GROUPE AUBERY

Code Éthique

Depuis près de 80 ans, l'histoire du Groupe AUBERY s'est bâtie sur des valeurs d'entreprenariat, de respect, de performance et d'exigence. Vivre et incarner pleinement ces valeurs est impossible sans intégrité ni sens éthique : comment respecter nos clients, collaborateurs et partenaires sans honnêteté ? Comment être réellement performant sans faire siennes et appliquer en toute circonstance les règles de vie en société ?

Au sein du Groupe AUBERY, nous nous engageons à respecter les plus hauts standards d'éthique professionnelle et à promouvoir l'intégrité et la responsabilité dans toutes nos activités. Nous sommes convaincus que la réussite à long terme de notre entreprise dépend de notre capacité à traiter tous nos partenaires avec équité, en respectant la réglementation en vigueur et en contribuant de manière positive au développement de notre communauté. C'est pourquoi nous mettons en place des actions pour promouvoir et assurer l'éthique et la conformité dans toutes nos activités.

Notre Code Éthique est notre boussole dans un monde incertain, toujours en mouvement, qui se transforme et dans lequel il est parfois difficile de se repérer. Le succès de notre Groupe repose sur l'adhésion de chacun de nos collaborateurs, fournisseurs et partenaires à ses règles, usages et principes qui doivent guider nos actions.

L'enjeu est essentiel : il conditionne notre engagement envers notre histoire, notre réputation inébranlable et la confiance de nos partenaires.

Ensemble avec les membres du Comité Exécutif et tous les dirigeants du Groupe, nous nous engageons à promouvoir notre Code Éthique et à mettre en place les actions pour en assurer le respect.

Julien Charlier
Directeur Général

Table des matières

1- Contexte et principes éthiques du Groupe AUBERY 4

2- Les règles et normes de conduite applicables au sein du Groupe AUBERY 5

a. Les normes de comportement 5

b. Les normes de conformité légale 5

c. Les normes de communication 5

d. Les normes de gestion de conflit d'intérêts 5

3- Politique de tolérance zéro à l'égard de la corruption 6

a. Définition de la corruption 6

b. Politique de tolérance zéro 6

c. Procédures de contrôle des tiers 6

d. Formation et sensibilisation 6

e. Contrôles de conformité 6

4- Politique de sponsoring 7

a. Critères de sélection 7

b. Processus de demande 7

c. Conditions de parrainage 8

5- Politique cadeaux et invitations 8

a. Principes 8

b. Valeur maximale des cadeaux et invitations remis 9

c. Cadeaux reçus 9

d. Application 9

6- Les procédures d'alerte 9

a. Principe 9

b. Procédure d'alerte 10

7- Les sanctions disciplinaires et les poursuites pénales 12

a. Sanctions disciplinaires 12

b. Poursuites pénales 12

8- Le Comité Éthique 12

1- Contexte et principes éthiques du Groupe AUBERY

La loi Sapin 2 vise à renforcer la transparence et la lutte contre la corruption dans les entreprises et les organisations publiques. Cette loi a introduit plusieurs mesures, y compris l'obligation pour les entreprises de mettre en place un code de conduite et un programme de conformité anticorruption.

Le code de conduite éthique est un élément clé du programme de conformité anticorruption. Il reflète les valeurs et les principes éthiques de notre groupe, ainsi que les normes juridiques et réglementaires applicables. Le code doit être clair, accessible et compréhensible pour tous les employés et partenaires de l'entreprise.

Les principes éthiques du Groupe sont les normes de comportement qui guident les décisions et les actions de notre entreprise dans ses interactions avec les parties prenantes internes et externes. Nos principes éthiques sont :

- L'intégrité : les entreprises du Groupe et leurs collaborateurs font preuve d'honnêteté, d'équité et d'objectivité dans toutes leurs actions et décisions, et nous nous engageons à respecter les lois, les règles et les normes éthiques applicables.

- La transparence : nous nous appliquons à ce que les entreprises du Groupe communiquent de manière claire et honnête sur leurs activités et leurs impacts sur les parties prenantes, en veillant toujours à protéger les informations confidentielles.

- La responsabilité : les entreprises du Groupe assument la responsabilité de leurs actions et leurs conséquences, en prenant en compte les impacts économiques, sociaux et environnementaux de ses activités.

- Le respect des droits de l'homme : les entreprises du groupe respectent les droits fondamentaux des personnes, y compris les droits à la vie privée, à la non-discrimination, à la liberté syndicale et à la liberté d'expression.

Ces principes éthiques sont essentiels pour la crédibilité et la réputation du Groupe AUBERY, ils améliorent sa performance à long terme et contribuent au développement durable dans le respect de l'intérêt général. Il est donc important pour nous de les intégrer dans nos politiques, nos pratiques et nos décisions.

2- Les règles et normes de conduite applicables au sein du Groupe AUBERY

Les règles et normes de conduite applicables aux employés, dirigeants, administrateurs et partenaires du Groupe AUBERY sont des normes spécifiques qui définissent les comportements et les actions attendus de chacun dans le cadre de leur activité professionnelle.

Nous nous appliquons à respecter toutes les lois et les règlements en vigueur dans nos secteurs d'activités. Nous n'encourageons ni ne tolérons aucune activité illégale ou contraire à l'éthique.

Les règles et normes de conduite applicables au groupe sont les suivantes :

a. Les normes de comportement

Les employés, dirigeants, administrateurs et partenaires respectent les normes de comportement éthique de l'entreprise, notamment en évitant les conflits d'intérêts, en respectant la confidentialité, en refusant les pots-de-vin et les cadeaux inappropriés, en s'interdisant la discrimination et le harcèlement et en promouvant la diversité et l'inclusion.

b. Les normes de conformité légale

Les employés, dirigeants, administrateurs et partenaires s'appliquent à respecter les lois et les réglementations applicables dans leur domaine d'activité, en veillant notamment au respect des règles de concurrence, de la protection de la propriété intellectuelle, de la sécurité et de la santé au travail, de la protection de l'environnement et de la protection des données personnelles.

c. Les normes de communication

Les employés, dirigeants, administrateurs et partenaires s'engagent à communiquer de manière honnête, transparente et respectueuse avec toutes les parties prenantes, en évitant les fausses déclarations, les messages trompeurs ou malveillants, et en respectant les règles de confidentialité et de protection des données.

d. Les normes de gestion de conflit d'intérêts

Les employés, dirigeants, administrateurs et partenaires évitent tous conflits d'intérêts potentiels ou réels et s'obligent à informer leur hiérarchie ou les parties concernées en cas de situation présentant un risque.

Ces règles et normes de conduite pourront être mises à jour afin de refléter les changements dans l'environnement légal et l'activité des entreprises du groupe.

Enfin, les employés, dirigeants, administrateurs et partenaires seront formés et sensibilisés aux règles et normes de conduite applicables, pour garantir leur compréhension et leur respect.

3- Politique de tolérance zéro à l'égard de la corruption

La corruption est un comportement illégal et contraire à l'éthique qui peut avoir de graves conséquences pour notre entreprise, nos employés, nos partenaires et les communautés dans lesquelles nous opérons. Nous sommes déterminés à prévenir la corruption et à promouvoir une culture de transparence et d'intégrité.

a. Définition de la corruption

La corruption est définie comme tout comportement contraire à l'éthique ou illégal, qui vise à obtenir un avantage personnel ou financier. Cela peut inclure des pots-de-vin, des cadeaux excessifs, des faveurs personnelles, des abus de pouvoirs et des conflits d'intérêts.

b. Politique de tolérance zéro

Le Groupe AUBERY a une politique de tolérance zéro à l'égard de la corruption. Nous ne tolérons pas les comportements contraires à l'éthique ou illégaux. Tout employé, partenaire ou fournisseur qui enfreint cette politique sera soumis à des sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement, ainsi qu'à des poursuites pénales.

c. Procédures de contrôle des tiers

Nous avons établi des procédures de vérification des antécédents et de diligences raisonnables pour tous les nouveaux employés, partenaires et fournisseurs. Cela peut inclure des vérifications des antécédents financiers et juridiques, des évaluations des risques de corruption, des enquêtes sur les partenaires commerciaux et des contrôles de conformité.

d. Formation et sensibilisation

Nous fournissons régulièrement une formation et une sensibilisation à tous nos employés, partenaires et fournisseurs sur la corruption, ses conséquences et les moyens de la prévenir. Les employés sont informés des lois et réglementations applicables et des politiques de l'entreprise en matière de lutte contre la corruption.

e. Contrôles de conformité

Nous établissons des contrôles de conformité pour s'assurer que les politiques de lutte contre la corruption sont suivies et que les risques de corruption sont identifiés et gérés de manière appropriée. Ces contrôles peuvent inclure des audits internes, des évaluations de la conformité et des contrôles.

4- Politique de sponsoring

Le sponsoring, également connu sous le nom de parrainage, est une forme de partenariat commercial dans lequel une entreprise ou une organisation (le sponsor) soutient financièrement ou matériellement une autre entreprise, un événement, un individu ou une cause (le bénéficiaire du sponsoring). En échange de ce soutien, le sponsor bénéficie d'une visibilité et de divers avantages promotionnels.

Le sponsoring peut prendre différentes formes, telles que le sponsoring sportif, le sponsoring culturel, le sponsoring d'événements, le sponsoring d'équipes ou d'athlètes, le sponsoring caritatif, etc. Il peut impliquer des investissements financiers, des dons de produits ou services, des accords de co-branding, des droits exclusifs de commercialisation, des campagnes publicitaires, ou d'autres formes de visibilité médiatique.

Les avantages pour le sponsor incluent généralement une exposition de marque, une augmentation de la notoriété, la possibilité d'atteindre un public cible spécifique, l'association de la marque à des valeurs positives, ainsi que des opportunités de relations publiques et de réseautage. De leurs côtés, les bénéficiaires du sponsoring bénéficient d'un soutien financier ou matériel qui leurs permet de réaliser leurs projets, d'organiser des événements, de promouvoir leurs activités, d'améliorer leur image de marque, etc.

Le sponsoring est une relation mutuellement bénéfique qui repose sur un accord contractuel entre le sponsor et le bénéficiaire. Les termes et conditions spécifiques de cet accord, y compris les contreparties offertes par le bénéficiaire et les avantages accordés par le sponsor, sont généralement définis dans un contrat de sponsoring.

Notre Groupe est fier de soutenir les initiatives et les événements locaux, régionaux et nationaux qui sont en phase avec nos valeurs et notre mission. Nous sommes engagés à établir des relations positives avec les communautés dans lesquelles nous opérons. Cette politique de sponsoring énonce les principes et les normes de comportement que nous appliquons dans nos activités de sponsoring.

a. Critères de sélection

Nous sponsorisons des événements et des initiatives qui sont en phase avec nos valeurs et notre mission et qui ont un impact positif sur les communautés locales. Nous privilégions les initiatives qui soutiennent l'éducation, la santé, la culture, le sport, la protection de l'environnement, la recherche et le développement. Nous prenons également en compte la visibilité et l'impact potentiel de l'événement ou de l'initiative.

b. Processus de demandes

Toute demande de sponsoring doit être soumise par écrit au moins 15 jours avant la date de l'événement ou de l'initiative. La demande doit comprendre les informations suivantes :

- Le nom de l'événement ou de l'initiative
- Les objectifs et les activités de l'événement ou de l'initiative
- Les dates et le lieu de l'événement ou de l'initiative

- Le public cible et la portée de l'événement ou de l'initiative
- Les niveaux de sponsoring proposés et les avantages correspondants
- Tout autre renseignement pertinent

Toute demande de sponsoring :

- Inférieur à 2 000 euros doit être soumise par écrit au directeur opérationnel / directeur général d'entité
- Entre 2 000 euros et 7 000 euros doit être soumise au directeur de branche
- Supérieur 7 000 euros doit être soumise à la présidence ou direction générale du Groupe

Chaque demande sera examinée en fonction de nos critères de sélection et de nos ressources disponibles. La présidence ou la direction générale du Groupe se réserve le droit de refuser toute demande de sponsoring.

Un contrat de sponsoring est obligatoire pour formaliser les accords entre le sponsor et le bénéficiaire. Un contrat type est mis à disposition pour le Contrôle Interne.

c. Conditions de parrainage

Nous nous engageons à respecter les règles et les réglementations en vigueur dans le cadre de nos activités de sponsoring. Nous exigeons également que les événements et les initiatives que nous sponsorisons respectent les règles et les normes éthiques, notamment en matière de respect de l'environnement, de protection des droits de l'homme et de lutte contre la corruption.

Nous attendons de nos partenaires de sponsoring qu'ils reconnaissent notre soutien et qu'ils affichent notre logo ou notre nom de manière visible et appropriée dans tous les documents de promotion, de publicité et de communication relatifs à l'événement ou à l'initiative.
Nous nous réservons le droit de mettre fin à tout accord de sponsoring si les événements ou les initiatives ne correspondent plus à nos valeurs, nos capacités financières ou notre stratégie.

5- Politique cadeaux et invitations

La présente politique a pour objectif d'encadrer la remise de cadeaux et les invitations de la part des entreprises du Groupe et de leurs employés à des tiers, qu'ils soient des clients, des fournisseurs, des partenaires commerciaux, des membres de la communauté, ou toute autre personne.

a. Principes

Nous considérons que la remise de cadeaux ou d'invitations doit être effectuée conformément aux principes de transparence, d'intégrité et de responsabilité. Les principes qui régissent la remise de cadeaux et d'invitations sont les suivants :

- Les cadeaux et invitations ne doivent jamais être utilisés pour obtenir ou favoriser un traitement préférentiel ou injuste ;
- Les cadeaux et invitations doivent être conformes aux lois, réglementations et normes éthiques en vigueur ;

- Les cadeaux et invitations doivent être raisonnables et proportionnés, et ne doivent pas compromettre la neutralité, l'indépendance ou l'impartialité des parties ;
- Les cadeaux et invitations ne doivent pas être remis à des personnes ayant le pouvoir de prendre des décisions importantes concernant notre entreprise ou qui sont en position de négocier avec notre entreprise, sauf s'ils sont d'une valeur symbolique et acceptés par la culture locale ;
- Les cadeaux et invitations doivent être déclarés à la direction conformément aux procédures établies à travers les notes de frais.

b. Valeur maximale des cadeaux et invitations remis

La valeur maximale des cadeaux et invitations est fixée à 100 euros.

c. Cadeaux reçus

Nous sommes déterminés à maintenir des normes élevées de conduite professionnelle, en veillant à ce que nos relations avec les clients, les fournisseurs et les partenaires commerciaux soient transparentes, honnêtes et équitables. Le Groupe AUBERY a adopté des règles strictes en matière d'éthique et de conformité.

Tout non-respect de ces règles peut entraîner des conséquences graves pour notre entreprise, y compris des sanctions financières et juridiques, ainsi que des dommages à notre réputation. Nous attendons donc de l'ensemble des salariés et partenaires du Groupe la conformité à ses règles.

Point d'attention : les voyages organisés par les constructeurs automobiles visant à récompenser les concessions du Groupe ne sont pas considérés comme des cadeaux mais comme faisant partie de mécanismes de reconnaissance et valorisation du travail accompli.

d. Application

Tout employé qui enfreint cette politique s'expose à des sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement. Les partenaires commerciaux, les fournisseurs, les clients ou toute autre personne qui ne respecte pas cette politique peuvent être exclus de toute relation commerciale future avec les entreprises du groupe.

La présente politique a pour but de garantir que la remise de cadeaux et d'invitations est effectuée de manière transparente, éthique et responsable. Nous attendons de tous les employés, ainsi que de nos partenaires commerciaux, qu'ils respectent cette politique et agissent conformément à ses principes.

6- Les procédures d'alerte

a. Principes

Les procédures de signalement des comportements contraires à l'éthique ou illégaux sont des mécanismes internes permettant aux employés, aux dirigeants, aux administrateurs et aux

partenaires de signaler tout comportement ou action qui pourrait constituer une violation de l'éthique ou de la loi.

Les garanties de protection des lanceurs d'alerte sont des mesures prises par l'entreprise pour assurer que les personnes qui signalent ces comportements sont protégées contre toutes formes de représailles.

Les procédures de signalement doivent être clairement définies et facilement accessibles à tous les employés et partenaires de l'entreprise. Elles doivent comporter des canaux de communication confidentiels et sécurisés, tels que des boîtes de messagerie électronique, des hotlines téléphoniques ou des sites web dédiés. Ces canaux doivent être accessibles sans obstacle et les personnes signalant des comportements doivent être assurées de l'anonymat si souhaité.

Les garanties de protection des lanceurs d'alerte peuvent inclure :

- L'anonymat : les lanceurs d'alerte doivent pouvoir signaler des comportements contraires à l'éthique ou illégaux de manière anonyme afin de ne pas subir de représailles.

- La confidentialité : les informations communiquées par les lanceurs d'alerte doivent être traitées de manière confidentielle et protégées de toute divulgation non autorisée.

- La protection contre les représailles : les lanceurs d'alerte ne doivent pas subir de représailles ou de sanctions pour avoir signalé un comportement contraire à l'éthique ou illégal.

- Les canaux de signalement : les employés et partenaires doivent avoir accès à des canaux de signalement, tels qu'une ligne téléphonique dédiée, un courriel anonyme, un portail en ligne ou un formulaire de signalement.

- Les procédures de traitement : les signalements doivent être traités rapidement et de manière impartiale, avec une enquête approfondie et une prise de décision transparente.

Il est essentiel que ces mesures soient régulières et efficaces, et qu'elles soient intégrées dans le processus de gestion des risques de l'entreprise. De plus, l'entreprise doit mettre en place des mécanismes de communication pour garantir que les parties prenantes soient informées de la conformité et de l'efficacité du code de conduite.

Au sein du Groupe AUBERY, nous avons fait le choix d'une plateforme externalisée de procédure d'alerte. Cette plateforme est gérée par une entreprise tierce spécialisée dans la gestion de procédures d'alerte, elle offre une voie de communication anonyme et confidentielle pour les lanceurs d'alerte, ce qui peut encourager les employés à signaler des violations du code de conduite ou des activités illégales sans crainte de représailles ou de discrimination.

b. Procédure d'alerte

Pour émettre un signalement, le lanceur d'alerte doit se rendre sur la section "Gouvernance" du site internet du Groupe, où un lien vers la plateforme d'alerte lui sera mis à disposition.

https://groupeaubery.integrityline.app/

Une fois sur la plateforme, un questionnaire sera présenté au lanceur d'alerte afin qu'il puisse s'identifier. Il aura le choix de rester anonyme ou non.

Le lanceur d'alerte doit fournir des informations aussi précises que possible et peut également apporter des éléments de preuve à l'appui de son alerte. Il est important que le lanceur d'alerte fournisse autant de détails que possible pour aider le service conformité à mener une enquête approfondie et à prendre les mesures nécessaires.

Une fois l'alerte transmise au service conformité, le lanceur d'alerte recevra un numéro de suivi pour son alerte. Il sera également informé automatiquement de l'évolution de son alerte à l'aide d'un statut, sans toutefois avoir accès aux détails de l'enquête, sauf si l'équipe de gouvernance le permet expressément.

Pour aider le lanceur d'alerte dans l'enregistrement de son alerte, un tutoriel sera mis à sa disposition. Il pourra ainsi être guidé pas à pas tout au long du processus.

Le service conformité du groupe sera responsable du tri, du suivi et de l'enquête relative aux alertes. Cette équipe s'assurera que chaque alerte reçue est examinée attentivement et fera tout son possible pour garantir la confidentialité du lanceur d'alerte et la transparence du processus.

c. Alertes abusives

En France, l'utilisation abusive d'une plateforme de lancement d'alerte peut entraîner des sanctions. L'article de loi relatif à la dénonciation abusive peut varier en fonction du contexte spécifique de l'abus.

Diffamation : Article 29. - Toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé est une diffamation. La publication directe ou par voie de reproduction de cette allégation ou de cette imputation est punissable, même si elle est faite sous forme dubitative ou si elle vise une personne ou un corps non expressément nommé, mais dont l'identification est rendue possible par les termes des discours, cris, menaces, écrits ou imprimés, placards ou affiches incriminés. Toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait est une injure.

Dénonciation calomnieuse : L'article 226-10 du Code pénal : La dénonciation, effectuée par tout moyen et dirigée contre une personne déterminée, d'un fait qui est de nature à entraîner des sanctions judiciaires, administratives ou disciplinaires et que l'on sait totalement ou partiellement inexact, lorsqu'elle est adressée soit à un officier de justice ou de police administrative ou judiciaire, soit à une autorité ayant le pouvoir d'y donner suite ou de saisir l'autorité compétente, soit aux supérieurs hiérarchiques ou à l'employeur de la personne dénoncée est punie de cinq ans d'emprisonnement et de 45 000 euros d'amende.

Violation du secret professionnel : La violation du secret professionnel est réprimée par différents articles du Code pénal, en fonction du secteur concerné. Par exemple, l'article 226-13 du Code pénal sanctionne la divulgation non autorisée d'informations couvertes par le secret médical. Les

professionnels soumis au secret professionnel sont tenus de respecter la confidentialité des informations qu'ils détiennent et de ne les divulguer que dans les limites prévues par la loi.

Il est important de comprendre que ces articles de loi sont présentés à titre indicatif et ne sont pas exhaustifs. Les sanctions exactes et les circonstances d'application peuvent varier en fonction des spécificités de chaque cas et de l'interprétation des tribunaux compétents. Pour obtenir des conseils juridiques précis, il est recommandé de consulter un avocat spécialisé ou de se référer aux textes de loi officiels et à leur interprétation juridique actuelle.

7- Les sanctions disciplinaires et les poursuites pénales

a. Sanctions disciplinaires

Les employés qui ne respectent pas le Code Éthique de l'entreprise peuvent être soumis à des sanctions disciplinaires. Les sanctions disciplinaires peuvent inclure des mises en garde, des avertissements verbaux ou écrits, des suspensions temporaires de l'emploi, des rétrogradations à titre disciplinaire, voire des licenciements.

Les sanctions disciplinaires seront décidées en fonction de la gravité de la violation du Code Éthique, des antécédents de l'employé et éventuellement de tout autre facteur pertinent.

Le règlement intérieur et le régime disciplinaire sont systématiquement communiqués à tous les collaborateurs lors de leur embauche, dans le but de garantir une bonne compréhension et une stricte observation de ces règles. De plus, ces documents sont accessibles à tout moment auprès de la direction des ressources humaines, pour permettre à chacun de s'y référer en cas de besoin.

b. Poursuites pénales

Les violations graves du code éthique peuvent entraîner des poursuites pénales. Les poursuites pénales peuvent inclure des amendes, des peines de prison et des sanctions civiles telles que la restitution de biens mal acquis.

Les décisions de poursuites pénales seront prises par les autorités compétentes en fonction de la gravité de la violation des lois en vigueur.

8- Le Comité Éthique

Le Comité Éthique du groupe AUBERY joue un rôle clé dans la promotion de l'éthique et de la conformité au sein de l'organisation.

Le Comité est responsable de la définition des politiques et des normes éthiques de l'entreprise, en s'assurant qu'elles sont conformes aux lois et aux réglementations en vigueur.

Il sensibilise les collaborateurs aux normes éthiques de l'entreprise en organisant des formations et des campagnes de communication.

Le Comité doit conseiller la direction sur les questions éthiques, l'aider à résoudre les problèmes éthiques et apporter des conseils sur la manière de renforcer la culture éthique de l'entreprise.

Le Comité Éthique est responsable de la conformité de l'entreprise aux normes éthiques en effectuant des contrôles réguliers et en évaluant les risques.

Il a la charge d'examiner les signalements d'actes répréhensibles et de mettre en place les procédures nécessaires à la protection des lanceurs d'alerte.

Le Comité Éthique doit collaborer avec les autres acteurs clés de la filière éthique, tels que les auditeurs et les consultants, pour renforcer les normes éthiques et la culture éthique globale de l'entreprise.

En résumé, le rôle du Comité est d'aider l'entreprise à promouvoir l'éthique et la conformité en établissant des normes éthiques claires, en sensibilisant les employés, en conseillant la direction, en surveillant la conformité et en collaborant avec les autres acteurs de la filière éthique.

Ce comité est composé :

- Julien CHARLIER – Directeur Général
- Stéphane PIROLA – Secrétaire Général
- Lamine GOUDJIL – Directeur administratif et financier
- Pascal ROBERT – Directeur Ressources Humaines
- Didier LEGIER – Directeur des Système d'Information Antilles
- Laurent GUERIN – Directeur Concession JPV
- Stéphane JULIENNE – Directeur Concession Riviera
- Eric VARO-BONFILS – Directeur Concession Station 7
- Christophe DE LA VILLEGEGU – Directeur Branche Automobile DOM
- Olivier LEMAIRE – Directeur Branche Boulangerie
- Jean-François PIKETTY – Directeur Branche Immobilier
- Patrick AUBERY – Direction Branche Agriculture
- François AUBERY – Directeur Branche Services
- Laurent BESNARD – Directeur Branche Location Automobile
- Coralie BZOWSKI – Directrice Branche Foncière
- Mathieu PEPE – Contrôleur Interne Auditeur Groupe

Ce comité s'intégrera au COMEX et se tiendra trimestriellement. Si besoin, il pourra aussi se réunir sur proposition de l'un de ses membres.