

CODE DE BONNE CONDUITE

Présentation de la lutte anticorruption

LE MOT DU FONDATEUR



« Depuis sa création en 2015, Le Groupe Suitcase Hospitality (et ses filiales) a veillé à conduire ses activités avec professionnalisme, rigueur et loyauté vis-à-vis de ses partenaires et clients. Je suis convaincu que ces valeurs participent à la création de partenariats durables.

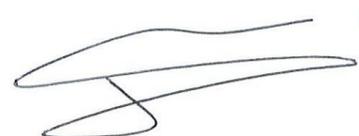
La lutte pour les bonnes conduites et contre la corruption s'inscrit directement dans la continuité de nos valeurs. Cette lutte que je porte rejette fermement la corruption sous toutes ses formes en pratiquant une politique « tolérance zéro ».

Par conséquent, j'attends de la part de chaque collaborateur un comportement irréprochable à qui le présent document s'impose.

Le but de ce code de conduite est de rappeler les grands principes de l'anti-corruption, d'expliquer la démarche de conformité et les enjeux pour notre Groupe. Ces principes sont illustrés à travers des cas pratiques permettant d'identifier les situations à risque. Ils sont accompagnés de recommandations concrètes afin d'adopter le bon comportement.

Je demande à chaque manager du Groupe SUITCASE HOSPITALITY de prendre connaissance de ce document. La vigilance de chacun est la garantie du développement du Groupe et de la pérennité de nos activités. »

Jean-Baptiste MARTIN



SOMMAIRE

POURQUOI LUTTER CONTRE LA CORRUPTION ?	3
Obligation légale	3
Risque réputationnel	3
Opportunité	4
QUI EST CONCERNE ?.....	4
QUEL EST LE CONTENU DE CE CODE ?	4
QUELS METIERS SONT CONCERNES ?.....	4
QUELLES SANCTIONS EN CAS DE MANQUEMENT PAR UN COLLABORATEUR ?.....	5
Principes et sanctions	6
Exemples de condamnation.....	7
Cas pratiques	8
Focus.....	9
CADEAUX.....	9
PAIEMENT ET RETROCESSION D'ARGENT SANS CONTREPARTIE.....	10
PARAINNAGE ET MECENAT	13
LOBBYING OU REPRESENTATION D'INTERÊTS	15
Recommandations	17
CONFLIT D'INTERÊTS.....	18
Principes et sanctions	18
Cas pratiques	18
Recommandations	19

POURQUOI LUTTER CONTRE LA CORRUPTION ?

La corruption désigne – au sens générique – une atteinte à la probité. Elle peut se définir comme le détournement d'un pouvoir ou d'une fonction de façon malhonnête.

La corruption privée entraîne nécessairement une distorsion de concurrence puisqu'elle permet de conférer un avantage à une entreprise, qu'elle n'aurait potentiellement pas obtenue de manière loyale. Dans un cadre public, la corruption brise le lien de confiance avec l'administration et freine les investissements. Dès lors, la corruption porte atteinte à l'économie et à l'innovation au détriment des entreprises, des clients et de la collectivité.

Obligation légale

La corruption est sévèrement sanctionnée pénalement et financièrement dans la plupart des pays du monde. Ainsi, le Groupe SUITCASE HOSPITALITY se doit – notamment - de respecter les réglementations nationales suivantes :

- France : Loi « Sapin II » n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique ;
- Etats-Unis : Foreign Corrupt Practices Act (« FCPA ») du 19 décembre 1977 ;
- Royaume-Uni : UK Bribery Act du 8 avril 2010 ;
- Algérie : Loi n°06 – 01 du 20 février 2006 relative à la prévention et à la lutte contre la corruption ;
- Portugal : Code pénal ; Loi n° 20/2008 relative à la corruption dans le commerce international et dans le secteur privé.

Il n'est pas nécessaire que ces atteintes soient commises sur le territoire des pays énumérés afin que des poursuites soient engagées. Un lien suffisant entre l'entreprise et le pays de l'autorité de poursuite peut suffire. Ces règles ont donc vocation à s'appliquer partout dans le monde, on parle d'application extraterritoriale de la réglementation. Elles visent autant les entreprises, administrations et autres organismes que les individus.

Risque réputationnel

La corruption – aussi minime soit-elle - a un impact négatif conséquent sur l'image d'une entreprise. Une atteinte à la probité a pour effet de briser le lien de confiance entre l'entreprise et ses clients, partenaires et collaborateurs. Personne ne souhaite travailler avec ou pour une entreprise corrompue ou corruptrice.

L'entreprise peut être exclue d'office de marchés publics ou privés et se voir refuser des possibilités de financement. Une telle atteinte peut entraîner des conséquences catastrophiques sur l'activité d'une entreprise, son développement et l'emploi.

Opportunité

Enfin, la lutte contre la corruption est une nouvelle opportunité de démontrer à nos partenaires les valeurs qui animent le Groupe SUITCASE HOSPITALITY depuis ses débuts. L'exercice de nos activités de façon éthique et intègre rappelle à nos partenaires que le Groupe SUITCASE HOSPITALITY est une entreprise digne de leur confiance.

QUI EST CONCERNE ?

La lutte contre la corruption est l'affaire de chacun des collaborateurs du Groupe SUITCASE HOSPITALITY, quel que soit son entité de rattachement et son niveau hiérarchique. Les personnes assumant une fonction managériale doivent veiller à ce que les bonnes pratiques dispensées dans ce code soient connues et strictement appliquées par leurs équipes.

Ce code est également un outil de communication externe vis-à-vis des tiers. Groupe SUITCASE HOSPITALITY ne tolérera aucune tentative de corruption de la part d'un de ses partenaires, fournisseurs ou clients à l'encontre de ses collaborateurs ou de tiers.

QUEL EST LE CONTENU DE CE CODE ?

Ce code contient les clés pour comprendre la corruption et les infractions assimilées. Il énumère des situations concrètes ainsi que des recommandations afin d'adopter de bonnes pratiques en toutes circonstances.

Il est mis à jour chaque fois que cela est nécessaire mais ne peut en aucun cas être considéré comme exhaustif. En cas de situation à risque difficile à gérer, celle-ci doit être rapportée immédiatement au supérieur hiérarchique et éventuellement à la Direction Générale.

QUELS METIERS SONT CONCERNES ?

Des situations à risque sont susceptibles de se présenter dans chaque métier du Groupe SUITCASE HOSPITALITY. Le Groupe SUITCASE HOSPITALITY exerce 2 métiers distincts : le développement immobilier hôtelier (promotion) et l'exploitation hôtelière.

Dans le cadre de ses 2 métiers, le Groupe SUITCASE HOSPITALITY est amené à soumissionner à des appels d'offres publics et privés, à négocier des projets et contrats avec des maîtres d'ouvrage et sous-traitants et des prestataires divers. La nature des travaux exécutés par le Groupe SUITCASE HOSPITALITY nécessite une relation constante avec des agents publics.

Dans ce contexte, tous les collaborateurs du Groupe SUITCASE HOSPITALITY doivent disposer des informations nécessaires pour réagir correctement face à une situation à risque.

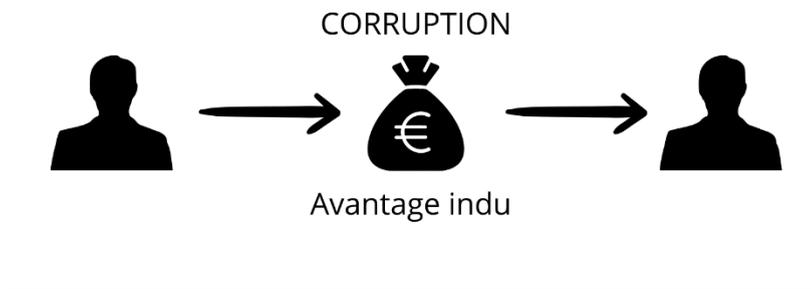
QUELLES SANCTIONS EN CAS DE MANQUEMENT PAR UN COLLABORATEUR ?

Le respect du présent document et des réglementations anti-corruption est obligatoire pour tous les collaborateurs du Groupe SUITCASE HOSPITALITY quel que soit leur statut et leur niveau hiérarchique.

La violation de ces règles constitue un manquement qui fera l'objet de sanctions et de poursuites appropriées, dans le respect des procédures légales applicables au collaborateur. Ces sanctions peuvent aller jusqu'au licenciement pour faute lourde ou la rupture du contrat et des demandes de dommages-intérêts.

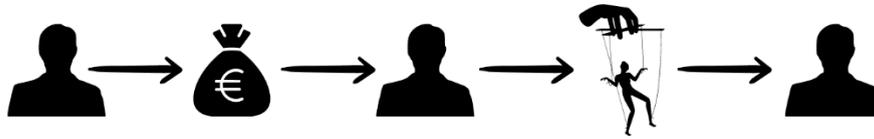
CORRUPTION ET TRAFIC D'INFLUENCE

Principes et sanctions



Au sens strict, la corruption est le fait d'acheter une personne en lui proposant un avantage indu, pour elle-même ou pour autrui, afin qu'elle accomplisse ou qu'elle s'abstienne d'accomplir un acte en rapport avec son activité professionnelle ou sociale.

TRAFIC D'INFLUENCE



Le trafic d'influence constitue un délit triangulaire très similaire à la corruption puisqu'il consiste à acheter un intermédiaire en lui proposant un avantage indu, pour elle-même ou pour autrui. Cet intermédiaire doit ensuite user de son influence sur une cible déterminée afin d'obtenir d'elle une décision favorable pour le bénéficiaire.

Ces infractions peuvent être commises dans des schémas plus complexes, notamment avec des intermédiaires, agents. La réglementation ne fait aucune distinction et sanctionne l'infraction de la même façon, qu'elle soit réalisée directement ou indirectement.

La réglementation sanctionne la personne achetée comme la personne qui achète. On parle alors de :

- Corruption et trafic d'influence passif lorsque le corrompu ou l'intermédiaire sollicite Ou accepte cette proposition ;
- Corruption et trafic d'influence actif lorsque le corrupteur ou le bénéficiaire émet cette proposition.

Ces infractions peuvent concerner à la fois des personnes privées comme des personnes publiques, dans un cadre national comme international. En outre, l'offre d'un avantage indu même non suivie d'effets suffit à constituer l'infraction de corruption ou de trafic d'influence.

Selon la réglementation française, la commission d'une de ces infractions peut être punie jusqu'à 10 ans d'emprisonnement et 1.000.000 d'euros d'amende ou le double du produit de l'infraction pour un individu. Pour les entreprises, le montant de l'amende peut atteindre jusqu'à 5.000.000 d'euros, ou le double du produit de l'infraction.

Des peines complémentaires peuvent être prononcées telles qu'une interdiction d'exercer, l'exclusion des marchés publics, la publication de la condamnation, etc...

Exemples de condamnation

FCPA :

1.78 milliard \$ en 2018

Petróleo Brasileiro S.A.
(Brésil)

15 ans de prison en
2011

Joel Esquenazi, ancien
Président de Terra
Télécommunications
(Haïti)

772 millions \$ en 2014

Alstom (France)

UK Bribery Act :

671 millions £ en 2017

Rolls-Royce (Angleterre)

3 ans et demi de prison
en 2018

John Venskus,
responsable
développement
commercial Alstom
(Lituanie)

Loi Sapin II :

2.6 millions € en 2019

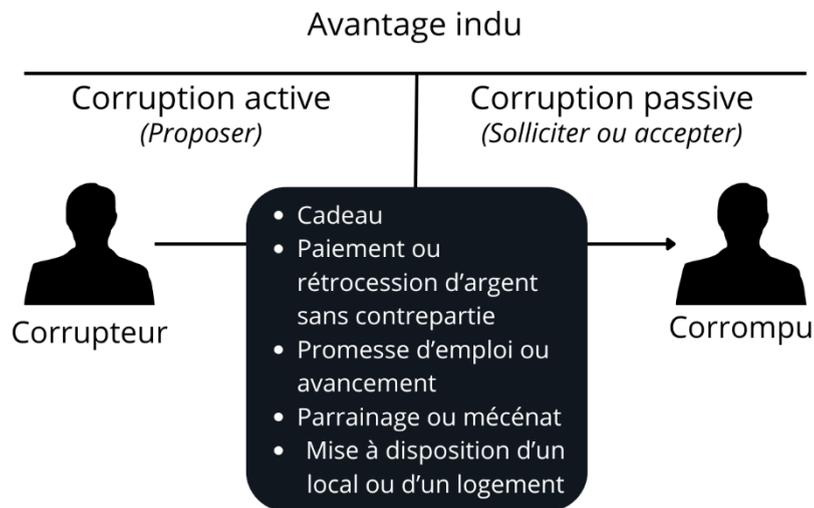
Egis Avia (France)

500.000 € en 2018

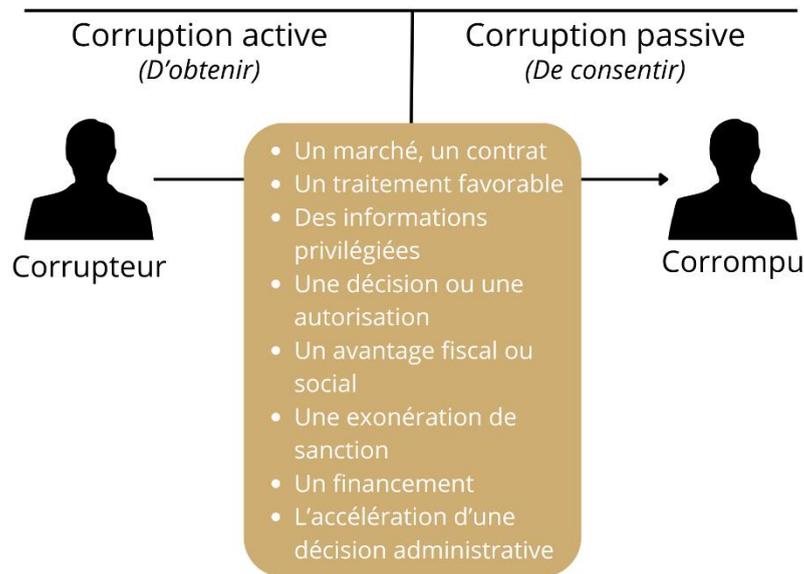
Total (France)

Cas pratiques

Les comportements suivants constituent des actes de corruption :



Dans l'objectif :



Le trafic d'influence recouvre potentiellement les mêmes avantages indus et objectifs. Les listes d'avantages indus et d'objectifs présentées ci-dessus ne sont pas exhaustives.

L'octroi ou l'obtention d'un avantage listé ci-dessus n'est pas en soi constitutif d'un acte de corruption ou de trafic d'influence. Cet avantage pourra créer une situation à risque lorsqu'il (i) est obtenu ou octroyé sans contrepartie (ii) dans l'objectif d'obtenir une faveur en retour. Au moment d'apprécier une situation à risque, l'analyse du contexte est essentielle.

Focus

Afin d'adopter les bonnes pratiques, certaines notions évoquées ci-dessus doivent être explicitées et accompagnées d'exemples concrets. Le signe « ✓ » correspond à une situation acceptable sauf circonstances particulières. Le signe « ✗ » correspond à une situation inacceptable.

CADEAUX

Les cadeaux peuvent être des repas, des biens, des services, des invitations à des divertissements, voyages, etc... Ils peuvent être regardés comme un acte de courtoisie ou un usage dans certains pays dans le cadre de relations d'affaire.

Toutefois, offrir ou accepter un cadeau est un comportement inacceptable lorsqu'il remet en cause l'indépendance de son bénéficiaire et le rend redevable à l'égard de l'offrant. En présence de cadeaux, il convient de s'interroger sur :

- La valeur. La valeur d'un cadeau doit être faible et raisonnable par rapport aux Circonstances et à la nature de la relation d'affaire ;
- Relation d'affaire. Un cadeau ne peut être offert ou reçu que dans le cadre d'une relation d'affaire. Il ne doit pas concerner d'autres personnes sans lien direct avec l'activité professionnelle (famille, amis) ;
- La transparence. Un cadeau doit pouvoir être justifié par une facture, retranscrit en comptabilité et être révélé publiquement ;
- L'objectif. Un cadeau est une marque de respect et/ou de gratitude désintéressée. Il devient potentiellement un acte de corruption lorsqu'il est octroyé dans un moment stratégique (appel d'offre, négociation contractuelle, préalablement à un vote...) afin d'obtenir une faveur de la part du bénéficiaire ;
- Fréquence. La répétition fréquente de cadeaux est suspecte ;
- La gêne. Un cadeau gênant pour son bénéficiaire est un indice pouvant révéler un acte de corruption.

Il est strictement interdit d'offrir des cadeaux :

- A des agents publics ;
- A un décisionnaire.

Exemples :

✓

- Offrir ou accepter un repas d'un montant raisonnable aux participants d'une réunion professionnelle.
- Offrir ou accepter une bouteille d'alcool, ou une boîte de chocolat d'une valeur négligeable en dehors d'un contexte particulier.
- Offrir un objet publicitaire ou promotionnel.

✗

- Offrir ou accepter un cadeau luxueux ou excessif.
- Offrir ou accepter un repas dans un restaurant gastronomique.
- Offrir ou accepter un cadeau de manière discrète, officieuse.
- Offrir ou accepter des cadeaux pendant les négociations d'un contrat, d'un processus d'appel d'offre, de vote d'une décision, etc...

LES BONNES PRATIQUES

- Mutualiser les cadeaux obtenus avec votre équipe ;

PAIEMENT ET RETROCESSION D'ARGENT SANS CONTREPARTIE

Un paiement ou une rétrocession d'argent s'entend au sens large. Il peut s'agir d'un versement d'argent, d'une compensation de créances réciproques, de renoncer à une créance ou de rembourser sans motif un montant qui était pourtant dû.

Dans les relations d'affaire, un paiement doit toujours trouver son intérêt dans une contrepartie, qu'il s'agisse d'une prestation de service, de la vente d'un bien ou d'une mise à disposition d'une chose.

Un paiement sans contrepartie est un acte anormal suspect qui peut correspondre à un avantage indu dans le cadre d'un acte de corruption ou de trafic d'influence. Ainsi, un tel paiement peut être dissimulé dans une opération tout à fait licite. Cela peut prendre la forme d'une surfacturation d'une prestation convenue ou du paiement d'un service fictif dans une facture globale.

Par exemple, un fournisseur ou sous-traitant peut tenter de vous répercuter dans une facture le coût d'un acte de corruption qu'il a effectué à l'occasion de ses travaux. Payer cette ligne de facturation peut caractériser ou donner l'apparence d'un acte de corruption indirect.

Un paiement ou une rétrocession d'argent constituera un acte de corruption ou de trafic d'influence lorsqu'il est (i) indu, (ii) avec l'objectif d'obtenir une faveur en retour.

Le « paiement de facilitation » constitue un bon exemple de paiement anormal. Il s'agit selon l'Agence Française Anti-corruption (AFA) du « *fait de rémunérer, directement ou indirectement, de façon indue, un agent public pour la réalisation de formalités administratives, qui devraient être obtenues par des voies légales normales. Il vise à inciter les agents publics à exécuter leurs fonctions plus efficacement et avec diligence* ».

En présence d'un paiement suspect, il convient de s'interroger sur :

- La contrepartie. Un paiement effectué en contrepartie d'une prestation fictive ou dérisoire est anormal ;
- Le mode de paiement. Soyez vigilant concernant les modes de paiement inhabituels et l'origine des fonds ;
- L'identité de l'émetteur et du destinataire. Dans les relations d'affaire entre le Groupe et ses partenaires, le paiement s'effectue toujours d'une personne morale (entreprise, organisme, administration) à une autre. Le personnel du Groupe, de ses partenaires et clients n'est pas supposé être destinataire d'un paiement, sauf exception (entrepreneur individuel).



Il est strictement interdit :

- D'effectuer un paiement de facilité, sauf dans l'hypothèse où un tel paiement est nécessaire afin de prévenir ou faire cesser un risque pour l'intégrité ou la sécurité d'un collaborateur

D'effectuer un paiement sans contrepartie licite à un agent public.

Exemples :

- Rémunérer un prestataire sous forme de commission ou tout autre mode de rémunération opaque ou arbitraire, lorsque ce mode de rémunération n'est pas justifié par la nature de la prestation rendue. Un sous-traitant, fournisseur doit toujours pouvoir détailler et justifier le montant d'une facture.
- Payer deux fois une même prestation ou payer une prestation déjà due.

LES BONNES PRATIQUES

- Contractualiser la relation d'affaire. Une vente de bien, une prestation de service ou une location doit – idéalement - toujours faire l'objet d'un contrat, d'un bon de commande ou d'un devis indiquant de manière précise les engagements de chaque partie ;
- Auditer le partenaire. L'audit est un moyen efficace de vérifier la réalité des prestations facturées, d'imposer une transparence et une rigueur comptable aux fournisseurs, sous-traitants et autres intermédiaires. L'audit doit être prévu contractuellement. Pour insérer une telle clause dans vos contrats, vous pouvez contacter la Direction juridique et conformité ;
- Définir clairement la méthode de calcul du prix et des éventuelles pénalités au préalable lorsque le prix ne peut être déterminé par avance ;
- Exiger des factures détaillées et justifiées afin de prévenir la surfacturation, la facturation de frais injustifiés, de « taxes » suspectes ;
- Vérifier que la compensation des créances est autorisée, soit car les conditions légales sont réunies, soit car la compensation conventionnelle a été convenue entre les parties au préalable.

PARAINNAGE ET MECENAT

Le Groupe SUITCASE HOSPITALITY est impliqué dans le développement de la vie culturelle et associative au niveau local et national. Cette implication est concrétisée ponctuellement par des actions de parrainage et de mécénat dans plusieurs domaines (culture, sport, santé). Elles contribuent à véhiculer les valeurs du Groupe SUITCASE HOSPITALITY.

Le mécénat est un soutien octroyé de manière désintéressée à une œuvre d'intérêt général.

Le parrainage est un soutien octroyé en contrepartie d'un engagement publicitaire du Bénéficiaire, l'objectif étant de promouvoir le Groupe SUITCASE HOSPITALITY et ses activités.

Ces deux types de soutien peuvent être détournés de leur finalité première afin de dissimuler un avantage indu. Par conséquent, l'octroi de dons et de parrainages doit systématiquement être discuté et approuvé par la Direction Générale.

LES BONNES PRATIQUES

- Demander un dossier de présentation du projet et de l'organisme sollicitant un financement ;
- Respecter le processus interne d'approbation ;
- Formaliser par écrit l'octroi d'un don ou d'un parrainage ;
- Exiger un engagement du bénéficiaire sur le respect des grands principes éthiques ;
- Définir clairement les engagements de chaque partie ainsi que l'utilisation Prévisionnelle du financement ;
- Retranscrire en comptabilité dans le respect des normes comptables et fiscales cette dépense ;
- Verser le financement sur le compte bancaire de l'organisme bénéficiaire. Cette pratique permet d'éviter les risques liés aux modes de paiement inhabituels (espèces), et au versement à un individu. Sauf cas exceptionnel (activité exercée à titre individuel, bourse d'étude) le financement est toujours destiné à une personne morale (association, fondation ou autre organisme). Le versement d'un financement sur le compte bancaire d'un individu est anormal lorsqu'il est destiné initialement à une personne morale.

Exemples :

- Effectuer un don en faveur d'une fondation liée de manière directe ou indirecte à un client en procédure d'appel d'offre à laquelle le Groupe SUITCASE HOSPITALITY a soumissionné.
- Effectuer un don en espèces au profit d'un individu pour un financement initialement destiné à une association ou fondation.
- Solliciter l'octroi par un fournisseur d'un don en faveur d'un organisme parrainé ou soutenu par le Groupe SUITCASE HOSPITALITY après la conclusion d'un contrat entre le Groupe et ledit fournisseur.

LOBBYING OU REPRESENTATION D'INTERÊTS

Le lobbying ou la représentation d'intérêts est le fait de prendre contact directement ou indirectement avec un agent public afin d'influencer une décision politique pour défendre des intérêts particuliers.

Le lobbying n'est pas une pratique interdite en soi. Lorsqu'il est conduit de façon transparente, intègre, et conforme avec le droit applicable, le lobbying est considéré comme bénéfique à l'élaboration des décisions et/ou des normes. Il permet d'apporter des éléments d'information et de compréhension sur les intérêts défendus par le lobbyiste.

Par exemple, le Groupe SUITCASE HOSPITALITY pourrait être amené à donner son avis dans le cadre d'une consultation publique sur un projet de réforme du Code de la consommation ou Code de la construction et de l'habitation. La remise d'un rapport par le Groupe SUITCASE HOSPITALITY permettrait de mettre en lumière des dispositions mal rédigées ou ayant un impact néfaste sur les activités du Groupe, et plus généralement sur le secteur d'activité.

Le lobbying devient une pratique condamnable lorsqu'il est réalisé de façon opaque, en tentant d'influencer les agents publics avec des comportements inappropriés comme des dessous de table, cadeaux, promesses d'emplois, faveurs, etc...

LES BONNES PRATIQUES

- Respecter la réglementation locale. Le lobbying est une pratique régulée de façon très inégale en fonction des pays. Avant la mise en place d'actions de lobbying, assurez-vous d'être en conformité avec le droit applicable (enregistrement sur un registre, communication des actions, mise à disposition de documents et informations, etc...). A cette fin, vous pouvez contacter la Responsable conformité ;
- Formaliser par écrit et consigner les positions du Groupe SUITCASE HOSPITALITY. Chaque action doit faire l'objet d'un écrit précisant clairement la position du Groupe SUITCASE HOSPITALITY. Lors des réunions, un compte-rendu doit être rédigé. Tous ces documents doivent être conservés sur un support durable ;
- Tenir un carnet de bord des actions et rencontres. Un carnet de bord doit être tenu indiquant la date, l'objet de l'action, les collaborateurs du Groupe SUITCASE HOSPITALITY impliqués dans cette action, l'institution visée, l'agent public contacté ainsi que sa fonction ;
- Reporter les actions de lobbying à la Direction Générale et demander sa validation pour les actions les plus importantes ;
- Faire preuve d'une particulière vigilance. Les personnes rencontrées dans le cadre d'actions de lobbying sont nécessairement des agents publics. Les autres préconisations du présent Code de conduite (cadeaux, paiements, parrainage et mécénat) doivent être observées strictement en toutes circonstances. Aucun comportement inapproprié ne sera toléré.
- Observer le principe de neutralité politique. Le Groupe SUITCASE HOSPITALITY ne soutient aucun parti politique.

Exemples :

<p style="color: green; font-weight: bold; margin-bottom: 0;">✓</p> <ul style="list-style-type: none"> - S'enregistrer sur les répertoires de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique, de la Commission Européenne et autres. - Communiquer sur les prises de position du Groupe SUITCASE HOSPITALITY. 	<p style="color: red; font-weight: bold; margin-bottom: 0;">✗</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offrir un cadeau, un paiement ou un autre avantage indu - même de faible valeur – à un agent public. - Accepter une sollicitation inappropriée d'un agent public (emploi, cadeau, paiement, don à un organisme lié, etc...). - S'abstenir des obligations de transparence et de traçabilité du Code de conduite et de la réglementation applicable - Financer un parti politique
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

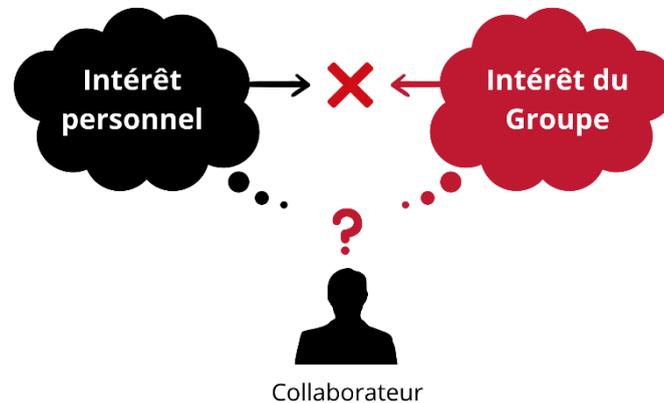
Recommandations

Si vous êtes confronté à une situation à risque, suivez les étapes suivantes afin de ne pas risquer de compromettre votre indépendance et votre intégrité.

1. Demandez à votre interlocuteur de réitérer sa sollicitation ou sa proposition par écrit (mail, courrier, sms...). Une personne malintentionnée sera réticente à réitérer une demande illicite sur un support durable.
2. Reportez-vous au présent document.
3. Indiquez courtoisement à votre interlocuteur que vous ne pouvez répondre favorablement à sa sollicitation ou sa proposition puisqu'elle est contraire au code de conduite du Groupe SUITCASE HOSPITALITY.
4. Rapportez la situation à risque à votre responsable hiérarchique et au Responsable Conformité.

CONFLIT D'INTERÊTS

Principes et sanctions



Le conflit d'intérêt désigne la situation où l'intérêt personnel d'un collaborateur entre en conflit avec l'intérêt du Groupe SUITCASE HOSPITALITY. Un intérêt personnel peut concerner le collaborateur directement ou un membre de son entourage (famille, amis). Une telle situation peut influencer la prise de décision du collaborateur dans ses fonctions au détriment du Groupe SUITCASE HOSPITALITY.

En effet, un conflit d'intérêts risque de remettre en question l'objectivité de la personne concernée, et la conduire à des choix contestables. En outre, une telle situation peut favoriser la commission d'actes de corruption.

Le conflit d'intérêts n'est pas illicite en soi dans le contexte d'une fonction exercée au sein d'une entreprise privée. Toutefois, elle peut nuire à l'intérêt de l'entreprise, à son image et au lien de confiance entre collaborateurs.

Cas pratiques

Les situations suivantes présentent un conflit d'intérêts potentiel :

- Un collaborateur souhaite louer un local qui lui appartient au Groupe SUITCASE HOSPITALITY ;
- L'entreprise d'un fournisseur, d'un sous-traitant ou d'un client du Groupe SUITCASE HOSPITALITY est dirigé par un membre de la famille d'un collaborateur ;
- Le collaborateur est associé dans une société concurrente du Groupe SUITCASE HOSPITALITY ;
- Le collaborateur exerce une autre activité professionnelle ;
- Le conjoint d'un collaborateur candidate à un emploi au sein du Groupe SUITCASE HOSPITALITY.

Recommandations

Les conflits d'intérêts ne posent pas de difficulté lorsqu'ils sont anticipés et correctement gérés.

Pour cela, il convient à chacun de suivre les recommandations suivantes.

1. Identifier les potentiels conflits d'intérêts auxquels vous pouvez être confrontés. Un conflit d'intérêts est identifié lorsqu'une décision professionnelle est susceptible d'être influencée par des considérations personnelles. Ce questionnement relève de votre responsabilité.
2. Déclarer cette situation à votre supérieur hiérarchique dans un souci de loyauté et de transparence. Cette action permettra de trouver ensemble une solution adéquate et de neutraliser les risques. En présence d'une situation de conflit d'intérêts, les solutions peuvent consister à :
 - Prévoir pour le dossier concerné une validation par un autre collaborateur ou le supérieur hiérarchique, lorsque cette validation n'existe pas au préalable ;
 - Aménager les autorisations d'accès à l'information, aux réunions, de signature etc...
 - Se déporter totalement du dossier.
3. Anticiper et éviter les situations de conflit d'intérêts. Certains conflits d'intérêts peuvent être évités, en s'abstenant de :
 - Toute prise d'intérêt dans une entreprise partenaire, cliente ou concurrente du Groupe SUITCASE HOSPITALITY ;
 - Développer des relations personnelles avec des clients, fournisseurs ou concurrents rencontrés dans le cadre professionnel ;
 - D'exercer une autre activité professionnelle en dehors du Groupe SUITCASE HOSPITALITY