

# **КОДЕКС ЭТИКИ** **КОМПАНИИ RENAULT**



**GRUPE RENAULT**

# СОДЕРЖАНИЕ

---

	СТР.
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ПРЕЗИДЕНТА	1
ПРЕДИСЛОВИЕ	2
<b>1</b> ЗАЩИТА СЛУЖАЩИХ	3
<b>2</b> ЗАЩИТА СОБСТВЕННОСТИ	4
<b>3</b> ЗАЩИТА КЛИЕНТОВ	5
<b>4</b> ЗАЩИТА АКЦИОНЕРОВ	6
<b>5</b> ПРОДВИЖЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ В ОКРУЖАЮЩЕМ МИРЕ	7
УСЛОВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ	9

# ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ПРЕЗИДЕНТА

---

Уважаемые дамы и господа!

Во время совещания от 3 октября 2012 г. Советом директоров Renault был утвержден текст Кодекса этики Группы.

Этот Кодекс не только дополняет законы, уставы и постановления, которые управляют нами и нашим предприятием, но он призван побудить каждого из нас выбрать правильный стиль поведения в отношении Группы и общества, чтобы сохранить безупречную репутацию сотрудников Renault.

Этот Кодекс обращается к каждому члену Группы, вне зависимости от его служебного положения, производственных функций или страны, в которой он работает.

Он обобщает фундаментальные ценности нашего предприятия, которые мы должны защищать и продвигать, за которые мы должны нести ответственность и которые мы должны воплощать в жизнь.

Мы все являемся гарантами соблюдения законов, постановлений и стандартов.

Мы все боремся за сохранение морально-этических норм, которые являются неотъемлемой частью нашей разнообразной профессиональной деятельности.

От каждого из нас зависит репутация, а также внутренний и внешний имидж нашей Группы. Кодекс этики будет напоминать нам об этом, направлять нас и помогать нам принимать правильные решения. При наличии любых сомнений Кодекс – наш надежный источник информации.

**КАРЛОС ГОН**  
ПРЕЗИДЕНТ  
И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

# ПРЕДИСЛОВИЕ

---

Процветание и развитие предприятия в значительной степени основано на доверии, которое это предприятие внушает своему социальному окружению и особенно своим служащим, клиентам, акционерам, партнерам и поставщикам.

**Кодекс этики** вновь подтверждает коллективное обязательство Группы устанавливать и укреплять это доверие. Кодекс призван помочь каждому в ходе повседневной рабочей практики найти опору в фундаментальных ценностях, одинаково важных и для руководителей, и для рядовых сотрудников: гарантию социальной защиты служащих, охрану собственности предприятия, защиту интересов клиентов, продвижение корпоративной социальной ответственности, повышение ценности продукции и услуг.

**Соблюдение этих принципов имеет большое значение для позитивного имиджа группы и для ее эффективности.**

## Как пользоваться этим Кодексом?

Кодекс представляет собой совокупность ценностей и предписаний. Кодекс не может предусмотреть все, но, при условии, что все будут сознательными и ответственными, он поможет найти и принять правильное решение в каждой конкретной ситуации, в полном соответствии с действующими законами и постановлениями каждой страны, где представлена наша группа, а также в соответствии с обязательствами группы Renault в социальной, общественной и экологической сфере<sup>(1)</sup>.

*(1) Включая различные договоры, подписанные группой Renault, в частности, Глобальный договор ООН и Декларацию основных социальных прав Renault, со всеми последующими заменами и изменениями.*

# 1

## ЗАЩИТА СЛУЖАЩИХ

**Уважение к человеку – это основополагающий принцип группы Renault:** каждый обязан способствовать сплоченности коллектива предприятия путем формирования эффективных профессиональных как иерархических, так и функциональных отношений – открытых, честных и уважительных по отношению ко всем.

С учетом вышесказанного Группа обязуется:

- не допускать в рабочих отношениях никакой дискриминации по какой-либо причине и в частности:
  - не допускать никакой дискриминации в отношении пола, возраста, расового, социального, культурного или национального происхождения, профсоюзной деятельности, сексуальной ориентации, инвалидности, политических или религиозных взглядов;
  - нанимать и повышать в должности членов персонала исключительно в соответствии с их личными качествами, без фаворитизма, не задевать чувство собственного достоинства и не вмешиваться в личную жизнь,
- принять все необходимые меры для обеспечения условий труда, не представляющих угрозу для здоровья и безопасности;
- принять все необходимые меры для обеспечения личной безопасности и защиты людей;
- соблюдать законы и постановления о защите личных данных сотрудников.

# 2

## ЗАЩИТА СОБСТВЕННОСТИ

### ЗАЩИТА АКТИВОВ <sup>(2)</sup>

Сохранение целостности активов, принадлежащих Группе – это залог ее процветания, выгодного для всех членов персонала.

Все служащие Группы должны внести свой вклад в дело защиты и сохранения имущества от повреждений, кражи и расхищения и, прежде всего, отказаться от его использования для своих личных нужд.

### СОБЛЮДЕНИЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

Одним из методов охраны нематериальных ценностей является признание и соблюдение конфиденциальности. Служащие Группы могут располагать информацией, которая принадлежит Группе и должна оставаться конфиденциальной, так как ее обнародование или разглашение может нанести ущерб интересам Группы.

Такая информация может включать, в частности, личные данные, сведения о продукции, научные исследования, технические проекты, промышленные сведения, коммерческие и финансовые планы, данные социального характера, а также другие сведения, входящие в состав интеллектуальной собственности и ноу-хау.

Каждый должен заботиться о том, чтобы эта информация не только не выходила за стены предприятия, но и внутри предприятия не сообщалась людям, которые не должны иметь к ней доступа – например, ученикам, а также временным работникам, стажерам или сотрудникам различных фирм по предоставлению услуг, которые по условиям контракта оказывают эти услуги на территории предприятий Группы.

### ЗАЩИТА И ПОДДЕРЖАНИЕ ИМИДЖА ГРУППЫ

Положительный имидж Группы в целом, а также репутация ее продукции и услуг – это основные условия ее стабильности. Персонал Группы должен понимать значение этих условий, способствовать созданию положительного образа Группы и воздерживаться от ее дискредитации, не начинать и не поддерживать бойкот, негативные отзывы, рекламные кампании или любые неблагоприятные для Группы действия, вне зависимости от их характера, в том числе при использовании общественно-социальных СМИ.

Лицам, не наделенным специальными полномочиями, запрещается сообщать какие бы то ни было сведения. Любой отзыв должен быть предварительно одобрен непосредственным начальством, которое сообщит об этом в компетентные инстанции.

*(2) Под активами следует понимать не только материальные ценности, такие как здания, установки, машины, автомобили, оборудование, компьютеры, информационные системы и инструменты, но также и нематериальные ценности, такие как интеллектуальная собственность, ноу-хау и имеющаяся в нашем распоряжении конфиденциальная информация.*

# 3

## ЗАЩИТА КЛИЕНТОВ

Сохранение доверия нашей клиентуры к деятельности и продукции Группы – это одна из первостепенных задач нашего предприятия.

Доверие клиента завоевывается и поддерживается при условии строгого соблюдения его прав и защиты его интересов. Следует брать на себя только те обязательства, которые могут быть выполнены, и соблюдать их в полной мере.

В свете этого Группа и ее сотрудники обязуются:

- соблюдать все правила, процессы, технические и экологические требования, призванные обеспечить безопасность и качество продукции Группы;
- поставлять заказчикам и потребителям только проверенную и правдивую информацию о предло-жении, характере продукции и услуг;
- соблюдать законы и постановления в области защиты личных данных имеющихся и/или потенциальных клиентах.

# 4

## ЗАЩИТА АКЦИОНЕРОВ

### ДОСТОВЕРНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

Полнота и достоверность внутренней и внешней информации о бухгалтерии, финансах или управлении предприятием, опубликованной или переданной в любой другой форме, является залогом доверия не только сотрудников, но и инвесторов, к которым Группа может обратиться для привлечения капиталовложений для своего дальнейшего развития.

Каждый служащий в рамках своих профессиональных обязанностей должен ответственно относиться к передаче полной и достоверной информации. Совет директоров при поддержке Комитета по аудиторской проверке, рискам и этике (CARE) ежегодно проверяет соответствие деятельности принципам и правилам, принятым Группой в этой области.

### ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ЗЛУПОТРЕБЛЕНИЯ СЛУЖЕБНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

Любой руководитель, уполномоченный представитель или служащий Группы, который единолично или постоянно получает в свое распоряжение привилегированную информацию, должен, вне зависимости от своих служебных функций, воздержаться от любых операций на рынке, лично или через посредника, от операций с акциями Renault, Nissan или Группы в целом, о которых он имеет информацию, до момента, когда эта информация станет общеизвестной.

Использование в личных целях конфиденциальных сведений относительно Группы или третьих сторон, которые член персонала Группы получил в рамках своей служебной деятельности или для выполнения служебного поручения, не только противоречит этическим принципам, но и может расцениваться как злоупотребление служебной информацией.



# 5

## ПРОДВИЖЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ В ОКРУЖАЮЩЕМ МИРЕ

### ПОЛИТИЧЕСКАЯ И РЕЛИГИОЗНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Служащие Группы имеют право заниматься политической и/или религиозной деятельностью за пределами Группы; они могут осуществлять эту деятельность исключительно в частном порядке во внерабочее время, и обязаны воздержаться от любых форм прозелитизма. При этом они никоим образом не могут ссылаться на свою связь с Группой. Группа не финансирует какие бы то ни было политические партии или организации религиозного характера.

### ОТНОШЕНИЯ С ТРЕТЬИМИ СТОРОНАМИ

#### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ

Группа стремится к строительству прочных и справедливых отношений со своими экономическими партнерами (членами торговой сети, финансовыми партнерами, поставщиками и др.).

#### ПОСТАВЩИКИ

Выбор любого поставщика услуг должен происходить в условиях конкуренции. Поставщику должен быть направлен заказ или же с ним должен быть заключен контракт, причем целесообразность такого заказа или контракта должна регулярно оцениваться в свете развития конкурентных предложений, с учетом закупочной политики предприятия. Выбор поставщика осуществляется исключительно исходя из его рабочих показателей, на основании объективных критериев.

При выборе поставщика будут учтены также этические требования, которые поставщики предъявляют к себе сами; в частности, предприятие должно быть уверено, что его поставщики соблюдают основные социальные права и проводят политику профилактики профессиональных рисков в соответствии с принципами, разработанными Renault, а также в том, что они требуют соблюдения этих принципов от своих собственных поставщиков.

#### НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ

Связи с общественностью, спонсорская политика и любые другие некоммерческие отношения не должны складываться на основании фаворитизма.

#### ОБРАЩЕНИЕ К ПОСРЕДНИКАМ

Выбор полномочных и неполномочных представителей, посредников, советников или консультантов является частью политики управления Группой и осуществляется с помощью тендерного конкурса, в ходе которого определяется лучший кандидат.

Использование посредников возможно только после тщательного отбора и только в случае, если оно необходимо для оказания реальной услуги; естественно, что такое посредничество должно быть полностью законным.

Вознаграждение посредников должно быть четко обозначенным и находится в строгом соответствии с услугами, указанными в договоре.





## КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ – УЧАСТИЕ В РАБОТЕ ДРУГИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Любой член персонала Группы может оказаться в ситуации, в которой его личные интересы или интересы физических или юридических лиц, с которыми он связан или в управлении которыми он участвует, вступят в противоречие с интересами Группы. В этом случае любой член персонала должен оповестить своего непосредственного начальника о причинах такого конфликта интересов.

## КОРРУПЦИЯ И СКРЫТЫЕ БОНУСЫ

Члены персонала Группы не должны, прямо или косвенно, просить или принимать взятки или какие-либо вознаграждения (в виде подарков, приглашений и др.).

Группа не должна сама предлагать или давать взятки или другие вознаграждения.

Группа не имеет права освобождать от уплаты части платежей по контракту служащих своего контрагента, а также использовать другие методы (договоры о субподряде, заказы-наряды и др.) для оплаты деятельности должностных лиц, служащих, родственников или партнеров своего контрагента.

## ОПЛАЧИВАЕМАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Следует обратить особое внимание на тот факт, что никакая оплачиваемая деятельность для любого не входящего в состав Группы предприятия не допускается, если она находится в противоречии с интересами Группы. Во избежание проблем любого рода все члены персонала Группы, которые желают осуществлять профессиональную деятельность вне предприятия на полный рабочий день должны получить на это разрешение своего непосредственного начальника.

## СОЦИАЛЬНАЯ, ОБЩЕСТВЕННАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

### СОЦИАЛЬНАЯ И ОБЩЕСТВЕННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Социальная ответственность предприятия заключается в разработке принципов устойчивого развития. Члены персонала Группы берут на себя обязательства в ходе своей деятельности уделять первостепенное внимание социальным, экологическим и экономическим требованиям с учетом интересов всех сторон (служащих, заказчиков, акционеров, поставщиков и др.).

Компания Renault добровольно обязуется поставить во главу угла своей деятельности четыре основных фактора: образование, разнообразие, безопасность дорожного движения и долгосрочная мобильность.

### ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Обязанность всего штата сотрудников Группы – учиться и снижать негативное воздействие ее деятельности на окружающую среду, что в широком смысле является залогом устойчивого развития предприятия.

Защита окружающей среды также является для предприятия основополагающим принципом, который учитывается на всех этапах деятельности предприятия каждым его сотрудником.

# УСЛОВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ

## Контактные лица

По любому вопросу применения принципов, сформулированных в настоящем Кодексе этики, служащий может обратиться за уточнениями к своему непосредственному начальнику; если разъяснения покажутся ему недостаточными, он может обратиться в Дирекцию по этическим вопросам.

Помимо обычного способа (обращение к непосредственному начальнику, в отдел кадров, к аудитору и др.), особенно в сфере финансов, бухгалтерии, банковских операций, борьбы с коррупцией и недобросовестной конкуренцией, служащему, который имеет искренние сомнения или подозрения и считает, что определенные действия могут серьезно повлиять на деятельность предприятия или повлечь за собой тяжелые последствия в его круге обязанностей, на сайте Дирекции по этическим вопросам доступна функция «профессиональной тревоги».



## Коллективная этика



## Внедрение коллективной этики

Кодекс адресован всем служащим, руководителям и социальным работникам Группы Renault и ее филиалов.

Кодекс и практическая этика (PQSR<sup>(3)</sup>), а также моральные кодексы каждой отдельной профессии представляют собой инструмент, призванный помочь каждому при решении сложных вопросов, которые могут встретиться в ходе работы. Этот инструмент может развиваться и дополняться различными мероприятиями, призванными повысить внимание служащих к вопросам профессиональной этики.

Кодекс этики переведен на языки стран, в которых Группа осуществляет свою деятельность. В случае разночтений справочным документом во Франции является документ на французском языке, а в других странах – документ на английском языке.

(3) PQSR : Pas de Questions Sans Reponse – Нет вопросов без ответов

**([www.groupe.renault.com](http://www.groupe.renault.com))**