

 RSE-D-009	FRAPORLUX SWISS SA RUE DU BREUIL 2 2855 GLOVELIER	Date émission : 17.11.2023
		Version : 2 / 16.09.2025 Visa : GKO / ASI

5. **POLITIQUE ETHIQUE** *(version simplifiée)* :

La politique éthique complète (RSE-D-008) détaillant, la vision, les principes et les objectifs est disponible, sur demande, auprès de la personne responsable selon la politique éthique simplifiée (RSE-D-009) au chapitre 5.2.

Public cible :

Toutes les personnes, les entreprises ou les parties prenantes qui ont été énumérées au travers des politiques de la société Fraporlux Swiss SA.

Gouvernance et gestion des plaintes :

Se référer à la politique éthique, chapitre 5.1.

Révision :

La politique éthique est revue et validée en cas de changement mais, au minimum tous les 2 ans.

Communication :

Les parties prenantes internes sont informées soit par le manuel du collaborateur.trice remis lors de leur entrée en fonction soit par affichage. Toutes les parties prenantes peuvent être informées via les canaux de communication de la société (site internet ou LinkedIn).

Fraporlux Swiss SA contrôle et publie annuellement les indicateurs de performances (KPI) suivants dans son rapport de durabilité disponible sur son site internet :

- Pourcentage de collaborateurs.trices qui ont suivi notre programme de formation RH détaillé au chapitre 2.1
- Nombre de plainte reçues des parties prenantes internes et externes que nous avons traitées sur les thématiques décrites dans le chapitre 5.2

Validation :

La version 1 a été approuvée par le Conseil d'administration le 22 novembre 2023.

Conformément à notre politique de révision, cette version 2 a été présentée et approuvée par le Conseil d'administration le 16.09.2025.

Président du Conseil d'administration


Jean-Jacques Miauton

Directeur Général


Alain Sierro

 RSE-D-009	FRAPORLUX SWISS SA RUE DU BREUIL 2 2855 GLOVELIER	Date émission : 17.11.2023
		Version : 2 / 16.09.2025
		Visa : GKO / ASI

5.1. GESTION DES PLAINTES :

Vision :

Le processus de gestion des plaintes garanti une méthodologie et une transparence permettant une relation de confiance avec les parties prenantes internes et externes. Le processus garanti un traitement égal et un suivi.

Principe :

Pour chaque thématique, une personne de contact et ses coordonnées personnelles sont disponibles, se référer au chapitre 5.2.

La société s'engage à :

- Permettre aux parties prenantes d'exprimer leurs préoccupations sur l'ensemble des sujets traités à travers ces politiques (*que celles-ci soient fondées sur la société ou la chaîne d'approvisionnement y compris sur les matériaux provenant de zones de conflit, etc*)
- Former les collaborateurs.trices sur le mécanisme de plaintes internes comme développé dans le chapitre 2.1
- Traiter tous les griefs sans représailles et dans la mesure du possible de manière confidentielle
- Informer toutes les personnes qui ont connaissance de l'une ou l'autre des actions susmentionnées de manière directe ou indirecte qu'elles sont tenues de transmettre l'information
- Publier sur son site internet ce processus de gestion des plaintes de manière publique et permanente

 RSE-D-009	FRAPORLUX SWISS SA RUE DU BREUIL 2 2855 GLOVELIER	Date émission : 17.11.2023
		Version : 2 / 16.09.2025
		Visa : GKO / ASI

5.2. GOVERNANCE :

Chap.	Thématique	Gouvernance / Responsabilités	Contact
POLITIQUE GÉNÉRALE			
1.1	Convention collective de travail	Alain Sierro Directeur Général	fraporlux@fraporlux.com
1.2	Solution de branche MSST		
1.3	Certifications		
1.4	Organisation des politiques		
1.5	Gestion des risques et conformités		
1.6	Gestion des plaintes		
1.7	Gouvernance		
POLITIQUE SOCIALE			
2.1	Conditions de travail	Sylvie Gigon Responsable RH	s.gigon@fraporlux.com
2.2	Dialogue social		
2.3	Santé et Sécurité		
2.4	Discrimination – égalité – diversité – inclusion		
2.5	Harcèlement		
POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE			
3.1	Energies	Alain Sierro Directeur Général	environnement@fraporlux.com
3.2	Gaz à effet de serre		
3.3	Eau		
3.4	Déchets et émissions		
3.5	Produits chimiques		
3.6	Utilisation du produit		
3.7	Fin de vie du produit		
3.8	Santé et sécurité du consommateur		
3.9	Promotion de la consommation durable du produit		
POLITIQUE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT			
4.1	Droit de l'Homme et du travail	Alain Sierro Directeur Général	chainedappro@fraporlux.com
4.2	Pratique environnementales		
4.3	Soutien direct ou indirect aux groupes armés non étatiques		
4.4	Minerais de conflit		
4.5	Force de sécurité publique et privée		
POLITIQUE ETHIQUE			
5.1	Gestion des plaintes	Alain Sierro Directeur Général	ethique@fraporlux.com
5.2	Gouvernance		
5.3	Lutte contre la corruption		
5.4	Pratique anti-concurrentielle – loi anti-trust		
POLITIQUE DE PROTECTION DES DONNÉES			
6.1	Confidentialité	Alain Sierro Directeur Général	fraporlux@fraporlux.com
6.2	Collecte de l'information et traitement des données personnelles		
6.3	Sécurité		
6.4	Demande de modification ou de suppression des données personnelles		
6.5	Modification		

 FRAPORLUX RSE-D-009	FRAPORLUX SWISS SA RUE DU BREUIL 2 2855 GLOVELIER	Date émission : 17.11.2023
		Version : 2 / 16.09.2025
		Visa : GKO / ASI

5.3. LUTTE CONTRE LA CORRUPTION :

La corruption regroupe les thématiques suivantes :

1. Pot-de-vin
2. Conflit d'intérêt
3. Blanchiment d'argent
4. Fraude

Définitions :

1. Offre d'argent ou de quelque chose d'autre de valeur à une personne en position d'autorité, en échange d'une action illégale, contraire à l'éthique ou d'un abus de confiance. Les pots-de-vin comprennent les cadeaux et divertissements, les prêts, les frais, les récompenses ou autres avantages.
2. Situation dans laquelle un individu ou l'entité pour laquelle il travaille est confronté à prendre un choix entre les devoirs et les exigences de son poste et son propre intérêt privé.
3. Processus consistant à dissimuler la propriété ou la destination de l'argent obtenu de manière illégale ou malhonnête.
4. Action de tromper intentionnellement quelqu'un afin d'obtenir un avantage injuste ou illégal.

Vision :

Les actes de corruption détaillés ci-dessus constituent des infractions civiles et pénales graves. Ils ne doivent jamais être tolérés.

Il est nécessaire de l'empêcher afin qu'aucun fonds provenant d'activités illicites s'insèrent dans le circuit économique.

En luttant contre, on s'assure d'avoir des décisions justes et éthiques qui ne compromettent pas l'intégrité de la société ou des personnes qui y travaillent.

Principe :

- Refuser et condamner toutes les formes de corruption détaillées ci-après (pot-de-vin, blanchiment d'argent, conflit d'intérêt et fraude).
- Mener l'ensemble de ses activités de manière éthique et avec intégrité
- Refuser et condamner toute forme ou tentative de corruption.
- Prouver au moyen d'une vérification par un tiers indépendant que la société ne participe à aucune forme de corruption ou de financement du terrorisme

 FRAPORLUX RSE-D-009	FRAPORLUX SWISS SA RUE DU BREUIL 2 2855 GLOVELIER	Date émission : 17.11.2023
		Version : 2 / 16.09.2025
		Visa : GKO / ASI

5.3.1. **POT-DE-VIN :**

En plus de ce qui précède, la société s'engage à :

- Offrir dans le cadre de ses partenariats commerciaux des cadeaux à ses partenaires. Ces cadeaux font partie intégrante d'une politique commerciale définie et approuvée par la direction de la société. Ces derniers restent proportionnels à la relation d'affaire.
- Soutenir et protéger les collaborateurs.trices qui pourraient être confrontés à toute tentative de pots-de-vin. La société refusera au nom du collaborateurs.trices par une lettre adressée à son expéditeur en accompagnement du cadeau retourné
- Partager de manière équitable le cadeau accepté, parce qu'il est quelque fois culturellement inapproprié de refuser un cadeau d'un partenaire, en organisant, par exemple un tirage au sort ou une tombola.
 - Former ses collaborateurs : la société possède un règlement interne se nommant « pots de vin et paiements de facilitation ». Ce règlement est distribué lors de l'entrée en fonction (selon chapitre 2.1) et il est disponible en tout temps au tableau d'affichage de la société. Le but de la formation est de définir ce qu'est un cadeau, avantage, faveur :
 - Acceptable
 - Illégal
 - Offert dans le but d'influencer une décision ou d'avoir un traitement préférentiel
 - Offert sous forme d'argent en espèce ou équivalent (chèques-cadeaux, prêts, actions, options d'achat d'actions)
 - De caractère sexuel
 - Inacceptable car n'est pas autorisé dans le règlement de la société

5.3.2. **BLANCHIMENT D'ARGENT :**

En plus de ce qui précède, la société s'engage à :

- Soutenir les efforts pour contribuer à l'élimination du blanchiment d'argent dans les situations où un risque raisonnable de blanchiment d'argent est identifié. La probabilité est supérieure lors de l'extraction, du commerce, du traitement, du transport ou à l'exportation de minerais ou d'or
- Participer à aucune forme de blanchiment d'argent ou de financement du terrorisme et ne pas tolérer de telles activités

5.3.3. **CONFLIT D'INTÉRÊT :**

En plus de ce qui précède, la société s'engage à :

- Éviter les situations où ses représentants pourraient avoir des intérêts personnels en conflit avec les intérêts de la société

5.3.4. **FRAUDE :**

En plus de ce qui précède, la société s'engage à :

- Promouvoir une culture de transparence et d'intégrité dans ses relations d'affaires
- Garantir que toutes les informations financières et commerciales sont exactes

 RSE-D-009	FRAPORLUX SWISS SA RUE DU BREUIL 2 2855 GLOVELIER	Date émission : 17.11.2023
		Version : 2 / 16.09.2025
		Visa : GKO / ASI

5.4. PRATIQUE ANTI-CONCURRENTIELLE – LOI ANTI-TRUST :

Vision :

Le droit à la concurrence vise à prévenir, sous peine de sanction, les diverses pratiques anti-concurrentielles (entente, abus de position, économie dominante) qu'un marché pourrait avoir à subir. Ces pratiques ne doivent pas être menées par les sociétés.

Principe :

La société s'engage à :

- Respecter les lois sur la concurrence (également appelées lois anti-trust) qui promeuvent des compétitions à travers le monde
- Ne pas échanger d'informations avec les concurrents ou leurs représentants à :
 - Fixer les prix
 - Fixer les termes liés au prix, aux formules de tarification, etc.
 - Répartir les marchés, les clients ou les territoires
 - Limiter la production ou la capacité
 - Influencer le résultat d'un concours processus d'appel d'offres