

The background features a grid of white hexagons on a blue gradient. Several hexagons contain white icons: a magnifying glass, a clipboard with a checklist, a book, two folders, a document, and two silhouettes of people. A hand in a blue sleeve is pointing towards the central text.

LA COMPLIANCE CHEZ LIDL FRANCE

INFORMATION

À L'ATTENTION DE NOS PARTENAIRES

ET DU PUBLIC EXTERNE

PRÉAMBULE

Chez Lidl, nous souhaitons développer une véritable **culture d'entreprise** autour de la Compliance, terme qui vise les notions d'éthique et de conformité.

Nous avons une responsabilité collective, et notre objectif doit tendre à assurer à chaque instant des comportements **exemplaires** et des relations commerciales **loyales et transparentes**.

La Compliance est l'affaire de **tous** et chacun de nos collaborateurs doit se sentir impliqué dans ses actions quotidiennes.

Nous demandons également à nos fournisseurs et partenaires commerciaux de respecter les principes de la Compliance au quotidien. C'est une condition essentielle de notre travail ensemble.

Ce livret a pour but de présenter notre dispositif Compliance, d'en découvrir notre conception chez Lidl, et surtout de comprendre quels sont les sujets et les priorités en matière de Compliance.

Nous présenterons ici un aperçu des règles et des responsabilités existantes en matière de Compliance et des **bons réflexes** que nous demandons à nos collaborateurs et à nos partenaires commerciaux d'adopter.

Dans le cadre de cette démarche Compliance, en mon nom personnel et celui du Comité Exécutif de Lidl France, nous nous engageons au respect de la Compliance et nous demandons ce même engagement à tous nos collaborateurs et partenaires, pour que tous ensemble, nous en soyons les acteurs au quotidien.



Friedrich Fuchs
Président de Lidl France

PRÉVENIR

+

IDENTIFIER

+

AGIR

= Compliance

SOMMAIRE

CHAPITRE 1

En quoi consiste la Compliance ? p. 6

CHAPITRE 2

Comment traitons-nous la Compliance chez Lidl ? p. 8

CHAPITRE 3

Quelles sont les priorités en matière de Compliance chez Lidl ? p. 10

CHAPITRE 4

Qu'est-ce que la corruption et le trafic d'influence ? p. 12

CHAPITRE 5

Quel comportement face aux cadeaux, invitations et autres avantages ? p. 14

CHAPITRE 6

Comment traiter une situation de conflit d'intérêts ? p. 16

CHAPITRE 7

Quelles sont les règles en matière de concurrence ? p. 18

CHAPITRE 8

Que se passerait-il en cas d'infraction à la Compliance ? p. 22

CHAPITRE 9

Qui est responsable de la Compliance ? p. 24

CHAPITRE 10

Quelles sont les fonctions du Responsable de la Compliance ? p. 26



CHAPITRE 1

EN QUOI CONSISTE LA COMPLIANCE ?

INTRODUCTION GÉNÉRALE

La Compliance peut se traduire par « **éthique et conformité** ».

La Compliance revêt une très grande importance pour Lidl, tant pour son organisation que ses processus. L'objectif est d'assurer la pérennité de nos activités commerciales et prévenir tout dommage majeur qui pourrait nuire à notre entreprise.

Nous avons d'ailleurs inscrit cet engagement dans les valeurs de l'entreprise :

« **Nous nous conformons au droit en vigueur et aux directives internes** ».

Respecter la Compliance, c'est protéger l'entreprise, ses collaborateurs, ses clients et ses partenaires.

Afin de respecter cet engagement, il est essentiel d'identifier les règles de droit applicables, de les intégrer dans nos procédures de travail, de répertorier les risques et de diffuser les bonnes pratiques à adopter.

La Compliance touche de nombreux domaines, notamment les questions de **droit pénal** (corruption, fraude, trafic d'influence), de **droit de la concurrence** (ententes, cartels), ou encore de **droit de la protection des données ou la sécurité sanitaire. Les risques sont présents dans la vie quotidienne d'une entreprise.** Il faut donc apprendre à les reconnaître et savoir comment réagir.

Pour assurer le respect des lois applicables, nous prenons donc des mesures qui assurent la diffusion de la culture **Compliance** dans l'entreprise. Nous devons toujours avoir pour ligne de conduite d'inscrire nos actions, individuelles ou collectives, dans des principes de **transparence** et d'**éthique**.

C'est pourquoi nous veillons à développer notre culture Compliance, notamment par des formations, des sensibilisations et des actions de communication, mais aussi en informant nos partenaires commerciaux de nos attentes en matière de Compliance.

LA LOI SAPIN II ET LES OBLIGATIONS LÉGALES DES ENTREPRISES EN MATIÈRE DE COMPLIANCE

En France, le principal texte contenant les obligations en matière de Compliance est la loi du 9 décembre 2016 sur **la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique.**

Cette loi dite « **Sapin 2** » a créé l'obligation de mettre en place des **mesures de**

prévention et de détection des cas de corruption et de trafic d'influence (un des domaines de la Compliance).

Nous mettons donc en place des mesures destinées à répondre à cette obligation, à encadrer l'action de nos collaborateurs et à informer nos partenaires commerciaux.



QUI ? Les sociétés situées en France
Effectif > 500 salariés
CA > 100 M€





CHAPITRE 2

COMMENT TRAITONS-NOUS LA COMPLIANCE ?

Chez Lidl, la Compliance se fonde sur trois principes de base :

Prévenir, Identifier et Agir.

Si un comportement inadapté ou contraire à la Compliance se produit, nous devons agir activement, détecter les infractions commises et appliquer la sanction appropriée le cas échéant.

Pour éviter d'en arriver à une situation extrême, nous devons nous préoccuper des **risques liés à nos activités** et mettre en œuvre des **mesures** qui nous permettent de maîtriser ces risques. C'est ensuite notre responsabilité collective et individuelle que de respecter ces mesures.

L'**équipe Compliance** est présente pour accompagner les collaborateurs au quotidien et a pour responsabilité de développer la politique Compliance Lidl.

Pour y parvenir, nous utilisons un système de gestion de projet basé sur sept points : **le dispositif CMS (Compliance-Management System)**.

Ce dispositif est basé sur la norme d'audit IDW PS 980, développée par l'Institut allemand des auditeurs (IDW Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V).

Il s'agit du même dispositif de base pour tous les pays dans lesquels Lidl est implantée, ce

qui permet de développer une culture globale d'entreprise en matière de Compliance.

1. PHILOSOPHIE

Nous souhaitons développer une véritable **culture d'entreprise** autour de la Compliance. Pour cela, chaque collaborateur est sensibilisé, dans une démarche générale (toute l'entreprise) et spécifique (approche par service identifié à risque). Nous informons également nos partenaires commerciaux sur nos obligations et nos attentes en matière de relation d'affaires.

La Compliance est la responsabilité de chacun. Pour accompagner nos collaborateurs, notre Comité exécutif donne l'exemple et s'engage en leur nom et pour leurs services : c'est le principe du « **tone from the top** ».

Lidl applique également un principe de **tolérance zéro** à l'égard des infractions à la Compliance. Chaque infraction signalée ou découverte donne lieu à une enquête interne et à une procédure disciplinaire, afin de mettre en place les sanctions et mesures adaptées. Un partenaire commercial qui ne respecterait pas nos règles d'éthique des affaires pourrait également voir sa relation avec Lidl se terminer.

2. OBJECTIFS

Développer la culture **Compliance** de l'entreprise, faire adopter les **bons réflexes**, sensibiliser l'ensemble des collaborateurs aux risques rencontrés dans leurs métiers, et faire de chacun un **acteur** de la Compliance : voici nos objectifs Compliance.

3. RISQUES

Pour comprendre, anticiper et éviter les comportements contraires à la Compliance, une **analyse des risques** est réalisée. Cette démarche nous permet également de cibler certains domaines, services ou métiers pour lesquels des **mesures renforcées** seraient nécessaires.

4. ORGANISATION

L'**équipe Compliance** est présente afin de déployer le dispositif Compliance Lidl et accompagner les collaborateurs quant à leurs questions Compliance. Une répartition claire des **responsabilités** au sein des équipes collaborateurs permet également de mieux encadrer la prise de décision et la transparence de nos actions.

5. MESURES

Des mesures Compliance sont déployées afin de **maîtriser les risques** identifiés lors de l'analyse.

Certaines mesures peuvent être **générales** et communes à toute l'entreprise, comme le Code de Conduite, le régime disciplinaire associé, ou encore le dispositif d'alerte interne BKMS accessible aux collaborateurs comme aux tiers pour signaler les manquements.

D'autres sont **spécifiques** comme les Chartes Compliance dédiées à certains services à risques (par exemple : la Charte Compliance des Opérations Immobilières).

6. COMMUNICATION

Afin de créer la culture Compliance souhaitée au sein de Lidl, nous communiquons régulièrement sur le sujet. Cette communication se passe via la page intranet interne Lidl, la newsletter juridique (rubrique & actualité Compliance) ou encore la mise en place d'un affichage Compliance ou de journées d'activités.

Mais la communication s'élargit également en **externe** via la page Compliance (corporate.lidl.fr), pour que nos clients et partenaires puissent également prendre connaissance de notre démarche Compliance. Ainsi, nos fournisseurs et partenaires commerciaux sont informés des attentes de Lidl en matière de Compliance.

7. SUIVI ET AMÉLIORATION

Un bon dispositif doit être **évalué et revu** en permanence. Nous nous appuyons ainsi sur un **suiti interne** à différents niveaux, sur des rapports Compliance et des indicateurs, afin de vérifier que les mesures Compliance prises soient **adaptées, efficaces et fonctionnelles**.





CHAPITRE 3

QUELLES SONT LES PRIORITÉS EN MATIÈRE DE COMPLIANCE CHEZ LIDL ?

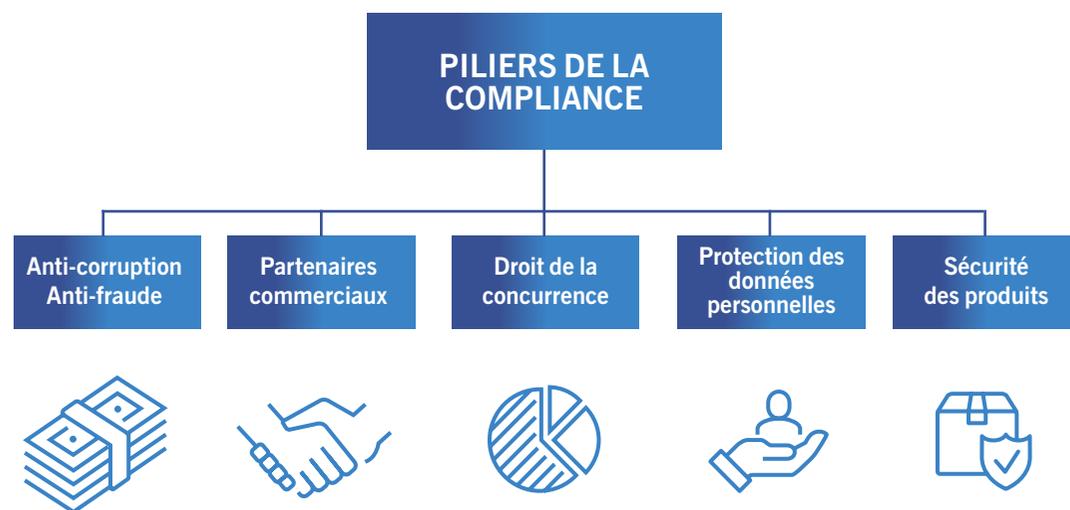
Nous avons vu que la Compliance signifie le respect des lois, du droit en vigueur et des directives internes. Le périmètre des obligations est donc très vaste !

Pour adopter une démarche Compliance efficace et impactante, il était donc nécessaire d'identifier des domaines et de **fixer les priorités de Lidl en matière de Compliance**. Une **analyse des risques** a ainsi permis de déterminer les piliers de la

Compliance, qui recensent les thèmes principaux de notre dispositif d'entreprise.

Toutefois, nous ne limitons pas la Compliance aux domaines identifiés. Simplement, ces piliers de la Compliance contiennent les principaux risques de notre modèle économique et font ressortir les axes structurant de la politique Compliance Lidl.

LES CINQ PILIERS DE LA COMPLIANCE CHEZ LIDL SONT LES SUIVANTS :



1. ANTI-CORRUPTION / ANTI-FRAUDE

La fraude est une atteinte illégale aux intérêts pécuniaires de l'entreprise.

La **corruption** et le **trafic d'influence** sont non seulement des infractions graves passibles de peines de prison, mais qui peuvent restreindre la concurrence et avoir une incidence sur la croissance de l'entreprise.

Lidl demande à ses collaborateurs de prendre des décisions dans l'intérêt de l'entreprise, de manière **transparente et indépendante**.

Nos partenaires commerciaux doivent eux aussi veiller à respecter les lois anticorruption et pratiquer une éthique des affaires compatible avec les règles Lidl.

2. PARTENAIRES COMMERCIAUX

Le **choix et le contrôle** de nos partenaires commerciaux sont essentiels en tant qu'entreprise responsable. Nous devons établir des relations **loyales et transparentes**, et éviter les relations commerciales avec des partenaires présentant un risque juridique ou un risque de réputation. Le non-respect de la Compliance peut justifier de ne pas ou plus souhaiter travailler avec un partenaire commercial.

3. DROIT DE LA CONCURRENCE

Les pratiques **anticoncurrentielles** faussent le jeu normal du marché au détriment des consommateurs et des entreprises. Elles sont interdites et sévèrement sanctionnées par la loi.

Chaque acteur sur le marché, qu'il soit client, concurrent ou fournisseur, doit s'interdire toute pratique contraire au droit de la concurrence. Nous mettons en place des mesures pour signaler les agissements contraires aux règles.

4. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Les données à caractère personnel de nos collaborateurs, de nos clients ou de nos partenaires doivent être traitées conformément au droit applicable, de manière **licite et proportionnelle**, en assurant la **sécurité** de ces données.

Nous mettons notamment en place des contrats de traitement de données en sous-traitance avec nos prestataires et demandons à nos partenaires commerciaux un engagement irréprochable dans le traitement des données personnelles que nous leur confions.

5. SÉCURITÉ DES PRODUITS

La priorité de ce pilier est de protéger nos clients contre les risques **sanitaires** pouvant être causés par des produits de consommation (qu'il s'agisse de nos produits alimentaires ou non-alimentaires). À cet effet, nous avons un dispositif d'audit de nos fournisseurs, afin d'assurer la traçabilité et la qualité des produits.

La **sécurité** de nos clients est au cœur de ces préoccupations ; nous devons établir une relation de confiance avec nos clients en offrant des produits de qualité et en informant nos clients des risques dont nous aurions connaissance.



CHAPITRE 4

QU'EST-CE QUE LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE ?

LE PRINCIPE

La corruption et le trafic d'influence sont des pratiques illégales **d'une grande gravité**. Personne n'est à l'abri de sollicitations de la part de partenaires commerciaux ou de tiers, pouvant viser à influencer une action, une situation. Or, les relations commerciales doivent se dérouler dans le respect du droit en vigueur et **de manière indépendante** ; il convient alors d'être particulièrement attentif au risque de corruption et de trafic d'influence.

1. LA CORRUPTION

La corruption se caractérise par :

- Le fait d'offrir, ou de promettre un **avantage indû**, directement ou indirectement, à une personne publique ou privée, afin qu'elle accepte d'accomplir, de retarder ou d'omettre une action, en faveur d'une demande particulière ou des intérêts du corrupteur (corruption active) - la personne « **achète** » la personne ciblée.
- Le fait d'accepter ou de solliciter un **avantage indû**, directement ou indirectement, en échange de

l'accomplissement d'une action que la personne ciblée doit prendre au titre de ses fonctions (corruption passive) - la personne se laisse « **acheter** » pour accomplir ou ne pas accomplir un acte de sa fonction.

⚠ Attention ! Le **résultat** de la sollicitation importe peu, c'est la **tentative** de corruption qui est jugée.

2. LE TRAFIC D'INFLUENCE

Le trafic d'influence se caractérise par la sollicitation ou l'acceptation **d'avantages**, directement ou indirectement, auprès ou de la part de toute personne, afin que cette personne **utilise son influence** (réelle ou non) auprès des pouvoirs publics, autorités, administrations, en vue de l'accomplissement, du retardement ou de l'omission d'une action.

L'élément différenciant entre trafic d'influence et corruption est que le trafic d'influence est exercé sur une personne **qui n'est pas elle-même le décideur** ; l'infraction vise des personnes proches des décideurs, en vue de les influencer illégalement.

EN PRATIQUE CHEZ LIDL

Afin de minimiser les risques liés, Lidl s'est dotée de **règles internes et procédures** permettant le contrôle de ses engagements et l'interdiction de situations contraires à la Compliance.



Vérification des engagements pris

Chez Lidl, nous nous imposons depuis longtemps un principe strict de **double vérification** de tous nos documents, factures, contrats (principe des « 4 yeux » et double signature). Cette règle est **essentielle** au contrôle de nos engagements et permet une vérification additionnelle et indépendante des décisions prises pour l'entreprise.



Relations avec des responsables publics

Lidl encadre strictement les contacts potentiels que ses collaborateurs ou dirigeants pourraient avoir avec des **responsables publics**, qu'ils soient agents publics, membres d'une autorité, personnes politiquement exposées ou personnes publiques, et déclare ses activités de représentation d'intérêts auprès de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP).



Dons, partenariats, parrainages ou mécénat

Seuls sont autorisés chez Lidl les dons au profit d'œuvre ou d'organismes **d'intérêt général** ayant un caractère **écologique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, culturel**.

Les dons autorisés visent des activités sans lien direct avec celles de Lidl, afin d'éviter tout risque d'influence.

Les demandes de don et sponsoring suivent une chaîne de validation complète à travers différents services validateurs.

QUELS RISQUES ?

La corruption et le trafic d'influence peuvent prendre des formes variées, voire anodines. Même sans mauvaises intentions, la frontière peut être **rapidement franchie** et les risques sont présents à tous les niveaux de responsabilité !

⚠ Exemples de situations à risque :

- Sponsoring d'événements non encadré par les procédures internes
- Invitations à des repas, soirées, événements sportifs ou culturels
- Recours à des prestations de tiers (intermédiaires, apporteurs d'affaires)
- Communication non-autorisée d'informations confidentielles ou stratégiques sur l'entreprise
- Proposition de stages ou de contrats (apprentissage, CDD, CDI) à des connaissances, sans double contrôle
- Relations avec des agents publics ou des personnes publiques pour discuter des enjeux Lidl.

CHEZ LIDL

Nous demandons à tous nos partenaires commerciaux de veiller à pratiquer une éthique des affaires compatible avec les règles Lidl. Chaque entreprise, client ou fournisseur, doit veiller au respect des lois applicables et à s'interdire toute pratique de corruption ou de trafic d'influence. En cas de risque ou de non-respect des mesures prises par Lidl (clause contractuelle compliance, code de conduite fournisseur etc.), Lidl peut envisager de mettre fin à une relation commerciale ou à un partenariat.



CHAPITRE 5

QUEL COMPORTEMENT FACE AUX CADEAUX, INVITATIONS ET AUTRES AVANTAGES ?

LE PRINCIPE

Les cadeaux sont, en règle générale, une attention positive et agréable à recevoir. Dans notre vie privée, ils sont une marque d'amitié ou d'affection et sont offerts à certaines occasions ou bien spontanément, sans rien attendre en retour.

Dans le cadre **professionnel**, c'est différent. L'envoi d'un cadeau est certes destiné à provoquer une réaction positive, mais il peut créer chez celui qui le reçoit le sentiment d'être **redevable** (ou de vouloir faire plaisir en retour).

Combinez ces éléments à une période propice aux sollicitations (attribution d'un marché, négociations commerciales, prise de décisions, événements sportifs...) et la frontière sera vite franchie. Le risque serait, de manière consciente ou inconsciente, de privilégier cette relation commerciale à une autre pour de mauvaises raisons.

Or, toutes les décisions doivent être prises uniquement et exclusivement dans l'intérêt de l'entreprise, de façon transparente, logique et indépendante.

C'est pourquoi nous disposons d'une **Directive cadeaux** Lidl qui définit les règles relatives aux cadeaux, invitations et autres avantages (qu'on appelle des « Libéralités »).

EN PRATIQUE CHEZ LIDL

Le principe en vigueur chez Lidl est que l'acceptation et l'octroi de cadeaux, invitations et autres avantages sont interdits. Nous n'avons pas fixé de seuil en dessous duquel les sollicitations seraient autorisées, afin d'éviter tout problème d'interprétation et de tracer une politique claire et sans équivoque.

Les rares **exceptions** à ce principe d'interdiction concernent certains actes habituels de courtoisie n'étant pas susceptibles de rendre celui qui les accepte redevable. Ce sont par exemple les boissons et les repas (toujours de valeur raisonnable) dans le cadre de discussions à caractère professionnel, le matériel de bureau (comme les stylos) ou les goodies de faible valeur portant le logo de l'entreprise, ou encore les invitations à des événements adaptés en lien avec le travail ou l'entreprise.

COMMENT AGIR ?

Dans le cas où un collaborateur reçoit un avantage non autorisé, il doit en parler à son responsable direct. Il doit ensuite **refuser formellement** l'avantage et **documenter** ce refus. Il indique dans un courrier au partenaire commercial que de tels cadeaux ou avantages ne peuvent pas être acceptés en raison de directives internes (la Directive cadeaux Lidl). Cette interdiction de proposer des avantages aux collaborateurs Lidl figure également dans le contrat conclu avec le partenaire commercial (clause Compliance et annexe code de conduite Lidl).

Pour aider nos collaborateurs, des **courriers types** ont été préparés par le Responsable Compliance, afin d'accompagner le refus de manière polie.

Les collaborateurs doivent également **renvoyer le cadeau** lorsque ce retour est possible (que le cadeau reçu n'est pas une denrée périssable ou un bouquet de fleurs).

Dans de rares cas spécifiques et justifiés, lorsqu'il n'est pas possible de renvoyer le cadeau (le renvoi serait perçu comme une offense culturelle, ou bien le cadeau arriverait détérioré, comme dans le cas de fleurs), le collaborateur doit **détruire** le cadeau, le **donner** à une organisation à but non lucratif ou bien le partager au sein de son service.

⚠ Même dans ce cas, un **courrier de refus** au partenaire commercial doit être envoyé, indiquant que ces pratiques ne sont pas conformes à la Directive cadeaux Lidl et qu'il conviendra de s'abstenir de ce type de pratiques à l'avenir, comme demandé dans les engagements contractuels (clause Compliance et code de conduite).

CHEZ LIDL

Nous demandons également à nos partenaires commerciaux de respecter cette politique et de ne pas proposer de cadeaux ou d'invitations à nos collaborateurs.



CHAPITRE 6

COMMENT TRAITER UNE SITUATION DE CONFLIT D'INTÉRÊTS ?

LE PRINCIPE

Même en l'absence de cadeaux ou de Libéralités, l'intégrité peut être mise à l'épreuve. Un collaborateur peut en effet être confronté à des situations de conflit d'intérêts face à une décision à prendre.

On parle de conflit d'intérêts chaque fois que des décisions peuvent être **influencées** ou **impactées** par des intérêts extérieurs à ceux de l'entreprise : intérêts personnels d'un collaborateur ou d'un dirigeant, intérêts privés de connaissances directes ou indirectes ou encore intérêts d'autres entreprises, en contradiction avec les règles de concurrence.

Le conflit d'intérêts est véritablement préjudiciable pour l'entreprise car, en plus d'être **illégal**, il empêche l'**indépendance** et l'**objectivité** des décisions. Il peut conduire à favoriser un partenaire commercial moins performant qu'un autre, mener à des risques pour les clients et les collaborateurs et aura des conséquences négatives sur les résultats de l'entreprise et sur son image. Avec toujours le risque important de **dommages, d'amendes ou de sanctions...**

EN PRATIQUE CHEZ LIDL

Comme déjà évoqué, la règle Lidl est claire : **toutes les décisions doivent être prises uniquement et exclusivement dans l'intérêt de l'entreprise, de façon transparente et indépendante**. Toute décision influencée indûment par des intérêts extérieurs est donc interdite. Il est de la **responsabilité de chaque collaborateur** d'exercer ses fonctions conformément à son devoir de loyauté envers l'entreprise. Agir en toute transparence et dans le respect de ses fonctions, en protégeant l'entreprise et ses partenaires de travail, c'est aussi ça la Compliance.

Que faire alors ?

La meilleure solution est la **communication**. Nos collaborateurs doivent apprendre à avoir les bons réflexes et à **reconnaître** un potentiel conflit d'intérêts. Ils doivent ensuite en parler à leur **responsable**, discuter du conflit potentiel et laisser d'autres personnes ou le responsable prendre la décision de façon objective. Il en va de même pour nos partenaires commerciaux qui agiraient au nom de Lidl. Le même engagement et l'absence de conflit d'intérêts sont requis et nous pouvons demander, dans certaines situations estimées plus à risque, un engagement écrit d'absence de conflit d'intérêts de la part de nos partenaires commerciaux.

COMMENT AGIR ?

Parce que la frontière peut être rapidement franchie, voici quelques exemples de situations possibles et de réflexes que nous demandons à nos collaborateurs et partenaires commerciaux d'adopter :

- Éviter de s'impliquer dans une relation d'affaires auprès d'un proche, d'un membre de la famille ou d'une connaissance dans le but d'utiliser cette relation de proximité pour avantager Lidl de manière indue ;
- Ne pas utiliser à des fins personnelles les contacts obtenus auprès de Lidl et séparer le personnel du professionnel ;
- Ne pas solliciter l'embauche d'un proche de manière indue ou en influençant la procédure de recrutement ;
- Déclarer ses participations ou éventuelles missions effectuées chez des partenaires commerciaux ou chez un concurrent ;
- Ne pas acquérir une participation, un mandat social chez un partenaire commercial ou chez un concurrent.

⚠ Attention ! Il convient d'être particulièrement vigilant aux situations créant des risques additionnels (comme l'exercice d'un **mandat social** dans une autre entreprise, l'enseignement ou les conférences contre rémunération, ou encore l'exercice d'activités publiques, politiques, associatives, etc.) et **de les déclarer !**

Si une situation de conflit d'intérêts ne peut être évitée, la personne agissant au nom de Lidl doit :

- informer son responsable ou son référent de la situation et laisser une autre personne poursuivre / décider de manière objective ;
- s'abstenir de divulguer des informations sur Lidl à des tiers ou des concurrents (divulgarion de secrets d'affaires) ;
- s'abstenir d'agir ou d'intervenir au nom de Lidl dans une situation ou dans un processus de prise de décision sur laquelle des connaissances ou des proches sont impliqués (comme des élus par ex.).

CHEZ LIDL

Nous demandons à nos collaborateurs de signaler tout conflit d'intérêts potentiel, afin de confier à un autre collaborateur la tâche impactée en toute neutralité. Nous pouvons également demander à nos partenaires commerciaux, dans certaines situations estimées plus à risque, de signer un engagement écrit d'absence de conflit d'intérêts.

CHAPITRE 7

QUELLES SONT LES RÈGLES EN MATIÈRE DE CONCURRENCE ?

LE PRINCIPE

Les entreprises de la grande distribution sont soumises à des règles très strictes en matière de concurrence. Le secteur et le respect de ces règles sont contrôlés par des **tribunaux ou autorités d'ordre national** (DGCCRF, Autorité de la concurrence, tribunaux...) ou **européens** (Commission Européenne, CJUE, Tribunal de l'Union Européenne).

Une concurrence libre et non faussée permet au consommateur de bénéficier des meilleurs prix et d'un choix étendu de produits et de services de qualité. Le droit de la concurrence veille à ce qu'un opérateur économique ne puisse entraver le libre jeu de la concurrence.

Le non-respect de ces règles peut entraîner de **lourdes sanctions** pénales et financières (jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires mondial de l'entreprise), autant contre l'entreprise que contre la personne à l'origine des pratiques anti-concurrentielles.

Nous demandons donc à nos collaborateurs et à nos partenaires commerciaux, notamment fournisseurs, de respecter strictement les règles applicables en matière de concurrence et de signaler tout manquement, afin que Lidl puisse agir rapidement en conséquence.

Ces pratiques peuvent être les suivantes :

- **accords** ou **pratiques concertées** décidées via contrat, échange de courriers, mails, simple échange oral par exemple lors d'une réunion ou d'un déjeuner.
- **ententes illicites** :
 - ententes « horizontales » : entre concurrents,
 - ententes « verticales » : entre fournisseur(s) et distributeur(s).

⚠ **Exemples de pratiques interdites :**

- boycott, pratiques concertées
- cartels, ententes, discussions sur les prix
- accords de limitation de la production
- répartition de marchés ou de clientèle
- accords d'achat ou de vente en commun
- échanges d'informations stratégiques, qui permettent de peser sur les choix stratégiques d'autres opérateurs (prix, marges, conditions de vente, achats, volumes, stratégie de communication...)

EN PRATIQUE CHEZ LIDL

⚠ Dans le cadre de nos **échanges**, une vigilance indispensable est requise à chaque instant, quel que soit le cadre, le format ou la durée des échanges, qu'ils soient écrits ou oraux.

Bien entendu, les **échanges d'informations** ne sont pas prohibés en tant que tels. Mais certains sujets ne peuvent pas être discutés sans précaution ou avec un interlocuteur inapproprié. C'est notamment le cas des **prix**.

Ainsi, nous interdisons formellement tout échange d'informations sur les prix pratiqués, les prix conseillés, comme sur des données sensibles ou stratégiques du point de vue commercial. Nous demandons à nos prestataires de ne pas nous adresser ce genre d'informations.

Si **un collaborateur reçoit** des communications de ce type, il doit les signaler à son responsable, **répondre** de manière appropriée et **documenter sa réponse grâce au logiciel interne de signalement prévu à cet effet**.

CHEZ LIDL

Il est important de rappeler que Lidl définit ses prix de vente et sa politique commerciale de manière indépendante.

COMMENT AGIR ?

Quelques bonnes pratiques si je suis un partenaire commercial de Lidl ou si j'agis au nom de Lidl :

- avant une réunion, toujours s'assurer que l'ordre du jour ne présente aucun risque d'infraction au droit de la concurrence et ne pas s'écarter de l'ordre du jour initial.
- interrompre à tout moment toute discussion potentiellement illicite et exprimer son désaccord à voix haute.
- le cas échéant, essayer d'éviter toute réunion informelle sortant du cadre de la réunion initiale (par exemple, la veille de la réunion dans l'hôtel, une rencontre informelle avec des concurrents).
- demander l'accord préalable du service juridique avant tout envoi de données ou renseignements, demandés par exemple par le biais d'associations professionnelles, pouvant bénéficier indirectement à des concurrents.
- choisir avec soin le collaborateur qui assiste à des réunions du type association professionnelle. Si possible, changer de temps en temps ses intervenants, afin que ce ne soit pas toujours le même collaborateur qui participe à ces réunions.

CHAPITRE 8

QUE SE PASSERAIT-IL EN CAS D'INFRACTION À LA COMPLIANCE ?

Même le meilleur système de gestion de la Compliance ne peut pas totalement éradiquer le risque de violation de la loi. La Compliance est avant tout une **responsabilité individuelle**.

Nous informons nos collaborateurs des obligations à respecter et des risques à éviter ou à maîtriser.

Cependant, la survenance d'une infraction ne peut être totalement exclue. Par exemple,

une personne qui n'aurait pas respecté les lois ou procédures internes existantes, de manière **intentionnelle**, pour en tirer un avantage personnel.

Ces infractions peuvent avoir des conséquences importantes, pour l'entreprise comme pour la personne qui commet l'infraction, qu'il s'agisse d'un collaborateur de l'entreprise ou de nos partenaires commerciaux. En effet, comme évoqué, Lidl applique une politique de **tolérance zéro**.



Fin de la relation commerciale ou de la relation de travail
Mesures disciplinaires (pour nos collaborateurs)



Conséquences et sanctions



Sanctions pénales
Emprisonnement



Perte d'image & de réputation
Perte de chiffre d'affaires
Annulation des contrats
Dépositionnement



Amendes pour l'entreprise
Sanctions financières pour les particuliers
Dommages et intérêts

Devant un risque d'infraction, notre devoir : réagir.

Il faut **regarder le problème en face et surtout ne pas regarder ailleurs !**

Si un collaborateur ou un partenaire commercial, dans sa relation d'affaires avec Lidl ou au nom de Lidl, pense avoir commis une erreur, nous l'encourageons à parler, **communiquer**, prendre ses **responsabilités** et aider à en limiter les conséquences.

Nous conseillons également à toute personne de lancer des alertes sur les infractions dont elle pourrait avoir connaissance. Chaque personne a la **responsabilité** d'en parler et d'aider à résoudre la situation. Les lanceurs d'alertes peuvent aider à désamorcer une situation avant qu'elle ne devienne critique et à en minimiser les conséquences.

Signalement des infractions

C'est pourquoi nous mettons à disposition différents moyens de signalement. Les lanceurs d'alertes peuvent s'adresser :

- à leur **responsable**
- au **Responsable Compliance (Directeur Juridique & Compliance)** ou à l'**équipe Compliance** (en personne ou via l'adresse générique compliance@lidl.fr)
- à l'**avocat externe et indépendant** désigné spécifiquement et exclusivement pour cette mission

Ou utiliser le **système de signalement en ligne BKMS** accessible depuis la page Compliance (sur lequel il est possible d'effectuer un signalement anonyme).

Les coordonnées du directeur Juridique & Compliance et de l'avocat externe, ainsi qu'un lien vers notre système de signalement en ligne sont disponibles en interne et en externe Lidl, sur les sites internet et intranet Lidl, à la rubrique « Compliance ».

CHEZ LIDL

Chaque signalement est traité de manière strictement **confidentielle et dans le respect des règles relatives à la protection des données personnelles**. Tous les signalements relevant de la Compliance sont analysés afin de prendre les mesures adaptées pour résoudre la situation décrite et le cas échéant **sanctionner l'infraction**. Attention ! Les signalements doivent viser des situations matériellement établies et ne pas être constitutifs d'actes malveillants ou diffamatoires.

CHAPITRE 9

QUI EST RESPONSABLE DE LA COMPLIANCE ?

Nous avons certes un Responsable Compliance au sein de l'entreprise Lidl. Il s'agit du Directeur Juridique & Compliance, accompagné de l'équipe Compliance Lidl.

Mais qui est **responsable** de la Compliance ?

Tout le monde !

Chaque collaborateur et chaque partenaire commercial, fournisseur, ou personne agissant au nom de Lidl ou intervenant pour Lidl, doit ainsi veiller, dans ses fonctions et son domaine de responsabilité, à respecter le droit applicable.

Nous recherchons chez Lidl une **responsabilité collective** (procédures, outils, culture, formation) et individuelle (respect des procédures, comportement) en matière de compliance.

C'est aussi la raison d'être de cette brochure externe, afin d'informer toute personne, notamment nos partenaires commerciaux, des règles existantes et de nos attentes en matière de Compliance.

La Compliance est l'affaire de tous, et tout le monde doit se sentir concerné et impliqué.

CHAPITRE 10

QUELLES SONT LES FONCTIONS DU RESPONSABLE COMPLIANCE ?

Le **Responsable Compliance** veille au déploiement du système de gestion de la Compliance (le CMS) et à la mise en place effective des mesures Compliance permettant de répondre aux risques identifiés, ainsi qu'à l'évaluation de l'efficacité et du suivi de ces mesures.

Ses missions sont notamment les suivantes :

- élaborer l'analyse des risques en matière de Compliance
- définir les mesures Compliance permettant de contrôler les risques identifiés
- surveiller le déploiement du dispositif Compliance (CMS) et vérifier son caractère approprié et son efficacité
- sensibiliser, former et conseiller les collaborateurs sur les sujets de Compliance
- traiter les signalements d'infractions à la Compliance

INFORMATIONS & CONTACT

Pour toute information :

compliance@lidl.fr

Pour les signalements et alertes professionnelles, pensez au dispositif BKMS

(informations sur le site internet institutionnel corporate.lidl.fr)



CONTACT

compliance@lidl.fr