

Normes d'éthique commerciale de Starbucks



NOTRE MISSION

À chaque tasse, à chaque conversation, avec chaque communauté, nous cultivons les possibilités illimitées qu'offrent les relations humaines.

NOS VALEURS

Lorsque nous faisons de notre mieux, nous associons performances et humanité :

SAVOIR-FAIRE

Nous prenons plaisir à faire attention au moindre détail, quelle que soit notre tâche.
Nous apprenons et transmettons dans une optique de développement continu.
Nous faisons preuve d'excellence avec passion et créativité.

COURAGE

Nous acceptons les sujets de conversations difficiles, dans le respect, pour le bien de tous.
Nous faisons preuve d'audace dans nos idées et n'avons pas peur de sortir de notre zone de confort.
Nous avons à cœur de faire ce qui doit être fait, même lorsque c'est difficile.

LES RÉSULTATS

Nous atteignons constamment nos objectifs avec concentration, intégrité et motivation.
Nous innovons en permanence pour garder une longueur d'avance.
Nous dépassons les attentes des clients que nous servons.

APPARTENANCE

Nous savons pratiquer l'écoute active et créer des liens chaleureux et honnêtes.
Nous reconnaissons et apprécions chaque personne à sa juste valeur.
Nous sommes dignes et respectueux dans nos échanges.

JOIE

Nous sommes fiers de notre travail et nous le pratiquons dans la joie et la bonne humeur.

NOS PROMESSES

La réussite mutuelle à laquelle nous nous engageons
ensemble

En donnant le meilleur de nous-mêmes, nous allons :

NOTRE PROMESSE AUX
PARTENAIRES

Nous diriger vers
un avenir meilleur

NOTRE PROMESSE AUX
CLIENTS

Améliorer le
quotidien

NOTRE PROMESSE AUX
ACTIONNAIRES

Générer des
rendements
durables à long



NOTRE PROMESSE AUX
PRODUCTEURS
Assurer l'avenir de
la culture du café
pour tous

NOTRE PROMESSE À
L'ENVIRONNEMENT
Rendre plus que
ce que nous
prenons

NOTRE PROMESSE À LA
COMMUNAUTÉ
Apporter une
contribution
positive

Contenu



Partager nos valeurs	6
S'exprimer	8
Prendre la bonne décision	10
Le lieu de travail	12
Traitement entre partenaires	13
Diversité	13
Pratiques commerciales	14
Conflits d'intérêts	15
Cadeaux et divertissement	16
Pots-de-vin et corruption	17
Commerce international	17
Interactions avec le gouvernement	17
Pratiques de vente et publicité	18
Concurrence loyale	18
Activité frauduleuse	19
Nos responsabilités	20
Titres de placement	21
Informations confidentielles	22
Propriété intellectuelle	22
Utilisation et conservation de documents de l'entreprise	23
Protection des données personnelles des partenaires et des clients	24
Livres et documents	24
Comptabilité, contrôles internes et audits	25
Activités liées à la politique	25
Respect des lois et des règlements	26
Nous contacter	28

Partager nos valeurs



Pourquoi les Normes d'éthique commerciale (« Normes ») existent-elles ?

- En tant qu'entreprise mondiale, nous sommes soumis aux normes les plus strictes en matière d'éthique et de déontologie.
- Les Normes nous aident à prendre des décisions dans notre travail quotidien.
- Les Normes montrent que nous prenons nos responsabilités au sérieux en matière de règles juridiques et d'éthique.

À qui ces Normes s'adressent-elles ?

- Les Normes s'appliquent à tous les partenaires, cadres et membres du Conseil d'administration, de même qu'à tous les employés temporaires et aux sous-traitants.
- Nous souhaitons également que toutes les parties tierces qui travaillent en notre nom suivent les mêmes normes d'éthique strictes.

En tant que partenaires, nous devons :

- Connaître et suivre les Normes ainsi que les règles de l'entreprise applicables à nos postes.
- Poser des questions lorsque nous ne sommes pas certains du comportement correct à adopter
- Nous exprimer lorsque nous détectons ou soupçonnons un comportement déplacé

Les leaders d'équipe et managers donnent le ton

- Assurez-vous que vos partenaires aient des attentes élevées et montrez l'exemple
- Soyez disponible et assurez-vous que vos partenaires n'hésitent pas à poser des questions et à exprimer leurs inquiétudes
- Faites attention aux éventuels comportements déplacés sur le lieu de travail
- Favorisez l'éthique et la conformité grâce à un apprentissage continu

Norme anti-représailles

Starbucks ne tolère aucune mesure de représailles ou de persécution à l'encontre des partenaires qui posent des questions ou expriment un doute raisonnable par rapport à une éventuelle violation des Normes d'éthique commerciale ou de toute autre procédure Starbucks.

S'exprimer



LORSQUE VOUS SIGNALEZ UN PROBLÈME

CONTACT

Les partenaires peuvent signaler des problèmes en appelant le service d'assistance Éthique et Conformité ou en se rendant sur www.starbucks.com/helpline et en remplissant un formulaire personnalisé.



ASSISTANCE

Le service d'assistance Éthique et Conformité est assuré 24 heures sur 24 par une entreprise tierce neutre. Les partenaires peuvent discuter de leurs problèmes avec un spécialiste qualifié.

MISE EN RELATION

Le rapport est transmis à un partenaire du service Éthique et Conformité qui travaille en collaboration avec la personne ou le département habilités à enquêter et à prendre les mesures nécessaires.



ENQUÊTE

Lorsqu'un problème est signalé, il est traité par un partenaire du support appartenant au service Relations avec les partenaires ou au service Éthique et Conformité, selon le type de problème.

ACTION

Une fois l'enquête terminée, le service Relations avec les partenaires ou le service Éthique et Conformité partagera ses conclusions avec le responsable de l'entreprise ou du service approprié, qui consultera le service des Relations avec les partenaires pour déterminer la meilleure façon de gérer le problème.



PROTECTION

Starbucks ne tolère aucune mesure de représailles à l'encontre des partenaires qui signalent un problème en toute bonne foi.

Prendre la bonne décision



1. Identifiez le problème d'éthique.

- Faites la liste des solutions possibles ainsi que des obstacles à la résolution du problème.

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

3. Déterminez la meilleure approche.

- Est-ce cohérent avec notre mission, nos standards et avec les lois et les réglementations en vigueur ?
- Quel effet votre approche aurait-elle, si elle était publiée dans les médias ?
- Assumeriez-vous l'exemple qu'elle propose pour de futures décisions ?

4. Si les indications ne sont pas claires, demandez des précisions.

5. Allez jusqu'au bout de votre décision.

Vous êtes soutenu

Faites vivre à vos clients des expériences exceptionnelles, tout en sachant que Starbucks vous aidera à faire le bon choix et à exercer vos activités avec intégrité.

Vous avez des responsabilités

Vous jouez un rôle essentiel pour garantir que Starbucks offre un environnement de travail agréable et protéger notre culture, notre réputation et notre marque.

Vous pouvez obtenir de l'aide

Si vous avez des doutes quant à la conduite à adopter dans une situation donnée, des ressources sont à votre disposition, notamment les Ressources humaines et le service Éthique et conformité.

Vous avez droit à la parole

Lorsque vous estimez que quelque chose ne va pas, exprimez-vous et faites part de vos inquiétudes en sachant que Starbucks est à l'écoute et ne tolère aucune réprimande à l'encontre des partenaires qui s'expriment.

Le lieu de travail



Traitement entre partenaires

Conformément à notre Déclaration internationale sur les droits de l'Homme, Starbucks promeut l'égalité des chances dans ses pratiques de recrutement, en prenant des décisions de recrutement, de fidélisation et de promotion uniquement sur la base de qualifications, compétences, réalisations et autres avantages liés au poste.

Le travail des enfants et le travail forcé n'ont pas leur place au sein de Starbucks qui prône le droit à la non-discrimination sous toutes ses formes, un salaire égal pour un travail égal, des conditions de travail justes et favorables, ainsi que la santé et à la sécurité pour tous les partenaires. Nous respectons également le droit à la vie privée de nos partenaires, ainsi que les principes de liberté d'association et le droit de participer à des négociations collectives.

Lors du recrutement de partenaires âgés de moins de 18 ans, les responsables doivent se conformer aux limitations établies par Starbucks ou par la loi concernant l'âge minimum d'embauche, les horaires et les tâches effectuées par ces partenaires. Ces restrictions permettent de garantir que le travail n'affecte pas l'éducation, la santé, la sécurité ou le développement physique et intellectuel de ces partenaires.

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 peuvent prendre diverses formes, notamment :

- Remarques, gestes ou contacts physiques déplacés
- Affichage ou circulation d'images ou d'autres documents de nature insultante, péjorative ou à caractère sexuel, y compris par courrier électronique, service de messagerie ou sur les réseaux sociaux
- Plaisanteries, commentaires ou gestes insultants ou péjoratifs (explicitement ou implicitement)
- Attaques et menaces verbales ou physiques
- Traitement moins favorable sur la base d'une caractéristique ou d'un statut personnel protégé
- Diffusion publique d'informations personnelles, sensibles ou privées de personnes ciblées
- Atteinte au travail, aux performances ou à la carrière d'une autre personne

Diversité

Starbucks incite et crée activement un environnement qui encourage l'inclusion de tous, chacun avec ses capacités uniques, ses points forts et ses différences. Notre société vit cet engagement pour la diversité comme un avantage commercial stratégique et concurrentiel.

Nous respectons la diversité de nos partenaires, de nos clients et de nos fournisseurs, et de tous ceux avec qui nous entrons en contact. Notre objectif est de devenir l'une des sociétés les plus ouvertes au monde, engagée dans la voie de l'équité, de l'inclusion et de l'accessibilité pour ceux que nous touchons.

Pratiques



Conflits d'intérêts

Nous avons tous le devoir d'éviter les situations qui créent un conflit d'intérêts. Un conflit d'intérêts peut survenir lorsque vous ou un membre de votre famille avez un intérêt, une activité ou une relation personnels qui pourraient interférer ou sembler interférer avec votre capacité à prendre des décisions commerciales objectives dans le meilleur intérêt de Starbucks.

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

- Vous engagez dans des activités qui entrent ou qui semblent entrer en concurrence avec les intérêts commerciaux de Starbucks
- Travaillez pour un fournisseur, un client, un propriétaire, un concurrent Starbucks actuel ou une personne cherchant à faire affaire avec Starbucks, ou leur fournissez un autre service (comme fournir des conseils ou agir en tant que conseiller payant)
- Agissez au nom de toute personne ou entité en sus de Starbucks dans toute transaction avec Starbucks (par exemple, en aidant une personne à vendre des produits et/ou des services à Starbucks)
- Avez un intérêt financier ou une participation auprès d'un fournisseur, client, propriétaire ou concurrent de Starbucks
- Utilisez des informations confidentielles ou propriétaires de l'entreprise dans le but d'en tirer un gain personnel ou pour le bénéfice d'une entreprise autre que Starbucks.
- Supervisez, entretenez une relation hiérarchique directe/indirecte ou prenez des décisions relatives à l'emploi d'un membre de la famille ou d'un ami proche qui est également employé chez Starbucks.
- Recevez ou offrez un cadeau ou un service qui n'est pas autorisé selon la Norme internationale relative aux cadeaux et divertissements.

Si vous avez ou prenez connaissance d'un conflit d'intérêts réel ou potentiel, vous devez le signaler rapidement. Vous devez signaler la situation à votre supérieur hiérarchique, à l'équipe des ressources humaines ou au service Éthique et conformité. De nombreux conflits peuvent être évités ou gérés correctement lorsqu'ils sont rapidement divulgués.

Cadeaux et divertissement

Starbucks s'engage à respecter les normes les plus strictes en matière d'éthique dans toutes ses transactions commerciales.

Starbucks définit une marque de courtoisie commerciale comme un article offert ou fourni pour lequel le destinataire ne paie pas la totalité de la valeur. Les gestes de courtoisie commerciale peuvent prendre de nombreuses formes, y compris, mais sans s'y limiter, les cadeaux, divertissements, repas, marques d'hospitalité, voyages, remises et autres faveurs.

Donner ou recevoir des cadeaux ou d'autres marques de courtoisie commerciale peut souvent être une pratique courante et un moyen d'exprimer sa gratitude ou de favoriser la bonne volonté dans les relations commerciales. Cependant, donner ou recevoir des marques de courtoisie commerciale auprès de clients, de fournisseurs ou d'autres tiers avec lesquels Starbucks exerce ou peut faire des affaires nécessite une attention particulière et elles ne doivent jamais être données ou acceptées si elles sont susceptibles d'influencer nos relations professionnelles ou nos décisions commerciales, de créer un sentiment d'obligation, ou de donner l'impression de le faire.

Vous devez toujours être conscient de la façon dont accepter ou offrir une marque de courtoisie commerciale peut être perçue 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 de l'entreprise applicable, qui, dans certains cas, peut nécessiter l'obtention d'une autorisation écrite préalable.

L'échange d'objets de valeur avec d'autres entreprises, notamment des boutiques ou des restaurants, est strictement interdit.

Tout cadeau ou toute marque de courtoisie commerciale offert(e) doit être consigné(e) en détail dans les registres financiers de notre entreprise.

Si vous n'êtes pas sûr qu'un cadeau ou une autre marque de courtoisie commerciale soit approprié(e), vous devez consulter votre supérieur hiérarchique, l'équipe des ressources humaines ou le service Éthique et conformité avant de prendre toute mesure.

Cadeaux offerts à des fonctionnaires d'État : Il existe des lois strictes et complexes lorsque vous faites affaire avec des fonctionnaires d'État. Offrir des cadeaux, même symboliques (comme des articles promotionnels ou un repas) à un fonctionnaire d'État peut être contraire à la loi. Tout objet de valeur offert ou donné à un fonctionnaire ou un employé fédéral, d'État ou local doit être préalablement approuvé et conforme à la norme anti-corruption internationale de l'entreprise.

Signalez immédiatement les allégations de corruption ou les tentatives de corruption directement au service Éthique et conformité.

Pots-de-vin et corruption

Starbucks est en concurrence loyale, honnête et intègre partout où nous exerçons nos activités dans le monde. Nous ne tentons jamais d'obtenir un avantage commercial déloyal par le biais de pots-de-vin ou de corruption sous quelque forme que ce soit. Nous nous conformons à la loi américaine Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), à la loi britannique UK Bribery Act (UKBA) ainsi qu'aux lois, règles et réglementations anti-corruption de tous les pays dans lesquels nous exerçons nos activités. Nous exigeons cette même conformité de la part de nos partenaires commerciaux, sous-traitants et tiers.

Les partenaires ne sont pas autorisés à offrir, promettre, donner ou accepter des espèces et équivalents ou tout objet de valeur dans le but d'influencer indûment le résultat d'une décision commerciale. Nous n'autorisons pas nos agents, intermédiaires ou autres tiers à le faire en notre nom. Les pots-de-vin ne se limitent pas aux espèces. Une gratification peut être constituée de cadeaux, de voyages, de repas, de divertissements, de marques d'hospitalité, d'offres d'emploi et de contributions caritatives ou politiques.

Nous faisons particulièrement attention lorsque nous travaillons avec des tiers potentiels ou que nous les évaluons pour identifier les risques de corruption. Nous reconnaissons les risques accrus de corruption lorsque nous traitons avec des agents publics et prenons les mesures appropriées pour y remédier. Les partenaires ne doivent jamais offrir de paiements de facilitation ou de faveurs lorsqu'ils négocient avec des gouvernements ou des agents publics.

Commerce international

Les partenaires doivent se conformer à toutes les réglementations locales et étrangères relatives à la douane et au commerce. Starbucks sera juste et sincère dans la représentation des transactions commerciales à des administrations gouvernementales. Toutes les informations fournies par un partenaire à des agents des douanes ou à tout autre agent employé par Starbucks pour faciliter l'importation et l'exportation doivent être exactes et véridiques.

Si vous effectuez des transactions internationales au nom de Starbucks, vous devez disposer d'une connaissance approfondie des réglementations en vigueur et en savoir suffisamment sur les tiers opérant au nom de Starbucks pour veiller à ce qu'ils prennent des décisions appropriées en notre nom.

Interactions avec le gouvernement

La procédure de Starbucks est d'interagir de manière honnête et loyale avec les autorités gouvernementales et de satisfaire aux requêtes et procédures administratives valides.

Tout paiement effectué à un agent étranger ou à un représentant du gouvernement doit être légal au regard des lois des États-Unis et du pays étranger. Les paiements effectués par ou au nom de Starbucks à des agents étrangers ou représentants du gouvernement doivent toujours correspondre strictement à des services rendus et doivent être d'un montant raisonnable au vu de la nature de ces services.

Il est contraire à la procédure de Starbucks (et peut être contraire à la loi) d'offrir ou de faire un paiement ou un cadeau de toute nature pour faciliter une procédure locale ou pour influencer un membre de l'administration locale. Un partenaire ne doit en aucune circonstance payer un fonctionnaire d'État en violation de la loi ou inciter cette personne à établir des relations commerciales avec Starbucks.

Si un représentant officiel ou d'une agence de réglementation vous demande de fournir des informations ou de vous soumettre à une inspection, vous devez en informer votre supérieur hiérarchique immédiatement. Ce dernier prendra les mesures appropriées ou contactera le département adéquat pour demander conseil.

Nous devons être honnêtes et francs dans nos interactions avec l'administration et ne devons pas ordonner ou encourager un autre partenaire ou toute autre personne à fournir des données fausses ou mensongères à tout agent ou représentant officiel. Les partenaires ne doivent pas ordonner ou encourager la destruction d'éléments pertinents à une enquête. Certains partenaires recevront des informations et suivront des formations régulières dans le but d'assurer la conformité aux lois fédérales en vigueur, notamment en matière de divulgation, de lobbying et de lutte contre la corruption.

Pratiques de vente et publicité

Starbucks compare très souvent la qualité de ses produits et services à l'occasion de ses ventes ou de ses publicités. Nos communications avec nos clients ou clients potentiels doivent être véridiques et exactes. Lorsque nous indiquons des éléments sur nos produits et services, nous sommes dans l'obligation de justifier nos dires. Nous vantons les mérites de nos prestations mais ne dénigrons pas la concurrence.

Concurrence loyale

Les lois relatives à la concurrence loyale sont destinées à favoriser une concurrence vigoureuse sur un marché libre. Il est de l'intérêt de Starbucks de promouvoir une concurrence libre et ouverte. Starbucks doit être libre de toute entente ou de tout accord conclu avec des concurrents ou des fournisseurs,

destinés à limiter la concurrence, afin de pouvoir prendre ses propres décisions commerciales. Nous considérons que le respect des lois sur la concurrence est capital.

Les principes suivants doivent être observés par chaque partenaire lors de toute activité au nom de Starbucks :

- Ne pas discuter de la tarification, de la production ou des marchés avec des concurrents
- Ne pas convenir de prix de revente avec les clients ou les fournisseurs
- Toujours présenter les produits et services Starbucks dans le respect de nos valeurs fondamentales
- Ne pas inciter une partie tierce à violer un accord existant
- Ne jamais agir d'une manière qui pourrait être interprétée comme une tentative d'exclusion des concurrents actuels ou potentiels ou de contrôle des prix du marché



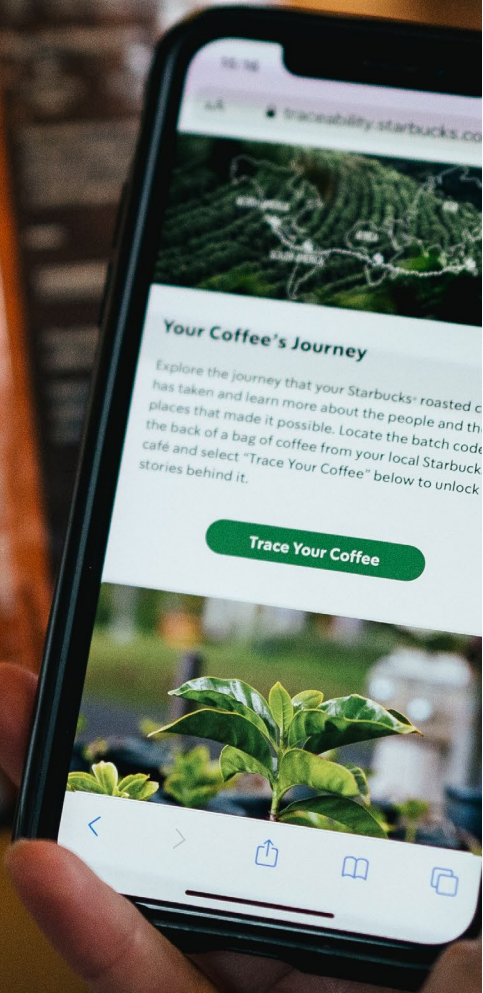
Activité frauduleuse

Starbucks s'engage à respecter les normes éthiques les plus strictes dans toutes les transactions, relations et partenariats commerciaux et interdit donc tous les types de fraude, y compris le détournement d'actifs (vol), la corruption et les déclarations frauduleuses financières et non financières. Les partenaires de Starbucks sont tenus de mettre en place des processus et des contrôles anti-fraude, de protéger les actifs de l'entreprise, d'être honnêtes et dignes de confiance dans leurs relations commerciales et leurs divulgations, de respecter les lois et réglementations en vigueur et de signaler toute faute interne ou externe connue ou suspectée.

Les activités frauduleuses peuvent prendre de nombreuses formes, notamment :

- Le vol d'actifs par des programmes internes ou externes, tels que le vol d'espèces, les paiements à des fournisseurs ou partenaires fictifs, les rachats de comptes et l'émission ou le rachat inapproprié de Starbucks Star Rewards
- La comptabilisation inappropriée des revenus, les surévaluations intentionnelles des actifs et les sous-évaluations des passifs.
- La falsification des rapports d'assurance qualité, la manipulation des dossiers d'hygiène et sécurité relatifs à l'environnement ou la falsification des indicateurs client, tels que des ventes comparables en salon

Nos responsabilités



Titres de placement

En tant que partenaire, vous avez accès à des informations confidentielles et importantes concernant les activités de Starbucks, souvent appelées « informations sensibles non publiques ». Les partenaires ne sont pas autorisés à acheter ou vendre des actions (y compris par l'exercice sans espèces d'options sur actions) ou tout autre titre en possession d'informations sensibles non publiques. Pour éviter tout problème potentiel, considérez le terme « informations sensibles non divulguées » dans son sens le plus large.

Voici une liste non exhaustive des informations matérielles :

- Des résultats ou renseignements financiers et opérationnels
- Le développement de nouveaux produits et services
- Une acquisition, participation ou fusion proposée ou en cours
- Des enquêtes gouvernementales
- Des changements clés dans le personnel
- Des incidents importants en matière de cybersécurité, de protection des données ou de sécurité alimentaire

L'information est considérée comme étant privée à moins qu'elle n'ait été divulguée au public de manière appropriée. Les divulgations effectives peuvent, par exemple, comprendre le dépôt public de documents auprès des autorités de réglementation des titres et la publication, par l'entreprise, de communiqués de presse. Ce qui vous semble constituer une information publique peut ne pas l'être. Par exemple, les informations partagées par des tiers, y compris dans des rapports d'actualités ou sur le site web de Starbucks, ne peuvent pas être considérées comme publiques à des fins juridiques.

Par ailleurs, un laps de temps adéquat doit s'écouler pour permettre au marché d'assimiler la nouvelle. Chez Starbucks, nous exigeons que l'information soit publiée et disponible au public pendant au moins un jour ouvré complet avant que vous ne soyez autorisé à mener une opération impliquant des titres Starbucks. Les directeurs, certains cadres et les partenaires disposant d'un accès régulier aux informations sensibles non publiques sont également interdits de transactions au cours des périodes de blocage décrétées par Starbucks.

Pour plus d'informations, reportez-vous à la procédure relative au délit d'initié, disponible auprès du service Éthique et conformité.

Informations confidentielles

Les informations de Starbucks doivent être utilisées uniquement dans le cadre des activités liées à la société et ne doivent en aucun cas être divulguées à des personnes en dehors de la société. Au sein même de la société, seules les personnes qui ont vraiment besoin d'informations pour mener leur activité doivent y avoir accès. Si vous quittez Starbucks, vous devez rendre les documents et les biens confidentiels de la société ainsi que toutes les copies.

Les informations confidentielles comprennent notamment les informations sur les fournisseurs, les technologies Starbucks, les recettes, les formules, les mélanges, les plans marketing et commerciaux, les communications internes de la société ainsi que les informations existantes et futures relatives aux produits.

Les informations confidentielles :

- doivent être conservées dans un endroit sûr et ne doivent pas rester au vu et au su de tous.
- doivent être clairement identifiées comme étant confidentielles
- ne doivent pas être envoyées sur des fax, des scanners ou des imprimantes non surveillés
- ne doivent pas être divulguées en public

Tout comme nous prenons soin de protéger nos informations, Starbucks respecte les informations confidentielles des autres sociétés.

Voici quelques règles élémentaires :

- n'apportez pas de documents provenant d'employeurs précédents dans les locaux de Starbucks
- n'acceptez pas ou n'utilisez pas les informations confidentielles d'une autre personne (ou n'acceptez pas de garantir la confidentialité des informations recueillies), sauf si un accord commercial spécifique l'exige. Tout accord d'utilisation des informations confidentielles d'une autre partie doit être documenté par un accord écrit et approuvé par un vice-président.
- ne sollicitez pas d'informations confidentielles auprès des employés ou fournisseurs actuels ou anciens d'une autre entreprise, sauf si un accord commercial spécifique avec Starbucks l'exige
- ne faites pas d'espionnage ; agissez au-dessus de tout soupçon pour obtenir des informations sur le marché

Propriété intellectuelle

En tant que partenaire, vos créations chez Starbucks sont la propriété de la société. Cela inclut les inventions, les découvertes, les idées, les améliorations, les programmes logiciels, les œuvres d'art et les droits d'auteur. Le produit de votre travail est la propriété de Starbucks s'il est créé ou développé, en tout ou en partie, pendant vos heures de travail, dans le cadre de vos tâches ou grâce à l'utilisation des ressources ou des informations de la société. Les partenaires doivent, rapidement et par écrit, présenter à Starbucks le produit de leur travail et concourir aux efforts de la société pour obtenir les protections nécessaires à Starbucks.

Afin de s'assurer que Starbucks reçoive les bénéfices d'un travail exécuté par des consultants externes, il est nécessaire de conclure une renonciation ou un accord écrit approprié avant le début de tout travail.

Rappelez-vous également que nos marques, y compris le nom de Starbucks, sont très précieuses pour le succès de Starbucks. Les marques sont fragiles et doivent être utilisées avec soin ; elles doivent être protégées contre toute utilisation abusive. Consultez les directives Starbucks pour une utilisation correcte des marques commerciales.

Lorsque Starbucks utilise le produit du travail de tiers, notamment l'art et la musique, nous devons également nous assurer de suivre les règles établies. Par exemple, n'utilisez que des logiciels pour lesquels vous disposez d'une licence valide, et ne les utilisez qu'en accord avec les termes de la licence d'utilisation. Le matériel écrit et la musique sont peut-être protégés par la législation sur la protection des droits d'auteur et ne doivent être copiés que lorsque cela est permis. Soyez prudent car certains documents protégés par des droits d'auteur ne portent aucune mention.

Utilisation et conservation de documents de la société

La norme internationale relative à la gestion des informations et des documents de Starbucks stipule que les partenaires sont tenus de gérer les informations d'une manière qui à la fois réponde aux besoins de l'activité et garantisse l'efficacité, la sécurité et la conformité avec toute obligation légale ou réglementaire, contractuelle ou commerciale. Cette norme s'applique aux documents conservés sous toutes leurs formes chez Starbucks, y compris aux documents écrits ou sous forme électronique.

Si vous êtes responsable de la préparation ou de la préservation de documents de Starbucks, familiarisez-vous avec le Guide de services de protection des informations et de gestion des documents de Starbucks (IRM

Handbook), le Calendrier de conservation des documents de Starbucks (SRRS-Global) et plus particulièrement avec les périodes d'archivage applicables aux documents que vous conservez. Par ailleurs, n'oubliez pas qu'il existe des règles strictes concernant le traitement et l'utilisation des données personnelles et confidentielles. Ces règles s'appliquent notamment à la collecte, à l'utilisation, à la conservation, à la modification, à la divulgation et à la destruction des informations.

- Les dossiers doivent toujours être préparés avec précision et fiabilité, et stockés correctement conformément au IRM Handbook et au SRRS-Global.
- Les documents doivent énumérer, de manière précise et correcte, conformément aux systèmes de comptabilité et de déclaration normaux de Starbucks, toutes les transactions et autres événements nécessaires.
- Il ne peut exister de fonds, d'actifs ou tout autre type de comptes « hors livres » qui ne seraient pas comptabilisés, quelle que soit la raison de l'existence de tels comptes.

Il est interdit de détruire ou d'ignorer sciemment des informations sujettes à une saisie juridique, une enquête ou un audit. Les documents constituant des preuves dans le cadre d'actions en justice ne peuvent pas être détruits ou ignorés et doivent être conservés. Si Starbucks reçoit une assignation à comparaître (ou toute autre forme d'injonction), une requête ou une ordonnance de production de documents ou d'autres titres légaux, ou si nous avons tout lieu de croire qu'une telle assignation, requête ou ordonnance est susceptible d'être formulée, la procédure de la société est de conserver toutes les informations pertinentes à l'affaire en cours.

Protection des données personnelles des partenaires et des clients

Starbucks détient de nombreux actifs informationnels, notamment des informations personnelles et sensibles dont dépend la confiance des clients, et qui s'avèrent essentielles au bon fonctionnement de la société et à la construction d'un avenir solide. Ces informations personnelles peuvent être stockées sur des systèmes informatiques, des réseaux ou des dispositifs de sauvegarde numériques, ou être enregistrées sur papier ou tout autre support d'enregistrement.

La Norme internationale relative à la confidentialité de Starbucks exige que la collecte, les emplacements de stockage, les utilisations, les partages, les transferts et les divulgations de données personnelles soient strictement contrôlés et protégés. Des efforts raisonnables doivent par ailleurs être fournis pour assurer le respect des principes fondamentaux de la confidentialité et de la sécurité dans l'ensemble de l'entreprise pour la gestion des informations personnelles des partenaires et des clients.

Par « efforts raisonnables », nous entendons :

- Assurer le respect des lois et réglementations internationales, fédérales, étatiques/provinciales et locales et des engagements contractuels applicables,
- Protéger les droits de nos clients, partenaires et contacts commerciaux, et
- Protéger Starbucks contre le risque de violation des données.

Si vous suspectez une violation de confidentialité, vous devez la signaler immédiatement en écrivant au Service Confidentialité international à l'adresse Privacy@starbucks.com ou en vous adressant à votre service d'assistance local.

Livres et documents

Tous les partenaires doivent garantir l'exactitude et l'intégrité des documents d'entreprise de Starbucks. Cela inclut la fiabilité et la précision des livres et des documents ainsi qu'une diffusion complète, juste, précise, rapide et compréhensible. Cela inclut, en reflétant équitablement et de manière suffisamment détaillée, les responsabilités, revenus, coûts et charges de Starbucks, ainsi que toutes les transactions et variations des actifs et des passifs.

Les livres de comptes, les états financiers et les registres de Starbucks doivent être conservés conformément aux dispositions requises par la loi et aux exigences des principes comptables généralement reconnus. Tous les actifs et les passifs de Starbucks doivent être correctement enregistrés dans ces livres, et les revenus et les coûts doivent être enregistrés dans les délais appropriés et conformément aux règles et exigences des principes comptables généralement reconnus.

Comptabilité, contrôles internes et audits

Les questions relatives à la comptabilité, aux contrôles internes et aux audits doivent être rapidement signalées au service d'assistance Éthique et conformité. Vous pouvez conserver l'anonymat si vous le souhaitez et les informations transmises sont traitées de manière confidentielle.

Selon leur priorité, les rapports de cette nature seront envoyés au service Éthique et conformité, au directeur préposé à l'éthique et à la conformité, à l'avocat-conseil au siège social de Starbucks U.S., ainsi qu'au Comité d'audit et de conformité du Conseil d'administration ou au directeur indépendant du Conseil d'administration.

Activités liées à la politique

Les activités liées à la politique doivent être menées sur votre temps libre et avec vos ressources propres. Vous ne devez promouvoir aucune opinion ou croyance personnelle (y compris par l'affichage ou la distribution de feuillets ou autres documents) dans ou aux abords des locaux de Starbucks et vous ne devez pas indiquer ou suggérer que vous parlez au nom de Starbucks ou que la société soutient votre position.

Respect des lois et des règlements



Starbucks s'engage à respecter pleinement les lois, les règles et les réglementations des pays dans lesquels elle est implantée. Vous devez respecter toute loi, règle et réglementation applicable dans l'exercice de votre travail.

Si vous pensez qu'il existe un conflit entre les Normes et une loi, une règle ou une réglementation applicable, ou si vous avez une question concernant la légalité ou le caractère approprié de votre conduite ou de celle d'un autre partenaire, n'hésitez pas à consulter votre supérieur hiérarchique ou le service Éthique et conformité.

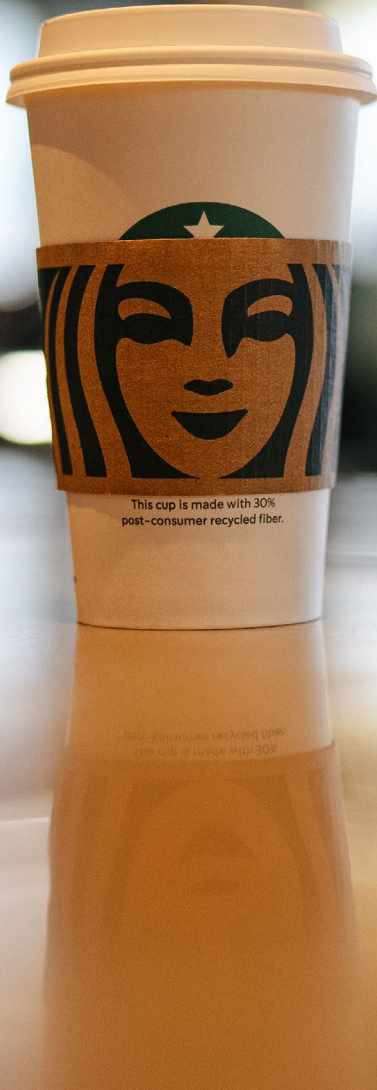


Les lignes de conduite énoncées dans ce guide ne constituent pas l'ensemble des normes et procédures applicables de Starbucks. Il ne s'agit pas d'une explication exhaustive ou complète des lois applicables à Starbucks et à ses partenaires dans un pays particulier. Tous les partenaires Starbucks ont la responsabilité permanente de se familiariser avec la législation applicable à leur activité pour Starbucks et avec toutes les procédures de Starbucks. Toute violation de ces Normes, de toute autre procédure de Starbucks ou de la loi peut donner lieu à une action disciplinaire pouvant aller jusqu'au licenciement.

Toute dérogation aux Normes d'éthique commerciale au sein de l'entreprise nécessite l'approbation écrite préalable du directeur préposé à l'éthique et à la conformité ou, dans certaines circonstances, du Conseil d'administration ou d'un comité de ce dernier. Si la loi en vigueur l'exige, les dérogations seront divulguées rapidement.

Les normes et procédures décrites dans ce guide peuvent être modifiées de temps à autre. Les partenaires sont encouragés à consulter les Normes d'éthique commerciale dont la version la plus récente est publiée sur www.starbucks.com.

Nous contacter



Le service d'assistance et l'outil de soumission de rapport en ligne Éthique et Conformité sont disponibles pour tous les partenaires qui souhaitent poser des questions ou exprimer leurs inquiétudes. Ils sont disponibles 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, et un interprète peut être mis à votre disposition sur demande.

Outil de soumission de rapport en ligne Éthique et conformité

www.Starbucks.com/Helpline

Service d'assistance Éthique et conformité

Continent américain

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 00 800 0825 0924

Italie 00 800 0825 0924

Suisse 00 800 0825 0924

Pays-Bas 00 800 0825 0924

Royaume-Uni 00 800 0825 0924



© 2024 Starbucks Coffee Company. Tous droits réservés.

La présente brochure est réalisée à partir de 30 % de papier recyclé.