

# Code de déontologie





Bonjour partenaire,

Chez Starbucks, notre engagement envers notre mission, nos promesses et nos valeurs oriente notre travail. Ces dernières nous unissent en tant qu'entreprise mondiale et définissent notre culture. Nous les utilisons comme fondement de tout ce que nous faisons et comme référence dans le cadre de notre processus décisionnel.

En tant que partenaires, nous avons le pouvoir de prendre des décisions au sujet de nos activités qui peuvent avoir une incidence sur notre marque et nos relations. Il est essentiel que les choix que nous faisons en témoignent et que nos actions soient menées avec éthique et intégrité à chaque étape.



Le Code de déontologie nous oriente vers des décisions éthiques au travail. Chacun de nous doit incarner nos valeurs et demander de l'aide. Nous sommes là pour vous et voulons connaître vos questions ou vos préoccupations.

Je me réjouis de l'avenir de Starbucks que nous bâtissons ensemble, un avenir dont nous pouvons tous être fiers.

Avec tout mon respect,

Laks

Laxman Narasimhan

Président-directeur général

## NOTRE MISSION

Avec chaque tasse, avec chaque conversation,  
et dans chaque communauté – nous  
entretenons les possibilités infinies des  
contacts humains.

## NOS VALEURS

Lorsque nous offrons le meilleur de nous-mêmes, nous assurons le rendement dans une perspective humaine.

### SAVOIR-FAIRE

Nous portons une grande attention aux détails, quel que soit notre rôle  
Nous apprenons et transmettons nos connaissances, en misant sur la croissance  
Nous visons l'excellence avec passion et créativité

### RÉSULTATS

Nous maintenons le cap sur nos objectifs, avec énergie et intégrité,  
et les atteignons de façon constante  
Nous innovons continuellement afin de demeurer en tête  
Nous surpassons les attentes des personnes que nous servons

### COURAGE

Nous abordons les conversations difficiles avec respect, dans le but  
de tous nous améliorer  
Nous poursuivons des idées audacieuses, au-delà de notre zone de confort  
Nous faisons la bonne chose, même quand c'est difficile

### APPARTENANCE

Nous écoutons activement et interagissons de façon chaleureuse et transparente  
Nous reconnaissons et apprécions chaque personne pour qui elle est  
Nous nous traitons les uns les autres avec dignité et gentillesse

### JOIE

Nous accomplissons notre travail avec fierté et nous avons du plaisir en le faisant  
Nous célébrons qui nous sommes et chacune de nos réussites  
Nous créons des ondes positives pour que chacun et chacune soit à son meilleur

## NOS PROMESSES

L'objectif mutuel de réussite que nous visons tous  
Nous ferons de notre mieux pour :



# Table des matières



<b>Incarner nos valeurs</b>	<b>6</b>
Se porter à la défense des autres	<b>8</b>
Prendre la bonne décision	10
<b>Le lieu de travail</b>	<b>12</b>
Comment nous nous traitons les uns les autres	13
Diversité	13
<b>Pratiques commerciales</b>	<b>14</b>
Conflits d'intérêts	15
Cadeaux et divertissements	16
Corruption	17
Entreprise internationale	17
Interaction avec le gouvernement	17
Pratiques de vente et publicité	18
Concurrence loyale	18
Activité frauduleuse	18
<b>Nos responsabilités</b>	<b>20</b>
Valeurs mobilières	21
Renseignements confidentiels	22
Propriété intellectuelle	22
Utilisation et conservation des dossiers de la société	23
Protection des données personnelles des partenaires et des clients	24
Livres et registres	24
Comptabilité financière, contrôles internes et questions liées à la vérification	25
Activités politiques	25
<b>Conformité aux lois et règlements</b>	<b>26</b>
<b>Communiquer avec nous</b>	<b>28</b>

# Incarner nos valeurs



## Quelle est la raison d'être du Code de déontologie?

- Parce que Starbucks est une société mondiale, elle est soumise aux normes les plus rigoureuses de conduite commerciale et de déontologie.
- Les normes nous aident à prendre des décisions dans notre travail quotidien.
- Elles démontrent que nous prenons nos responsabilités juridiques et éthiques au sérieux.

## Qui doit observer les normes?

- Les normes s'appliquent à tous les partenaires, dirigeants et membres du conseil d'administration, ainsi qu'au personnel de service temporaire et aux entrepreneurs indépendants.
- Nous nous attendons également à ce que les tiers qui travaillent en notre nom respectent les mêmes normes éthiques élevées.

## En tant que partenaires, nous devons faire ce qui suit :

- connaître et suivre les normes et les politiques de l'entreprise qui régissent nos postes;
- poser des questions lorsqu'on n'est pas certain de la bonne ligne de conduite à suivre;
- prendre la parole dès qu'on constate ou qu'on soupçonne une inconduite.

## Les gestionnaires donnent le ton

- Fixez des attentes élevées envers les partenaires et donnez l'exemple
- Favorisez une culture de porte ouverte grâce à laquelle les partenaires se sentent à l'aise de poser des questions et de soulever des préoccupations
- Soyez à l'affût d'une possible inconduite sur le lieu de travail
- Faites la promotion de l'éthique et de la conformité par l'entremise d'occasions d'apprentissage continu

## Norme de lutte contre les représailles

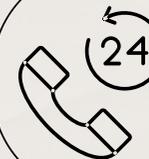
Starbucks ne tolère aucune mesure de représailles ou de victimisation à l'encontre des partenaires qui nous font part de leurs inquiétudes ou de leurs questions au sujet d'une infraction éventuelle au Code de déontologie ou à toute autre politique de Starbucks s'ils ont des motifs raisonnables de croire qu'une telle infraction s'est produite.

# Se porter à la défense des autres

## LORSQUE VOUS SIGNALEZ UNE PRÉOCCUPATION

### COMMUNICATION

Pour signaler leurs préoccupations, les partenaires peuvent appeler le service d'assistance sur l'éthique et la conformité ou accéder à [www.starbucks.com/helpline](http://www.starbucks.com/helpline) et remplir un formulaire.

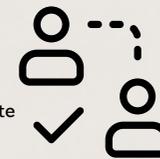


### SOUTIEN

Le service d'assistance sur l'éthique et la conformité est assuré par une entreprise tierce neutre, 24 heures sur 24. Les partenaires peuvent parler de leurs préoccupations à un ou une spécialiste qualifié(e).

### CONCERTATION

Un rapport est envoyé au service Éthique et conformité qui collaborera avec les parties ou le service en cause afin de procéder à une enquête et de prendre toute mesure appropriée.



### ENQUÊTE

Une fois signalée, la situation est examinée par un ou une partenaire de soutien de l'équipe Relations partenaires ou Éthique et conformité, selon la nature du problème.

### PRISE EN CHARGE

Lorsque l'enquête est terminée, l'équipe Relations partenaires ou Éthique et conformité communique les résultats à la personne responsable de l'unité fonctionnelle ou du service en cause, qui consultera l'équipe Relations partenaires en vue de déterminer les prochaines étapes pour régler la situation.



### PROTECTION

Starbucks ne tolère pas les représailles à l'égard des partenaires qui signalent une préoccupation en toute bonne foi.

# Prendre la bonne décision



## 1. Cervez le problème éthique

- Énumérez les solutions possibles et les obstacles à la résolution du problème

## 2. Demandez l'avis d'autres personnes, le cas échéant

## 3. Déterminez la meilleure approche

- Est-elle conforme à notre mission, à nos normes et à toute loi ou réglementation applicable?
- Comment votre approche serait-elle perçue dans les médias?
- Seriez-vous à l'aise avec l'exemple qu'elle donne pour les décisions futures?

## 4. Si la voie à suivre n'est pas claire, demandez des conseils.

## 5. Donnez suite à votre décision.

### **Vous avez le pouvoir**

Vous pouvez offrir à nos clients une expérience mémorable, sachant que Starbucks vous appuie lorsque vous agissez comme il se doit et faites preuve d'intégrité dans vos activités professionnelles.

### **Vous avez des responsabilités**

Vous jouez un rôle essentiel pour faire de Starbucks un milieu de travail enviable et protéger notre culture, notre réputation et notre marque.

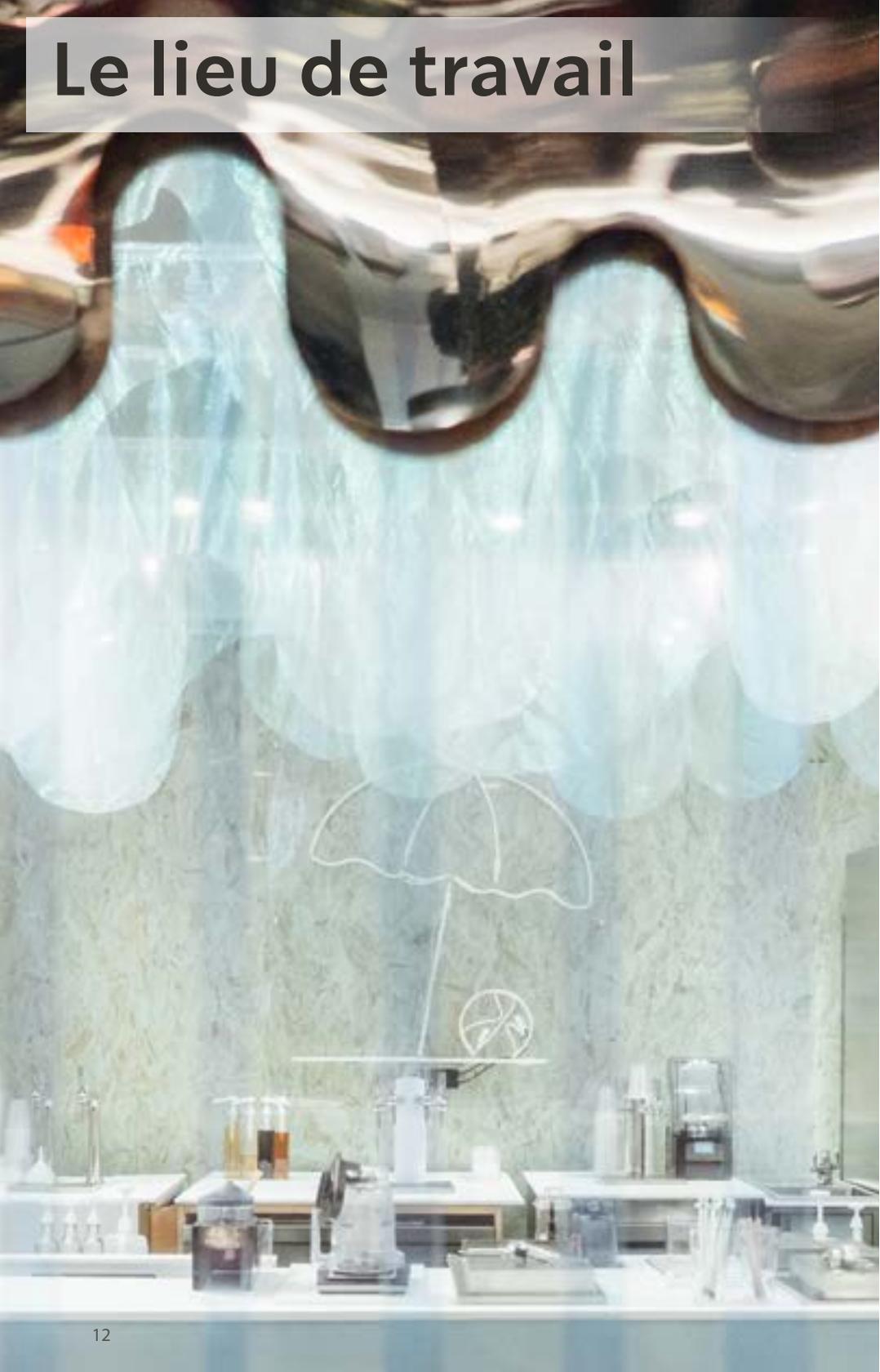
### **Vous avez de l'aide**

Si vous ne savez pas ce qu'il faut faire dans une situation donnée, plusieurs ressources sont à votre disposition, notamment le Centre des ressources pour les partenaires et le service Éthique et conformité.

### **Vous avez une voix**

Si vous pensez qu'une irrégularité a été commise, exprimez-vous et partagez vos préoccupations, en sachant que Starbucks souhaite les entendre et ne tolère pas les représailles contre des partenaires.

# Le lieu de travail



## Comment nous nous traitons les uns les autres

Conformément à sa Déclaration générale sur les droits de la personne, Starbucks favorise l'égalité des chances dans ses pratiques d'embauche en prenant des décisions de recrutement, de maintien en poste et de promotion fondées uniquement sur les qualifications, les compétences, les réalisations et d'autres mérites liés à l'emploi.

Starbucks offre un milieu de travail sain et sécuritaire pour tous les partenaires, un milieu exempt de travail des enfants ou forcé, avec le droit à la non-discrimination sous toutes ses formes, un salaire égal pour un travail égal, et des conditions de travail justes et favorables. Nous respectons également le droit à la vie privée de nos partenaires ainsi que les principes de la liberté d'association et du droit d'adhérer à une convention collective.

Lorsqu'ils embauchent des partenaires âgés de moins de 18 ans, les gestionnaires doivent respecter toutes les limitations établies par Starbucks ou exigées par la loi quant à l'âge minimal d'embauche et quant aux heures et aux tâches effectuées par ces partenaires pour que le travail effectué ne nuise pas aux études, à la santé, à la sécurité et au développement physique ou mental du partenaire.

Tous les partenaires ont le droit de travailler dans un environnement exempt de harcèlement, d'intimidation et de discrimination. Le harcèlement, l'intimidation et la discrimination prennent de nombreuses formes, notamment :

- Commentaires, gestes ou contacts physiques déplacés
- Présentation ou diffusion de photos ou d'autres documents offensants, désobligeants ou sexuellement explicites ou suggestifs, y compris par courriel, par message texte ou sur les médias sociaux
- Blagues, commentaires ou gestes offensants ou désobligeants (qu'ils soient explicites ou insinués)
- Violence ou menaces verbales ou physiques
- Traitement moins favorable en raison d'une caractéristique ou d'un statut personnel protégé
- Divulgence publique des renseignements personnels, sensibles ou privés de personnes ciblées
- Nuisance volontaire inappropriée ou grave au travail, au rendement ou à la carrière d'autres personnes

## Diversité

Starbucks crée et favorise activement un environnement qui inclut toutes les personnes et leurs capacités, forces et différences uniques, et fait la promotion de la diversité comme un avantage stratégique et concurrentiel pour l'entreprise.

Nous respectons la diversité qui existe entre nous, notre clientèle et nos fournisseurs, ainsi que toutes les autres personnes avec lesquelles nous interagissons. Notre objectif est d'être l'une des entreprises les plus inclusives à l'échelle mondiale et de travailler à l'atteinte de l'équité, de l'inclusion et de l'accessibilité pour celles qui sont touchées par nos activités.

# Pratiques commerciales



## Conflits d'intérêts

Nous avons tous le devoir d'éviter les situations qui créent un conflit d'intérêts. Un conflit d'intérêts peut se produire lorsque vous ou un membre de votre famille avez un intérêt personnel, une activité ou une relation qui pourrait interférer ou sembler interférer avec votre capacité de prendre des décisions d'affaires objectives dans l'intérêt supérieur de Starbucks.

Les conflits ne sont pas toujours évidents ou faciles à cerner. Par exemple, un conflit d'intérêts peut survenir lorsque vous (ou un membre de votre famille) :

- menez des activités qui entrent en concurrence avec les intérêts commerciaux de Starbucks ou semblent le faire;
- travaillez pour un fournisseur, un client, un propriétaire de bâtiment, un concurrent de Starbucks ou une personne qui souhaite faire affaire avec Starbucks ou lui fournissez d'autres services (comme des services de consultation ou des services-conseils rémunérés);
- agissez au nom d'une personne ne travaillant pas chez Starbucks afin d'effectuer des transactions avec Starbucks (par exemple, aider quelqu'un à vendre des produits ou des services à Starbucks);
- partagez un droit de propriété ou des intérêts financiers avec un fournisseur, un client, un propriétaire ou un concurrent de Starbucks;
- utilisez des renseignements exclusifs ou confidentiels de l'entreprise à des fins personnelles ou au profit d'une entreprise autre que Starbucks;
- supervisez un membre de votre famille ou un ami proche qui travaille également chez Starbucks, avez une relation hiérarchique directe ou indirecte avec cette personne ou prenez des décisions quant à son emploi;
- recevez ou accordez une faveur ou donnez un cadeau interdit en vertu de la Norme mondiale sur les cadeaux et les divertissements.

Si vous avez été ou êtes témoin d'un conflit d'intérêts réel ou potentiel, vous devez le divulguer sans délai. Vous devez divulguer la situation à votre gestionnaire, aux Ressources pour les partenaires ou au service Éthique et conformité. De nombreux conflits peuvent être évités ou gérés adéquatement lorsqu'ils sont rapidement divulgués.

Les membres du conseil d'administration doivent divulguer les conflits d'intérêts réels, potentiels ou apparents au président du Comité de vérification et de conformité.

## Cadeaux et divertissements

Starbucks s'engage à maintenir les normes déontologiques les plus élevées dans toutes ses transactions commerciales.

Starbucks définit comme don de courtoisie d'affaires tout bien corporel ou incorporel offert ou fourni pour lequel le bénéficiaire ne paie pas la valeur totale. Un don de courtoisie d'affaires peut prendre diverses formes, notamment les cadeaux, les divertissements, les repas, les séjours en établissement hôtelier, les déplacements, les rabais et d'autres faveurs.

Le fait de donner ou de recevoir de l'aide ou d'autres formes de courtoisie d'affaires peut souvent être une coutume, une façon d'exprimer de la gratitude ou de renforcer la bonne volonté dans les relations d'affaires. Toutefois, échanger toute forme de courtoisie d'affaires avec les clients, les fournisseurs ou d'autres tiers avec qui Starbucks fait affaire ou pourrait faire affaire exige un examen attentif et le don de courtoisie ne devrait jamais être remis ou accepté si le geste pouvait influencer nos relations professionnelles ou nos décisions d'affaires, créer un sentiment d'obligation ou donner l'impression de le faire.

Vous devez toujours savoir dans quelle mesure le fait d'accepter ou d'offrir un don de courtoisie d'affaires peut être perçu par le public, par d'autres entités avec lesquelles nous faisons affaire et par d'autres partenaires Starbucks.

Vous devez respecter les limites et les exigences de la politique pertinente de l'entreprise, ce qui, dans certains cas, peut nécessiter une approbation préalable écrite.

L'échange d'articles de valeur avec d'autres entreprises, notamment des magasins et des restaurants, est strictement interdit.

Tout cadeau ou don de courtoisie d'affaires doit être consigné avec exactitude dans les dossiers financiers de l'entreprise.

Si vous n'êtes pas certain qu'un cadeau ou toute autre forme de courtoisie d'affaires est approprié, vous devez consulter votre gestionnaire, les Ressources pour les partenaires ou le service Éthique et conformité avant de prendre quelque mesure que ce soit.

**Cadeaux aux représentants du gouvernement :** Des règles strictes et complexes s'appliquent lors de la conduite d'affaires avec des représentants de gouvernement. Donner ou offrir des cadeaux, même symboliques (comme des articles promotionnels ou un repas), à un représentant du gouvernement peut contrevenir à la loi. L'offre ou le don de tout bien de valeur à un représentant ou à un employé du gouvernement fédéral ou provincial ou d'une administration locale doit être approuvée au préalable et conforme à la Norme anticorruption – Échelle mondiale de la société.

Signalez immédiatement toute allégation de corruption ou de tentative de corruption directement au service Éthique et conformité.

## Corruption

Starbucks livre concurrence de façon équitable, honnête et intègre partout où elle fait des affaires dans le monde. Nous ne tentons jamais d'obtenir un avantage commercial injuste au moyen de pots-de-vin ou de corruption sous quelque forme que ce soit. Nous nous conformons à la Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) des États-Unis, à la UK Bribery Act (UKBA) du Royaume-Uni et aux lois, règles et réglementations anticorruption de tous les pays dans lesquels nous exerçons nos activités, et nous exigeons la même chose de nos partenaires d'affaires, entrepreneurs et tiers.

Il est interdit aux partenaires d'offrir, de promettre, de donner ou d'accepter de l'argent, un équivalent en espèces ou tout bien de valeur pour influencer indûment le résultat de toute décision d'affaires. Nous ne permettons pas non plus à nos mandataires, intermédiaires ou autres tiers de le faire en notre nom. Les pots-de-vin ne se limitent pas aux espèces. Un pot-de-vin peut prendre la forme de cadeaux, de voyage, de repas, de divertissements, de séjour dans un établissement hôtelier, d'offres d'emploi, de dons de bienfaisance ou de contributions politiques.

Nous sommes particulièrement à l'affût des risques de corruption lorsque nous travaillons avec des tiers ou les évaluons. Nous sommes conscients des risques accrus de corruption lorsque nous traitons avec les autorités publiques et nous prenons les mesures appropriées pour les gérer. Les partenaires ne doivent jamais proposer de paiements ni de faveurs lorsqu'ils négocient avec des représentants des gouvernements ou les autorités publiques.

## Entreprise internationale

Les partenaires doivent se conformer à toutes les lois locales et étrangères en matière de douanes et de commerce. Starbucks fera preuve d'exactitude et d'honnêteté pour présenter ses transactions commerciales aux organismes gouvernementaux. Tous les renseignements qu'un partenaire fournit à tout agent des douanes ou à tout mandataire embauché par Starbucks pour faciliter les importations et les exportations doivent être exacts et véridiques.

Si vous faites des affaires à l'échelle internationale pour le compte de Starbucks, assurez-vous de bien comprendre ces lois et d'en savoir suffisamment sur les tiers qui représentent Starbucks pour vous assurer qu'ils prennent les décisions appropriées pour nous.

## Interaction avec le gouvernement

La politique de Starbucks consiste à traiter les autorités gouvernementales avec honnêteté et équité et à se conformer aux demandes et processus gouvernementaux valides.

Les paiements effectués à un agent étranger ou à un représentant du gouvernement doivent être conformes aux lois du Canada et du pays étranger. Les paiements effectués par Starbucks ou en son nom à des agents étrangers

ou à des représentants du gouvernement devraient toujours viser strictement les services rendus et être raisonnables compte tenu de la nature de ces services.

Il est contraire à la politique de Starbucks (et cela peut contrevenir à la loi) d'offrir ou de faire un paiement ou un cadeau de quelque nature que ce soit afin de faciliter un processus local ou d'influencer un représentant de gouvernement local. Un partenaire ne peut en aucun cas effectuer de paiements en violation de la loi ou pour inciter un représentant de gouvernement à faire affaire avec Starbucks.

Si un représentant de gouvernement ou d'un organisme de réglementation communique avec vous pour vous demander de fournir des renseignements ou de vous soumettre à une inspection, vous devez en informer immédiatement votre gestionnaire. Votre gestionnaire prendra les mesures appropriées ou communiquera avec le service approprié pour obtenir des conseils.

Nous devons faire preuve de franchise et d'honnêteté dans nos relations avec le gouvernement et nous ne pouvons pas ordonner ou encourager un autre partenaire ou toute autre personne à fournir des renseignements faux ou trompeurs à un représentant de gouvernement. Les partenaires ne doivent pas ordonner ou encourager la destruction de documents relatifs à une enquête. Certains partenaires seront informés et formés régulièrement afin de se conformer aux lois fédérales pertinentes, y compris celles qui concernent la divulgation des activités de lobbying et de lutte contre la corruption.

## Pratiques de vente et publicité

Starbucks livre concurrence sur les marchés sur la base des mérites de ses produits et services dans toutes ses ventes et sa publicité. Nos communications avec nos clients potentiels doivent être vraies et exactes. Lorsque nous affirmons quelque chose à propos de nos produits et services, nous devons être en mesure de le prouver. Nous vendons la qualité de ce que nous faisons; nous ne dénigrons pas nos concurrents.

## Concurrence loyale

Les lois sur la concurrence loyale visent à promouvoir une concurrence vigoureuse dans un marché libre. Il est dans l'intérêt supérieur de Starbucks de promouvoir la concurrence libre et ouverte. Starbucks doit prendre ses propres décisions d'affaires, à l'abri de toute entente ou de tout accord avec des concurrents ou des fournisseurs qui restreignent la concurrence. Nous considérons que le respect de ces lois est d'une importance capitale.

Lorsqu'ils mènent les activités de Starbucks, tous les partenaires doivent :

- s'abstenir de discuter des prix, de la production ou des marchés avec les concurrents
- s'abstenir de fixer des prix de revente avec les clients ou les fournisseurs
- toujours présenter les services et les produits de Starbucks d'une manière qui respecte nos valeurs fondamentales

- s'abstenir d'inciter un tiers à violer une entente existante
- toujours s'abstenir d'agir d'une manière qui pourrait être vue comme une tentative d'exclusion de concurrents présents ou potentiels ou de contrôler les prix courants

## Activité frauduleuse

Starbucks est déterminée à respecter les normes d'éthique les plus élevées pour tous les partenariats, transactions commerciales et relations et, par conséquent, elle interdit tous les types de fraude, notamment le détournement (vol), la corruption et les fausses déclarations financières et non financières. Les partenaires de Starbucks sont tenus d'évaluer et de mettre en œuvre des processus et des contrôles antifraude, de protéger nos actifs, d'être honnêtes et dignes de confiance dans leurs transactions commerciales et leurs divulgations, de se conformer aux lois et règlements applicables et de signaler toute inconduite interne ou externe connue ou soupçonnée.

Les activités frauduleuses peuvent prendre de nombreuses formes, notamment :

- un vol d'actifs en utilisant des manœuvres internes ou externes, comme un vol d'espèces, des paiements à des fournisseurs ou partenaires fictifs, la prise de contrôle d'un compte ou encore l'attribution d'Étoiles Starbucks ou leur échange contre des récompenses de façon inappropriée;
- une comptabilisation des produits inappropriée, une surévaluation intentionnelle de l'actif et une sous-estimation du passif;
- la falsification de rapports sur l'assurance de la qualité, la manipulation de dossiers sur la sécurité et la salubrité de l'environnement, ou encore la falsification de données liées aux clients, telles que les ventes dans des magasins comparables.



# Nos responsabilités



## Valeurs mobilières

En tant que partenaire, vous pourriez avoir connaissance d'information importante et confidentielle au sujet des activités de Starbucks, souvent appelée « renseignements importants et non publics ». Les partenaires ne peuvent acheter ou vendre d'actions (y compris par l'exercice en argent comptant d'options d'achat d'actions) ou tout autre titre lorsqu'ils sont en possession de renseignements non publics. Afin d'éviter tout problème potentiel, interprétez l'expression « renseignements importants et non publics » au sens large.

Voici des exemples de renseignements importants :

- Renseignements ou résultats financiers et opérationnels
- Développement de nouveaux produits ou services
- Acquisition, coentreprise ou fusion proposée ou en attente
- Enquêtes du gouvernement
- Changements au sein du personnel clé
- Incidents importants liés à la cybersécurité, à la confidentialité des données et à la salubrité alimentaire

Les renseignements sont considérés comme non publics à moins qu'ils n'aient été adéquatement divulgués au public. Parmi les exemples de divulgation efficace, signalons les documents publics déposés auprès des autorités de réglementation des valeurs mobilières et la publication de communiqués de presse des sociétés. Les renseignements que vous pourriez croire publics ne le sont peut-être pas. Par exemple, les renseignements transmis par des tiers, notamment dans les nouvelles ou sur le site Web de Starbucks, peuvent ne pas être considérés comme publics à des fins juridiques.

Il doit également s'écouler suffisamment de temps pour que le marché digère l'information. Starbucks exige que les renseignements soient accessibles au public pendant au moins une journée ouvrable complète avant que vous puissiez négocier des titres Starbucks. Les administrateurs, certains dirigeants et partenaires qui ont régulièrement accès à des renseignements importants et non publics ne peuvent pas non plus effectuer de transaction pendant les périodes de restriction de négociation établies par Starbucks.

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez la politique relative aux opérations d'initiés, que vous pouvez obtenir en communiquant avec le service Éthique et conformité.

## Renseignements confidentiels

Les renseignements de Starbucks doivent être utilisés uniquement pour les affaires de la société et ne doivent être divulgués à personne à l'extérieur de celle-ci. Même au sein de l'entreprise, seules les personnes qui ont réellement besoin de connaître des renseignements confidentiels pour mener leurs activités doivent y avoir accès. Si vous quittez votre emploi chez Starbucks, vous devez retourner tous les documents, ainsi que toute copie, et les biens de la société.

Les renseignements confidentiels comprennent des renseignements sur les fournisseurs, les technologies Starbucks, les recettes, les formules, les mélanges de café, les plans d'affaires et de marketing, les communications internes de l'entreprise ainsi que des renseignements sur les produits actuels et futurs.

Les documents confidentiels :

- doivent être entreposés dans un endroit sûr et ne pas être laissés là où d'autres personnes peuvent les voir;
- doivent être clairement identifiés comme confidentiels;
- ne doivent pas être envoyés à des télécopieurs, numériseurs ou imprimantes laissés sans surveillance;
- ne doivent pas faire l'objet de discussions là où d'autres personnes pourraient entendre.

Tout comme elle protège ses renseignements, Starbucks respecte ceux des autres.

Voici quelques règles de base à suivre :

- ne pas apporter de documents d'employeurs antérieurs chez Starbucks;
- ne pas accepter ni utiliser les renseignements confidentiels de qui que ce soit (ou accepter de préserver la confidentialité des renseignements de quiconque), à moins qu'une entente commerciale ne l'exige. Toute entente visant l'utilisation de renseignements confidentiels d'une autre partie doit être documentée par une entente écrite et approuvée par un vice-président.
- ne pas solliciter de renseignements confidentiels auprès des employés ou fournisseurs actuels ou passés d'une autre entreprise, à moins que cela ne soit exigé par une entente commerciale précise avec Starbucks;
- ne pas faire d'espionnage; faites preuve de transparence lorsque vous obtenez des renseignements sur le marché.

## Propriété intellectuelle

En tant que partenaire, ce que vous créez pour Starbucks appartient à la société. Ces créations comprennent les inventions, les découvertes, les idées, les améliorations, les programmes logiciels, les œuvres d'art et les œuvres d'auteur.

Ce produit du travail appartient à Starbucks s'il est créé ou élaboré, en tout ou en partie, pendant les heures de travail chez Starbucks, dans le cadre de vos fonctions ou au moyen des ressources ou des renseignements de la société. Les partenaires doivent divulguer rapidement à Starbucks, par écrit, tout produit de travail de ce type et collaborer avec la société pour obtenir la protection de Starbucks.

Afin de s'assurer que Starbucks tire parti du travail effectué par des experts-conseils, il est essentiel qu'une entente ou une renonciation écrite appropriée soit définie avant le début des travaux.

N'oubliez pas non plus que nos marques, notamment le nom Starbucks, sont d'une importance capitale pour le succès de Starbucks. Les marques sont fragiles et doivent être utilisées avec précaution et protégées contre toute utilisation abusive. Consultez les lignes directrices de Starbucks pour connaître les utilisations appropriées des marques de commerce.

Lorsque Starbucks utilise le produit du travail d'autres personnes, notamment dans les domaines de l'art et de la musique, elle doit également respecter les règles. Par exemple, vous ne devriez utiliser que les logiciels pour lesquels vous possédez une licence valide et uniquement conformément aux modalités de la licence pour ces logiciels. Les documents écrits et les pièces musicales peuvent être protégés par le droit d'auteur et ne doivent être copiés uniquement que lorsqu'une autorisation a été fournie. Soyez prudent, car ce ne sont pas tous les documents protégés par le droit d'auteur qui comportent un avis.

## Utilisation et conservation des dossiers de la société

La Norme sur la gestion des documents et des renseignements – Échelle mondiale stipule que les partenaires géreront l'information de façon à répondre aux besoins de l'entreprise tout en assurant l'efficacité, la sécurité et le respect des exigences juridiques, réglementaires, contractuelles et commerciales. Cette norme s'applique aux dossiers conservés chez Starbucks sous toutes leurs formes, notamment sur papier et en format électronique.

Si vous êtes responsable de la préparation ou de la conservation de dossiers de Starbucks, veuillez prendre connaissance du guide sur la protection de l'information et la gestion des dossiers de Starbucks et du calendrier de conservation des dossiers de Starbucks – Échelle mondiale, plus particulièrement les périodes de conservation qui visent les dossiers que vous conservez. N'oubliez pas non plus qu'il existe des règles strictes concernant le traitement des renseignements privés et secrets. Ce traitement comprend la collecte, l'entreposage, l'utilisation, la modification, la divulgation et la destruction d'information.

- Les dossiers doivent toujours être préparés avec exactitude et fiabilité, et rangés correctement conformément au guide sur la protection de l'information et la gestion des dossiers de Starbucks et au calendrier de conservation des dossiers de Starbucks – Échelle mondiale.

- Dans les systèmes de comptabilité et de rapports habituels de Starbucks, les dossiers doivent refléter avec exactitude et équité toutes les transactions requises et tous les autres événements.
- Il ne peut y avoir de fonds, d'actifs ou tout autre type de comptes « hors comptabilité » non comptabilisés, quelle qu'en soit la raison.

Vous ne devez pas détruire ou supprimer sciemment des renseignements faisant l'objet d'une conservation de renseignements pour des raisons juridiques, d'une enquête ou d'un audit. Les dossiers relatifs à une action en justice ne peuvent pas être détruits ou jetés et doivent être conservés. Si Starbucks reçoit une citation à comparaître (ou toute autre forme d'ordonnance légale), une demande de dossiers ou d'autres documents juridiques, ou si nous avons des raisons de croire qu'une telle demande est probable, la politique de Starbucks consiste à conserver tous les renseignements pertinents.

## Protection des données personnelles des partenaires et des clients

Starbucks a en sa possession plusieurs actifs informationnels, y compris des renseignements personnels et sensibles, qui sont essentiels au déroulement des activités commerciales, au maintien de la confiance de nos clients et à la prospérité de notre croissance future. Ces renseignements personnels peuvent résider sur des systèmes de traitement numérique, des réseaux ou des dispositifs de sauvegarde, ou peuvent être enregistrés sur papier ou sur d'autres supports d'enregistrement.

La norme en matière de confidentialité de niveau mondial de Starbucks exige que toute collecte, tout site de stockage, toute utilisation, tout partage, tout transfert et toute divulgation de données personnelles soient strictement contrôlés et protégés. De plus, des efforts raisonnables doivent être faits pour s'assurer que les principes fondamentaux de protection des renseignements personnels et de sécurité sont respectés à l'échelle de l'entreprise lors de la gestion des renseignements personnels des partenaires et des clients.

Les efforts raisonnables comprennent :

- S'assurer de la conformité avec toutes les lois et réglementations internationales, fédérales, provinciales et locales ainsi qu'avec les ententes contractuelles applicables;
- Protéger les droits de nos clients, partenaires et relations d'affaires;
- Protéger Starbucks contre le risque d'une atteinte à la protection des données.

Tout incident présumé lié à la protection des données doit immédiatement être signalé au Global Privacy Office à l'adresse [Privacy@starbucks.com](mailto:Privacy@starbucks.com) ou à votre service d'assistance local.

## Livres et registres

Tous les partenaires doivent veiller à l'exactitude et à l'intégrité des dossiers d'entreprise de Starbucks. Cette obligation comprend la fiabilité et l'exactitude des livres et des dossiers, ainsi qu'une divulgation publique complète, équitable, exacte, opportune et compréhensible. Elle comprend également la consignation de façon équitable et détaillée des passifs, des revenus, des coûts et des dépenses de Starbucks, ainsi que toutes les transactions et modifications des actifs et des passifs.

Les livres de compte, les états financiers et les registres de Starbucks devraient être tenus à jour conformément aux exigences de la loi et aux principes comptables généralement reconnus (PCGR). L'ensemble des actifs et des passifs de Starbucks doit être consigné dans ses livres, et les revenus et coûts doivent être comptabilisés dans les périodes appropriées et conformément aux règles et aux exigences des PCGR.

## Comptabilité financière, contrôles internes et questions liées à la vérification

Toute préoccupation concernant la comptabilité, les contrôles internes ou les vérifications doit être rapidement signalée au Service d'assistance sur l'éthique et la conformité. Les signalements peuvent être faits de façon anonyme et seront traités de façon confidentielle.

Selon la façon dont ils sont classifiés, les signalements de cette nature seront transmis au service Éthique et conformité, au chef de la direction de l'éthique et de la conformité ou à l'avocat général du siège social de Starbucks aux États-Unis, au Comité d'audit et de conformité du conseil d'administration ou à l'administrateur indépendant qui préside les séances du conseil.

## Activités politiques

Les activités politiques doivent être menées pendant votre temps libre et à l'aide de vos propres ressources. Vous ne devez pas faire la promotion d'opinions ou de croyances politiques ou personnelles (notamment en affichant ou en distribuant des avis ou d'autres documents) dans les locaux de Starbucks ou à proximité de ceux-ci, et vous ne pouvez pas déclarer ou suggérer que vous parlez au nom de Starbucks ou que la société appuie vos opinions.



# Conformité aux lois et règlements



Starbucks s'engage à respecter entièrement les lois, les règles et les règlements en vigueur dans les pays où elle exerce ses activités. Vous devez vous conformer à l'ensemble des lois, des règles et des règlements applicables dans l'exercice de vos fonctions.

Lorsque vous pensez qu'il y a un conflit entre les normes de Starbucks et une loi, une règle ou un règlement applicable, ou si vous avez une question concernant la légalité de votre conduite ou de celle d'autres partenaires, vous devez consulter votre gestionnaire ou le service Éthique et conformité.



Les normes et politiques énoncées aux présentes ne représentent pas la totalité des normes et politiques applicables de Starbucks, pas plus qu'une explication complète ou exhaustive des lois auxquelles Starbucks et ses partenaires sont assujettis dans un pays donné. Tous les partenaires de Starbucks ont l'obligation permanente de se familiariser avec les lois applicables selon leurs responsabilités professionnelles et avec toutes les politiques de Starbucks. Le non-respect de ces normes, des politiques de Starbucks ou de la loi peut donner lieu à des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au congédiement.

Toute dérogation au Code de déontologie de Starbucks nécessite l'approbation écrite préalable du chef de la direction de l'éthique et de la conformité ou, dans certains cas, du conseil d'administration ou d'un de ses comités. Si une loi applicable l'exige, les renoncements seront rapidement divulgués.

Les normes et politiques discutées aux présentes peuvent être modifiées de temps à autre. Les partenaires doivent consulter les normes du code de déontologie dont la plus récente version est publiée à l'adresse [www.Starbucks.com](http://www.Starbucks.com).

Ces renseignements sont publiés dans des formats accessibles. Pour obtenir de plus amples renseignements, écrivez à [diversity@starbucks.com](mailto:diversity@starbucks.com).

# Communiquer avec nous



Les partenaires ont accès au Service d'assistance et au site Web sur l'éthique et la conformité pour poser des questions ou exprimer leurs préoccupations. Ces services sont accessibles 24 heures sur 24, sept jours sur sept, et les services d'un interprète sont disponibles sur demande.

## Site Web sur l'éthique et la conformité

[www.Starbucks.com/Helpline](http://www.Starbucks.com/Helpline)

## Service d'assistance sur l'éthique et la conformité

Amériques

États-Unis 1 888-803-1477

Canada – Anglais 1 888-803-1477

Canada – Français 1 888-803-1477

Costa Rica : 00 8000 825 0924

Asie-Pacifique

Hong Kong, 006 8000 825 0924

Japon 81 120-491-604

Chine

Chine : 400 990 1441

Europe, Moyen-Orient et Afrique

Autriche 00 8000 825 0924

Italie 00 8000 825 0924

Pays-Bas : 00 8000 825 0924

Suisse 00 8000 825 0924

Royaume-Uni : 00 8000 825 0924



© Starbucks Coffee Company, 2024. Tous droits réservés.

La présente brochure est imprimée sur du papier contenant 30 %  
de fibres recyclées postconsommation.