

- quelconque action du destinataire ; (4) d'influencer une quelconque décision ou action future du destinataire ; (5) d'obtenir ou de conserver une affaire ; ou (6) d'orienter une affaire vers une personne ou de l'en détourner. Cela ne se limite pas aux versements d'argent et inclut toute offre et remise d'objets tels que des cadeaux, voyages, repas, hébergements, subventions, frais d'orateur, dons et sponsorings.
- b. **Sponsoring médical.** Si les lois et codes industriels en vigueur l'autorisent, les Tierces parties peuvent apporter un soutien à des PS afin qu'ils assistent à des conférences informatives, scientifiques ou relatives aux politiques publiques et autres réunions similaires qu'elles organisent. Les récipiendaires d'un tel soutien doivent détenir les qualifications adéquates et avoir des besoins de formation ou d'information légitimes. Le soutien financier sera limité aux frais d'inscription à la conférence ainsi qu'à des frais raisonnables de déplacement, repas et hébergement en lien avec la présence du PS à la conférence. Aucune visite touristique, distraction ou autre activité sociale menée à titre particulier ne saurait être couverte ou offerte.
- c. **Soutien de conférences tierces.** Si les lois et codes industriels en vigueur l'autorisent, les Tierces parties peuvent apporter un financement visant à soutenir des conférences informatives, scientifiques ou relatives aux politiques publiques et autres réunions similaires organisées à titre indépendant par des tiers. Ce type de soutien ne peut être apporté qu'à des organismes ayant une fonction pédagogique authentique et non à un particulier. Le soutien financier sera limité aux coûts raisonnables associés aux conférences tierces, qui incluent les coûts du programme, les frais de stand, les coûts et dépenses académiques, ainsi que des repas et réceptions modestes.
- d. **Interdiction des cadeaux ; objets c.9(i3.2(s373t)t)-1.9(r p)-2.1(2t)-3.2(sg.1(c.e)0.7(f**

7. **Pratiques promotionnelles et marketing.** Les activités et supports promotionnels et marketing doivent être précis, conformes à l'étiquetage approuvé des produits ou aux autorisations de commercialisation, et respectueux des lois et codes industriels en vigueur. Les produits Abbott ne doivent être commercialisés et promus qu'aux fins pour lesquelles ils ont été prévus et approuvés.
8. **Concurrence.** Les activités d'Abbott doivent être exercées conformément aux lois en vigueur contre les monopoles et la concurrence déloyale. Toute entente avec des concurrents sur les tarifs ou la répartition des clients, des produits, des régions, des villes ou des marchés est interdite.
9. **Exportations et conformité commerciale.** Les contrôles, sanctions et autres réglementations commerciales concernant les importations et exportations doivent être respectés.
10. **Protection des données.** La collecte et le traitement des informations personnelles des individus doivent être conformes aux lois et exigences en vigueur sur la protection de la vie privée et des données, ainsi qu'aux politiques et avis d'Abbott relatifs à la protection des données.
11. **Confidentialité.** Les informations confidentielles d'Abbott, y compris les informations personnelles recueillies pour ou auprès d'Abbott, doivent être protégées, et des mesures doivent être prises pour empêcher leur perte, leur utilisation abusive, leur vol, la fraude, les accès non autorisés, leur divulgation ou leur altération.
12. **Qui contacter pour obtenir de l'aide.** Si vous souhaitez savoir si certaines activités sont autorisées dans le cadre de ces Directives relatives aux Tierces parties, adressez-vous à l'employé Abbott avec qui vous travaillez.

De plus, les employés de l'Office of Ethics and Compliance (OEC, bureau de l'Éthique et de la conformité) sont à votre disposition pour répondre à vos questions et préoccupations, et vous pouvez les contacter de différentes manières.

Téléphone : +1-224-667-5210

Email : oecc@abbott.com / www.abbott.com/ethics

T d