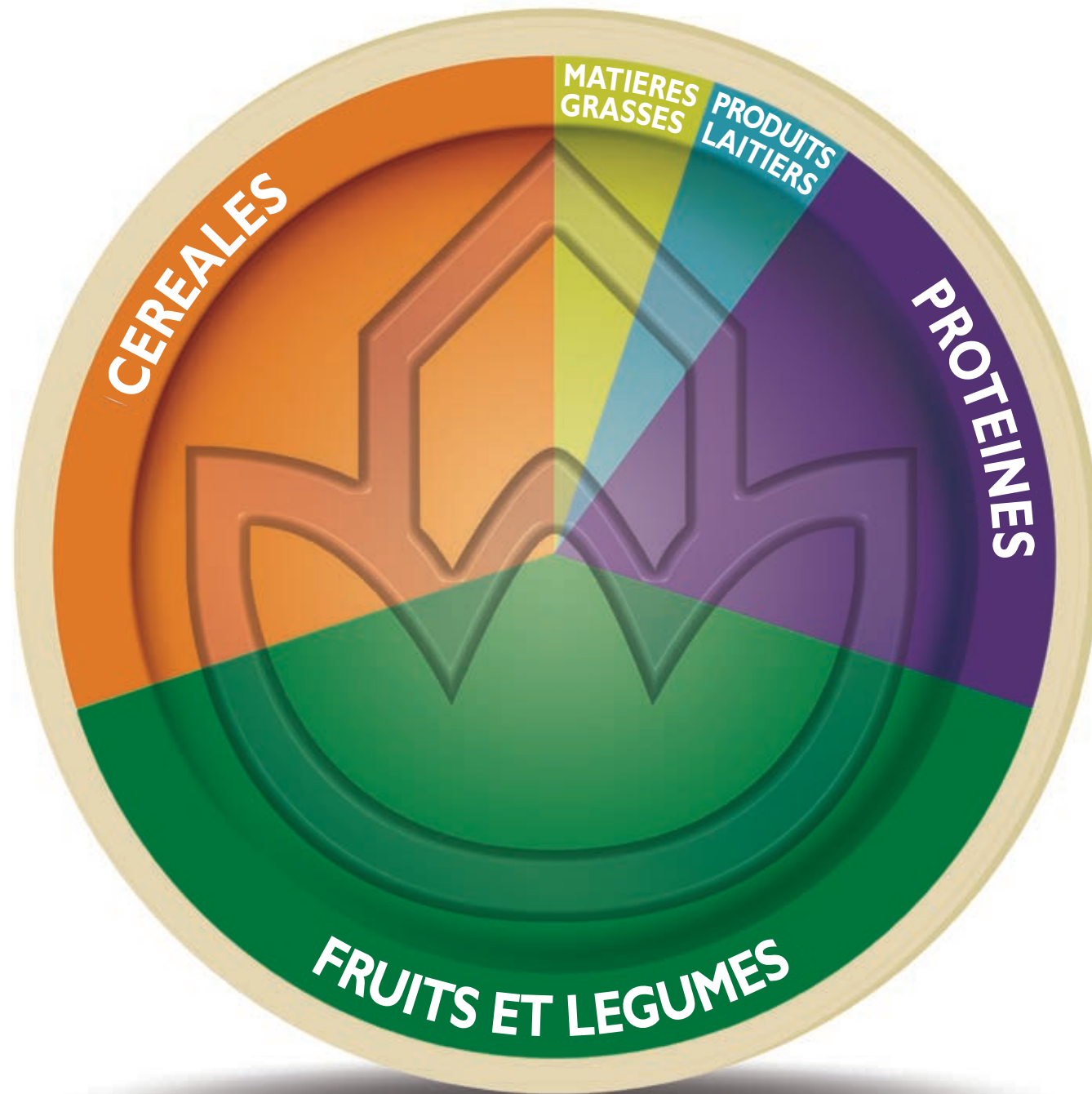




NATUR HOUSE

**CODE DE DEONTOLOGIE
NATURHOUSE HEALTH, S.A.**





Mot du président

Tout au long de nos 25 années d'activité dans le domaine de la rééducation alimentaire, notre entreprise s'est développée de façon progressive. Au cours de cette période, nous avons franchi un certain nombre de frontières et avons réussi à obtenir une certaine reconnaissance de la part de nos clients, franchisés, collaborateurs et actionnaires, ce dont nous nous félicitons. Ceci nous oblige à redoubler d'efforts afin de veiller à ce que les principes et les valeurs de Naturhouse régissent en permanence toutes les décisions et lignes de conduite.

Le présent code de déontologie et de conduite traduit cette volonté et, loin de se réduire à une simple succession de règles, vise à inculquer une culture de la conformité tout en veillant à guider tous les acteurs avec lesquels nous entretenons des relations en ce qui concerne la position éthique à adopter et la mise en application dans le cadre de leurs activités quotidiennes.

Je sais que je peux compter sur le soutien de tous les membres de Naturhouse pour veiller à sa bonne mise en œuvre, favorisant ainsi la réussite durable et responsable de notre entreprise. Je vous remercie d'avance de veiller au respect du présent code et j'ai la conviction qu'il nous aidera à nous sentir fiers de travailler et d'exercer nos activités au sein de cette entreprise et à maintenir ainsi son excellente réputation. Sincères salutations,

Félix Revuelta

Président et fondateur de Naturhouse Health, S.A.

SOMMAIRE

	Introduction	05
1.	Finalité. Objet	09
2.	Champ d'application	10
3.	Définition de personnes liées	11
4.	Groupe de sociétés	15
5.	Principes et valeurs	16
6.	Autres codes de conduite internes en vigueur	18
7.	Principes de conduite fondamentaux	20
8.	Informations confidentielles. Protection de la propriété intellectuelle et industrielle	28
9.	Clauses contractuelles	31
10.	Instance responsable de la conformité	32
11.	Application obligatoire	33
12.	Circuit de consultation / signalement	34
13.	Régime disciplinaire	36
14.	Formation	36
15.	Révision / actualisation	37

INTRODUCTION

“ LE CODE DE DEONTOLOGIE DESIGNER LA NORME INTERNE SUPERIEURE QUI DEFINIT LES PRINCIPES, LES VALEURS ET LES REGLES DE CONDUITE REGISSANT LE COMPORTEMENT DE TOUTES LES PERSONNES ENTREtenant DES RELATIONS AVEC L'ENTREPRISE DANS LE CADRE DE LEUR ACTIVITE PROFESSIONNELLE AINSI QUE L'INTEGRATION DE CHACUN DANS LA CULTURE DE L'ENTREPRISE ”

Naturhouse Health, S.A. (dénommée ci-après « Naturhouse » ou « la Société »), est un groupe international spécialisé dans les domaines de la diététique et de la nutrition, suivant un modèle d'entreprise propre exclusif reposant sur la « Méthode Naturhouse » qui a permis d'améliorer la qualité de vie de plus de 5,5 millions de personnes en exportant dans le monde entier les meilleures pratiques en matière de conseil nutritionnel. L'entreprise propose un large éventail de produits naturels développés en interne et possède son propre réseau de distribution. Forte d'une expérience de plus de 20 ans dans le domaine de la rééducation alimentaire et de nombreux témoignages de réussite de la part de clients de Naturhouse, l'entreprise a mis au point une méthode efficace et unique de maintien et de contrôle d'un poids idéal.

Naturhouse est née de la création de Kiluva, groupe familial fondé en 1986 par la famille Revuelta. Grâce à ses années d'expérience dans le domaine de la nutrition, le fondateur et président actuel de la société, Félix Revuelta, a constaté

en Espagne la présence d'un créneau important pour une entreprise spécialisée dans le secteur de la nutrition et du commerce de produits d'origine naturelle mais présentant des caractéristiques particulières, ainsi que des services de conseil qualitatifs permettant d'adapter parfaitement le produit et les règles alimentaires aux attentes et situations particulières des clients, répondant ainsi à leurs besoins. Aujourd'hui, après plus de 20 ans d'existence, Naturhouse compte environ 2 000 centres implantés dans 30 pays et bénéficie d'une image de marque reconnue au niveau international.

L'enseigne s'est développée aussi bien en termes de taille que de présence en s'inscrivant dans une démarche d'amélioration continue tout en anticipant les évolutions du monde des affaires dans les pays où sa Méthode est mise en œuvre. Dans le cadre de son obligation et de son engagement en matière de surveillance et de contrôle des changements réglementaires et des nouvelles exigences du marché, le Conseil d'administration, dans la lignée de la réforme du

Code pénal engagée en vertu de la loi organique no 1/2015 du 30 mars 2015, qui est entrée en vigueur en juillet dernier, et des rapports favorables émanant des Commissions déléguées du Conseil, Commissions d'audit, des nominations et des rémunérations, a décidé d'adopter et de mettre en œuvre un Système ou Programme de prévention des délits conforme aux exigences et conditions visées à l'article 31bis du Code pénal, dans sa version actuelle, renforçant s'il y a lieu les exigences existantes en matière de déontologie et définissant des modèles rigoureux d'organisation et de gestion mettant en place des mesures de surveillance et de contrôle appropriées pour la prévention des délits.

En outre, la mise en œuvre d'un Modèle de prévention des délits nécessitant la mise en place de procédures visant à élaborer/renforcer et diffuser des politiques internes et définir une approche globale de gestion des risques, il convient d'accomplir certaines tâches, à savoir l'identification des processus dans le cadre desquels des délits sont susceptibles d'être commis, l'identification des risques liés à l'activité, la

valorisation et la priorisation des risques identifiés, la révision des contrôles associés existants ainsi que la proposition et la mise en œuvre d'un Plan d'action, tout ceci en étroite collaboration avec le service d'audit interne et en tablant sur l'engagement de tous les niveaux de l'organisation. Le Conseil d'administration, lors de sa réunion du 10 novembre 2015, a posé les fondations du développement dudit modèle et validé notamment les initiatives suivantes :

- a. Confier à la Commission d'audit, en collaboration avec la Commission de nomination et de rémunération, la direction de la Société et la responsable du service d'audit interne, la tâche de lancer le processus de mise en œuvre d'un Modèle de prévention des délits, incluant formellement la définition et la diffusion du Code de déontologie de la Société constituant la norme interne supérieure régissant tous les aspects et comportements.
- b. Mobiliser les ressources nécessaires, d'un point de vue raisonnable, en vue de la mise en œuvre de la réglementation,

conformément au plan de travail en cours de développement et aux critères pris en considération par la Commission d'audit.

c. Contrôler, au moyen d'un système de reporting du service d'audit interne et d'un nombre approprié de réunions de suivi périodiques, la bonne mise en œuvre du plan défini et l'atteinte des objectifs en matière de conformité réglementaire.

À l'heure actuelle, la mise en place du Modèle de conformité est le fruit d'un processus de révision et de refonte de la réglementation interne en général et du présent Code en particulier, à des fins de cohérence, de sens pratique et afin d'acquiescer une force juridique, dans le but, au final, d'obtenir un engagement de la part de toutes les personnes faisant partie de l'entreprise ou entretenant des relations avec celle-ci. L'approbation définitive du présent Code de la Commission d'audit en date du 22 juillet a donné lieu à la validation du texte définitif du Code de déontologie, qui peut faire l'objet d'une révision annuelle, et d'un Manuel de prévention légale qui reprend toutes les actions de l'entreprise.



I. FINALITE ET OBJET

Le présent code de déontologie et de conduite constitue une déclaration expresse des valeurs, des principes et des règles qui doivent régir le comportement de tous les membres du Groupe dans le cadre de leur activité professionnelle, le respect des droits humains et du travail ainsi que l'intégration de chacun, dans toute sa complexité et diversité, dans la culture de l'entreprise. Les présentes règles visent essentiellement à servir de guide de conduite à l'attention de l'ensemble des cadres, des collaborateurs en général et de toute autre personne qui collabore, fournit des services et entretient des relations ou est lié à Naturhouse et/ou à son Groupe, dénommé ci-après « Personne liée », dans le but de contrôler et de prévenir tout type d'acte illicite pénal ou frauduleux, de quelque nature que ce soit.

À cette fin, le Code de déontologie de la Société vise principalement à :

- Diffuser les valeurs, principes et objectifs qui régissent l'activité de la Société en ce qui concerne les droits humains et sociaux.

- Veiller à ce que toutes les personnes qui travaillent au sein de la Société et/ou qui entretiennent des relations avec celle-ci acceptent et respectent les pratiques énoncées dans le Code.

- Veiller à ce que tous les utilisateurs fassent preuve de professionnalisme afin de prévenir, détecter et éradiquer les comportements irréguliers, et contribuer ainsi au processus de réflexion critique et de transformation des valeurs de la Société en ayant recours aux mécanismes permettant de signaler toute incompatibilité éventuelle avec le Code de déontologie et la législation. Pour toutes les communications se rapportant au présent Code, une plateforme de signalement (se reporter au paragraphe 12) a été mise en place et permet au Comité d'éthique de traiter et de prendre toutes les mesures requises pour répondre aux signalements effectués.

Les présentes règles prennent effet à compter de la date de leur validation par le Conseil d'administration, date à partir de laquelle celles-ci sont communiquées aux Personnes liées qui doivent s'engager à les respecter.

2. CHAMP D'APPLICATION

Le Code de déontologie du Groupe s'adresse aux Personnes liées. Ce terme désigne les collaborateurs qui sont tenus de connaître et d'accepter son contenu et s'engagent à le respecter à compter de la date à laquelle ils rejoignent la Société, les fournisseurs, sous-traitants, clients, franchisés et autres tiers qui entretiennent des relations juridiques et sont assujettis aux principes énoncés dans le présent Code le cas échéant après son approbation par le Conseil d'administration (les engagements et exigences particulières s'appliquant à chacun d'eux sont précisés au paragraphe 3 ci-après).

Il s'applique en outre à toutes les filiales faisant partie du Groupe de sociétés (le périmètre complet est décrit au paragraphe 4 du présent Code) et implantées dans les différents pays dans lesquels la Société exerce ses activités, indépendamment de toute autre réglementation territoriale.

En cas de contradiction ou de divergence entre les présentes règles et la réglementation territoriale, ceci doit, préalablement à toute action, être porté à la connaissance de la Commission d'audit qui engagera une procédure d'arbitrage, en respectant dans tous les cas le principe d'application de la norme la plus rigoureuse.

3. DEFINITION DE PERSONNES LIEES

Le contenu du présent Code de conduite s'applique à toutes les parties prenantes entretenant des relations avec la Société et devant s'engager à faire preuve d'intégrité et à respecter les bonnes pratiques. Les exigences nécessitant l'acceptation du présent Code ainsi que les engagements sociaux que celui-ci implique pour la Société sont précisées ci-après :

I. COLLABORATEURS / CADRES

Les collaborateurs, indépendamment de leur position hiérarchique et de leur situation géographique, s'engagent à veiller au respect de la législation et de la réglementation en vigueur sur le lieu d'exercice de leur activité, en tenant compte de toutes les interdictions visées dans les présentes règles. Par ailleurs, Naturhouse définit des politiques visant à promouvoir la diversité interne et le bien-être de chacun à tous les niveaux de l'organisation, politiques qui se traduisent par les pratiques suivantes :

- Atteinte de l'équilibre et conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle et familiale du collaborateur, grâce à la mise en place de mesures de gestion des ressources humaines appropriées.
- Programmes de formation suffisants et adaptés aux besoins du personnel et engagement permanent de la part du collaborateur et de la Société à actualiser et approfondir sa formation à des fins de développement professionnel et dans le but d'atteindre les objectifs personnels.
- Politique appropriée de prévention des risques du travail et mobilisation des ressources nécessaires à cette fin.
- Communication d'informations pertinentes relatives aux meilleures pratiques, aux valeurs, à la mission et à l'importance de leur implication aux fins des activités de la Société.

II. REPRESENTANTS DE LA SOCIETE

Les personnes qui agissent en qualité de représentants de la Société ou du Groupe dans des sociétés ou entités ne faisant pas partie de celui-ci sont tenues de respecter les dispositions du présent Code et de veiller à la bonne mise en œuvre de ses principes dans les sociétés et entités dans lesquelles elles représentent la Société.

III. FOURNISSEURS

Naturhouse S.A. définit des critères de sélection optimaux garantissant l'évaluation objective et transparente des fournisseurs auxquels il est fait appel. Les principaux aspects pris en considération dans le cadre de la définition de critères optimaux en matière de prestation de services et/ou de fourniture de produits sont les suivants :

- La qualité du produit acquis ou du service reçu.
- La solvabilité technique du fournisseur.
- Les conditions économiques les plus favorables.

· Les expériences ou relations antérieures avec la Société. Les critères mentionnés ci-dessus font l'objet d'une évaluation comparative d'un nombre pertinent d'offres dans le but d'obtenir le meilleur service possible. Le choix définitif doit être le fruit d'une évaluation objective et transparente.

En outre, les entreprises qui fournissent un quelconque service sont tenues de respecter le présent Code, garantissant ainsi à la Société une harmonisation des valeurs et des engagements dans le but d'établir une relation transparente, véridique, honnête et conforme aux bonnes pratiques. Aucun aspect à caractère personnel concernant l'une des parties n'est pris en considération, notamment les cas suivants :

- La perception de commissions illicites, pots-de-vin, lots/cadeaux susceptibles d'être interprétés comme n'entrant pas dans le cadre d'une pratique commerciale ou d'une marque de courtoisie est interdite. Il convient, en conséquence, d'évaluer les aspects contraires aux critères d'évaluation objectifs.
- La perception d'un bénéfice à caractère personnel, subjectif ou familial, de quelque nature que ce soit, dans le cadre d'une procédure de passation de marchés, et ne se rapportant pas à l'objectif de celle-ci.

IV. CLIENTS

La satisfaction du client repose sur l'atteinte de ses objectifs en termes de poids de forme et de rééducation alimentaire. À cette fin, dans le cadre de chacune de ses relations avec ses clients, la Société s'engage à garantir leur bien-être ainsi qu'à leur fournir un service de qualité afin de répondre à leurs attentes, tel que précisé dans les documents relatifs à l'idéologie de Naturhouse et aux bonnes pratiques en matière de conseil. Elle garantit que les informations qui se trouvent en la possession du Groupe dans le cadre de ses relations avec ses clients sont protégées par la législation relative à la protection des données à caractère personnel et les mesures appropriées sont prises pour veiller à sa bonne application.

V. AUTRES PARTIES PRENANTES

En ce qui concerne toute personne assujettie à d'autres normes, en complément du présent Code (autres normes, codes, programmes ou politiques à caractère sectoriel ou découlant, notamment, de la législation nationale des pays dans lesquels elle exerce ses activités), il convient de mettre en place une coordination appropriée afin de garantir la cohérence entre lesdites normes, politiques ou systèmes et le présent Code. En cas de doute quant à la norme applicable, il convient d'en référer à la Commission d'audit qui respectera, dans tous les cas, le principe d'application de la norme la plus rigoureuse.



4. GROUPE DE SOCIETES

Comme précisé antérieurement, les présentes règles s'appliquent à toutes les sociétés qui font partie du groupe Naturhouse, sans exception, celles-ci s'engageant à agir conformément aux principes énoncés dans le présent Code. Aux fins des présentes règles, le Groupe Naturhouse désigne, outre Naturhouse Health, S.A., toutes les sociétés qui, en vertu des dispositions de l'article 42 du Code du commerce, se trouvent sous le contrôle de celle-ci.

À la date d'entrée en vigueur desdites règles, les sociétés précisées ci-après font partie du Groupe :

- Housediet, S.A.R.L. (France).
- Naturhouse Franchising Co Ltd. (Royaume-Uni).
- Naturhouse Inc (États-Unis).
- Naturhouse SRL (Italie).
- Kiluva Portuguesa, Lda.
- Naturhouse S.A.S (France).
- Naturhouse Belgium S.P.R.L.
- Naturhouse GmbH (Allemagne).
- Zamodiet México S.A.de C.V.
- Naturhouse Doo (Croatie).
- Naturhouse, UAB (Lituanie).
- Naturhouse Canada.

5. VALEURS DE LA SOCIETE ET PRINCIPES FONDAMENTAUX

Les valeurs de Naturhouse reposent sur les principes de la responsabilité et de la déontologie au sens strict. Ces deux aspects font partie intégrante de la philosophie de la Société et se traduisent par les valeurs suivantes :

- I. Promotion de la culture de prévention «Tolérance Zéro».
- II. Honnêteté.
- III. Leadership.
- IV. Dynamisme.
- V. Excellence.
- VI. Bien-être de nos collaborateurs.
- VII. Intégrité et efficacité.

Concrètement, ces valeurs se retrouvent dans le **respect des personnes**, c'est-à-dire le respect des droits humains et des droits du travail, par la mise en place d'un niveau de contrôle approprié visant à prévenir, détecter et éradiquer les éventuelles violations des droits des travailleurs, notamment le harcèlement au travail ainsi que toute forme de discrimination ou d'emploi illicite.

Les **principes directeurs fondamentaux** qui régissent les activités de Naturhouse, décrits ci-après de manière non exhaustive, sont approuvés et font partie intégrante des présentes règles :

Naturhouse a pour mission la rééducation des habitudes alimentaires du client dans le but de l'aider à atteindre son poids idéal, un poids de forme, et à le maintenir de manière durable et saine grâce à l'adoption de nouvelles habitudes au quotidien en toute simplicité.

· **Le modèle d'entreprise repose sur la mise en œuvre d'une méthodologie unique**, la « [Méthode Naturhouse](#) », qui est appliquée exclusivement dans les centres Naturhouse, qu'il s'agisse de ses propres centres ou de franchises. La Méthode Naturhouse allie produits et conseils, qui constituent l'essence du modèle d'entreprise de la Société.

· Le modèle d'entreprise et la Méthode Naturhouse reposent sur le principe fondamental selon lequel les domaines d'intervention de Naturhouse se limitent aux produits diététiques et à l'éducation alimentaire. La société n'opère en aucun cas dans le secteur des produits de santé ni n'exerce aucune activité dans le domaine de la santé en général. En d'autres termes, [elle ne conseille ni ne recommande à ses clients aucune intervention se rapportant à la santé](#) ou de toute autre nature ne concernant pas l'éducation sur le maintien du poids.

· À ce titre, il est pertinent de prendre en considération le document de Naturhouse relatif aux bonnes pratiques en matière de conseil diététique, qui fait partie intégrante des normes internes visées au paragraphe 4.2 ci-dessus.

· **Dans le cadre de leurs activités**, toutes les Personnes liées [s'engagent à contribuer aux avancées sociales et environnementales](#) dans les pays où la Société ou le Groupe est présent(e).

· Toutes les mesures et les décisions prises doivent être conformes à l'ordre juridique et être le fruit d'un [processus de réflexion visant à évaluer les risques éventuels liés à un non-respect](#) de l'un quelconque des engagements antérieurs concernant les valeurs du Groupe et de la Société.

6. AUTRES CODES DE CONDUITE INTERNES EN VIGUEUR

6.1 Règles de bonne gouvernance d'entreprise :

En avril 2015, à l'occasion de l'entrée en bourse de Naturhouse, l'Assemblée générale des Actionnaires et le Conseil d'administration, selon le cas, ont approuvé les [Règlements et Codes de conduite](#) suivants, qui s'inscrivent dans le cadre de la réglementation du marché des valeurs et des recommandations portant sur la bonne gouvernance d'entreprise :

- Règlement de l'Assemblée générale des Actionnaires.
- Règlement du Conseil d'administration.
- Règlement du Marché des valeurs.



6.2 Autres Protocoles et Politiques internes :

- **Protocole de fidélisation**, regroupant des orientations de conseil qui définissent des règles relatives au déroulement des visites en fonction de la phase dans laquelle se trouve le client, la fréquence des révisions et les techniques de fidélisation des clients, c'est-à-dire la bonne application de la « Méthode Naturhouse ».
- **Guide d'installation**, qui définit et précise les principes fondamentaux relatifs à l'image de la Société, par l'intermédiaire d'orientations concrètes au sujet des éléments, du mobilier, des matériaux, des couleurs et d'autres aspects à respecter pour refléter le positionnement choisi.
- **Idéologie de Naturhouse**. Il s'agit de la liste des points qu'il convient de respecter scrupuleusement dans le but d'obtenir un résultat optimal et qui doivent accompagner le déroulement de tout processus de conseil : soutien moral, prise de cinq repas par jour, pratique du sport, promotion du régime méditerranéen, etc..

Guide de Naturhouse relatif aux bonnes pratiques en matière de conseil diététique. Dix principes immuables qui représentent l'engagement que prend la Société dans le cadre de chacune de ses relations avec ses clients finaux dans le but de garantir leur bien-être et de fournir un service de qualité.

Outre ces Codes, un document intitulé « Mentions légales » énonce des avertissements se rapportant à la protection des données, aux cookies, à la propriété intellectuelle, aux contenus, aux liens ainsi qu'à la législation et la juridiction. Lesdits règlements et codes font partie intégrante du Code de déontologie de la Société et ont également un caractère contraignant.

Dans l'éventualité où une contradiction ou divergence éventuelle serait constatée entre les présentes règles et celles susvisées, dans un cas précis, il convient, préalablement à toute action, d'en faire part au Comité d'éthique de la Société par l'intermédiaire de la plateforme de signalement dédiée à cette fin (se reporter au paragraphe 12 du présent document) afin qu'il puisse agir en conséquence, le principe d'application de la norme la plus rigoureuse prévalant dans tous les cas.

7. PRINCIPES DE CONDUITE DE BASE

Les Personnes liées sont tenues de connaître et de respecter la législation en vigueur applicable à la Société et au Groupe, différents niveaux d'exigence s'appliquant à cet égard en fonction du niveau de responsabilité au sein de l'organisation.

Ceci inclut la connaissance du présent Code ainsi que l'obligation de respecter les normes et règlements internes visés au paragraphe 5 ci-dessus, lesdits documents faisant partie intégrante dudit code.

Il appartient au Conseil d'administration et à la direction de la Société de s'assurer que les Personnes liées reçoivent les informations indispensables en ce qui concerne la législation et les normes internes en vigueur.





7.1 . Engagements principaux des Personnes liées :

Certaines pratiques et actions interdites en vertu de la législation en vigueur dans le cadre des activités des Personnes liées pour le compte de la Société ou du Groupe sont précisées ci-après à titre indicatif :

- Interdiction de toute pratique frauduleuse ou promesse abusive.
- Interdiction de bénéficier d'opportunités particulières.
- Interdiction des pots-de-vin, de la corruption et des commissions illicites.
- Interdiction d'exploiter des informations internes dans le but de favoriser des intérêts particuliers.
- Interdiction des contributions destinées à des parties ou organisations politiques.
- Contrôle des dons à des associations caritatives, parrainages et collaborations.
- Interdiction du blanchiment de capitaux.
- Interdiction d'accepter des cadeaux ou invitations dans le cadre de l'exercice des activités.
- À l'inverse, interdiction d'offrir des cadeaux ou d'adresser des invitations à des tiers.
- Garantie d'indépendance des collaborateurs.
- Défense et préservation de la réputation de la Société en ayant conscience de notre responsabilité en tant qu'ambassadeurs de la marque et de ses valeurs.
- Gestion appropriée et minutieuse des informations internes transmises dans le cadre de nos activités, notamment des données à caractère sensible, stratégique ou confidentiel.

7.2. Principes fondamentaux relatifs à la Politique de passation de marchés :

La politique d'achat de la Société intègre les principes fondamentaux visant à préserver les intérêts de tous les acteurs qui interviennent dans le cadre des activités de passation de marchés en mettant en œuvre les procédures et les mesures appropriées en vue de l'identification de la résolution des éventuels conflits d'intérêts.

Les principes de base régissant la passation des marchés sont les suivants :

- **Renforcer la transparence** et la lutte contre les discriminations en offrant à tous les fournisseurs une égalité des chances ainsi qu'un cadre professionnel honnête et ouvert.
- **Promouvoir le respect rigoureux des conditions contractuelles**, de la législation en vigueur ainsi que des normes et procédures applicables, outre le respect de l'obligation de conformité au présent code et aux règlements faisant partie intégrante de celui-ci.
- Favoriser une politique de relations stables à long terme, fondée sur une **exigence de qualité optimale** et de transparence.
- S'assurer que les fournisseurs remettent les **attestations de qualité** requises et se conforment au présent document à titre de garantie des bonnes pratiques dans le cadre des relations professionnelles.

7.3. Principes fondamentaux des relations avec les clients :

La Société s'engage, à l'égard des clients, à respecter scrupuleusement les pratiques décrites dans les normes et codes existants dans le but de favoriser la fidélité, la loyauté et l'engagement du client vis-à-vis de la Société et du Groupe.

À titre indicatif, nous prenons notamment les engagements suivants à l'égard de nos clients :

- **Confidentialité et protection optimale des données** que les clients communiquent à la Société.
- Rapports étroits, **personnalisés**, courtois et exempts de toute forme de discrimination.
- **Transparence** et communication appropriée d'informations en vue de la passation de marchés.

- Service **après-vente** approprié.

- Communication et commercialisation de nos produits et services de façon honnête et dans le respect de la déontologie, **sans avoir recours à des actions publicitaires trompeuses.**

Il convient de souligner que les centres, qu'ils soient propres à la Société ou qu'il s'agisse de franchises, ont l'obligation de respecter les codes et protocoles existants, notamment ceux visés au paragraphe 5.2 du présent document.

7.4 Política Anti-Corrupción:

Les cadres et les collaborateurs, ainsi que toute personne externe qui fournit des services au Groupe, dans le cadre de leurs relations avec les administrations publiques nationales, de pays tiers et d'organisations internationales, et d'autres personnes physiques, sont tenus d'adopter un comportement qui n'a en aucun cas pour effet d'inciter un fonctionnaire public, une autorité ou un particulier à enfreindre ses obligations d'impartialité ou toute autre disposition légale. **Le présent code représente l'engagement de l'interdiction absolue, à tous les niveaux de l'organisation, de tout comportement de corruption ainsi que l'engagement de conformité à la législation.** Les obligations suivantes découlent dudit engagement :

- L'interdiction absolue d'offrir à un fonctionnaire public, une autorité ou un particulier, de manière directe ou indirecte, toute forme de dons, de rémunérations ou d'avantages inappropriés, l'incitant ainsi à enfreindre ses obligations dans le but de favoriser une entreprise du Groupe. Ladite interdiction s'applique également aux requêtes préalables adressées à des fonctionnaires publics, autorités ou particuliers.

- L'interdiction d'adopter un quelconque comportement ou d'accomplir une quelconque activité destiné(e) à exercer une influence illicite sur le comportement d'un fonctionnaire public ou d'une autorité en vue d'obtenir l'adoption ou non d'une décision susceptible de favoriser une entreprise du Groupe.

- L'interdiction de recevoir, de solliciter ou d'accepter un bénéfice injustifié de quelque nature que ce soit, dans le but de favoriser les tiers qui l'accordent ou qui attendent un bénéfice ou avantage d'un non-respect des obligations.

En d'autres termes, la Société n'autorise aucun cadeau, aucune invitation ou aucune attention à l'égard d'autorités, de fonctionnaires publics ou de particuliers. Les dispositions de la présente politique s'appliquent en permanence.

Afin de renforcer la mise en œuvre de la politique de lutte contre la corruption, un système de signalement est mis en place afin d'enquêter sur toute présomption de non-respect au niveau de la Société, tel que décrit aux points 12 et 13 du présent Code.

7.5 Engagements concernant la gestion économique et les registres comptables officiels :

En vertu de la loi no 19/2013 du 9 décembre 2013, relative à la transparence, l'accès aux informations publiques et à la bonne gouvernance, ainsi que des autres réglementations applicables à la gestion et la comptabilité de la Société, Naturhouse Health s'engage à **tout mettre en œuvre pour refléter fidèlement sa situation financière, économique et patrimoniale conformément aux principes comptables reconnus.**

En d'autres termes, la Société prend les engagements suivants :

· S'abstenir de toute forme de malhonnêteté et d'invéraisemblance dans le cadre de la communication d'informations à des collaborateurs, cadres, sociétés contrôlées, auditeurs (internes et externes), organismes de réglementation, investisseurs ou médias, le cas échéant.

· Garantir un niveau de contrôle approprié en ce qui concerne les informations financières de façon à sécuriser toutes les transactions, quelle que soit leur nature.

· Mettre en place un système de supervision approprié axé sur les contrôles des informations financières, permettant de statuer régulièrement sur leur conception, leur mise en œuvre et leur efficacité opérationnelle.

· Prévenir et refuser les opérations ayant pour finalité le blanchiment de capitaux d'origine douteuse, inconnue ou illégale.

· Définir une répartition appropriée des différentes fonctions de la société dans le but de prévenir les fraudes et d'autres pratiques contraires au présent Code.

· Garantir l'indépendance des auditeurs, tant internes qu'externes, de façon à ce qu'ils soient en mesure d'exécuter leur mission en toute objectivité et sans conflits d'intérêts.

· Toutes les transactions qui, en raison de leur typologie, ne sont pas de nature courante et ont un caractère extraordinaire doivent faire l'objet de contrôles particuliers visant à identifier leur motif ou leur origine, les personnes impliquées dans leur validation et leur exécution ainsi que la présence des pièces justificatives appropriées.



8. INFORMATIONS CONFIDENTIELLES. PROTECTION DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE ET INDUSTRIELLE

Les Personnes liées s'engagent à préserver la confidentialité des informations de la Société et de son Groupe et s'abstiennent de les communiquer à des tiers et collaborateurs dans la mesure où lesdites informations ne sont pas requises dans le cadre de l'exercice de leur activité.

Elles sont également tenues de :

I. Signaler toute présomption de communication d'informations confidentielles dont les collaborateurs ont connaissance.

II. Ne pas utiliser lesdites informations et les restituer au terme de la relation avec la Société ou le Groupe. Les supports matériels (sous forme écrite, informatique ou autre) des Informations privilégiées ou pertinentes sont strictement confidentiels. Nous prévoyons ainsi des lignes directrices ayant pour objet la qualification des informations comme Informations privilégiées ou pertinentes, en vertu des dispositions des [Règles de conduite internes sur les marchés des valeurs de la Société](#).

• **Information pertinente** : En vertu de l'article 82.1 de la loi relative aux marchés des valeurs, une information pertinente désigne toute information susceptible d'inciter, dans la mesure du raisonnable, un investisseur à acquérir ou transmettre des valeurs ou instruments financiers et, par conséquent, d'exercer une certaine influence sur leur cours sur un marché secondaire.

• **Information privilégiée** : En vertu de l'article 81.1 de la loi relative au marché des valeurs, une information privilégiée désigne toute information à caractère précis faisant référence, de manière directe ou indirecte, à un ou plusieurs instruments financiers et valeurs négociables émis par la Société, qui ne relève pas du domaine public et qui, dans l'éventualité où celle-ci serait communiquée, pourrait influencer de façon sensible le cours desdits instruments financiers et valeurs négociables sur un marché ou un système organisé de passation de marchés ou d'instruments financiers dérivés qui leur sont liés.

En vertu de l'article 1.1 du décret royal no 1333/2005, une information est réputée à caractère précis si elle fait mention d'un ensemble de circonstances qui existe ou dont on peut raisonnablement penser qu'il existera ou d'un événement qui s'est produit ou dont on peut raisonnablement penser qu'il se produira, et si elle est suffisamment précise pour que l'on puisse en tirer une conclusion quant à l'effet possible de cet ensemble de circonstances ou de cet événement sur les cours des valeurs négociables ou instruments financiers concernés ou, selon le cas, d'instruments financiers dérivés qui leur sont liés.

Ainsi, conformément à l'article 1.1 susvisé, on entend par information qui serait susceptible d'influencer de façon sensible le cours, une information qu'un investisseur raisonnable serait susceptible d'utiliser en tant que faisant partie des fondements de ses décisions d'investissement.

À cette fin, une Information confidentielle désigne toute information technique et commerciale se rapportant aux/à :

- Produits et méthodes de la Société
- Codes, règlements et normes en général du Groupe et, par conséquent, notamment ceux visés dans les présentes règles et le présent Code.
- Toute information contractuelle.
- Informations comptables et économiques de la Société et du Groupe.
- Rapports internes sur des évaluations économiques, techniques ou des processus de la Société.
- Informations à caractère personnel des collaborateurs ou des tiers entretenant des relations avec la Société.

Les procédures particulières relatives au traitement des informations confidentielles, les interlocuteurs et les personnes prenant part à ces processus ainsi que les risques liés au non-respect de la confidentialité sont également repris dans les Règles de conduite internes sur les marchés des valeurs de la Société.

La protection de la propriété intellectuelle et industrielle du Groupe, notamment du savoir-faire et des connaissances non enregistrables, est primordiale, toute infraction devant être signalée et des mesures devant être adoptées pour remédier aux dommages causés.



9. CLAUSES CONTRACTUELLES

Des clauses contractuelles adaptées relatives au respect de la déontologie (notamment en ce qui concerne les contrats de franchise, franchise principale et ordinaire) sont intégrées, le cas échéant, dans tous les contrats avec des tiers, comme suit :



- **Prise de connaissance et acceptation de la Réglementation interne** (se reporter aux paragraphes 5 et 6 du présent document) et du présent Code de déontologie à titre de réglementation-cadre. Acceptation expresse dudit code de la part de toute personne intervenant dans le cadre des relations contractuelles.
- **Égalité et non-discrimination dans le cadre des relations contractuelles.** Le personnel en charge de la passation de marchés doit mettre en place un système objectif d'évaluation technique et économique des différentes offres.
- Accent sur la **Responsabilité sociale** d'entreprise, promotion de la contribution active et volontaire aux avancées sociales, économiques et environnementales.
- **Prévention des risques.** Les accords conclus avec des tiers doivent servir de contrôles efficaces régissant le processus de passation de marchés tout en minimisant les incidences négatives futures sur l'activité.

10. INSTANCE RESPONSABLE DE LA CONFORMITE

La fonction de contrôle de la mise en œuvre, du développement et de la bonne application du Programme ou Système de prévention des délits de la Société relève de la compétence de l'instance interne de contrôle désignée à cette fin, c'est-à-dire le Comité d'éthique interne. Indépendamment de ce qui précède, la **Commission d'audit, représentée par l'Auditeur interne, est désignée comme organe autonome d'initiative et de contrôle en charge de la supervision du fonctionnement dudit système** et des présentes règles.

En outre, **il appartient au Comité d'éthique interne de signaler toute irrégularité constatée au niveau du fonctionnement du Modèle de prévention et de proposer des mesures** à la Commission d'audit, à laquelle il est rattaché, c'est-à-dire à l'instance ayant un pouvoir disciplinaire, notamment la mise en place de mesures conservatoires le cas échéant. L'approbation ultime desdites mesures incombe au Conseil d'administration.

S'il le juge pertinent et en présence de motifs sérieux, le Comité d'éthique interne est en droit de mener des enquêtes en désignant un enquêteur externe à cette fin qui prendra toutes les mesures qui s'imposent dans les plus brefs délais et, le cas échéant, adoptera les mesures conservatoires nécessaires. Cette procédure doit se dérouler dans la plus grande confidentialité et, dans tous les cas, la personne concernée doit être entendue.

II. APPLICATION OBLIGATOIRE

Les présentes Règles prennent effet à compter de la date de leur approbation par le Conseil d'administration et doivent être appliquées par les Personnes liées à partir du moment où elles en ont connaissance.

À cet effet, lesdites règles sont diffusées par l'intermédiaire des circuits internes de la Société, sur le site Internet de l'entreprise ainsi que par courrier électronique adressé à tous les responsables de services et directeurs généraux des filiales. Par ailleurs, des mesures appropriées sont mises en place afin d'obtenir l'engagement des Personnes liées à respecter le Code, par le biais de leur acceptation expresse en complément de la signature des relations contractuelles avec la Société.

La Commission d'audit élabore les présentes Règles et est en droit de les modifier, clarifier ou rectifier. En outre, par l'entremise de la délégation des fonctions à l'Auditeur interne et/ou le Comité d'éthique, la Commission est tenue de veiller à ce que le contenu du Code soit conforme aux évolutions pertinentes, afin qu'il conserve toute son efficacité au fil du temps au titre de norme de rang supérieur de la Société.



12. CIRCUIT DE CONSULTATION / SIGNALEMENT

Aux fins du respect des dispositions du présent Code, un circuit de consultation et/ou de signalement est mis en place, permettant ainsi aux Personnes liées de signaler, en toute confidentialité et de façon sécurisée, tout fait ou acte présumé contraire au présent Code ou toute autre irrégularité susceptible de présenter un risque significatif pour la Société, ou bien de présenter des requêtes dans le but d'apporter des réponses à toute question connexe. Ledit signalement est transmis directement à la Personne en charge de la gestion du circuit d'éthique, en qualité d'avocat externe, autonome et indépendant de la Société.

Cette dernière a l'obligation de notifier à l'Auditeur interne et au Comité d'éthique toute question nécessitant des mesures immédiates tout en garantissant un niveau de confidentialité assurant la protection optimale de l'identité de la personne à l'origine du signalement.

Les informations reçues ainsi que l'identité de la personne à l'origine du signalement sont traitées en toute confidentialité et Naturhouse Health interdit toute forme de représailles contre toute personne ayant signalé une quelconque irrégularité et ayant pris part à toute enquête le cas échéant.

Ledit circuit de signalement a été créé dans le but de favoriser la communication d'irrégularités de quelque nature que ce soit se rapportant aux points visés dans le présent Code.

Les signalements doivent être effectués par écrit en prenant soin d'annexer tout élément à l'appui des faits, l'identité du dénonciateur devant être précisée. Pour ce faire, il convient de remplir un formulaire disponible en cliquant sur le lien suivant : <http://canal-etico.net/naturhouse/>

La politique d'utilisation, les règles relatives au circuit de signalement ainsi que toute autre information utile à la bonne compréhension du système sont mises à la disposition des utilisateurs sur le site Internet prenant en charge le système de signalement.

La mission de recevoir et de traiter les communications des utilisateurs par le biais du circuit de signalement, de définir les procédures de contrôle nécessaires et d'informer la Commission d'audit de la marche à suivre en ce qui concerne la personne à l'origine du signalement et la personne mise en cause est confiée au Comité d'éthique et au Président de la Commission. Enfin, il appartient à la Commission d'audit de déterminer l'ouverture ou non d'une procédure disciplinaire soumise, le cas échéant, à l'approbation du Conseil d'administration.

Les signalements sont analysés puis remontés à la Commission d'audit et à l'Auditeur interne disposant des compétences requises pour **veiller à la bonne exécution de la procédure conformément à l'engagement énoncé** dans les Règles d'utilisation. En outre, les parties concernées par le signalement doivent être tenues informées de la procédure tout en garantissant la confidentialité du système et la protection absolue des utilisateurs.

13. RÉGIME DISCIPLINAIRE

En raison de leur caractère obligatoire, le non-respect du présent Code et, d'une manière générale, des protocoles et contrôles validés et mis en œuvre prévus dans celui-ci donne lieu à des mesures disciplinaires, proportionnelles et dissuasives en cas de commission d'actes frauduleux, contraires à la déontologie ou délictueux enfreignant un point quelconque visé dans ceux-ci.

Toute violation peut entraîner (selon le cas, les conclusions de l'enquête et celles de la Commission d'audit en dernier ressort) l'ouverture d'une procédure disciplinaire à l'encontre de la Personne liée, en vertu des actions légales applicables visées dans le Code du travail en vigueur.

14. FORMATION

La Commission d'audit, en collaboration avec le Comité d'éthique de la Société et l'Auditeur interne, est tenue d'arbitrer les [mesures et/ou recours nécessaires afin de garantir la formation et l'information appropriées des Personnes liées](#) au présent Code, aux fins de la bonne application des présentes Règles, de la bonne compréhension du fonctionnement du Modèle de prévention de la Société ainsi que de la collaboration requise pour mettre en œuvre avec succès une culture de la conformité.

15. REVISION / ACTUALISATION

Les présentes Règles, ainsi que tout autre document visé dans le [Manuel de prévention légale](#), doivent faire l'objet d'un contrôle à intervalles réguliers dans le cadre d'une procédure d'actualisation. Toute modification éventuelle doit refléter la situation réelle de la Société, en particulier en cas de constatation de violations de ses dispositions ou de changements au niveau de l'organisation, de la structure de contrôle ou des activités exercées, rendant ladite modification nécessaire. La fréquence minimale d'actualisation doit être annuelle, sauf disposition contraire et dans le but de répondre à des besoins précis de la Commission d'audit et de l'Auditeur interne en vertu de la délégation des pouvoirs.



