



# POLITIQUE SUR LES CADEAUX, LOISIRS ET MARQUES D'HOSPITALITÉ

# TABLE DES MATIÈRES

|  |          |
|--|----------|
| <b>POLITIQUE SUR LES CADEAUX, LOISIRS ET<br/>MARQUES D'HOSPITALITÉ</b> | <b>3</b> |
| <b>Introduction</b> .....  | <b>3</b> |
| <b>Cadeaux, loisirs et marques d'hospitalité</b> .....                 | <b>3</b> |
| <b>Évaluer l'acceptabilité</b> .....                                   | <b>4</b> |
| <b>Processus d'enregistrement et d'approbation</b> .....               | <b>6</b> |
| <b>Dilemmes fréquents</b> .....  | <b>7</b> |
| <b>Où s'adresser pour obtenir de l'aide</b> .....                      | <b>7</b> |
| <b>Signalement d'infractions soupçonnées</b> .....                     | <b>8</b> |

## POLITIQUE SUR LES CADEAUX, LOISIRS ET MARQUES D'HOSPITALITÉ

POLITIQUE ADOPTÉE EN MARS 2015, RÉVISÉE EN FÉVRIER 2017, EN MARS 2019 ET EN MAI 2020

### INTRODUCTION

La présente *Politique sur les cadeaux, loisirs et marques d'hospitalité* (la « **Politique** ») est destinée à WSP Global inc. et à ses filiales (collectivement appelées la « **Société** »). Elle s'applique à tous les employés sans exception. Il s'agit notamment du président et chef de la direction, des dirigeants, des vice-présidents, des administrateurs et des autres gestionnaires, de tous les employés de la Société et de ses sociétés affiliées ainsi que des membres du conseil d'administration de la Société (collectivement appelés les « **Employés** »).

Ce document doit être lu conjointement avec le *Code de conduite* (le « **Code** ») et ses politiques sous-jacentes. Tous les termes utilisés dans la présente Politique ont le sens qui leur est donné dans le Code.

### CADEAUX, LOISIRS ET MARQUES D'HOSPITALITÉ

#### POLITIQUE DE LA SOCIÉTÉ

La Société reconnaît et tolère que le fait d'offrir ou d'accepter occasionnellement des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité peut valablement contribuer à l'établissement et au maintien de bonnes relations d'affaires. Toutefois, les Employés ne peuvent, ni directement ni indirectement, solliciter ou offrir des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité à une personne ou à une entreprise avec qui la Société fait affaire, ni en recevoir d'elles, si l'avantage peut influencer indûment sur le jugement du bénéficiaire parce qu'il crée une obligation de service en retour disproportionnée ou revêt une apparence d'irrégularité. Les Employés doivent être prudents et évaluer ce qui est attendu en retour lorsqu'un cadeau, un loisir ou une marque d'hospitalité est offert(e). Un problème se pose si le cadeau, le loisir ou la marque d'hospitalité crée ou semble créer une obligation pour l'une des parties. Un cadeau, un loisir ou une marque d'hospitalité offert(e) en vue d'influer sur une décision d'ordre opérationnel en faveur de la Société n'est pas un cadeau offert à titre gratuit, mais un pot-de-vin.

Les principes d'intégrité de la Société s'appliquent également aux échanges de faveurs avec les homologues des secteurs public et privé. Les Employés doivent faire preuve de jugement et, en cas de doute, demander conseil aux cadres supérieurs ou au représentant régional, Éthique et conformité.

#### TYPES DE CADEAUX, DE LOISIRS ET DE MARQUES D'HOSPITALITÉ

La présente Politique couvre les types suivants de cadeaux et de faveurs échangés avec des parties externes :

- *Cadeaux* – Tous types de cadeaux, qu'ils aient une valeur pécuniaire ou non, y compris les cadeaux personnels.
- *Loisirs* – Présence à des événements sociaux, culturels ou sportifs.
- *Hospitalité* – Repas, consommations, hébergement et frais de déplacement.

Les lois anticorruption visent les dons, les cadeaux ou les services rendus ainsi que les espèces. Pour obtenir de plus amples informations sur la corruption et la lutte contre la corruption, les Employés peuvent consulter la *Politique anticorruption* de la Société.

## CONSIDÉRATIONS RÉGIONALES

Les Employés doivent toujours s'assurer qu'ils savent quelles règles s'appliquent dans le pays où ils travaillent. Ces règles sont incluses, entre autres, dans les lignes directrices régionales sur les cadeaux, loisirs et marques d'hospitalité.

Les lignes directrices régionales sur les cadeaux, les loisirs et les marques d'hospitalité établissent également la valeur pécuniaire acceptable d'un cadeau, d'un loisir ou d'une marque d'hospitalité et la valeur cumulative acceptable des cadeaux, des loisirs, des marques d'hospitalité qui sont échangés avec la même personne au cours d'une période de 12 mois.

Les lignes directrices régionales sur les cadeaux, les loisirs, les marques d'hospitalité peuvent être obtenues, sur demande, auprès d'un gestionnaire principal local ou du représentant régional, Éthique et conformité. Il est interdit aux Employés d'accepter ou d'offrir des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité dont la valeur dépasse les limites régionales établies sans respecter les exigences liées à l'approbation et à l'enregistrement des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité.

## POLITIQUES DES TIERS

L'autre partie concernée par l'échange de cadeaux, de loisirs ou de marques d'hospitalité, par exemple un client, peut être assujettie à des lignes directrices sur les cadeaux, les loisirs, les marques d'hospitalité plus strictes que celles de WSP. Si vous avez des questions à ce sujet ou que vous croyez avoir à faire avec un tiers dont les politiques sont particulièrement complexes, veuillez communiquer avec votre gestionnaire ou votre représentant régional, Éthique et conformité qui vous fera part de son interprétation et de ses conseils.



## CONSIDÉRATIONS SPÉCIALES POUR LES FONCTIONNAIRES

Les fonctionnaires incluent les représentants du gouvernement et les employés d'une entité appartenant à l'état ou contrôlée par l'état. Il faut faire particulièrement attention lorsqu'on fait affaire avec des fonctionnaires, car les lois anticorruption sont très strictes dans ce domaine. En effet, les représentants du gouvernement peuvent être eux-mêmes assujettis à des directives strictes. Par exemple, dans certains pays, il est formellement interdit aux responsables gouvernementaux et aux agents publics d'accepter une tasse de café ou un repas léger de la part d'un partenaire d'affaires.

## ÉVALUER L'ACCEPTABILITÉ

### L'ANALOGIE DES FEUX DE CIRCULATION

Pour déterminer ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas, il peut être utile de penser aux trois couleurs des feux de circulation.

## **CE QUI EST INACCEPTABLE**

Les exemples ci-dessous sont toujours inacceptables :

- Tout ce qui est illégal;
- Des espèces (de l'argent) ou des quasi-espèces, par exemple des chèques-cadeaux, des actions ou tout autre article échangeable contre de l'argent, sans égard au montant en cause;
- Tout ce qui est excessif ou disproportionné pour l'occasion;
- Tout ce qui pourrait influencer ou sembler influencer sur le jugement professionnel du bénéficiaire;
- Tout ce qui va à l'encontre des principes de la Société et des pratiques commerciales éthiques (p. ex. faveurs sexuelles, événements dans des établissements à caractère sexuel);
- Tout ce qui est offert à une personne qui est sur le point de prendre une décision d'affaires qui a trait à la Société, par exemple l'octroi d'un contrat;
- Tout ce qui nuirait à la réputation de la Société s'il en était fait mention publiquement, localement ou sur la scène internationale;
- Tout ce qui contrevient aux règles et normes internes auxquelles le destinataire est assujéti, notamment les fonctionnaires qui, dans beaucoup de pays, sont soumis à une législation particulièrement sévère (voir ci-dessous le texte qui traite des fonctionnaires);
- Tout cadeau ou avantage qui doit être gardé secret et qui n'est pas déclaré à des collègues, à un supérieur immédiat ou à toute autre partie pertinente.

## **CE QUI NÉCESSITE UNE CONSIDÉRATION SPÉCIALE**

Les exemples qui suivent peuvent être acceptables, mais nécessitent une considération spéciale et doivent être autorisés au préalable :

- Frais de déplacement de tiers comportant des billets d'avion et des frais d'hébergement;
- L'inclusion de partenaires d'affaires dans des événements d'entreprise comportant un séjour hôtelier;
- Des invitations à des événements culturels ou sportifs pour lesquels les billets sont particulièrement chers, par exemple les finales de la Coupe du Monde;
- Des cadeaux offerts ou reçus pour des occasions spéciales, par exemple une naissance ou un mariage.

Si le cadeau, le loisir ou la marque d'hospitalité impose une obligation à l'une des parties, ou si l'échange est (ou semble être) une tentative d'influer sur une décision commerciale, il ne doit être ni offert ni accepté.

## **CE QUI EST GÉNÉRALEMENT ACCEPTABLE**

Les exemples suivants sont généralement acceptables lorsqu'ils sont offerts à des tiers du secteur privé :

- Les cadeaux saisonniers symboliques, lorsque ces cadeaux sont une pratique culturelle et qu'il s'agit d'un cadeau modeste dont la valeur respecte la limite pécuniaire fixée par la Société;
- Les repas ordinaires et occasionnels avec un partenaire d'affaires qui respectent la limite pécuniaire fixée par la Société;
- Les cadeaux de petits articles promotionnels, par exemple des stylos portant le logo de la Société et autres articles du même ordre;

- La présence occasionnelle à des événements culturels ou sportifs usuels, par exemple des pièces de théâtre ou des concerts.

## PRÉVENIR

La valeur monétaire n'est pas la seule considération à prendre en compte. Les Employés doivent éviter tout ce qui pourrait être considéré comme un geste indu, même dans le cas de petits cadeaux à faible valeur. Ils doivent également considérer la fréquence et la valeur cumulative des échanges avec la même personne. Il n'est pas acceptable d'offrir continuellement des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité à une même personne, ou d'en accepter continuellement d'elle, même si chaque cadeau, loisir ou marque d'hospitalité est de faible valeur.

Avant d'accepter ou d'offrir des cadeaux, loisirs ou marques d'hospitalité, les Employés doivent réfléchir aux modèles de comportement culturel et du monde des affaires qui s'appliquent dans le pays où ils travaillent.

De même, les Employés doivent s'assurer que les partenaires commerciaux de la Société, y compris les entrepreneurs qui souhaitent lui proposer leurs services, connaissent et comprennent ses politiques et qu'ils ont reçu une copie du *Code de conduite des tiers* et des autres documents pertinents, tel qu'il est stipulé dans la *Politique sur la collaboration avec des tiers*.

## ATTENTION AUX SIGNAUX D'ALARME

Certains des signaux d'alarme sont les suivants :

- Lorsqu'un Employé est soumis à des pressions pour offrir ou accepter un cadeau, un loisir ou une marque d'hospitalité sous prétexte que c'est la coutume dans le pays où il travaille. La pratique locale peut être inacceptable à l'international. Par exemple, dans certains pays, les entrepreneurs ont l'habitude d'offrir des « cadeaux de remerciement » aux employés du bureau qui retiennent leurs services. **La Société n'accepte pas ces pratiques.**
- Lorsqu'un fonctionnaire ou un partenaire d'affaires suggère qu'une attention particulière pourrait faire pencher la balance en faveur de la Société.

Les Employés ne doivent pas attendre qu'un problème survienne. En cas de doute, ils doivent demander conseil à un gestionnaire principal ou au représentant régional, Éthique et conformité.

## PROCESSUS D'ENREGISTREMENT ET D'APPROBATION

Les cadeaux, les loisirs et les marques d'hospitalité dont la valeur est supérieure à la limite régionale établie dans les lignes directrices sur les cadeaux, les loisirs et les marques d'hospitalité doivent être approuvés et enregistrés dans le registre des cadeaux, loisirs et conflits d'intérêts. Voici les exigences liées à l'approbation et à l'enregistrement :

- Les gestionnaires qui approuvent les échanges commerciaux de courtoisie ou qui passent en revue les notes de frais doivent avoir plus d'ancienneté que les Employés qui ont soumis les demandes ou notes de frais.
- Lorsque WSP offre des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité, l'Employé présent qui compte le plus d'ancienneté chez WSP est chargé de payer les frais sur place (p. ex. avec la carte de crédit de l'entreprise) et de s'assurer que l'approbation et l'enregistrement des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité respectent les lignes directrices régionales.

- Lorsque WSP reçoit des cadeaux, des loisirs ou des marques d'hospitalité, l'Employé qui les reçoit est chargé de demander leur approbation et leur enregistrement conformément aux lignes directrices régionales sur les cadeaux, les loisirs ou les marques d'hospitalité, et ce, même s'il partage par la suite ces cadeaux, loisirs ou marques d'hospitalité avec ses collègues.

Le registre est examiné périodiquement par l'équipe Éthique et conformité et par l'équipe Audit interne de la Société.

Le registre des cadeaux, loisirs et conflits d'intérêts est accessible dans l'intranet de la Société.

## **DILEMMES FRÉQUENTS**

### **« Un refus serait certainement impoli... »**

Les Employés peuvent se trouver dans des situations où ils ressentent une pression sociale pour accepter un cadeau, un loisir ou une marque d'hospitalité d'une valeur supérieure à la limite fixée par la Société et ne souhaitent pas offenser la personne qui l'offre. En pareille situation, les Employés doivent rapidement prendre une décision et utiliser leur jugement. En pratique, un refus poli accompagné d'une mention de la *Politique sur les cadeaux, loisirs et marques d'hospitalité* de la Société pourra être bien compris.

Si l'Employé se sent tout de même dans l'obligation d'accepter, il doit signaler le cadeau ou l'avantage à son supérieur hiérarchique local le plus tôt possible, au plus tard le jour ouvrable suivant. Les possibilités qui s'offrent à lui sont d'accepter le cadeau et l'inscrire dans le registre, le retourner avec une note polie ou l'offrir à une organisation caritative.

### **« Un cadeau saisonnier n'est sûrement pas problématique... »**

Des dilemmes similaires peuvent survenir au sujet des cadeaux saisonniers, par exemple à Noël ou, dans certaines cultures, à l'occasion du Nouvel An.

Les politiques de la Société s'appliquent toute l'année. Les Employés doivent donc veiller à ne pas offrir ni accepter quoi que ce soit qui serait inapproprié et à élaborer des stratégies en conséquence.

Si un tiers souhaite offrir des cadeaux saisonniers, il est possible de les remettre à une organisation caritative ou de les partager dans le cadre d'une activité d'entreprise. Le point le plus important à retenir est que rien ne doit être perçu comme une tentative d'influence et que tout doit être transparent.

### **« Mais c'est un ami à moi! »**

Dans certains cas, il est possible qu'un partenaire d'affaires soit un ami ou que des liens d'amitié se nouent à la suite d'une longue relation professionnelle. Quoi qu'il en soit, les mêmes principes s'appliquent. Les Employés ne peuvent ni offrir ni accepter un cadeau qui serait inacceptable d'offrir à un étranger ou de recevoir d'un étranger. Si une relation personnelle comporte des échanges fréquents de dons de nature personnelle, la relation personnelle devrait être consignée dans le registre des conflits d'intérêts de la Société en tant que conflit d'intérêts potentiel. Le registre des conflits d'intérêts est accessible dans l'intranet de la Société.

## **OÙ S'ADRESSER POUR OBTENIR DE L'AIDE**

En cas de doute sur quelque élément du Code, les Employés peuvent écrire à [ethics@wsp.com](mailto:ethics@wsp.com) ou communiquer directement avec leur représentant régional, Éthique et conformité dont les coordonnées sont disponibles sur le site intranet de la Société.



## **SIGNALEMENT D'INFRACTIONS SOUPÇONNÉES**

Les Employés qui ont des informations sur des comportements potentiellement non conformes de la Société, de ses Employés ou d'un tiers avec qui cette dernière fait ou prévoit faire affaire doivent signaler la situation conformément aux instructions fournies dans le Code.

## **LIGNE DE SIGNALEMENT EN MATIÈRE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE**

Pour rapporter une infraction suspectée au Code ou à ses politiques sous-jacentes, les Employés peuvent utiliser la Ligne de signalement en matière de conduite professionnelle de la Société, un service confidentiel offert par un fournisseur indépendant. De plus amples informations sur la Ligne de signalement, dont les numéros de téléphone sans frais, sont disponibles dans le Code ainsi que sur les sites Web et intranet de la Société.