



CÓDIGO DE CONDUCTA GRUPO AMAURY



RESUMEN

- Palabras del Presidente - p.3
- Valores del Grupo Amaury - p.4
- Presentación del Código - p.5
- Sanciones - p.6
- Documentos de referencia - p.7
- Corrupción y tráfico de influencias - p.8
- Regalos y relaciones públicas - p.16
- Conflictos de intereses - p.21
- Mecenazgo y patrocinio - p. 24
- Procedimiento para denunciar las infracciones al Código de Conducta - p. 28

PALABRAS DEL PRESIDENTE

Dentro del Grupo Amaury, llevamos a cabo nuestras actividades con responsabilidad. Nos comprometemos a hacer todo lo posible para garantizar que nuestras actividades se lleven a cabo legalmente. Esta es nuestra convicción.

La sostenibilidad de nuestro negocio y nuestras marcas depende de ello.

Este Código de Conducta es una herramienta de apoyo para cada empleado. Recuerda los procedimientos y medidas claras adaptadas a nuestro Grupo, a sus actividades y a los riesgos de corrupción a los que todos, colectiva e individualmente, podemos estar expuestos.

Cuento con cada uno de ustedes para que se apliquen todas las normas definidas en este Código para garantizar el desarrollo responsable y seguro de nuestra empresa.

Marie-Odile AMAURY

VALORES DEL GRUPO AMAURY

Como creadores de contenidos y medios de comunicación, facilitamos el acceso a la información, el conocimiento y el deporte. Como actor global, organizamos eventos únicos y unificadores. Como líderes en nuestros campos, atraemos y unimos nuestros talentos en torno a marcas icónicas.

Llevamos a cabo nuestra actividad basándonos en valores compartidos

- **Independencia:** garantizar nuestra libertad de expresión y acción
- **Innovación:** anticipar y marcar nuestra diferencia
- **Responsabilidad:** comprometer nuestras acciones con un profundo respeto por la ética y el medio ambiente
- **Excelencia:** permitir que lo mejor de cada persona se exprese y guíe todos nuestros logros
- **Placer:** compartir nuestras pasiones y experimentar emociones únicas
- **Transparencia** de nuestras acciones y procedimientos

PRESENTACIÓN DEL CÓDIGO

El Grupo AMAURY está comprometido con la lucha contra la corrupción tanto en su propio nombre como en el de sus filiales. Con esta idea se ha elaborado este Código de Conducta. Se aplica a todas las personas que actúan en nombre y por cuenta de las empresas del Grupo Amaury.

El Código describe lo que se entiende por corrupción y los procedimientos que se han aplicado para prevenir su aparición.

Para cada situación de riesgo, el Código le ayudará a responder a las siguientes preguntas:

- ¿Es legal?
- ¿Cuáles serían las consecuencias de mis acciones para nuestros socios e internamente, y podría justificar válidamente mi decisión?
- ¿Me sentiría cómodo si esta decisión se hiciera pública interna y externamente?

Si tiene alguna duda, póngase en contacto con el departamento jurídico de su empresa: [\[Direcciones de correo electrónico del departamento jurídico\]](#).

N.B.: Normativa extranjera

Este Código se entiende sin perjuicio de las normativas locales que puedan ser más restrictivas que los principios establecidos en este Código. Sin embargo, estos principios deben aplicarse como *mínimo*, independientemente de la normativa local del país en cuestión.

SANCIONES

Todo acto de corrupción está sujeto al Código Penal y a las penas previstas en él.

El Código de Conducta se incorpora al Reglamento Interno de su organización de origen.

Como consecuencia, la no conformidad del Código de Conducta dará lugar a la aplicación de las sanciones disciplinarias previstas en el Reglamento Interno de su entidad declarante.

Cabe señalar que las sanciones disciplinarias se pronuncian sin perjuicio de posibles procedimientos judiciales contra los empleados.

DOCUMENTOS DE REFERENCIA PARA TODOS LOS EMPLEADOS DEL GRUPO AMAURY

Las actividades de todos los empleados del Grupo Amaury están, por supuesto, sujetas a la ley en general (derecho mercantil, derecho penal, derecho laboral, etc.), pero también a las normas y procedimientos internos establecidos por el Grupo. El objetivo de estos documentos es recordar a los empleados el conjunto de buenas prácticas que deben seguirse a diario.

Estos documentos son:

- El presente Código de Conducta;
- Procedimientos contables y financieros;
- Política de compras;
- La Carta de Representación Pública, Regalos y Gastos;
- Las políticas de viajes y gastos de su entidad matriz;
- La Carta de Conflictos de Intereses;
- La Carta de Patrocinio;
- La Carta de Buenas Prácticas de la DSI;
- Para los periodistas: la Carta de Ética.



CORRUPCIÓN Y TRÁFICO DE INFLUENCIAS

CORRUPCIÓN

El Grupo AMAURY no tolerará la corrupción de sus empleados. Es importante detallar lo que abarca esta noción porque, aparte de los casos obvios de dar dinero para obtener un contrato, ciertas prácticas, aunque se lleven a cabo de buena fe, podrían considerarse como corrupción. En las siguientes páginas se desarrollan de forma más específica.

Definición: El soborno activo es el hecho de que cualquier persona, en cualquier momento, directa o indirectamente, ofrezca o entregue a un funcionario público francés o extranjero (responsable de la autoridad pública, encargado de una misión de servicio público, empleado de una empresa pública, etc.) o a un particular (en el marco de una actividad profesional o social, de una función de dirección o de un trabajo para una persona física o jurídica) ofertas, promesas, regalos, obsequios o trabajos para un individuo o particular (en el marco de una actividad profesional o social, de una función de dirección o de un trabajo para una persona física o jurídica) ofertas, promesas, regalos, obsequios o ventajas de cualquier tipo, para sí mismo o para otra persona, para que realice o se abstenga de realizar (o porque haya realizado o se abstenga de realizar) un acto de su función, misión o mandato, o facilitado por su función, misión o mandato (artículos 433-1 y siguientes, 435-1 y siguientes, 445-1 y siguientes del Código Penal francés).

Sanción:

- Para las personas físicas: 10 años de prisión y una multa de 1.000.000 de euros.
Esta multa puede incrementarse en el doble del producto de la infracción.
- Para las personas jurídicas: 5.000.000 de euros de multa.
Esta multa puede incrementarse en el doble del producto de la infracción y se aplican sanciones adicionales, como la exclusión de la contratación pública.

CORRUPCIÓN

Soborno activo y pasivo: ¿cuál es la diferencia?

El soborno activo es el ofrecimiento de un regalo o una ventaja a la persona encargada de una determinada función.

El soborno pasivo es la aceptación de un regalo o ventaja por parte del responsable de la función específica.

Corrupción pública y privada: ¿cuál es la diferencia?

La corrupción pública se produce cuando una de las personas implicadas en la corrupción (activa o pasiva) es:

- Representante de la autoridad pública (gendarme, policía, militar, prefecto...);
- Encargado de una misión de servicio público: notario, agente judicial, representante judicial, etc.;
- Elegido públicamente: diputado, senador, concejal.

El soborno privado se produce cuando un acto de soborno no implica a ninguna de las personas mencionadas anteriormente, sino que implica a una persona que ocupa un cargo en una empresa o asociación (proveedor, anunciante, agencia, tercero de la empresa...).

¿Qué es un beneficio?

La definición de beneficio es muy amplia y depende mucho de su actividad. Puede ser:

- Remesa de dinero, o pago de una suma para facilitar el progreso de un caso;
- Regalos de empresa y servicios para eventos (invitaciones a eventos deportivos, billetes de avión, habitaciones de hotel, etc.) cuando son desproporcionados con respecto a los usos;
- Donaciones benéficas o actividades de patrocinio cuando se utilizan para ocultar pagos fraudulentos o para obtener una ventaja indebida.

■ CORRUPCIÓN

¿A qué se refiere?

¿Quién? Cualquier persona en el ejercicio de sus funciones puede ser sobornador o sobornado, ya sea o no líder. La corrupción afecta tanto a las personas físicas como a las jurídicas.

- **¿Cuánto?** No hay un umbral por debajo del cual no haya corrupción. Todo depende del contexto, la persona que recibe la prestación, el importe de la misma.
- **¿Cómo?** La ventaja puede ofrecerse o recibirse directa o indirectamente (por ejemplo, a un miembro de la familia o a través de un intermediario, agente, etc.). También puede enviarse al lugar de trabajo o al domicilio de la persona a la que se quiere sobornar. El mero hecho de ofrecer la ventaja es suficiente para tipificar el delito, independientemente de si la persona aceptó o no, **o de** si la ventaja no condujo finalmente a un acto de cargo.

TRÁFICO DE INFLUENCIAS Y PERSONAS ASOCIADAS

El tráfico de influencias es un delito similar al cohecho, que implica a un tercero que vincula a dos personas físicas o jurídicas, públicas o privadas.

Definición: El tráfico de influencias se refiere al hecho de que una persona monetiza su capacidad o influencia, real o supuesta, para influir en una decisión que será tomada por un tercero. Implica a tres actores: el beneficiario (el que proporciona ventajas o regalos), el intermediario (el que utiliza el crédito que tiene por su posición) y la persona objetivo que tiene el poder de decisión (autoridad o administración pública, magistrado, experto, etc.).

El derecho penal distingue entre el tráfico de influencias activo (del lado del beneficiario) y el tráfico de influencias pasivo (del lado del intermediario). Ambos delitos se castigan de la misma manera (artículos 432-11-2, 433-1-2, 433-2 y 434-9-1 del Código Penal francés).

Sanción:

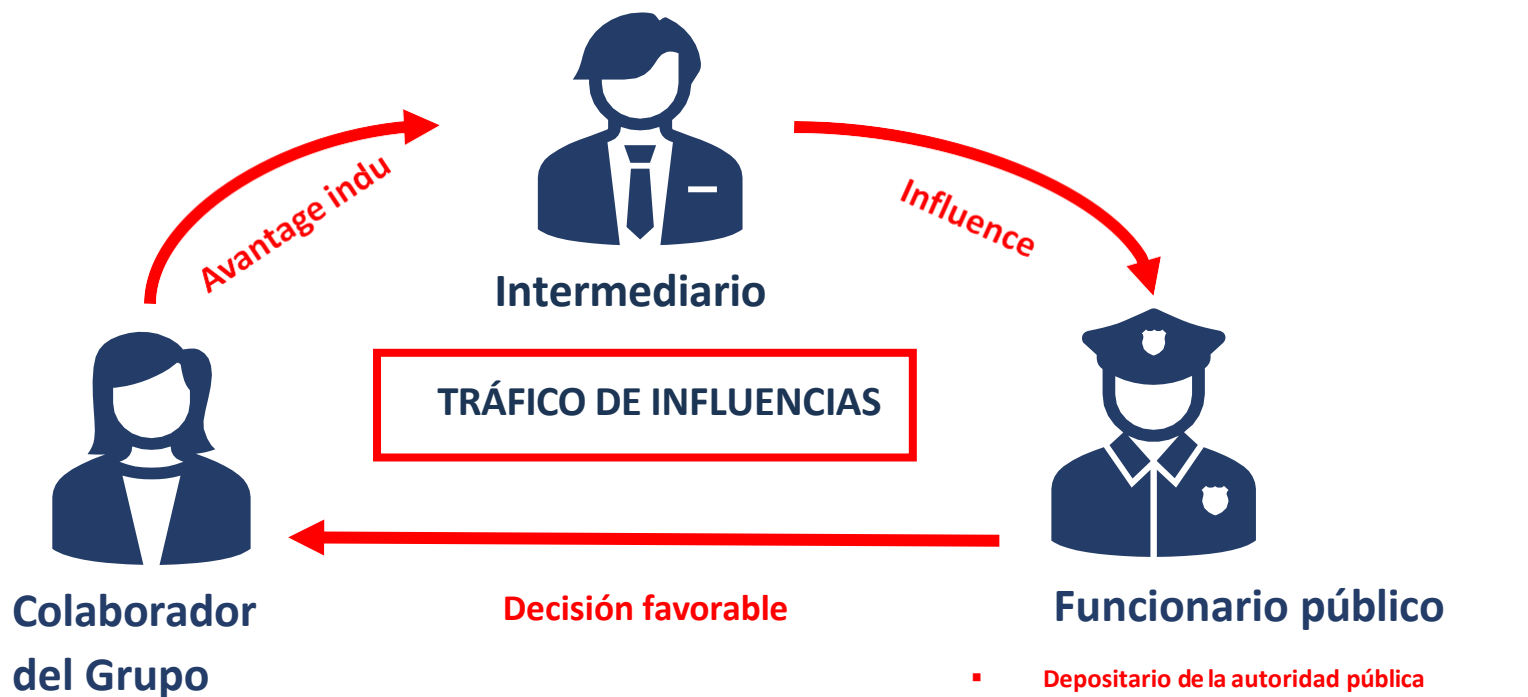
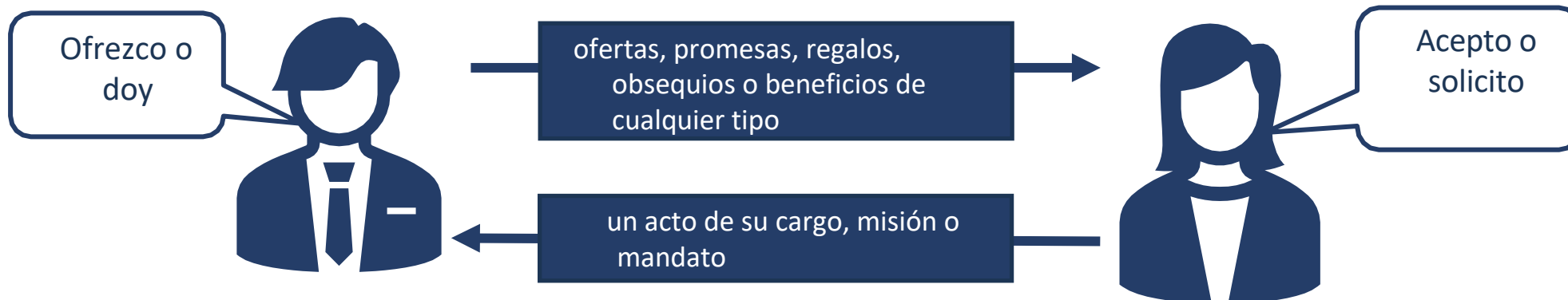
- Para las personas físicas: 5 años de prisión y una multa de 500.000 euros
Esta multa puede incrementarse en el doble del producto de la infracción.
- Para las personas y entidades jurídicas: 2.500.000 euros
Esta multa puede incrementarse en el doble del producto de la infracción, y se aplican sanciones adicionales como la exclusión de los contratos públicos

Ejemplo: Un tercero se ofrece a ponerme en contacto con varios cargos electos para ayudar a obtener un presupuesto para los Juegos Olímpicos. A cambio, me pide que haga referencia a su empresa y que la seleccione para una futura licitación.

CORRUPCIÓN Y TRÁFICO DE INFLUENCIAS

CORRUPCIÓN ACTIVA

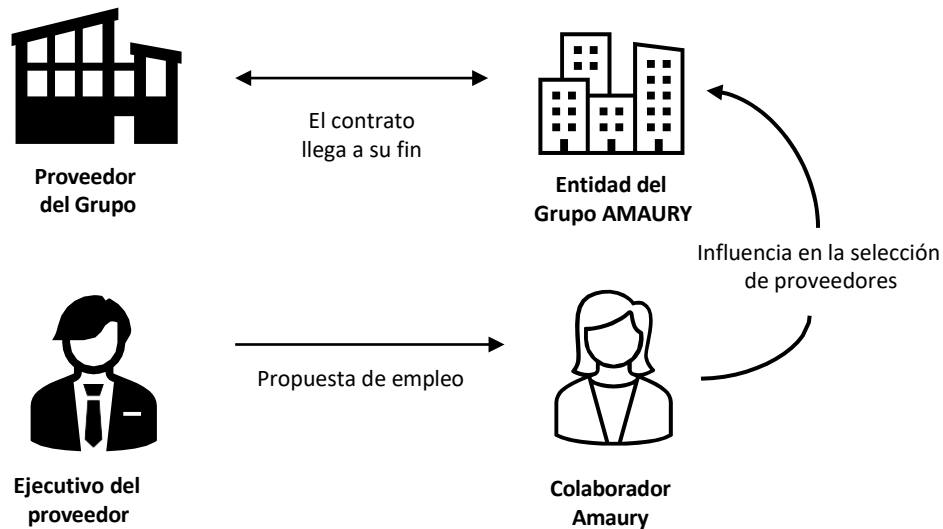
CORRUPCIÓN PASIVA



- Depositario de la autoridad pública
- Encargado de una misión de servicio público
- Con un mandato electivo

EJEMPLO PRÁCTICO: SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Un proveedor desea informarle de que podría estar interesado en su solicitud para un puesto que debería estar disponible en breve. Le da a entender que usted podría utilizar su influencia dentro del Grupo Amaury una última vez para permitirle obtener la renovación del contrato firmado con su actual empleador.



El principio de lealtad que vincula al trabajador con su empresa matriz le prohíbe trabajar en interés de otra empresa durante el ejercicio de sus funciones. Tal contratación sería imposible, ya que constituye la contrapartida de una influencia interna y es, por tanto, un intento de corrupción. Tal intento debe ser reportado a sus superiores.

En caso de que la contratación no sea la contrapartida de la influencia interna favorable al proveedor de servicios, sería posible responder favorablemente. En ese caso, sería aconsejable respetar las normas internas de contratación y esperar hasta el final de las negociaciones antes de tomar una posición sobre la propuesta de contratación, aplazándola en cuanto se vea afectada su imparcialidad.



Lo que no hay que hacer

- Mantener la situación en secreto;
- Utilizar su influencia interna para obtener una ventaja con el proveedor.

¿Cuáles son los riesgos?

- Para la empresa:
 - Riesgo de desestabilizar una operación financiera (o hacerla fracasar);
 - Riesgo de sanción administrativa;
 - Daño a la reputación de la empresa.
- Para el empleado:
 - Riesgo de clasificación como delito (corrupción);
 - Violación del reglamento interno y aplicación de sanciones disciplinarias hasta el despido;
 - Daño a su reputación, que puede afectar su futuro profesional.

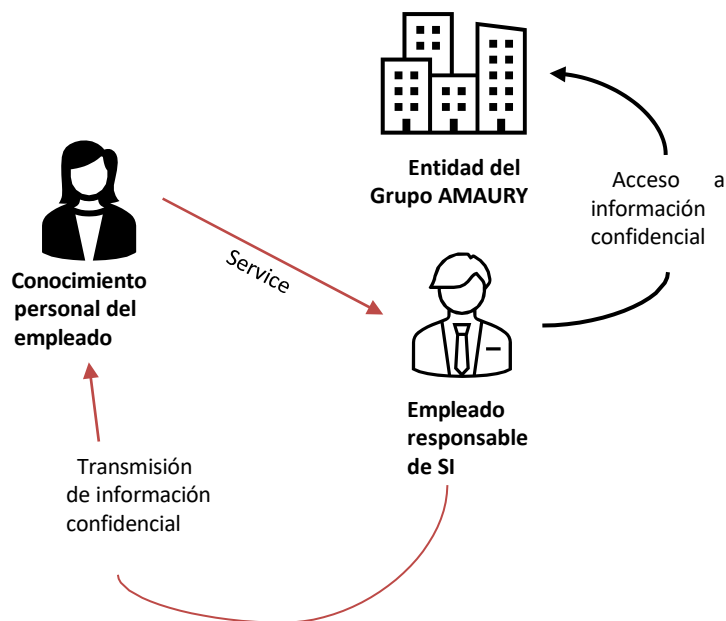


Buenas prácticas

- Si la propuesta es la contrapartida de su influencia, debe ser declinada;
- Como esta propuesta es un intento de soborno, informe a su superior jerárquico;
- Suponiendo que la oferta no se basa en su influencia interna:
 - Si desea aceptarla, deberá declararlo, retirarse de las negociaciones y no participar en ninguna transacción relacionada con este proveedor;
 - Si no es así, debe rechazar firmemente esta oferta.

EJEMPLO PRÁCTICO: ACCESO A LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS

Un conocido le pide, a cambio de un servicio, que utilice su acceso a los servicios informáticos internos para un uso personal.



Está estrictamente prohibido transmitir información confidencial a un tercero. Si un empleado utiliza su posición para transmitir esa información a cambio de una ventaja, es culpable de corrupción.



Lo que no hay que hacer

- Utilizar las prerrogativas internas para dar una ventaja indebida a un tercero;
- Revelar información confidencial.

¿Cuáles son los riesgos?

- Para la empresa:
 - Riesgo de sanciones penales y administrativas;
 - Riesgo de desestabilizar una operación financiera (o hacerla fracasar);
 - Daño a la reputación de la empresa.
- Para el empleado:
 - Riesgo de clasificación como delito (corrupción, etc.);
 - Violación del reglamento interno y aplicación de sanciones disciplinarias hasta el despido;
 - Daño a su reputación, que puede afectar su futuro profesional.



Buenas prácticas

- Cumplir con las normas sobre controles de acceso y perfiles de SI;
- Respetar la confidencialidad inherente a sus derechos de acceso y el principio de lealtad a su empleador.



REGALOS Y RELACIONES PÚBLICAS

RELACIONES PÚBLICAS - DEFINICIÓN Y PRINCIPIOS

Las relaciones públicas incluyen todos los actos y operaciones destinados a establecer, mantener y promover relaciones de confianza con las entidades que colaboran o son susceptibles de colaborar con el Grupo Amaury.

Estas operaciones son posibles pero deben respetar los siguientes principios:

- Las operaciones deben estar relacionadas principalmente con el deporte para estar en consonancia con las actividades del Grupo;
- Ocasionalmente, es posible realizar operaciones más adaptadas al público femenino;
- El mismo contacto no debe ser invitado a un evento más de tres veces al año;
- Cuando se lleva a cabo una operación de relaciones públicas, esta debe dirigirse a todos los niveles jerárquicos de los clientes y clientes potenciales: desde el contacto operativo hasta el director general.



Le invitamos a consultar la Carta de Relaciones Públicas, Regalos y Gastos establecida por el Grupo AMAURY y sus filiales.

REGALOS - DEFINICIÓN

Por regalos o beneficios debe entenderse cualquier bien material, servicio o invitación recibido o concedido por un colaborador.

Los artículos promocionales de bajo valor o *goodies* que forman parte de las prácticas comerciales normales no se consideran regalos o beneficios.

A este respecto, le recordamos que la finalidad de este Código no es, desde luego, obstaculizar la construcción de una buena relación comercial con sus socios. Su objetivo es simplemente recordar los límites dentro de los cuales deben desarrollarse las relaciones con los clientes para no infringir los valores de probidad del Grupo, y menos aún los límites legales.

Los regalos e invitaciones pueden considerarse sobornos (activos si se dan o pasivos si se reciben). Deben ser razonables y proporcionales.

La razonabilidad se evalúa en cada país según la ley y el nivel de vida medio.



Le invitamos a consultar la Carta de Relaciones Públicas, Regalos y Gastos establecida por el Grupo AMAURY y sus filiales.

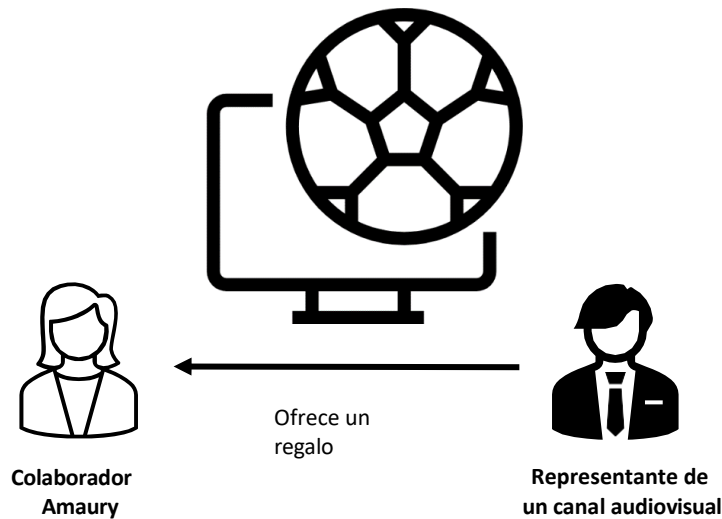
REGALOS PROHIBIDOS

En principio, está prohibido ofrecer o recibir determinados regalos. La siguiente lista no es exhaustiva.

- Todas las mercancías prohibidas para la importación o artículos ilegales;
- Descuentos, comisiones ilegales o cualquier forma de recompensa hecha u ofrecida para beneficio personal, pagos de facilitación (o "sobornos");
- Dinero en efectivo (o su equivalente), regalos, préstamos o anticipos no justificados comercialmente;
- Valores de cualquier tipo (acciones);
- Bienes de capital (como coches y ordenadores), suministro de equipos u otros objetos de valor como viviendas o aviones de forma gratuita;
- Aceptar dinero, un regalo o cualquier otro tipo de ventaja para adjudicar (o facilitar) un contrato;
- Información estratégica comercializable;
- Servicios injustificadamente gratuitos como seguros, gastos de escolaridad, reparaciones o embellecimiento de vivienda u otros tratos preferenciales personales;
- Ofertas de empleo, becas y prácticas fuera del proceso normal de selección y contratación de la empresa;
- Favores personales injustificados, incluida la condonación de deudas (por ejemplo, la reducción del número de cuotas anuales de un préstamo);
- Recibir regalos en su casa o hacerlos llegar al domicilio de su socio comercial;
- Aceptar regalos con el fin de escribir un artículo favorable sobre el regalo.

EJEMPLO PRÁCTICO: REGALOS RECIBIDOS

Al adjudicarse los derechos de transmisión de una competición deportiva, usted recibe un regalo del representante de una de las cadenas que compiten por la transmisión.



Aparte de los regalos de poco valor, como goodies y regalos de empresa, dicha oferta debe ser rechazada durante el periodo de negociación.

No obstante, sería posible aceptar un regalo después de la firma del contrato. Sin embargo, dicho regalo no debe haberse prometido por adelantado y, en la medida de lo posible, debe distribuirse entre los equipos.



Lo que no hay que hacer

- Aceptar el regalo y mantener la situación en secreto;
- Utilizar su influencia interna para sugerir que se concedan los derechos a la empresa en cuestión;
- Revelar información confidencial o sensible.

¿Cuáles son los riesgos?

- Para la empresa:
 - Riesgo de sanciones penales;
 - Daño a la reputación de la empresa;
 - Riesgo de no seleccionar la mejor oferta;
 - Riesgo de desestabilizar una operación financiera (o hacerla fracasar).
- Para el empleado:
 - Riesgo de clasificación como delito (corrupción, tráfico de influencias, etc.);
 - Violación del reglamento interno y aplicación de sanciones disciplinarias hasta el despido;
 - Daño a su reputación, que puede afectar su futuro profesional.



Buenas prácticas

- Respetar la política de regalos rechazando la oferta de un regalo;
- Respetar las normas legales e internas de asignación de derechos.



CONFLICTOS DE INTERESES

CONFLICTO DE INTERESES - DEFINICIÓN

Se produce una situación de conflicto de intereses cuando un interés personal interfiere o parece interferir en el desempeño de las funciones propias dentro del Grupo.

Esto afecta al ejercicio independiente, imparcial y objetivo de las funciones profesionales.

El conflicto de intereses no es en sí mismo un delito. Sin embargo, representa un riesgo y debe ser comunicado a su superior jerárquico para que pueda identificar la naturaleza de la relación, algunas de las cuales se enumeran a continuación a modo de orientación:

- lazos familiares o de amistad estrechos;
- lazos familiares lejanos;
- antiguo colega;
- vínculo financiero;
- beneficiario de un mandato electivo, etc.

La persona en conflicto de intereses **no debe participar en las decisiones relativas al tercero con el que está en conflicto.**

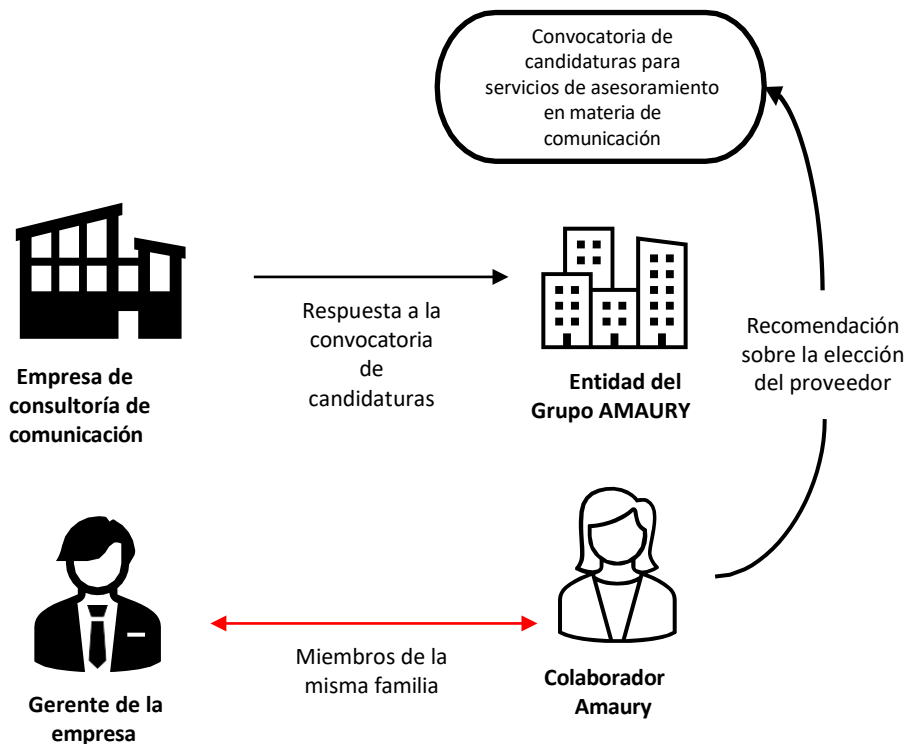
Si no se informa de un conflicto de este tipo, el empleado incurre en una falta ante el Grupo AMAURY y puede exponerse a sanciones disciplinarias.



Para más información sobre los conflictos de intereses (detección, declaración y gestión), consulte la Carta de Conflictos de Intereses del Grupo.

EJEMPLO PRÁCTICO: CONFLICTOS DE INTERESES FAMILIARES

Un **miembro de su familia** ha creado una **consultoría de comunicación**. Un departamento en el que usted trabajó en su día busca un proveedor de servicios en el mismo sector. Usted está convencido de que las aptitudes de su familiar lo convierten en el mejor candidato, así que decide **escribir a sus antiguos compañeros para recomendarles la consultoría**.



Es posible sugerir que se recurra a un experto. De hecho, algunas asignaciones se basan en una relación de confianza entre el consultor y la empresa. Sin embargo, es aconsejable basarse únicamente en criterios objetivos y favorables para la entidad del Grupo Amaury, evitando las prácticas que puedan empañar su imagen.

Los lazos familiares con el proveedor no excluyen la sugerencia de que este sea considerado. Sin embargo, esta proximidad justifica que el afectado por el conflicto de intereses no esté involucrado en el proceso de selección del proveedor.



Lo que no hay que hacer

- Mantener la situación en secreto;
- Participar en la selección del proveedor de servicios.

¿Cuáles son los riesgos?

- Para la empresa:
 - Riesgo de sanciones penales y administrativas;
 - Riesgo de desestabilizar una operación financiera (o hacerla fracasar);
 - Daño a la reputación de la empresa.
- Para el empleado:
 - Riesgo de clasificación como delito (corrupción, tráfico de influencias);
 - Violación del reglamento interno y aplicación de sanciones disciplinarias que pueden llegar hasta el despido;
 - Daño a su reputación, que puede afectar su futuro profesional.



Buenas prácticas

- Retirarse del caso mientras dure la negociación comercial
- Declarar la situación si existe un conflicto de intereses que afecte el desempeño independiente e imparcial de sus funciones.



PATROCINIO Y MECENAZGO

PATROCINIO Y MECENAZGO - DEFINICIÓN

El mecenazgo se define como el apoyo material brindado, sin contrapartida directa por parte del beneficiario, a una obra o persona para el ejercicio de actividades de interés general.

En la práctica, esto se traduce en una ayuda financiera o en especie (por ejemplo, donación de productos) a una organización para apoyar una obra de interés general (deportiva, cultural, científica, etc.), sin esperar ninguna contrapartida.

El patrocinio se define como "el apoyo material a un evento, persona, producto u organización con el fin de obtener un beneficio directo". Su objetivo es promover la imagen de marca de la empresa. En este sentido, constituye una operación comercial comparable a la compra de un servicio publicitario.



Para una información más completa sobre el patrocinio, consulte la Carta de Patrocinio del Grupo.

PATROCINIO Y MECENAZGO - PRINCIPIOS

Por supuesto, el mecenazgo y el patrocinio no son en sí mismos censurables.

Sin embargo, en lo que respecta a la asociación o acción apoyada, o al empleado que decide apoyarla, el patrocinio y el mecenazgo pueden acercarse a la corrupción o al tráfico de influencias.

Por tanto, es imprescindible que, antes de realizar cualquier operación de patrocinio o mecenazgo, se remita a su jerarquía, que debe obtener el acuerdo de la Dirección General. Todo patrocinio o mecenazgo debe ser objeto de un acuerdo por escrito.

No se permiten las donaciones a una asociación de terceros a cambio de un servicio comercial. Además, al igual que en el caso de un conflicto de intereses comercial, es aconsejable indicar su participación personal en el organismo al que desea apoyar financiera o materialmente.

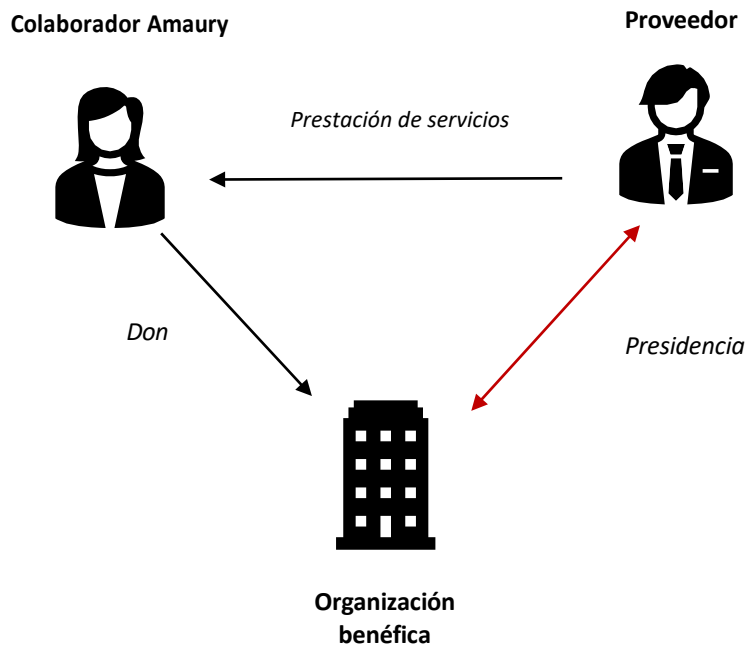
No está permitido conceder un patrocinio o celebrar un contrato de patrocinio con una organización política.

Por último, le recordamos que dentro del Grupo AMAURY existe la FONDACTION L'ÉQUIPE, un fondo de dotación cuya finalidad es apoyar a cualquier asociación que trabaje por la emancipación a través del deporte.

Le invitamos a ponerse en contacto con ella para cualquier proyecto de patrocinio (fondaction@lequipe.fr).

EJEMPLO PRÁCTICO: EL PATROCINIO

Usted está negociando con un proveedor de servicios para un servicio intelectual. Ofrecen reducir su precio a cambio de una donación a la organización benéfica que presiden.



El patrocinio no debe estar sujeto a ninguna contrapartida significativa. Por lo tanto, un acuerdo de patrocinio no debe utilizarse para financiar un servicio. Además, esta donación podría ocultar una ventaja indebida, constituyendo corrupción.



Lo que no hay que hacer

- Mantener la situación en secreto;
- Utilizar los medios puestos a disposición por el Grupo para obtener beneficios personales;
- Utilizar el patrocinio para financiar otra operación.

¿Cuáles son los riesgos?

- Para la empresa:
 - Riesgo de sanciones penales y administrativas;
 - Riesgo de desestabilizar una operación financiera (o hacerla fracasar);
 - Daño a la reputación de la empresa.
- Para el empleado:
 - Riesgo de clasificación como delito (corrupción, malversación, etc.);
 - Violación de las normas internas y aplicación de sanciones disciplinarias;
 - Daño a su reputación, que puede afectar su futuro profesional.



Buenas prácticas

- Comprobar la legitimidad de la operación en la fase previa;
- Retirarse de la operación cuando su independencia es afectada;
- Respetar la política de regalos y relaciones públicas del Grupo;
- Denunciar la situación internamente cuando se trate de un intento de corrupción.



PROCEDIMIENTO DE NOTIFICACIÓN DE INFRACCIONES AL CÓDIGO DE CONDUCTA

PROCEDIMIENTO DE NOTIFICACIÓN

¿Tiene algún problema de cumplimiento que le gustaría comunicar?

En primer lugar, considere la posibilidad de informar directamente a su superior jerárquico. Sin embargo, esto no es una obligación y tiene a su disposición un procedimiento de denuncia.

Una alerta debe identificar hechos e información específicos y objetivos directamente relevantes para la alerta.

Puede enviar su alerta a través de una plataforma segura accesible en la siguiente URL: <http://www.amaury.signalement.net>.

Una vez verificada la alerta, será investigada por un pequeño comité de cumplimiento independiente, cuyos miembros proceden de diversas filiales del Grupo. Este comité está obligado a mantener la más estricta confidencialidad tanto en lo que respecta a la identidad del denunciante como a los hechos denunciados.

Recibirá un acuse de recibo de su informe y más información sobre cómo tramitarlo.

NOTA BENE:

- El tratamiento de la alerta es confidencial y se realiza de acuerdo con el principio de contradicción y la legislación laboral;
- La alerta no puede dar lugar a ninguna remuneración o bonificación;
- No se podrá sancionar a un empleado que haya denunciado de buena fe lo que cree que es una infracción.