

CODE DE CONDUITE ANTICORRUPTION



France
médias
monde

SOMMAIRE

<u>Message de la Présidente-directrice générale</u>	<u>p.3</u>
<u>Préambule</u>	<u>p.4</u>
<u>Lutte contre la corruption et le trafic d'influence</u>	<u>p.8</u>
<u>Cadeaux et invitations</u>	<u>p.12</u>
<u>Paiements de facilitation</u>	<u>p.18</u>
<u>Prévention de la corruption dans les achats</u>	<u>p.20</u>
<u>Partenariats et échanges de visibilité/marchandises</u>	<u>p.24</u>
<u>Dons, actions de mécénat et de parrainage</u>	<u>p.26</u>
<u>Représentation d'intérêts/lobbying</u>	<u>p.28</u>
<u>Prévention des conflits d'intérêts</u>	<u>p.32</u>
<u>Relations avec les partenaires d'affaires</u>	<u>p.36</u>
<u>Enregistrements et justifications comptables et financier</u>	<u>p.40</u>
<u>Dispositif d'alerte</u>	<u>p.42</u>

L'accomplissement et le succès de nos missions, à destination des cinq continents, reposent, notamment, pour chacun d'entre nous, sur le respect le plus strict des lois et règlements applicables en matière de lutte anti-corruption quel que soit le pays où notre groupe intervient. Les Conventions internationales et européennes en la matière ainsi que la Loi française n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, constituent un socle incontournable dans ce domaine.

Chaque collaborateur doit être conscient que nos comportements et actions, qu'ils soient individuels ou collectifs, engagent l'image et la réputation de France Médias Monde et de ses chaînes, RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya. Nous devons être irréprochables pour être dignes de la confiance que nous accordent les auditeurs, téléspectateurs, internautes, ainsi que l'ensemble de nos partenaires. Exigences professionnelles et éthiques sont étroitement imbriquées.

Le présent document a été réalisé pour permettre à chaque collaborateur de connaître les règles de conduite dont France Médias Monde s'est dotée en matière de lutte contre la corruption afin de les respecter dans le cadre de leur activité professionnelle.

Il constitue ainsi un document de référence que chacun peut consulter en cas de doute ou face à une situation délicate.

Merci à tous d'en prendre connaissance avec la plus grande attention.

Marie-Christine Saragosse
Présidente-directrice générale de France Médias Monde

PRÉAMBULE

Pourquoi un code de conduite anticorruption ?

Selon la Convention civile du Conseil de l'Europe adoptée le 4 novembre 1999, « la corruption représente une grave menace pour la prééminence du droit, la démocratie et les droits de l'homme, l'équité et la justice sociale, empêche le développement économique et met en danger le fonctionnement correct et loyal des économies de marché ». Elle a des « conséquences négatives sur les individus, les entreprises et les États » et fait ainsi peser sur les entreprises et leurs collaborateurs des risques graves de sanctions pénales, financières et/ou commerciales et impacte lourdement leur notoriété.

Le groupe France Médias Monde est présent dans de nombreux pays et y exerce ses activités au travers de ses filiales et/ou de ses collaborateurs, lesquels, de par leur comportement, peuvent engager la responsabilité, l'image et la réputation du groupe.

Fort de ce constat, le groupe France Médias Monde fait de la lutte contre la corruption et le trafic d'influence une priorité. Il s'engage ainsi à exercer ses activités de manière exemplaire, en toute intégrité et conformément aux législations qui leur sont applicables. Dans cette perspective, France Médias Monde met en œuvre un programme de conformité anticorruption traduisant l'engagement de ses dirigeants au sein du présent document appelé « Code de Conduite Anticorruption ».

- Il a pour objectif de rappeler les valeurs et principes fondamentaux que France Médias Monde s'engage à respecter en matière de lutte anticorruption.
- Il permet d'apporter une aide aux salariés afin de se conformer aux obligations légales applicables à leurs activités en fournissant des éléments de réponse aux questions qu'ils peuvent se poser ou aux problématiques qu'ils peuvent rencontrer dans leurs activités professionnelles.

Toutefois le code de conduite ne prétend pas apporter une réponse à toute question relative à la corruption susceptible de se poser dans le cadre des missions des collaborateurs de France Médias Monde. Il expose les règles de base et les lignes directrices qui doivent gouverner toute décision. Il convient de lire et d'assimiler ce code afin de faire preuve de jugement et de bon sens face aux diverses situations qui peuvent se présenter.

Le code de conduite est annexé au règlement intérieur de France Médias Monde et de ses filiales. Il s'applique de ce fait à tous les collaborateurs, internes et externes, permanents ou occasionnels, de France Médias Monde et de toutes ses filiales, quel que soit leur niveau hiérarchique et la nature de leur collaboration.

Le code de conduite est mis en œuvre dans les relations avec les clients, les usagers, les fournisseurs et, plus généralement, les partenaires de France Médias Monde. Il est applicable partout où France Médias Monde exerce une activité y compris à l'étranger.

En raison de sa portée extraterritoriale la loi n° 2016-1691 relative à la transparence et à la lutte anticorruption s'applique dans tous les pays où le groupe FMM exerce une activité. Le présent code de conduite fait, par ailleurs, référence à la législation française applicable aux situations et comportements évoqués. Hors territoire national, les législations locales sont applicables à toute personne physique et morale.

La prévention de la corruption et des comportements illicites qui lui sont liés est l'affaire de tous. Il est donc attendu de chaque collaborateur qu'il prenne connaissance du présent code de conduite anticorruption et en respecte les principes.

Pour ce faire le code de conduite est consultable sur le site intranet ainsi que sur le site Internet de France Médias Monde et de ses filiales afin d'être facilement et régulièrement consultable par l'ensemble des collaborateurs et partenaires de France Médias Monde.

Risques et sanctions encourus

Le non-respect des dispositions du présent code par les salariés de France Médias Monde pourra entraîner l'application de sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement en conformité avec le règlement intérieur et les accords collectifs en vigueur en matière de discipline (échelle des sanctions et procédures disciplinaires) dans chacune des filiales du groupe.

Des sanctions pénales sont également prévues par la loi n° 2016-1691 relative à la transparence et à la lutte anticorruption, et par les lois étrangères à portée extraterritoriale applicables aux activités du groupe.

À titre individuel, les sanctions prévues dans la législation française à l'encontre d'une personne physique peuvent aller jusqu'à 10 ans d'emprisonnement et 1 million d'euros d'amende ; la privation des droits civiques et l'interdiction d'exercer l'activité en cause pendant une durée de 5 ans ou plus

Pour France Médias Monde en sa qualité de personne morale tout comme pour les personnes physiques impliquées, des sanctions civiles et pénales sont applicables selon les législations locales. Les impacts de tels agissements seraient également particulièrement négatifs sur la réputation du groupe.

Que faire en cas de doute ?

En cas de doute sur une situation donnée ou par souci d'information, chaque collaborateur est invité, pour obtenir les réponses nécessaires, à échanger avec :

- son supérieur hiérarchique,
- le référent éthique de France Médias Monde*, via la plateforme sécurisée accessible depuis le lien suivant :

alertefrancemm.com

Par ailleurs France Médias Monde a mis en place un dispositif d'alerte (présenté page 42 du présent code) qui permet d'effectuer des signalements et de poser des questions en toute confidentialité.

**L'identité et les coordonnées du référent éthique sont disponibles dans la procédure de dispositif d'alerte.*

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE

La corruption

Selon les articles 432-11 et suivants du Code pénal français, la corruption - entendue dans son sens strict - désigne le fait pour une personne investie d'une fonction déterminée (publique ou privée) de solliciter ou d'accepter un don ou un avantage quelconque en vue d'accomplir, ou de s'abstenir d'accomplir, un acte entrant dans le cadre de ses fonctions.

On distingue la corruption active (fait de proposer le don ou l'avantage quelconque à la personne investie de la fonction déterminée) de la corruption passive (fait, pour la personne investie de la fonction déterminée, d'accepter le don ou l'avantage). Il s'agit dans les deux cas de comportements malhonnêtes impliquant en pratique au moins deux acteurs : celui qui va utiliser frauduleusement ses pouvoirs ou son influence pour favoriser un tiers en contrepartie d'un avantage (le corrompu) et celui qui va proposer ou fournir cet avantage (le corrupteur). La corruption peut être directe, c'est-à-dire que le corrupteur ou le corrompu en est directement à l'initiative ou indirecte ; lorsqu'elle est réalisée par le biais d'un intermédiaire.

On distingue également la corruption privée de la corruption publique. Cette dernière existe dès lors que le corrompu ou le corrupteur est une personne exerçant une fonction publique quelle que soit sa position dans la hiérarchie, et qu'elle soit dépositaire de l'autorité publique, chargée d'une mission de service public ou investie d'un mandat électif. Il peut s'agir à titre d'exemple de magistrats, de policiers, de douaniers, de députés, de sénateurs...

Le trafic d'influence

Le trafic d'influence consiste à promettre quelque chose (à un agent public, par exemple) non pour qu'il accomplisse des actes de sa fonction ou facilités par celle-ci, mais pour qu'il utilise son influence auprès d'une tierce personne, pour obtenir une décision ou un avis favorable.

À l'instar de la corruption, il existe deux infractions indépendantes l'une de l'autre. D'une part, le trafic d'influence passif, visant l'agent sollicité et, d'autre part, le trafic d'influence actif, visant la personne auteur de la sollicitation.

Le droit français assimile le trafic d'influence à la corruption.

France Médias Monde affiche une tolérance « zéro » vis-à-vis de toute forme de corruption et de trafic d'influence.

En aucun cas, l'un de ses collaborateurs ne doit accorder ni accepter de recevoir d'un tiers des avantages indus de quelque nature que ce soit et par quelque moyen que ce soit dans le but d'obtenir ou d'accorder tout service, décision favorable, action ou absence d'action, et d'une manière générale tout avantage matériel ou immatériel qui ne serait pas justifié et dûment enregistré dans les comptes de l'entreprise.

Ainsi chaque collaborateur devra se prémunir de tout rapport avec des tiers susceptible de le rendre redevable ou de le placer en situation de conflit d'intérêts. De la même manière les collaborateurs ne devront jamais prendre l'initiative de proposer des avantages indus susceptibles d'être qualifiés d'actes de corruption.

Exemple

Si le commercial d'une société fournisseur me propose un cadeau, une invitation, ou tout avantage en nature ou financier pour garantir, en échange, le renouvellement d'un contrat, alors je suis confronté à une situation de tentative de corruption.

Que dois-je faire ?

- Vous devez refuser cette proposition poliment mais fermement en expliquant qu'elle ne correspond pas aux principes de France Médias Monde. Cette situation doit être déclarée à votre responsable hiérarchique, au référent éthique ou au responsable du service des achats. En cas de doute, ces mêmes personnes peuvent être sollicitées pour vous apporter les réponses adaptées.

Chaque collaborateur de France Médias Monde peut être amené à recevoir de la part de tiers (fournisseurs, sous-traitants, prestataires par exemple) des cadeaux et invitations qui font partie des usages de courtoisie dans les relations professionnelles.

Cadeaux et invitations

On entend par cadeaux et invitations: les invitations au restaurant, à un événement sportif ou culturel ou à un salon professionnel, la prise en charge de tout ou partie de frais de voyages quelle qu'en soit la nature, les prêts financiers, les garanties ou cautions, les prestations de service ou de travaux à titre gratuit, les prêts de locaux, les cadeaux offerts par un collaborateur de l'organisation à l'un de ses proches, les embauches d'un proche pour un emploi ou un stage, les bourses d'étude aux enfants et aux proches, etc. et, d'une manière générale tout avantage matériel ou immatériel non directement lié à l'activité.

L'acceptation de ces avantages pourrait être assimilée à de la corruption passive d'autant plus s'il en était attendu une contrepartie. C'est pourquoi, il s'agit de respecter les règles données en la matière par France Médias Monde pour éviter toute situation à risque.

CADEAUX ET INVITATIONS

Acceptation de cadeaux et d'invitations

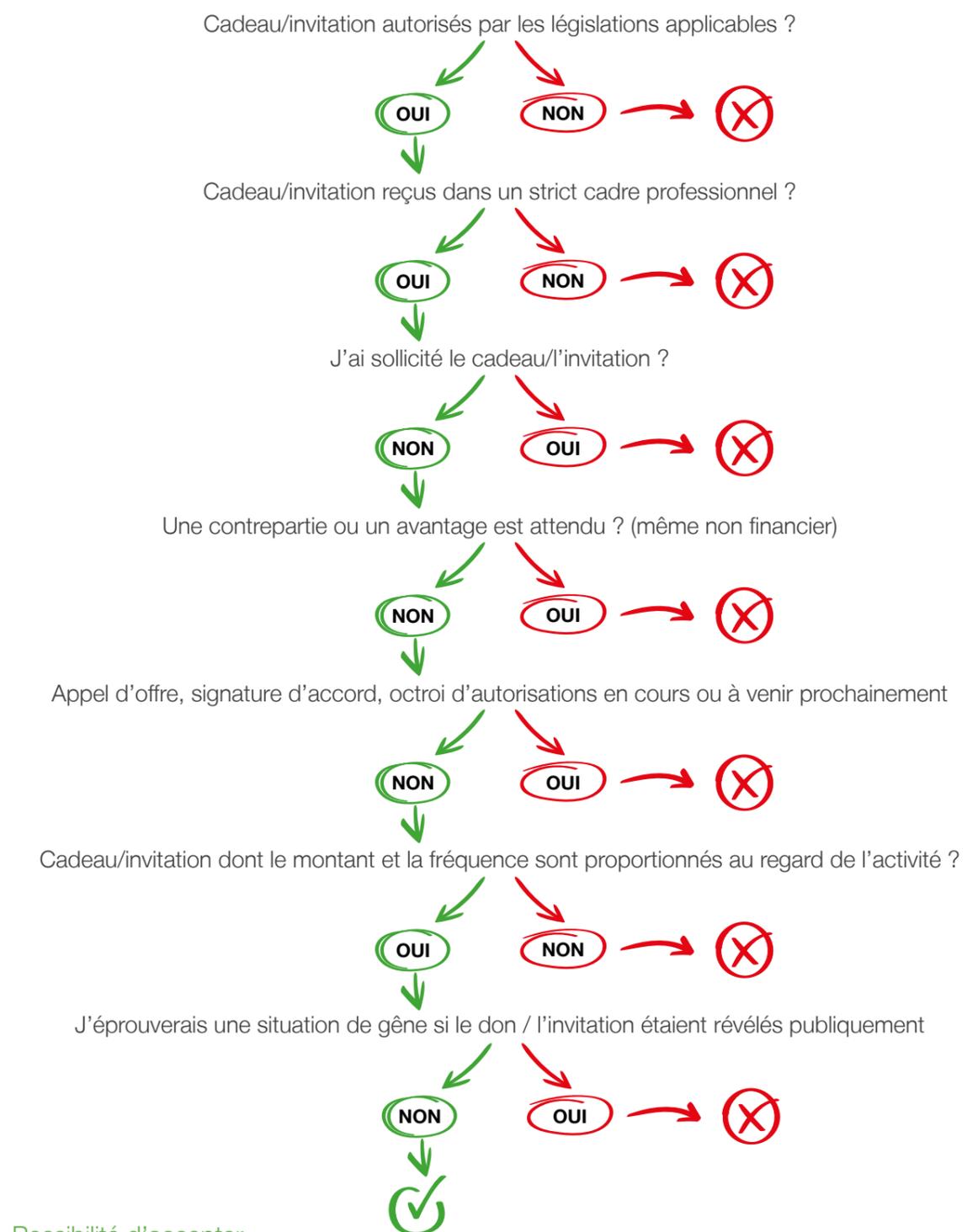
France Médias Monde s'inscrit dans une politique restrictive d'acceptation de cadeaux et d'invitations. En effet l'accord d'entreprise indique: « En aucun cas, un salarié ne saurait accepter de recevoir ni solliciter argent, cadeaux, gratifications, voyages, séjours touristiques ou autre faveur ou avantage de quelque nature ».

Les cadeaux d'une valeur symbolique tels que les objets promotionnels ou les attentions (chocolats, spécialités régionales, papeterie et autres objets dont la valeur est inférieure à une trentaine d'euros) ne sont pas soumis à cette restriction.

Les invitations à déjeuner par des tiers ne sont pas concernées par cette règle sous la condition qu'il s'agit de réunions de travail et que leurs valeurs sont raisonnables au regard des règles fixées dans la procédure « frais de représentation ». Celles-ci ne peuvent toutefois être que acceptées si :

- la société de la personne invitante n'est pas en procédure de mise en concurrence ou d'appel d'offre,
- les invitations ne sont pas trop fréquentes ou la valeur trop importante au regard de l'activité professionnelle.

Schéma d'aide à la prise de décision en matière de cadeaux et invitations reçus afin de distinguer les marques de courtoisie et d'hospitalité des cadeaux et invitations indus



Possibilité d'accepter le cadeau/l'invitation ✓

Décliner le cadeau/l'invitation ✗

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

Cadeaux et invitations offerts à des tiers

France Médias Monde prohibe le don de cadeaux par les salariés à leurs relations d'affaires à l'exception des objets promotionnels mis à la disposition des collaborateurs par la Direction de la communication et le service marketing de la Direction du développement international. Ces cadeaux d'une valeur symbolique ne créent en aucun cas une obligation de la part de celui qui reçoit vis-à-vis de celui qui offre.

Les invitations à des événements culturels ou sociaux, hébergements, et voyages effectués par des collaborateurs doivent être réalisées en toute transparence avec leur hiérarchie dans le cadre d'une demande préalable formalisée. Elles ne peuvent être effectuées qu'en dehors des procédures de mise en concurrence imminentes ou en cours, et dans le cadre d'une relation d'affaire.

Conformément à la procédure sur les frais de représentation, les invitations à des repas sont strictement limitées à une liste de salariés figurant en annexe de la procédure. Les autres salariés qui, dans l'exercice de leur mission, sont amenés à inviter des personnes extérieures à l'entreprise devront, quant à elles, recevoir l'accord préalable et formalisé du directeur COMEX.

Exemples

Quelle attitude adopter si je reçois un cadeau d'une relation d'affaires ?

- Vous devez refuser le cadeau poliment mais fermement en expliquant que les règles de France Médias Monde ne vous autorisent pas à l'accepter.
Par ailleurs, France Médias Monde se charge d'informer ses partenaires des règles en matière de cadeaux notamment au travers de la communication du présent code de conduite. En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

Puis-je solliciter un fournisseur pour prendre un de mes enfants en stage ?

- Même si le stage n'est pas rémunéré cela est assimilé à une faveur qui est susceptible de vous placer en situation d'obligé vis-à-vis du tiers. Ce n'est donc pas possible s'il s'agit d'une personne en relation d'affaire avec France Médias Monde.

Comment puis-je évaluer si la valeur de l'invitation reçue est trop importante ?

- Le plus simple est de se référer aux règles fixées dans la procédure « frais de représentation ». L'invitation reçue ne doit pas être éloignées des montants fixés par France Médias Monde pour celles offertes aux relations d'affaire.

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

PAIEMENTS DE FACILITATION

Constituent des paiements de facilitation toutes contributions financières payées directement ou indirectement à toute personne représentante de la fonction publique en France ou à l'International en vue de favoriser, accélérer ou d'activer des procédures administratives au détriment du respect des règles légales ou administratives en place.

France Médias Monde rappelle le principe selon lequel tout paiement ayant pour objectif de bénéficier d'un avantage injustifié ne respectant pas les règles légales et administratives applicables localement, constitue un acte de corruption qui est passible de poursuites pénales et contrevient aux valeurs éthiques du groupe. En conséquence, les paiements de facilitation sont interdits au sein de France Médias Monde.

Le paiement de facilitation par l'intermédiaire d'un partenaire de France Médias Monde (prestataire, fournisseur ou autre) constitue un acte de corruption indirecte.

Exemple

Que dois-je faire si je suis confronté à la demande par un douanier d'un paiement de facilitation pour accélérer le dédouanement d'une pièce essentielle pour la remise en état d'un matériel ?

- Vous devez refuser et expliquer qu'il s'agit d'une demande illégale et que le respect de la législation tout comme des règles d'éthique de France Médias Monde ne vous autorise pas à répondre favorablement à cette demande.
- Vous devez également tenir informés votre responsable hiérarchique ou le référent éthique si une telle demande vous est présentée.

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

PRÉVENTION DE LA CORRUPTION DANS LES ACHATS

En tant que société nationale de programme financée par de l'argent public, France Médias Monde est soumise pour une grande partie de ses achats aux règles européennes et françaises de la commande publique. Les achats de France Médias Monde réalisés en Europe doivent être passés selon les règles du code de la commande publique. Ces règles imposent :

- La liberté d'accès à la commande publique : Quels que soient leur taille et leur statut, les candidats doivent avoir librement connaissance des besoins de France Médias Monde.
- L'égalité de traitement des candidats : Ce principe implique que tous les candidats à un marché public doivent recevoir les mêmes informations et bénéficier d'un même traitement. Aucun candidat ne peut être discriminé ni favorisé. Le délit de favoritisme est d'ailleurs pénalement sanctionné.
- La transparence des procédures : Ce principe correspond à l'idée selon laquelle les règles de la consultation doivent être déterminées au moment du lancement de la procédure, rendues publiques par l'acheteur et sont intangibles tout au long de la consultation.

Ces principes sont également retranscrits dans la Politique des Achats de France Médias Monde formulés dans le Guide Interne des Achats. Ce dernier définit aussi les procédures applicables aux achats de France Médias Monde n'entrant pas dans le champ d'application des règles de la commande publique. Tout acteur intervenant dans le processus achat doit donc s'appuyer sur le Guide Interne des achats de l'entreprise.

France Médias Monde proscrit tout achat exécuté au mépris des règles de la commande publique tel que l'entente préalable entre un fournisseur et des collaborateurs de France Médias Monde avant le lancement ou en cours de procédure de mise en concurrence; l'établissement de critères de sélection orientés ou faussés ou le conflit d'intérêts impliquant un collaborateur de France Médias Monde.

Exemple

Je souhaite passer commande de matériel informatique auprès d'un fournisseur auquel j'ai déjà eu recours lors d'achats précédents. Notre relation d'affaires est ancienne et de confiance.

Ai-je le droit de procéder ainsi ?

- Vous ne pouvez pas passer commande auprès de ce fournisseur sans respecter les règles de la commande publique. Il s'agit sinon d'un délit de favoritisme, également appelé délit d'atteinte à la liberté d'accès et à l'égalité des candidats dans les marchés publics et qui constitue une atteinte à la probité. L'attribution d'un marché à un fournisseur doit respecter les règles internes d'achats chez France Médias Monde s'intégrant elles-mêmes dans celles de la commande publique.
- Vous devez consulter le Guide Interne des Achats qui selon le montant du marché vous donnera la procédure adaptée à suivre et le cas échéant contacter le responsable du service des achats qui pourra vous accompagner dans cette procédure.
- Vous ne devez en aucun cas engager financièrement France Médias Monde dans un quelconque achat si vous ne disposez pas de délégation de signature de la part de la Présidence Direction Générale.

En cas de doute sur une situation donnée ou par souci d'information, chaque collaborateur est invité, pour obtenir les réponses nécessaires, à :

- **consulter le Guide Interne des Achats de France Médias Monde disponible sur le réseau intranet ou auprès du service des achats.**
- **contacter le responsable du service des achats,**
- **échanger avec son supérieur hiérarchique ou le référent éthique de France Médias Monde.**

PARTENARIATS ET ÉCHANGES DE VISIBILITÉ/MARCHANDISES

Le partenariat

Le partenariat est une association d'entreprises qui mettent à la disposition l'une de l'autre des biens, des services ou des sommes d'argent dans le but de réaliser une action commune.

Mais ces partenariats prennent aussi souvent la forme d'**échanges de visibilité/marchandises** sans contreparties financières.

France Médias Monde est très fréquemment amenée à participer à des initiatives impliquant des partenariats. Ceux-ci peuvent prendre différentes formes telles que la participation à des conférences internationales, à des événements culturels et sportifs, à la collaboration avec des acteurs de la société civile, des ONG, des institutions ou des partenaires associatifs français et internationaux.

Qu'il s'agisse de simples échanges de marchandises ou de visibilité sans flux financier (hors paiement de la TVA) ou qu'ils donnent lieu à des échanges financiers, ils doivent dans tous les cas respecter les règles suivantes :

- Tout partenariat est systématiquement contractualisé et donne lieu à échange de factures ;
- La pertinence du partenariat et sa conformité avec les valeurs de France Médias Monde est préalablement évaluée de manière collégiale et formalisée ;
- L'exécution de la contrepartie du contrat par le partenaire est contrôlée et sa justification est conservée ;
- Les contreparties (qu'elles soient financières ou non) sont proportionnées aux actions concernées et sont de la même valeur lorsqu'il s'agit d'échanges ;
- Ces initiatives ne peuvent en aucun cas être utilisées pour obtenir en contrepartie un avantage indu ;
- Les partenariats ne peuvent en aucun cas permettre de financer des activités ou partis politiques.

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

DONS, ACTIONS DE MÉCÉNAT ET DE PARRAINAGE

Dans le cadre de ses missions, France Médias Monde peut être amenée à titre exceptionnel à participer à des initiatives impliquant des dons et/ou des actions de mécénat et de parrainage.

Cependant, celles-ci ne doivent en aucun cas avoir pour objectif l'obtention de contreparties illicites ou d'avantages indus. Les lois anti-corruption interdisent l'offre de don/mécénat/parrainage à un tiers dans le but d'obtenir un avantage indu ou d'exercer de façon non justifiée une quelconque influence sur toute action officielle.

Aussi, France Médias Monde, consciente des risques que peuvent comporter de telles initiatives, n'autorise le financement direct ou indirect de projets, de fondations ou d'associations éducatives, sociales, environnementales, caritatives, humanitaires ou sportives sous forme de donations ou de parrainage uniquement si les conditions suivantes sont respectées :

Tous dons et actions de mécénat ou de parrainage doivent :

- Faire l'objet d'une convention ou d'un contrat signé
- Être licites. Cela implique que la conformité à la législation locale doit être vérifiée.
- Se conformer aux procédures internes. Cela implique de réaliser une évaluation appropriée du tiers bénéficiaire sélectionné et ce préalablement à la validation de l'engagement contractuel au niveau hiérarchique autorisé.
- Avoir un objectif légitime, sans attendre une quelconque contrepartie et ne pas faire douter de l'impartialité de celui qui reçoit.
- Intégrer des montants raisonnables et appropriés compte tenu du bénéficiaire et du but de l'initiative.
- Respecter le principe de transparence en formalisant et documentant toutes les actions menées ainsi qu'en réalisant un suivi et une évaluation des opérations effectuées.
- France Médias Monde ne peut en aucun cas financer des activités ou partis politiques au travers de dons, mécénats ou parrainages.

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

REPRÉSENTATION D'INTÉRÊTS/LOBBYING

Dans le cadre de leurs activités certains collaborateurs de France Médias Monde sont amenés à être régulièrement en contact avec des hauts responsables publics français ou étrangers. Toutefois ne peuvent être considérées comme du lobbying que les activités exercées par ces salariés visant à influencer sur la décision publique, notamment sur le contenu d'une loi, d'une réglementation, l'établissement de normes pour favoriser les intérêts de l'entreprise.

Comme les personnes physiques, les personnes morales sont également susceptibles d'être considérées comme représentants d'intérêts.

Quelles conséquences pour les représentants d'intérêts ?

En France, les salariés susceptibles d'être considérés comme « représentants d'intérêts » au sens de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique (HATVP), c'est-à-dire exerçant cette activité à titre principal ou régulier, doivent être inscrits sur le répertoire des représentants d'intérêts afin de s'identifier et d'identifier les intérêts qu'ils défendent. Les représentants d'intérêts doivent, chaque année, déclarer le contenu de leurs activités auprès de la HATVP.

En application de l'article 18-5 de la loi n°2013-907 du 11 octobre 2013 relative à la transparence de la vie publique, les représentants d'intérêts sont astreints à des règles déontologiques notamment lorsqu'ils entrent en contact avec des responsables publics, lorsqu'ils sollicitent des informations ou des documents officiels, lorsqu'ils les diffusent ou encore lorsqu'ils organisent des colloques auxquels ils convient des responsables publics.

À l'étranger, les législations locales sont applicables.

Exemples

Mon activité me conduit à avoir des contacts réguliers avec des responsables publics.

Suis-je concerné par la représentation d'intérêts ?

- L'obligation de s'inscrire sur le répertoire des représentants d'intérêts dépend :
De la finalité de l'activité (tenter d'influencer les actions, les politiques ou les décisions de fonctionnaires, le plus souvent de législateurs ou de membres d'organismes de réglementation)
Et de l'intensité de l'activité exercée. Le caractère principal ou régulier de l'activité implique que la personne qui l'exerce : consacre plus de la moitié de son temps, apprécié par période de 6 mois, et ait accompli au moins 10 actions au cours des 12 derniers mois.

Je pense être susceptible d'être considéré comme représentant d'intérêts.

Que dois-je faire ?

- Si vous pensez que vos missions peuvent être qualifiées comme des activités de représentant d'intérêts ou si vous avez un doute vous pouvez vous rapprocher du référent éthique.

Un test est également disponible sur le site de de la HATVP pour juger de son activité de représentant d'intérêts :

https://www.hatvp.fr/espacedeclarant/representant-dinterets/etes-vous-un-representant-dinterets/#post_7419

Une analyse générale des situations sera menée par la Direction Générale et la Direction Juridique afin de juger du statut des salariés concernés et, en conséquence, de la suite à donner.

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

PRÉVENTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Le conflit d'intérêts

Le conflit d'intérêts est caractérisé par une opposition entre les missions réalisées par un collaborateur dans le cadre de son activité professionnelle et ses intérêts personnels. Ce conflit est susceptible de remettre en cause l'opportunité, l'impartialité et la neutralité d'une décision.

Le conflit d'intérêts n'est pas en soi une infraction pénale. C'est la prise illégale d'intérêts qui est la traduction pénale du conflit d'intérêts lorsque celui-ci est avéré.

Tout collaborateur de France Médias Monde peut se retrouver confronté à une situation de conflit d'intérêts dès lors, par exemple, qu'il :

- détient directement ou par personne interposée des intérêts de nature à compromettre son indépendance, dans une entreprise concurrente ou qui est en relation d'affaires, ou susceptible de l'être en raison de son activité ;
- accepte un cadeau, une invitation, un avantage, autre que symbolique, ce qui pourrait donner le sentiment d'être redevable vis-à-vis de celui qui le lui a offert ;
- a des relations personnelles proches avec un autre collaborateur ou un candidat pour un recrutement, et participe à une évaluation, une sélection ou un contrôle concernant ce dernier ;
- exerce une activité ou une mission extérieure pouvant influencer ses décisions ou son jugement dans le cadre de ses responsabilités professionnelles ;
- participe à une procédure d'achat dans laquelle est impliquée une société avec laquelle il a un lien, directement ou à travers un de ses proches.

Un conflit d'intérêts avéré conduisant à une décision partielle peut être considéré par les autorités locales comme constitutif d'un acte de corruption.

Tel qu'écrit dans l'accord d'entreprise, « France Médias Monde interdit à chacun de ses collaborateurs de posséder par lui-même, par ses ayants droits ou par personne interposée, dans une entreprise en relation d'affaires avec France Médias Monde (ou susceptibles de l'être en raison de son activité), des intérêts de nature à compromettre son indépendance, ainsi que d'être lié par contrat avec une telle entreprise, quelles que soient la forme et la nature juridique de ce contrat ».

Si un collaborateur se trouve dans une situation susceptible de provoquer un conflit d'intérêts ou pouvant le laisser présumer (apparence de conflit d'intérêts) alors il est tenu de déclarer par écrit sans délai à la Direction Générale de France Médias Monde cette situation pour permettre d'évaluer le risque existant et prendre le cas échéant les mesures nécessaires. Par ailleurs il ne doit en aucune manière prendre part à une quelconque décision portant sur l'organisation ou la personne avec qui il est en conflit d'intérêts.

Exemples

Un membre de ma famille ou l'un de mes proches dirige une entreprise à laquelle France Médias Monde pourrait faire appel en tant que fournisseur ou prestataire.

Que dois-je faire ?

- Pour ne pas vous placer dans une situation de conflit d'intérêts, vous devez déclarer l'existence de ce lien à la Direction Générale ou au référent éthique (réflexion sur l'opportunité de mise en place d'une procédure de déclaration des intérêts pour les salariés ?).

Quels types de liens sont susceptibles de me placer en situation de conflit d'intérêts et doivent donc faire l'objet d'une déclaration ?

- Doivent systématiquement être déclarés :
 - les liens relevant de la famille immédiate
 - les liens dont la nature est telle que les intérêts personnels surpassent les intérêts professionnels

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES D'AFFAIRES

Le partenaire d'affaires

Un lien commercial ou professionnel entre plusieurs personnes (physiques ou morales) constitue une relation d'affaires. Il peut s'agir d'entreprises sous-traitantes, de fournisseurs, de distributeurs, d'intermédiaires intervenant dans des domaines aussi variés que l'éditorial, la diffusion, la technique ou le fonctionnement général de l'entreprise. Ces partenaires d'affaires peuvent être français ou étrangers. Ils peuvent être des sociétés, des personnes physiques, des associations, des institutions ou bien des États.

Avant toute contractualisation

Les collaborateurs de France Médias Monde devront s'assurer qu'ils ne risquent pas d'être confrontés à une des situations suivantes :

- Non-respect des conventions internationales (France Médias Monde attend de ses fournisseurs et sous-traitants le respect des conventions internationales relatives aux principes et droits fondamentaux du travail) ;
- Blanchiment d'argent et financement du terrorisme (France Médias Monde attend de ses fournisseurs et sous-traitants le respect de la légalité quant à l'origine des fonds qui lui sont versés en paiement d'une transaction) ;
- Pratiques anti-concurrentielles (France Médias Monde s'interdit toute entente ou tout positionnement pouvant être qualifié de pratique anticoncurrentielle).

Le présent code de conduite est opposable aux partenaires d'affaires. À ce titre il leur est systématiquement communiqué et il est disponible sur les sites de France Médias Monde et de ses filiales.

Dès lors qu'elle peut être tenue responsable des actes et agissements de sociétés tierces agissant pour son compte, France Médias Monde entend réaffirmer les valeurs d'honnêteté et d'intégrité qui doivent nécessairement accompagner toute relation d'affaires.

Chaque collaborateur de France Médias Monde doit en conséquence, soumettre ses partenaires d'affaires à une procédure d'évaluation proportionnée à chaque situation préalablement à toute contractualisation. Il s'assure ainsi que son partenaire agit dans le strict respect des lois et règlement en vigueur notamment au regard des dispositions anticorruption.

Les collaborateurs de France Médias Monde doivent également s'assurer que leurs relations commerciales sont formalisées par un contrat et ce, dans le respect des règles de procédures édictées par France Médias Monde. À cette occasion, il sera rappelé à chaque partenaire de France Médias Monde, notamment par la formalisation de clauses appropriées relatives à la lutte contre la corruption, que le groupe attend de ses partenaires qu'ils se conforment à des standards équivalents en matière de lutte contre la corruption.

Il est de la responsabilité de tout collaborateur de France Médias Monde ayant connaissance de faits susceptibles de remettre en question la fiabilité d'un partenaire d'en informer sa hiérarchie ou d'utiliser le dispositif d'alerte. Une relation d'affaire peut néanmoins être envisagée dans de tels cas si elle est assortie de mesures appropriées de prévention et de détection de la corruption.

Toutefois seule la Direction de France Médias Monde est habilitée à décider des suites à donner aux cas de relations d'affaires qui auront été jugées à risque.

Exemple

Avant d'établir une relation commerciale avec un tiers, quels sont les éléments que je dois prendre en compte et les vérifications que je dois réaliser ?

- Est-ce que le tiers est suggéré voire imposé par le client ou une autorité publique ?
- Est-ce que la société tierce est détenue, même partiellement, par une personne politiquement exposée compte tenu de son niveau d'exposition et de son pouvoir d'influence ?
- Est-ce que l'entreprise est située dans un pays perçu comme étant particulièrement à risque en matière de corruption (Cf. le classement des pays à risques établi par Transparency International)?
- Est-ce que la rémunération du partenaire est proportionnelle aux produits ou aux services fournis ? Ceux-ci sont-ils documentés et approuvés avant tout paiement du partenaire ?
- Une attention plus importante sera également portée sur la nature de la prestation (principalement s'il s'agit d'une prestation immatérielle), sur la devise utilisée (l'utilisation du dollar expose à de possibles poursuites des autorités américaines au titre du Foreign Corrupt Practices Act, loi anticorruption américaine)

En cas de doute, votre responsable hiérarchique ou le référent éthique peuvent être sollicités pour vous apporter les réponses adaptées.

ENREGISTREMENTS ET JUSTIFICATIONS COMPTABLES ET FINANCIERS

L'ensemble des enregistrements comptables et financiers constitue un outil d'évaluation permettant de refléter la valeur de la société et de son activité. Il permet de donner une image fidèle de son patrimoine incorporel, matériel et financier.

Ces enregistrements sont de nature et de thèmes variés ; électroniques ou papier, ils prennent la forme d'écritures comptables, de rapports ou de fichiers transmis à divers organismes.

Il est de la responsabilité de chaque collaborateur de France Médias Monde de contribuer à la production d'éléments financiers justes et sincères en communiquant rapidement de manière exhaustive et fiable l'ensemble des éléments permettant une parfaite comptabilisation.

France Médias Monde entend faire respecter les principes suivants :

- Les écritures comptables sont saisies, classées, retraitées et agrégées en vue de produire des documents retraçant fidèlement les détails des opérations ;
- Les enregistrements comptables et financiers sont établis en conformité avec la réglementation locale et les règles internes à France Médias Monde ;
- Les enregistrements comptables doivent être réalisés au vue d'une pièce justificative (facture, relevé bancaire ...). La pièce justificative doit être datée, réalisée sur un support officiel, et conservée durant le délai imposé par l'administration fiscale.
- France Médias Monde a mis en place un dispositif de contrôle interne et de surveillance de niveau 2 adapté qui doit permettre de s'assurer de leur qualité.

DISPOSITIF D'ALERTE

France Médias Monde a mis en place un dispositif d'alerte interne destiné à permettre le recueil des signalements relatifs à l'existence de comportements ou de situations contraires à ce présent code. Ce dispositif d'alerte est accessible depuis le lien suivant :

alertefrancemm.com

Toutefois, il ne se substitue pas aux procédures et dispositifs déjà existants. Le lanceur d'alerte bénéficie d'une protection renforcée par la loi contre toute mesure disciplinaire ou discriminatoire qui pourrait être prise à son encontre en cas de signalement d'une alerte dans le cadre de la loi anticorruption.

Cette protection s'applique quel que soit le pays de résidence du lanceur d'alerte. En revanche elle ne joue pas en cas de mauvaise foi. Un signalement effectué de mauvaise foi, en connaissance du caractère mensonger des faits dénoncés peut faire l'objet de sanctions. L'ensemble des règles et processus du dispositif d'alerte figurent dans la « procédure dispositif d'alerte » accessible sur la plateforme sécurisée.

Le lanceur d'alerte

Au titre de l'article 6 de la loi n°2016-1691 relative à la transparence et la lutte contre la corruption, un lanceur d'alerte est une personne physique qui révèle ou signale de manière désintéressée et de bonne foi, un crime ou un délit, une violation grave et manifeste d'un engagement international, d'un acte unilatéral d'une organisation internationale pris sur le fondement d'un tel engagement, de la loi ou du règlement, ou une menace ou un préjudice grave pour l'intérêt général, dont elle a eu personnellement connaissance.

Si un salarié de France Médias Monde est témoin ou soupçonne qu'un acte transgressant les lois, réglementations ou principes définis dans le code de conduite anti-corruption de France Médias Monde soit sur le point d'être commis ou ait été commis, il peut signaler ce comportement au référent éthique en suivant les instructions définies dans la procédure « dispositif d'alerte ».

Les processus mis en œuvre par France Médias Monde pour recueillir les signalements garantissent une stricte confidentialité de l'identité des collaborateurs, auteurs du signalement, des personnes visées par ceux-ci et des informations recueillies par l'ensemble des destinataires du signalement.

France Médias Monde enquêtera sur toutes les infractions présumées et prendra les mesures correctives et/ou disciplinaires, qu'elle juge nécessaires afin de protéger France Médias Monde, ses collaborateurs et ses représentants.

France Médias Monde s'engage à mettre en œuvre toutes les mesures nécessaires pour garantir les lanceurs d'alerte qui agissent de bonne foi contre toutes formes de représailles.

Cette garantie reste assurée en cas d'alerte qui s'avèreraient inexactes ou si aucune action n'est menée à la suite du signalement.

Le signalement d'une alerte de mauvaise foi ou à des fins malveillantes peut faire l'objet de mesures disciplinaires et/ou judiciaires.

En effet, en France, la dénonciation calomnieuse est un délit défini dans les articles 226-10 à 226-12 du Code pénal. Elle est sanctionnée d'une peine d'emprisonnement pouvant aller jusqu'à 5 ans et d'une amende pouvant atteindre 45 000 euros d'amende. À l'étranger, les législations locales sont applicables.



France
■ médias
■ monde