

Protikorupční nařízení skupiny

Verze 3



Obsah

NÁŠ ZÁVAZEK.....	3
A. ZAKÁZANÉ CHOVÁNÍ.....	6
1. VŠEOBECNÉ INFORMACE O KORUPCI	7
2. KORUPCE VEŘEJNÝCH ČINITELŮ	8
3. KORUPCE V SOUKROMÉM SEKTORU	8
4. ZNEUŽITÍ VLIVU	9
5. VYDÍRÁNÍ	10
6. ODMĚNY ZA URYCHLENÉ VYŘÍZENÍ	11
7. ÚČTY A ZÁZNAMY	12
B. PRAKTICKÉ POKYNY K PREVENCI RIZIKOVÉHO CHOVÁNÍ	13
1. OBCHODNÍ VZTAHY	14
1.1. Základní principy	14
1.2. Zábava	16
1.3. Stravování	17
1.4. Dárky	18
1.5. Cestování a ubytování	19
1.6. Sponzoring, marketingové a prodejní akce	21
2. POLITICKÉ PŘÍSPĚVKY A PŘÍSPĚVKY NA CHARITU	23
2.1. Politické příspěvky	23
2.2. Příspěvky na charitu	24
3. STŘETY ZÁJMŮ	26
4. LOBBOVÁNÍ.....	27
5. PŘIMĚŘENĚ PEČLIVÁ ŠETŘENÍ VE VZTAHU KE TŘETÍM STRANÁM.....	27
6. JOINT VENTURES, KONSORCIA, FÚZE A AKVIZICE	29
7. ZAJIŠTĚNÍ PROTİKORUPČNÍ PREVENCE – SpeakUp	29



Korupce je úplným opakem toho, jaké hodnoty skupina Capgemini zastává.

Serge Kampf tuto společnost založil před více než 50 lety. Vystavěl ji na silných základních hodnotách, proto vždy nekompromisně vystupovala proti neloajálnímu obchodnímu chování a korupci.

Chceme-li našim hlavním zásadám dostát, musí být každý z nás schopen rozpoznat rizikové situace a vědět, jak je řešit. Toto Protikorupční nařízení skupiny popisuje korupční praktiky, pravidla, která je třeba dodržovat, a schválení nezbytná k ochraně naší skupiny před korupcí a k zachování naší bezúhonné pověsti. Poskytuje praktické pokyny vycházející z běžných rizikových situací a vysvětluje, kde lze najít podporu.

Mou povinností a závazkem z pozice výkonného ředitele je zajištění prevence, zákazu a postihování chování, které odporuje hodnotám a obchodní etice skupiny Capgemini. Spoléhám na vás a věřím, že se tímto nařízením budete řídit.

S pozdravem

Aiman Ezzat, Chief Executive Officer

Účel protikorupčního nařízení

Naši zaměstnanci jsou na úspěch skupiny Capgemini hrdí, protože ten je spolu s poctivostí a důvěryhodností ukotven v našich základních hodnotách. Od roku 2010 máme Zásady obchodní etiky (Code of Business Ethics) a z doby dávno před tím, než to bylo vyžadováno ze zákona, máme podrobné protikorupční nařízení. Od roku 2016 musí skupina Capgemini a její konsolidované dceřiné společnosti splňovat požadavky francouzského zákona č. 2016-1691 o transparentnosti, boji proti korupci a modernizaci hospodářského života (známého jako „Sapinův zákon II“), který konkrétně nařizuje protikorupční politiku a zavedení odpovídajícího programu. Skupina je také odhodlána dodržovat všechny ostatní platné protikorupční zákony po celém světě včetně amerického zákona o zahraničních korupčních praktikách (FCPA) a britského protikorupčního zákona z roku 2010. Je důležité poznamenat, že americký zákon FCPA i britský protikorupční zákon z roku 2010 mají rovněž určitý extraterritoriální dosah, stejně jako Sapinův zákon II, který se vztahuje na všechny konsolidované dceřiné společnosti skupiny po celém světě.



Jaké jsou cíle našeho Protikorupčního nařízení skupiny?

V souladu s našimi „Sedmi hodnotami“ vypovídá Protikorupční nařízení skupiny o odhodlání vrcholového managementu zabránit korupci a případnou korupci odhalovat: Skupina Capgemini zastává politiku nulové tolerance vůči korupci. Prvním konkrétním cílem Protikorupčního nařízení skupiny, který má zaměstnancům pomoci tento závazek plnit, je vyjasnit, co přesně korupční praktiky jsou a podrobně vysvětlit, proč jsou protizákonné. Pochopit, co přesně korupce je a jaká nebezpečí jsou s ní spojena, je povinností každého zaměstnance, který pracuje pro některou společnost ze skupiny (bez ohledu na zemi původu, místo výkonu práce, místo pobytu, vzdělání či kulturní zázemí nebo postavení).

Druhým konkrétním cílem Protikorupčního nařízení skupiny je definování standardů a pravidel pro činnosti, které by mohly vést ke korupčním praktikám nebo by za takové mohly být požadovány. Jde například o dárky, stravování nebo zábavu a firemní sponzoring. Je zcela zásadní společně bránit našich „Sedm hodnot“ jasným ustanovením, realizací a účinným dodržováním standardů vytyčených v Protikorupčním nařízení skupiny.

Třetím cílem Protikorupčního nařízení skupiny je vyjádřit naše přesvědčení, že poctivost napomáhá konkurenceschopnosti a je sociálně odpovědným způsobem chování. Tím, že bereme bezúhonnost jako princip řídící naše každodenní aktivity – od výzkumu po marketing, od všedních, rutinních povinností až po strategický vývoj – ochraňujeme a upevňujeme dlouhodobou udržitelnost skupiny pro naše klienty, obchodní partnery, zaměstnance a společnost jako celek.

Publikací a šířením tohoto Protikorupčního nařízení skupiny znovu a jasně ukazujeme svým klientům závazek zachovat nejvyšší kvalitu služeb, svým akcionářům dlouhodobou udržitelnost našeho obchodního modelu a svým zaměstnancům a obchodním partnerům hrdost a důvěru ke svému pracovnímu prostředí.

Protikorupční nařízení skupiny – jeho dodržování a postihy

Toto vydání ruší a nahrazuje předchozí verze Protikorupčního nařízení skupiny v každé jurisdikci, kde skupina působí, s účinností od jeho překladu (v případě potřeby) a začlenění do firemních pravidel – ve Francii například *règlement intérieur* – dle místního pracovního práva.



Protikorupční nařízení skupiny se ke všem zaměstnancům dostane prostřednictvím intranetu Talent a rovněž je veřejně dostupné na externích webových stránkách skupiny Capgemini. Všichni zaměstnanci si je musí přečíst, porozumět mu a dodržovat je. Dodržování tohoto nařízení je podmínkou pracovního poměru. Jeho porušení může vést (bez ohledu na to, ve které společnosti ze skupiny nebo na jakém místě k němu došlo) k disciplinárním postihům včetně ukončení pracovního poměru, jak stanoví platné místní předpisy včetně dohod o kolektivním vyjednávání. Při porušení protikorupčních zákonů může také jednotlivec čelit občanskoprávnímu řízení o náhradě škody, peněžním pokutám a dalším postihům včetně trestu odnětí svobody.

Toto Protikorupční nařízení skupiny bude revidováno a aktualizováno podle potřeby, aby zohledňovalo platnou legislativu, nebo nejméně každé tři roky.



A.

ZAKÁZANÉ CHOVÁNÍ

Tato část představuje hlavní korupční praktiky včetně zneužívání vlivu, vydírání, odměn za urychlené vyřízení a podvodného vedení účetnictví a záznamů.

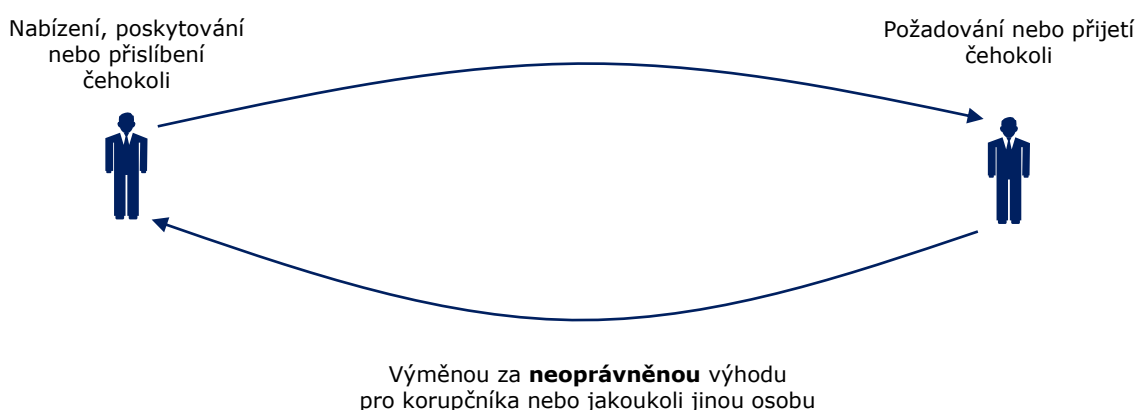
Uvedené požadavky platí pro všechny ředitele, vedoucí pracovníky a zaměstnance skupiny Capgemini na jakékoli úrovni skupiny. Očekáváme, že tyto obecné zásady budou dodržovat rovněž třetí strany, které spolupracují s některou společností ze skupiny, jako jsou konzultanti, subdodavatelé, dodavatelé, klienti a podobně.

1. VŠEOBECNÉ INFORMACE O KORUPCI

V právních termínech se korupce dá popsat zhruba takto: **„Nabízet nebo poskytovat cokoli za účelem získání neoprávněné výhody.“** Rovněž je definována jako **„požadování nebo přijetí čehokoli výměnou za neoprávněnou výhodu“**.

Toto **„cokoli“** může mít mnoho podob, ať už jde o peníze (hotovost, převod na účet atd.), nebo specifické výhody typu: zábava, cestování, přeřazení do první třídy v letadle, pobyty v rekreačních střediscích, sponzoring, charitativní příspěvky nebo zaměstnávání příbuzných či přátel.

„Neoprávněná výhoda“ může být také různorodá – protekční zacházení, uzavření smlouvy, poskytnutí důvěrných informací, osvobození od cla nebo odpuštění pokuty udělené na základě daňového šetření.



Je důležité pochopit, že korupčními praktikami zakázanými zákonem je jak nabízení nebo poskytování čehokoli za účelem získání neoprávněné výhody na jedné straně, tak požadování nebo přijetí čehokoli výměnou za neoprávněnou výhodu na straně druhé. Za korupční jednání je považováno rovněž *schvalování* takového jednání. Nabízení nebo poskytnutí může navíc proběhnout **„kdykoli“**, tedy *i poté*, co byla neoprávněná výhoda poskytnuta v podobě odměny.

Ve většině států je skutková podstata trestného činu korupce naplněna pouhým **příslibem** neoprávněné výhody, i když k jejímu předání či realizaci nakonec nedojde. Taková nabídka je nelegální, ať už k ní dojde **přímo či nepřímo**, např. přes prostředníka.

Skupina uplatňuje nulovou toleranci korupce, ať už veřejné, nebo soukromé, přímé či nepřímé.



2. KORUPCE VEŘEJNÝCH ČINITELŮ

Korupci veřejných činitelů lze definovat jako „slib, nabídku nebo poskytnutí neoprávněné výhody **veřejnému činiteli**, ať již přímo nebo zprostředkovaně, pro činitele samotného nebo pro jinou osobu či subjekt proto, aby tento činitel jednal nebo se zdržel jednání při výkonu svých úředních povinností“.

Pojem „veřejný činitel“ je třeba chápat velmi široce. Může jít o jakoukoliv osobu, která:

- má legislativní, výkonnou, správní nebo soudní pozici;
- byla zvolena nebo jmenována k poskytování veřejné služby a/nebo vykonávání jakékoli veřejné funkce včetně jednání v zastoupení;
- je zaměstnána v podniku, který vlastní nebo kontroluje stát;
- je členem královské rodiny;
- je státním zaměstnancem mezinárodní vládní organizace, nebo
- kandiduje na politický post nebo je osobou mající značný vliv a pravomoc rozhodovat uvnitř politické strany.

Pro účely tohoto Protikorupčního nařízení skupiny je třeba přistupovat i k blízkým příbuzným veřejných činitelů, jako by byli veřejnými činiteli, přestože jimi nejsou. Příslib, nabídka nebo poskytnutí neoprávněné výhody blízkému příbuznému veřejného činitele může vést ke stejnému postihu jako poskytnutí této výhody činiteli samotnému.

3. KORUPCE V SOUKROMÉM SEKTORU

Pokud je neoprávněná výhoda přislíbena, nabídnuta nebo poskytnuta **osobě ze soukromého sektoru**, a nikoliv veřejnému činiteli, považuje se to za čin soukromé korupce.

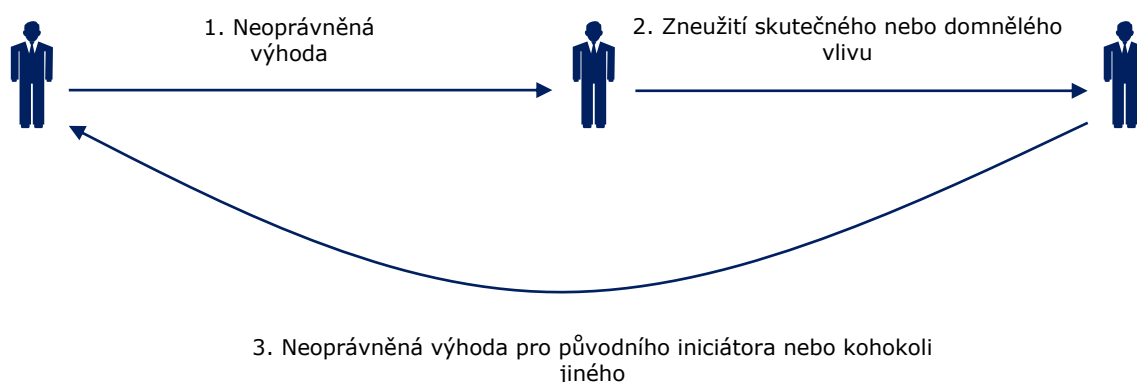
Pokud by například dodavatel nabídl takovou výhodu výměnou za poskytnutí důvěrných informací v průběhu výběrového řízení, jedná se o soukromou korupci, která je v rozporu s příslušnou protikorupční legislativou i tímto Protikorupčním nařízením skupiny.

Je důležité si uvědomit, že jak nabídka takové výhody nebo její poskytnutí, tak i její vyžadování nebo přijetí, ať už osobně, nebo přes prostředníka, je hodnoceno jako korupce a považováno za porušení protikorupčních zákonů a našeho Protikorupčního nařízení skupiny.

4. ZNEUŽITÍ VLIVU

Zneužití vlivu lze definovat jako „příslib, nabídku nebo poskytnutí neoprávněné výhody jakékoli osobě, ať už přímo, či nepřímo, proto, aby tato osoba zneužila svého skutečného nebo domnělého vlivu k získání neoprávněné výhody ze strany orgánu veřejné moci pro původního iniciátora nebo jakoukoli jinou osobu“.

Zneužití vlivu zahrnuje rovněž případ, kdy by jakákoli osoba neoprávněnou výhodu vyžadovala nebo přijímala, přímo či nepřímo, pro sebe nebo kohokoli jiného proto, aby zneužila svého skutečného nebo domnělého vlivu s výhledem na získání neoprávněné výhody ze strany správního orgánu nebo orgánu veřejné moci.



Zneužití vlivu je typem korupce.

Některé jurisdikce, například ve Francii, Brazílii a Španělsku, trestný čin korupce a zneužití vlivu z právního hlediska rozlišují. Jiné jurisdikce, například v USA, tyto typy z právního hlediska nerozlišují.

Skupina uplatňuje nulovou toleranci vůči jakékoli formě zneužití vlivu bez ohledu na to, které země nebo činnosti se týká.

Modelová situace

Skupina Capgemini hodlá předložit nabídku ve veřejné soutěži ministerstva obrany v zemi, která hledá řešení umělé inteligence. Během výběrového řízení potkáte někoho, kdo tvrdí, že zná velmi dobře úředníka, který má hodnocení nabídek na starosti. Navrhne vám, že pokud mu nabídnete dvě vstupenky na místní Velkou cenu Formule 1, zdůrazní dotyčnému úředníkovi výhody nabídky skupiny Capgemini a ovlivní konečné rozhodnutí v její prospěch. Co byste měli udělat?

I když můžete zmiňované vstupenky snadno získat, jeho nabídku musíte odmítnout. Už pouhá žádost o takové vstupenky výměnou za uplatnění vlivu je nepatřičná a riskujete, že se ocitnete v situaci, která bude považována za zneužití vlivu: nabídka neoprávněné výhody – vstupenek na Formuli 1 – pro vaši kontaktní osobu proto, aby využila svého skutečného nebo domnělého vlivu na veřejného činitele za účelem protekčního přístupu ke skupině Capgemini, což je neoprávněná výhoda. Nezáleží na tom, zda kontaktní osoba své slovo dodrží, nebo ne: za zneužití vlivu lze situaci považovat již v okamžiku, kdy poskytnete neoprávněnou výhodu.



5. VYDÍRÁNÍ

Vydírání lze definovat jako snahu o získání neoprávněné výhody pomocí nátlaku, výhrůžek nebo donucování. Dokonalým příkladem je vydírání s výhrůžkou vyzrazení trapných nebo poškozujících informací.

Někteří veřejní činitelé mohou zneužívat svoji autoritu k získání neoprávněných výhod, například za vykonávání rutinních správních úkonů, za odpuštění penále v průběhu daňového šetření atd. V takovém případě hovoříme o vydírání.

Vydírání je typem korupce. Přistoupení na takový požadavek se ve většině zemí považuje za korupci.

Skupina zakazuje jakýmkoli způsobem vycházet vstříc vydírání bez ohledu na to, které země nebo činnosti se týká, s výjimkou případů, kdy je ohrožen život nebo fyzická bezpečnost dotyčného.

Modelová situace

Pracujete v sekci Corporate Real Estate Services a jste zodpovědní za získání důležitého objektu pro zaměstnance, který bude připraven k nastěhování. Dva měsíce před termínem zjistíte, že oprávnění k jeho provozování je záměrně zadržováno a vyčkává se na úplatek. Zpoždění bude stát společnost stovky tisíc, možná i miliony eur. Co byste měli udělat?

Taková žádost je vydíráním a nesmíte na ni přistoupit. Pokud bude zaměstnanec nebo zástupce skupiny Capgemini souhlasit se zaplacením úplatku, hrozí mu trestněprávní postih v podobě peněžní pokuty nebo odnětí svobody, přestože šlo o vydírání a nešlo mu o jeho osobní prospěch. Subjektu ze skupiny Capgemini může být navíc uložena peněžní pokuta vyšší než náklady plynoucí ze zpoždění nebo to pro něj může mít jiné poškozující důsledky, jako je vyloučení z veřejných zakázek. Kromě toho by mohlo dojít k poškození pověsti skupiny Capgemini a dotyčného zaměstnance. Takové chování by navíc odporovalo našim hodnotám. **Takové porušení předpisů byste měli ohlásit dle postupu SpeakUp popsaného v části 7.**



JAK ČELIT VYDÍRÁNÍ?

Pokud budete mít jakékoli otázky nebo budete potřebovat pomoc, obraťte se v první řadě na svého nadřízeného nebo místního pracovníka na pozici Ethics & Compliance Officer.

Pro zájemce, kteří se o tomto tématu chtějí dozvědět více, existuje volně dostupný nástroj s názvem [Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions \(RESIST\)](#), který na základě modelových situací nabízí různá praktická doporučení. Tento projekt byl vyvinut ve spolupráci Mezinárodní obchodní komory (ICC), organizace Transparency International, iniciativy Global Compact pod záštitou Organizace spojených národů a iniciativy Partnership Against Corruption Světového ekonomického fóra.

6. ODMĚNY ZA URYCHLENÉ VYŘÍZENÍ

Odměny za urychlené vyřízení lze definovat jako malé částky vyplácené veřejnému činiteli za urychlení vyřízení rutinního administrativního úkonu, na který má plátce nárok. Jejich cílem je přimět veřejné činitele, aby splnili své povinnosti, například vydání nějakého oprávnění nebo povolení. Často jsou vypláceny v hotovosti.

Odměny za urychlené vyřízení jsou ve většině zemí nezákonné.

Poskytnutí odměny za urychlené vyřízení je porušením tohoto Protikorupčního nařízení skupiny, a to i v případě, že dle místní legislativy je taková platba v pořádku.

Modelová situace

Potřebujete vízum na svou příští služební cestu do Indie. Jednání bylo bohužel dohodnuto na poslední chvíli, takže žádost o vízum podáváte pozdě. Úředník na ambasádě vám navrhne, že pokud mu věnujete drobnou částku 50 AUD v hotovosti, zajistí vám vízum do zítřka. Je taková platba zakázanou „odměnou za urychlené vyřízení“?

Ano. Platba osobě, která má ze svého postavení možnost realizovat službu, která upřednostní vydání vašeho víza před ostatními, kdo mají na tuto službu rovněž nárok, poskytuje dotyčné osobě neoprávněnou výhodu výměnou za protekční přístup k vám. Jedná se tedy o zakázanou odměnu za urychlené vyřízení.

Modelová situace

Potřebujete vízum na svou příští služební cestu do Indie. Jednání bylo bohužel dohodnuto na poslední chvíli, takže žádost o vízum podáváte pozdě. Ambasáda poskytuje službu rychlého vydávání víz, díky níž lze vízum získat za zveřejněný příplatek. Je taková platba zakázanou „odměnou za urychlené vyřízení“?



Ne. Vzhledem k tomu, že platba se vztahuje na službu rychlého vydávání víz, která je k dispozici za oficiální a transparentní cenu pro všechny, o zakázanou odměnu za urychlené vyřízení se v tomto případě nejedná.

7. ÚČTY A ZÁZNAMY

Tolerována nebude žádná manipulace s účetními záznamy ani jejich falšování za účelem skrytí jakéhokoli typu korupce či zneužití vlivu, bez ohledu na to, kterého státu nebo činnosti se to týká.

Účetní standardy skupiny Capgemini jsou popsány v dokumentu TransFORM a musí být bezvýhradně dodržovány.

Modelová situace

Pracujete v účetním oddělení. Joe je váš kamarád. Pracuje v oddělení prodeje a vyjednává obchod. Joe ví, že jeho klient je nadšenec do vína. Rád by na něj udělal dojem tím, že mu koupí vzácnou lahev vína v hodnotě 1 500 eur, a zároveň by tak chtěl získat tento obchod. Joe si je vědom toho, že tento výdaj dalece převyšuje všechny limity skupiny Capgemini pro dárky. Odvolává se proto na vaše dlouhodobé přátelství a žádá vás, abyste tuto částku zaznamenal na účet nezařazených výdajů. Můžete to udělat?

Nikdy nesmíte souhlasit s nesprávnou klasifikací dárku nebo se zatajením nějakého výdaje. Manipulace s účetními knihami a záznamy je porušením Protikorupčního nařízení skupiny a může vést k postihu zaměstnance, kterým může být i ukončení pracovního poměru. Nařízení skupiny Capgemini ohledně dáreků cílí také na prevenci úplatkářství. Pokud Joe nabídne tak drahý dárek, dostane se do situace, kterou lze označit za nabízení úplatku, což je trestný čin, na který se vztahují postihy v podobě vysokých pokut a trestu odnětí svobody. Pokud svolíte k nesprávné klasifikaci výdaje, dopustíte se manipulace se záznamem a můžete se stát spolupachatelem pochybení. Veškeré výdaje proplácené přímo zaměstnanci musí být náležitě zaznamenány jako dárek v nástroji pro zaznamenávání proplacených výdajů.



B. PRAKTICKÉ POKYNY K PREVENCI RIZIKOVÉHO CHOVÁNÍ

Tato část obsahuje zásady, které je třeba dodržovat, a schválení, jež je nutno získat, za účelem ochrany naší skupiny před riziky korupce. Věnuje se **běžným a rozšířeným přípustným firemním praktikám, které mohou být při nevhodném použití označeny za korupci**. Mějte na paměti, že Protikorupční nařízení skupiny nepopisuje všechny možné obchodní situace, se kterými se můžete v každodenním pracovním životě setkat. Přesto by vám mělo poskytnout dostatek informací, abyste si poradili s různými problémy, na něž pravděpodobně narazíte. Vždy pamatujte, že nejste na všechno sami a že budete-li mít jakékoli otázky nebo budete potřebovat pomoc, měli byste se poradit se svým **nadřízeným** a místním pracovníkem na pozici **Ethics & Compliance Officer**.

Uvedené požadavky platí pro všechny ředitele, vedoucí pracovníky a zaměstnance skupiny Capgemini na jakékoli úrovni skupiny. Očekáváme, že tyto obecné zásady budou dodržovat rovněž třetí strany, které spolupracují s některou společností ze skupiny, jako jsou klienti, konzultanti, subdodavatelé, dodavatelé a podobně.



1. OBCHODNÍ VZTAHY

1.1. Základní principy

Všechny akce, které skupina Capgemini pořádá nebo sponzoruje, včetně zábavy, stravování, dárků, cestování a ubytování (bez ohledu na to, zda jsou poskytovány třetí straně nebo od ní přijímány) musí splňovat všechny tato **Základní principy**:

1. Musí odpovídat platným zákonům, nařízením skupiny Capgemini a interním nařízením zaměstnavatele příjemce.
2. Musí být odůvodněny legitimním obchodním záměrem.
3. Nesmí být prováděny z důvodu získání neoprávněné výhody.
4. Dále:
 - i. musí mít přiměřenou hodnotu,
 - ii. musí být adekvátní pozici příjemce, příležitosti a okolnostem výdajů,
 - iii. nesmí vytvářet pocit „nutnosti se revanšovat“ nebo působit nepatřičně,
 - iv. nesmí být oprávněně chápány příjemcem nebo kýmkoliv jiným jako úplatek a
 - v. nesmí být často poskytovány jednomu příjemci nebo od něj přijímány.
5. **Je-li výše uvedené určeno pro veřejného činitele, musí zábavu (1.2), stravování (1.3), dárek (1.4) nebo cestování a ubytování (1.5) předem schválit místní pracovník na pozici Ethics & Compliance Officer. Upozorňujeme, že v některých zemích je nabízení čehokoli z výše uvedeného ze zákona zakázáno.**
6. Dále musí být všechny výdaje, které skupině Capgemini vzniknou, poctivě a přesně zaznamenány do účetních knih a záznamů dané společnosti ze skupiny.

Ještě než nabídnete nebo přijmete nějaký dárek, stravování nebo zábavu, cestování či ubytování, které překračují limity vytyčené v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje, ověřte si, že vyhovují základním principům a dalším podmínkám tohoto Protikorupčního nařízení skupiny. Doporučujeme, abyste se předem poradili se svým nadřízeným a ujistili se o oboustranném souhlasu. **Jakoukoli žádost o náhradu výdajů přesahujících limity definované pro jednotlivé země v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje může váš nadřízený zamítnout.**

V případě dotazů se můžete poradit s místním pracovníkem na pozici Ethics & Compliance Officer, na jehož písemné rady se lze spolehnout.



CO KDYŽ MÁ PŘÍJEMCE ROZHODUJÍCÍ PRÁVOMOCI V ZATÍM NEUZAVŘENÉ ZÁLEŽITOSTI?

Pokud má příjemce pravomoc přímo rozhodnout nebo ovlivnit rozhodnutí, které se týká zájmů společnosti ze skupiny, je třeba postupovat obzvláště opatrně. Za takových okolností se nabízení dárku nebo zábavy obecně nepovažuje za vhodné.

Očekávaná nebo neuzavřená rozhodnutí, která ovlivňují zájmy skupiny, zahrnují:

- vypisování výběrových řízení v soukromém či veřejném sektoru;
- změny v zákonodárství nebo předpisech či dotacích přidělovaných vládou; nebo
- přidělování zakázek nebo prodlužování smluv.

Pokud má zaměstnanec pochybnosti, měl by si svoji nabídku zábavy, stravování, dárků nebo cestování a ubytování písemně zdokumentovat. Takový záznam by měl obsahovat doložku, že pokud je společnosti ze skupiny Capgemini známo, nabídka je v souladu s příslušnými zákony, neodporuje pravidlům stanoveným zaměstnavatelem příjemce a že příjemce potvrzuje na svoji zodpovědnost výše uvedené.



1.2. Zábava

Pozvánky na zábavní akce (jako např. divadelní hry, koncerty, sportovní utkání, konference, návštěvy muzeí, semináře nebo akce skupiny Capgemini) jsou běžným způsobem, jak se sblížit s klienty a dodavateli. Mohou však také vzbudit pocit nepatřičnosti.

Z tohoto důvodu je nabízení nebo přijímání pozvání na zábavní akce povoleno jen při splnění všech následujících podmínek:

- Jsou dodrženy **Základní principy** (1.1).
- Jsou splněny následující **dodatečné podmínky**:
 - Akce se účastní zaměstnanec příslušné společnosti ze skupiny.
 - Limity na stravování a externí pozvání definované v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje pro jednotlivé země je třeba považovat za referenční hodnoty. Pokud zaměstnavatel třetí strany připouští pouze nižší hodnotu, musíte ji respektovat.
 - Typ zábavy je legální a společensky přijatelný.

Pozvání na zábavu překračující stanovené limity musí předem schválit váš nadřízený. Pokud uhradíte výdaje na pozvání a poté budete požadovat jejich proplacení, může být schválení nadřízeného zaevidováno jako doklad při schvalování vaší žádosti o proplacení výdajů.

V případě dotazů se můžete poradit s místním pracovníkem na pozici Ethics & Compliance Officer, na jehož písemné rady se lze spolehnout.

Modelová situace

Dohlížíte na projekt vyžadující využití dodavatelů. Jeden z potenciálních dodavatelů vás v průběhu výběrového řízení pozve na tenisové utkání na prestižním turnaji. Jak se v takové situaci nejlépe zachovat?

Toto pozvání musíte odmítnout. Můžete se dostat do střetu zájmů, který může být dokonce považován za korupci, pokud dodavatel na oplátku očekává neoprávněnou výhodu, jako jsou například důvěrné technické informace. Jen pro připomínku – v rámci výběrového řízení musí mít všichni dodavatelé přístup ke stejným informacím.

Také o tomto návrhu musíte písemně informovat nadřízeného a probrat s ním vhodný postup ohledně dotyčného dodavatele.



1.3. Stravování

Sejít se k jednání u jídla je v obchodním světě běžné. Jídlo lze nabídnout třetí straně nebo od třetí strany přijmout jen při splnění všech následujících podmínek:

- Jsou dodrženy **Základní principy** (1.1).
- Jsou splněny následující **dodatečné podmínky**:
 - Toto jídlo má přímou souvislost s obchodní činností – podává se např. během meetingu nebo je pořádáno kvůli obchodnímu jednání.
 - Hodnota odpovídá běžnému pracovnímu jídlu dle místních nebo jiných zvyklostí nebo odpovídá postavení příjemce, okolnostem a dané příležitosti. Jako vodítko by měly sloužit limity uvedené pro jednotlivé země v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje. Pokud jsou přípustné hodnoty v příslušných zásadách klienta nižší, musíte je respektovat.

Pozvání na jídlo v nadlimitní hodnotě musí schválit váš nadřízený. Schválení nadřízeného může být zaevidováno jako doklad při schvalování vaší žádosti o proplacení výdajů.

V případě dotazů se můžete poradit s místním pracovníkem na pozici Ethics & Compliance Officer, na jehož písemné rady se lze spolehnout.

Modelová situace

Chcete zorganizovat pracovní oběd s klientem a již jste si vyhodnotili, že budou splněna všechny základní principy i dodatečné podmínky dle tohoto Protikorupčního skupiny, ovšem až na to, že náklady na osobu a jídlo o 25 % překročí limity stanovené v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje pro vaši zemi. Co byste měli udělat?

Limity stanovené v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje pro externí stravování slouží jako užitečné vodítko k posouzení souladu s Protikorupčním nařízením skupiny. V závislosti na okolnostech, příležitosti nebo postavení příjemce však může být v souladu s tímto Protikorupčním nařízením pro společnosti i jídlo, které tuto orientační finanční hranici překračuje. V takových případech je důležité zvážit a může být užitečné zdokumentovat, proč je takové jídlo za daných okolností odůvodněné a nepředstavuje riziko korupce.

Měli byste se spojit se svým nadřízeným a předem se ujistit, že má na situaci stejný názor. V případě pochybností můžete posouzení postoupit místnímu pracovníkovi na pozici Ethics & Compliance Officer. Pokud se na svého nadřízeného předem neobráťte, může vaši žádost o proplacení výdajů zamítnout.



Modelová situace

Během poptávkového procesu byste chtěli získat informace o konkurenčních nabídkách. S jedním z konkurentů se dobře znáte. Můžete ho pozvat na neformální večeři?

Ne. Mohlo by to být vnímáno jako střet zájmů, nebo dokonce pokus o korupci. Během aktivního poptávkového procesu (RFP) nesmíte konkurenta zvát na večeři a jakékoli takové pozvání byste měli odmítnout. Obecně platí, že se nikdy od žádného konkurenta nesmíte pokoušet získat neveřejné informace.

1.4. Dárky

Rozdávat drobné pozornosti je často nedílnou součástí místních zvyklostí a kultury. Je nepřipustné, aby zaměstnanec skupiny Capgemini požádal o dárek nebo se ho dokonce domáhal. Přestože poskytování dárků třetí straně nebo přijímání dárků od třetí strany silně nedoporučujeme, je to povoleno při splnění všech následujících podmínek:

- Jsou dodrženy **Základní principy** (1.1).
- Jsou splněny následující **dodatečné podmínky**:
 - Dárek má nepatrnou hodnotu. Jako vodítko by měly posloužit limity uvedené pro jednotlivé země v **Nařízení skupiny pro cestování a výdaje**. Pokud má klient v příslušných zásadách nižší přípustné hodnoty, musíte je respektovat.
 - Obdarován je pouze obchodní partner, nikoliv jeho rodina či přátelé.
 - Nikdy se nejedná o hotovost nebo její ekvivalent (tj. poukázky nebo předplacené vouchery).

V případě jiných než drobných běžných dárků, které například obsahují logo společnosti, platí, že jakékoli dárky, které chcete nabídnout nebo přijmout, musí předem schválit váš nadřízený. Pokud dárek výjimečně zakoupí přímo zaměstnanec, může být schválení nadřízeného zaevidováno jako doklad při schvalování žádosti o proplacení výdajů.

V případě dotazů se můžete poradit s místním pracovníkem na pozici Ethics & Compliance Officer, na jehož písemné rady se lze spolehnout.

Modelová situace

Dodavatel vám nabízí hodinky s logem své společnosti. Můžete je přijmout?

Pokud se jedná o reklamní hodinky malé hodnoty, přijmout je můžete. Jestliže však mají značnou hodnotu, musíte tento dárek odmítnout. Pokud jejich hodnota přesahuje limit stanovený pro jednotlivé země v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje, musíte tento dárek ohlásit svému nadřízenému.



Modelová situace

Na prahu čínského Nového roku cestujete za obchodními účely do Číny. Doslechli jste se, že se zde během čínského Nového roku obdarovávají zejména mladí červenými obálkami s „penězi štěstí“. Vzhledem k tomu, že naše Protikorupční nařízení skupiny dárky nedoporučuje, pro žádného klienta jste ještě žádný dárek nekupovali. Uvědomujete si, že tentokrát je poskytnutí dárku důležité, ale co v případě dárku znamená „nepatrná hodnota“? A co červené obálky s penězi štěstí?

Dárky nepatrné hodnoty obvykle zahrnují drobné pozornosti a reklamní předměty s názvem nebo obchodními známkami skupiny (např. hrnky, pera nebo kalendáře). Jedině takové dárky jsou přípustné. Jiné obvyklé dárky menší hodnoty zahrnují květiny, knihy nebo koše s ovocem. Pokud byste však klientovi nebo jeho dětem předali obálky s penězi štěstí, porušili byste tím Protikorupční nařízení skupiny, a to dvakrát:

1. je přísně zakázáno darovat někomu hotovost nebo její ekvivalent – například dárkové karty nebo předplacené vouchery;
2. je přísně zakázáno poskytovat dárek jiné osobě než obchodnímu kontaktu – například je-li určen klientovým dětem.

Raději proto klientovi nabídněte košík pomerančů, který je rovněž součástí této tradice.

1.5. Cestování a ubytování

Za určitých vymezených okolností je zapotřebí zaplatit cestovní a ubytovací výdaje za třetí stranu, jako např. při návštěvě firemních prostor nebo při akcích pořádaných skupinou Capgemini. Všechny takové pozvánky musí splňovat následující podmínky:

- Jsou dodrženy **Základní principy** (1.1).
- Jsou splněny následující **dodatečné podmínky**:



- Tato pozvánka nezahrnuje a nepokrývá výdaje na žádné nesouvisející výlety.
- Cestovní vzdálenost a doba pobytu jsou přiměřené, vhodné a ospravedlnitelné skutečnými obchodními důvody.
- Pozvání je v souladu s Nařízením skupiny pro cestování a výdaje.
- Platby na pokrytí cestovních výdajů a nákladů na ubytování pro veřejné činitele, jsou-li ze zákona přípustné, musí být provedeny přímo dodavatelům (například leteckým společnostem, hotelům) nebo úřadu, kde daný veřejný činitel působí.
- Obdarován je pouze obchodní partner, nikoliv jeho rodina či přátelé.
- Tyto výdaje nepřesahují obvyklou částku, kterou by zaměstnanec skupiny Capgemini utratil za cestu do stejné oblasti.

Cestovní výdaje a náklady na ubytování třetích stran musí předem schválit váš nadřízený.

Stejně tak jakékoli cestování a ubytování přijaté od třetí strany musí být v souladu s výše uvedenými principy.

V případě dotazů se můžete poradit s místním pracovníkem na pozici Ethics & Compliance Officer, na jehož písemné rady se lze spolehnout.

Modelová situace

Jeden z vašich klientů vás požádá, zda může navštívit doručovací středisko společnosti Capgemini v Indii. Nejste si jisti, kdo by měl návštěvu zaplatit. Kromě letu a ubytování byste rádi v rámci návštěvy uspořádali výlet po místních památkách. Jak takovou situaci správně vyřešit?

Zorganizování návštěvy objektů skupiny Capgemini nebude problém. Ohledně zajištění cesty a ubytování byste však měli postupovat obezřetně:

1. Musíte si ověřit, zda pro vašeho klienta neplatí nějaká omezení na základě protikorupčních či jiných platných zásad jeho společnosti. Pokud tomu tak je, musíte je dodržet.
2. Budete-li za klienta platit, musíte splňovat základní principy (1.1) a dodatečné podmínky uvedené výše. Pro veškerou zábavu klienta na pracovišti nebo jeho výlety po místních památkách platí, že nesmí zahrnovat cestování ani ubytování navíc a musí splňovat pravidla pro zábavu (1.3).



1.6. Sponzoring, marketingové a prodejní akce

Sponzoring, marketingové a prodejní akce jsou vhodnými a legitimními obchodními praktikami. Je však důležité si uvědomit, že nepatřičný nebo nadměrný sponzoring, marketingové a prodejní akce mohou představovat jistou formu úplatkářství nebo korupce, což je ze zákona i dle Protikorupčního nařízení skupiny zakázáno.

Skupina Capgemini organizuje nebo sponzoruje dva typy akcí:

Obchodní propagační akce přímo souvisejí s naší obchodní činností a jedná se například o výstavy, veletrhy nebo konference. Obvykle jde o rozsáhlé akce, které kombinují mezipodnikovou propagaci s osobním prodejem. Tyto akce nabízejí skupině Capgemini příležitost zvýšit viditelnost značky a prezentovat výrobky a služby na trhu klientům, zájemcům a partnerům. K těmto akcím patří:

- akce, které skupina Capgemini pořádá pro své klienty;
- účast skupiny Capgemini v roli sponzora na akcích pořádaných našimi obchodními partnery, například společností Dreamforce; nebo
- účast skupiny Capgemini v roli sponzora na akcích týkajících se jejího oboru nebo odvětví (jako je European Utility Week nebo Mobile World Congress).

Akce neobchodní povahy, které pořádáme nebo sponzorujeme finančně nebo poskytnutím zboží či služeb, obvykle za účelem propagace skupiny Capgemini nebo značky Capgemini – například výměnou za prezentaci naší značky na akci nebo v médiích. Přestože tyto akce přímo nesouvisejí s obchodní činností, přispívají k viditelnosti značky skupiny a podílejí se na strategii skupiny pro reklamu a propagaci, nabízejí příležitost k budování důvěrného vztahu s klienty, dodavateli a partnery nebo zvyšují naši atraktivitu na trhu talentů. K těmto akcím mohou patřit:

- sportovní, kulturní nebo společenské akce pořádané odděleními Marketing & Communications, Sales, CSR nebo HR skupiny Capgemini; nebo
- sponzoring skupiny Capgemini u akcí pořádaných sportovními, kulturními nebo vzdělávacími organizacemi či institucemi.

Sponzoring, marketingové a prodejní akce je třeba odlišovat od příspěvků, které lze věnovat charitativním nadacím, jak je popsáno níže v části 2.2.



Pravidla pro schvalování sponzoringu, marketingových a prodejních akcí

Zaměstnanci ani žádná jiná osoba nebo subjekt jednající jménem skupiny Capgemini nesmí takové akce nikdy organizovat ani sponzorovat, pokud (i) nejsou splněny **Základní principy** (1.1) a dále také (ii) následující **dodatečné podmínky**:



- Akce musí být v souladu se strategií skupiny a s pokyny oddělení Marketing & Communications/Sales, se „Sedmi hodnotami“ naší skupiny a Zásadami obchodní etiky.
- Nepeněžní výhody pro třetí strany (například pro klienty, partnery nebo vlivné osoby na trhu), které skupina Capgemini na akci pozvala, musí splňovat základní principy a dodatečné podmínky týkající se pozvání a zábavy (1.2), stravování (1.3), dárků (1.4) a cestování a ubytování (1.5).
- Nevztahují se však na ně orientační limity stanovené v Nařízení skupiny pro cestování a výdaje týkající se pozvání a zábavy (1.2), stravování (1.3), dárků (1.4) a cestování a ubytování (1.5). Celkové ocenění nepeněžních výhod zajistí místní oddělení Marketing & Communications nebo Sales podle pokynů uvedených v této části.
- Při sponzoringu akce třetí strany bylo u hostitele akce provedeno **přiměřeně pečlivé šetření**, jak je uvedeno v části 5 Přiměřeně pečlivá šetření ve vztahu ke třetím stranám.

Aby bylo zajištěno, že obchodní propagační akce a akce neobchodní povahy budou sloužit zamýšlenému obchodnímu účelu v podobě propagace a posílení značky skupiny a že nevzbudí zdání nevhodnosti, musí každou takovou akci předem písemně schválit a podepsat dvě osoby:

- příslušný vedoucí BU/GBL/SBU, v závislosti na jednotce, od níž vzešel požadavek, a
- ředitel (ředitelé) oddělení Marketing & Communications dané země/SBU/GBL.

Ředitelé oddělení Marketing & Communications jednotlivých zemí/SBU/GBL musí vést aktuální konsolidovaný přehled o veškerém sponzoringu a marketingových akcích sponzorovaných nebo pořádaných všemi provozními subjekty spadajícími do jejich území, který je možné kdykoli zkontrolovat a který musí být na konci roku zaslán oddělení Group Marketing & Communications.

Dále platí, že akce a sponzoring:

- nad 30 000 eur v zemích s nízkým rizikem korupce – [index vnímání korupce \(CPI\) podle organizace Transparency International](#) větší nebo roven 50
- a nad 15 000 eur v zemích se středním a vysokým rizikem korupce – [index vnímání korupce \(CPI\) podle organizace Transparency International](#) menší než 50

musí být místním oddělením Marketing & Communications postoupeny do oddělení **Group Marketing & Communications** na další ověření.

Každá akce, kterou pořádají nebo sponzorují týmy Sales skupiny Capgemini bez zapojení oddělení Marketing & Communications, je považována za akci oddělení Sales a vyžaduje schválení od příslušného ředitele (ředitelů) oddělení Sales a vedoucího BU/GBL/SBU namísto schválení oddělením Marketing & Communications.

Za provedení marketingové analýzy a analýzy souladu a její předložení ke schválení příslušným vedoucím a ředitelům (jak je popsáno výše) odpovídají žadatelé.

V případě pochybností při provádění analýzy souladu musí ředitelé oddělení Marketing & Communications nebo Sales požádat o radu místního pracovníka na pozici Ethics & Compliance Officer. **Jsou-li k organizaci akce přizváni veřejní činitelé nebo se do akce zapojují, měli by ředitelé oddělení Marketing & Communications a Sales situaci systematicky konzultovat s místním pracovníkem na pozici Ethics & Compliance Officer.**



Modelová situace

Skupina Capgemini sponzoruje turnaj v sedmičkovém ragby v Dubaji. Můžete na tuto akci pozvat klienta nebo partnera a nabídnout mu dopravu a/nebo ubytování?

Sponzorská činnost, její financování a nepeněžní výhody pro osoby zvané skupinou Capgemini musí být schváleny dle pravidel pro sponzoring a marketingové a prodejní akce (1.6). Využití této činnosti k pozvání určitých osob a podpoře image společnosti je možné, ale tato pozvání musí:

- dodržovat pravidla týkající se cestování a ubytování (1.5);
- být schválena osobami, které sponzoring ověřily (1.6); a
- respektovat příslušné zásady klienta nebo partnera.

2. POLITICKÉ PŘÍSPĚVKY A PŘÍSPĚVKY NA CHARITU

2.1. Politické příspěvky

I když se skupina Capgemini zapojuje do společnosti, ve které působí, je firemní zásadou skupiny neposkytovat žádné finanční nebo jiné příspěvky jakýmkoliv politickým organizacím, a to ať už přímo, nebo prostřednictvím třetí strany.

Modelová situace

Klient požádá skupinu Capgemini o příspěvek na kampaň určitého politika. Máte právo takový příspěvek věnovat?

Ne. Příspěvky jakékoli politické organizaci (i když má vaši osobní podporu) odporují nařízením skupiny Capgemini.

Modelová situace

Politický kandidát vás požádá o financování jeho legislativní kampaně. Máte právo takový příspěvek věnovat?

Ano, ale pouze za podmínky, že příspěvek věnujete svým jménem, nebude spojen se jménem skupiny a nepřinese výhodu společnosti, ve které pracujete.



2.2. Příspěvky na charitu

Ve skupině Capgemini se snažíme vytvářet přímý a udržitelný pozitivní dopad na komunity, ve kterých žijeme a působíme, a integrovat společenskou odpovědnost firem („CSR“) do naší hlavní obchodní strategie. Je však důležité si uvědomit, že příspěvky na charitu mohou vést ke střetu zájmů nebo mohou být vykládány jako jistá forma úplatkářství nebo korupce, což je ze zákona i dle Protikorupčního nařízení skupiny zakázáno.

Ve skupině Capgemini pracujeme se dvěma základními zdroji charitativních příspěvků:

- charitativní příspěvky, které určuje oddělení CSR k prohlubování naší strategie CSR, a
- charitativní příspěvky, které jsou definovány místně a řídí je komunita.

Strategické **příspěvky v rámci CSR** se započítávají jako alokace zdrojů oddělení CSR, pokud jsou v souladu se zveřejněnou strategií skupiny v rámci CSR – tj. s digitální inkluzí, ekologickou udržitelností nebo rozmanitostí – a splňují platné zákonné a daňové požadavky, aby mohly být klasifikovány jako příspěvky (dary).

Charitativní příspěvky jsou **řízeny komunitou**, pokud jsou sponzorovány místně, splňují platné zákonné a daňové požadavky, aby mohly být klasifikovány jako příspěvky (dary), ale neodpovídají zveřejněným kritériím strategie CSR. Příkladem takových charitativních příspěvků řízených místní komunitou by mohlo být zakoupení stolu na slavnostní večeři ve prospěch místní nemocnice. Upozorňujeme, že tyto druhy charitativních příspěvků, které často vznikají díky kontaktům s partnery nebo klienty, vyžadují obzvláštní obezřetnost, aby nedošlo ke střetu zájmů.

> Pravidla schvalování charitativních příspěvků

Zaměstnanci ani žádná jiná osoba či subjekt jednající jménem skupiny Capgemini nesmí věnovat žádný charitativní příspěvek, pokud nejsou splněny **následující podmínky**:

- K dispozici je dostatek informací o účelu příspěvku, aby bylo možné určit, že je v souladu se „Sedmi hodnotami“ skupiny a s jejími Zásadami obchodní etiky.
- Příjemcem je legitimní dobročinná organizace, která prošla **ještě před** poskytnutím příspěvku přiměřeně pečlivým šetřením, jak je uvedeno v části 5 Přiměřeně pečlivá šetření ve vztahu ke třetím stranám.
- Byly odhaleny a vyřešeny všechny potenciální – i domnělé – střety zájmů související s tímto příspěvkem.
- Náležitě byly vyřešeny jakékoli další vznesené obavy ohledně etiky.
- Platby nejsou nikdy realizovány v malých částkách ani na soukromý účet příjemce.
- Příjemce souhlasí s tím, že vystaví písemnou stvrzenku o převzetí přesné částky.
- Příspěvek je přesně a v plné míře zanesen v účetních knihách a záznamech skupiny.
- Veškerá dokumentace je zachována pro budoucí audity.



Všechny charitativní příspěvky musí schválit místní pracovník na pozici Ethics and Compliance Officer pro příslušnou zemi a dále:

- oddělení CSR, aby se mohly započítat jako přidělení zdrojů oddělení CSR, nebo
- příslušná jednotka MU / BU / GBL / vedoucí SBU / vedoucí GBL / GBL dané země v případě příspěvků řízených komunitou.

Příspěvky přesahující limity uvedené níže musí navíc schválit ještě Capgemini Group General Secretary:

- 15 000 eur v zemích s nízkým rizikem korupce – [index vnímání korupce \(CPI\) podle organizace Transparency International](#) větší nebo roven 50, nebo
- 5 000 eur v zemích se středním a vysokým rizikem korupce – [index vnímání korupce \(CPI\) podle organizace Transparency International](#) menší než 50.

Pracovníci místního oddělení Local Ethics & Compliance musí vést aktuální konsolidovaný přehled o všech charitativních příspěvcích schválených jménem všech subjektů na jejich území, aby bylo možné kdykoli provést kontrolu.

Modelová situace

V místě, kde pracujete, vás někdo vyzve, abyste přispěli na charitu. Jak byste měli zareagovat?

Pokud si to přejete, můžete svým jménem na charitu přispět. Pokud však chcete příspěvek darovat jménem společnosti ze skupiny, v níž pracujete, obraťte se na příslušného schvalovatele a místního pracovníka na pozici Ethics & Compliance Officer, jak je uvedeno výše.

Modelová situace

Klient požádá skupinu Capgemini o finanční podporu dobročinné nadace, v jejíž správní radě působí. Jak byste měli zareagovat?

Tuto žádost musíte pečlivě prověřit, aby nedošlo ke střetu zájmů. Příspěvek na charitu nesmí být nikdy podmínkou pro obnovení obchodní smlouvy a nesmí být schvalován ani přidělován v době, kdy probíhá výběrové řízení, aby jej nebylo možné vykládat jako žádost o „neoprávněnou výhodu“ nebo jako poskytnutí takové výhody. V zájmu ochrany zájmů klienta i skupiny Capgemini zajistěte, aby před vyřízením žádosti dle postupu oddělení Ethics & Compliance a před splněním podmínek k jejímu schválení nebyly učiněny žádné závazky.



3. STŘETY ZÁJMŮ

Ke střetu zájmů dochází, když naše osobní zájmy (finanční i jiné, naše vlastní nebo zájmy našich příbuzných) skutečně nebo potenciálně ovlivňují objektivní vykonávání našich profesních povinností nebo tak mohou být vnímány. Ke střetu zájmů zkrátka dochází, pokud by někdo *mohl* zneužít svého oficiálního postavení k soukromému prospěchu. Střet zájmů může vést ke korupčnímu jednání, pokud určitá osoba svého postavení *skutečně* zneužije k soukromému prospěchu.

Na tom, že se člověk ocitne ve střetu zájmů, není nic špatného. Každý z nás má svůj život mimo skupinu Capgemini. Důležité je si existenci skutečného, potenciálního nebo domnělého střetu zájmů uvědomit a každý takový střet řádně odhalit.

Skutečný, potenciální nebo domnělý střet zájmů mohou navodit některé běžné situace:

- pokud může vztah s obchodním partnerem ovlivnit naši loajalitu vůči společnosti ve skupině nebo naši schopnost profesionálně se rozhodovat v zájmu skupiny nebo pokud to tak může vypadat;
- pokud může nám nebo našemu příbuznému přinést nějakou výhodu využívání majetku společnosti ze skupiny nebo informací získaných při výkonu naší profesní činnosti.

Zaměstnanci musí svého nadřízeného neprodleně informovat o jakékoli situaci, která představuje skutečný, potenciální nebo domnělý střet zájmů, a nadřízení musí s tímto odhalením naložit dle postupu popsaného v Nařízení skupiny týkajícím se střetu zájmů. V případě dotazů nebo nejistoty ohledně správného řešení potenciálního střetu se obraťte na místního pracovníka na pozici Ethics & Compliance Officer.

Zaměstnanci musí přijímat rozhodnutí v zájmu skupiny bez ohledu na své osobní zájmy.

Chcete-li zjistit, zda by nějaká situace mohla vést ke střetu zájmů, položte si tyto otázky:

- Jak by tuto situaci mohl vnímat člověk mimo skupinu Capgemini? Bylo by vám nepříjemné, kdyby se o ní dozvěděl některý z vašich kolegů? Co byste dělali, kdybyste se dozvěděli, že se v této situaci ocitl některý člen vašeho týmu?
- Získal byste vy nebo některý z vašich příbuzných prospěch z vašeho vztahu se třetí stranou?
- Je pravděpodobné, že by tato situace mohla nějak ovlivnit vaše rozhodování ve skupině Capgemini?
- Máte kvůli vztahu se třetí stranou pocit určitého závazku?
- Zdá se, že váš vztah se třetí stranou ohrožuje vaši schopnost přijímat rozhodnutí v zájmu skupiny Capgemini?

Pokud si na kteroukoli z výše uvedených otázek odpovíte „ano“ nebo „možná“, nacházíte se ve skutečném, potenciálním nebo domnělém střetu zájmů. Musíte o tom informovat svého nadřízeného.



Modelová situace

Příbuzný má za úkol obchodní spolupráci se skupinou Capgemini ve stejné pracovní oblasti, kde se svým vlivem podílíte na obchodních rozhodnutích, například:

- **Příbuzný pracuje pro dodavatele skupiny Capgemini, který této skupině nedávno předložil nějaký návrh, a váš nadřízený si přeje, abyste se připojili k týmu, který má vyhodnotit všechny nabídky včetně nabídky předložené vaším příbuzným.**
- **Příbuzný pracuje pro klienta skupiny Capgemini a váš nadřízený si přeje, abyste se připojili k nabídkovému týmu a přesvědčili klienta, aby s námi obchodoval.**

Jakmile si uvědomíte, že tato nebo podobná situace nastala, musíte to oznámit nadřízenému. Ten podnikne kroky potřebné k tomu, aby určil, zda je třeba přijmout další opatření. Obecně by mělo platit, že není vhodné uplatňovat vliv nebo mít rozhodovací pravomoc vůči příbuznému. Pokud budete potřebovat bližší vysvětlení, obraťte se na místního pracovníka na pozici Ethics & Compliance Officer.

4. LOBBOVÁNÍ

Lobbování lze definovat jako činnost, jejímž cílem je ovlivnění veřejného rozhodnutí, zejména pak obsah zákona nebo nařízení. V mnoha zemích (například ve Francii) je lobbování upraveno zákonem, podléhá přísným etickým pravidlům, a jsou-li naplněny určité podmínky, musí být zapsáno do veřejného rejstříku.

Pokud lobbování speciálně neschválí CEO skupiny, je **zakázáno**. Jakákoli výjimečná lobbistická aktivita prováděná jménem skupiny musí být transparentní a v souladu s platnými právními předpisy. Jakékoli lobbování schválené na základě výjimky bude zveřejněno v naší výroční zprávě.

5. PŘIMĚŘENĚ PEČLIVÁ ŠETŘENÍ VE VZTAHU KE TŘETÍM STRANÁM

Třetí strany mohou představovat riziko z protikorupčního hlediska. Například:

- klient by mohl požadovat úplatek;
- dodavatelé a zprostředkovatelé by mohli část svých příjmů využít k úplatku jménem skupiny Capgemini – a to i bez našeho vědomí;
- třetí strana může být vlastněna nebo spojena s osobou, kterou by skupina Capgemini mohla chtít ovlivnit, což může vést ke střetu zájmů, který je třeba odhalit a vyřešit.

Zaměstnanci odpovídají za najímání třetích stran nebo za jejich spolupráci se skupinou Capgemini, ať jde o klienty, zprostředkovatele nebo dodavatele (jako jsou konzultanti, subdodavatelé a další poskytovatelé zboží a služeb), musí zajistit, aby tyto třetí strany měly jak požadovanou kvalifikaci, tak dobrou pověst z hlediska obchodní bezúhonnosti.



Postupy hodnocení třetích stran jsou navrženy tak, aby byly adekvátní vůči rizikům korupce, jež může taková třetí strana představovat, a to podle zjištění při protikorupčním mapování rizik skupiny. Toto mapování bývá čas od času revidováno. Hrozba korupce se liší napříč různými jurisdikcemi, obchodními sektory, třetími stranami, podle povahy vztahu s danou stranou i na základě rozsahu a složitosti transakcí a identifikace varovných signálů poukazujících na možnou korupci. Úroveň přiměřeně pečlivého šetření je navržena tak, aby tyto faktory zohledňovala.

Všechny třetí strany musí být prověřeny v souladu s Nařízením skupiny týkajícím se přiměřeně pečlivého šetření ohledně protikorupčních opatření a obchodních sankcí třetích stran.

Modelové situace

Chcete najmout Y jako dodavatele. Co musíte udělat?

Musíte provést přiměřeně pečlivé šetření u dodavatele.

Chcete podat nabídku do veřejného poptávkového procesu („RFP“), který vyhláší společnost W v Malajsii. Co musíte udělat?

Musíte provést přiměřeně pečlivé šetření u klienta.

Modelová situace

Pracujete v týmu oddělení Sales a hledáte způsoby, jak v určitém sektoru získat nový obchod. Osloví vás pan Y, který je v této oblasti známým obchodníkem, a vysvětlí vám, že vám může pomoci získat nové klienty za provizi, tedy za procentuální podíl z nového prodeje. Jak můžete zareagovat?

Všechny třetí strany musí dodržovat pravidla Modré knihy (Blue Book) týkající se prodejních konzultantů a obchodních zástupců a navíc musí být prověřeny podle Nařízení skupiny týkajícího se přiměřeně pečlivého šetření ohledně protikorupčních opatření a obchodních sankcí třetích stran. Dočtete se, že obchodní zástupci jsou zakázáni, pokud je výjimečně neschválí Komise pro kontrolu skupiny (Group Review Board), zatímco prodejní konzultanti (s fixním poplatkem) budou považováni za vysoce rizikové a je třeba je vyhodnotit dle rozšířeného přiměřeně pečlivého šetření. Nařízení skupiny týkající se přiměřeně pečlivého šetření ohledně protikorupčních opatření a obchodních sankcí třetích stran obsahuje rovněž pokyny ke sledování obchodních zástupců a prodejních konzultantů a požadavky na jejich vykazování.

Modelová situace

Potenciální klient vás informuje, že jste vyhráli poptávkový proces („RFP“) s podmínkou využití určité společnosti nebo jednotlivce X jakožto subdodavatele v daném projektu. Co byste měli udělat?

I když mohou existovat legitimní obchodní důvody pro to, aby zákazník požádal o zapojení konkrétního subdodavatele, měla by být taková podmínka považována za varovný signál. Pro takovou podmínku musí být uveden a zadokumentován legitimní obchodní důvod a dále musí být zjištěno a zaznamenáno, že nedochází ke střetu zájmů. Pokud odůvodnění není jasné nebo máte



jakékoli pochybnosti, obraťte se na místního pracovníka na pozici Ethics & Compliance Officer. Další pokyny naleznete v Nařízení skupiny týkajícím se přiměřeně pečlivého šetření ohledně protikorupčních opatření a obchodních sankcí třetích stran.

Modelová situace

Jeden z manažerů rozhodl o věnování daru nadaci s velmi dobrou pověstí. Je třeba provést přiměřeně pečlivé šetření třetí strany?

Ano. Všechny třetí strany musí dodržovat Protikorupční nařízení skupiny – viz část 2.2 týkající se příspěvků na charitu – a dále musí být prověřeny dle Nařízení skupiny týkajícího se přiměřeně pečlivého šetření ohledně protikorupčních opatření a obchodních sankcí třetích stran. Dočtete se, že příjemci charitativních příspěvků jsou považováni za vysoce rizikové a musí být vyhodnocováni dle rozšířeného přiměřeně pečlivého šetření. Najdete také související pokyny ke sledování třetích stran a pravidelnému obnovování přiměřeně pečlivého šetření.

6. JOINT VENTURES, KONSORCIA, FÚZE A AKVIZICE

Joint ventures, konsorcia, fúze a akvizice jsou strategické transakce, které představují hrozbu trestněprávní odpovědnosti za korupci. Společnost ze skupiny Capgemini může být vedena k odpovědnosti za korupční praktiky prováděné partnerskými joint ventures nebo konsorcii, stejně jako firmami, které zakoupila jiná společnost ze skupiny Capgemini.

U partnerů a firem, jejichž ovládnutí nebo koupě je cílem jakékoli společnosti ze skupiny, je důležité provést pečlivá antikorupční šetření před vstupem do joint venture, konsorcia, fúze nebo akvizice (anebo hned poté, pokud to vyžadují okolnosti).

Nahlédněte do postupů přiměřeně pečlivého šetření pro fúze a akvizice a do pokynů pro konsorcia.

7. ZAJIŠTĚNÍ PROTIKORUPČNÍ PREVENCE – SpeakUp

Vyzýváme všechny zaměstnance, kteří se dozví o jakémkoli druhu korupce, aby tuto skutečnost ohlásili prostřednictvím [etické linky „SpeakUp“](#).

Linka SpeakUp je důvěrný webový a telefonní ohlašovací systém, který skupina Capgemini poskytuje svým zaměstnancům, dodavatelům, klientům a obchodním partnerům, stejně jako zaměstnancům, dodavatelům, klientům a obchodním partnerům svých přidružených společností.

Účelem linky SpeakUp je poskytnout možnost, jak nahlásit problém nebo se zeptat na radu či pokyny ohledně podvodů, obtěžování na pracovišti, korupčních praktik, střetů zájmů, nekalé soutěže a dalších



forem etického pochybení, které nejsou v souladu s našimi „Sedmi hodnotami“ nebo našimi Zásadami obchodní etiky.

V některých zemích lze linku SpeakUp používat pouze k ohlášení podezření na porušení předpisů v omezenějším okruhu záležitostí. Pokud chcete zjistit přesný rozsah záležitostí, které lze ohlašovat ve vaší zemi, přečtěte si Nařízení ohledně používání linky SpeakUp nebo se obraťte na místního pracovníka na pozici Ethics & Compliance Officer.

Použití linky SpeakUp je zcela dobrovolné. Připomínáme, že obvykle se potenciální porušení předpisů hlásí přímo nadřízenému, [místnímu pracovníkovi na pozici](#) Ethics & Compliance Officer nebo zástupci oddělení Human Resources.

Pokud máte pocit, že obvyklý způsob ohlášení potenciálního porušení předpisů nemůžete použít, měli byste daný problém ohlásit prostřednictvím [etické linky SpeakUp](#). Tento portál můžete použít také k dotazování.

Skupina zakazuje veškerá odvetná opatření vůči zaměstnanci, který v dobré víře oznámí porušení pravidel nebo zákonů, a to i v případě, že se obvinění následně ukáže jako nepodložené. Jednat v dobré víře znamená jednat čestně a bez zlých úmyslů. Vědomé nahlašování nepravdivých informací nebude tolerováno.

O skupině Capgemini

Skupina Capgemini je světovým lídrem v oblasti poradenství, digitální transformace, technologií a inženýrských služeb a jako taková stojí v čele inovací, které nabízejí řešení pro celou šíři příležitostí klientů v měnícím se světě cloudů, digitálních prostředků a platforem. Navazuje na bohaté 50leté dědictví a hluboké odborné znalosti v oboru a prostřednictvím škály služeb počínaje strategií a konce provozem pomáhá organizacím uskutečňovat jejich obchodní ambice. Skupinu Capgemini žene vpřed přesvědčení, že obchodní hodnota technologií vychází od lidí a prostřednictvím lidí. Jde o multikulturní společnost s 270 000 členy týmu v téměř 50 zemích. Společně s firmou Altran vykazala skupina v roce 2019 kombinovaný globální příjem ve výši 17 miliard eur.

Další informace o nás naleznete na adrese www.capgemini.com



People matter, results count.