la competencia del Comité de Ética del Grupo, creado dentro de JCDecaux SA. Las reglas de consulta y de funcionamiento de este Comité se definen en la Parte IV de la presente Carta.



## Reglas de Ética Fundamentales

### Las Reglas de Ética Fundamentales son:

- › la prohibición de la corrupción y del tráfico de influencias,
- › el respeto de las reglas de libre competencia, y
- › el respeto de las reglas en materia de información contable y financiera.

### 1. Prohibición de la corrupción y del tráfico de influencias

#### 1.1 Cualquier forma de corrupción o de tráfico de influencias está estrictamente prohibida

Una sociedad que practique la corrupción y/o el tráfico de influencias o que no actúe para combatir los actos de corrupción o de tráfico de influencias que sean cometidos por terceros en su nombre:

- › arruina su reputación;
- › se expone a riesgos mayores que, más allá de las acciones financieras, pueden incluir la prohibición de participar en licitaciones o contratos emitidos por las Administraciones;
- › y expone a sus colaboradores a sanciones personales severas, pudiendo incluir penas de prisión.

#### ¿Qué es la corrupción?

La corrupción activa es el hecho de dar a un agente público o a una persona de una entidad de derecho privado, de forma solicitada o no, directa o indirectamente, una ventaja indebida, para él mismo o para cualquier otra persona, o incluso prometer dar u ofrecer esta ventaja para que esta persona cumpla, atrase o se abstenga de cumplir un acto en el marco de sus funciones.

Esto incluye ventajas dadas directa o indirectamente a través de un tercero, por ejemplo, a un miembro de la familia o a una persona asociada en los negocios, o a cualquier otra persona designada.

La corrupción es pasiva cuando una persona, pública o privada, aprovecha su posición para solicitar o aceptar obsequios, promesas o beneficios por realizar o abstenerse de realizar un acto propio de su función.

### ¿Qué es el tráfico de influencias?

El tráfico de influencias es el hecho, de una persona depositaria de la autoridad pública, a cargo de una misión de servicio público o encargada de un mandato por elección pública, de solicitar o aceptar, sin tener el derecho, directa o indirectamente, ofertas, promesas, donaciones, regalos o cualquier ventaja para sí mismo o para otra persona, abusando de su influencia real o supuesta para obtener de una autoridad pública o de una administración pública distinciones, empleos, licitaciones o cualquier otra decisión favorable.

### 1.2 Nuestros imperativos

El Grupo JCDecaux prohíbe de forma expresa cualquier forma de corrupción o de tráfico de influencias. El respeto de este compromiso es un imperativo absoluto del Grupo JCDecaux. Este es necesario:

- › para contribuir a la moralización de las relaciones de negocios;
- › para preservar nuestros intereses a corto y largo plazo en todos los países del mundo en los cuales nos encontramos presentes, o en los cuales deseamos desarrollarnos.

Nuestro Grupo debe ser ejemplar en esta materia.

### 1.3 Regalos e invitaciones

Las invitaciones y regalos a los agentes públicos o a personas privadas sólo están autorizadas en el estricto respeto de las leyes aplicables en el país concernido y del código de conducta en vigor en el seno de la administración a la que pertenece.

En cualquier caso, las invitaciones y regalos están estrictamente prohibidas en período de licitaciones. Los pagos de “facilitación” o “facilitation payments” no se admiten en el Grupo.

### 1.4 Empleo de agentes, consultores, intermediarios y lobistas

La utilización de agentes, consultores e intermediarios debe ser estrictamente controlada y corresponder a prestaciones reales y justificadas. La remuneración de estas personas constituye un riesgo identificado de corrupción indirecta, que puede efectuarse sin conocimiento del Grupo. Todos los empleados del Grupo deben ser profesionales y vigilantes al respecto.

### 1.5 Financiamiento de partidos políticos

La política general del Grupo es de no contribuir al financiamiento de los partidos o personas políticas. Cualquier excepción a esta política general debe ser previamente autorizada por la Dirección General del Grupo. Las contribuciones autorizadas se deben realizar de conformidad con la legislación nacional aplicable. En particular, si tales contribuciones están autorizadas por la ley y validadas por la Dirección General del Grupo, se deben realizar todas las declaraciones e inscripciones requeridas por la ley. El Grupo respeta el derecho de sus colaboradores de involucrarse a título personal en la vida política pero esta participación debe ser personal.



# Guía práctica:

Situaciones de riesgo / comportamientos a adoptar

## PROHIBICIÓN DE LA CORRUPCIÓN Y DEL TRÁFICO DE INFLUENCIAS

### 1. ¿Qué es un agente público?

La noción de agente público está ampliamente definida y se aplica a cualquier funcionario, agente o asalariado de un Estado, de una agencia estatal o internacional, de una empresa estatal, de una colectividad territorial, de una comuna, así como de cualquier dirigente, magistrado o a cualquier persona que se beneficie de una delegación de servicios de cualquiera de estos organismos.

### 2. Un contexto jurídico estricto, severo e internacional:

En el plano nacional, en cada uno de los países en los cuales nos encontramos presentes, existe una legislación de represión de los actos de corrupción cometidos respecto a agentes públicos y a personas privadas.

En el plano internacional, cuarenta países adoptaron la Convención de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) del 17 de septiembre del 1997 contra la corrupción de agentes públicos extranjeros y adaptaron su legislación interna para reprimir tales actos.

La Convención Penal sobre la Corrupción de la Unión Europea del 1999, la Convención Interamericana contra la corrupción del 1996 y la Convención de Naciones Unidas contra la Corrupción de 2003 han hecho de la lucha contra la corrupción de agentes públicos y privados un objetivo internacional de alta prioridad. Estas convenciones han sido transpuestas en derecho penal interno en numerosos países.

Por ello, las legislaciones nacionales extienden progresiva y vigorosamente la represión de la corrupción a la de los agentes públicos extranjeros.

Entre estas legislaciones nacionales que han extendido su aplicación a la corrupción internacional, citamos:

- › en Francia, la ley del 30 de junio de 2000 modificada por la ley del 13 de noviembre de 2007 que añade a la infracción de corrupción de agentes públicos franceses la de los agentes públicos extranjeros, y, más recientemente, la ley del 9 de diciembre del 2016 sobre la Transparencia, la Lucha Contra la Corrupción y la Modernización de la Vida Económica (ley "Sapin II"), que refuerza los controles y la represión de la corrupción y del tráfico de influencias, así como de la ausencia de medidas preventivas, confiadas a una nueva autoridad administrativa independiente (Agencia Francesa Anticorrupción)
- › en Estados Unidos, el Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) de 1977, ampliado en 1998, sanciona penalmente la corrupción de agentes públicos extranjeros.

Los Estados Unidos establecieron, en el marco del FCPA, una política muy vigorosa de lucha contra la corrupción internacional. Esta legislación concierne tanto a los ciudadanos y residentes americanos como a los no residentes, a partir del momento en el que uno o varios elementos del hecho de corrupción puedan ser vinculados a los Estados Unidos. Esta noción de vínculo es muy amplia.

- › En Francia y en el Reino Unido, respectivamente, la Ley Sapin II de 2016 y el Bribery Act de 2010 están inspiradas en el FCPA de los E.E.U.U. Tienen, sin embargo, una aplicación más amplia y exigen que las empresas establezcan medidas positivas de prevención y de lucha contra la corrupción.

Las legislaciones anticorrupción británica y francesa no hacen excepciones para los pequeños pagos de facilitación (o “facilitation payments”) en ocasiones utilizados para acelerar procedimientos administrativos, como por ejemplo el despacho aduanero de mercancías.

### 3. Respeto del principio de lucha contra la corrupción y el tráfico de influencias

Aplique los principios de integridad y de honestidad más estrictos en sus relaciones con el conjunto de las Administraciones territoriales y gubernamentales. Lo que puede ser una costumbre en el mundo de los negocios puede ser inadmisibles, incluso provocar sanciones penales, en las relaciones con los agentes públicos.

Los límites entre las prácticas habituales toleradas y la corrupción o tráfico de influencias son a veces inciertos y variables según los países y el tiempo. La parte 4 a continuación se debe utilizar como una ayuda en tales situaciones

### 4. Límites entre las prácticas habituales toleradas y la corrupción o tráfico de influencias

Las legislaciones sobre la corrupción y el tráfico de influencias nunca hacen referencia explícita a los gastos de representación y de promoción, de forma tal que existe una incertidumbre entre su admisibilidad y sus límites.

Las “Guidance to Commercial Organisations” (GCO) publicadas por el Ministerio de Justicia británico en el 2011 tienen el mérito de tratar de definir esta frontera. Las mismas sólo son indicativas y cada uno debe imperativamente interrogarse sobre el carácter razonable, proporcional y el motivo del gasto.

Según las GCO, los gastos de representación y de promoción pueden claramente ser considerados como actos de corrupción si se efectuaron con la intención de ejercer algún tipo de influencia sobre una persona con poder de decisión. En algunas ocasiones, ciertos gastos de representación y de promoción destinados a instaurar y mantener relaciones cordiales, mejorar la imagen de la empresa o promover sus productos, pueden ser admitidos; sin embargo, su límite es incierto y los mismos se deben efectuar con gran prudencia

Algunos ejemplos prácticos:

- › Proporcionar a un funcionario público o a una persona privada un tiquete aéreo hacia un destino prestigioso con alojamiento incluido para reunirse con los altos dirigentes del Grupo constituye un elemento de alto riesgo, aunque pueda parecer ser la solución más práctica para todos interesados teniendo en cuenta las respectivas agendas,
- › Si se realiza una invitación a la oficina central del Grupo o la filial, el carácter razonable y proporcional de la misma está vinculado con el nivel de gastos incurridos, que debe corresponder al nivel de vida profesional habitual de la persona invitada, y además, la motivación de la invitación debe ser operacional (incluyendo visitas a sitios de la compañía y/o presentación de productos, cuya duración no debe sobrepasar estas necesidades operacionales);
- › Proporcionar a un funcionario público o una persona privada tiquetes de avión y alojamiento para manifestaciones culturales o deportivas puede ser considerado de alto riesgo si el Grupo o filial no tienen un interés profesional en dicho evento (como por ejemplo ser patrocinador, proveedor oficial o socio del mismo) y si el costo de esta invitación excede lo que la persona invitada hubiera aceptado invertir a título personal para este evento.

Siempre debemos preguntarnos sobre si la invitación en cuestión podría influenciar o inducir a un agente público o a una persona privada a actuar, retrasar o abstenerse de cumplir un acto en el ejercicio de su función.

Estos elementos son esenciales en la definición de la corrupción y del tráfico de influencias.

Si usted se encuentra confrontado a una solicitud por parte de un agente de la administración pública o de una persona privada, informe inmediatamente a su superior jerárquico, el cual asumirá la responsabilidad de no aceptar tal solicitud.

El Grupo JCDecaux prefiere renunciar a participar de una licitación pública o privada o a un contrato, en lugar de satisfacer las exigencias de un agente público o una persona privada que busque una ventaja de cualquier naturaleza.

## 5. Regalos e invitaciones

Los regalos deben distinguirse de los obsequios:

- › los obsequios se definen como objetos de poco valor (70 Euros sin IVA como máximo, o cualquier otro importe inferior a definir localmente), marcados de forma indeleble con el nombre del Grupo JCDecaux,
- › los regalos sólo se autorizan en los mismos límites de importes y deben corresponder a eventos justificados y puntuales (matrimonio, nacimiento, etc.). Los mismos deberán realizarse a título excepcional,
- › los regalos en forma de pago en efectivo están estrictamente prohibidos, cualquiera que sea el importe y cualquiera que sea la motivación.

Las invitaciones nunca deben efectuarse a título confidencial.

Las invitaciones deben ser autorizadas por miembros de la Dirección General de la empresa del Grupo, y la naturaleza y motivaciones de las mismas deben conservarse debidamente indicando claramente la identidad de los invitados.

Si no existe un límite definido por los textos, las mismas deben ser razonables, proporcionales y justificadas y estos conceptos deben interpretarse de forma muy estricta.

Así, si bien las invitaciones motivadas y razonables son generalmente permitidas, su multiplicación indebida respecto a ciertos agentes públicos o personas privadas puede convertirlas en “poco razonables” y, por ello, pueden ser sancionables como actos de corrupción.

Ciertas legislaciones nacionales, tales como la legislación estadounidense, prohíben formalmente tales invitaciones y regalos a los agentes públicos, cualquiera que sea el valor. En este caso se debe aplicar la legislación nacional más restrictiva. Por ello es necesario informarse sobre la legislación nacional aplicable a los agentes invitados antes de hacer cualquier invitación.

## 6. Empleo de agentes, consultores e intermediarios

Ignorar intencionalmente lo que hace o puede hacer un agente, consultor o intermediario no es un argumento reconocido en defensa en caso de un acto de corrupción realizado por el agente.

Es nuestro deber tomar las medidas de prevención necesarias para evitar tales situaciones.

Remítase al procedimiento interno del Grupo sobre la contratación y gestión de Consultores (agentes, consultores e intermediarios) para evitar cualquier acto de corrupción indirecta respecto a los agentes públicos. Este procedimiento tiene en cuenta el nivel de corrupción internacionalmente identificado en cada país por Transparency International, una organización no gubernamental reconocida en la lucha contra la corrupción.

## 7. Financiamiento de los partidos políticos – Actividades caritativas

**7.1 El financiamiento de partidos políticos o de asociaciones/fundaciones vinculadas con partidos políticos está sometido a legislaciones que varían profundamente según los países. Incluso cuando son legalmente autorizadas, estas contribuciones pueden ser fuente de abuso o interpretadas como una práctica dudosa.**

**7.2 Las contribuciones a las actividades caritativas y las acciones de mecenazgo están autorizadas si las mismas sirven efectivamente a una causa de interés general y contribuyen a una acción cívica real. Estas contribuciones deben ser objeto de una aprobación previa, por escrito, por parte del director de la sociedad del Grupo correspondiente y las mismas deben ser debidamente contabilizadas.**

Si usted tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, contacte rápidamente a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o a la Dirección Jurídica del Grupo, que le aconsejará y estudiará con usted los límites legales y éticos de su acción.

## 2. RESPETO DE LAS REGLAS DE LIBRE COMPETENCIA

El Grupo JCDecaux otorga una importancia particular al respeto de las reglas de libre competencia.

### 2.1 Respeto de las reglamentaciones

Cualquiera que sea el mercado geográfico en el cual usted interviene, tenga en cuenta que debe, en sus relaciones con la competencia, informarse y respetar el conjunto de las reglamentaciones aplicables (sobre la libre competencia).

La mayoría de los países en los cuales el Grupo JCDecaux está presente disponen de una reglamentación sobre libre competencia cuyos componentes comunes son:

- › la prohibición de cualquier acuerdo entre empresas, escritos o no, cuyo objetivo o efecto sea restringir la competencia,
- › la prohibición del abuso de posición dominante.

En Europa, estas reglas están definidas por los artículos 101 y 102 del Tratado de la Unión Europea y las mismas han sido integradas internamente por todos los países miembros de la Unión Europea.

### 2.2 Prácticas prohibidas

Existen esencialmente dos tipos de comportamientos anti-competencia: las ententes o acuerdos contrarios y el abuso de posición dominante. Los comportamientos prohibidos no son solamente aquellos con respecto a los competidores, sino también con los proveedores y clientes, si dichos acuerdos tienen como resultado falsear las condiciones de competencia en el mercado.

#### 2.2.1 Los acuerdos e intercambio de informaciones

Está prohibido cualquier acuerdo oral o escrito, directo o indirecto entre operadores en un mercado, que tenga como objeto o por efecto establecer condiciones de competencia que no correspondan a las condiciones normales del mercado.

Lo mismo se aplica a los intercambios de informaciones confidenciales entre competidores que, a pesar de no constituir acuerdos entre ellos mismos, falsifican el juego de la libre competencia.

#### 2.2.2 Los abusos de posición dominante

Una empresa puede ser dominante en un mercado, o aumentar su control ganando partes de mercado, en particular mediante la adjudicación de licitaciones. Esto no es ilegal.

Lo que se encuentra sancionado es la explotación abusiva de su posición dominante sobre un mercado para obstaculizar el libre juego de la competencia en el mismo.

### 2.3 Sanciones

#### 2.3.1 El no respeto de la reglamentación aplicable en materia de competencia puede ser objeto de sanciones.

- › Financieras:

En Europa, las sanciones pueden alcanzar hasta el 10% de la cifra de negocio mundial del Grupo o de la sociedad correspondiente. La legislación Europea se acumula con la aplicable en otros países donde el Grupo se encuentra presente, de forma tal que las operaciones ilícitas en derecho de la competencia pueden ser sancionadas en varios países. Estas sanciones pueden estar acompañadas de la prohibición total de acceso a los mercados públicos.



› Penales:

En ciertos países, las violaciones graves al derecho de la libre competencia pueden ser objeto de multas personales y/o de penas de prisión para los individuos implicados.

**2.3.2 Además, las prácticas contrarias al derecho de la libre competencia:**

- › Pueden dar lugar a investigaciones administrativas y judiciales, generar costos jurídicos sustanciales y provocar costos y movilización de recursos internos considerables,
- › Impactan negativamente la imagen de la empresa,
- › Pueden generar acciones de reparación del daño sufrido por terceros que consideren que estas prácticas le causaron daño.

En consecuencia, no dude en solicitar a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o a la Dirección Jurídica del Grupo una explicación sobre el derecho aplicable en la materia.





# Guía práctica:

Situaciones de riesgo / comportamientos a adoptar

## RESPECTO DE LAS REGLAS DE LIBRE COMPETENCIA

### 1. Las relaciones con la competencia

#### 1.1 Las conspiraciones e intercambio de informaciones

Los contactos con la competencia constituyen un campo particularmente sensible en la medida en que son susceptibles de afectar el juego normal de la libre competencia en el mercado de la publicidad.

Los colaboradores del Grupo JCDecaux nunca deben evocar oralmente o por escrito los temas siguientes con las empresas de la competencia:

- › Fijación de precios: cualquier forma de acuerdo sobre los precios (tales como tarifas, reducciones, modalidades de fijación de precios, etc.) está prohibida, tanto si se trata de precios relativos a los anunciantes, los arrendadores, el precio propuesto a una licitación u otro;
- › Repartición del mercado entre competidores (“bid - rigging”): está prohibida cualquier forma de división del mercado, ya sea en el marco de una licitación o de otras transacciones (en particular el acuerdo entre competidores sobre la decisión de presentar o no una oferta);
- › Intercambio de informaciones financieras: cualquier información de tipo financiera que no sea accesible al público, no puede ser divulgada entre competidores. Esto comprende las informaciones relativas al margen, al costo de los bienes o servicios comprados o productos que no sean los presentados en las cuentas publicadas por el Grupo, o los intercambios de informaciones comerciales o marketing que cumplan las condiciones siguientes:
  - Informaciones con carácter sensible y preciso (por ejemplo: proyectos de marketing y estrategias de marketing),
  - Aún no divulgadas públicamente por la empresa (por ejemplo: las informaciones relativas al costo de bienes y servicios comprados, a las tasas de ocupación, al volumen de negocios por red de difusión o por ciudad, a las reducciones reales acordadas).

Infórmese en consecuencia del derecho aplicable en esta materia en el país en el que se encuentra, y en caso de duda sobre un comportamiento encontrado, consulte a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de zona geográfica o contacte a la Dirección Jurídica del Grupo.

Los foros, los seminarios, y las reuniones de sindicatos profesionales son lugares frecuentes de encuentros con los competidores. Sean vigilantes. Si un competidor aborda un tema anti-competencia durante una reunión, interrumpa este punto de la reunión o abandónela y hágalo anotar en el informe de la reunión.

#### 1.2 Los abusos de posición dominante

En algunos países, las autoridades de la competencia pueden considerar, a raíz de su fuerte posicionamiento, que el Grupo JCDecaux ocupa/posee un puesto sustancial o dominante en su sector de actividad.

El hecho de ocupar una posición dominante sobre un mercado no está prohibido ni es sancionado. Sólo es sancionado el abuso de la posición dominante.

Si JCDecaux fuera considerado en situación dominante en algún sector de actividad o en un algún país, serán considerados como abusos los siguientes comportamientos, a pesar de que los mismos podrían ser autorizados si no fuéramos considerados como dominantes en nuestro mercado:

- › Practicar precios predatorios, es decir muy alejados de las condiciones de mercado (por ejemplo, firma de contratos de mobiliario urbano a pérdida u otorgamiento a clientes de paneles publicitarios gratuitos, teniendo como objetivo eliminar a un competidor),
- › Acordar a los clientes condiciones de reducción, tales como reducciones de fidelidad basadas sobre un aumento de la tasa de reducción en función del crecimiento del % que representamos para un cliente respecto a nuestros competidores, teniendo como objetivo eliminar a un competidor,
- › Incluir en los contratos de concesión cláusulas prohibidas por las autoridades nacionales o europeas de la competencia.

Infórmese sobre el derecho aplicable en materia de posición dominante en los países en los cuales está presente.

## 2. Las relaciones con los Proveedores en materia de derecho de la libre competencia

En sus relaciones con los proveedores, los colaboradores del Grupo JCDecaux deben velar por que no se cree una dependencia económica de un proveedor respecto al Grupo y deben abstenerse de cualquier acto que prive a un competidor de una fuente de aprovisionamiento, si esta fuente es imprescindible para el acceso al mercado.

No obstante, si un proveedor produce productos disponibles con otras fuentes para los competidores, es posible solicitar a este proveedor una exclusividad en la medida en que la misma sea:

- › limitada en el tiempo y en un espacio geográfico justificado, y
- › debidamente justificada por compromisos otorgados al proveedor.

Contribuya a crear un ambiente de libre competencia entre los proveedores. El mismo debe presentar:

- › revisiones periódicas de los proveedores y prestatarios exteriores recurriendo a propuestas, en intervalos regulares, cuando el tipo de la prestación o del suministro lo permita,
- › la gestión y registro de documentos comparativos claros que justifiquen la elección realizada

Evalúe las proposiciones sobre la base de criterios objetivos precisos tales como los precios, la calidad de los productos o servicios, el poder de reacción, el servicio, la aceptación de las Reglas de Ética de JCDecaux, el respeto de reglas de desarrollo sostenible y cualquier otro criterio pertinente.

Informe a su responsable jerárquico sobre cualquier interés personal, financiero u otro, directo o indirecto, que usted pudiera tener con cualquier proveedor, y que, teniendo en cuenta su posición en el seno de la empresa, pudiera interferir en las relaciones del Grupo con este proveedor.

Adopte ante los proveedores únicamente comportamientos aceptables respecto a las leyes aplicables sobre la libre competencia; tenga el cuidado de no crear ninguna situación de dependencia del proveedor respecto al Grupo y viceversa. Nuestra vigilancia debe ser aumentar tan pronto como el Grupo represente 30% del volumen de negocios del proveedor.

Si tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, contacte rápidamente a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o a la Dirección Jurídica del Grupo, que le aconsejará y estudiará con usted los límites legales de su acción.

### 3. RESPETO DE LAS REGLAS EN MATERIA DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y CONTABLE

El Grupo JCDecaux tiene como imperativos:

- › Suministrar una información financiera y contable fiable y honesta, y para ello, establecer procesos y controles internos rigurosos y eficaces.
- › Respetar todas las leyes y reglamentaciones aplicables para la protección y la comunicación de informaciones confidenciales, en particular en materia de tratamiento igualitario de sus accionistas.

En el marco definido anteriormente:

1. Cada uno de los colaboradores del Grupo implicado en el proceso de elaboración de las informaciones financieras y contables debe **asegurarse que las informaciones que figuran en los documentos financieros y contables del Grupo sean siempre exactas y elaboradas bajo estricta conformidad con los principios contables y otras normas y reglas contables aplicables**. Es fundamental que los documentos financieros y contables del Grupo estén exentos de errores sustanciales.

2. La Dirección de cada una de las entidades del Grupo es **responsable por el respeto de las reglamentaciones contables y financieras aplicables en el país** en el que se encuentra.

La misma está encargada del control interno y vela por el respeto del Manual de Control Interno. Esto incluye asegurarse que todas las operaciones contables y financieras sean correctamente registradas en los libros y cuentas del Grupo.

3. Más allá del respeto necesario de las reglas definidas por las autoridades de control de mercados financieros, cada uno de los colaboradores del Grupo JCDecaux debe tener conciencia que está, o puede estar, en posesión, por sus funciones o por las relaciones que mantiene con otras personas del Grupo, de informaciones confidenciales cuya utilización o divulgación podría, independientemente de las sanciones penales aplicables, tener influencia sobre la valoración del Grupo en los mercados financieros o a dar a ciertas personas una ventaja con respecto al conjunto de accionistas.

En consecuencia, es fundamental que **toda la información de conocimiento de los colaboradores en razón de su actividad dentro del Grupo, e ignorada por el público en general, sea mantenida como estrictamente confidencial** y que no sea divulgada.

4. **Delito de Información Privilegiada** - Se prohíbe la compra o la venta de acciones de JCDecaux SA por una persona que disponga, en el ejercicio de su profesión o de sus funciones, de informaciones aún no publicadas y susceptibles de influenciar la cotización en Bolsa, o la comunicación de estas informaciones a terceros para que puedan realizar estas operaciones.

Este delito es sancionado penalmente.



# Guía práctica:

Situaciones de riesgo / comportamientos a adoptar

## RESPECTO DE LAS REGLAS EN MATERIA DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y CONTABLE

### 1. Generación de la información

Si usted participa en la elaboración de informaciones financieras y contables del Grupo, esfuércese por verificar que las informaciones que figuran en estos documentos sean exactas y presentadas de forma comprensible y exhaustiva. Si usted identifica errores o no logra conciliar las cuentas, advierta a su superior jerárquico para que dichas cuentas puedan ser corregidas.

### 2. Informaciones Confidenciales

Si usted dispone, en el ejercicio de sus funciones, de informaciones sobre las perspectivas o la situación del Grupo o de una de las sociedades del Grupo JCDecaux, sobre los litigios, los contratos firmados o en curso de discusión, los proyectos de adquisición o de cesión de actividades, los proyectos de joint-venture, los obstáculos encontrados y, en general, informaciones que puedan tener una influencia sobre la valoración presente o futura de JCDecaux SA en el mercado de la bolsa y que estas informaciones no han sido divulgadas por el Grupo al público, es fundamental que:

- › se abstenga de divulgar esta información a terceros,
- › usted no se involucre, directa o indirectamente, gracias a un intermediario, en ninguna transacción que implique acciones de JCDecaux SA, incluyendo el ejercicio de opciones, hasta que la información no sea publicada, y que
- › usted limite la comunicación de informaciones confidenciales solamente a las personas con necesidad de conocerla. Atención a las cadenas de correos, y a las conversaciones en lugares públicos como el tren, avión, restaurantes, etc.

En Francia, la utilización o la comunicación de informaciones sensibles está penalizada con dos años de prisión como máximo y con una multa que puede ser de hasta diez veces el importe del beneficio ilegalmente realizado. En la mayoría de los otros países, esta acción, se encuentra igualmente sometida a penalidades en virtud de reglamentaciones locales.

La divulgación de tales informaciones sólo debe ser efectuada por el Directorio de JCDecaux SA o bajo su control directo.

Si tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, contacte rápidamente a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o a la Dirección Jurídica del Grupo, que le aconsejará y estudiará con usted los límites legales de su acción.



## Principios de Comportamiento Ético del Grupo

Los Principios de Comportamiento Ético del Grupo JCDecaux deben ser aplicados en el seno de cada filial y sociedad controlada por el Grupo, por el management local, según la reglamentación nacional en vigor. No obstante, las violaciones de estos principios no son tratadas por el Comité de Ética Grupo, sino por el management local.

### 1. RELACIONES DE NEGOCIOS CON LAS ADMINISTRACIONES

#### 1.1 Respeto de las reglamentaciones

Infórmese sobre el conjunto de leyes, reglamentaciones y costumbres aplicables en el país, el estado y/o los territorios considerados, en la operación que tratará con la Administración. El respeto de estas leyes, reglamentaciones y costumbres es una obligación.

Las relaciones con las Administraciones son, por regla general, estrictamente reglamentadas, ya sea en el momento de licitación, de la negociación contractual, de la ejecución del contrato o de la facturación de la prestación suministrada.

#### 1.2 Respeto del principio de lealtad

La obtención de nuevos mercados y contratos con las Administraciones locales es un objetivo esencial del desarrollo del Grupo JCDecaux. Este objetivo no se debe alcanzar empleando medios considerados como desleales en el país, el estado y/o en los territorios en los cuales usted se encuentra. En particular, cualquier conflicto de interés entre la sociedad, sus colaboradores, sus proveedores en un mercado específico, y la Administración local, está formalmente prohibido.

La competencia leal es un elemento fundamental para el buen funcionamiento de todos los mercados incluyendo los mercados públicos.

En consecuencia, en el país, el estado y/o los territorios en los cuales usted se encuentra, prohíba cualquier comportamiento susceptible de violar las reglas propias de los mercados públicos.



# Guía práctica:

Situaciones de riesgo / comportamientos a adoptar

## RELACIONES DE NEGOCIOS CON LAS ADMINISTRACIONES

Los colaboradores del Grupo JCDecaux son incentivados a establecer relaciones de negocios con las Administraciones locales en todos los campos de su actividad, en el campo privado y público de las colectividades.

Las reglas jurídicas aplicables a las relaciones con estas Administraciones son a menudo muy complejas y requieren cada colaborador, una atención y profesionalismo particulares a todo momento.

### 1. Respeto de las reglamentaciones en los contratos con las Administraciones

Solicite y lea atentamente la documentación suministrada por la Administración local sobre los procedimientos a respetar (reglamento de consulta, pliego de condiciones, etc.) en el marco de la operación proyectada.

Si usted encuentra dificultades para obtener esta documentación, contacte al equipo jurídico competente de la sociedad, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o la Dirección Jurídica del Grupo.

Recuerde que, en las relaciones del Grupo con las Administraciones locales, tanto los contratos de patrimonio, como los de compra de espacios por estas Administraciones están sujetos a reglamentaciones específicas.

En caso de necesidad, contacte al equipo jurídico competente para que le explique los puntos que puedan no estar claros en esta documentación. Además, aplique escrupulosamente las siguientes reglas en sus relaciones con las Administraciones:

- › asegúrese de que las informaciones orales o escritas transmitidas a las Administraciones están completas, exactas y sinceras,
- › salvo autorización escrita de la Administración competente, no acepte ninguna diferencia sustancial respecto a las disposiciones del contrato.

### 2. Respeto del principio de lealtad - Conflictos de interés

La política del Grupo JCDecaux es ganar las licitaciones y contratos en los cuales el Grupo participa gracias a la calidad de su oferta, de sus productos y prestaciones, que en sí debe hacer la diferencia.

En el marco de una relación contractual con una Administración, investigue de forma razonable cualquier interés que pudiera tener un agente público de esta Administración con un asociado, proveedor, agente, distribuidor, consultor del Grupo JCDecaux, para que este conflicto de interés real o potencial sea controlado con conocimiento de causa y respetando las leyes aplicables.

Igualmente, evite crear una situación de conflicto en la cual el Grupo JCDecaux fuera susceptible de perder su libertad de acción en beneficio de sus intereses económicos.

El reclutamiento de personas vinculadas por lazos familiares a agentes públicos que tengan autoridad sobre nuestros contratos, sólo puede ser efectuado si se reúnen ciertas condiciones:

- › el cargo debe corresponder a una necesidad real justificada e identificada de la Sociedad,
- › la persona reclutada debe poseer calificaciones/experiencia que la hagan apta para el cargo, y
- › la remuneración debe corresponder a la de las personas con cualificación similar en la Empresa.

Por prudencia, teniendo en cuenta que es difícil probar a posteriori, se recomienda conservar en la carpeta individual de la persona los elementos que permitan justificar que se cumplieron estos criterios en el momento del reclutamiento.

Informe a su superior jerárquico sobre cualquier pregunta sensible que pueda ser realizada hacer respecto a los mercados públicos y/o a sus relaciones con las Administraciones.

Si tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, contacte rápidamente a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de zona geográfica o a la Dirección Jurídica del Grupo, que le aconsejará y estudiará con usted los límites legales de su acción.



## 2. RELACIONES DE NEGOCIOS CON LOS CLIENTES

El Grupo JCDecaux tiene como principales clientes los anunciantes, las agencias de publicidad, los media specialists y las centrales de compra de espacios quienes comercializan nuestros espacios publicitarios.

Independientemente de la importancia de los retos económicos y de la intensidad de la competencia, los colaboradores sólo deben utilizar medios legales y conformes con nuestras reglas de ética comercial en sus relaciones con los clientes. Esta regla tiene como objetivo preservar la perennidad de las relaciones con nuestros clientes existentes, dar tranquilidad a nuestros nuevos clientes y preservar la reputación de excelencia y de integridad del Grupo en el mercado.

### 2.1 Respeto de las legislaciones

Independientemente de que la operación comercial de la que usted está tratando con un cliente sea nacional o internacional, usted debe informarse sobre el conjunto de las leyes y reglamentos aplicables y respetarlos escrupulosamente.

En particular, a partir de la entrada en vigor de la ley del 9 de diciembre del 2016 (ley "Sapin II"), el marco legal de prevención y represión a la corrupción y al tráfico de influencias se aplica a las relaciones con los clientes.

### 2.2 Respeto de los principios de integridad

Se prohíbe cualquier comportamiento susceptible de comprometer la reputación del Grupo ante sus clientes. En particular, los colaboradores del Grupo no deben proponer, directa o indirectamente, ninguna ventaja a un representante de uno de sus clientes, de forma tal que esta ventaja modifique, a través de la creación de una relación de obligación, la decisión de este representante respecto al Grupo JCDecaux.

### 2.3 Procedimientos de control de las campañas publicitarias

Con respecto a las campañas exhibidas o transmitidas en nuestras redes, el Grupo JCDecaux debe tener cuidado de respetar las leyes y reglamentaciones aplicables y los principios de esta Carta, y no atentar contra la moralidad y las buenas costumbres establecidas en el país en cuestión. En este contexto, las creaciones y visuales que aborden temas específicos (en particular el alcohol/tabaco, el desnudo/lencería, la violencia, la pornografía indirecta, las virtudes ecológicas de algunos productos, cine / televisión, videojuegos, productos que puedan ofender la sensibilidad de las audiencias jóvenes...) deben examinarse con especial atención.

En este contexto, es necesario adoptar un procedimiento de control de conformidad del contenido de elementos visuales, especialmente con relación a los temas mencionados en el párrafo anterior. Para ello, en cada país donde el Grupo se encuentra presente, debe realizarse un control a través de un órgano interno específico, o mediante cualquier otro medio que garantice un juicio independiente respecto de los principios de la presente Carta y de los criterios mencionados anteriormente. Este órgano de control de la publicidad debe tener el poder de arbitrar de manera definitiva e independiente sobre la exhibición o distribución de la campaña en cuestión.

### 2.4 Utilización de intercambios de mercancía ("barter")/ Canjes

La práctica de venta de espacio publicitario a cambio de prestaciones (viajes, por ejemplo) o de suministros (tales como equipos informáticos) debe presentar un carácter excepcional y debe efectuarse en las mejores condiciones de transparencia (justificación de la práctica y de precios, respeto de reglas contables y fiscales de facturación y en particular, registro contable de la transacción y del producto correspondiente).

### 2.5 Origen de los fondos

El lavado de dinero, que consiste en disimular o reconvertir bajo una apariencia legal fondos procedentes de actividades ilegales, es una infracción sancionada penalmente

Contra este riesgo, el Grupo debe escoger socios comerciales cuya reputación esté verificada. Si el Grupo escoge nuevos socios, se deben tomar medidas apropiadas de verificación de la reputación de los mismos.



# Guía práctica:

Situaciones de riesgo / comportamientos a adoptar

## RELACIONES DE NEGOCIOS CON LOS CLIENTES

### 1. Respeto de las legislaciones

Consulte a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de zona geográfica, o la Dirección Jurídica del Grupo, para conocer las leyes y reglamentos aplicables a la operación comercial proyectada (legislación sobre la publicidad, la venta las reglas de facturación, etc.). El dispositivo legal aplicable a los intermediarios puede variar considerablemente de un país al otro.

A título de ejemplo, en Francia, los eventuales servicios suministrados por una agencia publicitaria o cualquier otro intermediario (central de compra, por ejemplo) sólo pueden ser remunerados por el anunciante, y no por la empresa que exhibe la publicidad, so pena de ser sancionado con una multa que puede llegar a 1 500 000 € y con una prohibición de participar en las licitaciones públicas (ley del 29 de enero del 1993 - “ley Sapin”).

El objeto de esta reglamentación es evitar la práctica de remuneraciones ocultas de los medios a las agencias publicitarias.

Vele por que las personas que nos representan en nuestras relaciones con los clientes (agentes comerciales, intermediarios, subcontratistas, corredores...) sean vigilantes respecto de a las leyes y reglamentos aplicables a las operaciones que tratan en nuestro nombre.

Asegúrese de comprometer solamente su sociedad, excluyendo toda o parte de otras sociedades del Grupo y, en este contexto, tenga el cuidado de disponer de los poderes necesarios para este fin (delegación de poder, mandato).

Conserve un ejemplar original del contrato y de cualquier documento ulterior.

### 2. Respeto de los principios de integridad

Asegúrese de que, en nuestras relaciones con terceros que representan al Grupo o que actúan en su nombre, pongamos en práctica nuestros procedimientos internos aplicables a este tipo de relación, incluidos los procedimientos para tratar con agentes e intermediarios.

Asegúrese de que el Grupo cumpla con sus compromisos.

No ofrezca remuneración oculta a un representante de un cliente con el objetivo de influenciar su comportamiento. La corrupción privada es igualmente sancionada penalmente.

De la misma manera es imperativo que los regalos y las invitaciones nunca sean ofrecidos a un cliente con el objetivo de incitarlo a tomar una decisión que no hubiera tomado sin este regalo o invitación. Si tal es el caso, esta práctica está claramente prohibida. Los colaboradores deben abordar con su superior jerárquico cualquier pregunta o preocupación concerniente al carácter apropiado de un regalo.

Los regalos de gran valor y las invitaciones deben ser contabilizados de forma precisa y exacta en los libros contables. Los justificativos deben enviarse al departamento financiero competente para preservación/archivo junto con cualquier elemento que sirva como soporte de la autorización dada por la autoridad jerárquica para ofrecer tal regalo o invitación.

### Los Regalos

El valor de los regalos ofrecidos debe ser mínimo (no sobrepasar 130 € sin IVA, o cualquier otra cantidad inferior a definir localmente). Cualquier regalo de valor superior debe ser autorizado por su superior jerárquico y debe ser enviado al lugar de trabajo del beneficiario y no a su domicilio.

### Las Invitaciones

Las invitaciones, tales como viajes y espectáculos, efectuados en el marco de las relaciones públicas comerciales del Grupo, sólo pueden efectuarse para reuniones cuyo objetivo sea:

- › esencialmente de tipo profesional (presentación de producto, de mercado, etc.) o
- › asesoramiento de tipo profesional, como un viaje promocional pero únicamente si la invitación es colectiva y no puramente individual (es decir una invitación a una categoría o a un grupo de clientes que pudieran beneficiarse de la invitación para crear vínculos profesionales, contrariamente a una invitación destinada a uno o a un pequeño número de individuos que no permitiría crear vínculos profesionales).

Las invitaciones a actividades de recreación deben enviarse al lugar de trabajo del cliente y no a su domicilio.

En ciertos países, los regalos e invitaciones profesionales constituyen una práctica aceptable en los negocios. En otros países, no es el caso. Asegúrese de que los regalos y las invitaciones profesionales estén autorizados por las costumbres o la legislación local.

Si usted tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, contacte inmediatamente a la Dirección Jurídica local, o a la Dirección Jurídica de su zona geográfica, o a la Dirección Jurídica del Grupo que le aconsejará y estudiará con usted los límites legales de su acción.

## 3. Origen de los fondos

Respete las legislaciones aplicables que prohíben el lavado de dinero, así como aquellas que imponen la declaración de operaciones en efectivo u otras operaciones sospechosas. Sea vigilante respecto a los pagos efectuados para detectar una eventual irregularidad, en particular con aquellas contrapartes cuya conducta en los negocios pueda despertar sospechas.

Sea vigilante en cuanto a las señales que puedan revelar la existencia de lavado de dinero (pago de fondos inhabituales desde un país extranjero, transacciones en lugares conocidos como paraísos fiscales, circuitos o medios de pago poco habituales...).

Si usted tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, sobre la procedencia de fondos o sobre la aceptabilidad de una forma de pago, comuníquese inmediatamente con la Dirección Jurídica local, con la Dirección Jurídica de su zona geográfica o con la Dirección Jurídica del Grupo y asegúrese que el problema sea resuelto antes de continuar la operación en cuestión.

### 3. RELACIONES DE NEGOCIOS CON LOS PROVEEDORES

El respeto de los Principios de Comportamiento Ético del Grupo es indispensable para establecer relaciones eficaces y duraderas con el conjunto de nuestros proveedores, las cuales son necesarias para garantizar la calidad y las mejores condiciones económicas de los productos y prestaciones del Grupo.

El respeto de estos principios se aplica igualmente a las relaciones con los propietarios de terrenos o de inmuebles en los cuales se instalan los dispositivos publicitarios del Grupo.

#### **3.1 Respeto de las legislaciones**

Respete las leyes y reglamentos del país en el cual se encuentra y que son aplicables a las relaciones con los proveedores, como la ley del 9 de diciembre del 2016 (ley “Sapin II”) en Francia. Igualmente, respete las condiciones de los contratos concluidos con los proveedores.

Tratándose de las relaciones con los arrendadores o con los propietarios de inmuebles o terrenos, existe, en la mayoría de los países a nivel nacional y/o local, un cierto número de reglas aplicables a los dispositivos publicitarios situados en propiedad privada. En consecuencia, los colaboradores deben informarse, en cada municipalidad en cuestión, sobre el conjunto de costumbres, reglamentos y procedimientos que rigen la exhibición o transmisión de publicidad localmente.

#### **3.2 Respeto del principio de integridad**

No adopte ningún comportamiento respecto a los proveedores susceptible de dañar la reputación del Grupo, en particular aceptando o solicitando una propuesta de remuneración oculta, de regalo, invitación u otra, que sea susceptible de influenciar su evaluación o su juicio, tanto directamente como por cualquier persona o entidad interpuesta.

Recordemos que la corrupción privada, ya sea pasiva o activa, es sancionada penalmente.

#### **3.3 Procedimientos de control de los contratos publicitarios**

Los proveedores externos del Grupo deben comprometerse a respetar los principios de integridad. Para ello, los contratos con los principales proveedores deben incluir disposiciones contractuales según las cuales:

- I. estos se comprometan a respetar las reglas de ética del Grupo, y
- II. en las que cualquier violación de estas reglas provocará la rescisión del contrato con este proveedor.



# Guía práctica:

Situaciones de riesgo / comportamientos a adoptar

## RELACIONES DE NEGOCIOS CON LOS PROVEEDORES

### 1. Respeto de las legislaciones

Lea atentamente las condiciones generales de venta que figuran en los contratos con los proveedores y estudie con la Dirección Jurídica local, la Dirección Jurídica de su zona geográfica o con sus abogados locales, en qué medida ciertos puntos deben ser modificados. Una vez finalizada esta negociación contractual, respete el contrato obtenido y asegúrese de que el mismo sea respetado por el proveedor.

Sólo comprometa a la sociedad a la cual representa excluyendo toda o parte de las otras sociedades del Grupo. Disponga de poderes necesarios para comprometer a su sociedad (delegación de poder, mandato).

Conserve un ejemplar original del contrato y de cualquier documento ulterior.

Tratándose de las relaciones con los arrendadores de sitios publicitarios, personas físicas, personas morales y Administraciones, y con el objetivo de garantizar la perennidad de nuestras ubicaciones:

- › Infórmese, en cada una de las municipalidades en las cuales el Grupo desea implantar mobiliarios publicitarios, sobre el conjunto de reglamentos y procedimientos aplicables en materia de exhibición publicitaria.
- › Asegúrese de que el arrendador es legalmente titular de los derechos que concede.
- › Infórmese sobre la existencia y el contenido de una reglamentación aplicable a los contratos de renta de ubicaciones para exhibición de publicidad.
- › Solicite el conjunto de las autorizaciones necesarias ante las diferentes autoridades competentes.

### 2. Respeto del principio de integridad

Nunca acepte o solicite de un proveedor una remuneración oculta o cualquier otra forma de retribución directa o indirecta. El tema de los regalos e invitaciones se trata a continuación.

Esté atento al respeto de los compromisos adquiridos por el Grupo, y, en particular, el respeto de los plazos contractuales.

### 3. Respeto de las reglas de ética del Grupo por los Proveedores

#### Regalos e invitaciones

El valor de los regalos e invitaciones que usted puede aceptar no puede exceder 70 € sin IVA, o cualquier otra cantidad inferior que podrá definirse localmente. Cualquier regalo o invitación de un valor superior debe ser rechazado y devuelto al proveedor. Si este rechazo puede conducir a una situación comercial delicada, informe a su responsable jerárquico. Él tomará la decisión de rechazar este regalo/invitación, de compartirlo/la en el seno de su empresa o de pagar el valor en efectivo a una asociación apoyada por el Grupo JCDecaux. Además, cualquier regalo debe ser recibido en su lugar de trabajo y no en su domicilio.

No se puede aceptar ningún regalo en efectivo o equivalente.

### Medidas a tomar

Informarse previamente sobre la reputación y/o los antecedentes del proveedor, sobre todo en los países donde se observan prácticas frecuentes no conformes con las reglas éticas del Grupo (en particular corrupción, trabajo de menores).

Anexar a los contratos celebrados con los proveedores principales del Grupo, así como con cualquier proveedor nuevo, el Código de Conducta de los Proveedores del Grupo JCDecaux, disponible en la intranet del Grupo.

Informar a su superior jerárquico sobre cualquier riesgo de conflicto de interés personal que pudiera existir con un proveedor.

Si tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, contacte rápidamente a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o a la Dirección Jurídica del Grupo, que le aconsejará y estudiará con usted los límites legales de su acción.

## 4. DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE LOS COLABORADORES DEL GRUPO JCDECAUX

### 4.1 Los derechos de los colaboradores

El Grupo JCDecaux se esfuerza por garantizar a sus colaboradores un entorno de trabajo seguro, sano y eficaz, exento de cualquier discriminación y ha definido sus compromisos en esta área en una Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales del Grupo, disponible en la intranet del Grupo, en el Departamento de Recursos Humanos de su empresa, o en el Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad.

### 4.2 Las responsabilidades de los colaboradores

#### 4.2.1 Integridad y lealtad

Cada colaborador, a su nivel, contribuye a la integridad y a la reputación de JCDecaux y, por ello, debe respetar estos valores en su comportamiento profesional, en particular respecto a terceros. En particular, el Grupo posee activos de naturaleza variada que son esenciales en su competitividad y en su éxito en los negocios. Es responsabilidad de cada colaborador proteger los activos de la sociedad que le son confiados.

#### 4.2.2 Confidencialidad de las informaciones

Todas las informaciones tales como los datos financieros o técnicos, las informaciones sobre productos, los contratos o el know-how, pertenecen al Grupo. La mayoría de estas informaciones son confidenciales y no deben ser divulgadas sin previa autorización de la administración. Los colaboradores del Grupo JCDecaux son responsables por la confidencialidad de las informaciones a las cuales tienen acceso.

#### 4.2.3 Respeto de los derechos de propiedad intelectual de terceros

En el marco de sus actividades, tome cuidado de no violar los derechos de autor, marcas, patentes, diseños y modelos pertenecientes a terceros.

Se prohíbe la utilización o la copia de software perteneciente a terceros sin una licencia apropiada.

#### 4.2.4 Utilización de los Sistemas de Información

Cada usuario tiene el deber de cuidar los equipos puestos a su disposición (computadoras, smartphones, tablets, impresoras), y debe tomar todas las medidas para prevenir su deterioro, robo o uso no autorizado por terceros. En particular debe proteger las informaciones recibidas y almacenadas en estos equipos, no modificar la configuración de estos dispositivos para otras necesidades que no sean las profesionales, no proceder a la instalación de software fuera del marco previsto para este efecto.

Cada uno tiene el deber de asegurarse que estas prácticas de utilización de los Sistemas de Información respeten las disposiciones legales y reglamentarias relativas en particular al derecho de autor, a la propiedad intelectual, a la protección de la vida privada, al tratamiento de los datos con carácter personal, a la criminalidad informática y al comercio electrónico.

#### 4.2.5 Protección del patrimonio de información

El patrimonio de información está constituido por todos los datos informatizados, bases de datos estructuradas o no, necesarias para el funcionamiento de las actividades del Grupo. A título de ejemplo, citamos las bases de datos de nuestras ubicaciones, base de datos de clientes, proveedores, intercambios de correos electrónicos, etc.

Cada colaborador debe, en todas las circunstancias, preservar la confidencialidad de los datos y base de datos que utiliza en el marco de sus funciones. Debe particularmente preservar la confidencialidad de las cuentas de usuarios, códigos, contraseñas o cualquier otro dispositivo de control de acceso y debe ser vigilante en relación con el tipo de datos que intercambia por correo electrónico o en las redes sociales.



# Guía práctica:

Situaciones de riesgo / comportamientos a adoptar

## DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE LOS COLABORADORES DEL GRUPO

### 1. Salud y seguridad

Deben ser tomadas las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la salud de los colaboradores, incluyendo los trabajadores temporales, que estén bajo su responsabilidad, tales como la prevención de riesgos profesionales, la información y la formación, y el establecimiento de una organización y medios adaptados.

### 2. Integridad y lealtad

Asegúrese de utilizar de acuerdo con las reglas definidas por el Grupo los bienes pertenecientes a JCDecaux, tales como las instalaciones, sistemas, equipos, tarjetas de pago, material informático (Internet, mensajería interna y otros) y suministros diversos.

No comprometa al Grupo con sus acciones individuales mediante acciones de patrocinio de actividades sociales, de caridad, asociativas ni en las áreas religiosa o política. Del mismo modo, no utilice su posición profesional en el Grupo con el fin de obtener directa o indirectamente beneficios o ganancias personales.

En el marco de cualquier acción de patrocinio, sponsoring o mecenazgo, creada por el Grupo, asegúrese de que los gastos sean justificados y proporcionales a la ventaja que el Grupo obtenga.

### 3. Confidencialidad de las informaciones transmitidas y recibidas

En el marco de las actividades cotidianas, tenga siempre presente limitar al máximo las informaciones transmitidas a terceros relativas al know-how y a los procedimientos de fabricación, derechos de propiedad intelectual acumulados por el Grupo JCDecaux en todos sus campos de actividad. En particular, cualquier información sobre el Grupo JCDecaux con carácter sensible o confidencial divulgada en el marco de relaciones con terceros sólo podrá ser en el marco de un acuerdo de confidencialidad aprobado por la Dirección Jurídica que defina las condiciones de protección de estas informaciones. Todas las informaciones o datos comunicados en este marco sólo podrán efectuarse si son listadas e identificadas y marcadas como confidenciales por usted mismo.

Las informaciones confidenciales recibidas de terceros sólo deben ser comunicadas internamente a aquellas personas que requieran su conocimiento, o a consultores que vengán a ser escogidos, asegurándose que estas personas y estos terceros están informados de las obligaciones de confidencialidad que se aplican a ellos.

### 4. Violación de los derechos de propiedad intelectual de terceros

Infórmese en los países en los cuales ejerce sus funciones, sobre la legislación aplicable en materia de protección de marcas, patentes, diseños y modelos y derechos de autor. En la mayoría de los países, la violación de tales derechos de propiedad intelectual conlleva la responsabilidad civil y penal de su autor.

Rechace cualquier práctica de piratería de software y de piratería numérica incluyendo en particular, pero no exhaustivamente, la reproducción del diseño, de un logo o de cualquier otra propiedad visual o sonora perteneciente a un tercero sin autorización expresa previa.

Si tiene alguna duda sobre cualquier comportamiento, contacte rápidamente a la Dirección Jurídica local, a la Dirección Jurídica de su zona geográfica o a la Dirección Jurídica del Grupo, que le aconsejará y estudiará con usted los límites legales de su acción.





## IV | Comité de Ética del Grupo

El Comité de Ética del Grupo está encargado de tratar las sospechas de violaciones sospechadas de una u otra de las Reglas Éticas Fundamentales, es decir:

- › la prohibición de la corrupción y del tráfico de influencia.
- › el respeto de las reglas de libre competencia, y
- › el respeto de las reglas en materia de información financiera y contable.

### 1. Consulta al Comité de Ética

Cualquier colaborador de una entidad del Grupo puede consultar al Comité de Ética Grupo, si sospecha de una violación de las Reglas Éticas Fundamentales y tiene razones para pensar que la transmisión de esta información a su Director, o a su Director General, puede presentar dificultades, o puede no estar seguida de una acción adaptada.

La consulta al Comité de Ética del Grupo:

- › permite que el Grupo progrese en su gestión cívica y ética, y
- › protege los intereses del Grupo a largo plazo.

Un Sistema de Alerta Ética del Grupo, disponible en la intranet, permite que cualquier empleado del Grupo JCDecaux en todo el mundo alerte directamente a la Secretaria del Comité de Ética del Grupo sobre una supuesta violación.

Las informaciones comunicadas, en el marco de este sistema de alerta ética, deben ser formuladas de manera objetiva y ser suficientemente precisas para poder proceder a la verificación de los hechos alegados.

El Comité de Ética del Grupo se reserva la posibilidad de no proceder al examen de alegaciones realizadas de mala fe y/o de alegaciones que sólo contengan declaraciones vagas desprovistas de informaciones suficientemente precisas.

Cada empleado tiene acceso libre y confidencial al sistema de alerta. Este último está compuesto por:

- › un formulario electrónico accesible en la página de inicio del sitio de intranet o extranet de cada país en el que el Grupo está presente;
- › una línea telefónica ética: (33 (0)1 30 79 79 11).

La secretaría del Comité de Ética del Grupo está bajo responsabilidad del Director Jurídico del Grupo. La misma puede contactarse a través del teléfono llamando al 33 (0)1 30 79 79 11 (Francia) o escribiendo al correo electrónico: [comite.ethique@jcdecaux.com](mailto:comite.ethique@jcdecaux.com)

El emisor de la alerta debe, por principio, identificarse. Su identidad será tratada de forma confidencial.

## 2. Protección de los colaboradores

El Grupo JCDecaux considera que el tratamiento rápido y eficaz de las anomalías es un valor esencial. Por ello, el Grupo no ejercerá, ni tolerará ninguna amenaza, sanción o represalia de ningún tipo contra sus colaboradores en razón de su expresión, de buena fe, en el marco de este procedimiento, incluso si no se confirman los hechos o si no se les diera ningún seguimiento.

La utilización del sistema anterior es facultativa. Los colaboradores que tuvieran conocimiento de hechos que puedan entrar en el marco de la competencia del Comité de Ética del Grupo, pero que no informen al Comité, no serán sancionados por esta razón.

Por otro lado, su utilización abusiva podrá exponer a su autor a sanciones disciplinarias y/o a procedimientos judiciales.

## 3. Protección de datos personales

El sistema de alerta ético es establecido por JCDecaux SA en su calidad de responsable por el tratamiento de datos.

De conformidad con la reglamentación aplicable a la protección de datos en la mayoría de los países en los cuales el Grupo se encuentra presente y, particularmente, en el seno de la Unión Europea, cualquier persona identificada en el marco de un sistema de alerta ético, ya sea el emisor de la alerta u el objeto de la alerta, puede contactar la Secretaría del Comité de Ética do Grupo para ejercer su derecho de acceso a los datos que la conciernen enviando una solicitud acompañada de la copia de un título de identidad, por correo electrónico, a la siguiente dirección: [comite.ethique@jcdecaux.com](mailto:comite.ethique@jcdecaux.com).

Igualmente podrá solicitar la rectificación o la supresión de los datos inexactos, incompletos, equívocos o caducados utilizando la misma modalidad.

## 4. Función del Comité de Ética del Grupo

El Comité de Ética del Grupo:

- › Se encarga de toda cuestión relacionada con las Reglas Éticas Fundamentales del Grupo JCDecaux y formula ante el Directorio toda recomendación que estime necesaria,
- › Examina, respetando la confidencialidad más absoluta, toda situación potencialmente contraria a las Reglas Éticas Fundamentales que pudiera enviarle, de buena fe, un colaborador, formula las recomendaciones que considere necesarias y prepara todas las respuestas, y
- › Propone modificaciones a la Carta de Ética.

## 5. Composición del Comité de Ética del Grupo y nombramiento de sus miembros

El Comité de Ética del Grupo se compone de tres miembros que son: el Presidente del Comité de Auditoría del Consejo de Vigilancia de JCDecaux SA; el Presidente del Comité de remuneraciones y de nominaciones de JCDecaux SA, el Director de la Auditoría Interna. Estas personas serán miembros del Comité mientras ejerzan sus funciones como tal en el seno de la Sociedad JCDecaux SA.

El Comité de Ética Grupo está presidido por el Presidente del Comité de Auditoría.

## 6. Funcionamiento del Comité de Ética Grupo

El Comité de Ética del Grupo se reúne al menos una vez al año. También se reúne, inmediatamente, cuando es convocado por su Presidente tras haber recibido una información sobre una situación contraria a las Reglas Éticas Fundamentales y todas las veces que estime necesario. En caso de necesidad, las reuniones pueden realizarse por teléfono o por medio de videoconferencia.

El Comité de Ética dispone de los más amplios poderes para investigar los hechos relacionados con una situación contraria a las Reglas Éticas Fundamentales; particularmente podrá solicitar la realización de auditoría interna, interrogar a cualquier persona que estimara útil, incluyendo personas ajenas a la empresa y recomendar medidas para solucionar tal situación.

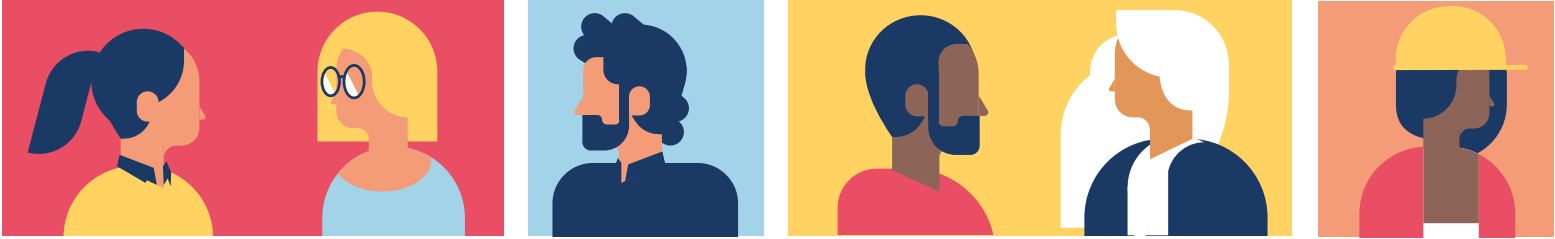
Los miembros del Comité de Ética del Grupo no pueden ser representados.

El Comité de Ética del Grupo toma sus decisiones a través de la mayoría de los miembros presentes. Se consideran como presentes los miembros que asisten a las reuniones por teléfono o por medio de videoconferencia. En caso de empate de votos, el del Presidente es preponderante.

## 7. Modalidades de reporte al Directorio

El Comité de Ética del Grupo puede, en cualquier momento y a su conveniencia, ponerse en contacto con el Directorio, en particular para someterle sus recomendaciones con objetivo de solucionar una situación contraria a las Reglas Éticas Fundamentales. En todo caso, el Comité de Ética del Grupo debe informar sobre sus trabajos anualmente al Directorio y al Consejo de Vigilancia mediante la entrega de un informe anual escrito.





La Carta Ética  
Edición 2018

JCDecaux