

# ETHISCH VERANTWOORD AANKOOPGEDRAG

De Aankoopfunctie moet doeltreffend en gestructureerd georganiseerd zijn om een coherente, efficiënte en ethische strategie te kunnen voeren.

## DE VERANTWOORDELIJKHEDEN VAN DE AANKOPER EN DE GEDRAGSREGELS

*De Aankoper brengt het imago van zijn bedrijf en van de Groep over naar de buitenwereld: zijn persoonlijke ethiek, zijn integriteit, zijn professionalisme en zijn standvastigheid zijn stuk voor stuk elementen die borg staan voor de doeltreffendheid van zijn activiteiten, maar ook voor de reputatie en het imago van SUEZ.*

### Loyaliteit, transparantie en wederzijds respect

*De Aankoopfunctie vereist een actieve deelname van de verschillende diensten van het bedrijf en een sterke coördinatie van de Aankoopdiensten binnen de Groep, op basis van de volgende principes:*

- actieve en loyale deelname van de verschillende gesprekspartners tijdens de verschillende stadia van de voorbereiding en uitvoering van het Aankoopbeleid – deze deelname wordt verzekerd door werkgroepen die speciaal hiervoor opgericht worden,
- transparantie bij de mededeling van relevante informatie,
- wederzijds respect bij de planning van het werk van de Aankopers binnen de verschillende organisaties (entiteiten, takken, Groep), om zo overlappende prioriteiten, dubbele analyses en synergieverlies te vermijden.

Als teamleider van collectieve projecten binnen een bedrijf of binnen de Groep, moet de Aankoper:

- streven naar een collectieve besluitvorming,
- de doelstellingen van alle deelnemers verduidelijken,
- samen met alle interne deelnemers de risico's en de opportuniteiten van een contract identificeren,
- aan iedereen uitleggen waarom en hoe beslissingen worden genomen in elke fase van het proces,
- enkel engagementen aangaan op basis van betrouwbare en gecontroleerde informatie,
- het niveau van vertrouwelijkheid naleven van de informatie die de verschillende deelnemers hem bezorgen en streven naar hetzelfde kwaliteitsniveau voor de informatie die hij bezorgt,
- alle deelnemers op de hoogte brengen van het verloop van de procedure en het contract.

## Integriteit

*SUEZ hecht het grootste belang aan de professionele en morele kwaliteiten van alle medewerkers die in contact staan met leveranciers en onderaannemers. Dit heeft niet alleen betrekking op de Aankoper zelf, maar ook op elke medewerker die de aankoopactiviteiten kan beïnvloeden: aanbesteders, technici, personeel dat toeziet op de uitvoering van een contract, en zelfs gebruikers van een geleverd goed of een verleende dienst.*

*Het feit dat het gedrag van een collega of een concurrent kan afwijken van de hierna beschreven gedragsregels, kan nooit een reden of een excuus zijn om de regels van de Groep te overtreden. Ook de nastreving van financiële prestaties kan nooit een afwijkend gedrag rechtvaardigen.*

De Aankoper moet situaties van belangenconflict<sup>1</sup> vermijden en zich beschermen tegen pogingen tot manipulatie vanwege leveranciers of kandidaten bij een offerteaanvraag. Hij moet er steeds op toezien dat zijn onpartijdigheid, zijn objectiviteit en zijn onafhankelijke beoordeling niet aangetast worden. Ingeval van problemen moet hij openlijk kunnen spreken met zijn collega's en zijn hiërarchische overste over de aan te nemen houding.

Rechtschapenheid, eerlijkheid, integriteit en onpartijdigheid zijn sleutelementen in de relaties met de leveranciers:

- de juistheid van de informatie die meegedeeld wordt aan de leveranciers;
- hetzelfde niveau van informatieverstrekking aan alle leveranciers die betrokken zijn bij een project;
- de naleving van de nationale en internationale reglementering die van toepassing is op deze activiteiten, en meer bepaald de reglementering met betrekking tot de concurrentie;
- de duidelijke formulering van de criteria voor de selectie van kandidaten en de toewijzing van opdrachten;
- het verstrekken van informatie aan de niet-geselecteerde leveranciers, met de redenen waarom hun offertes geweigerd werden. Hierbij moet de Aankoper erop toezien dat de vertrouwelijkheid niet geschonden wordt;
- de naleving van contracten, beloften en verbintenissen, en meer bepaald van betalingstermijnen;
- de geheimhouding, de naleving van de vertrouwelijkheid van informatie die de belangen van een leverancier, van een onderneming van de Groep en zelfs van een klant zou kunnen schenden;
- het streven naar snelle en rechtvaardige oplossingen ingeval van geschillen;
- respect voor de gesprekspartners, loyaliteit, beleefdheid en rechtvaardigheid.

De Aankoper zal zich enkel engageren ten opzichte van derden als hij er zeker van is dat er een interne consensus is en als hij de capaciteiten van de verkoper heeft geëvalueerd om de verbintenissen van het afgesloten contract na te komen. Ingeval van een onvoorziene omstandigheid moet de Aankoper zijn gesprekspartners op de hoogte stellen en proberen om het probleem zo snel mogelijk in onderling overleg op te lossen, en dit op een feitelijke en transparante manier.

De Aankoper moet er zich bewust van zijn dat hij gezien zijn positie blootgesteld is aan stimulansen of druk van leveranciers. Dit neemt soms de vorm aan van geschenken, uitnodigingen, voordelen in natura en zelfs enkele complexe en subtiele vormen van affectieve chantage, ... om een beslissing te beïnvloeden. De Aankoper moet altijd onafhankelijk oordelen en zijn houding mag niet laten uitschijnen dat hij mogelijk beïnvloed kan worden.

Elke medewerker van SUEZ leeft de volgende regels na:

- geschenken die gewoon aangeboden worden uit beleefdheid en een geringe waarde hebben, zijn enkel aanvaardbaar als ze uitzonderlijk zijn en verband houden met gelegenheden die dit rechtvaardigen (bv. op het einde van het jaar) of met specifieke gewoonten in bepaalde landen;

<sup>1</sup> *Situatie van belangenconflict: elke professionele situatie waarin de onafhankelijkheid of de integriteit van het beslissings- of beoordelingsvermogen van een persoon beïnvloed of gewijzigd kan worden door beschouwingen van persoonlijke aard of door druk die wordt uitgeoefend door een persoon van wie de doelstellingen niet kaderen in het belang van het bedrijf.*

- uitnodigingen voor culturele, sportieve of gelijkaardige manifestaties moeten goedgekeurd worden door de hiërarchie, moeten uitzonderlijk zijn en mogen niet leiden tot ondoordachte uitgaven;
- uitnodigingen voor reizen of congressen mogen aanvaard worden met de toestemming van de hiërarchie als het gaat om collectieve uitnodigingen met een zeker professioneel nut. Binnen de Groep zijn de reis- en verblijfskosten altijd ten laste van de aankopende onderneming;
- elk ander voordeel in natura (producten of diensten die de leverancier gratis of met korting zou aanbieden voor de Koper of zijn naasten) moet geweigerd worden, behalve indien de hiërarchische overste hier toestemming voor geeft, na te hebben gecontroleerd of er geen sprake is van belangenconflict.

De professionele aankopers en alle medewerkers van een aankoopdienst, een bevoorradingsdienst of een logistieke dienst vormen een personeelscategorie die sterk blootgesteld is aan verzoeken om speciale gunsten. Om zowel hun persoonlijke reputatie als die van de Groep te beschermen, mogen zij geen enkel geschenk aanvaarden. Ze moeten de reële of potentiële leveranciers daar regelmatig van op de hoogte stellen. Er zijn situaties waarin men zich vragen kan stellen over de ware aard (bijvoorbeeld: een uitnodiging voor een evenement dat tegelijkertijd technisch en recreatief is). In dit geval moeten ze de formele toelating krijgen van hun hiërarchie.

*Het management is verantwoordelijk voor de goede toepassing van de ethische gedragsregels.*

*Het volstaat niet te verklaren dat «elke verbintenis nagekomen moet worden», het is ieders taak om de organisatie uit te bouwen waarin dit mogelijk is.*

## DE CONCURRENTIEREGELS

*Bedrijven met een belangrijke of leidinggevende marktpositie moeten ervoor zorgen dat ze deze positie niet misbruiken, leveranciers niet in een positie van economische afhankelijkheid brengen, geen zware of eenzijdig bevoordelende voorwaarden opleggen en geen discriminerende of buitensporige prijzen toepassen.*

De Aankoper vermijdt alle activiteiten die de leverancier kan aanvoelen als druk, zoals:

- wederzijdse verbintenissen (aankoop bij een leverancier in ruil voor een verkoop),
- voorwaarden die de leverancier echt in een positie van afhankelijkheid brengen ten opzichte van de Aankoper,
- verzoeken om sportclubs of culturele manifestaties te sponsoren, om deel te nemen aan tombola's, ...

Als een Aankoper van de Groep zowel bedrijven buiten de Groep als bedrijven binnen de Groep raadpleegt, dan gelden in beide gevallen dezelfde regels.

Wettig onderzoek naar concurrenten en/of leveranciers in het kader van marktwaarnemingen, mag de eerlijke concurrentie niet verstoren. Onderzoek naar de toestand van de leveranciersmarkt blijft een noodzaak; alle middelen mogen dus aangewend worden, op voorwaarde dat ze legaal en ethisch zijn. De Aankopers maken vrij gebruik van tal van informatiebronnen, zoals de pers en andere media, reclamebrochures, verslagen van consultants, aanwijzingen van klanten en bezoeken aan beurzen of installaties, om op de hoogte te blijven van de concurrentie en de technologie.

# DE VERBINTENISSEN TEN OPZICHTE VAN DUURZAME ONTWIKKELING EN MAATSCHAPPELIJKE VERANTWOORDELIJKHEID

*SUEZ integreert zijn bekommernis om het milieu en de maatschappij in de Aankoopprocedures; daarom bevatten de lastenboeken criteria voor de selectie van leveranciers en producten op basis van onze verbintenissen op maatschappelijk en milieuvlak.*

De "Belangrijkste principes van de OESO voor multinationals" of de principes in de "Tripartiete principeverklaring inzake multinationale ondernemingen en sociaal beleid" van de Internationale Arbeidsorganisatie – en zelfs die van SA 8000 en de ISO-norm 14000 – kunnen een leidraad vormen voor de Aankoper.

Concreet moet de Aankoper garanderen dat de leveranciers de volgende eenvoudige principes naleven:

- de conformiteit van de producten of de diensten aan de behoeften die gedefinieerd zijn in onze lastenboeken,
- de naleving van de reglementering op het vlak van de veiligheid, het welzijn van de werknemers en de kindbescherming,
- de verbintenis om geen enkele vorm van discriminatie te dulden binnen hun bedrijf of naar hun onderaannemers toe, en zich niet over te leveren aan corruptie,
- het respect voor het milieu op het vlak van het ontwerp, de fabricage, het gebruik en de vernietiging of recyclage van de producten.

De methoden om de overeenstemming met deze principes te bepalen en te controleren, worden overgelaten aan het management van de lokale Aankoopafdeling. Deze methoden kunnen bestaan uit een integratie in deze principes in de lastenboeken of een daadwerkelijke controle naargelang van het strategisch belang van de aankoop. Tijdens het overleg zal op zijn minst aan de leveranciers gevraagd worden welke acties ze hebben ondernomen op het vlak van duurzame ontwikkeling en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Er moet met deze acties rekening worden gehouden bij de selectie van de leveranciers.

<sup>2</sup> raadpleeg deze documenten, samen met de commentaren erop, op de sites: [www.oecd.org](http://www.oecd.org) (documentatie, financiële, fiscale en bedrijfsaangelegenheden, en dan de tekst van 31 oktober 2001 zoeken) en [www.ilo.org](http://www.ilo.org) (de pagina's over de tripartiete verklaring zoeken). Voor SA 8000 surft u naar: [www.cepaa.org](http://www.cepaa.org).

Met al uw vragen over het ethisch aankoopgedrag kunt u terecht bij de deontoloog van uw bedrijf of bij de deontoloog van de Groep via [ethic@suez.com](mailto:ethic@suez.com)

*N.B. Op PACHA vindt u de volledige tekst van de Praktische handleiding "Ethisch verantwoord aankoopgedrag"  
- In de bijlage bij deze handleiding vindt u enkele praktisch tips met betrekking tot de aankooporganisatie, de opdracht van de aankoopfunctie, de taken van de Aankoper, de procedures en de hulpmiddelen.*