



CODE ÉTHIQUE ET ANTICORRUPTION

TOUS CONCERNÉS



Ce code de conduite éthique et anticorruption s'applique à tous, à compter du 15 février 2019, date d'entrée en vigueur du nouveau règlement intérieur.

Ce code est un texte de référence pour guider les choix et actions des collaborateurs au quotidien.

Lisez-le attentivement et surtout vivez-le, transmettez-le et faites-le connaître autour de vous.

Ce code est disponible sur l'application mobile déontologie et sur l'intranet éthique et déontologie :

<https://www.ethique-deontologie.log.intra.laposte.fr/>

et sur l'intranet juridique :

<https://www.jurisgroupe.log.intra.laposte.fr/>.

Pour aller plus loin, ne pas hésiter à consulter :

- votre règlement intérieur ;
- votre hiérarchie ;
- votre déontologue ;
- les directions qualifiées, notamment la direction juridique dont vous dépendez ou la direction de la Conformité.

TABLE DES MATIÈRES

L'édito du Président	2
L'édito de la Déontologue du Groupe	3
L'engagement du Comité exécutif	5
Partie 1 : L'éthique et la déontologie du Groupe La Poste	7
L'identité postale	8
Les missions de service public	9
Les valeurs du Groupe La Poste	11
Les engagements du Groupe La Poste	16
La cohésion sociale et territoriale	17
Un numérique éthique et responsable	18
L'accélération des transitions écologiques	19
L'éthique et la déontologie : un mouvement permanent entre des comportements et des normes	20
L'éthique	20
La déontologie	21
Partie 2 : Le code de conduite anticorruption	25
Pourquoi un plan de prévention anticorruption ?	26
Les sanctions	27
Les conduites interdites	28
La corruption	28
Le trafic d'influence	29
Le favoritisme	30
La concussion	30
Le cas particulier du conflit d'intérêts	30
Que faut-il faire pour éviter de se retrouver en situation à risque ?	32
Les comportements et situations à risque	33
Les cadeaux, les invitations et les voyages	33
Les paiements de facilitation	34
Les partenariats et le mécénat	35
Les relations avec les partenaires d'affaires	37
Les relations avec les autorités	39
Les acquisitions et les joint-ventures	40
La sincérité des informations comptables et financières	42
Le dispositif d'alerte	42
Le dispositif de formation et de sensibilisation	44

L'ÉDITO DU PRÉSIDENT



Philippe Wahl
Président-directeur général
du Groupe La Poste

L'image d'un groupe est le produit d'un héritage mais surtout de valeurs. Les valeurs éthiques du Groupe La Poste, héritées du secret des correspondances, nous donnent la confiance de nos clients, de nos partenaires et de nos actionnaires. C'est notre fierté et notre richesse.

Aujourd'hui, seules les entreprises qui ont une culture éthique forte seront pérennes. Il en résulte une responsabilité qui nous oblige. C'est pourquoi, nous nous devons d'afficher clairement et de respecter au quotidien nos engagements d'entreprise, d'employeur et de société citoyenne.

Cela passe d'abord par une politique de tolérance zéro à la corruption, pierre angulaire d'une véritable culture de l'intégrité dans l'entreprise.

Cette politique repose sur un code de l'éthique et de l'anti-corruption. Il s'applique à chacun de nous, où que nous nous trouvions et quelle que soit notre fonction - du collaborateur nouvellement embauché, à l'ensemble des managers jusqu'au Conseil d'administration.

Pour cette raison, ce code de l'éthique et de l'anticorruption a été signé par tous les membres du Comité exécutif qui se sont engagés à en respecter les règles mais également à en garantir l'application.

Il est notre texte de référence qui inspirera nos choix et guidera nos actions au quotidien.

Lisez attentivement ce document, partagez-le et faites-le respecter autour de vous.

Je compte sur votre engagement

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'P. Wahl', written in a cursive style.

L'ÉDITO DE LA DÉONTOLOGUE DU GROUPE



Catherine Coppo
Déontologue
du Groupe La Poste

Notre code éthique et anticorruption est un document qui aborde les sujets essentiels des valeurs, de notre culture de proximité, de confiance et de service public. Son objectif est de fixer un ensemble de règles de conduite individuelles ou collectives destinées à être appliquées par le Groupe et ses collaborateurs.

Le premier volet fait le lien entre les valeurs du Groupe, la conformité et les comportements professionnels à adopter. Ces **règles de conduite** complètent les dispositions législatives et réglementaires et le cas échéant professionnelles qui s'imposent à tous, dans le prolongement du Règlement Intérieur.

Le deuxième volet porte sur la **prévention de la corruption** et a pour objet d'orienter les collaborateurs dans des situations potentiellement à risque.

Parce que la corruption est une atteinte aux valeurs fondatrices de La Poste, notre Groupe adopte une **politique de tolérance zéro** à l'égard de tous les collaborateurs. Il est particulièrement important que tous les managers se réfèrent à ce code pour accompagner leurs collaborateurs et prendre des décisions face à des cas difficiles.

La remontée de ces cas auprès des référents anticorruption est aussi un levier pour partager les bonnes pratiques et faire progresser l'entreprise. Plus largement tous les collaborateurs du Groupe sont concernés et doivent être vigilants.

Pour sensibiliser et former chacun, nous avons également développé un intranet et une application mobile dédiés à l'éthique et la déontologie, un ETC, ainsi que des formations en e-learning. Le réseau de référents dans chaque entité du Groupe prolonge ces actions avec la mise en place d'autres outils spécifiques.

Toute atteinte à l'éthique des affaires menace la réputation de La Poste et son rôle de tiers de confiance. Tout manquement pourrait mettre en péril notre équilibre économique et financier. Il importe donc de ne rien laisser passer et de faire progresser notre dispositif de prévention pour aller plus loin.

Les questions éthiques sont rarement simples. Notre force est d'avoir le courage de les aborder. Vous serez toujours soutenus dans cette démarche par les déontologues et référents anti-corruption de votre entité.

Catherine Coppo



Philippe Wahl
Président-directeur général
du Groupe La Poste



Philippe Bajou
Directeur général adjoint,
secrétaire général,
président de Poste Immo



Nathalie Collin
Directrice générale adjointe,
en charge de la branche
Numérique et de la
communication



Anne-Laure Bourn
Directrice générale adjointe,
en charge du Réseau
La Poste



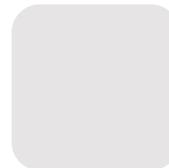
Rémy Weber
Directeur général adjoint,
président du directoire
de La Banque Postale



Yves Brassard
Directeur général adjoint,
en charge des finances
et du développement



Paul-Marie Chavanne
Directeur général adjoint,
président de GeoPost



Nicolas Routier
Directeur général adjoint,
en charge de la stratégie
institutionnelle
et de la régulation



Philippe Dorge
Directeur général adjoint,
en charge de la branche
Services-Courrier-Colis



Yves Desjacques
Directeur général adjoint,
en charge des ressources
humaines

L'ENGAGEMENT DU COMITÉ EXÉCUTIF

L'engagement du Comité exécutif

La réussite du Groupe La Poste dépend de chacun d'entre nous.

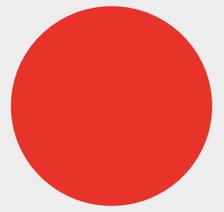
Nous nous engageons à faire vivre, dans nos comportements et nos activités du quotidien, les principes du code de conduite éthique et anticorruption.

L'éthique est l'affaire de tous et s'applique à tous et en toutes circonstances. Elle n'est pas une contrainte mais une richesse. C'est un état d'esprit positif qui doit nous animer quelles que soient nos fonctions et nos responsabilités.

Notre adhésion individuelle aux valeurs, aux principes et aux règles communes sont l'essence du Groupe et le ciment de sa réussite.

L'éthique, l'intégrité et la responsabilité sociale et environnementale sont des engagements et des exigences de notre quotidien qui fondent la réputation de notre Groupe et la confiance qu'il inspire.

C'est une conviction profonde du Comité exécutif du Groupe qui sait pouvoir compter sur chacun d'entre vous.



PARTIE 1

L'ÉTHIQUE ET LA DÉONTOLOGIE DU GROUPE LA POSTE

L'identité postale
Les missions de service public
Les valeurs et les engagements
du Groupe
Éthique et déontologie,
deux notions complémentaires

L'IDENTITÉ POSTALE

Toutes les activités de La Poste, dans leur ensemble, ont un lien avec **l'intérêt général** et le **respect des personnes**. Avec ses missions de service public, La Poste est investie d'un rôle d'exemplarité.

En 2018, La Poste est toujours un grand groupe ancré dans un modèle multiactivité qui a pour ambition de devenir la **première entreprise de services de proximité humaine** pour tous, partout, tous les jours. La mutation numérique de la société s'accélère, et avec elle, la baisse du courrier traditionnel et de la fréquentation des bureaux de poste. Dans ce contexte, le besoin de confiance devient un enjeu essentiel.

La montée en puissance de l'éthique dans les affaires rencontre naturellement les valeurs du Groupe. Le respect des engagements, l'absence de toute corruption, la transparence dans les relations, le maintien en toutes circonstances d'une attitude professionnelle et éthique sont les principes fondamentaux sur lesquels s'est construit, au fil du temps, le capital confiance de La Poste. Il s'agit de le conserver et de le faire fructifier au service de notre développement.

La prestation de serment

L'éthique et la déontologie font partie de l'identité postale. Depuis 1790, les postières et les postiers prêtent le serment de respecter le secret des correspondances. En 2018, le serment reste fondé sur la notion de devoir, d'honnêteté et de probité, en réaffirmant l'importance du secret professionnel et de l'inviolabilité des correspondances.

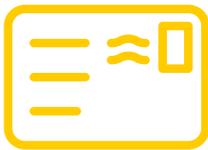
Il a été complété par l'extension de l'inviolabilité des correspondances aux données personnelles électroniques pour s'adapter aux réglementations européennes. Dorénavant, la prestation de serment est accompagnée de la Charte Data.



Prestation de serment à l'occasion du salon Viva Technology, sous le parrainage de Bruno Lemaire, ministre de l'Economie (à gauche), en présence du président Philippe Wahl et d'Olivier Morges, commissaire divisionnaire.

LES MISSIONS DE SERVICE PUBLIC

Depuis la loi du 2 juillet 1990, La Poste exerce pour le compte de la collectivité quatre missions de service public qui forgent son identité. Ces missions sont l'expression de sa contribution d'entreprise publique au développement des politiques d'intérêt général.



Le service universel postal

Il permet à tous les clients d'accéder à **des services postaux de qualité à des tarifs abordables**, de façon permanente et sur l'ensemble du territoire national. En pratique, La Poste doit assurer la levée et la distribution des lettres et des colis, 6 jours sur 7, en tout point du territoire, maintenir un réseau de points de contact dense et offrir des prestations de qualité à des tarifs accessibles.



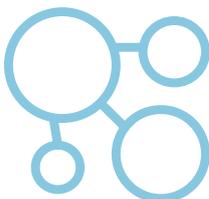
La mission de transport et de distribution de la presse

Au-delà de la mission de service universel qui lui impose de distribuer la presse 6 jours par semaine en tout point du territoire, La Poste s'est vue confier une mission d'aide au transport et à la distribution de la presse, dans le but de préserver le pluralisme et de favoriser l'accès de tous à l'information. Cette mission se traduit par une **offre de services à des tarifs préférentiels aux éditeurs de presse** bénéficiant de l'agrément de la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (CPPAP).



La mission d'accessibilité bancaire

Le législateur a confié à La Banque Postale une mission d'accessibilité bancaire, consistant à proposer au plus grand nombre des produits et des services bancaires de base, notamment le Livret A. La mission d'accessibilité bancaire a pour objectif de **favoriser la bancarisation et l'épargne dédiées aux clients en situation de fragilité financière**. La Banque Postale s'est également engagée à lutter et à prévenir le surendettement et à promouvoir le microcrédit.



La mission d'aménagement du territoire

La loi pose le principe de la contribution de La Poste, **à travers son réseau de points de contact, à l'aménagement et au développement du territoire** en complément de ses obligations de service universel postal. Cette mission s'ajoute donc à la première mission de service public, dont La Poste est le prestataire désigné, et répond à une ambition élevée de présence postale sur le territoire, y compris dans les zones où les points de contact ne pourraient rester ouverts au regard de seuls critères économiques (zones rurales ou de montagne, départements d'outre-mer, quartiers prioritaires de la politique de la ville). La Poste a ainsi progressivement construit et dimensionné un réseau de points de contact constitué de différentes formes de présence postale. De plus, cette mission bénéficie d'un dispositif de gouvernance décentralisé à double niveau, national (Observatoire national de la présence postale) et départemental (Commissions départementales de présence postale territoriale), qui permet un dialogue et une concertation permanents et approfondis avec les élus locaux.

LES VALEURS DU GROUPE LA POSTE

Les valeurs renvoient à des principes fondamentaux qui guident l'action individuelle et collective au sein de l'entreprise et les comportements de chacun des hommes et des femmes qui la composent.

Ces six valeurs font parties de l'histoire du Groupe sur lesquelles il a fondé le développement de son activité. Elles accompagnent aujourd'hui les postiers dans l'exercice de leur métier et sont les clés de la confiance qui les animent.

Les valeurs de La Poste sont interdépendantes. Elles sont en cohérence les unes par rapport aux autres. Elles ont inspiré et nourri la démarche éthique et les principes fondamentaux qui guident les actions des collaborateurs.

Ces derniers déclinent les valeurs de l'entreprise en principes d'action et de comportements éthiques.

Ses principes d'action et les pratiques associées sont la traduction concrète de la manière dont les postiers exercent leur responsabilité en cohérence avec les valeurs du Groupe.



L'ouverture

C'est savoir porter un regard neuf sur la société et être en permanence à l'écoute de son environnement et de ses parties prenantes pour prendre en compte leurs évolutions et leur proposer des solutions toujours adaptées.

Principes d'action :

- Favoriser l'expression des collaborateurs, des collègues et des clients ;
- Soutenir et reconnaître l'esprit d'initiative et la force de proposition ;
- Accepter les autres dans leur diversité tant en interne qu'en externe.

Pratiques recommandées :

- Mettre en place ou solliciter des réunions régulières avec l'équipe et/ou les partenaires internes et/ou les clients incluant : des temps d'information, des temps d'expression, des temps de débat, des temps de créativité et de co-production ;
- Accepter la contradiction et la critique dès lors qu'elles sont argumentées et exprimées convenablement ;
- Porter et favoriser l'adhésion à un projet ou dossier de La Poste qui peut ne pas être en totale cohérence avec son propre cadre de référence, mais qui présente un intérêt général supérieur aux intérêts particuliers.





L'accessibilité

Être accessible, c'est d'abord être disponible quand les clients en ont besoin. C'est adapter nos modes de distribution aux nouvelles habitudes de consommation via le multicanal : bureaux de poste, relais poste, automates, téléphone, Internet, etc. Être accessible, c'est aussi être transparent et facilement compris en proposant des offres simples à utiliser et à un coût abordable. Enfin, c'est faciliter l'accès à nos services aux clientèles handicapées ou en situation de précarité.

Principes d'action :

- Se rendre disponible et accessible aux autres par son expression et son comportement ;
- Tenir compte de la pluralité des sensibilités et des situations particulières des collaborateurs et des clients ;
- Écouter et prendre en compte les difficultés rencontrées par les collaborateurs dans la réalisation de leur travail.

Pratiques recommandées :

- Être en posture d'accueil (porte ouverte, temps d'échange, etc.) et prendre le temps de recevoir un collaborateur, un client ou un partenaire ;
- Adapter son discours à ses collaborateurs, clients et partenaires et en fonction des situations ;
- Faciliter l'accès et l'intégration des personnes ayant un handicap tant en interne qu'en externe.



La considération

C'est reconnaître nos collaborateurs et nos clients avec l'attention et le respect qu'ils attendent.

Principes d'action :

- Permettre à chacun de trouver et de donner du sens à son action ;
- Être attentif aux conditions de travail des collaborateurs et veiller à l'équilibre entre les exigences professionnelles et personnelles ;
- Soutenir le développement des compétences de chacun.



Pratiques recommandées :

- Respecter les règles du savoir-vivre ensemble ;
- Intégrer le collaborateur dans un travail collectif et d'échange productif et respectueux, valoriser les points forts de chacun ;
- Tenir compte du rythme d'appropriation, de compréhension et d'intégration de chacun.



L'équité

C'est savoir s'adapter et s'engager à répondre avec une égale attention et une efficacité à la diversité des situations et des demandes.

Principes d'action :

- Centrer la collaboration sur la prise en compte et la reconnaissance des compétences, sans discrimination ;
- Respecter les règles tout en conciliant les situations individuelles et les exigences de l'entreprise ;
- Impliquer tous les collaborateurs concernés par les sujets traités, en cohérence avec leur responsabilité.

Pratiques recommandées :

- S'investir dans le respect des délais et la qualité des dossiers d'évaluation et de promotion des collaborateurs ;
- Éviter de traiter un dossier en absence du porteur ou du responsable de ce dossier, ou exceptionnellement en situation d'urgence. Toujours s'assurer du bon niveau d'information de la personne responsable d'un dossier ;
- Veiller à anticiper et à désamorcer toute dégradation de situation relationnelle, tant en interne qu'en externe.



La proximité

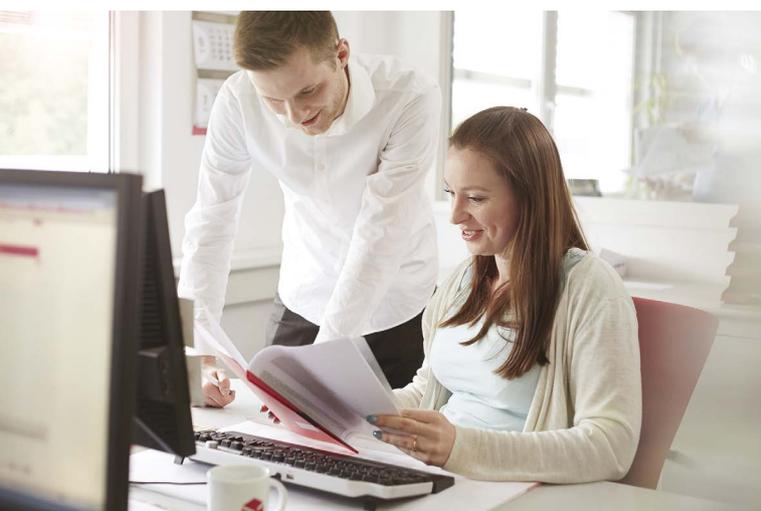
C'est d'abord la proximité géographique grâce à notre maillage territorial qui nous permet d'être implantés au plus près des français. Mais c'est aussi la proximité relationnelle avec nos clients, nos partenaires et tous nos collaborateurs. C'est savoir écouter, considérer, dialoguer, respecter et être disponible pour toutes nos parties prenantes.

Principes d'action :

- Faciliter l'intégration des nouveaux collaborateurs et impliquer les parties prenantes concernées par nos activités ;
- Soutenir l'entraide entre collègues de travail et préserver la convivialité ;
- Favoriser le dialogue, même dans des organisations à forte dispersion géographique.

Pratiques recommandées :

- Partager des moments de convivialité pour pouvoir se retrouver dans un contexte différent notamment lors des moments importants de la vie (départ en retraite, mobilité, etc.) ;
- Créer et entretenir un climat de confiance tant en interne qu'en externe : trouver les lieux et les moments pour favoriser l'échange, protéger la libre expression, reconnaître les désaccords, les remises en cause ;
- Favoriser la solidarité dans la réalisation de tâches complexes et/ou urgentes pour répondre aux besoins ;
- Préserver la relation de face à face en sachant se déplacer personnellement et par un usage raisonnable de l'e-mail.





Le sens du service

C'est un état d'esprit : se mettre au service du client.

C'est également un mode d'organisation : mettre le client au cœur de nos procédures, de nos offres, de nos lieux de vente. Enfin, c'est un mode de relation fondé sur l'écoute et le professionnalisme qui dépasse la seule relation avec le client pour s'étendre aux relations entre collègues, entre niveaux hiérarchiques, entre métiers et fonctions et avec toutes les parties prenantes (élus, fournisseurs, etc.).

Principes d'action :

- Inscrire notre sens du service dans notre engagement pour un développement responsable ;
- Être attentif au niveau de satisfaction des clients internes et externes, des collaborateurs et des partenaires et accepter un retour critique de leur part ;
- Impliquer les parties prenantes dans la définition de leurs besoins et définir un niveau d'engagement réaliste.

Pratiques recommandées :

- Réserver un temps dans l'organisation à la réflexion et à la prise de recul ;
- Respecter et faire respecter la confidentialité ;
- S'assurer du caractère durable de la réponse apportée de façon à ne pas privilégier que des approches de court terme.





Ouverture, considération, équité, accessibilité, proximité et sens du service : ces six valeurs sont au cœur de l'identité, des activités et des engagements du Groupe La Poste. Elles sont le **socle de la confiance** qui anime depuis toujours le Groupe et les postiers, sur lequel repose leur relation avec tous les Français. Elles donnent du sens et un objectif aux missions quotidiennes des postiers et inscrivent leurs actions dans les territoires.

LES ENGAGEMENTS DU GROUPE LA POSTE

La Poste simplifie la vie de tous, partout et tous les jours.

L'engagement sociétal du Groupe La Poste a débuté il y a cinq cent ans avec une mission d'échanges des correspondances et de transport des plis et lettres royaux.

Aujourd'hui, c'est à partir des territoires et avec les partenaires du Groupe que La Poste continue d'innover avec l'objectif de répondre aux besoins de l'ensemble de la population et de tous ses clients. Elle participe à la transformation de la société et des territoires au bénéfice de tous pour un monde solidaire et durable.

Le développement responsable est aussi un levier de performance pour La Poste, parce qu'il est facteur d'innovation, de bien-être au travail et de réduction des coûts. Il permet d'anticiper et de réduire les risques environnementaux et sociaux et devient un atout commercial. Pour préparer la société de demain, les postiers sont naturellement engagés pour faire face à trois grands défis : **la cohésion sociale et territoriale, l'avènement d'un numérique éthique et responsable** et **l'accélération de la transition écologique**.



La cohésion sociale et territoriale

La Poste contribue à inventer de nouvelles activités en optimisant ses modes de présence et de service et en s'engageant avec des acteurs locaux dans des initiatives de proximité qui nourrissent le lien social. La Poste accompagne les territoires dans leur développement en proposant de nouveaux services à leurs habitants, des plus entrepreneurs aux plus fragiles.

- La Poste permet de maintenir des **solidarités entre ville et campagne** avec de nouvelles formes de présence postale pour développer un réseau de proximité. Par exemple, les consignes Pickup pour la livraison des colis témoignent de la modernité et de l'adaptation aux exigences des clients. Pour rappel, 97% de la population se situe à moins de 5 km et à moins de 20 minutes en voiture d'un point de contact La Poste. De cette façon, La Poste contribue à la vitalité du lien social et au dynamisme de la vie locale.
- La Poste favorise le **bien vivre chez soi** et fait face aux nouvelles fragilités de la population française. À titre d'exemple, les personnes âgées sont souvent isolées et La Poste a développé des services de proximité opérés par les facteurs comme l'offre « Veiller sur mes parents », ainsi que des offres facilitant l'appropriation des outils numériques (tablettes Ardoiz). Pour les plus jeunes, La Poste a obtenu son agrément pour faire passer les épreuves théoriques du code de la route. Ses atouts ? Présente sur tout le territoire, La Poste dispose d'un vaste réseau et de lieux connectés accessibles à tous pour organiser les épreuves au plus près des candidats et en assurer le bon déroulement.
- La Poste développe l'attractivité locale avec un maillage de proximité exceptionnel en tissant notamment des liens privilégiés avec les acteurs de l'économie sociale et solidaire (relais poste avec une association).
La très grande majorité des fournisseurs de La Poste sont des PME et plus de la moitié des encours de La Banque Postale sont des investissements socialement responsables.

Un numérique éthique et responsable

Le Groupe La Poste est attaché à rendre accessible

le numérique pour tous en agissant en faveur d'un numérique utile et responsable pour en faire un levier d'inclusion sociale.



- La Poste propose de nouveaux usages numériques accessibles en toute confiance. Ainsi, les facteurs sont équipés de Facteo pour offrir plus de services en ligne à domicile. De même, La Poste a innové en matière de paiement sans contact avec Paylib et Talk to Pay.
- La Poste est engagée pour un numérique éthique car peu de Français estiment que la confidentialité de leurs données personnelles est correctement assurée sur Internet. La Poste s'engage à protéger les données de manière responsable en s'appuyant sur un dispositif sécurisé de protection et de traitement des données. Par ailleurs, elle publie et diffuse depuis mai 2016 une charte data. Celle-ci compte six engagements qui renforcent sa politique en termes d'éthique appliquée au numérique.

La Poste s'engage pour un numérique accessible pour tous, parce que le numérique est un formidable levier d'insertion et de développement à condition d'en maîtriser les codes. C'est pourquoi, le plan d'inclusion bancaire par le numérique, lancé en 2017 par La Banque Postale, s'adresse aux 5 millions de personnes en situation de précarité financière et/ou d'exclusion numérique. Pour les aider, plus de 500 bureaux de poste hébergent des Maisons de Services au Public équipées en numérique offrant l'accès aux services en ligne des partenaires publics (emploi, retraite, famille, logement, énergie, social, accès aux droits, etc.).

L'accélération des transitions écologiques

La Poste accélère ses transitions écologiques vers un modèle durable et responsable. L'objectif est de montrer que l'on peut lutter contre la congestion des centres villes et les pics de pollution, mais aussi consommer moins d'énergie et de ressources.



- La Poste réduit **sa consommation d'énergie** en tant qu'opérateur immobilier majeur. Ainsi, les émissions de gaz à effet de serre dans nos bâtiments (plus de 12 000 sites et immeubles) ont baissé de manière significative (-14% depuis 2013) avec des programmes de mesure, de réduction et de compensation carbone. Par ailleurs, tous les bâtiments gérés par Poste Immo s'approvisionnent en électricité à 100% d'origine renouvelable.
- La Poste opte pour de **nouvelles mobilités**. En tant que premier acteur de la livraison en centre-ville, La Poste a été pionnière dans l'adoption de nouvelles pratiques de mobilité plus propre et de solutions de logistique urbaine innovantes. La Poste dispose ainsi de l'une des premières flottes de véhicules électriques au monde et depuis 2012, les offres courrier, colis et numériques sont 100% neutres en carbone.
- La Poste favorise **l'économie circulaire**. Elle s'est engagée dans une démarche d'approvisionnement responsable, de réemploi et de recyclage de ses propres déchets. La Poste accompagne aussi ses clients dans la valorisation de leurs déchets avec sa filiale Recygo.

En somme, l'engagement sociétal du Groupe nourrit **sa performance extra-financière** tout en favorisant l'innovation permettant de développer de nouveaux produits.

L'ÉTHIQUE ET LA DÉONTOLOGIE : UN MOUVEMENT PERMANENT ENTRE DES COMPORTEMENTS ET DES NORMES

La notion d'éthique est apparue dès l'Antiquité et forme une discipline philosophique à part entière. Elle est généralement définie comme une réflexion sur les comportements à adopter. Ainsi, appliquer l'éthique consiste à donner du sens à une action, à une initiative.

La déontologie renvoie quant à elle au respect des règles et comportements d'une profession.

Pour le Groupe La Poste, il s'agit d'appliquer **ses valeurs au quotidien dans l'exercice de ses métiers**.

L'éthique

L'éthique invite le collaborateur à réfléchir sur **les valeurs qui motivent son action et à choisir, sur cette base, la conduite la plus appropriée à adopter**. Il s'agit là d'une démarche personnelle qui s'exerce individuellement où l'impératif éthique consiste à agir conformément aux valeurs de la société et de l'entreprise.

L'adoption d'une culture éthique partagée au sein du Groupe crée un environnement propice à l'adoption de comportements attendus.

L'éthique des affaires est une forme d'éthique appliquée à l'activité économique et commerciale.

Respecter l'entreprise, ses collaborateurs et ses partenaires d'affaires

La loyauté et le respect des personnes sont essentiels tant pour la sérénité et le bien être de chacun que pour l'image et la performance de l'entreprise.

Cela implique de faire preuve de **professionnalisme et de loyauté**, ainsi que de respecter l'intérêt général du Groupe La Poste et de ses filiales. Il s'agit également d'être attentif et responsable des propos tenus au sein de l'entreprise, afin qu'ils ne portent pas atteinte à l'image ou à la réputation du Groupe considérant qu'ils peuvent devenir publics.



De manière générale, il s'agit de veiller au respect des personnes et à la qualité de l'environnement de travail, à la santé et à la sécurité de tous, y compris les collaborateurs des partenaires dans la continuité du devoir de vigilance. Chacun doit reconnaître, valoriser et développer les compétences des postiers en favorisant le partage d'expériences et de bonnes pratiques à adopter. Conjointement, La Poste s'efforce de lutter contre toutes les formes de harcèlement et de discrimination.

Avoir une attitude intègre

L'intégrité est au cœur des activités de La Poste et fonde son capital confiance. Il est essentiel que l'intégrité des collaborateurs ne puisse jamais être remise en cause dans leurs relations professionnelles.

En matière de **conflit d'intérêts**, cela signifie, si l'on a des intérêts chez un partenaire de La Poste, que l'on ne peut pas participer à une décision le concernant. De même, il est impossible d'exercer une activité professionnelle extérieure qui serait en concurrence avec les activités exercées au sein du Groupe.

Le respect des règles de **concurrence loyale** est essentiel pour l'ensemble des activités du Groupe.

Il s'agit également ne pas utiliser à des fins personnelles des informations à caractère confidentiel obtenues dans le cadre de ses fonctions au sein de La Poste. On parlerait alors de **délit d'initié**.

Avoir une attitude intègre, c'est aussi ne pas utiliser les moyens et les ressources du Groupe à des fins de **corruption**, à des fins personnelles ou illicites ou, plus largement, de manière contraire à l'intérêt social du Groupe ou de ses clients.

La déontologie

De manière générale, la déontologie est **l'ensemble des règles et des devoirs** qui régissent la conduite à adopter au sein d'une profession. Cette notion renvoie plus largement au terme de conformité (compliance) qui se rapporte au **respect des lois, des règlements et des normes**. À la différence de l'éthique, la déontologie revêt un aspect contraignant et tout collaborateur est tenu de s'interroger sur le comportement à adopter dans les situations à risque auxquelles il pourrait être confronté.

La conformité est donc le premier niveau d'exigence de la déontologie. Il permet de prévenir de nombreux risques.



Servir au mieux l'intérêt des clients et respecter les règles d'une concurrence dynamique et loyale

Placer les clients au cœur de nos préoccupations est essentiel pour conforter auprès d'eux notre capital confiance.

Cela signifie que les collaborateurs du Groupe doivent traiter avec impartialité et équité tous les clients et s'assurer de leur bonne compréhension de l'usage des produits et des services. Les collaborateurs ne peuvent réaliser de vente ou de souscription dans le seul but d'atteindre un objectif commercial en omettant d'être à l'écoute des besoins des clients.

Enfin, il est nécessaire d'accorder une attention particulière au public «sensible» : personnes âgées, personnes à mobilité réduite, personnes en situation économique difficile, personnes maîtrisant mal la langue française, etc.

L'intérêt de nos clients réside aussi dans le respect d'une concurrence dynamique et loyale. Depuis le 1^{er} janvier 2011, Le Groupe La Poste évolue dans un environnement totalement concurrentiel pour l'ensemble de ses activités. Cette position au cœur du marché implique **que chacun d'entre nous apporte une vigilance toute particulière aux règles exigeantes du droit de la concurrence.**

Cette concurrence, sous réserve qu'elle soit loyale, nous permet de nous «challenger», de nous différencier grâce à notre responsabilité et de rester en cohérence avec les attentes du marché. Il est impératif de ne pas abuser d'une position dominante, de ne pas prendre part à une entente anti-concurrentielle (à travers l'échange d'informations sensibles notamment) et, plus largement, de ne pas avoir de pratiques restrictives de concurrence ou déloyales, comme le dénigrement.

Par ailleurs, le Groupe doit garantir **la transparence et l'égalité des procédures d'appel d'offres** à toutes les étapes de la démarche.

Pour aller plus loin : se reporter aux principes figurant dans le code de conduite concurrence et ne pas hésiter à consulter La Poste Solutions Juridiques ainsi que l'intranet concurrence (<https://www.jurisgroupe.log.intra.laposte.fr/>).

Veiller à la confidentialité des informations

La confidentialité est l'un des fondements de notre capital confiance. Protéger les informations confidentielles est **vital pour notre entreprise** qui opère sur un marché totalement concurrentiel. La confidentialité est également indispensable pour assurer le **respect de la vie privée** des clients et de chacun d'entre nous.

Cela signifie notamment veiller, pour ceux qui y sont soumis, au respect du secret professionnel et du secret des correspondances. Tout manquement peut être sanctionné pénalement. Les collaborateurs doivent être attentifs aux informations qu'ils peuvent

transmettre ou échanger, y compris à l'extérieur de l'entreprise, afin de ne pas nuire au Groupe La Poste (image, stratégie, projets confidentiels, etc.).

Le Groupe définit des niveaux de confidentialité des informations, pouvant aller jusqu'à un accès restreint pour limiter leur circulation.

Il est également nécessaire de se conformer aux règles internes de sécurité en matière informatique et de respecter les règles relatives au traitement de données personnelles et celles en matière de propriété intellectuelle et industrielle. Une attention toute particulière doit être portée sur ce point concernant la loi Informatique & Libertés et le Règlement Général de Protection des Données (RGPD).

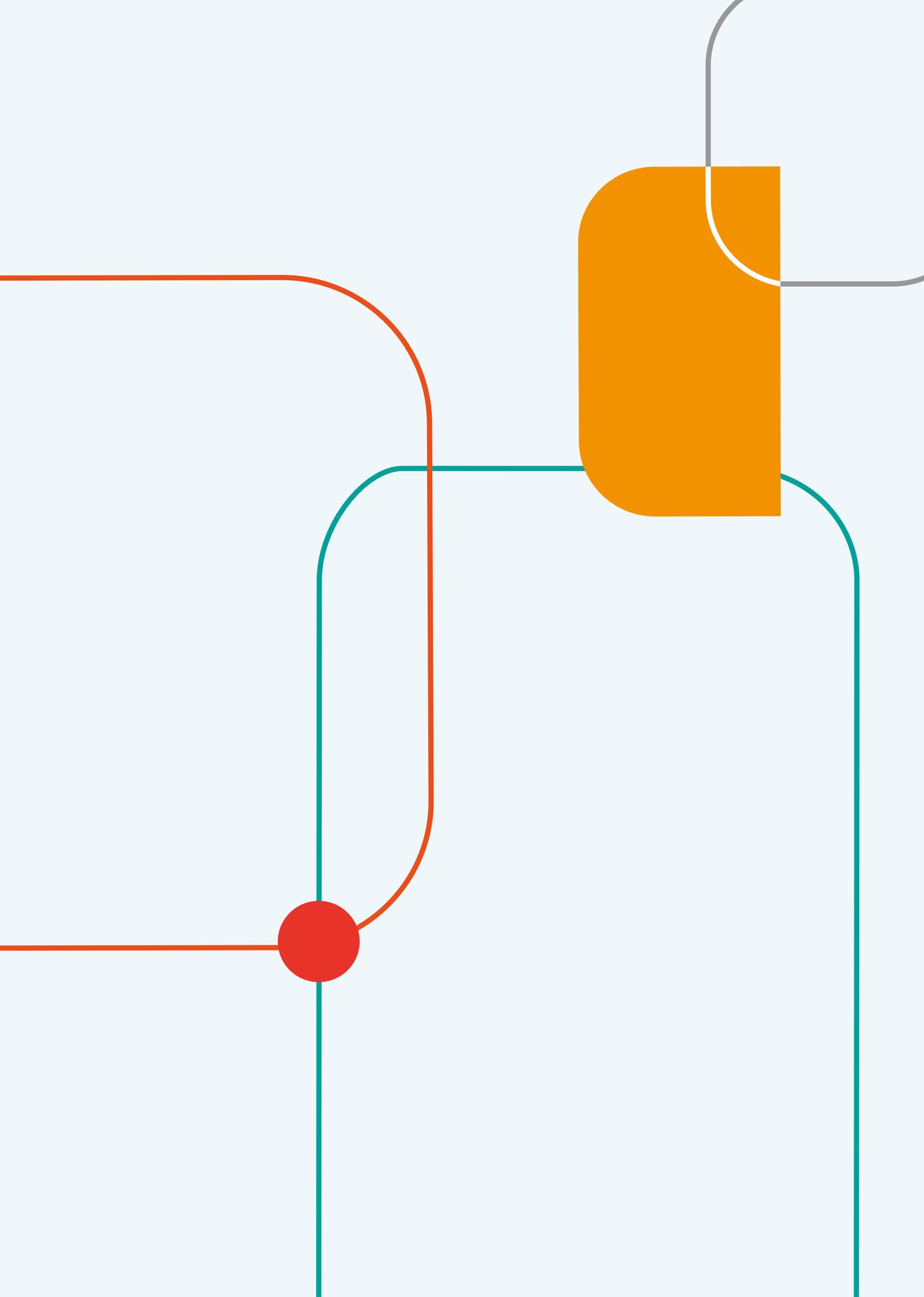
Pour aller plus loin : se reporter à la « Charte Data » relative à l'accès et à l'utilisation des ressources des Systèmes d'Information du Groupe (<https://www.forum.extra.laposte.fr/page/la-charte-data-du-groupe-la-poste>). Il est également possible de consulter la Direction des systèmes d'information.

Prévenir la corruption au sein du Groupe

La prévention de la corruption est aujourd'hui une obligation réglementaire issue de la loi Sapin II de décembre 2016. Elle est un gage de pérennité dans la conduite des affaires.

En effet, l'acte de corruption est sévèrement sanctionné en France, comme dans de nombreux pays.

La deuxième partie du présent code est entièrement dédiée à cette prévention de la corruption.



PARTIE 2

LE CODE DE CONDUITE ANTICORRUPTION

Pourquoi un plan de
prévention anticorruption ?
Le respect des procédures
Les comportements et les
situations à risque

POURQUOI UN PLAN DE PRÉVENTION ANTICORRUPTION ?

La prévention de la corruption est aujourd'hui un gage de bonne conduite des affaires. Dans de nombreux pays, la corruption est sévèrement sanctionnée. En France, la loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (dite loi « Sapin II ») impose aux entreprises une obligation de prévention.

La mise en place d'un plan anticorruption est une obligation pour toutes les entreprises de plus de 500 salariés et qui réalisent un chiffre d'affaires de plus d'un million d'euros. Elle comprend huit mesures :

- Établir un code de conduite ;
- Mettre en place des sanctions disciplinaires ;
- Mettre en place un dispositif d'alerte éthique ;
- Cartographier les risques de corruption ;
- Mettre en place des procédures d'évaluation des partenaires commerciaux ;
- Mettre en œuvre des procédures de contrôles comptables ;
- Déployer un programme de formation et de sensibilisation ;
- Contrôler et évaluer la mise en œuvre du programme.

Dès le mois de mai 2016, le Comité exécutif du Groupe La Poste a appuyé un plan de prévention de la corruption basé sur **les trois grands principes suivants** : « **Tolérance Zéro** », « **Tous concernés** », « **Tous vigilants** ».

Ces principes sont mis en œuvre dans l'ensemble du Groupe. Ils sont également partagés avec les partenaires du Groupe, comme les fournisseurs et les sous-traitants. Chacun s'engage à intégrer ces principes et à les diffuser le plus largement possible.

Pour les personnes, les manquements au code de conduite sont passibles de sanctions pénales et administratives pouvant mener à l'emprisonnement. Les entreprises quant à elles s'exposent à de lourdes amendes pouvant mettre en péril leur existence. Au-delà de ces sanctions, une simple allégation de corruption peut dégrader fortement l'image du Groupe et affecter durablement la confiance de ses partenaires.

La loi impose aux entreprises d'intégrer leur code de conduite anticorruption à leur règlement intérieur. Le code doit définir et

illustrer les faits susceptibles de caractériser la corruption ou le trafic d'influence. Il s'applique à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, qui doivent en connaître le contenu et s'y conformer.

Le présent code sera mis à jour dès que nécessaire, notamment dans les cas de modifications législatives, réglementaires ou de réorganisation majeure du Groupe.

Les sanctions

Toute violation des principes de ce code expose le collaborateur aux sanctions disciplinaires prévues par le règlement intérieur de La Poste. En aucun cas, la conviction d'agir dans l'intérêt de l'entreprise ne peut justifier des comportements en contradiction avec les dispositions des lois applicables et du présent Code.

En plus de cet aspect disciplinaire, des sanctions pénales peuvent s'appliquer :

- **Pour le collaborateur**, des sanctions pouvant aller jusqu'à **10 ans d'emprisonnement et 1 million d'euros d'amende**, la privation de droits civiques, l'interdiction d'exercer l'activité en cause pendant cinq ans ou plus.
- **Pour le Groupe**, des condamnations de nature pénale assorties de peines d'amendes significatives (**de 5 millions d'euros d'amende ou 5 fois le produit tiré de l'infraction**), de mesures de publicité, des interdictions de soumissionner dans le cadre de marchés publics, de l'impossibilité de lever des fonds, d'un impact sur sa réputation et sur son image pour plusieurs années.

De plus, les actes de corruption ou de trafic d'influence peuvent également être sanctionnés par **des lois à portée extraterritoriale**. Cela signifie qu'un acte commis dans un état peut aussi être sanctionné dans un autre pays en fonction du critère de rattachement (exemple : paiement en dollars), comme par l'United Kingdom Bribery Act en Grande-Bretagne (UKBA) ou le FCPA (Foreign Corrupt Practices Act) aux Etats-Unis.



Les conduites interdites



La prévention de la corruption englobe, au-delà de la corruption elle-même, un certain nombre d'infractions connexes (le trafic d'influence, le favoritisme, etc.) détaillées ci-dessous.

La corruption

La corruption consiste principalement pour une personne (publique ou privée), dans l'exercice de ses fonctions, à demander, à proposer, à accepter ou à promettre, directement ou indirectement, un avantage indu⁽¹⁾ pour soi-même ou pour autrui, en échange d'une décision, d'un acte favorable ou d'une abstention en violation des obligations légales, contractuelles ou professionnelles s'appliquant à l'auteur de l'acte.

L'intention est déterminante pour caractériser l'infraction de corruption. C'est pour cela que la tentative de corruption en elle-même constitue un délit, même si personne n'en retire un bénéfice.

Pour rappel :

- Le corrupteur est celui qui cherche la corruption ;
- Le corrompu est celui qui sollicite ou accepte un avantage indu.

Dans la corruption active, le corrupteur est à l'initiative de la corruption. Dans la corruption passive, l'acte de corruption est à l'initiative du corrompu qui commet ou s'abstient de commettre un acte qui relève de sa fonction.

Exemples de corruption :

1. Un collaborateur promet à un élu local d'œuvrer au maintien du bureau de poste dans sa commune, en échange d'une promesse d'embauche d'un de ses proches dans les services municipaux.

Ici, le collaborateur abuse de ses fonctions (acte de corruption) en échange d'un avantage (contrepartie). Tout collaborateur qui s'y livre s'expose à des poursuites disciplinaires et pénales. Tout collaborateur qui est témoin de tels agissements doit en informer sa hiérarchie et/ou utiliser le dispositif d'alerte. C'est un cas de corruption passive.

2. Un collaborateur invite un parlementaire à la finale d'un événement sportif prestigieux pour le convaincre de porter un amendement législatif favorable à La Poste.

⁽¹⁾ La notion d'« avantage indu » est très large et peut désigner : de l'argent, un service, un bien, un cadeau, un voyage, une distraction, une hospitalité, un avancement, une distinction, l'obtention d'un accord, d'un contrat, d'un titre, d'une autorisation administrative, un passe-droit, etc.

3. Un douanier d'un pays de transit ou de destination de colis postaux indique au collaborateur qu'il « fermera les yeux » ou accélèrera les formalités en échange d'une somme d'argent.

Dans les cas cités, le collaborateur offre ou promet un avantage à une personne pour qu'elle « abuse » de ses fonctions au profit du collaborateur ou du Groupe La Poste.

Comme pour le premier exemple, tout collaborateur qui s'y livre s'expose à des poursuites disciplinaires et pénales. De même, le collaborateur qui est témoin de tels agissements doit en informer sa hiérarchie et/ou utiliser le dispositif d'alerte.

Dans tous les cas, vous devez :

- Refuser catégoriquement la proposition ;
à défaut, vous vous rendez complice de l'acte de corruption ;
- Informer sans délai votre hiérarchie et votre référent anticorruption, pour envisager des suites commerciales ou pénales, comme un signalement au Procureur, etc. ;
- Au besoin, utilisez le dispositif d'alerte.

Le trafic d'influence

Le trafic d'influence est un délit qui consiste pour un dépositaire des pouvoirs publics à recevoir des dons (argent, biens), de la part d'une personne physique ou morale, en l'échange de l'octroi ou de la promesse à cette dernière d'avantages divers (décoration, marché, emploi, arbitrage favorable, etc.).

Tout comme la corruption, le trafic d'influence connaît un versant actif et un versant passif.

Ce délit est condamnable par les mêmes articles du Code pénal que le délit de corruption.

Exemple :

Un collaborateur invite un(e) élu(e) dans un grand restaurant pour lui demander d'intervenir en faveur de La Poste auprès d'une mairie pour obtenir un permis de construire.

Ici, à la différence du délit de corruption, cette demande s'exerce non pas par l'influence de sa fonction, mais par la relation de l'élu(e) avec la personne en question.

Le favoritisme

De manière générale, le favoritisme est l'attitude qui consiste, pour une personne dépositaire d'une autorité publique, à accorder des faveurs injustifiées ou des avantages sans tenir compte de la compétence, du mérite, de l'équité ou de la loi, au profit d'autres personnes.

Le délit de favoritisme sanctionne les agents publics qui procurent ou tentent de procurer à autrui un avantage injustifié par un acte contraire aux dispositions législatives ou réglementaires en matière de marchés publics, de délégations de services publics ou de concessions de travaux.

Bien que ce délit concerne essentiellement les agents publics, Le Groupe la Poste et ses collaborateurs peuvent être poursuivis notamment parce que La Poste est chargée de plusieurs missions de service public.

Exemples dans le cadre d'un marché public :

- La négociation avec certains candidats après l'ouverture des plis pour qu'ils modifient leur offre pour emporter le marché ;
- La mise à l'écart arbitraire de certains candidats dans le but de favoriser une entreprise locale ;
- Le découpage abusif du marché en vue d'échapper aux seuils de passation.

La concussion

Une infraction commise par un représentant de l'autorité publique ou une personne chargée d'une mission de service public qui, sciemment, reçoit, exige ou ordonne de percevoir une somme, un impôt ou une taxe qui n'est pas due.

À l'inverse de la corruption, la personne qui paie la somme indue est victime de la personne publique, elle n'est pas active dans le délit.

Le cas particulier du conflit d'intérêts

Le conflit d'intérêts ne constitue pas un délit.

Un conflit d'intérêts naît d'une situation dans laquelle un agent public a un intérêt personnel de nature à influencer ou paraître influencer sur l'exercice impartial et objectif de ses fonctions officielles.

L'intérêt personnel de l'agent public englobe tout avantage pour lui-même ou elle-même ou en faveur de sa famille, de parents, d'amis

ou de personnes proches, ou de personnes ou d'organisations avec lesquelles il ou elle a ou a eu des relations d'affaires ou politiques.

Cependant, c'est un risque pour le salarié car souvent la corruption s'inscrit dans un contexte de conflit d'intérêts. Il s'agit de la remise en cause potentielle de la neutralité et de l'impartialité avec lesquelles le collaborateur doit accomplir sa mission sans tenir compte de ses intérêts personnels.

En toute circonstance, Le Groupe La Poste ou l'un de ses collaborateurs doit pouvoir agir en toute indépendance, dans l'intérêt du client et de l'entreprise. La règle d'or est de déclarer toute situation potentiellement à risques afin de permettre une analyse approfondie. C'est un levier essentiel de protection pour le collaborateur et pour l'entreprise.

Sur certaines fonctions, il peut être utile de formaliser une déclaration d'intérêts pour les collaborateurs les plus exposés aux risques de corruption.

En cas de doute, il est nécessaire d'informer sa hiérarchie sur le risque potentiel qui pourrait influencer ou donner l'impression d'influer sur ses jugements et ses actes, lorsque le collaborateur occupe :

- Un poste,
- Une fonction,
- Ou détient un intérêt financier...
- ...au sein de toute organisation qui serait un concurrent, un client, un fournisseur ou un partenaire commercial du Groupe La Poste, dès lors que ces fonctions permettent d'influer sur cette relation.

En cas de conflit d'intérêts avéré, il doit être renoncé à l'intérêt personnel litigieux s'il est incompatible avec l'exercice de ses fonctions ou s'abstenir de prendre une part quelconque à une décision pouvant interférer avec cet intérêt.

Exemples de conflit d'intérêts :

1. Lors d'un appel à candidature votre conjoint postule alors que vous êtes en charge de ce recrutement.

2. Vous êtes responsable de développement informatique au sein du Groupe La Poste. Étant en sous-effectif permanent, vous faites appel régulièrement à des sociétés de service informatique qui mettent à votre disposition des informaticiens pour une période temporaire. Pour un profil recherché, le responsable commercial d'une de ces sociétés vous propose trois CV, dont celui de la fille d'un de vos plus gros clients. Il vous indique que ce client lui a transmis le CV et qu'il serait certainement ravi s'il apprenait que vous aviez sélectionné sa fille.

Quelles sont les conditions à respecter pour gérer cette situation ?

- Il vous faut instruire le dossier sans tenir compte de la situation familiale de la candidate ; quel que soit le résultat de l'instruction du dossier, il est conseillé de le documenter soigneusement ;
- Si ce n'est pas le meilleur dossier, décliner le choix de la fille de votre client en rappelant au prestataire les critères de sélection attendus ;
- Signaler à la direction des Achats le comportement du prestataire en question.

Votre hiérarchie appréciera s'il y a lieu d'engager une démarche auprès du client pour lui signaler ce conflit d'intérêts.

Que faut-il faire pour éviter de se retrouver dans une situation à risque ?

- S'interdire de se placer ou de placer le Groupe dans une situation à risque identique ou comparable à celles décrites par le présent code ;
- Refuser toute sollicitation susceptible de se placer ou de placer le Groupe dans une situation à risque identique ou comparable à celles décrites par le présent code ;
- S'interroger en cas de situations et/ou de circuits complexes et/ou inhabituels que l'on aurait des difficultés à justifier ;
- En cas de doute, prendre l'avis de sa hiérarchie, de son référent anticorruption, de son déontologue, de la direction de l'Éthique et de la Déontologie ou de la direction Juridique du Groupe ;
- Informer immédiatement sa hiérarchie lorsque l'on prend connaissance d'agissements susceptibles d'être contraires à la politique du Groupe en matière de lutte contre la corruption.

LES COMPORTEMENTS ET LES SITUATIONS À RISQUE

Les cadeaux, les invitations et les voyages



Nous pouvons occasionnellement offrir ou recevoir des invitations ou des cadeaux au titre de nos activités quotidiennes visant à favoriser de bonnes relations professionnelles. Toutefois, ces marques de courtoisie ou ces gages de sympathie pourraient constituer ou être considérées comme un canal de corruption si elles ne sont pas conformes aux règles et aux principes définis par Le Groupe La Poste.

Définitions :

- Cadeau : toute forme de paiement, de gratification, d'avantage, de présent ou de prestation offerte ou reçue ;
- Invitation : toute forme d'évènement, de divertissement (sportifs ou culturels, vacances, etc.), de voyage, d'hébergement ou de repas offerts ou reçus.

Principes :

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

- être raisonnables et en aucun cas avoir pour objectif d'accorder ou d'obtenir un avantage indu ou d'influencer une décision ;
- respecter les procédures applicables mises en place par Le Groupe La Poste. Ces procédures précisent les conditions autorisant l'offre ou la réception d'un cadeau ou d'une invitation : les limites à respecter, les montants, le cadre professionnel, etc ;
- être dûment documentés et enregistrés dans les comptes. 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 l'entreprise concernée.

Exemple : invitation prestigieuse.

Dans le cadre d'un appel d'offres, un fournisseur souhaite organiser un séminaire dans le sud de la France, proche de leur centre de recherche et de développement, dans un hôtel 5 étoiles au bord de la mer, pour échanger dans un contexte plus propice sur les attentes du Groupe.

Cette invitation est inappropriée, d'une part, du fait du caractère somptueux qui la caractérise, et d'autre part, de l'absence probable du

caractère purement professionnel du séminaire. D'autant plus qu'elle intervient en pleine période de consultation achat et que le standing de l'hôtel choisi est démesuré pour un échange professionnel.

Le collaborateur doit être libre de son choix lors de la sélection du prestataire.

Que ce soit pendant un appel d'offre ou non, le collaborateur doit refuser poliment cette invitation en expliquant qu'une telle pratique n'est compatible ni avec les valeurs, ni avec la politique « Cadeaux et Invitations » du Groupe La Poste. Il peut d'ailleurs envoyer le présent code, afin d'étayer son refus. Le collaborateur doit également signaler cette pratique au déontologue de son entité ou à son référent anticorruption.

Pour aller plus loin : l'ensemble de cette politique « Cadeaux et Invitations » est accessible sur l'intranet « Éthique & Déontologie » (www.ethique-deontologie.log.intra.laposte.fr/) du Groupe ou sur l'application mobile « Déontologie » (<https://applisinhouse.laposte.multimediabs.com/>).

Les paiements de facilitation



Le Groupe La Poste interdit les paiements de facilitation. Bien que certains États fassent preuve d'une certaine tolérance vis-à-vis de cette pratique, ces paiements sont assimilés à un acte de corruption.

Définition :

Les paiements de facilitation sont des petites sommes octroyées, directement ou indirectement, à un agent public, à un agent des douanes ou de l'immigration, par exemple, pour que soit accomplie avec rapidité une procédure administrative ou pour fluidifier un processus bureaucratique.

Ils peuvent être effectués dans le but d'aider la conquête d'un nouveau marché ou d'un contrat ou de conserver un marché/un contrat existant, d'accélérer une procédure ou des formalités administratives telles que les demandes d'autorisation ou les passages en douane.

Principes de précaution :

- Si vous êtes invité à effectuer un paiement pour le compte de La Poste, vous devez toujours être attentif aux motifs de paiement et vérifier si le montant demandé est proportionné aux produits et aux services fournis ;
- Vous devez toujours demander un reçu précisant le motif du paiement ;
- Interrogez votre manager ou votre référent anticorruption lorsque vous soupçonnez qu'une demande de paiement vise à faciliter un acte administratif courant ;
- Pour prévenir ce type de dérive, il est impératif de suivre les procédures administratives à la lettre et dès lors que c'est

possible, de payer en ligne. Cela permet de ne pas subir une pression au regard de petites anomalies administratives ;

- Si vous êtes confronté à une demande de paiement de facilitation, il est impératif de refuser et d'en informer immédiatement votre manager et votre référent anticorruption. Restez intègre, ne tentez pas de cacher un paiement de facilitation. Le Groupe n'accordant aucune tolérance dans ce domaine, vous vous exposez à des sanctions encore plus importantes du fait de cette tentative de dissimulation.

Par exception à ces principes, une tolérance est admise dès lors que l'intégrité physique de la personne ou de ses proches est menacée.

Exemple : facilitation de procédures administratives.

Dans Le Groupe La Poste, certaines offres sont fondées sur des engagements de délais. Parfois, les passages en douane dans certains pays peuvent impacter négativement ce délai. Il peut être tentant d'agir afin d'accélérer les choses. A cette fin, les douanes peuvent vous solliciter pour traiter différemment les colis en échange d'un avantage pécuniaire.

Même si cette somme peut paraître dérisoire, il est impératif de refuser ces sollicitations et d'étudier la bonne conduite à adopter avec la filière juridique, les référents anticorruption et les déontologues. Une dénonciation aux autorités du pays pourra être envisagée.

Les partenariats et le mécénat

Le Groupe La Poste est amené régulièrement à participer à des initiatives impliquant un partenariat ou un mécénat. Ces initiatives ne doivent pas être utilisées pour obtenir en contrepartie un avantage indu. Ce risque est accentué lorsque les événements ou le mécénat font l'objet d'une initiative impliquant des personnalités politiques ou un agent de la fonction publique.

Définitions :

- Le partenariat consiste en un acte de mise à disposition d'une valeur : des biens, des services ou une 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 liés à ces activités ou d'une image d'entreprise positive du parrain par l'indication de son nom ou de sa marque. On parle aussi de parrainage ou de sponsoring.
- Le mécénat est le soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. Le mécénat se distingue du parrainage par la nature



des actions soutenues et par le fait qu'il n'y a normalement pas de contreparties contractuelles publicitaires au soutien du mécène.

Principes de précaution :

Le financement direct ou indirect de projets de fondations ou d'associations éducatives, sociales, environnementales, caritatives, humanitaires, sportives, etc. est autorisé à condition de respecter les procédures de conformité suivantes :

- Mener une recherche sur l'historique et la réputation de l'association ou de l'organisme bénéficiaire et de ses représentants. L'objectif est de s'assurer de la transparence en ce qui concerne leur pertinence et leur comptabilisation ;
- S'assurer de l'absence de lien entre le bénéficiaire et les décideurs au sein de vos clients/vos fournisseurs, qui puisse conduire les autorités judiciaires à requalifier pénalement l'opération envisagée ;
- S'assurer de la légitimité de l'opération envisagée, notamment auprès de la direction de la Communication ;
- Vérifier que l'engagement financier du Groupe est raisonnable et proportionné aux actions envisagées et ne dépasse pas les seuils autorisés ;
- Produire un document contractuel formalisé comportant des clauses relatives aux contreparties et à la lutte contre la corruption. Vous pouvez solliciter l'aide de La Poste Solutions Juridiques pour vous assister dans cette démarche ;
- Penser à appliquer la politique « Cadeaux et Invitations » du Groupe pour la mise à disposition d'éventuels billets d'entrée gratuits qui peuvent vous être remis dans le cadre de cet accord ;
- De manière générale, s'abstenir de proposer ou d'accepter de réaliser des actions de partenariat ou de mécénat dans le seul but d'obtenir un avantage indu et/ou de verser des contributions en espèces.

Exemple :

Le proche d'un collaborateur est Président d'une association locale. Il recherche des donateurs financiers pour monter un projet. Il lui demande de faire un don au plus vite en lui expliquant que le projet risque de ne pas voir le jour par manque de financements. Il lui assure ainsi que l'association fera apparaître le logo du Groupe lors des différentes manifestations publiques. Il est également promis au collaborateur que lui et sa famille pourront obtenir des billets gratuits aux manifestations.

Focus sur les contributions politiques :

Les contributions politiques (collecte de fonds au niveau politique local, régional ou national) ; c'est-à-dire le financement de campagnes électorales est rigoureusement interdit en France pour les entreprises.

Cela ne comprend pas les contributions destinées à des associations du secteur professionnel ou les cotisations réglées aux organisations professionnelles. Elles peuvent même dans certains cas, notamment quand elles sont versées à des associations reconnues d'utilité publique, bénéficier d'une déduction fiscale de 66% de leur montant.

Les relations avec les partenaires d'affaires



Le Groupe La Poste, dans ses relations avec ses partenaires d'affaires (les fournisseurs, les prestataires, les sous-traitants, etc.) peut être tenu responsable de tiers agissant pour son compte.

Il est donc nécessaire d'exercer la plus grande vigilance avec ces partenaires et de mettre en œuvre une procédure d'évaluation avant d'engager une contractualisation. L'objectif est de s'assurer que les partenaires du Groupe agissent conformément aux lois et aux réglementations, notamment en matière d'intégrité et de lutte contre la corruption.

Principes :

Le recours à ces partenaires d'affaires exige de prendre des précautions strictes et de mener des analyses en amont de manière à s'assurer de leur réputation et de leur intégrité. Dans tous les cas, sous réserve des règles spécifiques applicables aux marchés publics, cela implique pour les collaborateurs (du prescripteur à l'acheteur en passant par la direction de la Stratégie ou la direction Financière du Groupe La Poste de :

- Réaliser une démarche d'évaluation des fournisseurs ou des intermédiaires. Elle doit être mise en œuvre avant tout engagement, en s'attachant à l'identification des partenaires susceptibles de présenter des risques de non-respect des principes anticorruption ;
- Suivre les procédures achats existantes : procédure de la DHA Groupe, signature de la Charte Achats Responsables, clauses particulières dont l'anticorruption, etc. ;
- Faire preuve de vigilance tout au long de la procédure et conserver une parfaite indépendance dans la prise de décision ;
- Formaliser la relation d'affaires par un contrat comportant des

clauses appropriées relatives à la lutte contre la corruption.

Ces clauses doivent notamment :

- Informer le contractant que Le Groupe La Poste s'est doté d'un code éthique, ainsi que de règles de conduite anticorruption ;
- Inciter le contractant à se conformer à ces règles anticorruption telles que figurant dans le code.
- S'assurer que la rémunération du partenaire soit raisonnable et proportionnée aux services fournis ;
- Dans le cadre d'une négociation complexe, prendre conseil auprès de sa hiérarchie, des directions Achats ou Juridique, ou encore auprès du référent anticorruption de son entité ;
- Documenter dûment les services rendus avant tout paiement en faveur du partenaire.

Le cas des intermédiaires :

Les entités du Groupe La Poste peuvent être amenées à recourir aux services de consultants commerciaux et à travailler conjointement avec des intermédiaires comme des cabinets d'avocats.

Définition d'un consultant commercial :

Toute personne indépendante quelle que soit sa qualité ou sa dénomination (les prestataires de services, les agents, les fournisseurs, les cotraitants, les sous-traitants, etc.) qui agit pour le compte d'une société du Groupe La Poste en établissant a minima des contacts avec des agents publics ou des personnes privées pour le développement, la conclusion, la pérennisation ou la conduite à terme d'affaires au moyen de contacts ou d'informations.

Principes :

- Lors du choix de l'intermédiaire, il convient de réaliser des recherches afin de s'assurer de ses compétences et de sa respectabilité pour s'assurer qu'il n'a pas déjà été impliqué dans des cas mettant en cause son professionnalisme, sa réputation ou son intégrité surtout lorsqu'il agit dans des pays à risques. Pour vous aider à identifier ces pays, Transparency International publie annuellement un indice de perception de la corruption sur la base d'une méthodologie reconnue.
- Bien définir la mission et le rôle de l'intermédiaire et adosser sa rémunération au service rendu. Sa prestation doit être précise concernant le contenu mais aussi les moyens d'y parvenir. Elle ne doit pas laisser présager des gains futurs relatifs à d'autres prestations à venir et les preuves des services fournis par cet

intermédiaire doivent faire l'objet de vérifications approfondies.

- Indiquer clairement dans tous les documents contractuels les principes anticorruption imposés par Le Groupe La Poste notamment celui de « Tolérance Zéro » en matière de comportement contraire à la conformité et à l'éthique.
- L'ensemble de ces points doit être impérativement mentionné dans le contrat à travers des clauses spécifiques.

Pour aller plus loin : la direction des Achats du Groupe a mis en place une Charte Achats Responsables qu'elle fait signer aux fournisseurs et aux sous-traitants et qui implique le respect par ses signataires des 10 engagements du Pacte Mondial des Nations-unies (au rang desquels figure la prévention de la corruption).

Les relations avec les autorités

Le travail de relation avec les autorités est important. Elle fait partie intégrante des activités du Groupe La Poste.

Définition :

Le « lobbying » ou « la représentation d'intérêts » est défini comme la fourniture, en toute transparence, d'informations utiles susceptibles d'éclairer la prise d'une décision publique. Il s'agit ainsi, pour les lobbyistes, également appelés représentants d'intérêts, de faire connaître et de légitimer les activités du Groupe La Poste auprès des décideurs publics, de manière à leur apporter une expertise technique favorisant le développement des activités postales. Le lobbying est donc une activité totalement légale et bénéfique pour l'entreprise, quand elle est encadrée et reste conforme à la législation et aux procédures mises en place par le Groupe.

Exemple : partenaire de lobbying

Dans le cadre de ses missions, Marie, collaboratrice du Groupe La Poste, a un rendez-vous avec un élu pour discuter de certaines positions du Groupe. Celui-ci souhaite l'inviter dans un restaurant étoilé afin de réaliser cet entretien. Il est important dans ce cas de s'interroger sur le comportement à adopter pour respecter les engagements pris par Le Groupe La Poste et ne pas l'exposer, ainsi que la collaboratrice elle-même à des risques.

Principes :

- Ce déjeuner dans un restaurant aussi coûteux sort du cadre professionnel. Dans ce cas, proposer à son interlocuteur un autre restaurant, permettant un échange professionnel adéquat et pour lequel un partage des frais sera respecté ;



- Si des doutes sur le comportement à adopter subsistent, il est utile d'évoquer ce cas avec son supérieur hiérarchique, dans un souci de transparence et de dialogue et afin d'obtenir son avis ; si besoin, il est possible, en deuxième recours, d'envoyer un mail au référent anticorruption ou aux déontologues pour obtenir des précisions ;
- Cette activité de lobbying, si elle est confiée à un tiers, doit être soumise aux procédures en vigueur qui encadrent le recours aux consultants ;
- Si l'activité de lobbying exercée en France est confiée à un agent qui y consacre plus de 50% de son temps ou effectue plus de 10 rencontres par an avec des élus, il sera alors qualifié de représentant d'intérêts. En conséquence, il devra être répertorié auprès de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique.

À ce titre, une Charte de la représentation d'intérêts a été adoptée par Le Groupe La Poste. Cette charte repose sur 3 principes :

- Le respect des lois et des règlements ;
- L'intégrité ;
- La confiance dans les relations avec les parties prenantes.

Par ailleurs, Le Groupe La Poste communique régulièrement sur les positions qu'il est amené à prendre auprès des autorités et des institutions avec lesquelles il dialogue. De même, il procède à des inscriptions sur les registres des représentants d'intérêts comme celui de l'Assemblée nationale et met à jour ses informations chaque année.

Les acquisitions et les joint-ventures

L'acquisition de sociétés, l'apport d'investissements minoritaires ou la recherche de partenariats stratégiques sont des activités courantes au sein du Groupe La Poste. Ces partenariats engagent la responsabilité de La Poste qui pourra, le cas échéant, prendre à sa charge les manquements passés et les contentieux associés à venir.



Définitions :

- Acquisition : rachat d'une entreprise par un acteur économique, généralement une autre entreprise. L'entreprise acquise peut conserver son statut / ou son organisation, ou bien être fusionnée à l'entreprise acquéreuse. Les fusions et les acquisitions sont un outil utilisé par les entreprises dans le but d'accroître leurs activités économiques et d'augmenter leur profit.

- « Joint-venture » est un anglicisme couramment utilisé dans le monde économique, afin de définir une société commune à plusieurs entreprises et dont chacune détient le même nombre de parts. Cette société peut être créée pour un partenariat de longue durée ou pour une période limitée lorsqu'elle correspond à un besoin très spécifique. Les entreprises participant à la création d'une joint-venture cherchent avant tout à créer entre elles des synergies en mettant en commun leurs compétences et leurs savoirs technologiques tout en limitant les frais et les risques. Lorsqu'elles s'associent avec une compagnie étrangère, elles peuvent également profiter d'un accès facilité à un marché étranger.

Le collaborateur du Groupe qui travaille sur une opération de ce type doit s'assurer de bien mettre en œuvre les procédures de due-diligence nécessaires au bon déroulement de l'opération.

Principes de précaution :

- Mener ou faire réaliser, dans le cadre des due diligences, des recherches sur l'historique de l'entreprise, ses associés, sa réputation et ses qualifications. Pour ce faire, travailler en étroite collaboration avec les juristes et la direction Financière du Groupe qui disposent d'un questionnaire de pré-qualification ;
- Communiquer sur les principes du Groupe La Poste et ses attentes en matière de prévention de la corruption ;
- Analyser les conditions de l'acquisition et les conditions consenties au bénéfice du vendeur notamment les éventuelles contreparties d'ordre personnel ;
- Documenter la relation contractuelle dans un accord écrit, avec les dispositions contractuelles standard requises. Intégrer des clauses contractuelles de recours à l'égard des partenaires en cas de mise en cause de la cible pour des faits antérieurs à l'opération. Ces dispositions aident à communiquer sur les attentes du Groupe et permettent également de contrôler et d'empêcher d'éventuelles violations de ses principes ;
- Réaliser un audit post acquisition pour valider la mise en œuvre de la politique anticorruption du Groupe.

Due diligence :

La Due diligence (en français « diligence raisonnable ») est un concept d'origine anglo-saxonne qui désigne le fait de procéder dans la conduite des affaires à des vérifications sur une personne physique ou morale, afin d'identifier des risques éventuels générés par l'opération envisagée et de décider en conséquence de mettre en œuvre des mesures face à ce risque (dont le risque de corruption).

La sincérité des informations comptables et financières



Le Groupe La Poste 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 aux politiques du Groupe en matière de dépenses et comportent spécifiquement le motif de la dépense.

Tous les comptes, les factures, les mémorandums, les autres documents et les 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.

Le dispositif d'alerte



Dans le cadre de l'article 17 de la loi Sapin II, la mise en place d'un dispositif d'alerte interne est destinée à permettre le recueil des signalements émanant d'employés et relatifs à l'existence de conduites ou de situations contraires au code de conduite de l'entreprise comme le harcèlement, la discrimination, des pratiques anti-concurrentielles, des situations de conflit d'intérêts, etc.

Le dispositif d'alerte du Groupe La Poste est ouvert à l'ensemble des collaborateurs (les salariés, les prestataires, les stagiaires, les intermédiaires, etc.). De la même façon, et en conformité à la loi sur le devoir de vigilance (dite loi « Potier » de 2017), il est ouvert aux salariés des fournisseurs de 1^{er} rang du Groupe.

La loi Sapin II a mis en place une protection du lanceur d'alerte qui nécessite que le statut de ce dernier soit clarifié. Pour être qualifié de lanceur d'alerte, la personne à l'origine de l'alerte doit être une personne physique et elle doit :

- Agir de manière désintéressée,
- Être de bonne foi,
- Avoir eu personnellement connaissance de l'information.

En matière de protection des personnes concernées par l'alerte, le Groupe applique le principe des trois secrets :

- Secret de l'identité du lanceur d'alerte,
- Secret de l'identité de la personne visée par l'alerte,
- Secret de la nature des faits objets du signalement tel que fixé par le décret n°2017-564 du 19 avril 2017.

Les alertes sont traitées en toute confidentialité, ainsi que les enquêtes et les rapports qui s'y rapportent, sous réserve des obligations légales et des procédures judiciaires applicables.

Aucune mesure disciplinaire ou discriminatoire ne pourra être prise à l'encontre des collaborateurs ayant signalé une alerte, même si les faits se révèlent ne pas être avérés, dans la mesure où les employés ont respecté les conditions préalablement énoncées (action menée de manière désintéressée, de bonne foi et connaissance personnelle de l'information).

L'utilisation abusive du dispositif d'alerte peut conduire à des sanctions disciplinaires, voire judiciaires (dénonciation calomnieuse), en cas de mauvaise foi et d'intérêts personnels, etc.

Groupe :

ethique@laposte.fr

BNUM et Docapost :

ethique-numerique@laposte.fr

La Banque Postale :

<https://report.whistleb.com/alerte-labanquepostale>

GeoPost :

ethics@geopostgroup.com

Réseau :

ethique-reseau@laposte.fr

Services-Courrier-Colis :

ethique-courrier@laposte.fr

Poste Immo :

referent.ethique@poste-immo.fr

Pour aller plus loin : se référer au guide du traitement des alertes disponible sur l'application mobile éthique et déontologie.

Le dispositif de formation et de sensibilisation



Le Groupe déploie un dispositif de formation et de sensibilisation destiné à l'ensemble des collaborateurs.

- L'intranet comprend des outils et des référentiels nécessaires à l'appropriation du sujet par tous : www.ethique-deontologie.log.intra.laposte.fr/
- L'application mobile Déontologie du Groupe La Poste comprend également ces éléments et propose à ses utilisateurs la consultation d'articles de presse sur l'actualité dans le domaine de l'éthique et de la déontologie. Elle est téléchargeable :

•via le lien suivant : <https://applisinhouse.laposte.multimediabs.com/>

•en scannant le QR code ci-après :



Il existe également différents supports de communication qui abordent l'actualité externe et postale sur ces sujets.

- Une formation en ligne intitulée « Les bases d'un comportement éthique : anticorruption, concurrence, protection des données... » a été mise en place au sein du Groupe. Elle est accessible dans l'espace Form@tion, sur le portail de l'Institut du Management et sur l'Offre Libre-Service (OLS).

Enfin, il existe des programmes de sensibilisation et de formation spécifiques adaptés aux différentes fonctions (exemple : pour la filière juridique ou les achats) et secteurs d'activité du Groupe. Le manager ou le référent anticorruption peut mettre ces outils à la disposition des collaborateurs et assurer leur bonne compréhension.



LE GROUPE LA POSTE

DIRECTION DE L'ÉTHIQUE ET DE LA DÉONTOLOGIE
9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA
75757 PARIS CEDEX 15

Tél : +33 (0)1 55 44 00 00