

La lutte contre les
phénomènes de
corruption et de trafic
d'influence

CODE DE CONDUITE ANTI- CORRUPTION

Document FranceTV Publicité

V02 – Février 2019

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	2
PREVENTION DES CONFLITS D'INTERETS	2
CADEAUX, INVITATIONS ET VOYAGES	2
PAIEMENTS DE FACILITATION.....	2
PARTENARIATS	2
RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES d'AFFAIRES	2
ENREGISTREMENTS COMPTABLES ET TRACABILITE.....	2
LES RISQUES ENCOURUS	2
SIGNALER UNE ALERTE	2

INTRODUCTION

Pourquoi un code de conduite ?

Conformément à la Charte Ethique, France Télévisions Publicité s'engage à exercer ses activités de manière équitable et honorable, en toute intégrité.

Elle se conforme à la loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption, et à la modernisation de la vie économique (loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016), dite loi Sapin II. Cette loi vise à lutter, entre autres, contre les phénomènes de corruption et de trafic d'influence et impose la mise en place d'un programme de conformité anti-corruption. Ce code de conduite s'inscrit dans cette démarche.

Que trouve-t-on dans le code de conduite ?

Il décrit les valeurs et les principes fondamentaux que France Télévisions Publicité s'engage à respecter en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence. Il insiste sur la responsabilité de France Télévisions Publicité et de ses collaborateurs de se conformer aux obligations légales et d'éviter les pratiques non conformes aux principes définis ou qui pourraient avoir un impact négatif sur la réputation de France Télévisions Publicité.

Qu'est-ce que la corruption ?

La corruption est traditionnellement définie par le fait d'employer des moyens condamnables dans l'optique d'influencer une personne dans ses décisions, ou de la faire contrevenir aux obligations auxquelles elle est soumise.

La corruption peut prendre deux formes :

Corruption active : tout avantage indu **proposé ou promis** en vue d'obtenir d'un tiers, directement ou par un intermédiaire, qu'il accomplisse, retarde, accélère, améliore, ou s'abstienne d'accomplir, un acte qui relève de ses fonctions, ou qui est facilité par ses fonctions.

Corruption passive : tout avantage indu **sollicité ou accepté** d'un tiers pour accomplir, retarder ou s'abstenir d'accomplir, un acte qui relève de ses fonctions, ou qui est facilité par ses fonctions.

Qu'est-ce que le trafic d'influence ?

Le fait d'accomplir tout acte (invitations, dons, cadeaux, promesses ou avantage quelconque) ayant pour objet de compromettre l'objectivité et la transparence d'un processus décisionnel au bénéfice, direct ou indirect, de France Télévisions Publicité et/ou de ses partenaires.

A qui s'adresse ce code ?

Il s'applique à tous les collaborateurs, quels que soient leur niveau hiérarchique et la nature de leur collaboration, dans tous les pays où France Télévisions Publicité est présent, dans le respect des normes internationales et des législations et réglementations locales. L'implication de tous dans le respect des valeurs et des principes éthiques de l'entreprise permettra à chacun de mieux réaliser sa mission, de garantir l'image et la réputation de France Télévisions Publicité.

Il a pour but de guider et d'aider les collaborateurs à prendre des décisions conformes à l'éthique lors de situations courantes au cours desquelles il pourrait leur être utile d'avoir des lignes directrices en matière de lutte contre la corruption. Il rappelle également l'importance d'être en conformité avec la Charte Ethique que tous les collaborateurs de France Télévisions Publicité doivent respecter. Dans le

cas de violation des principes du présent code de conduite, les sanctions issues du régime disciplinaire de l'entreprise trouveront à s'appliquer. Il est rappelé que la corruption est sanctionnée pénalement (les sanctions pénales sont rappelées à la fin du document).

Comment utiliser le code de conduite ?

Il doit être à portée de main et consulté régulièrement afin de mieux comprendre les attentes de France Télévisions Publicité en matière de lutte contre la corruption. Il doit aider chaque collaborateur à être vigilant face aux situations qu'il rencontre dans ses activités quotidiennes et à savoir faire face aux situations potentiellement à risque.

En cas de doute, tout collaborateur peut consulter sa direction ou bien la direction en charge de l'éthique et de la déontologie de France Télévisions Publicité afin d'obtenir des éclaircissements si des difficultés surgissaient dans l'interprétation et l'application des valeurs et principes de l'entreprise.

Ce qu'il faut retenir

Une **tolérance zéro** est appliquée envers toute forme de corruption et de trafic d'influence sous toutes leurs formes, actives ou passives, que ce soit par des collaborateurs ou bien des parties prenantes de France Télévisions Publicité.

Toute action pouvant conduire directement ou indirectement à de la corruption est strictement interdite, et peut entraîner – outre des sanctions disciplinaires – des sanctions pénales pour l'entreprise et le collaborateur.

Tout versement ou acceptation de sommes illicites est prohibé.

Dans le cadre de ses activités, France Télévisions Publicité a identifié 5 situations qui pourraient présenter des risques de corruption et face auxquelles chacun doit rester vigilant dans ses agissements, à savoir :



Prévention des conflits d'intérêt



Partenariats



Cadeaux, invitations et voyages



Paiements de facilitation



Relations avec les partenaires d'affaires

PREVENTION DES CONFLITS D'INTERETS



Voir Politique Achats FTP

Une situation de conflit d'intérêts apparaît dès lors que vos intérêts personnels ou ceux de vos proches interfèrent avec votre capacité à exercer vos fonctions dans l'intérêt de France Télévisions Publicité de façon impartiale, ou au moins donnent cette impression (on parle alors « d'apparence de conflit d'intérêts »).

Vous devez donc signaler si vous vous trouvez dans une situation susceptible de provoquer un conflit d'intérêts (ou pouvant en créer l'apparence). Cela permet d'évaluer le risque et de prendre le cas échéant les mesures nécessaires afin d'empêcher qu'un tel conflit ne se produise.

Définitions

Qu'est-ce qu'un conflit d'intérêts?

Un conflit d'intérêts apparaît dès lors qu'un collaborateur se trouve (ou semble se trouver) en mesure d'influencer, par l'exercice de ses fonctions, une décision (par exemple une décision d'embauche, l'attribution d'un marché, etc...) dont il pourrait tirer un avantage personnel ou qui pourrait bénéficier à d'autres personnes avec qui il a un lien, tel que familial, ou amical.

Un conflit d'intérêts conduisant à une décision partielle peut constituer un acte de corruption.

Voici quelques exemples de situations susceptibles d'entraîner un conflit d'intérêts.

Lorsqu'un collaborateur :

- 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, avec une des entités du groupe ;
- accepte un cadeau, une invitation, un avantage, autre que symbolique, ce qui pourrait lui 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 du groupe 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 pour le groupe ;
- 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.

Ce qu'il faut retenir :

Tout conflit d'intérêts potentiel doit être identifié et reporté à votre responsable hiérarchique et/ou à votre DRH. Vous pouvez contacter la direction en charge de l'éthique et de la déontologie de France Télévisions en cas de doute ou d'interrogation sur le sujet.

PAR EXEMPLE...

Un membre de ma famille ou un de mes proches travaille dans la même Direction que moi. Qu'attend-on de moi ?

Vous devez le déclarer afin que tout soit mis en œuvre pour que les évaluations le concernant soient effectuées par une personne tierce.

Un de mes proches dirige une entreprise à laquelle le groupe pourrait être amené à faire appel en tant que fournisseur ou prestataire. Est-il interdit de conclure un accord avec cette société ?

Non, mais vous devez déclarer l'existence de ce lien à votre hiérarchie, et n'interférer en aucune manière dans la procédure d'achat.

Je travaille sur un projet de programme court en cours de sélection ou de développement. Un membre de ma famille est impliqué dans ce projet. Que dois-je faire ?

Je le signale à ma hiérarchie et n'apporte pas de validation sur ce projet sans son accord exprès.

CADEAUX, INVITATIONS ET VOYAGES



Voir Politique en matière de cadeaux et d'invitations FTP et Politique Notes de frais FTP

Nous pouvons occasionnellement offrir ou recevoir des invitations ou des cadeaux au titre de nos activités quotidiennes, visant à favoriser de bonnes relations professionnelles. Cependant, ces pratiques pourraient constituer ou être considérées comme un canal de corruption si elles ne sont pas conformes aux règles et principes définis par France Télévisions Publicité.

Définitions

Le terme « **Cadeau** » est utilisé ici pour désigner toute forme de paiement, de gratification, d'avantage, de présent ou de prestation offerte ou reçue.

Le terme « **Invitation** » est utilisé ici pour désigner toute forme d'événement social, divertissement (événements sportifs ou culturels, vacances, etc.), voyage, hébergement ou repas, offerts ou reçus.

Procédures opérationnelles

France Télévisions Publicité met en œuvre des procédures conformes à ses principes directeurs et fournit aux salariés des seuils d'approbation et des exigences en matière d'enregistrement comptable.

Principes directeurs

Tous les cadeaux ou invitations, reçus ou offerts, directement ou indirectement, doivent :

- respecter les lois et les procédures applicables, **et notamment la procédure cadeaux et invitations mise en place par ma société (qui précise strictement les conditions autorisant l'offre ou la réception de cadeaux ou d'invitations).**
- être donnés pour le compte de la société
- être approuvés avant le versement de toute somme ou la fourniture de tout bien ou service.

Point d'attention

Tous les cadeaux ou invitations offerts, directement ou indirectement, doivent être dûment documentés et précisément enregistrés dans les comptes de France Télévisions. Ils doivent respecter les règles définies dans les procédures internes relatives aux frais professionnels (avec pour les invitations à déjeuner par exemple, l'indication sur les justificatifs du nom des invités, de leur fonction et de la société concernée).

PAR EXEMPLE...

Je suis invité(e) par un prestataire technique ou informatique sur un marché professionnel à l'étranger. Puis-je accepter cette invitation ?

Non, s'agissant d'une invitation dont la valeur est manifestement significative, vous ne pouvez l'accepter car elle serait susceptible d'influencer votre jugement sur des décisions ultérieures, ou d'apparaître comme telle. Si votre présence sur ce marché est jugée nécessaire par votre hiérarchie, vos frais seront pris en charge par FTP.

Un partenaire avec lequel France Télévisions Publicité est en relation, vous fait clairement comprendre qu'il est un inconditionnel du Tour de France, et qu'il apprécierait d'être invité sur cet événement avec ses enfants. Puis je lui répondre que c'est envisageable ?

Par principe la réponse est Non, en attirant l'attention de votre interlocuteur sur le fait que cette invitation pourrait être assimilée à de la corruption et ferait peser sur vous un risque pénal.

Pour autant, il est possible d'envisager de le faire et ce, dans le respect des règles définies dans la politique « Cadeaux et invitations » de FTP. A savoir, en informer sa hiérarchie qui devra en faire la demande expresse auprès de la Direction Générale qui acceptera ou non.

PAIEMENTS DE FACILITATION

Les paiements de facilitation sont interdits au sein de France Télévisions Publicité, dans la mesure où ils sont considérés comme des actes de corruption par les principales lois en matière de lutte contre la corruption.

Définitions

Les paiements de facilitation consistent en des contributions de faibles montants à destination des agents de la fonction publique, afin de garantir ou d'accélérer l'exécution de procédures administratives courantes ou de formalités sous la responsabilité du fonctionnaire, alors que France Télévisions Publicité doit suivre les procédures légales normales et sans compensation.

L'utilisation de paiements de facilitation peut également être interprétée comme un fait de corruption indirecte si ces paiements sont effectués par un partenaire au nom de France Télévisions Publicité.

Principes directeurs

Ce qu'on attend de moi...

- Si vous êtes invité à effectuer un paiement pour le compte de la société, **vous devez toujours être attentif aux motifs du paiement** et vérifier si le montant demandé est proportionné aux produits ou aux services fournis.
- **Vous devez toujours demander un reçu** précisant le motif du paiement.
- Si vous êtes confronté à une demande de paiement de facilitation de la part d'un agent de la fonction publique, vous devez lui indiquer que **vous êtes tenu d'informer votre hiérarchie de cette demande**, en communiquant le nom de la personne présentant la demande.
- Informez votre responsable hiérarchique ou la Direction en charge de l'éthique et de la déontologie si une telle demande est présentée.

PAR EXEMPLE...

Un employé de France Télévisions souhaite accéder sur un lieu public pour un tournage. Afin de faciliter cette démarche, peut-il proposer une petite somme d'argent à un agent de la fonction publique ?

Non, il s'agit là d'un paiement de facilitation et France Télévisions applique une interdiction complète des paiements de facilitation.

PARTENARIATS

France Télévisions Publicité peut être amené à participer à des initiatives impliquant un partenariat. Ces initiatives ne doivent pas être utilisées pour obtenir en contrepartie un avantage indu. Ce risque est accentué lorsque les événements ou les spectacles faisant l'objet d'un partenariat impliquent des personnalités politiques ou un agent de la fonction publique.

Définitions

Le *Partenariat* est généralement défini comme un acte de mise à disposition d'une valeur (biens, services ou somme d'argent) afin de prendre en charge tout ou partie du coût des initiatives d'une organisation, d'une personne ou d'un événement, en échange d'avantages commerciaux tangibles liés à ces activités ou d'une image d'entreprise positive pour le parrain.

Tout partenariat est systématiquement contractualisé.

Principes directeurs

Le financement direct ou indirect de projets, de fondations ou d'associations éducatives, sociales, environnementales, caritatives, humanitaires ou sportives, sous forme de partenariat ou de donations est autorisé à condition de respecter les conditions suivantes :

- conformité à la législation locale ;
- conformité à la procédure interne, comprenant l'application d'une évaluation appropriée du partenaire sélectionné (se reporter à la gestion des relations avec les partenaires d'affaires) et ce préalablement à la validation de l'engagement contractuel au bon niveau hiérarchique ;
- transparence en ce qui concerne leur pertinence, leurs circonstances et leur comptabilisation ;
- documentation de l'exécution du contrat de partenariat (par exemple, rapports d'activité) ;
- document contractuel formalisé, comportant des clauses relatives à la lutte contre la corruption ;
- montants raisonnables et appropriés compte tenu du bénéficiaire et du but de l'initiative.

Point d'attention

France Télévisions Publicité ne verse aucune contribution à des activités ou partis politiques¹.

PAR EXEMPLE...

Une association caritative dans laquelle je me suis engagé à titre personnel me demande si France Télévisions peut fournir gratuitement du matériel de tournage afin de soutenir sa cause. Puis-je répondre positivement ?

France Télévisions peut vous soutenir dans vos initiatives d'intérêt général si elles sont cohérentes avec la stratégie de l'entreprise. Vous devez en parler à votre responsable qui étudiera si ce projet est aligné avec la stratégie de France Télévisions, mais en aucun cas vous ne pouvez vous engager directement pour France Télévisions, ni utiliser ou prêter du matériel sans autorisation.

¹ Toutefois, l'article 46 du cahier des charges de France Télévisions sur l'expression des formations politiques prévoit que « le coût financier des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques représentées par un groupe dans l'une ou l'autre des assemblées du Parlement, est à la charge de France Télévisions, dans les limites d'un plafond fixé par son conseil d'administration »

RELATION AVEC LES PARTENAIRES D’AFFAIRES

France Télévisions Publicité, dans ses relations avec ses partenaires d'affaires, peut être tenu responsable des fautes de tiers agissant pour son compte.

Il est donc nécessaire d'exercer la plus grande vigilance avant de contractualiser avec ces partenaires et de mettre en œuvre une procédure d'évaluation avant de contracter avec un tiers. L'objectif est de s'assurer que nos partenaires agissent conformément aux lois et réglementations en vigueur, notamment en matière de lutte contre la corruption.

Traiter avec des partenaires à risque

Dans le cadre de nos activités de programmes ou de nos activités hors programmes, les collaborateurs appelés à contractualiser avec des partenaires d'affaires doivent être vigilants afin de détecter en amont, ceux qui pourraient ne pas respecter nos principes d'intégrité. Ceci, afin d'éviter de nous engager dans une relation commerciale risquant de nous mettre légalement en difficulté. **Cette vigilance doit être tout particulièrement accrue lorsque ces partenaires sont susceptibles d'agir en notre nom.**

Nos fournisseurs et sous-traitants ont un impact sur notre image et notre réputation ; c'est pourquoi il est essentiel qu'ils partagent et appliquent les règles et les principes de France Télévisions, notamment en matière de prévention de la corruption.

Le niveau d'évaluation à réaliser avant de contracter avec un partenaire dépend de son profil de risque. Elle vise à établir une connaissance suffisante du partenaire ou intermédiaire afin de permettre à France Télévisions Publicité d'évaluer le risque de corruption éventuellement représenté par ce partenaire ou intermédiaire proposé.

Dans tous les cas et sous réserve des règles spécifiques applicables aux marchés publics :

- Une procédure d'évaluation des clients, fournisseurs de premier rang et intermédiaires, doit être mise en œuvre avant tout engagement, en s'attachant à ceux susceptibles de présenter des risques de non-respect des principes d'anti-corruption.
- La relation d'affaire doit être formalisée par un contrat comportant des clauses appropriées relatives à la lutte contre la corruption. Ces clauses doivent :
 - (i) informer le contractant que l'entreprise s'est dotée d'une charte éthique ainsi que de règles de conduite anti-corruption ;
 - (ii) inciter le contractant à se conformer à ces règles anti-corruption telles que figurant dans la Charte Éthique disponible sur le site de l'entreprise
- La rémunération du partenaire doit être raisonnable et proportionnée aux services fournis ;
- Les services rendus doivent être dûment documentés et approuvés avant tout paiement en faveur du partenaire.

PAR EXEMPLE...

Vous êtes mandaté pour mettre en place un programme court. Le producteur vous indique qu'il accepte sous condition que l'un de ses amis se voit confier la réalisation d'un autre projet. Puis-je m'engager sur ce point ?

Non. Vous devez attirer l'attention du producteur sur le fait que cet engagement pourrait être assimilé à un acte de corruption.

Vous devez informer votre manager de la situation que vous avez rencontrée.

ENREGISTREMENTS COMPTABLES ET TRAÇABILITE



Voir Politique notes de frais FTP

Principes directeurs

France Télévisions Publicité doit conserver les registres financiers et mettre en place des contrôles internes appropriés apportant la justification des paiements effectués à des partenaires.

Tous les salariés doivent s'assurer que toutes leurs demandes de remboursement relatives aux invitations, aux cadeaux ou aux dépenses engagées à l'égard de partenaires sont conformes à nos politiques en matière de dépenses et comportent spécifiquement le motif de la dépense.

Tous les comptes, factures, mémorandums et autres documents et dossiers relatifs aux relations avec des partenaires, tels que les clients, les fournisseurs et les contacts commerciaux, doivent être classés et conservés avec une précision et une exhaustivité rigoureuses.

Aucun compte comptable ne doit être inscrit « en dehors des livres comptables » pour faciliter ou dissimuler des paiements illicites.

LES RISQUES ENCOURUS

Toute violation des principes de ce code expose le collaborateur aux sanctions disciplinaires prévues par le règlement intérieur de l'entreprise.

Par ailleurs, des sanctions importantes sont prévues par la loi Sapin 2 mais aussi par des lois étrangères à portée extraterritoriale.

Pour vous, à titre individuel, les sanctions peuvent aller jusqu'à 10 ans d'emprisonnement et 1 million d'euros d'amende, privation de droits civiques, interdiction d'exercer l'activité en cause pendant 5 ans ou plus ;

Pour l'entreprise, les sanctions pourront être une amende dont le montant peut s'élever jusqu'à 30% de son chiffre d'affaires et jusqu'à dix fois le montant des avantages tirés de l'infraction, des exclusions de marché ou l'interdiction pour France Télévisions de lever des fonds (emprunt ...), et enfin un impact réputationnel lourd.

SIGNALER UNE ALERTE



Voir Procédure de lancement d'alerte FTV

Il est impératif que tous les salariés puissent :

- reconnaître les actions qui constituent, ou peuvent être perçues comme un manquement à la loi et au présent Code de conduite anti-corruption ;
- éviter d'enfreindre la loi et le présent Code de conduite anti-corruption;
- signaler des violations possibles afin que France Télévisions Publicité puisse enquêter et, si nécessaire, corriger ces actions.

Si un salarié de France Télévisions Publicité est témoin ou soupçonne un acte sur le point d'être commis ou ayant été commis transgressant les lois, réglementations ou principes définis dans le présent code de conduite anti-corruption de France Télévisions Publicité, il peut signaler ce comportement en se référant à la procédure de lancement d'alerte.

France Télévisions Publicité enquêtera sur toutes les infractions présumées et prendra les mesures correctives et disciplinaires, que France Télévisions Publicité juge raisonnablement nécessaires afin de protéger France Télévisions Publicité, ses collaborateurs et ses représentants.

Protection des lanceurs d'alerte

Si un lanceur d'alerte agit de manière désintéressée et de bonne foi, France Télévisions Publicité lui garantit l'absence de sanction disciplinaire, ou représailles de quelque nature qu'elles soient. Cette garantie est applicable même si l'alerte porte sur des faits qui se révèlent inexacts par la suite ou si aucune action n'est menée à la suite du lancement d'alerte.

En cas de signalement d'une alerte de mauvaise foi ou d'accusations malveillantes, des mesures disciplinaires ou judiciaires pourront être engagées.

Personne à contacter

Vous pouvez adresser un signalement au Référént de France Télévisions en vous connectant à la plateforme à l'adresse suivante : <https://alertefrancetelevisions.fr>