# SOMMAIRE


## FONDEMENTS 03

Message de notre Président
Notre objectif, nos valeurs et nos comportements
Principes clés de notre Code

## NOTRE CODE ET VOUS 06

À propos de notre Code
Ce que l'on attend de vous
Vous aider à prendre les bonnes décisions

## PROTÉGER LES PERSONNES ET LA PLANÈTE 10

Consommation responsable d'alcool
Droits de l'Homme
Santé et sécurité
Discrimination
Harcèlement

## PRÉSERVER L'INTÉGRITÉ DE L'ENTREPRISE 16

Concurrence loyale
Corruption et pots-de-vin
Cadeaux, divertissements et invitations
Con its d'intérêts
Sanctions et blanchiment d'argent

## PROTÉGER NOS ACTIFS 24

Intégrité  nancière et fraude
Utilisation des ressources de l'entreprise
Sécurité et con dentialité des informations
Protection des données personnelles
Propriété intellectuelle
Délit d'initié

## INTERAGIR DE MANIÈRE RESPONSABLE 31

Partenaires commerciaux
Marketing
Parrainages
Communication
Dons à des œuvres de bienfaisance
Activités politiques

## ALERTER 38

Que signi e Speak Up ?
Que pouvez-vous signaler via Speak Up ?
Quand faire un signalement Speak Up ?
Comment alerter ?
À quoi s'attendre lorsque vous faites un signalement Speak Up ?
En ce qui vous concerne, qu'implique Speak up ?

## GLOSSAIRE 43

# MESSAGE DE NOTRE PRÉSIDENT

## Chers collègues,

Depuis plus de 150 ans, HEINEKEN s'est forgé un solide héritage en tant qu'entreprise responsable et axée sur les valeurs.  Notre réussite et notre force proviennent de notre engagement à nous conformer aux normes d'intégrité les plus élevées et à placer les personnes au cœur de nos activités. Cet engagement est fondamental pour pouvoir réaliser notre ambition « Brasser un monde meilleur » et créer un impact positif pour nos consommateurs, clients, collaborateurs, tiers, actionnaires, communautés et notre planète.

En tant que brasseur international, nous opérons dans diverses régions et cultures qui peuvent di érer les unes des autres. De plus, l'imprévisibilité et la volatilité de notre époque créent de nouveaux dé s à surmonter, chaque jour. Nous nous e orçons de plus en plus de suivre le rythme rapide du monde qui nous entoure, ce qui ampli e ces dé s. C'est pourquoi nous devons commencer sur la base d'un principe commun  : notre INTÉGRITÉ.

Nous voulons gagner, mais seulement de la bonne manière, en faisant ce qu'il est juste de faire, même si cela signi e d'abandonner des opportunités commerciales. Nous reconnaissons que ce n'est pas toujours facile, mais nous sommes très  ers de donner la priorité à nos Valeurs au détriment de la valeur, quelle que soit la situation.

## Toujours. Partout.

Dans cette optique, je suis  er de partager notre Code de Bonne Conduite actualisé (le Code), qui nous guide pour mettre en pratique nos Valeurs et nos exigences élevées en matière d'intégrité. Le Code dé nit des normes de comportement pour garantir que nous faisons les bons choix, et que nous veillons à protéger non seulement notre solide héritage, mais aussi à nous protéger mutuellement et à protéger toutes les parties prenantes de HEINEKEN.

Veuillez lire attentivement notre nouveau Code et appliquer ses principes dans votre travail quotidien. Le Code des orientations sur la manière d'agir honnêtement et de manière éthique dans les di érentes situations que vous pouvez rencontrer au cours de votre travail chez ou avec HEINEKEN. Mais il ne vous dispense pas d'utiliser votre bon sens et votre jugement professionnel. Le Code ne saurait couvrir toutes les situations qui peuvent se produire. Il vous fournit plutôt des outils utiles pour vous guider dans la prise de bonnes décisions lorsque vous êtes confronté·e à des dilemmes.

En cas de doute, n'hésitez pas à avoir des conversations ouvertes et honnêtes et à discuter de vos préoccupations avec vos collègues, votre Manager, vos référents SPEAK UP, ou votre service Juridique. Ne restez pas silencieux si une violation potentielle de notre Code et de nos politiques vous préoccupe. Au lieu de garder le silence, signaler votre cas pour nous permettre de recti er la situation.

Suivre le Code est ce que vous avez de mieux à faire pour donner vie à toutes nos Valeurs : en agissant ainsi, vous exprimez votre passion pour les consommateurs et les clients, votre souci des personnes et de la planète, votre courage de rêver et d'être un pionnier pour assurer un développement durable, et votre joie de vivre, en sachant que vous avez fait ce qu'il est juste de faire.

Nos actions et décisions dé nissent qui nous sommes en tant qu'individus et en tant qu'entreprise. Ensemble, nous serons les artisans de notre avenir et de notre réussite commune. C'est ainsi que nous façonnons l'avenir de la bière et au-delà. Pour moi, c'est la vraie joie de vivre.

**Dolf van den Brink**

# OBJECTIF
# VALEURS
# COMPORTEMENTS

## NOTRE OBJECTIF

Nous Brassons la joie de vivre pour inspirer un monde meilleur.

Nous encourageons les moments qui nous rassemblent, qui créent des liens et qui sont inoubliables. Ils contribuent à améliorer un peu le monde.

Un jour, une bière, un tchin tchin ! à la fois !

## NOS VALEURS

**Passion** pour les consommateurs et les clients

**Protéger** les personnes et la planète

**Courage** de rêver et d'être un pionnier

**Joie** de vivre

## NOS COMPORTEMENTS

Comment nous venons travailler chaque jour en nous assurant de livrer, façonner, nous connecter et développer

# PRINCIPES CLÉS DE NOTRE CODE

## Nous agissons toujours avec intégrité

Nous sommes guidés par l'intégrité, la transparence et l'honnêteté chaque fois que nous agissons. Nous faisons ce qu'il est juste de faire, même lorsque personne ne regarde.

## Nous traitons tout le monde avec bienveillance, équité et respect

Nous sommes sur la voie d'un monde inclusif, juste et équitable. Nous célébrons la diversité de pensée et favorisons l'inclusion en créant un espace pour tous, de manière égale. Nous traitons toute personne avec respect a n qu'elle puisse donner le meilleur d'elle-même et être la plus heureuse possible au travail.

## Nous respectons la loi, Partout

Nous nous engageons à mener nos a aires dans le respect de toutes les lois et de la réglementation applicables, partout où nous exerçons nos activités, et à tout moment. Nos partenaires commerciaux sont également liés par cet engagement.

## Nous nous engageons en faveur du développement durable et de la responsabilité

Nous cherchons activement à avoir un impact positif sur le monde. Nous savons que nous pouvons uniquement prospérer si nos collaborateurs, notre planète et les communautés qui nous entourent prospèrent.

## Nous avons de vraies conversations et nous suivons le processus Speak Up

Nous discutons ouvertement et honnêtement de nos idées et de nos préoccupations. En cas de doute, nous demandons de l'aide. Si nous voyons quelque chose qui risque de ne pas être correct, nous le disons. Nous écoutons, respectons, soutenons et protégeons quiconque soulève une préoccupation honnête.

# NOTRE CODE ET VOUS

Notre Code constitue le fondement de notre façon de travailler et de faire des a aires. Il dé nit les principes clés de nos actions, décisions et interactions quotidiennes avec nos collègues et autres parties prenantes pour nous assurer que nous faisons ce qu'il est juste de faire.

**Toujours. Partout.**

> À propos de notre Code
>
> Ce que l'on attend de vous
>
> Vous aider à prendre les bonnes décisions

# À PROPOS DE NOTRE CODE

## Pourquoi avons-nous un Code ?

Il est essentiel de suivre notre Code pour créer une culture d'entreprise positive qui soutienne un comportement éthique et nous aide à maintenir la con ance et le respect que nos consommateurs, clients, communautés et partenaires commerciaux manifestent envers nous.

## Qu'est-ce qui est couvert par le Code ?

Dans le présent Code, vous trouverez nos principes clés et nos attentes mutuelles, ainsi que les attentes de notre organisation. Il couvre des sujets essentiels, notamment la discrimination, le harcèlement, la fraude et la corruption. Il dé nit la manière dont nous voulons agir et nous comporter dans le cadre de notre travail quotidien, envers les personnes à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise.

Cependant, le Code ne fournit pas de réponse à chaque question que vous pourriez avoir et ne peut pas couvrir toutes les situations que vous pouvez rencontrer. Mais il vous donnera les outils dont vous avez besoin pour prendre les bonnes décisions lorsque vous êtes confronté à des dilemmes. Et il vous indique où trouver des conseils si la réponse n'est pas claire et vers qui vous pouvez vous tourner pour obtenir de l'aide.

Des informations et documents plus détaillés relatifs à chaque sujet sont disponibles via les liens fournis dans chaque section. Lorsque les lois, réglementations, accords d'autoréglementation et exigences locales (qui peuvent di érer selon les pays) sont plus restrictifs que le présent Code, vous devez les respecter en priorité.

## Qui doit se conformer à notre Code ?

Nous tous ! Des stagiaires aux membres du conseil d'administration, des nouveaux arrivants aux employés plus anciens, nous devons tous respecter le Code lorsque nous travaillons pour ou avec HEINEKEN, à la fois au cours de notre travail quotidien et lors des événements liés au travail, comme pour les afterworks.

Nous exigeons de nos partenaires commerciaux qu'ils respectent les mêmes normes élevées d'intégrité que les nôtres, et qu'ils respectent l'esprit de notre Code. Les exigences spéci ques auxquelles ils doivent répondre sont décrites dans notre Charte éthique Fournisseur.

## Comment le Code peut-il vous guider ?

Vivre selon le Code et nos Valeurs est une responsabilité partagée. Cela commence avec chacun d'entre nous, y compris vous !

Le Code vous aide à :

- vous conduire honnêtement et de manière éthique ;
- respecter nos Valeurs et protéger à la fois notre réputation et la vôtre ;
- comprendre ce que l'on attend de vous dans le cadre de votre travail quotidien ;
- vous conformer aux lois et à la réglementation qui s'appliquent à notre organisation et à vous ;
- savoir où trouver de l'aide ou des conseils si vous avez des questions ;
- comprendre quand et comment utiliser Speak Up en cas de préoccupations ou dilemmes.

## Discuter ouvertement des préoccupations, demander de l'aide et des conseils, et alerter

Chaque situation est di érente, et aucun Code ne peut toutes les couvrir. Nous avons tous besoin de conseils et de soutien dans certaines situations – n'ayez jamais peur d'en solliciter. Si vous avez des doutes quant à la manière de faire ce qui est juste ou sur ce qu'est la juste chose à faire, discutez-en ouvertement avec un collègue.

Si vous avez le sentiment que quelque chose n'est pas correct, nous vous encourageons à utiliser Speak Up pour que nous puissions traiter votre préoccupation. Alerter et partager vos préoccupations est un élément essentiel d'une culture d'ouverture et de con ance, et de la résolution des problèmes en temps opportun.

Vous pouvez vous tourner vers diverses personnes et utiliser divers canaux pour alerter. Choisissez la personne ou le canal qui vous convient le mieux. La discussion peut être considérée comme un e ort conjoint entre vous et notre organisation pour résoudre un problème avant qu'il ne prenne plus d'ampleur. Vous pouvez également déposer un rapport via notre portail externe Speak Up, de manière anonyme si vous le souhaitez.

## Que se passe-t-il en cas de violation de notre Code ?

Les violations de notre Code peuvent nuire à notre entreprise et à nos employés, et saper la con ance que les autres nous accordent. C'est pourquoi tout non-respect du Code est pris très au sérieux et peut donner lieu à des mesures disciplinaires à l'encontre des personnes impliquées.

# CE QUE L'ON ATTEND DE VOUS

Il incombe à tout un chacun de respecter le Code.
Être  dèle au Code signi e donner vie à ces principes, dans toutes nos actions et interactions. Toujours. Partout. Ensemble.

## En tant que collaborateur, vous avez la responsabilité de :

- Poursuivre notre Objectif, nos Valeurs et le présent Code. Tout commence par cela. Alors, familiarisez-vous avec le Code pour comprendre ce que l'on attend de vous et ce que vous pouvez attendre de vos collègues et de notre organisation ;
- Faites preuve de discernement et agissez avec intégrité et honnêteté. Le présent Code vous aidera à faire ce qu'il est juste de faire. Mais votre instinct est aussi là pour une raison. Si vous avez l'impression que quelque chose n'est pas correct, c'est probablement le cas.
- Choisissez toujours nos Valeurs au détriment de la valeur. Ne succombez pas à la pression de la réussite qui vous pousse à mal agir sciemment ou vous met mal à l'aise. Personne n'a le droit de vous faire faire quelque chose qui viole nos Valeurs et le présent Code.
- Respecter toutes les politiques et lois qui s'appliquent à votre travail. Certains rôles s'accompagnent de responsabilités supplémentaires et spéci ques ; par exemple des exigences de sécurité si vous travaillez dans un entrepôt ou une brasserie.  Respectez les exigences et suivez toutes les formations qui vous sont assignées : c'est la meilleure façon d'apprendre.
- Ayez des conversations ouvertes et demandez conseil. Si vous ne savez pas quoi faire ou si vous avez des doutes ou préoccupations quant à la conformité d'une action spéci que à notre Code, il vous su t de demander ! Chaque section du Code vous indiquera les personnes compétentes pour vous aider et vous soutenir.
- Speak Up! Si vous êtes témoin, dites quelque chose. Si vous voyez ou soupçonnez que des collègues ou des partenaires commerciaux violent notre Code ou la loi, alertez via Speak Up pour que nous puissions traiter le problème. Vous devrez peut-être faire preuve de courage, mais c'est ce qu'il est juste de faire.

## Si vous êtes un Manager, vous avez des responsabilités supplémentaires :

- Donnez l'exemple. Assurez-vous de montrer que vous vous comportez vous-même conformément aux attentes.
- Veillez à ce que votre équipe comprenne notre Code. Proposez des conseils et un soutien à votre équipe si nécessaire.
- Créez un environnement de travail inclusif. Assurez-vous que chacun·e puisse être lui-même/elle-même au travail et se sente habilité·e à parler ouvertement et honnêtement. Prêtez une oreille attentive si un·e collègue soulève une question ou une préoccupation.
- Créez une culture sûre pour pouvoir alerter. Encouragez votre équipe à utiliser Speak Up si elle subit, voit ou soupçonne des actions ou comportements qui ne sont pas conformes au Code. Soutenez toute personne qui fait part de ses préoccupations ou porte à votre attention des violations réelles ou potentielles, et assurez-vous que ses préoccupations sont correctement traitées. N'exercez jamais de représailles à l'encontre des personnes qui soulèvent une préoccupation de bonne foi, n'ignorez jamais les problèmes, et empêchez-les de se produire ou de s'aggraver.
- Ré échissez au COMMENT et au POURQUOI. Lorsque vous  xez des objectifs et évaluez les performances des membres de votre équipe, ré échissez à la manière dont ils obtiennent ces résultats. N'oubliez pas ! Nous choisissons toujours nos Valeurs au détriment de la valeur.

## Nous voulons faire ce qu'il est juste de faire. Toujours. Partout.

Mais nous savons tous que tout n'est pas toujours noir ou blanc. Certaines décisions sont plus di ciles à prendre. Que faire si ce qu'il est juste de faire n'est pas évident ? Si vous vous trouvez dans une zone grise, ou si la situation est  oue, utilisez votre bon sens et votre jugement professionnel, et demandez conseil ou de l'aide en cas de doute.

Dans un premier temps, posez-vous la question :

- ★ Est-ce légal ?
- ★ Est-ce éthique ?
- ★ Est-ce juste ?

Si vous répondez « Non », « Probablement ? » ou « Je ne suis pas sûr·e » à l'une de ces questions, arrêtez-vous et ré échissez avant d'agir. Si vous envisagez toujours d'aller de l'avant, veiller à consulter d'abord le service juridique (ou un autre service, le cas échéant).

## Et demandez conseil et de l'aide lorsque vous en avez besoin.

Nous reconnaissons qu'il n'est pas toujours facile de prendre la bonne décision. Vous pouvez vous retrouver dans une situation di cile, voire à un dilemme moral, et vous demander ce qu'il faut faire dans ce cas-là. Ou il se peut que les règles soient claires, mais que les suivre soit plus facile à dire qu'à faire étant donné les circonstances. N'oubliez pas que vous n'êtes pas seul·e. Notre entreprise vous invite à poser des questions, à discuter ouvertement des dilemmes et à demander conseil et de l'aide. Chaque section du Code vous indiquera les personnes compétentes au niveau local et mondial. Ensemble, nous pouvons relever les dé s et protéger notre entreprise et nos collaborateurs.

## Les questions suivantes vous aideront et vous guideront davantage :

# PROTÉGER LES PERSONNES ET LA PLANÈTE

Les gens sont au cœur de notre organisation.
Nous ne pourrons prospérer que si nos collaborateurs et collaboratrices, nos communautés et notre planète prospèrent.

- Consommation responsable d’alcool
- Droits de l’Homme
- Santé et sécurité
- Discrimination
- Harcèlement

# ÊTRE AMBASSADEUR D'UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

En tant qu'un des plus grands brasseurs au monde, nous ne voulons pas seulement brasser de manière responsable, nous voulons également que les personnes consomment de manière responsable. Nous nous engageons à rendre la modération positive, à nous préoccuper de la consommation abusive d'alcool, et à o rir le choix aux consommateurs avec notre portefeuille 0.0.

Toujours. Partout.

- Être ambassadeur d'une consommation responsable. Cela signi e donner l'exemple en consommant de manière responsable et encourager les autres à en faire autant. Choisissez la bonne boisson pour l'occasion, avec ou sans alcool.
- Soyez un consommateur responsable. Si vous choisissez de consommer de l'alcool, faites-le toujours avec modération et assurez-vous de vous comporter de manière responsable. La consommation d'alcool (même avec modération) peut altérer votre comportement, votre jugement et votre dextérité. Faites attention à cela, notamment lorsque vous allez à des afterworks et que vous assistez à d'autres événements sociaux en lien avec le travail où de l'alcool est servi. L'alcool n'est jamais une excuse pour se comporter de manière irresponsable ou inappropriée envers un collègue par exemple et vous pouvez faire l'objet de mesures disciplinaires si vous agissez ainsi. Faites preuve de bon sens et soyez attentif à votre réputation et à celle de votre entreprise.
- Évitez de consommer de l'alcool pendant les heures de travail. Si vous conduisez un véhicule (par exemple un chariot élévateur ou un camion) ou une machine, ou que vous travaillez avec des substances ou du matériel dangereux, vous n'êtes jamais autorisé à boire de l'alcool ou à être en état d'ivresse pendant les heures de travail. La consommation d'alcool peut altérer vos capacités à faire votre travail en toute sécurité et peut vous mettre en danger, vous et d'autres personnes. Pour certains rôles et certaines fonctions, une consommation limitée de boissons alcoolisées est autorisée, par exemple pour tester et goûter des produits, accueillir des invités à titre représentatif, ou rendre visite à des clients en tant que commercial. Si vous consommez des boissons alcoolisées pendant vos heures de travail, faites-le de manière responsable et veillez à ce que votre jugement, votre santé, votre sécurité et votre performance ne soient jamais altérés par l'alcool.
- Ne buvez jamais quand vous conduisez. Si vous devez conduire un véhicule à un moment quelconque, nous vous encourageons fortement à ne pas consommer d'alcool, même si cela est autorisé par les lois applicables. Il existe deux façons simples d'éviter la conduite en état d'ébriété :
  - prendre un autre moyen de transport ;
  - consommer des boissons sans alcool. Avec notre portefeuille de boissons sans alcool (0.0), vous avez toujours le choix ! Dans tous les cas, respectez toujours le taux légal d'alcoolémie au volant qui peut varier d'un pays à l'autre.
- Suivez le Responsible Marketing Code.. Il aide toutes les personnes impliquées dans le marketing et la vente de nos produits à s'assurer que nous n'exposons pas nos marques à des mineurs et que nous ne contribuons pas à une consommation excessive o u une mauvaise utilisation de l'alcool.

**Cela pourrait se produire...**
Je participe à un événement social avec des collègues. Je préfère m'abstenir de consommer de l'alcool, mais tout le monde boit des bières alcoolisées.

**Vous pourriez penser...**
Je vais simplement commander ce que tout le monde boit. Je ne veux pas qu'ils pensent que je suis ennuyeuse, ou qu'ils commencent à demander si je suis enceinte...

**Mais, en fait...**
Le choix de boire ou non de l'alcool vous appartient ! Et nous nous attendons à ce que chacun d'entre vous respecte les choix des autres. Toujours. Partout. Si vous vous sentez exclu·e lorsque vous choisissez de ne pas boire, alerter via Speak Up. Parlez-en ouvertement avec votre équipe ou faites-en part à un collègue de con ance.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Guide sur la consommation responsable
Responsible Marketing Code
Conseils pour consommer de manière responsable et pour réduire sa consommation

**Continuez à apprendre**
Formation en ligne sur la consommation responsable à l'intention des collaborateurs et des managers

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue des Ressources humaines ou Global Health & Safety. Ils peuvent également vous en dire plus sur nos Programmes d'aide destinés à apporter un soutien aux collaborateurs pour lesquels la consommation responsable est un challenge.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PROTÉGER LES DROITS DE L'HOMME

Le respect de la dignité et des droits de l'Homme des personnes est une base clé de la manière dont nous faisons des a aires, à la fois dans le cadre de nos propres opérations et dans toute la chaîne de valeur.

Des employés de nos brasseries et centres de distribution au personnel de nos bureaux du monde entier, des représentants commerciaux aux fournisseurs : nous visons à soutenir, respecter, faire progresser les droits de l'Homme et à garantir des pratiques d'emploi équitables pour tous.

Toujours. Partout.

## Quelles sont nos normes minimales ?

En tant qu'entreprise, nous avons dé ni 10 normes minimales relatives aux droits de l'Homme. Elles constituent le fondement de ce que nous considérons comme étant le plus important dans le cadre de nos propres opérations et nos chaînes de valeur locales, y compris dans les pays où les lois ne stipulent pas de normes ou stipulent des normes inférieures.

- Nous donnons la priorité à la santé et à la sécurité Nous nous engageons à o rir un environnement de travail sûr et sain pour tous.
- Nous ne faisons pas de discrimination. Nous traitons les personnes sur un pied d'égalité et avec équité, sur la base du principe de non-discrimination et de méritocratie (quali cations, expérience, performance, compétences et potentiel de l'individu).
- Nous disons non au harcèlement. Nous ne tolérons aucun harcèlement, aucune intimidation, aucun abus ni aucune menace, qu'ils soient physiques, verbaux, sexuels ou psychologiques.
- Nous respectons la liberté d'association et le droit à la négociation collective de nos employés. Nos employés peuvent choisir d'être représentés légalement par un syndicat sans crainte de représailles.
- Nous ne tolérons pas le travail forcé. Cela inclut les situations dans lesquelles des personnes sont forcées de travailler, sous l'emprise de la violence ou de l'intimidation, ou d'autres moyens plus subtils.
- Nous protégeons les droits des enfants. Nous nous interdisons de recourir, ou d'autoriser le recours, au travail des enfants dans nos établissements ou dans ceux de nos fournisseurs.
- Nous reconnaissons le droit au repos et aux loisirs. Nous soutenons un équilibre sain entre la vie professionnelle et la vie privée de nos employés, comme le reconnaissent les lois, la réglementation et les coutumes locales.
- Nous promouvons l'équité salariale et l'égalité de revenus.Tous nos employés doivent être su samment rémunérés pour pouvoir avoir un niveau de vie décent, couvrant leurs besoins de base et ceux de leur famille. Nous exhortons nos fournisseurs à en faire de même.
- Nous reconnaissons le droit à l'eau comme l'un des droits de l'Homme fondamentaux. Nous o rons un accès à de l'eau potable et à des installations sanitaires sur tous nos sites.
- Nous respectons les droits de l'Homme dans les contextes à haut risque. Nous faisons un examen critique de la situation pour déterminer si nous pouvons continuer à exercer nos activités dans de tels contextes et, le cas échéant, de quelle façon. Nous protégeons en toutes circonstances la sécurité de nos employés, de leurs proches et de nos sites.

## Qu'attend-on de nos partenaires commerciaux ?

Nous avons un impact potentiel sur les droits de l'Homme, indi éremment du lieu où nous sommes ou de la manière dont nous opérons, y compris par le biais des activités de nos fournisseurs directs et de leurs propres fournisseurs. Nos standards minimaux ne s'appliquent donc pas uniquement à nos propres opérations. Nous nous engageons à travailler avec des tiers qui aspirent aux mêmes exigences que nous.

## Qu'est-il attendu de vous ?

Les normes dé nissent nos engagements en tant qu'entreprise mais, en tant que collaborateur, vous jouez également un rôle clé pour garantir que nous protégeons et respectons la dignité et les droits de l'Homme. Cela s'applique particulièrement aux trois premières normes, qui sont donc décrites plus en détail dans les chapitres suivants, a n que vous sachiez ce que l'on attend de vous et ce que vous pouvez attendre des autres.

## Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose.

Nous comptons sur vous pour être les yeux et les oreilles de notre entreprise. Si vous voyez ou soupçonnez que des personnes agissant au sein de notre organisation ou dans la chaîne d'approvisionnement en violant peut-être nos normes relatives aux droits de l'Homme, vous devez alerter. En nous alertant, vous nous donnez la possibilité de résoudre le problème.

### ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Directives de mise en œuvre pour les droits de l'Homme
Principes en matière de respect des droits de l'Homme dans les contextes à haut risque et les environnements volatils Guide sur la sécurité et les droits de l'Homme

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue des Ressources humaines ou Global Social Sustainability.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# MAINTENIR UN LIEU DE TRAVAIL SÛR ET SAIN

Nous donnons la priorité à la santé et à la sécurité Cela signi e que nous ne faisons aucun compromis concernant la sécurité et faisons de notre mieux pour nous assurer que tous nos collègues et sous-traitants rentrent chez eux sains et saufs, chaque jour.

Toujours. Partout.

Nous contribuons tous à faire de notre organisation un lieu de travail sûr. Nous avons travaillé dur à l'élaboration de notre culture en faveur de la sécurité grâce à notre cadre Safety Leadership, de nos procédures, audits et e-learning. Mais qu'est-ce qui exerce la plus grande in uence sur la sécurité sur le lieu de travail ? Les employés qui manifestent de l'ardeur au travail comme vous, qui restent vigilants et conscients de leur environnement, adoptent des pratiques de travail sûres et veillent sur leurs collègues au quotidien. Protégez-vous et protégez les autres.

- Pensez et vivez « la sécurité d'abord ». Respectez toujours nos Engagements Qui Sauvent, respectez l'ensemble de la réglementation et des procédures en matière de santé et de sécurité qui s'appliquent à votre travail et à votre site. Assurez-vous que les sous-traitants connaissent et respectent également ces engagements.

- Respectez toujours notre Règle d'or : arrêtez le travail et alertez via Speak Up si le comportement ou les conditions ne sont pas sûrs et/ou si les Engagements pour sauver des vies ne peuvent pas être appliqués dans leur intégralité. Ne continuez jamais à travailler si vous pensez que ce n'est pas sûr. Familiarisez-vous avec les dangers présents dans votre zone de travail. N'accomplissez pas de tâches pour lesquelles vous n'êtes pas formé, compétent, médicalement apte, su samment reposé et su samment alerte pour l'e ectuer. Cela s'applique à vous et à ceux qui vous entourent.

- Signalez tous les problèmes de sécurité. Cela inclut les incidents, les blessures, les accidents évités de justesse et les conditions dangereuses. Signalez-les immédiatement, a n que nous puissions prendre des mesures pour éviter tout préjudice pour vous et les autres.

## Nos Engagements Qui Sauvent

- Être sobre et ne pas être sous l'emprise de drogues
- Garder les deux mains sur le volant et rester concentrer sur sa conduite
- Porter une ceinture de sécurité ou un casque intégral
- Conduire à la vitesse appropriée
- Utiliser les véhicules et l'équipement en toute sécurité
- Suivre les procédures de verrouillage et d'étiquetage
- Suivre les procédures CO2
- Manipuler les substances dangereuses en toute sécurité
- Suivre les procédures relatives aux espaces con nés
- Suivre les procédures de travail en hauteur
- Suivre les procédures de travail à chaud
- Suivre les procédures relatives aux chariots élévateurs

## Qu'en est-il de la santé mentale ?

Nous reconnaissons que la santé et la sécurité sont également une question de santé mentale. Si vous avez des préoccupations concernant votre santé mentale, contactez l'équipe des Ressources humaines pour en savoir plus sur r Programmes d'aide aux employés.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Politique santé et sécurité
HEI-Life: Le bien-être chez HEINEKEN
Portail mondial de la Sécurité

**Continuez à apprendre**
Formation sur les Engagements Qui Sauvent

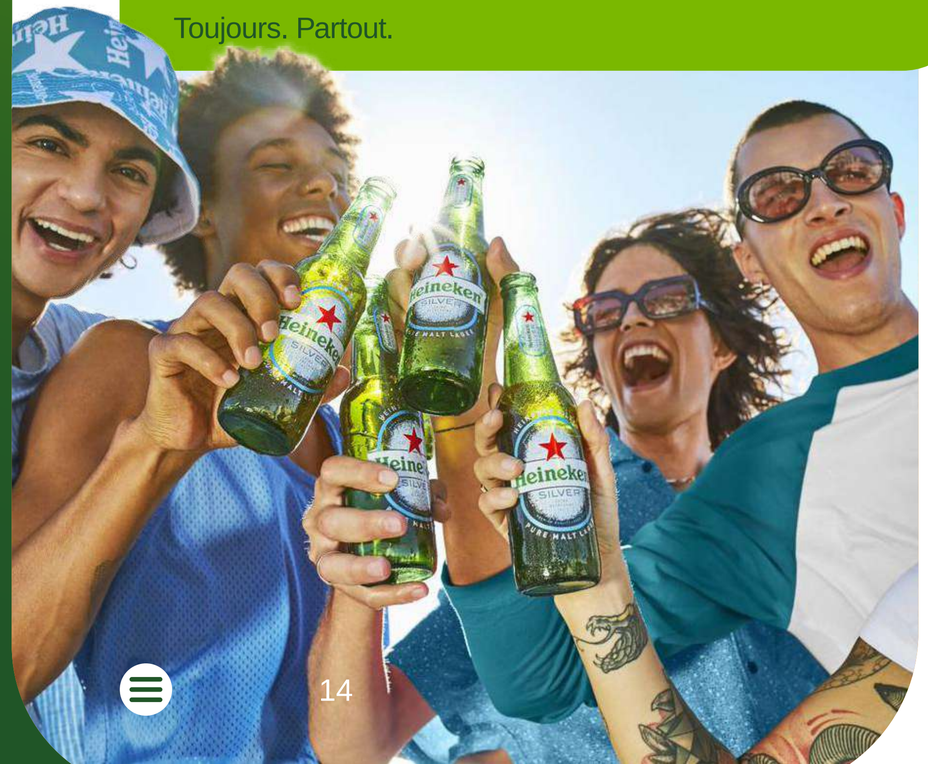
**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue des Ressources humaines ou Global Health & Safet

**Signaler un incident, un accident ou un accident évité de justesse ?**
Signalement des incidents

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

La diversité des idées permet de brasser d'excellentes bières. Nous encourageons une culture où la diversité est adoptée et célébrée, a n que chacun puisse s'épanouir. Nous pensons que les équipes diversi ées et inclusives stimulent la diversité des pensées, une plus grande innovation et de meilleures performances. La discrimination n'est pas tolérée. La valeur de tout le monde doit être reconnue de manière juste et équitable, de sorte que chaque personne puisse atteindre son plein potentiel.

Toujours. Partout.




Chacun d'entre nous joue un rôle dans la création d'un environnement de travail inclusif exempt de discrimination. Vous pouvez être vous-même chez HEINEKEN, et vous devez vous assurer que les autres peuvent également être eux-mêmes. Valorisez et respectez vos collègues, ne faites jamais de discrimination pour que nous ayons tous une chance égale de nous développer et de réussir.

- Traitez toute personne de manière juste et équitable, sans distinction. Cela signi e absolument tout le monde. Appliquez nos Neuf Pratiques Inclusives dans votre travail et ne faites jamais de distinction en fonction de la race, la couleur, le sexe, l'orientation sexuelle, la religion, l'origine nationale ou sociale, l'âge ou le handicap. Lorsque vous prenez des décisions en matière d'emploi, telles que l'embauche, l'évaluation des performances, la promotion, la formation et la rémunération, appliquez le principe de méritocratie. Cela signi e prendre des décisions basées sur des facteurs comme les quali cations, l'expérience, la performance, les compétences et le potentiel de l'individu.
- Rendez le lieu de travail sûr et sain pour tous. Respectez l'identité individuelle et la diversité de tous, permettez à chacun de partager et de dire la vérité sans crainte de conséquences négatives.
- Soyez attentif à l'impact de vos actions et de vos paroles. Communiquez de manière inclusive et d'une manière qui ne risque pas d'être blessante. Adaptez votre style de communication pour connecter avec vos collègues. Évitez les comportements non inclusifs, tels que les blagues sur l'origine ou l'éducation d'une personne, susceptibles d'être blessants. Cela va à l'encontre de nos Valeurs et de notre culture d'entreprise.
- Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose. N'acceptez pas les situations problématiques et utilisez Speak Up en cas de comportement discriminatoire, non inclusif ou inéquitable, si vous en êtes vous-même victime, si vous en êtes témoin ou si c'est une victime qui vous en fait part.

**Posez-vous la question suivante...**
Ce commentaire pourrait-il conduire quelqu'un à se sentir exclu en raiso de son origine ou de son éducation

**Cela pourrait se produire...**
Mon manager m'a dit que je ne serais pas prise en considération pour cette promotion parce que je dois partir en congé de maternité et que le poste exige plus de dévouement et de exibilité.

**Vous pourriez penser...**
Pourrait-il s'agir de discrimination ? Peut-être que mon manager a raison, parce que je serai moins exible pour voyager.

**Mais, en fait...**
Vous devez faire part de votre préoccupation. De telles décisions d'emploi doivent être prises sur la base de critères liés à l'emploi (quali cations, expérience et compétences), que vous soyez marié, célibataire ou parent. Vous pouvez le signaler à votre manager ou via l'un des canaux Speak Up.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Portail mondial de la Diversité, équité et inclusion
Neuf Pratiques Inclusives

**Continuez à apprendre**
Formation au leadership inclusif

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue des Ressources humaines, un ambassadeur de la diversité, équité et inclusion local ou mondial, ou contactez vos référents SPEAK UP.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# DIRE NON AU HARCÈLEMENT

Un lieu de travail respectueux et sûr donne à chacun la possibilité d'avoir du plaisir à travailler et de faire de son mieux. Nous ne tolérons donc pas le harcèlement et nous nous attendons à ce que chacun d'entre nous témoin d'un harcèlement l'arrête.

Toujours. Partout.

Le saviez-vous ?
93 % des victimes de harcèlement signalent la présence d'un témoin au minimum. Dans de nombreux cas, la victime est trop gênée ou intimidée pour le signaler. Alors, alertez si vous êtes témoin d'une quelconque forme de harcèlement. C'est ce qu'il est juste de faire.

Le harcèlement peut prendre de nombreuses formes, mais il a toujours un impact préjudiciable sur les personnes et le lieu de travail. Une personne victime de harcèlement peut se sentir intimidée, humiliée, diminuée ou dégradée, et cela peut avoir de graves conséquences sur son bien-être mental. Le harcèlement nuit également au moral et à la culture sur le lieu de travail. C'est pourquoi nous jouons tous un rôle clé dans le maintien d'un environnement où chacun se sent en sécurité, tant physiquement que psychologiquement.

- Reconnaissez le harcèlement lorsque vous le voyez. Le harcèlement peut être verbal, physique ou sexuel, et comprend les menaces, l'intimidation, les blagues blessantes, les attouchements inappropriés et les commentaires désobligeants. Quelle que soit sa nature ou sa forme, le harcèlement n'est pas toléré.
- Traitez tout le monde avec dignité et respect, indépendamment du rôle, du poste ou d'autres traits. Interagissez et communiquez toujours de manière professionnelle et respectueuse, non seulement avec vos collègues, mais également avec vos clients, fournisseurs et autres tiers.
- Soyez attentif à l'impact de vos actions et de vos paroles. Évitez d'o enser les autres, même involontairement (p. ex., en ayant certains propos dans un contexte de plaisanterie ou en montrant des images [potentiellement] o ensantes). Gardez les di érences culturelles à l'esprit.
- Si vous voyez quelque chose de problématique, dites-le. Si vous êtes victime ou témoin de harcèlement, ne l'ignorez pas ou ne tournez pas la tête, mais alertez via Speak Up. Parlez directement à la personne concernée ou, si vous n'êtes pas à l'aise pour le faire, utilisez l'un de nos canaux Speak Up. Le fait d'alerter peut nécessiter que vous fassiez preuve de courage, mais c'est ce qu'il est juste de faire. Le risque réside dans le fait d'ignorer ce qui se passe. Ce qui pourrait sembler être un petit problème au départ, pourrait devenir un problème plus important au l du temps et grandement s'aggraver s'il n'est pas traité.
- Sachez faire la di érence entre ce qui est harcèlement verbal et ce qui ne l'est pas. Par exemple, des commentaires ou critiques ne sont pas nécessairement du harcèlement verbal en eux-mêmes, même s'ils vous contrarient. En cas de doute, adressez-vous à un partenaire commercial des ressources humaines ou à un Référent SPEAK UP.

**Il s'agit toujours de harcèlement, indépendamment du fait que...**

- il implique des membres du même sexe ou du sexe opposé ;
- il se produit au cours ou en dehors des heures de travail ;
- il est commis par un fournisseur ou un client ;
- il a lieu virtuellement, par exemple par e-mail, SMS ou sur les réseaux sociaux ;
- il se produit à l'intérieur ou à l'extérieur des locaux de la Société.

**Posez-vous la question suivante...** Comment me sentirais-je si quelqu'un me disait cela ou agissait ainsi envers moi, ou à/envers quelqu'un qui m'est cher

**Cela pourrait se produire...**
Lors des réunions d'équipe, notre manager crie souvent après moi et un collègue plus jeune, en disant que nous sommes stupides et incapables. Je peux personnellement faire face à cette situation, mais je peux clairement dire que mon collègue plus jeune se sent blessé et qu'il ressent un sentiment d'insécurité.

**Vous pourriez penser...**
Notre manager est probablement sous pression, nous devons donc ignorer ses commentaires. Je m'assurerai de soutenir mon collègue junior lorsque la situation empirera.

**Mais, en fait...**
Vous devez en parler et adresser le comportement de votre manager et son impact négatif. Si vous vous sentez à l'aise, vous pouvez en parler directement à votre manager. Cela pourrait être su sant pour amener la personne à ré échir et à s'arrêter. Sinon, ou si la situation continue ou s'aggrave, vous pouvez utiliser l'un des canaux Speak Up pour signaler le problème a n d'éviter des dommages supplémentaires.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Reconnaître le harcèlement

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue des Ressources humaines local ou mondial, ou contactez vos référents SPEAK UP.

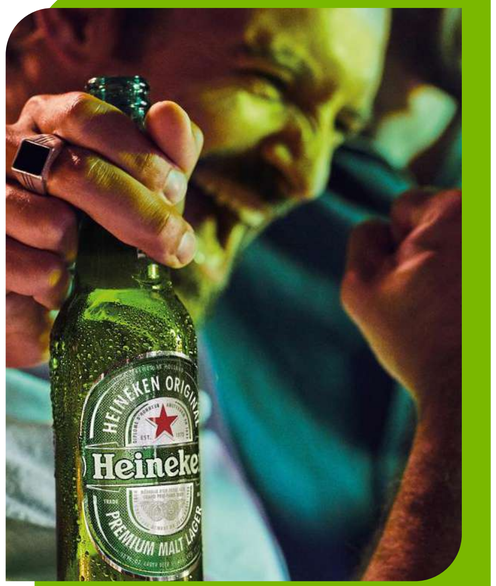
**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PRÉSERVER L’INTÉGRITÉ DE L’ENTREPRISE

Nous sommes  ers d’être une entreprise responsable, axée sur les valeurs. Notre réussite et notre force dépendent de notre engagement à respecter les normes d’intégrité les plus élevées.

- Concurrence
- Corruption et pots-de-vin
- Cadeaux, divertissements et invitations
- Con its d’intérêts
- Sanctions et blanchiment d’argent

# CONCURRENCE LOYALE




Nous jouons équitablement et gagnons de la bonne manière. Nous suivons les règles du jeu pour pouvoir rivaliser avec con ance.

Toujours. Partout.

Une concurrence libre et loyale crée des conditions équitables et permet au marché d'être orissant. Elle stimule l'innovation, protège nos clients et consommateurs, et pro te à ceux-ci. C'est pourquoi nous rivalisons vigoureusement, mais équitablement, et laissons la qualité de nos produits et le pouvoir de nos marques – et non des pratiques contraires à l'éthique – piloter notre réussite.

- Faites concurrence toujours de façon loyale et légale. Familiarisez-vous avec le droit de la concurrence qui s'applique à votre pays et assurez-vous de le respecter. Bien que le droit de la concurrence puisse être technique et complexe, son objectif est de protéger les intérêts des clients et des consommateurs. Il interdit et empêche toujours que les entreprises dominantes abusent de leur pouvoir de marché, et que toutes les entreprises concluent des accords ou des ententes qui bloquent, restreignent ou faussent la concurrence.

- Respectez le marché libre. Ne concluez jamais d'accords avec des concurrents, clients ou partenaires commerciaux, que ce soit de manière formelle ou informelle, pour :
  - augmenter, dé nir ou maintenir (« xer ») les prix ;
  - répartir les marchés, territoires ou clients ;
  - empêcher une autre entreprise d'entrer sur le marché ;
  - restreindre la production, les ventes ou le rendement ;
  - in uencer le résultat d'une o re concurrentielle (« truquage d'o res ») ;
  - imposer des prix xes pour la revente de produits à nos clients.

  Il s'agit de violations majeures qui peuvent avoir de graves conséquences pour les entreprises et les individus : amendes massives, mauvaise publicité et même, dans certains cas extrêmes, peines de prison.

- Ne partagez pas d'informations con dentielles. En particulier, ne partagez jamais les coûts des produits et les informations tarifaires avec nos concurrents et clients.

- Veillez à rassembler uniquement de la bonne manière des renseignements sur la concurrence. Cela signi e par le biais de sources publiques ou de commentaires non sollicités des clients. Ne vous adressez jamais à un concurrent ou à un client pour obtenir des informations sur un concurrent. S'il vous propose de vous les fournir, refusez et partez.

- Soyez très prudent si nous avons une position dominante sur un marché. Être un acteur dominant implique de suivre des règles supplémentaires pour protéger le marché libre et les consommateurs, telles que des règles sur la durée des contrats, les conditions de crédit et l'exclusivité, a n de garantir que nous n'abusons pas de notre position.

- En cas de doute ou de préoccupation, demandez conseil à votre service Juridique. Et surtout si vous vous livrez à des activités à haut risque. Ne pas savoir qu'une activité n'était pas autorisée ne vous protégera pas et ne protègera pas notre organisation si nous enfreignons la loi.

- Refusez et éloignez-vous de toute discussion inappropriée. Si vous vous trouvez dans une telle situation, partez et informez immédiatement votre service Juridique.

- La communication et les perceptions sont importantes ! Soyez prudent dans le cadre de toutes vos communications internes et externes pour éviter même de donner l'impression que vous violez le droit de la concurrence.

- Si vous voyez quelque chose de problématique, dites-le. Alertez via Speak Up si vous êtes témoin d'un comportement anticoncurrentiel ou soupçonnez un comportement anticoncurrentiel de la part de notre organisation ou de concurrents, et informez immédiatement votre manager ou le service Juridique.

**Posez-vous la question suivante...** Cela pourrait-il être considéré comme gagner injustement ?

**Cela pourrait se produire...**
Nous avons une nouvelle collègue qui a récemment quitté son emploi chez notre concurrent. Elle a proposé de partager la stratégie tarifaire de son ancienne entreprise.

**Vous pourriez penser...**
Ces informations pourraient être utiles. Pourquoi ne pas l'utiliser en toute con dentialité ?

**Mais, en fait...**
Vous devez refuser cette o re et rappeler à votre nouvelle collègue que cela est contraire au droit de la concurrence et à notre Code.

## Qu'entendons-nous par « accords » ?

Il s'agit d'un terme général qui ne couvre pas seulement les contrats, mais qui comprend également la conclusion d'une entente, qu'elle soit :

- explicite ou implicite ;
- écrite ou orale ;
- directement ou indirectement par le biais d'une autre partie.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Brochure Faire concurrence en toute con ance
Guide sur les perquisitions
Liste d'activités à haut risque

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez votre équipe Juridique, ou contactez l'équipe du Droit de la concurrence de Global Legal A airs.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# NE VOUS LIVREZ JAMAIS À DES PRATIQUES DE POTS DE VIN ET DE CORRUPTION

La corruption alimente la pauvreté, sape la croissance économique durable, et empêche les entreprises de faire des a aires dans des conditions équitables. En tant qu'entreprise mondiale, nous avons un rôle à jouer pour résoudre ces problèmes. C'est pourquoi nous adoptons une approche de tolérance zéro à l'égard des pots-de-vin et de la corruption.

Toujours. Partout.

Souvent, nous imaginons un pot-de-vin comme une enveloppe remplie d'espèces. Mais un pot-de-vin peut prendre de nombreuses formes. Lorsqu'elle est donnée pour une mauvaise raison, pour in uencer indûment quelqu'un, toute chose de valeur peut être un pot-de-vin. Les cadeaux, billets, dons, et même des avantages comme une o re de stage. Quelle que soit sa forme, de taille grande ou petite, la corruption est toujours injuste, malhonnête et condamnable. Elle est préjudiciable à l'organisation et aux a aires. Elle peut nuire à notre réputation et entraîner des amendes, voire des peines d'emprisonnement pour les personnes impliquées. Nous avons tous le devoir de résister à la corruption.

- Respectez notre politique de tolérance zéro, quelles que soient les pratiques ou lois locales. Les lois anti-corruption peuvent être compliquées et varier d'un pays à l'autre, mais notre politique est simple : nous interdisons la corruption, sous toutes ses formes, partout. Pas seulement dans les relations avec les agents publics, mais aussi dans les relations commerciales. N'o rez, ne promettez, ne donnez ou n'acceptez jamais de pot-de-vin, et ne demandez à personne d'autre ou n'autorisez personne d'autre à en o rir ou en accepter un pour vous. Cela inclut les pays où la corruption est perçue culturellement ou historiquement comme « faisant partie des activités commerciales ». Même si nous risquons de perdre des a aires, choisissez toujours nos Valeurs au détriment de la valeur.

- Faites preuve de prudence lorsque vous o rez des cadeaux, divertissements et invitations. Suivez les principes et les règles énoncés dans la section suivante et évitez même la possibilité qu'une courtoisie professionnelle puisse être perçue comme un pot-de-vin. En cas de doute, arrêtez-vous et demandez conseil. Mieux vaut prévenir que guérir !

- Soyez particulièrement prudent lorsque vous traitez avec des agents publics. Il s'agit d'un risque particulièrement élevé : même la simple apparence d'une conduite illégale peut vous causer, et causer à notre organisation, des problèmes. Évitez d'o rir quoi que ce soit de valeur à des agents publics (comme des cadeaux, repas et billets), mais si vous le faites, obtenez toujours l'approbation en premier par le biais de l'outil de divulgation HeiDisclosure. Lorsque vous interagissez avec des agents publics, essayez de réduire les interactions en face à face en utilisant des communications électroniques ou des solutions gouvernementales électroniques (dans des domaines tels que l'octroi de licences, le dédouanement, les achats et les taxes). Cela réduit le risque que quelqu'un vous demande un pot-de-vin.

- Surveillez nos partenaires commerciaux – veillez à ne jamais « externaliser » la corruption. Nous pouvons être tenus responsables des pots-de-vin versés par des tiers travaillant pour notre compte, tels que les fournisseurs, distributeurs et consultants. Sélectionnez donc soigneusement nos partenaires, assurez-vous qu'ils connaissent l'approche de tolérance zéro de notre Société, et surveillez leurs performances.

- Ne fermez jamais les yeux sur des signes de corruption (signaux d'alarme). Utilisez toujours votre bon sens et votre jugement professionnel. N'oubliez pas : si vous avez l'impression que quelque chose n'est pas correct, c'est probablement le cas.

- N'e ectuez aucun paiement de facilitation. Il s'agit de petits paiements non o ciels versés à un agent public pour obtenir ou accélérer des actions ou services gouvernementaux de routine, tels que l'obtention d'une licence ou d'un permis de travail. Aussi modestes soient-ils, les paiements de facilitation sont des pots-de-vin et ne sont donc pas non plus autorisés.

### Qu'entendons-nous par pot-de-vin ?

Par « pot-de-vin », nous entendons toute chose de valeur (à la fois nancière et autres avantages) donnée ou reçue pour in uencer indûment les actions d'une personne. Un pot-de-vin peut prendre de nombreuses formes, notamment :

- Argent
- Cadeaux, divertissements et invitations
- Remises ou produits gratuits
- Dons
- Autres avantages et faveurs personnelles, comme o rir à quelqu'un (ou à sa famille) un stage ou un emploi

- Alertez si vous observez ou soupçonnez des pratiques de corruption impliquant notre organisation, nos collaborateurs ou nos partenaires commerciaux.
Par exemple, si un fournisseur vous propose une montre en échange de l'attribution d'un contrat. Ou un employé verse des paiements non o ciels à un fonctionnaire pour obtenir des licences. En alertant, vous nous permettez de mettre n aux pratiques de corruption ou d'empêcher celles-ci. C'est essentiel pour protéger notre organisation et nos collaborateurs.

# NE VOUS LIVREZ JAMAIS À DES POTS DE VIN ET À DES PRATIQUES DE CORRUPTION 2/2

## Ne vous laissez pas tromper par des excuses courantes en matière de corruption

La plupart des gens comprennent les conséquences négatives de la corruption et désapprouvent celle-ci. Pourtant, elle se produit toujours, et pas seulement provenant de « mauvaises personnes » à des ns de gain personnel. Mais pourquoi ?

Voici quelques-unes des excuses les plus courantes utilisées pour rationalise ou justi er les pratiques de corruption :

- Cela a toujours été fait de cette façon.
- Tout le monde le fait. Si nous ne le faisons pas, nous perdons des a aire
- Je ne savais pas qu'il s'agissait de corruption !
- Je ne l'ai pas fait pour moi ; je l'ai fait pour l'entreprise !
- Quel est le problème ? Cela ne nuit à personne.
- Mon manager m'a demandé de le faire.

Faites attention ! Aucune de ces excuses ne vous protégera, ni ne protégera notre organisation, contre des amendes, peines d'emprisonnement et dommages à notre réputation. Et aucune d'entre elles n'est acceptable comme excuses pour enfreindre la présente Politique. Conformément à notre approche de tolérance zéro, des mesures disciplinaires seront prises contre toute personne qui se livre à des pratiques de corruption, même sans gain personnel. Il n'y a qu'une seule excuse valable pour payer un pot-de-vin : éviter une menace imminente pour votre vie ou votre sécurité ou celle d'une autre personne. Signalez rapidement une telle situation à votre équipe Juridique ou de la Conformité et déposez un rapport Speak Up, a n que nous puissions prendre les mesures appropriées, tenir des registres exacts et prévenir les incidents futurs.

## N'oubliez pas !

Si vous avez l'impression que quelque chose n'est pas correct, c'est probablement le cas. Vous ne subirez jamais de conséquences négatives si vous dites non à la corruption, même si cela entraîne la perte d'opportunités commerciales pour notre organisation. Discutez ouvertement des dilemmes, demandez des conseils et de l'aide, ou utilisez l'un des canaux Speak Up.

**Cela pourrait se produire...**

Un fonctionnaire des douanes exige le paiement de frais « spéciaux », o cieux, pour libérer des denrées périssables. Il s'agit d'une fraction de la valeur des marchandises, et notre agent des douanes a proposé d'e ectuer le paiement de manière à ce que personne ne soit au courant.

**Vous pourriez penser...**

Je n'ai pas d'autre choix que de l'approuver, cette fois-ci. C'est mon travail de protéger les intérêts de notre entreprise, donc un petit paiement pour éviter de graves pertes nancières peut être contraire à l'éthique, mais c'est tout de même ce qu'il est juste de faire.

**Mais, en fait...**

La corruption n'est jamais une option. Si vous vous sentez sous pression ou tenté d'o rir un pot-de-vin, ré échissez à deux fois. Vous risquez de perdre votre emploi. « Le faire dans l'intérêt de l'entreprise » peut sembler être un motif noble, mais c'est illégal. Dans ce cas, vous vous exposez, et vous exposez toute l'organisation à des risques de poursuites, d'amendes et d'une atteinte à la réputation. Si un agent public sollicite un pot-de-vin, restez calme et résistez en utilisant ce Guide. Faites remonter la situation au manager et au service Juridique, pour que nous puissions trouver la manière d'obtenir le dédouanement de la bonne manière (légale) ou d'accepter les pertes. Nous reconnaissons que ce n'est pas toujours facile, mais sachez que nous vous soutenons.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Guide en matière de lutte contre la corruption pour engager des tiers
Guide pour lutter contre la corruption

**Continuez à apprendre**
Formation en ligne sur la lutte contre la corruption et les pots-de-vin

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre service Juridique ou contactez Global Business Conduct.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# ÊTRE RESPONSABLE EN MATIÈRE DE CADEAUX, DIVERTISSEMENTS ET INVITATION

Nous o rons et acceptons des cadeaux, divertissements et invitations uniquement de manière occasionnelle, raisonnable, appropriée et transparente. Ils doivent toujours être conformes à la loi et ne doivent jamais in uencer indûment les décisions commerciales. Nous veillons à préserver notre réputation dans tout ce que nous faisons.

Toujours. Partout.

Les cadeaux, divertissements et invitations (Gifts, Entertainment and Hospitality, « GEH ») peuvent jouer un rôle positif dans la conduite des a aires : promouvoir notre organisation et nos marques et favoriser les relations. Mais nous devons nous assurer qu'ils sont toujours appropriés dans le contexte de nos activités commerciales, et ne jamais in uencer les décisions commerciales ou la loyauté des personnes impliquées. Sinon, les cadeaux, divertissements et invitations pourraient devenir de la corruption, ce qui est nuisible et interdit.

- Assurez-vous d'abord qu'il est approprié de donner ou de recevoir quelque chose. Utilisez la liste de contrôle à la page suivante comme test. En cas de doute, ne continuez pas sans consulter préalablement le service Juridique. Mieux vaut prévenir que guérir ! N'acceptez jamais de cadeaux, divertissements et invitations de la part d'un partenaire commercial, ou n'o rez jamais de cadeaux, divertissements et invitations à un partenaire commercial, si notre Société est en cours de négociation, participe à un appel d'o res ou est en litige avec ce partenaire commercial. Il s'agit de situations sensibles où le risque d'in uencer les décisions commerciales est tout simplement trop élevé.

- Respectez toujours les exigences d'enregistrement et d'approbation. Assurez-vous d'avoir les approbations appropriées pour les cadeaux, divertissements et invitations o erts ou acceptés qui dépassent les limites monétaires locales applicables et assurez-vous toujours de connaître et de respecter ces limites. Cela contribue à garantir la conformité à notre politique et à la loi et, ainsi, cela protège notre organisation et vous protège.

- Veillez à connaître les règles les plus strictes concernant les agents publics. L'o re de cadeaux, divertissements et invitations à des agents publics est restreinte et autorisée uniquement dans des conditions très strictes lorsque cela est conforme aux coutumes, à la culture et aux lois locales. L'approbation préalable du service juridique et de votre manager (ou d'un responsable de niveau similaire) est toujours requise, quelle que soit la valeur monétaire, ainsi que pour les repas d'a aires.

- N'o rez jamais d'espèces. Quelles que soient les coutumes ou normes locales, il est interdit d'o rir ou d'accepter des espèces ou des valeurs assimilables à des espèces comme des cartes-cadeaux ou des bons d'achat.

- Faites particulièrement attention lorsque vous travaillez dans le service des Achats. N'acceptez jamais de cadeaux de la part de partenaires commerciaux (potentiels). Les divertissements, les invitations et les repas d'a aires raisonnables ne sont autorisés que s'il existe une raison commerciale valable et aucun risque d'in uence indue.

- Pour les divertissements et les invitations, n'oubliez pas que :
  - vous devez être présent en tant qu'hôte, sinon c'est un cadeau ;
  - ils ne sont pas destinés aux conjoints et autres membres de la famille du béné ciaire.
  - les personnes n'ayant pas atteint l'âge légal pour boire ne peuvent jamais y assister.

- En cas de doute : demandez conseil. Il n'est pas toujours facile de savoir si une activité est autorisée ou non. Vous pouvez vous trouver dans une zone grise et ne pas savoir quoi faire. Votre équipe Juridique ou de la conformité est disponible pour vous aider et vous conseiller.

- Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose. Si vous voyez ou soupçonnez que cette politique n'est pas respectée, ne restez pas silencieux, mais utilisez Speak UP.

**Cela pourrait se produire...**
Un fournisseur m'a envoyé un panier de produits alimentaires de luxe, sans que je le sache, alors, je ne pouvais pas poliment refuser ou demander d'obtenir une approbation préalable.

**Vous pourriez penser...**
Je n'ai pas d'autre choix, donc je vais simplement l'accepter. Ce serait dommage de gaspiller la nourriture.

**Mais, en fait...**
Vous devez signaler le cadeau. S'il n'est pas approprié de le garder, et que vous ne pouvez pas le retourner, il peut être partagé avec l'équipe, o ert en tant que prix de loterie, mis aux enchères pour une œuvre de bienfaisance ou similaire.

**N'oubliez pas !**
Les perceptions comptent également. Si vous n'êtes pas sûr quant à ce que les autres penseront, ne continuez pas ou demandez d'abord conseil.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Exigences en matière d'enregistrement et d'approbation (avec les plafonds locaux)

**Enregistrer et demander l'approbation pour des cadeaux, divertissements et invitations ?**
Outil de divulgation HeiDisclosure

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre service Juridique ou de la Conformité ou contactez Global Business Conduct.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

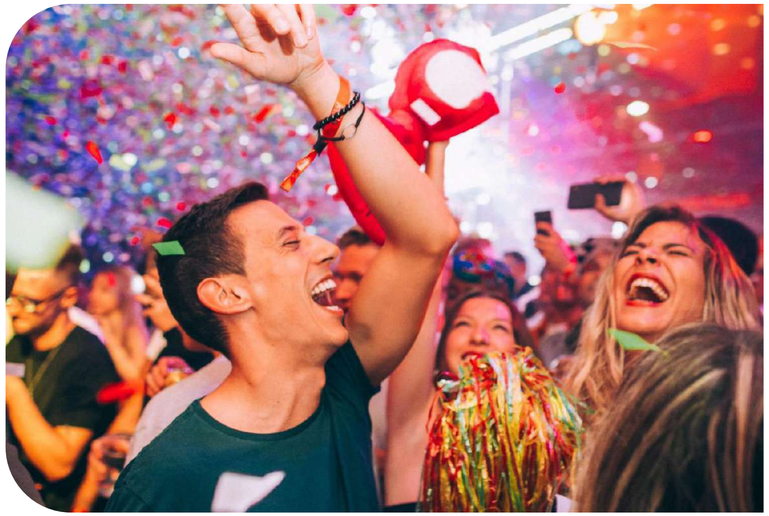
# LISTE DES POINTS À  CONTRÔLER

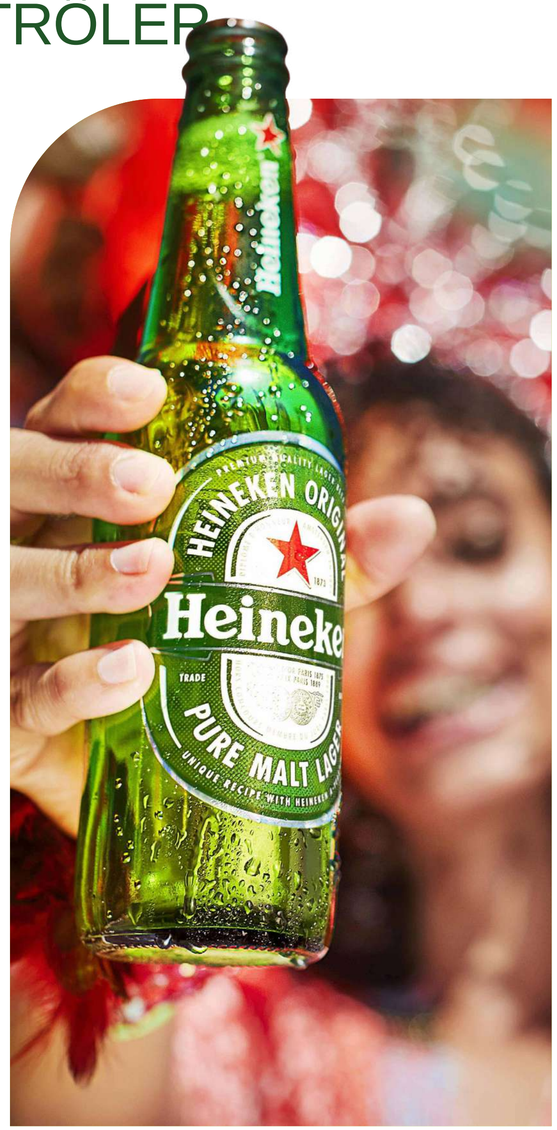
Est-il approprié d'o rir ou d'accepter des cadeaux, divertissements ou invitations ?

**Posez-vous la question suivante**

Cela in uencera-t-il la capacité à prendre des décisions commerciales objectives ? Ou d'autres personnes penseront-elles que cela pourrait l'in uencer ? Si la réponse est Oui, ne continuez pas.

**Utilisez cette liste de contrôle pour déterminer s'il est approprié d'offrir ou d'accepter des cadeaux, divertissements et invitations.**






- E ectué pour la bonne raison :
  Ils doivent être clairement o erts en tant qu'acte d'appréciation ou dans un véritable objectif commercial.
- Aucune obligation :
  Ils ne doivent créer aucune obligation ou attente de faire quelque chose ou de recevoir quelque chose en retour.
- Aucune in uence indue :
  Ils ne doivent pas être considérés comme destinés à exercer, ou ayant la capacité d'exercer une in uence indue en relation avec notre entreprise et nos activités. Ne proposez pas de cadeaux, divertissements et invitations à un partenaire commercial si nous sommes en cours de négociation, participons à un appel d'o res ou sommes en litige. N'o rez rien à un agent public tandis que vous présentez des demandes de licences et de permis, ou autres demandes similaires.
- E ectués ouvertement et en toute transparence :
  Ils ne doivent pas être e ectués secrètement et sans documentation, sinon l'objectif devient douteux.
- Légalité :
  Ils doivent être conformes à la loi.
- Proportionnels et appropriés :
  La valeur doit être proportionnelle à l'occasion et ils doivent être de nature appropriée. Évitez les dîners somptueux ou extravagants et les cadeaux de luxe tels que les bijoux, montres et téléphones.
- Peu fréquents :
  L'o re ou la réception de cadeaux et d'invitations ne doit pas être trop fréquente entre le donateur et le béné ciaire. Si vous o rez ou acceptez des cadeaux, divertissements et invitations plus d'une fois à l'intention ou de la part de la même personne ou organisation au cours d'une période de 12 mois, vous devez obtenir des approbations préalables de votre manager et le service Juridique.
- Réputation :
  Elle ne serait pas perçue négativement par les parties prenantes si elle leur était communiquée.
- Conformes aux règles du béné ciaire :
  Elle respecte les règles ou le Code de conduite de l'organisation du béné ciaire.
- Documentés et approuvés :
  Elle doit entièrement être documentée, enregistrée avec exactitude (y compris l'objectif et la valeur), et dûment approuvée si nécessaire.

**En cas de doute, contactez toujours votre équipe Juridique.**

# ÉVITER ET DIVULGUER LES CONFLITS D'INTÉRÊT

N'oubliez pas !
La transparence est essentielle – pour vous protéger et protéger l'organisation. En cas d'incertitude, demandez conseil ou divulguez votre con it d'intérêts potentiel. Mieux vaut prévenir que guérir !

Nous devons tous prendre des décisions dans l'intérêt de notre entreprise, sans nous laisser in uencer par des considérations personnelles ou autres.

Toujours. Partout.

Nous avons tous des intérêts et des relations en dehors de notre travail. C'est tout à fait normal et cela ne pose aucun problème, à moins que nos activités et relations personnelles ne créent, ou ne semblent créer, un con it avec les intérêts de notre organisation. Cela peut éroder la con ance que les gens nous accordent et accordent à notre organisation. C'est pourquoi nous avons tous le devoir d'éviter les con its d'intérêts et de divulguer de manière proactive tout con it réel ou potentiel.

- Reconnaître et éviter les con its d'intérêts. Comprendre ce que sont les con its d'intérêts et quand ils surviennent généralement est essentiel pour les gérer. Il n'est pas possible d'énumérer tous les scénarios qui pourraient engendrer de tels con its, mais voici quelques exemples courants :
  - Vous embauchez ou encadrez un membre de votre famille ou un ami proche.
  - Vous avez une in uence sur la charge de travail, l'évaluation des performances, l'octroi d'approbations et de récompenses d'un membre de votre famille ou d'un ami proche.
  - Vous entretenez une relation amoureuse et/ou sexuelle avec un collègue ou un employé que vous supervisez ou qui vous supervise, directement ou indirectement.
  - Vous, un membre de votre famille ou un ami proche travaillez pour un concurrent ou un partenaire commercial de notre entreprise.
  - Vous, un membre de votre famille ou un ami proche avez un intérêt nancier pertinent chez un concurrent ou un partenaire commercial de notre entreprise.
  - Vous ou un contact personnel proche travaillez pour un tiers qui se livre à des transactions avec notre entreprise ou vous ou un contact personnel fournissez des services à ce tiers. Par exemple, une organisation commerciale ou à but non lucratif qui reçoit des dons ou des parrainages de la part de notre entreprise.
- Les perceptions comptent. Il ne s'agit pas seulement d'un con it réel, mais aussi de l'apparence ou de la perception d'un con it. Si votre action ou votre relation amène d'autres personnes, à l'intérieur ou à l'extérieur de notre entreprise, à remettre en question vos motivations ou votre loyauté envers l'entreprise, évitez-la et/ou demandez conseil et divulguez-la.
- Gardez les choses séparées. Si vous décidez d'accepter un poste dans une autre organisation (commerciale ou à but non lucratif) à titre personnel, assurez-vous que cela ne vous détourne pas de votre engagement et de votre contribution envers notre entreprise. Déclarez tout mandat d'administrateur externe, à l'exception des mandats concernant des écoles, clubs sportifs amateurs ou activités de loisirs à votre manager et enregistrez-les dans l'outil de divulgation HeiDisclosure.
- Soyez particulièrement prudent lorsqu'il s'agit de rôles d'agent public. Si vous souhaitez accepter ou remplir un rôle d'agent public, ou si vous avez un membre de votre famille ou un ami proche qui est un agent public qui prend des décisions qui pourraient avoir un impact sur notre activité, veillez à toujours le divulguer.
- Soyez proactif et transparent. Si vous avez un con it d'intérêts réel ou potentiel, ou courez le risque d'une mauvaise perception, évitez-le lorsque cela est possible. Soyez transparent et divulguez-le rapidement dans l'outil de divulgation HeiDisclosure. Certains employés sont tenus de soumettre un formulaire de « divulgation d'intérêts » chaque année par le biais de l'outil de divulgation, mais l'obligation de divulgation s'applique à tout le monde, que vous receviez ou non une demande de divulgation annuelle.

**Cela pourrait se produire...**
Ma belle-sœur est la fondatrice et la propriétaire d'une agence de marketing prospère. Nous recherchons une agence pour une nouvelle campagne.

**Vous pourriez penser...**
Je l'inviterai à participer à l'appel d'o res. C'est un avantage qu'elle fasse partie de ma famille, car je lui fais con ance et je sais qu'elle fera un excellent travail.

**Mais, en fait...**
Vous devez d'abord divulguer votre con it d'intérêts et discuter de celui-ci, a n que l'organisation puisse déterminer la bonne approche. Cela dépend des circonstances, y compris de votre rôle. Si l'agence est autorisée à participer à l'appel d'o res, vous devez éviter tout con it d'intérêts (et la perception de celui-ci) en vous retirant de l'appel d'o res.

**Posez-vous la question suivante...** Mes intérêts ou relations personnels pourraient-ils in uencer les décisions que je prends au travail ? Ou quelqu'un d'autre pourrait-il le penser ?

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

**Divulguer un conflit potentiel ?**
Outil de divulgation HeiDisclosure

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre service Juridique ou des Ressources humaines ou contactez Global Business Conduct.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# RESPECTER LES SANCTIONS ET PRÉVENIR LE BLANCHIMENT D'ARG

Nous exerçons nos activités dans de nombreux pays à travers le monde, et il est essentiel que nous le fassions de manière responsable. Nous nous conformons toujours aux sanctions économiques internationales, et nous protégeons nos a aires pour qu'elles ne soient pas utilisées par d'autres à des ns de blanchiment d'argent.

Toujours. Partout.

Les sanctions sont des mesures restrictives qui visent à protéger la paix, la stabilité et les droits de l'homme à l'échelle internationale. En tant qu'organisation mondiale, il est important que nous jouions notre rôle en connaissant et en respectant les sanctions internationales prononcées par l'ONU et l'UE qui s'appliquent à nos activités. Même les violations non intentionnelles, comme le fait de travailler sans le savoir avec une partie soumise à des sanctions, peuvent avoir de graves conséquences pour notre entreprise et les personnes impliquées, y compris l'imposition d'amendes, de peines d'emprisonnement et des atteintes à la réputation.

C'est pourquoi nous ne traitons avec aucune partie soumise à des sanctions, n'exportons des produits et services que vers des pays et les importons uniquement à partir de pays autorisés, et restons vigilants quant aux activités suspectes de nos partenaires commerciaux.

- Respectez toujours les sanctions ordonnées par les Nations Unies et l'Union européenne (UE), ainsi que les sanctions locales, le cas échéant. Les sanctions peuvent être compliquées et varier selon les pays mais, en tant que multinationale basée dans l'UE, nous devons toujours nous conformer aux sanctions prononcées par l'ONU et l'UE. Les sanctions émises par des pays individuels comme les États-Unis doivent également être respectées, le cas échéant.

- Veillez à connaître vos partenaires commerciaux Il est essentiel de connaître l'identité de nos partenaires commerciaux. Cela implique de connaître également les personnes qui représentent une entreprise. Si vous participez à l'engagement de fournisseurs et de distributeurs, ou à la passation de contrats avec ceux-ci, vous devez véri er qu'ils ne sont pas soumis à des sanctions et procéder à un audit préalable renforcé, si nécessaire. Consultez toujours l'équipe Juridique au sujet des problèmes ou risques potentiels.

- N'ayez pas recours à des tiers ou n'utilisez pas d'autres moyens pour contourner la politique des sanctions économiques internationales. Par exemple, ne vendez pas de produits à un client ou à un distributeur si vous savez ou soupçonnez qu'il vendra ensuite ces produits à une partie ou un pays soumis à des sanctions. Le contournement des sanctions économiques internationales est illégal.

- Ne vous livrez pas à des transactions impliquant des pays majeurs soumis à des sanctions économiques internationales. Les transactions, y compris les exportations, avec des pays que nous avons identi és comme présentant un « risque élevé » sont interdites, sauf approbation préalable de Global Business Conduct pour garantir le respect des sanctions.

- Soyez vigilant et sachez reconnaître les signaux d'alarme en matière de blanchiment d'argent. Il s'agit de signes avant-coureurs d'activités suspectes ou inhabituelles, tels que :
  - les paiements importants en espèces ;
  - les paiements e ectués à partir de pays à haut risque ou de comptes bancaires o shore ;
  - les paiements e ectués par un autre tiers (paiements triangulaires).

  Utilisez toujours votre bon sens et votre jugement professionnel : si vous avez l'impression que quelque chose n'est pas correct, c'est probablement le cas.

- En cas de doute : demandez conseil au service Juridique. Par exemple, si vous n'êtes pas sûr que l'exportation vers un pays spéci que est autorisée. En matière de sanctions, les volumes n'ont pas d'importance. La vente d'une petite quantité de bière peut avoir de graves conséquences en cas de violation des sanctions, même si la violation est involontaire. Demandez donc conseil avant de continuer. Mieux vaut prévenir que guérir !

- Si vous voyez ou soupçonnez quelque chose, dites quelque chose.Contactez votre équipe Juridique ou utilisez l'un des cana Speak Up si vous observez ou soupçonnez une non-conformité potentielle aux sanctions économiques internationales ou aux risques de blanchiment d'argent. Ne fermez jamais les yeux !

**N'oubliez pas !**
La violation des sanctions peut avoir des conséquences majeures pour notre entreprise et pour vous – même si elle est involontaire.

**Posez-vous la question suivante...** Est-ce que je me sens à l'aise pour poursuivre cette transaction ? Ou, en mon for intérieur, ai-je le sentiment que quelque chose ne va pas

**Cela pourrait se produire...**
Vous avez lu dans la presse qu'un fournisseur clé était soumis à des sanctions pour n'avoir pas respecté les droits de l'Homme. Lorsque vous lui parlez, il rejette fermement tout acte répréhensible et dit qu'il fera appel de la décision.

**Vous pourriez penser...**
Je n'ai rien à faire ni à dire à personne. « Innocent jusqu'à ce qu'il soit déclaré coupable », n'est-ce pas ? Je ne veux certainement pas risquer de perdre cette relation importante et de longue date sur la base d'allégations.

**Mais, en fait...**
Continuer à faire des a aires avec une partie soumise à des sanctions est un risque majeur qui peut engager la responsabilité et porter atteinte à la réputation. Vous devez rapidement informer votre équipe Juridique. Ne supposez jamais que quelqu'un d'autre le fera.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS

Guide en matière de lutte contre le blanchiment d'argent
Guide en matière de sanctions

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre service Juridique ou contacte Global Business Conduct.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PROTÉGER NOS ACTIFS

Dans le cadre de notre travail quotidien, de nombreux actifs, données et ressources nous sont con és pour faciliter notre travail. Pensez aux informations con dentielles, données à caractère personnel et actifs physiques comme les appareils électroniques et les véhicules.

Nous avons tous le devoir de les protéger contre les dommages, l'utilisation abusive, la perte et le vol.

- Intégrité  nancière et prévention de la fraude
- Utilisation des ressources de la Société
- Sécurité et con dentialité des informations
- Protection des données personnelles
- Propriété intellectuelle
- Délit d'initié

# ASSURER L'INTÉGRITÉ FINANCIÈRE ET NON FINANCIÈRE ET PRÉVENIR LA FRAUD

La fraude peut avoir de graves conséquences  nancières et en matière de réputation pour notre organisation. Nous ne tolérons aucune forme de comportement frauduleux, et nous nous attendons à ce que chacun d'entre nous s'assure que nos registres,  nanciers et non  nanciers, soient exacts, complets et transparents.

Toujours. Partout.

Des informations inexactes peuvent induire en erreur ou tromper les parties prenantes internes et externes ; par exemple elles peuvent créer une image inexacte de notre activité et de nos performances. Par conséquent, pour protéger vos propres intérêts et les intérêts de toutes les parties prenantes, nous devons tous être vigilants à l'égard de la fraude, et prévenir celle-ci. Nous ne détournons pas les actifs. Et nous maintenons toujours l'intégrité de nos registres en assurant leur exactitude et leur transparence. En termes simples : ne trichez pas et ne volez pas.

## Qu'est-ce que la fraude ?

La fraude est tout acte malhonnête intentionnel visant à obtenir quelque chose de valeur, ou à obtenir un avantage, pour soi-même ou pour quelqu'un d'autre. Il peut s'agir d'argent, de marchandises, de produits, ou d'informations, mais également d'un gain intangible comme le fait de garder son emploi, ou d'être promu.

### Exemples de fraude :

- Falsi er des documents,  comme des livres comptables, des registres commerciaux, des rapports qualité, des relevés d'heures, des notes de frais ou des déclarations  nancières ou non  nancières, ou omettre des faits. Cela inclut également la falsi cation des indicateurs clés de performance.
- Détourner ou utiliser de manière abusive des actifs ou ressources de l'entreprise pour son propre béné ce, par exemple vol, détournement ou cambriolage, comme la revente de bières promotionnelles gratuites ou de déchets. Tout type de vente ou de combines de fournisseurs (par exemple les fournisseurs donnant des dessous-de-table à des employés pour obtenir un traitement favorable) est également considéré comme un détournement d'actifs.
- Appliquer incorrectement, de manière délibérée, les règles internes en matière de comptabilité, facturation, remises, paie et remboursement, comme la mauvaise application des règles comptables et la mise en place de systèmes de commissions.

- Tenir des registres exacts. Assurez-vous que les informations et les transactions que vous enregistrez et signalez, telles que les dépenses, revenus, factures bons de commande et réclamations, sont exactes, complètes et enregistrées en temps utile.
  - N'antidatez ou ne modi ez pas les documents de la Société.
  - Ne falsi ez pas la véritable nature d'une transaction.
  - N'enregistrez pas intentionnellement les transactions dans la mauvaise période comptable ou sous le mauvais compte ou service.
  - Ne créez pas de documents faux ou trompeurs, par exemple, pour payer des produits ou services que nous n'avons jamais reçus.

  Il est essentiel de s'assurer que nos livres et registres re ètent une image exacte de nos performances, notre actif et notre passif, à tout moment.

- Agissez avec intégrité et professionnalisme. Veillez à ce que les dépenses que vous e ectuez au nom de la Société soient destinées à pro ter à la Société et non à vous personnellement. N'engagez légalement la Société que si vous y êtes autorisé, et n'essayez pas de contourner les règles (par exemple, en fractionnant les factures pour rester dans votre limite d'autorisation).

- Choisissez toujours nos Valeurs au détriment de la valeur. Ne cédez jamais à la pression pour falsi er un registre, faire quelque chose ou ignorer quelque chose d'illégal ou contraire à l'éthique, comme le transfert des résultats commerciaux ou  nanciers vers une autre période de déclaration.

- Ne dissimulez ni ne détruisez aucun document ou registre. En particulier ceux qui font l'objet d'une enquête ou qui peuvent être utilisés dans le cadre d'une procédure o cielle.

- Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose. Si vous êtes témoin d'une fraude ou suspectez une fraude, alertez via Speak Up immédiatement.

**Posez-vous la question suivante...** Serais-je à l'aise si quelqu'un voyait ce que je fais ?

**Cela pourrait se produire...**
Mon manager m'a demandé de retarder l'enregistrement d'honoraires de conseil d'un montant élevé jusqu'au prochain trimestre  nancier, car nous avons déjà dépassé notre budget.

**Vous pourriez penser...**
Si la demande provient de mon manager, je devrais tout simplement le faire.

**Mais, en fait...**
Vous ne devez pas le faire, car il s'agit d'une violation du Code et d'une fraude. Il est plus facile d'expliquer pourquoi d'avoir dépassé un budget que de fausser délibérément nos résultats. Parlez directement à votre manager ou utilisez Speak Up.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Cadre de gestion des risques de fraude
Règles relatives aux rapports  nanciers

**Continuez à apprendre**
Formation en ligne sur la sensibilisation à la fraude

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre service P&CI ou Global P&CI.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PROTÉGER LES ACTIFS ET LES RESSOURCES DE NOTRE ENTREPR

Notre organisation possède et utilise de nombreux actifs et ressources pour exploiter et développer ses activités. De nos brasseries aux systèmes informatiques, de l'inventaire et des outils aux véhicules de société et les téléphones. Nous comptons tous sur les actifs et les ressources de l'entreprise pour faire notre travail, et chacun d'entre nous doit les protéger.

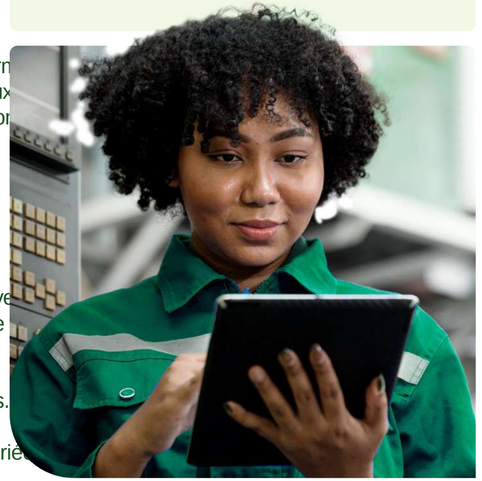
Toujours. Partout.

Veillez à utiliser les actifs et les ressources de l'entreprise de manière appropriée, responsable, ré échie et professionnelle. Qu'il s'agisse des brasseries et des bureaux dans lesquels nous travaillons, de l'équipement et de la technologie que nous utilisons pour fabriquer nos produits, des véhicules que nous conduisons pour les livrer, des appareils et des systèmes informatiques dont nous nous servons pour faire notre travail, nous partageons tous la responsabilité de les protéger contre le gaspillage, les dommages, la perte, l'utilisation abusive et le vol.

- Manipulez les actifs physiques avec soin et utilisez-les uniquement pour faire votre travail. Traitez prudemment tout ce qui vous est con é au travail, par exemple, les outils, véhicules, téléphones ou ordinateurs portables, comme s'il s'agissait de votre propre bien. Utilisez-les uniqueme aux ns commerciales prévues, à moins qu'une autre utilisation ne soit spéci quement autorisée par votre manager. Ne prenez pas, ne vendez pa ne prêtez pas, n'empruntez pas ou ne donnez pas de ressources de la So à moins d'y être autorisé.
- Protégez les actifs technologiques. Ne partagez pas vos mots de passe avec qui que ce soit. Et n'utilisez pas de logiciels, d'applications ou de dispositifs de stockage non approuvés par la Société.
- Protégez nos systèmes. Pratiquez une bonne cybersécurité pour éviter l'hameçonnage, les logiciels malveillants, les ransomwares et d'autres form de cyberattaques qui pourraient mettre en danger nos opérations, réseaux ou informations. Assurez-vous de suivre toutes les formations qui vous son assignées a n d'apprendre comment assurer la sécurité et sûreté de nos systèmes et informations.
- Protégez nos actifs nanciers. Agissez toujours avec intégrité et professionnalisme lorsque vous dépensez l'argent de notre entreprise ou prenez des engagements nanciers au nom de notre entreprise. Rédigez vos notes de frais en toute honnêteté et avec exactitude. Si vous approuve celles d'autres personnes, traitez-les comme s'il s'agissait de votre propre argent.
- Veillez à connaître les règles destinées à protéger les actifs non tangibles. Cela inclut les informations con dentielles, la propriété intellectuelle et les données à caractère personnel. Stockez les données de manière appropriée

## Les actifs et ressources de notre entreprise peuvent être :

- des biens matériels, comme les bâtiments, l'équipement, l'inventaire, les ordinateurs et ordinateurs portables, les téléphones portables, les produits, les installations et les supports de marketing ;
- des actifs technologiques, comme nos systèmes de messagerie, nos réseaux informatiques, notre accès à Internet, notre matériel informatique et nos logiciels ;
- Les actifs nanciers, comme les comptes bancaires, les espèces, les stocks et la solvabilité ;
- Intangibles, comme les données et les informations. Les informations con dentielles et la propriété intellectuelle sont des actifs clés qui nécessitent une attention et une protection spéci ques, tout comme les données à caractère personnel.



**Posez-vous la question suivante...**
Est-ce que je prends les mêmes précautions pour protéger les biens de l'entreprise que si c'était mes propres biens ?

**Cela pourrait se produire...**
Je dois aider ma sœur à déménager dans son nouvel appartement le week-end prochain.

**Vous pourriez penser...**
Ce serait très pratique d'utiliser le camion de l'entreprise que j'utilise pour livrer nos produits.

**Mais, en fait...**
Ce n'est pas permis sans autorisation préalable. Demandez à votre manager si cela peut être autorisé.

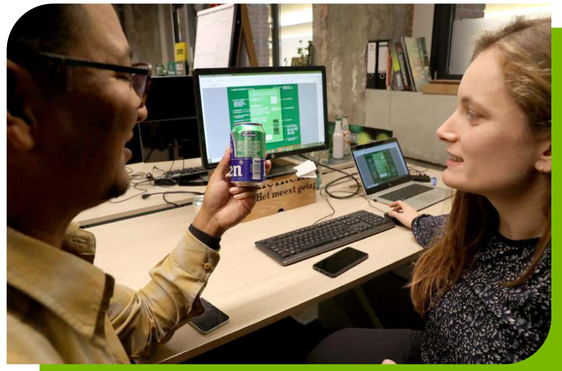
## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

La politique de sécurité
Règles de conduite pour l'utilisation des systèmes informatiques de HEINEKEN

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de vos équipes D&T ou P&CI au niveau local ou global.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PROTÉGER LA CONFIDENTIALITÉ ET LA SÉCURITÉ DES INFORMATIONS



Il est essentiel de préserver la sécurité des informations con dentielles pour assurer la réussite  continue de notre Société et maintenir la con ance dans notre Société. Au service de notre ambition de devenir le brasseur le mieux connecté, notre entreprise est plus connectée que jamais avec ses clients, consommateurs, fournisseurs et employés. Nous avons tous le devoir de protéger la con dentialité et la sécurité de nos informations ainsi que des leurs.

Toujours. Partout.

Si des informations con dentielles tombent entre de mauvaises mains, cela pourrait nous nuire et nuire aux personnes et aux entreprises qui nous con ent leurs informations. Si un concurrent obtient notre recette secrète, il pourrait commencer à vendre le même produit. Ou si quelqu'un pirate notre système (ou celui d'un tiers stockant des données que nous avons collectées) et vole des données client, cela pourrait entraîner une usurpation d'identité et une perte de con ance. Soyez un protecteur HEINEKEN.

- Connaissez vos données et protégez-les en conséquence. Il est essentiel de comprendre à quel point nos donnée sont critiques et sensibles, a n de les protéger correctement et d'atténuer le risque d'utilisation non autorisée.
- Soyez attentif aux menaces de cybersécurité comme l'hameçonnage. Notre activité repose de plus en plus sur la technologie, tant dans nos bureaux que dans nos brasseries. Il est crucial de gérer le risque accru d'incidents de cybersécurité, car ils pourraient entraîner des perturbations commerciales, la perte d'informations con dentielles, l'accès non autorisé à nos données, ainsi que des violations de la réglementation sur la con dentialité des données Suivez toujours la formation qui vous a été assignée pour pouvoir reconnaître les menaces de cybersécurité. Signa immédiatement tout incident via les canaux indiqués ici.
- Partagez uniquement les informations con dentielles de façon proportionnée sur la base du « besoin d'en connaître ».Cela signi e de les partager uniquement avec les personnes qui en ont besoin pour e ectuer leur travail jamais avec leur famille ou leurs amis. Les tiers (tels que les consultants) doivent signer un accord de con dentialité de non-divulgation avant de commencer à travailler. N'« alimentez » pas en données con dentielles des machines et robots basés sur l'intelligence arti cielle (IA) accessibles au public (tels que ChatGPT ou DALL.E). Utilisez uniquement la version d'entreprise des machines basées sur l'IA (telles qu'Azure Open AI - MS Bot).
- Prenez des précautions physiques. Ne laissez pas d'informations con dentielles sans surveillance et n'en discutez pas dans un environnement non sécurisé où d'autres personnes pourraient vous entendre. Assurez-vous d'envoyer les disques durs et les clés USB cassés ou qui cessent d'être utilisés au service Informatique pour élimination.
- Assurez une vigilance numérique. N'utilisez pas vos e-mails privés, vos réseaux sociaux, vos services de message instantanée, votre stockage cloud ou vos services cloud ouverts pour stocker ou transférer des informations con dentielles. Assurez-vous que tous vos appareils soient protégés par des mots de passe puissants régulièreme mis à jour et gardés con dentiels.

## Que sont les informations confidentielles ?

Ce sont des informations con dentielles appartenant à une entreprise ou à une personne qui, si elles étaient divulguées, pourraient être utiles aux concurrents ou nuisibles à ladite entreprise ou personne. Elles comprennent les informations que les fournisseurs et les clients nous ont con ées. Voici quelques exemples :

- Plans d'a aires, stratégies et innovations
- Registres  nanciers con dentiels, notamment les rapports budgétaires et d'audit ou les notes de réunion
- Secrets commerciaux, notamment les recettes de produits
- Données client
- Informations commerciales, telles que les prix et les programmes de marketing non publiés ou les caractéristiqu des produits
- Projets de demande de brevet

**Posez-vous la question suivante…**
Quelqu'un pourrait-il me blâmer si ces informations tombaient entre de mauvaises mains ?

**Cela pourrait se produire…**
Mon manager m'appelle. Il est en réunion et doit immédiatement accéder à un document hautement con dentiel. Son e-mail professionnel est en panne ; il veut donc le recevoir par le biais de son e-mail personnel.

**Vous pourriez penser…**
Ce n'est pas à moi de lui rappeler notre politique ; je vais donc l'envoyer rapidement.

**Mais, en fait…**
Nous sommes tous des protecteurs HEINEKEN. Ne faites jamais de compromis en matière de sécurité des données, et encore moins s'il s'agit d'un document hautement con dentiel. Si l'e-mail personnel de votre manager est piraté, les conséquences pourraient être graves et vous en assumerez également la responsabilité.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

La politique de sécurité
Directives relatives à la classi cation des informations
Best Practices – Traitement des informations con dentielles
Checklist – Accords de con dentialité

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre équipe D&T ou Juridique locale ou contactez Global D&T ou Global Legal A airs.

**Signaler une violation de la sécurité des données ?**
Support informatique

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PROTÉGER LES DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL

Nous respectons et protégeons la vie privée de toutes les personnes. Nos employés, consommateurs, clients et partenaires commerciaux nous con ent leurs données à caractère personnel. Il est de notre devoir de les gérer avec soin et de conserver leur con ance.

Toujours. Partout.

Nous traitons les données à caractère personnel uniquement à des ns commerciales légitimes, et nous prenons des mesures pour les protéger contre tout traitement non autorisé. Nous traitons des données à caractère personnel conformément aux lois et exigences applicables en matière de con dentialité des données, et à nos propres règles internes de con dentialité.

- Limitez la collecte et l'utilisation des données à caractère personnel. Dé nissez des objectifs commerciaux clairs avant de commencer à collecter des données à caractère personnel et limitez leur utilisation à ce qui est nécessaire pour atteindre vos objectifs commerciaux. Contactez votre Data Privacy O cer avant de traiter des données à caractère personnel d'une manière nouvelle ou di érente, par exemple dans le cadre d'une nouvelle application, un nouveau processus ou une nouvelle utilisation.
- Appliquez la minimisation des données. Utilisez les données à caractère personnel uniquement en fonction de ce qui est nécessaire pour atteindre l'objectif commercial concerné et limitez l'accès en vous fondant sur le besoin de connaître. Supprimez les données à caractère personnel lorsque vous n'en avez plus besoin. Assurez-vous que les données à caractère personnel soient toujours à jour et exactes.
- Soyez particulièrement prudent lorsqu'il s'agit de données sensibles. Par exemple, les numéros d'identi cation médicale, religieuse ou personnelle. Ne collectez pas et/ou ne traitez pas de données à caractère personnel sensibles sans avoir préalablement été conseillé par le Data Privacy O cer, pour assurer la conformité à toutes les exigences légales.
- Communiquez de manière transparente et respectez les droits de la personne. Expliquez ce que vous faites des données à caractère personnel par le biais d'avis de con dentialité et d'autres déclarations. Facilitez la capacité des personnes à exercer leurs droits en ce qui concerne leurs données à caractère personnel, par exemple, pour corriger ou faire supprimer les données.
- Protégez et sécurisez les données à caractère personnel. Assurez-vous que des mesures de sécurité organisationnelles et techniques appropriées sont en place pour protéger les données à caractère personnel contre tout accès et toute utilisation non autorisés et non souhaités. Les employés accédant aux données doivent être liés par des obligations de con dentialité.
- Limitez l'accès de tiers et faites attention à celui-ci. Ne partagez pas de données à caractère personnel avec des personnes non autorisées, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur de notre organisation. S'il existe une raison légitime d'autoriser des tiers à accéder aux données à caractère personnel, assurez-vous que toutes les garanties nécessaires sont en place, y compris l'accord du sous-traitant des données. Notez que des mesures supplémentaires peuvent être nécessaires pour les transferts de données internationaux, car les niveaux de protection des données varient selon les pays.
- Signalez les violations de données. Contactez immédiatement votre service d'assistance informatique local concernant toute violation potentielle ou réelle de données à caractère personnel.
- Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose. Si vous soupçonnez qu'une violation a été commise, contactez votre Data Privacy O cer ou utilisez l'un des canaux Speak Up.

## Que sont les données à caractère personnel ?

De manière générale, les données à caractère personnel sont toutes les informations qui identi ent quelqu'un, directement ou indirectement.
Voici quelques exemples de données à caractère personnel que nous traitons en tant que Société :

- Nom, adresse e-mail, identi ants tels que le compte Heiway, le numéro d'identi cation (ID), le numéro d'employé
- Coordonnées, telles que l'adresse e-mail et le numéro de téléphone professionnels ou personnels, l'adresse personnelle ou professionnelle
- Données à caractère personnel liées au travail, telles que l'historique professionnel, le lieu, les préférences linguistiques, le poste, le salaire, les indicateurs de performance et les mesures disciplinaires
- Les informations d'achat, le comportement de navigation, les informations de pro l ou les informations de carte de délité du consommateur.

Le saviez-vous ?
Traiter négligemment des données à caractère personnel peut être préjudiciable aux personnes concernées, tout en exposant notre entreprise à des amendes importantes.

**Cela pourrait se produire...**
Mon ami possède une salle de sport et me propose de devenir membre à prix réduit ce mois-ci.

**Vous pourriez penser...**
Si je partage les adresses e-mail et les numéros de téléphone de mes collègues avec mon ami, ils peuvent également béné cier de cette carte de membre à prix réduit.

**Mais, en fait...**
Ce n'est pas autorisé. Les e-mails et les numéros de téléphone sont des données à caractère personnel qui ne sont pas collectées dans le but d'o rir des prix avantageux. Vous pouvez donner à vos collègues le nom de la salle de sport et ils peuvent contacter votre ami s'ils le souhaitent.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Comment gérer les données à caractère personnel : 6 Principes de con dentialité
Portail mondial de la con dentialité des données

**Continuez à apprendre**
Formation en ligne sur la protection des données personnelles

**Signaler une violation de données à caractère personnel ?**
Cliquez ici

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez votre Data Privacy O cer local ou le Global Privacy O ce.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PROTÉGER NOTRE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELL

Les droits de la propriété intellectuelle sont essentiels pour protéger nos marques et nos innovations, maintenir notre avantage concurrentiel et préserver notre réputation. Nous avons tous le devoir de protéger et de respecter les droits de la propriété intellectuelle de notre entreprise et d'autrui.

Toujours. Partout.

La propriété intellectuelle comprend les marques, brevets, conceptions, droits d'auteur et noms de domaine de toutes nos marques.

- Utilisez, enregistrez et concédez sous licence notre propriété intellectuelle de manière appropriée. Consultez notre Politique relative à la propriété intellectuelle et demandez conseil si quelque chose n'est pas clair. Vous pouvez contacter le propriétaire de la marque (la liale HEINEKEN qui possède la propriété intellectuelle d'une marque, comme les marques) ou l'équipe de Global Intellectual Property à Amsterdam.
- Utilisez les marques et designs uniquement de la manière dont ils sont enregistrés et communiqués. Ne modi ez pas et n'ajustez pas les marques ni aucun autre droit de propriété intellectuelle.
- N'autorisez pas des tiers à utiliser nos marques ou autre droit de propriété intellectuelle. À moins que vous ne disposiez d'une autorisation et de la documentation juridique appropriées , approuvées par Global Legal A airs.
- Signalez les infractions. Les produits contrefaits ou les produits, emballages, communications ou pratiques de marketing qui, selon vous, enfreignent les droits de la propriété intellectuelle de HEINEKEN doivent être signalés à l'équipe juridique ou à l'équipe de Global Intellectual Property.
- Protégez les droits de Propriété Intellectuelle de HEINEKEN dans les accords avec des tiers. Veillez à ce que les droits d'auteur sur les matériaux fournis par des tiers, comme les agences de communication, les consultants ou les in uenceurs, soient transférés à HEINEKEN.
- Respectez les droits de la propriété intellectuelle et les droits d'auteur d'autrui. Obtenez ou concédez sous licence toute propriété intellectuelle de tiers (comme la musique et les images) que nous utilisons dans nos campagnes, publicités, emballages, etc.

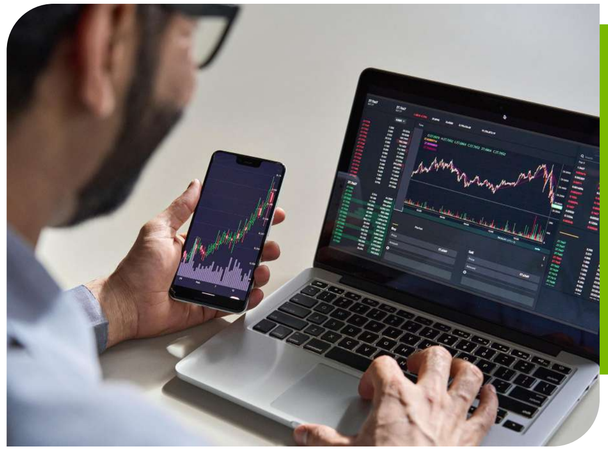
## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS

Guide relatif à la propriété intellectuelle
Directives relatives au nom de domaine

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre service Juridique ou Global Intellectual Property.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# NE COMMETTEZ PAS DE DÉLIT D'INITIÉ



Le délit d'initié est interdit parce qu'il donne à ceux qui ont accès à des informations con dentielles importantes (« privilégiées ») un avantage déloyal par rapport à d'autres investisseurs qui ne disposent pas desdites informations. Toutes les personnes qui travaillent dans notre Société ont la responsabilité de tenir les informations privilégiées con dentielles et de ne pas commettre de délit d'initié.

Toujours. Partout.

N'achetez ou ne vendez jamais d'actions de Heineken N.V., Heineken Holding N.V. ou d'autres entreprises cotées en bourse si vous détenez des informations privilégiées, et ne partagez pas lesdites informations avec d'autres personnes.

Apprenez à reconnaître les informations privilégiées lorsque vous les entendez ou les voyez. Ce sont des informations qui sont à la fois :

- Con dentielles, ce qui signi e qu'elles n'ont pas largement été di usées auprès du grand public
- Importantes, ce qui signi e qu'un investisseur les considérerait comme pertinentes pour prendre la décision d'acheter ou de vendre des actions de la Société.
- N'utilisez pas les informations privilégiées de manière abusive, à des ns commerciales. Ne les utilisez pas pour acheter, vendre ou réa ecter des actions ou d'autres types de titres.
- Gardez les informations privilégiées con dentielles. Ne les partagez pas avec d'autres personnes (y compris des collègues, membres de la famille et amis) et ne transmettez jamais d'informations privilégiées à une autre personne pour qu'elle puisse e ectuer des transactions (« donner des tuyaux »). Cela inclut le fait d'insinuer, de faire des allusions ou des suggestions et de sous-entendre, qui sont également tous illégaux.
- Respectez les périodes d'activité et les périodes de clôture. Certains collègues et certains types de transactions su actions sont soumis à des restrictions de négociation supplémentaires. Veillez à connaître et à respecter les règles avant de négocier. Les dates des périodes de clôture sont disponibles sur l'Intranet et vous pouvez toujours demau conseil à la direction juridique de la Société.
- Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose. Si vous savez ou soupçonnez qu'un délit d'initié a été commis ou que des informations privilégiées ont été traitées de manière inappropriée (y compris la violation des obligations de con dentialité ou la communication de tuyaux), signalez-le au secrétaire général de la Société.

## Quelques exemples d'informations privilégiées

Les informations privilégiées comprennent les informations con dentielles importantes sur :

- les fusions et acquisitions ;
- les cessions ;
- les changements au sein du conseil d'administration ;
- les béné ces ou pertes nanciers projetés ;
- les plans d'a aires stratégiques ;
- avertissements relatifs aux béné ces ;
- les poursuites ou enquêtes en cours ;
- les amendes et l'engagement de la responsabilité en matière de produit ;
- les nouvelles marques, nouveaux produits et autres innovations.

**Posez-vous la question suivante...**
Est-ce que j'estimerais que ces informations sont pertinentes si je décidais d'acheter ou de vendre des actions ?

**Cela pourrait se produire...**
Je prévois d'acheter des actions HEINEKEN depuis un certain temps. J'ai entendu aujourd'hui que la Société est sur le point de conclure un partenariat stratégique important qui pourrait augmenter le prix de l'action.

**Vous pourriez penser...**
Je peux probablement continuer puisque j'avais prévu d'acheter les actions bien avant d'apprendre cette nouvelle.

**Mais, en fait...**
Votre intention d'acheter avant d'entendre la nouvelle n'est pas pertinente. Les nouvelles d'un grand partenariat stratégique pourraient être considérées comme des informations privilégiées si elles sont importantes et pas encore publiques. Demandez conseil à la direction juridique et, jusqu'à ce que vous soyez certain, ne faites pas de transactions. Mieux vaut prévenir que guérir !

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Politique relative au délit d'initié

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez le secrétaire général de l'entreprise.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# INTERAGIR DE MANIÈRE RESPONSABLE AVEC LES AUTRES

Tout au long de notre chaîne de valeur, nous appliquons les normes éthiques les plus élevées lorsque nous communiquons et interagissons avec d'autres personnes en externe.

- Partenaires commerciaux
- Marketing
- Parrainages
- Communication
- Dons à des œuvres de bienfaisance
- Activités politiques

# TRAVAILLER AVEC DES PARTENAIRES COMMERCIAUX RESPONSABLE

La réussite de notre organisation repose sur des milliers de partenaires qui nous fournissent des biens et des services, et distribuent et vendent nos produits. L'engagement en faveur d'une croissance durable implique de sélectionner et de surveiller soigneusement les personnes avec lesquelles nous travaillons. Nous nous attendons à ce que nos tiers partagent nos Valeurs et notre engagement envers une conduite professionnelle responsable dans le cadre de leurs opérations.

Toujours. Partout.

Quels que soient leur emplacement et leur taille, nous nous attendons à ce que tous nos partenaires commerciaux partagent notre objectif et notre volonté d'être une force pour le bien des personnes et de la planète. En collaborant, nous pouvons maximiser notre impact positif et évoluer ensemble dans le sens du développement durable et de manière responsable.

- Choisissez judicieusement : e ectuez un audit préalable. Nous voulons travailler avec des partenaires commerciaux qui non seulement répondent à nos besoins commerciaux, mais qui s'engagent également à mener leurs activités de manière responsable. Par conséquent, si vous êtes impliqué dans leur embauche, assurez-vous que toutes les évaluations des risques et la diligence raisonnable nécessaires concernant les tiers ont été menées et examinées. Basez votre sélection sur ces évaluations et d'autres critères objectifs, tels que le prix, la qualité et le service, pour trouver le meilleur choix pour notre Société.

- Agissez de manière responsable. Assurez-vous que le processus de sélection est juste et responsable. N'exercez pas d'in uence indue et divulguez systématiquement les con its d'intérêts potentiels impliquant un éventuel partenaire commercial.

- Assurez-vous que les partenaires commerciaux comprennent nos attentes. Les fournisseurs doivent signer notre Charte éthique Fournisseur pour con rmer qu'ils connaissent les normes minimales de comportement à respecter lorsqu'ils traitent des a aires avec nous.

- Proposez votre aide. Si on vous le demande et si nécessaire, aidez vos partenaires commerciaux à s'améliorer dans les domaines respectifs de la Charte éthique Fournisseur.

- Surveillez étroitement. Une fois qu'un contrat a été mis en place, assurez-vous que les partenaires commerciaux respectent la loi et notre Charte éthique Fournisseur. Restez impliqué pour vous assurer qu'ils honorent leur engagement, et soutenez-les au besoin.

- Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose. Si vous avez des préoccupations concernant une violation potentielle de nos normes par un partenaire commercial, ne l'ignorez pas, mais Speak Up.

**Cela pourrait se produire...**
J'ai vu une publication sur les réseaux sociaux concernant l'un de nos fournisseurs. Elle suggère son implication dans des violations des droits de l'Homme.

**Vous pourriez penser...**
Étant donné que cela n'a pas été prouvé et ne semble pas avoir de lien avec notre Société, je n'ai pas besoin de faire quoi que ce soit.

**Mais, en fait...**
Il est important pour nous de savoir que l'un de nos fournisseurs exerce des pratiques potentiellement injustes ou illégales, même s'il ne semble pas qu'il existe un lien avec notre Société. Après tout, nous voulons travailler avec des partenaires commerciaux qui respectent certaines normes, et le respect des droits de l'Homme en fait partie. Vous devez alerter via Speak Up, a n que nous puissions obtenir plus d'informations et évaluer si et comment cela pourrait a ecter notre relation.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Charte éthique Fournisseur
Guide en matière de due diligence à l'égard des tiers

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre équipe Juridique ou des Achats, ou Global Procurement ou Global Business Conduct.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# COMMERCIALISER NOS PRODUITS DE MANIÈRE RESPONSABLE

Nous nous engageons à adopter des pratiques de marketing responsables, respectueuses et sincères.

Toujours. Partout.

Tout le monde dans la Société joue un rôle important quant à la manière dont nos marques et nos produits sont communiqués. Lorsque nous parlons de nos marques et de nos produits, nous le faisons de la bonne manière, au bon endroit et au bon moment.

- Pratiquez un marketing responsable. Consultez et appliquez toujours les principes de notre Responsible Marketing Code si vous participez à des communications de marketing et commerciales sur nos produits (y compris nos produits à faible teneur en alcool et sans alcool), et sur leur impact social, sanitaire et environnemental. Cela nous aide à nous assurer que nous ne contribuons pas à une consommation excessive, que nous appliquons toute restriction d'exposition à l'égard des mineurs, et que nous encourageons les pratiques responsables.
- Assurez-vous que les déclarations environnementales sont véridiques et claires. Notre Green Claims Policy (Politique relative aux allégations environnementales) o re des conseils sur le développement de communications crédibles concernant les initiatives et réalisations dans le domaine du développement durable. Ces communications doivent être facilement comprises par les consommateurs et autres parties prenantes sans risquer d'induire en erreur ou de prêter à confusion.
- Fournissez aux consommateurs des informations claires et transparentes sur nos produits. Respectez notre Politique mondiale relative à l'étiquetage pour veiller à ce que les consommateurs sachent ce qu'ils consomment et quand ne pas boire.
- Pensez au digital. Assurez-vous que la publicité digitale, les annonces sur les réseaux sociaux, le marketing d'in uence, les promotions dans le Metaverse, et autres éléments similaires sont également conformes au Responsible Marketing Code.

**Posez-vous la question suivante...** Serais-je heureux de défendre publiquement mes communications commerciales comme étant respectueuses, légales et sincères ?

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Responsible Marketing Code
Politique mondiale relative aux allégations environnementales et processus de gouvernance
Politique mondiale relative à l'étiquetage

**Continuez à apprendre**
Formation en ligne sur le Responsible Marketing Code

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre équipe du Marketing, de Corporate A airs ou Juridique locale, ou Global Commerce, Global Legal ou Global Corporate A airs.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# PARRAINER DE MANIÈRE RESPONSABLE

S'ils sont autorisés par la loi de votre pays, les parrainages sont un excellent moyen de promouvoir notre Société, nos marques et nos produits. Mais il est important que nous parrainions uniquement de manière responsable.

Toujours. Partout.

**Les parrainages peuvent prendre de nombreuses formes, des contributions financières à la fourniture de produits de marque lors d'événements, et bien plus encore.**

- Suivez le Responsible Marketing Code. En particulier, ne parrainez pas et ne promouvez pas d'activités ou d'événements s'il est raisonnablement possible de prévoir que des mineurs représenteront plus de 30 % du public. En cas de doute, abstenez-vous de les parrainer. Dans le cadre de notre stratégie de consommation responsable, nous proposons des marques sans alcool et à faible teneur en alcool lors des événements de parrainage.

- Soyez prudent avec les parrainages impliquant des organismes publics et des institutions publiques. Il existe un risque inhérent que ces parrainages puissent être perçus comme une forme de corruption. Tous les parrainages impliquant des autorités, organismes et institutions publics (y compris les ambassades) doivent être enregistrés dans l'outil de divulgation HeiDisclosure et nécessitent l'approbation préalable du service Juridique pour garantir la conformité à la loi locale et à nos politiques. Les contributions en nature sont la norme ; les parrainages en espèces ne sont autorisés qu'à titre exceptionnel, en se conformant à des conditions strictes.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Responsible Marketing Code
Outil de divulgation HeiDisclosure

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre équipe marketing locale, Global Commerce ou Global Legal A airs.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# COMMUNIQUER DE MANIÈRE RESPONSABLE

En tant que Société et en tant qu'employés individuels, nous communiquons au quotidien avec le monde extérieur. Nos communications externes permettent de renforcer la réputation de notre Société mais risquent également de nuire à notre Société. Il est donc important de les gérer soigneusement.

Toujours. Partout.

En particulier, les communications avec les médias, investisseurs et analystes nécessitent des compétences et une expérience spécialisées, également pour assurer la conformité aux exigences légales. C'est pourquoi nous avons des équipes spécialisées dans le partage de l'histoire de notre Société et répondent aux questions des médias, investisseurs, représentants du gouvernement, et à celles du grand public. Par conséquent, si on vous pose des questions, laissez-les fournir les réponses. Transmettre un message clair, cohérent et véridique est essentiel pour protéger notre nom et notre réputation.

## Relations avec les investisseurs et médias

- Ne communiquez pas avec les médias et les investisseurs, et ne répondez pas à leurs demandes ou questions. À moins que vous ne soyez un porte-parole autorisé, vous devez les orienter vers l'équipe locale ou mondiale compétente :
  - Corporate A airs : pour les questions des médias, des journalistes et du public
  - Corporate A airs : pour les questions des investisseurs, analystes, etc.

- Demandez avant de parler. Les règles ci-dessus s'appliquent également en dehors des cadres de travail formels, tels que les conférences externes, cours, séminaires, événements d'associations professionnelles, entretiens et blogs. Vous devez d'abord obtenir l'approbation des équipes autorisées.

## Réseaux sociaux

- Ré échissez avant de publier. Nos publications personnelles sur les réseaux sociaux peuvent naturellement re éter notre vie professionnelle et avoir un impact sur la réputation de notre Société. Faites preuve de discernement et soyez attentif à vos paroles et à vos actions. Assurez-vous d'utiliser les réseaux sociaux, que ce soit personnellement ou en tant qu'employé, conformément à nos valeurs, à notre Code et à nos politiques, ainsi qu'à la loi. Il ne faut jamais faire de commentaires discriminatoires, o ensants, intimidants et harcelants.

- Soyez transparent. Si votre commentaire ou votre publication a trait à notre Société, vous devez parler ouvertement de votre lien avec nous. Dans les communications personnelles, indiquez clairement que l es opinions que vous exprimez sont les vôtres. Ne répondez pas aux plaintes des consommateurs et des clients ou aux publications négatives sur notre Société.

- Soyez exact et sincère. Tenez-vous-en aux faits et ne faites jamais de déclarations trompeuses ou injustes.

**Posez-vous la question suivante...** Suis-je en mesure de répondre à des questions ou de partager des informations au nom de la Société ?

**Posez-vous la question suivante...** Ce que je dis pourrait-il avoir un impact négatif sur notre Société ou nos marques ?

**N'oubliez pas !**
L'information est transmise instantanément et demeure à jamais. Vous êtes responsable du contenu que vous publiez.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Politique relative aux médias en lien avec Corporate A airs
Directives relatives aux réseaux sociaux

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre équipe de Corporate A airs locale, Global Communications ou Global Legal A airs.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# FAIRE DES DONS À DES ŒUVRES DE BIENFAISANCE DE MANIÈRE APPROPRIÉE

Comme nous exerçons des activités dans le monde entier, nous avons l'opportunité, et la responsabilité, d'utiliser notre entreprise pour apporter une contribution positive aux parties prenantes auprès desquelles nous nous approvisionnons, et au sein desquelles nous vivons, travaillons et vendons nos produits. Les dons à des œuvres de bienfaisance et les investissements communautaires peuvent jouer un rôle important en ce sens, dans la mesure où nous nous assurons qu'ils sont toujours e ectués de manière appropriée.

Toujours. Partout.

**N'oubliez pas !**
Les dons peuvent uniquement être e ectués dans la mesure où ils n'impliquent pas l'attente d'un retour commercial tangible, comme l'obtention d'un permis, sinon, ils pourraient être perçus comme des pots-de-vin. Dans certains pays, les dons à des fonds publics peuvent être obligatoires dans le cadre de demandes de projet ou de licence. Dans ces cas, les dons peuvent être e ectués dans la mesure où ils sont entièrement documentés et enregistrés avec exactitude.

Il est crucial que les dons et les contributions soutiennent les bonnes causes et soient e ectués pour les bonnes raisons, et non pas pour in uencer indûment d'autres personnes ou obtenir des avantages commerciaux. Nous devons éviter même la perception de corruption et nous assurer que nos dons sont transparents et appropriés.

- Assurez-vous qu'ils s'inscrivent dans notre stratégie. Les dons et les initiatives communautaires doivent être conformes à notre stratégie « Brassons un Monde Meilleur », soutenir l'u des Objectifs de développement durable des Nations Unies, ou être adaptés dans le contexte de nos activités. Par exemple, nous pouvons o rir un soutien nancier ou d'une autre na à titre d'aide en cas de catastrophes naturelles.

- Appliquez les procédures de contrôles et d'audit préalable. Cela inclut de passer en revue toutes les organisations béné ciaires et de rechercher l'éventuelle présence de signaux d'alarme tels que des problèmes d'intégrité dans le passé ou d'a liations à des agents publics. Suivez les directives concernant les critères et le processus en matière de dons pour vo assurer qu'ils sont appropriés et ne sont pas utilisés à mauvais escient à des ns de corruption ou autres ns non prévues. L'enregistrement et les approbations préalables du service Juridique sont requis via l'outil de divulgation HeiDisclosure pour tous les dons en faveur d'organisations caritatives ou en faveur de fonds régis par ou a liés à des agents publics ou à des autorités publiques. Par exemple, un don à une ONG qui est gérée par le conjoint d'un ministre.

- Donnez ouvertement et de manière transparente. Sinon, l'objectif peut sembler contestable. N'acheminez pas les dons par le biais de tiers, sauf s'il existe un objectif clair et légitime.

- Soyez prudent quand il s'agit de dons qui pro tent principalement à des mineurs. En dépit de bonnes intentions, les dons ou investissements communautaires e ectués par une société d'alcool au béné ce d'écoles et organisations dédiées à l'enfance peuvent être mal perçus. Nous devons éviter l'association alcool et mineurs.

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Guide relatif aux dons à des œuvres de bienfaisance
Outil de divulgation HeiDisclosure

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre équipe de Corporate A airs ou Juridique locale ou adressez-vous à Global Business Conduct.

**Vous avez des préoccupations ?**
Speak Up!

# SÉPARER VOS ACTIVITÉS POLITIQUES

En tant qu'entreprise, nous n'e ectuons aucune contribution à des partis politiques sous aucune forme. Mais nous reconnaissons que vous avez le droit de contribuer et de participer à des activités politiques à titre personnel, dans la mesure où vous respectez quelques principes de base.

Toujours. Partout.

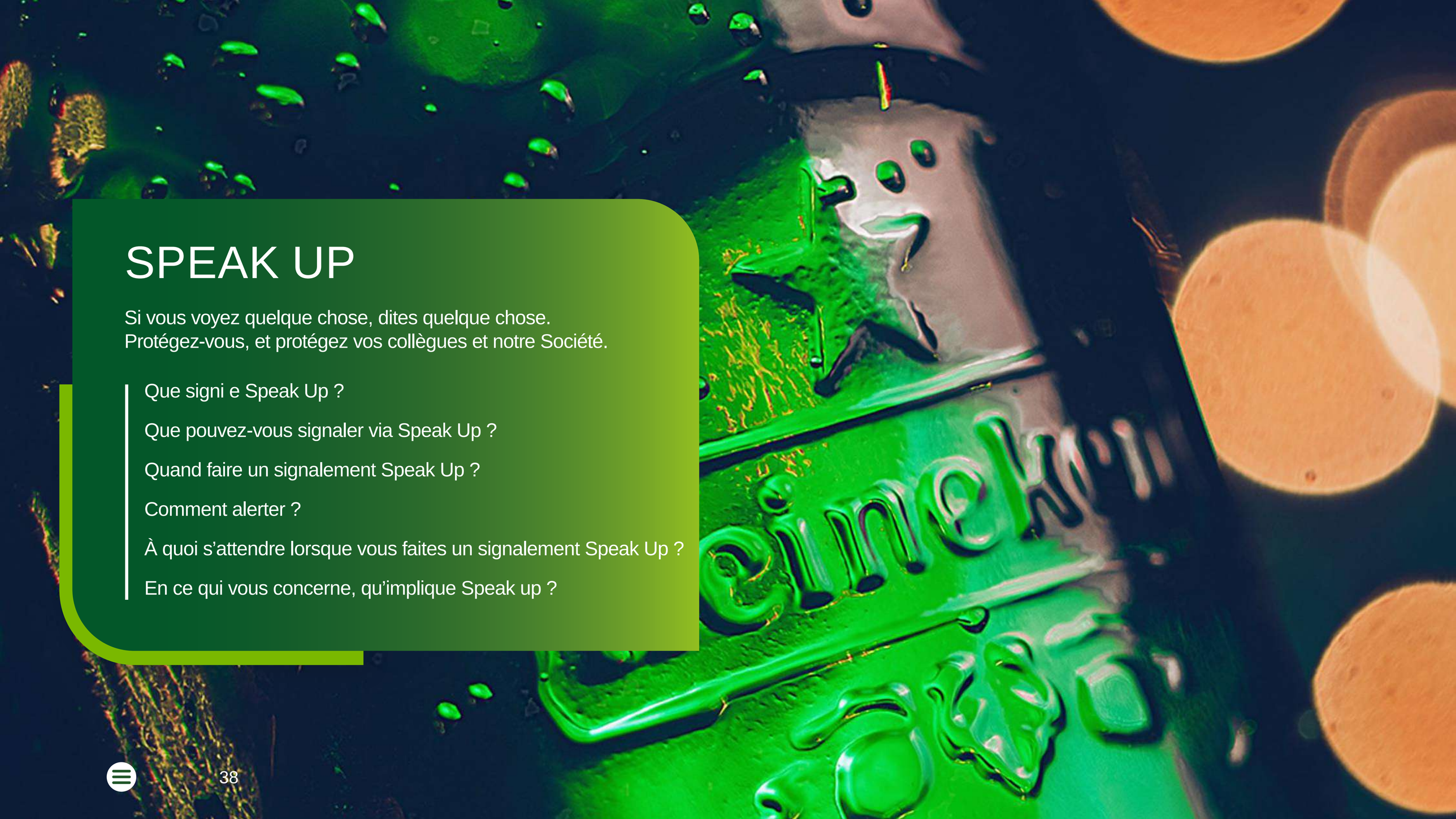
- Gardez vos activités politiques à l'écart de votre lieu de travail et en dehors de vos heures de travail. N'utilisez jamais les fonds ou les ressources de notre Société pour soutenir des activités politiques. Et indiquez clairement que vous ne représentez pas notre Société. Assurez-vous de divulguer tout con it d'intérêts ou toute a liation politique qui pourrait avoir un impact sur notre activité.
- Veillez à ce qu'elles ne soient pas liées à notre Société. Indiquez clairement que vos contributions et votre soutien aux partis politiques sont personnels et ne donnent pas l'impression d'être liées à notre Société. En particulier, notre Société se dissocie de toute activité qui encourage l'extrémisme ou sape notre engagement envers la diversité culturelle et l'égalité des chances.

**Posez-vous la question suivante...** Mes activités politiques personnelles pourraient-elles être associées à la Société ?

## VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

Il vous su t de demander ! Contactez un collègue de votre équipe de Corporate A airs locale.

**Vous avez des préoccupations ?** Speak Up!



# SPEAK UP

Si vous voyez quelque chose, dites quelque chose.
Protégez-vous, et protégez vos collègues et notre Société.

- Que signi e Speak Up ?
- Que pouvez-vous signaler via Speak Up ?
- Quand faire un signalement Speak Up ?
- Comment alerter ?
- À quoi s’attendre lorsque vous faites un signalement Speak Up ?
- En ce qui vous concerne, qu’implique Speak up ?

# SPEAK UP

En tant que Société, nous nous attendons à ce que tout un chacun agisse de manière responsable et avec intégrité. Mais ce n'est pas toujours le cas. Si vous entendez ou voyez quelque chose qui pourrait aller à l'encontre de nos Valeurs ou du présent Code, nous vous encourageons à Speak Up. Cela nous permet de traiter votre préoccupation et contribue à protéger notre personnel, notre Société, et notre lieu de travail. Nous écouterons, agirons et protégerons.

Toujours. Partout.

Speak Up est une responsabilité partagée. L'objectif est de protéger notre personnel et notre Société de toute forme de préjudice en soulevant les préoccupations avant qu'elles ne deviennent problématiques. Ou pour éviter que les problèmes ne prennent encore plus d'ampleur. Vous devrez peut-être faire preuve de courage pour faire un signalement Speak Up mais c'est ce qu'il est juste de faire.

## Que signifie Speak Up ?

Faire un signalement Speak Up signi e essentiellement faire part de votre préoccupation pour qu'elle soit traitée. L'idéal est que nous nous sentions tous à l'aise pour discuter des préoccupations directement avec la personne impliquée. Mais nous savons tous que cela n'est pas toujours possible ou réali c'est pourquoi nous vous proposons d'autres moyens pour faire un signalemer Speak Up.

## Que pouvez-vous signaler via Speak Up ?

Nous vous encourageons à faire un signalement Speak Up des activités ou des comportements qui ne sont pas conformes à notre Code ou à la loi. Par exemple : la discrimination ou le harcèlement d'un collègue, les préoccupations concernant des infractions comme la fraude et la corruption, un con it d'intérêts ou un préjudice environnemental.

Si vous vous sentez gêné ou mal à l'aise à propos mauvaise conduite potentielle, faites part de votre préoccupation, indi éremment de son ampleur ou de son impact. Il n'y a jamais de mal à signaler un éventuel problème, même s'il semble être mineur. Le risque réside dans le fait d'ignorer ce qui se passe. Ce qui peut sembler être un petit problème au départ pourrait devenir beaucoup plus important s'il n'est pas porté à l'attention de quelqu'un et traité. Les problèmes ont tendance à croître et à s'aggraver au l du temps. Cela dit, notre programme Speak Up n'est pas destiné à régler les litiges personnels ou juridiques, ou les griefs que vous pourriez avoir concernant votre emploi, comme des objections à votre évaluation de performance, des désaccords avec votre manager ou les plaintes concernant une augmentation de salaire. Votre partenaire commercial des ressources humaines est là pour vous aider à résoudre ces problèmes ou vous pouvez contacter un Référent SPEAK UP pour obtenir des conseils ou de l'aide.

## Quand faire un signalement Speak Up ?

Si vous avez vécu ou remarqué quelque chose de suspect ou de répréhensible, ou si quelque chose qui pourrait enfreindre notre Code vous met mal à l'aise, nous vous encourageons à le signaler dès que possible. Ne vous inquiétez pas de la quantité d'informations dont vous disposez à ce stade. En exprimant rapidement une préoccupation, nous avons plus de chance de trouver une solution rapide et d'empêcher une situation de s'intensi er. Si vous exprimez votre préoccupation, nous avons mis en place des processus pour l'examiner et enquêter. Si vos préoccupations s'avèrent erronées ou injusti ées, vous ne serez jamais blâmé (sauf si vous déposez délibérément un faux rapport). Après tout, nous préférons examiner une préoccupation qui s'avère injusti ée plutôt que de risquer de ne pas être au courant d'une situation qui se transforme en un problème important.

En exprimant rapidement une préoccupation, nous avons plus de chance de trouver une solution rapide et d'empêcher une situation de s'intensi er.

Il existe plusieurs façons de faire un signalement Speak Up et canaux pour le faire. Peu importe celle et celui que vous choisissez ; alors alertez de la manière qui vous permet d'être le plus à l'aise.

### Votre manager

Nous encourageons notre personnel à avoir des conversations honnêtes au sein de leur équipe, car il vaut souvent mieux résoudre les problèmes immédiatement entre collègues. Si vous ne vous sentez pas à l'aise pour discuter de vos préoccupations directement avec la personne impliquée, vous pouvez également parler à votre manager. Ils sont généralement bien placés pour comprendre et réagir.

### Un collègue de confiance

Vous pouvez également vous adresser à diverses personnes en dehors de votre service. Vos collègues des équipes locales des Ressources humaines, du Juridique ou de P&CI sont là pour écouter et conseiller, tout comme vos référents SPEAK UP. Vous pouvez leur demander conseil de manière informelle sur ce qu'il faut faire, mais ils peuvent également vous aider à déposer un rapport Speak Up ou déposer un rapport en votre nom.

### Global Business Conduct

Vous pouvez également signaler votre préoccupation directement à Global Business Conduct à l'adresse speakup@heineken.com.

### Portail Speak Up

Vous pouvez aussi faire part de votre préoccupation en toute sécurité et sûreté via notre portail externe indépendant Speak Up. Il est accessible 24/7, dans votre propre langue, par Internet (speakup.heineken.com), par téléphone ou par le biais de l'application. Vous pouvez faire un signalement Speak Up de manière con dentielle, voire anonyme, si vous préférez.

Nous recommandons vivement à tous les employés d'utiliser nos canaux dédiés pour signaler les préoccupations et les problèmes en interne. Toutefois, lorsque cela est possible et approprié, les signalements peuvent également être transmis aux autorités o cielles.

# À QUOI S'ATTENDRE LORSQUE VOUS FAITES UN SIGNALEMENT SPEAK UP ?

## Que se passe-t-il ensuite ?

Tous les rapports Speak Up déposés directement sur notre portail Speak Up mondial sont examinés par une équipe indépendante, a n de protéger la con dentialité de l'auteur du rapport et d'assurer un suivi et une enquête adéquats. L'objectif d'une enquête est de recueillir des faits pour déterminer si la préoccupation est justi ée et, le cas échéant, quelles mesures doivent être prises. Tous les collaborateurs sont tenus de coopérer pleinement aux enquêtes. Le Guide Speak Up renferme d'autres informations sur la manière dont les enquêtes sont menées. Si vous faites un signalement, vous recevrez un accusé de réception dans les cinq jours. Vous serez également informé·e une fois l'enquête terminée. Les détails du résultat ne seront généralement pas partagés a n de protéger la con dentialité de l'enquête et respecter la vie privée des personnes impliquées. Si la préoccupation est justi ée, une décision sera prise concernant les mesures disciplinaires à prendre, le cas échéant. D'autres mesures comprennent les améliorations des process et des contrôles, ainsi que la formation pour prévenir les problèmes dans l'avenir.

## Nous protégeons la confidentialité et l'anonymat

Si vous exprimez une préoccupation, les informations que vous fournissez ne seront partagées qu'avec les personnes qui ont besoin de les connaître a n d'enquêter sur votre préoccupation ou de résoudre le problème. Quelle que soit la façon que vous choisissez pour la signaler, votre identité ne sera pas révélée en l'absence de votre consentement. Si vous souhaitez rester anonyme, votre décision sera respectée. En tant que Société, nous avons la responsabilité d'enqu sur les signalements, et non sur la personne qui les a signalées. Il n'est jamais acceptable que l'identité de ceux qui soulèvent des préoccupations de manière anonyme soit recherchée ou même devinée. Si vous pensez que votre identité a été révélée sans votre autorisation, veuillez le signaler.

## Nous avons une tolérance zéro en matière de représailles

Nous valorisons vraiment tous ceux qui Speak Up lorsqu'ils s'aperçoivent qu'une situation impliquant notre Société ou nos employés n'est pas correcte. Nous interdisons strictement toute forme de représailles à l'encontre de toute personne qui fait un signalement Speak Up de bonne foi ou coopère dans le cadre d'une enquête. Les représailles constituent une violation du Code et entraîneront la prise de mesures disciplinaires. Si vous pensez avoir été victime de représailles, veuillez le signaler a n que nous puissions prendre des mesures pour vous protéger.

## Ne faites pas un mauvais usage de Speak Up pour accuser à tort.

Bien que nous vous encouragions à faire un signalement Speak Up, vous ne devez jamais utiliser les canaux Speak Up pour porter sciemment de fausses accusations à l'encontre d'autres personnes, par exemple, si vos collègues ou vos tâches professionnelles sont pour vous sources de frustration. Ce comportement est injuste et préjudiciable pour les personnes impliquées, et il n'est pas toléré.

**Cela pourrait se produire...**
Au cours des réunions d'équipe, un manager fait souvent des commentaires o ensants et sexuels à ses collègues. Tout le monde le sait, mais rien ne semble être fait à ce sujet.

**Vous pourriez penser...**
Il est inutile de faire part de ma préoccupation. De toute façon, rien ne se passera ou ne changera. Si d'autres personnes sont au courant de ce problème mais l'ignorent, je réagis peut-être de manière excessive et je devrais simplement accepter que cela fasse partie de la dynamique de l'équipe.

**Mais, en fait...**
Vous ne devez pas l'ignorer, mais vous devez faire un signalement Speak Up. Le fait que les autres ignorent ou semblent accepter un comportement inapproprié ne doit pas vous empêcher de le signaler. Exprimer une préoccupation peut sembler di cile, mais cela peut mettre n à des situations nuisibles ou les empêcher de s'aggraver. En faisant un signalement Speak Up, vous agissez pour vous protéger, et protéger vos collègues et votre lieu de travail. Vous devrez peut-être faire preuve de courage pour faire un signalement Speak Up mais c'est ce qu'il est juste de faire.

**Posez-vous la question suivante...**
Ce comportement me rend-il inquiet ou nerveux ? Si Oui, c'est une indication que je dois faire un signalement Speak Up.

**N'oubliez pas !**
Ne restez pas silencieux sous prétexte que les autres n'agissent pas. Protégez votre lieu de travail, vos collègues et vous-même en Speaking Up.

# EN CE QUI VOUS CONCERNE, QU'IMPLIQUE SPEAK UP ?

## En tant que collaborateur, vous avez la responsabilité de :

- Savoir comment et quand alerter. Adhérer au Code est un e ort d'équipe, et nous comptons sur votre soutien pour faire part de vos préoccupations et signaler les violations a n de pouvoir y répondre. Veuillez vous assurer que vous comprenez comment e ectuer un signalement speak up, et faites-le lorsque cela est nécessaire. Si vous soupçonnez ou découvrez une activité illégale en relation avec nos opérations ou activités impliquant des tiers, signalez-la immédiatement à votre équipe Juridique ou directement via le portail Speak Up.

- Ne jamais exercer de représailles contre quelqu'un qui a e ectué un signalement speak up. Continuez à traiter toute personne qui e ectue un signalement avec équité et respect, et n'essayez pas de lui nuire, de la punir ou de l'exclure. Les représailles sous quelque forme que ce soit (explicites ou subtiles) sont répréhensibles et ne seront pas tolérées.

- Coopérez aux enquêtes. En tant qu'employé, vous devez coopérer et participer aux enquêtes Speak Up. Sous réserve des lois locales, cela signi e que vous devez vous conformer à toutes les demandes ou instructions de l'équipe chargée de l'enquête. Cela implique de participer aux interrogations, de fournir des documents et de se plier à toute autre mesure et demande relative à l'enquête. La coopération est essentielle pour garantir la qualité et l'impartialité de l'enquête. Ne freinez pas ou n'entravez pas une enquête, par exemple, en supprimant ou en détruisant des preuves ou en faisant de fausses déclarations.

- Respectez la con dentialité et la vie privée. Ne discutez pas de l'objet d'une enquête avec d'autres personnes (y compris vos collègues et votre manager) à moins que cela n'ait été autorisé par l'équipe chargée de l'enquête. La con dentialité est nécessaire pour protéger l'intégrité du processus et garantir l'équité pour toutes les parties impliquées.

## Si vous êtes un Manager, vous avez des responsabilités supplémentaires :

- Créez une culture sûre pour pouvoir alerter. Encouragez votre équipe à faire part de ses préoccupations et à signaler les violations réelles ou présumées du Code. Assurez-vous que votre équipe comprend comment e ectuer un signalement speak up et se sent à l'aise et en sécurité pour le faire. Ne dites jamais à quiconque de ne pas signaler sa préoccupation.

- O rez votre soutien et votre protection. Ne rejetez pas et n'ignorez pas les préoccupations qui vous sont communiquées. Prêtez une oreille attentive et soutenez tous ceux qui soulèvent des préoccupations ou vous font part de violations réelles ou potentielles. Veillez à ce qu'on leur fasse preuve de respect et qu'ils ne fassent pas l'objet de représailles, ni de votre part ni de la part de vos collègues.

- Prenez les mesures adéquates. Assurez-vous que toutes les préoccupations soulevées sont prises au sérieux et traitées rapidement et correctement. Selon leur nature, certaines préoccupations ou certains problèmes peuvent être résolus immédiatement au sein de l'équipe. Si cela n'est pas possible, faites remonter le problème dès que possible, par exemple en e ectuant un signalement Speak Up. Une fois le signalement e ectué, l'équipe d'examen Speak Up peut déterminer la marche à suivre appropriée. Le dépôt d'un signalement Speak Up est obligatoire pour les questions qui nécessitent une enquête et pour toute fraude ou tout problème réglementaire (corruption, droit de la concurrence, sanctions ou blanchiment d'argent). Coopérez pleinement et rapidement, et fournissez toute la documentation requise par l'équipe chargée de l'enquête (p. ex., informations sur l'a aire et leçons apprises).

- Prévenez les problèmes futurs. Si une violation du Code s'est produite au sein de votre équipe ou de vos opérations, demandez-vous si une communication, une formation ou des modi cations supplémentaires des processus et des contrôles commerciaux sont nécessaires pour réduire la probabilité que des violations similaires se produisent à l'avenir. Et prenez les mesures nécessaires.

### ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?

Consultez notre Guide Speak Up si vous souhaitez en savoir plus, par exemple si vous envisagez d'e ectuer un signalement. Le Guide Speak Up a pour objectif de démysti er le processus de signalement et vous guide à chaque étape du processus.

**Vous avez des questions ?**
Il vous su t de demander ! Contactez l'un des Référents SPEAK UP notre entreprise ou adressez-vous au service Global Business Conduct.

HEINEKEN

# CODE

## DE BONNE CONDUITE

CONDUITE DES AFFAIRES AVEC INTÉGRITÉ. TOUJOURS. PARTOUT.