

DÉONTO- LOGIE

**CODE DE CONDUITE
SOGEC**

TABLE DES MATIÈRES

AVANT PROPOS 5

PARTIE 1

NOTRE CODE DE CONDUITE 7

QU'EST-CE QU'UN CODE DE CONDUITE ? 7

A QUI S'ADRESSE LE CODE DE CONDUITE ? 8

QUELLES OBLIGATIONS DÉCOULENT DU CODE POUR LE GROUPE ET LES COLLABORATEURS ? 8

QUELS SONT LES BONS RÉFLEXES POUR ADOPTER UNE CONDUITE DÉONTOLOGIQUE ? 8

PARTIE 2

NOS VALEURS ET NOTRE MISSION 10

1. LES VALEURS DU GROUPE LA POSTE 11

2. LE STATUT D'ENTREPRISE À MISSION 12

3. QUATRE OBJECTIFS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX POUR LES ACTIVITÉS DU GROUPE 13

PARTIE 3

LA CONDUITE INTÈGRE DE NOS AFFAIRES 14

1. PRÉVENTION DE LA CORRUPTION 16

2. CADEAUX ET INVITATIONS 18

FOCUS : DONS, MÉCÉNAT ET SPONSORING / PARRAINAGE 20

FOCUS : REPRÉSENTATION D'INTÉRÊTS (LOBBYING) ET LE FINANCEMENT D'ACTIVITÉS POLITIQUES 21

3. GESTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS 22

4. LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT DE CAPITAUX ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME 24

5. RESPECT DU DROIT DE LA CONCURRENCE 26

6. SANCTIONS INTERNATIONALES, EMBARGOS ET CONTRÔLE DES EXPORTATIONS 28

7. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES 30

PARTIE 4

DES RELATIONS HUMAINES RESPECTUEUSES DES DROITS ET SOCIALEMENT RESPONSABLES 33

1. RESPECT DES DROITS HUMAINS 34

FOCUS : FAIT RELIGIEUX ET NEUTRALITÉ, ÉGALITÉ DE TRAITEMENT FACE AU SERVICE PUBLIC 36

2. SANTÉ, SÉCURITÉ ET QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL 37

PARTIE 5

LES RELATIONS AVEC NOS PARTENAIRES D'AFFAIRES 39

1. RELATIONS AVEC LES CLIENTS 40

2. RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS 42

FOCUS : APORTEURS D'AFFAIRES ET INTERMÉDIAIRES 43

PARTIE 6

PROTECTION DES ACTIFS DU GROUPE 45

1. GESTION DES INFORMATIONS CONFIDENTIELLES 46

2. PRÉSERVATION DU PATRIMOINE DU GROUPE 48

FOCUS : FRAUDE 50

FOCUS : CYBERSÉCURITÉ 52

FOCUS : UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX 54

FOCUS : INTELLIGENCE ARTIFICIELLE 55

PARTIE 7

NOTRE ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL 56

SAUVEGARDE DE L'ENVIRONNEMENT ET PROMOTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS NOS ACTIVITÉS 57

FOCUS : PARTICIPATION DU GROUPE AU DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES 58

FOCUS : PROMOTION D'UN NUMÉRIQUE ÉTHIQUE, RESPONSABLE ET FRUGAL 58



« Nos valeurs et la confiance qui nous est accordée au quotidien nous engagent envers chacune de nos parties-prenantes. En tant que postières et postiers, respecter les règles de conduite de notre groupe est indispensable pour assurer notre développement et continuer à être au service de tous et utiles à chacun. »

Philippe Wahl,
Président-directeur général
du groupe La Poste

AVANT PROPOS

Au cours de ces dernières années, le groupe La Poste s'est profondément transformé. Nos activités historiques ont été renforcées par la création de nouveaux services de proximité, des offres responsables de bancassurance, des solutions digitales de confiance, des expertises dans le domaine de la santé, des investissements dans la décarbonation des transports... Dans tous les métiers, les initiatives continuent à se multiplier.

Entreprise à mission depuis 2021, La Poste accompagne ses clients et les territoires dans les transitions écologique et énergétique, numérique, démographique et sociale et territoriale. La Poste fait de son engagement sociétal la pierre angulaire de son modèle d'activité.

Pour atteindre ces objectifs, pour maintenir le lien de confiance qui fait la richesse de notre groupe, chacun d'entre nous a une part de responsabilité.

Cela commence par rester fidèles aux valeurs de l'entreprise. Cela implique d'adopter un comportement conforme à celui que l'on attend d'un groupe dont la réussite repose sur la confiance qui lui est accordée.

Ce code de conduite est destiné à vous tous, collaborateurs du groupe La Poste y compris ses filiales, quels que soient votre statut ou votre fonction. C'est un guide de conformité et d'éthique, conçu pour vous accompagner au quotidien, tout au long de votre vie professionnelle.

Ce document a une vocation pédagogique. Il vous permettra de faire face aux situations auxquelles vous pourriez être confrontés.

Il rappelle nos engagements, notamment celui de respecter les lois et règlements auxquels nous sommes soumis dans nos pays respectifs. Il précise le comportement que nous devons adopter vis-à-vis de nos partenaires, de nos collègues ou lorsque nous sommes en contact avec le public.

Il vous indique, enfin, les bonnes pratiques à adopter, les démarches à suivre et les contacts auxquels vous pouvez vous adresser dans le cadre de situations particulières.

Les engagements du groupe inscrits dans ce code de conduite sont les engagements de chacun. Je vous invite à les lire et à vous les approprier.

De notre conduite dépend le bon développement du groupe La Poste, un groupe qui offre un service de qualité résolument tourné vers l'avenir.



Philippe Bajou,
Secrétaire général et directeur général
Adjoint du groupe La Poste



Le présent Code de Conduite et de Déontologie a pour objet de définir les principes fondamentaux et les règles de comportement auxquels doivent se conformer tous les membres de nos sociétés, Il vise à garantir l'intégrité, la transparence et le respect mutuel dans l'exercice de nos activités.

Ce code s'applique à tous les niveaux de l'organisation, sans exception, et doit être considéré comme une référence essentielle pour guider nos actions et décisions quotidiennes. Tous les membres de la Direction se sont engagés personnellement sur son respect.

En adoptant ce code, nous affirmons notre engagement envers les valeurs d'éthique, de responsabilité et de professionnalisme.

Ce code de conduite n'est pas seulement un ensemble de règles, mais un véritable guide pour cultiver une culture d'entreprise positive et exemplaire, Nous encourageons chacun à le lire attentivement, à s'y référer régulièrement et à en faire la promotion auprès de ses collègues,

Ensemble nous construisons une organisation dont nous pouvons être fiers, fondée sur le respect, la confiance et l'excellence.

Olaf KLARGAARD
Directeur Général

La Direction



Arnaud TOMASI
Président de Sogec et des filiales
de solutions marketing de La
Poste (MEDIAPOST, SOSKELE)



Olaf KLARGAARD
Directeur Général de Sogec



Laetitia LLENSE
Directrice Ressources
Humaines



Alexandra FERREIRA
Directrice des Opérations



Corinne GLORIA
Directrice Administrative &
Financière



Marjorie KLEIN
Directrice Marketing &
Communication



Florence HEIMEUER
Directrice Commerciale &
Marketing



Emmanuel JOUBERT
Directeur des Services
Informatiques



David TRICHET
Directeur Technique Web/CTO
- Direction Digital



Vincent DAJOUX
Directeur Développement
Commercial Enseigne et RSE



Mehdi KHEMIRI
Directeur de la BU Tick & Shop

PARTIE 1

NOTRE CODE DE CONDUITE

QU'EST-CE QU'UN CODE DE CONDUITE ?

Le code de conduite est la **déclaration des valeurs et des missions** qui guident le groupe La Poste¹, ainsi que ses collaborateurs dans leur activité au quotidien. Il expose les attentes et les règles fixées par le groupe. Celles-ci définissent un comportement déontologique et des pratiques responsables.

Ce code de conduite contient des exemples concrets et des recommandations qui en font **un document de référence et un guide pratique** sur lequel vous devez vous appuyer dans vos relations de travail, que ce soit avec les autres personnes dans le groupe avec lesquelles vous travaillez, vos clients ou l'ensemble de vos partenaires.

Dans ce document, le groupe La Poste affirme son **respect absolu des lois et règlements des pays dans lesquels il opère** ainsi que sa volonté de s'inscrire dans le cadre des conventions internationales, notamment celles de l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE), de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail.

A QUI S'ADRESSE LE CODE DE CONDUITE ?

Le code de conduite **s'adresse à tous les collaborateurs et mandataires** du groupe La Poste, quels que soient leur statut, leur activité, leur niveau de fonction ou le pays d'exercice. A ce titre, ce code de conduite doit être déployé par l'ensemble des filiales contrôlées par le groupe La Poste. Il appartient aux mandataires sociaux de ces filiales de le mettre en œuvre.

Vous devez **connaître** ses principes, normes et comportements attendus et les **appliquer** dans le cadre professionnel.

Le groupe La Poste attend de ses partenaires qu'ils **respectent des règles et principes** équivalents dans le cadre de la relation d'affaires avec lui.

¹Dans ce code de conduite, le groupe La Poste recouvre La Poste et l'ensemble des filiales qu'elle contrôle.

QUELLES OBLIGATIONS DÉCOULENT DU CODE POUR LE GROUPE ET LES COLLABORATEURS ?

Le code de conduite du groupe La Poste recense vos différents **droits et devoirs** dans le cadre de l'exercice de votre activité. Les filiales doivent s'assurer de sa déclinaison locale et du respect de ses dispositions par l'ensemble de leurs collaborateurs.

Le non-respect des dispositions du présent code **engage votre responsabilité personnelle** et vous expose à d'éventuelles sanctions disciplinaires, civiles voire pénales selon les législations applicables.

Le code de conduite **vous protège des pratiques qui pourraient vous être préjudiciables** ainsi qu'au groupe. Vous devez vous y référer afin d'éviter toute situation qui serait contraire à la loi ou à ses valeurs et missions.

QUELS SONT LES BONS RÉFLEXES POUR ADOPTER UNE CONDUITE DÉONTOLOGIQUE ?

Le groupe attend de vous l'**intégrité, le respect de chacun et la responsabilité**. Les principes exposés dans le code de conduite doivent vous **accompagner dans vos actions et décisions au quotidien**. Pour autant le code ne peut illustrer directement et de manière précise chaque situation à risque.

VOICI TROIS RÉFLEXES ESSENTIELS QUE VOUS DEVEZ AVOIR POUR ADOPTER UNE CONDUITE ÉTHIQUE.

1 SE POSER LES BONNES QUESTIONS AVANT D'AGIR

Si vous avez un doute ou si vous faites face à un dilemme déontologique, vous devez vous poser les questions suivantes :

- Mon action ou ma décision est-elle **conforme à la loi** ?
- Mon action ou ma décision est-elle en **conformité avec le code de conduite et les politiques** du groupe ?
- Mon action ou **ma décision est-elle guidée** par mon intérêt personnel ou celui de mes proches ?
- Mon action ou ma décision peut-elle avoir **un impact négatif** sur mon entité, le groupe La Poste, mes collègues ou les parties prenantes avec lesquels j'interagis ?

2. DEMANDER CONSEIL

De nombreuses ressources sont mises à votre disposition pour vous aider et vous guider. Au sein du code, les rubriques « Pour aller plus loin » vous permettent de prendre connaissance des politiques du groupe et d'approfondir les sujets abordés.

Si vous êtes toujours dans l'incertitude, vous devez **demandeur conseil** aux personnes compétentes qui pourront vous guider : votre manager, votre direction des ressources humaines, votre direction juridique, la direction de la conformité ou le déontologue de votre entité et / ou du groupe.

3. ALERTE

En cas de soupçon d'une violation ou d'un contournement des règles et principes de ce code (y compris des documents auxquels il fait renvoi) ou de la loi, vous pouvez l'évoquer avec votre manager. Si vous ne souhaitez pas faire appel à lui ou si votre signalement reste sans suite, vous pouvez utiliser le dispositif d'alerte déontologique de votre entité d'appartenance ou celui du groupe. L'adresse du dispositif groupe est la suivante² :

<https://www.alerte-ethique.laposte.fr>

Le terme alerte désigne tout signalement ou divulgation transmis de bonne foi et sans contrepartie financière directe, d'informations portant sur un crime, un délit, une menace ou un préjudice pour l'intérêt général, une violation ou une tentative de dissimulation d'une violation d'un engagement international régulièrement ratifié ou approuvé par la France, d'un acte unilatéral d'une organisa-

tion internationale pris sur le fondement d'un tel engagement, du droit de l'Union européenne, de la loi ou du règlement ainsi que tout manquement au code de conduite.

Le dispositif d'alerte respecte la confidentialité des informations et des faits décrits ainsi que celle relative aux noms des acteurs de l'alerte (auteur du signalement, personnes incriminées...).

Lancer une alerte est un droit. Aucun collaborateur ne peut faire l'objet de représailles de quelque nature que ce soit pour avoir signalé des faits de bonne foi ou avoir coopéré dans le cadre d'une enquête interne.

Les alertes anonymes ne pourront être prises en compte que si la gravité des faits mentionnés est établie et que les faits en cause sont suffisamment détaillés.

 **Pour aller plus loin :**
Procédures d'alerte du groupe

² Si vous êtes collaborateur d'une filiale disposant de son propre système d'alerte, vous devez vous référer au dispositif en question.

PARTIE 2

NOS VALEURS ET NOTRE MISSION

1 LES VALEURS DU GROUPE LA POSTE

LE CODE DE CONDUITE DU GROUPE
EST LE REFLET DE SES VALEURS :

OUVERTURE

Porter un regard neuf sur la société, être en permanence à l'écoute de ses parties prenantes pour capter leurs évolutions et leur proposer des solutions toujours adaptées.



ÉQUITÉ

S'adapter à la diversité des situations et des demandes et y répondre avec une égale attention et une égale efficacité.



CONSIDÉRATION

Traiter les clients et les collaborateurs avec l'attention et le respect qu'ils attendent.



PROXIMITÉ

Être disponible pour tous les clients dans chaque lieu et chaque site, en s'adaptant aux spécificités locales.

SENS DU SERVICE

Se mettre au service du client, à travers un mode de relation fondé sur l'écoute et le professionnalisme.



ACCESSIBILITÉ

Être là où les clients ont besoin de nos services et quand ils en ont besoin, en adaptant nos modes de distribution de l'ensemble des produits du groupe aux nouveaux usages. Faciliter l'accès à nos services pour les personnes à mobilité réduite ou en situation de précarité.



2 LE STATUT D'ENTREPRISE À MISSION

En juin 2021, La Poste a adopté la qualité d'entreprise à mission, c'est-à-dire qu'elle intègre dans ses statuts une finalité additionnelle d'ordre social et environnemental. Au service de l'intérêt général depuis plusieurs siècles, le groupe La Poste s'inscrit naturellement dans cette conception de l'entreprise soucieuse de concilier développement et engagement au service de tous.

Être une entreprise à mission c'est affirmer à tous sa raison d'être, et ses objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux : c'est aussi en être redevable devant tous.

UNE RAISON D'ÊTRE POUR TOUS LES COLLABORATEURS

La raison d'être synthétise la finalité des activités du groupe au service de la société. Définie par les acteurs du groupe, incluant ses clients, ses collaborateurs ou ses fournisseurs, c'est un excellent repère pour chaque collaborateur de l'entreprise.

« Au service de tous, utile à chacun, La Poste, entreprise de proximité humaine et territoriale, développe les échanges et nourrit les liens qui nous unissent en contribuant aux biens communs de la société tout entière. »

3 QUATRE OBJECTIFS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX POUR LES ACTIVITÉS DU GROUPE

La Poste a défini quatre objectifs sociaux et environnementaux, qui constituent autant d'engagements vis-à-vis de la société tout entière. Ces objectifs sont en prise directe avec les grandes transitions environnementales et sociétales que le groupe souhaite résolument accompagner :

 Contribuer au **développement** et à la **cohésion des territoires**

 Favoriser **l'inclusion sociale**

 Promouvoir un **numérique éthique, inclusif et frugal**

 Œuvrer à l'accélération de la **transition écologique** pour tous

La qualité de société à mission est une **responsabilité qui engage l'entreprise et ses collaborateurs**. Il appartient à tous et à chacun, quelle que soit sa fonction ou sa position dans l'entreprise, de faire vivre cette raison d'être et de contribuer aux objectifs définis qui sont autant d'engagements pris vis-à-vis de l'ensemble de la société.

PARTIE 3

LA CONDUITE

INTÈGRE

DE NOS AFFAIRES

Le groupe La Poste respecte les lois et réglementations en vigueur dans tous les pays où il exerce son activité. En complément, le groupe a mis en place des politiques internes qui précisent les dispositifs à déployer, et qui permettent d'encadrer les activités de ses collaborateurs au quotidien.

Le groupe et ses entités **s'interdisent toute relation avec des partenaires d'affaires qui ne respectent pas les lois et réglementations en vigueur**. Ils doivent procéder à l'évaluation de l'intégrité de leurs tiers.

En tant que collaborateur, **vous devez respecter les lois, règlements et politiques internes** qui régissent les missions et activités du groupe. Toute violation peut entraîner des sanctions civiles ou pénales et disciplinaires envers le collaborateur impliqué et/ou le groupe. Si vous constatez de telles situations, vous pouvez alerter votre manager ou passer par le dispositif d'alerte en place (voir page 6).

1 PRÉVENTION DE LA CORRUPTION

La confiance réciproque et l'intégrité sont le fondement des relations du groupe avec ses partenaires. Le groupe La Poste rejette la corruption sous toutes ses formes et a bâti son plan de prévention de la corruption autour de **trois grands principes** édictés par ses instances dirigeantes :

« Tolérance Zéro,
Tous concernés,
Tous vigilants. »

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

La **corruption** peut prendre plusieurs formes. Elle s'entend comme l'octroi d'un avantage indu pour soi-même ou pour autrui en échange d'une décision, d'un acte favorable ou d'une abstention, qui entraîne la violation des règles professionnelles ou des lois. Une simple proposition de corruption est une infraction en tant que telle, même si elle n'aboutit pas.

Le **trafic d'influence** est le fait pour une personne de proposer un avantage indu à une tierce personne, afin qu'elle exerce une influence réelle ou supposée, en vue d'obtenir d'une autorité ou d'une administration publique une décision favorable (marchés, emplois, distinctions...).

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- Refuser tout avantage indu, de toute nature. A défaut, vous vous rendez coupable de corruption.
- Appliquer les politiques et procédures du groupe.
- Signaler toute sollicitation ou tout comportement qui vous semblent contraires aux règles, à votre manager ou via le dispositif d'alerte du groupe ou celui de votre entité.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- Accepter des paiements ou des avantages indus, même de faible montant.
- Accorder des paiements dits de facilitation à des agents publics pour accélérer une démarche administrative.

ILLUSTRATIONS

1 Je suis commercial au sein d'une entité du groupe. Un de mes clients me propose d'acheter un des produits que je commercialise en échange d'informations sur un appel d'offres en cours auquel la société de son fils souhaite répondre.

Cet arrangement est-il acceptable ?

Non. Bien que cette proposition fasse gagner du chiffre d'affaires au groupe, il s'agit de corruption puisqu'elle vous conduit à ne pas respecter les principes de la procédure achats. Vous devez refuser cette proposition et signaler la conduite du client à votre supérieur hiérarchique. Vous pouvez aussi utiliser le dispositif d'alerte de votre entité.

2 Je suis en charge du développement international au sein de la direction commerciale. Nous souhaitons ouvrir un nouvel établissement dans un pays donné et les autorités locales nous ont réclamé le paiement de frais « divers » pour accélérer le processus d'autorisation. Le montant réclamé est très faible par rapport à l'investissement total et il m'a été expliqué qu'il s'agissait d'une pratique habituelle.

Puis-je procéder au paiement ?

Non, même si le paiement est présenté comme une pratique établie. Dans ce contexte, **le versement de cette somme n'est pas autorisé par le groupe car il peut constituer un acte de corruption**. Vous devez refuser et signaler le comportement à votre manager et éventuellement solliciter la direction juridique ou le déontologue de votre entité d'appartenance pour obtenir une assistance si nécessaire.



Pour aller plus loin :

Politique groupe de lutte contre la corruption et le trafic d'influence

asten
SANTÉ

NOUVEAU

1. Dans le cadre de la relation avec un prescripteur, lui octroyer un cadeau/avantage/invitation, en dehors du cadre légal, en vue d'obtenir de sa part des prescriptions ;
2. Dans le cadre des achats de dispositifs médicaux, accepter un cadeau/avantage/invitation de la part du fournisseur qui souhaite obtenir le marché ;
3. Dans le cadre de la relation avec les établissements de santé, lors d'un appel d'offre, proposer ou offrir un cadeau/avantage/invitation en vue d'obtenir le marché.

* Pour illustration, mot du DG repris du code de conduite 2022

2 CADEAUX ET INVITATIONS

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Dans le monde des affaires, les relations tissées entre les individus peuvent conduire à l'échange de cadeaux ou d'invitations (salons professionnels, événements sportifs ou culturels, restaurants, etc.), afin de consolider ou de maintenir ces relations. Ces pratiques font partie de la vie courante des affaires mais **elles doivent être raisonnables et en rapport avec le contexte d'affaires visé.**

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

Respecter la politique cadeaux et invitations du groupe, celle-ci vous accompagne dans votre prise de décision :

- Les cadeaux et les invitations doivent **s'inscrire dans un cadre professionnel** (excluant donc la présence du conjoint ou de tout autre proche).
- Ils doivent **être occasionnels et revêtir un caractère raisonnable**. Afin de vous guider, la politique impose des seuils financiers, des niveaux de déclaration et d'autorisations à respecter.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- Accepter **certains types de cadeaux ou d'invitations** (espèces, cartes cadeaux, smartphones ou tablettes par exemple).
- Offrir ou recevoir des cadeaux ou invitations en **période stratégique** (appel d'offres, négociation commerciale...).

ILLUSTRATIONS

1 Je travaille au sein de la direction des achats d'une filiale du groupe. Un fournisseur me propose des billets pour assister à un évènement culturel et me remercier de la confiance qui nous lie depuis plusieurs années.

Suis-je en conformité avec la politique du groupe ?

Vous êtes en conformité si :

- Vous n'êtes pas en **période stratégique** d'appels d'offres ou d'attribution d'un marché,
- Vous proposez la **seconde place à un de vos collègues** et non à un de vos proches,
- Vous avez **respecté les seuils** prévus.

2 Je travaille au sein d'un bureau de poste. Un client offre régulièrement des petits cadeaux à l'équipe. Il s'agit de gestes de courtoisie qui se répètent fréquemment. Au bout de plusieurs mois, ce client finit par demander de petites entorses aux règles, comme la délivrance d'un colis pour son fils sans procuration.

Puis-je déroger à la règle pour ce client que je connais bien ?

Non. Vous devez appliquer les procédures rigoureusement et en toutes circonstances quelle que soit la nature de votre relation avec le client. Vous devez également refuser les petits cadeaux dès lors qu'ils deviennent systématiques et peuvent dépasser le seuil annuel autorisé. Il est de votre responsabilité de faire comprendre à ce client que ses cadeaux finissent par devenir inopportuns. Vous pouvez solliciter l'aide de votre manager et, si nécessaire, le déontologue de votre entité.



Pour aller plus loin :

Politique cadeaux et invitations; referent-anticorruption@astensante.com



! Cadeaux et invitations offerts aux Clients : professionnels de santé, ...

↳ Application de la réglementation et procédure interne "P0005 Relations avec les professionnels de santé"

! Cadeaux et invitations offerts ou reçus envers les fournisseurs/partenaires (ne concernent pas les Clients : professionnels de santé, ...)

Valeur strictement inférieure à 69 euros	Valeur comprise entre 69 euros et 150 euros	Valeur strictement supérieure à 150 euros sauf dérogation exceptionnelle par le Directeur Général
Aucune autorisation préalable	Autorisation du supérieur hiérarchique formalisée par écrit	Principe général d'interdiction

! Cadeaux et invitations offerts ou reçus envers les patients

Valeur strictement inférieure à 69 euros	Valeur comprise entre 69 euros et 150 euros	Valeur strictement supérieure à 150 euros sauf dérogation exceptionnelle par le Directeur Général
Aucune autorisation préalable	Autorisation du Directeur Régional formalisée par écrit	Principe général d'interdiction

☒ Tout Collaborateur qui reçoit un cadeau/invitation est tenu de le déclarer au référent anti-corruption ;

☒ Referent-anticorruption@astensante.com ;

☒ **Il est formellement interdit à un Collaborateur d'offrir un cadeau et/ou invitation à un patient.**

* Pour illustration, mot du DG repris du code de conduite 2022

FOCUS : DONS, MÉCÉNAT ET SPONSORING / PARRAINAGE

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le **don** est l'action de transmettre une somme d'argent, un bien ou un service sans attendre de contrepartie du bénéficiaire. Dans le groupe, le don s'exerce à des fins caritatives ou philanthropiques.

Le **mécénat** est un soutien matériel ou financier apporté, sans contrepartie directe ou indirecte de la part du bénéficiaire, à l'exercice d'activités (associations culturelles, humanitaires etc.) présentant un intérêt général.

De telles opérations sont légales mais ne peuvent toutefois pas être réalisées dans l'intention d'obtenir un avantage indu ou de dissimuler une contrepartie.

Le **sponsoring / parrainage** est un soutien apporté par le groupe à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation présentant un caractère humanitaire, sportif, culturel, ou environnemental par exemple, en vue d'en retirer un bénéfice direct. Ce soutien peut prendre la forme d'un versement de sommes d'argent, de l'apport d'un bien ou la mise à disposition de moyens humains.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Vérifier** que ces opérations sont cohérentes avec les valeurs du groupe, ses missions et sa stratégie d'entreprise.
- **Vous assurer** qu'elles ne sont pas réalisées entre personnes pouvant présenter **des conflits d'intérêts**¹ (liens de nature personnelle ou professionnelle).
- Procéder, avant toute opération à une vérification et une évaluation de **l'intégrité du bénéficiaire**.
- **Formaliser l'opération** par le biais de conventions juridiques incluant les clauses de conformité en vigueur dans le groupe.

¹Voir chapitre Conflits d'intérêts

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- Réaliser des opérations de don, mécénat ou sponsoring / parrainage **pour obtenir un avantage, un marché ou une décision favorable** à La Poste.

ILLUSTRATION

Je suis commercial en charge de la promotion des offres du groupe notamment auprès des mairies. Un maire, dont le conjoint est président d'une association sportive locale, me demande de sponsoriser le prochain tournoi de la ville et me laisse entendre qu'il appuiera la proposition de produits du groupe auprès de son conseil municipal.

Quel comportement dois-je adopter ?

Vous ne pouvez pas accepter une telle proposition. L'opération de parrainage est proposée en contrepartie de la promesse d'une décision favorable au groupe. **Si vous acceptez, vous vous placez en situation de trafic d'influence.** Vous devez refuser la proposition et en informer votre supérieur hiérarchique.

 **Pour aller plus loin :** Procédure d'évaluation des partenaires non commerciaux

FOCUS : REPRÉSENTATION D'INTÉRÊTS (LOBBYING) ET FINANCEMENT D'ACTIVITÉS POLITIQUES

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le **lobbying** consiste à apporter des informations aux décideurs publics, en vue d'influer sur une décision (par exemple : l'adoption d'une loi). Il s'agit d'une activité exercée de manière principale et régulière. Cette activité est légale et est encadrée par la loi afin d'éviter qu'elle ne soit détournée et utilisée à des fins de corruption.

Le groupe s'inscrit dans **une attitude responsable auprès des acteurs publics**, c'est-à-dire non seulement respectueuse des lois et règlements des pays dans lesquels il opère, mais également conforme aux principes déontologiques exposés dans ce

code ainsi que dans sa charte de représentation d'intérêts (intégrité et confiance dans les relations avec les parties prenantes). La transparence et le contrôle étroit des opérations de représentation d'intérêts sont indispensables.

Les collaborateurs qui en sont chargés doivent être identifiés et formés.

Le groupe La Poste ne participe pas au financement d'activités politiques, y compris dans les pays où ces pratiques sont autorisées ou tolérées.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- Dans tous les cas, **prenez connaissance de la charte de la représentation d'intérêts du groupe** qui contient notamment une obligation déclarative.
- Si vos fonctions vous conduisent à être en relation avec des responsables publics, **vérifier si vous remplissez les conditions afin d'être qualifié de représentant d'intérêts.**
- Dans ce cas, **demandez une autorisation préalable avant tout octroi de cadeaux ou d'invitations** à des responsables publics (dès le premier euro).

 **Pour aller plus loin :**
Charte de la représentation d'intérêts

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Manquer aux obligations déclaratives en matière de représentation d'intérêts** dans votre pays d'activité.
- Utiliser les ressources, matérielles et financières, du groupe dans le but de **financer ou de soutenir des activités politiques.**

3 GESTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Tout collaborateur est susceptible d'être confronté un jour à des situations où ses intérêts personnels peuvent entrer en conflit avec ses responsabilités professionnelles ou les intérêts du groupe, l'empêchant d'avoir la capacité de prendre des décisions objectives et impartiales.

Parmi les conflits d'intérêts les plus courants figurent :

- les relations personnelles ou familiales avec des personnes impliquées dans un contrat avec le groupe La Poste ou l'une de ses entités ;
- le recrutement d'un membre de la famille ou d'un proche ;
- la réalisation d'un investissement financier (ou d'une prise de participation) chez un fournisseur, un client ou un partenaire d'affaires du groupe La Poste ou d'une de ses entités.

Les situations de conflit d'intérêts sont courantes dans la vie des affaires. Elles ne sont pas illicites mais représentent un risque car elles peuvent altérer le jugement d'un collaborateur en faveur d'un intérêt divergent de celui du groupe. Elles doivent donc être connues, déclarées et traitées.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- Respecter votre obligation de **loyauté envers le groupe**.
- Si vous pensez être en situation de conflit d'intérêts potentiel (ou qui pourrait être perçue comme telle), **le déclarer, de façon formalisée, à votre manager**. Cette déclaration peut être faite via le formulaire inclus dans la politique de prévention, d'identification et de gestion des conflits d'intérêts. Votre manager analysera et pèsera les risques pour prendre les mesures permettant de les éviter, comme vous demander de vous retirer du processus de décision. Cela vous protège et protège le groupe.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- Prendre une décision lorsque votre pouvoir d'appréciation peut être **influencé ou altéré par un intérêt personnel** ou une pression émanant d'un tiers.
- **Dissimuler des informations** sur un conflit d'intérêts existant ou potentiel.

ILLUSTRATIONS

1 Je travaille au sein d'un département technique, qui a besoin de matériel spécifique en petite quantité. Au regard des faibles montants concernés, nous choisissons de passer par un achat sans procédure d'appel d'offres. Je retiens une entreprise fondée récemment par un ancien salarié du groupe que je connais. Elle n'est pas la mieux-disante mais je me sens en devoir de privilégier un ancien collègue pour l'aider car il vient de lancer son activité.

Suis-je en situation de conflit d'intérêts ?

Oui. Le conflit d'intérêts réside dans le fait que **vous n'agissez pas ici selon des critères objectifs mais plutôt en fonction d'un sentiment d'appartenance** au groupe et avec un intérêt divergent de celui de votre entité.

2 En plus de mon travail au sein du groupe, je siége dans l'instance décisionnelle d'une association subventionnée par le groupe. Lors d'une réunion périodique, cette instance est amenée à décider de contrats de services que des entités du groupe La Poste pourraient rendre.

Que dois-je faire dans cette situation ?

Vous êtes ici en situation de conflit d'intérêts car **votre intérêt personnel au sein de l'association entre en contradiction avec celui du groupe La Poste**. Vous devez donc vous abstenir de voter des décisions dans lesquelles le groupe tient un rôle et vous retirer du processus décisionnel en expliquant pourquoi.



Pour aller plus loin :

Politique de prévention, d'identification et de gestion des conflits d'intérêts

4 LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT DE CAPITAUX ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le **blanchiment d'argent** consiste à dissimuler l'origine, la propriété ou la destination de fonds obtenus grâce à des activités illégales (évasion fiscale, corruption, fraude financière ou terrorisme) afin de les rendre légitimes en apparence.

Le groupe La Poste rejette et interdit toute tentative d'utilisation de ses activités afin de blanchir des capitaux ou financer le terrorisme.

Le **financement du terrorisme** consiste à utiliser des fonds, parfois d'origine légale, en vue de financer la réalisation d'une action terroriste.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

Dans tous les cas :

- **Être vigilant en permanence** et contribuer activement à la lutte contre toute forme de criminalité économique en appliquant les procédures prévues à cet effet, vous devez :
 - Exercer une vigilance appropriée sur la provenance des fonds que le groupe reçoit ou leur destination ;
 - Réaliser une évaluation adaptée des clients, partenaires, ou plus généralement de toute partie contractante, en fonction de leur profil.
- **Signaler toute opération suspecte** à votre responsable hiérarchique ou au déontologue de votre entité. Ne pas hésiter à faire appel à la ligne d'alerte que vous trouverez dans la politique de Lutte Contre le Blanchiment et le Financement du Terrorisme (LCB-FT), le cas échéant.

Et, plus spécifiquement, dans le secteur bancassurance :

- Respecter les limites pour les opérations en espèces ;
- Refuser tout règlement en cryptoactifs (bitcoins...).

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

Dans tous les cas :

- Accepter une opération impliquant une personne morale dont il est **impossible d'identifier les bénéficiaires effectifs** ;
- Payer un fournisseur qui change son circuit de règlement **vers un compte bancaire domicilié dans un Etat considéré comme non coopératif d'un point de vue fiscal**, (se référer à la Doctrine Pays pour la liste de ces Etats).

De plus, si vous êtes collaborateur d'une entité du secteur bancassurance :

- Entrer en relation d'affaires avec un client refusant de (i) communiquer ses éléments d'identification ou de (ii) fournir des explications concernant ses opérations ou qui permettent d'identifier l'identité du donneur d'ordre ou du bénéficiaire ;
- Outrepasser les limites pour les opérations en espèces ;
- Accepter des règlements en cryptoactifs (bitcoins...);
- Rvéler à un client qu'il fait l'objet de doutes ou de suspicions en matière de lutte contre le blanchiment, ou donner cette information à un tiers.

ILLUSTRATION

Je suis responsable immobilier et décide de mettre en vente un local qui n'est plus utilisé. Une société étrangère se propose d'acheter ce bien à un prix bien plus élevé que le marché. Je suis tenté d'accepter mais m'interroge sur la raison qui pousse cette société à faire son offre et souhaite en savoir plus sur ses activités. Je découvre qu'il s'agit en fait d'une filiale d'une autre société immatriculée dans un paradis fiscal.

Que dois-je faire des informations au sujet de la société ?

Vous avez eu raison de vous interroger sur l'activité de la société et la provenance des fonds. **Les opérations immobilières sont un des moyens utilisés pour le blanchiment d'argent.** Il est important de toujours avoir le réflexe de la vérification de la nature de la société ou des personnes dans des affaires financières importantes et complexes. Vous devez également informer votre manager, la direction de la conformité du groupe et le département finance de votre entité afin de procéder à une analyse approfondie qui déterminera si la vente doit être suspendue, ce qui est très probable.



Pour aller plus loin :

Politique groupe relative à la Lutte contre le Blanchiment et le Financement du Terrorisme

5 RESPECT DU DROIT DE LA CONCURRENCE

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le groupe La Poste est un groupe à capitaux publics exerçant des activités d'intérêt général et des activités commerciales. Il occupe à ce titre, particulièrement en France, des positions de marché qui lui imposent des contraintes vis-à-vis des autres opérateurs économiques.

Le **droit de la concurrence** assure les conditions d'une concurrence loyale et ouverte entre les entreprises sur les marchés. Il varie marginalement d'un pays à l'autre mais vise notamment à empêcher les ententes entre opérateurs, par exemple, pour imposer des prix et des conditions de vente aux clients. Ainsi, certaines pratiques sont prohibées (abus de position dominante, ententes, pratiques restrictives) et d'autres sont encadrées (concentrations et aides d'Etat).

Ce respect des règles interdisant les ententes anticoncurrentielles et les abus de position dominante ou de dépendance économique est, non seulement, une obligation légale, mais aussi un élément central de la responsabilité économique de l'entreprise, compte tenu des conséquences négatives que ces infractions peuvent avoir pour l'économie et les consommateurs.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

Veiller à **ne pas échanger d'informations sensibles** avec des concurrents ou des partenaires, y compris au sein d'associations professionnelles, susceptibles de fausser le jeu de la concurrence. Ces informations sensibles peuvent porter sur les prix, les conditions de vente et d'achat, les caractéristiques, la qualité, la performance des produits ou des entreprises qui pourraient faire l'objet d'une acquisition...

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Passer un accord ou prendre part** à une entente avec un concurrent qui fixerait des prix, qui interférerait dans un processus d'appel d'offres ou définirait un partage de marchés ou de clients.
- **Boycotter** un client ou un fournisseur.

ILLUSTRATION

Je fais régulièrement appel à des sous-traitants. Lors d'un salon professionnel, je rencontre l'un d'entre eux, nous abordons l'appel d'offres que j'ai lancé et auquel la société de ce dernier vient de répondre. La discussion s'oriente à son initiative vers les prix proposés par les sociétés ayant soumissionné, y compris ceux de ses concurrents.

Comment dois-je réagir ?

Vous devez intervenir et mettre fin à cette discussion. **Vous avez un devoir de confidentialité absolu**, quelles que soient les circonstances.



Pour aller plus loin :

Politique groupe en matière de conformité concurrence

6 SANCTIONS INTERNATIONALES, EMBARGOS ET CONTRÔLE DES EXPORTATIONS

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le groupe La Poste mène ses activités dans de nombreux pays. Il est de fait **confronté à toutes les lois et réglementations** sur les sanctions internationales, les embargos et le contrôle des exportations, qui **visent à la fois des pays, des personnes physiques et morales** ainsi que des **catégories de produits**. Ces réglementations se matérialisent sous la forme de restrictions financières et/ou commerciales.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

Vous pouvez vous retrouver confronté à une situation dans laquelle il faut s'interroger sur l'application éventuelle de sanctions internationales. Par exemple, la destination d'un colis peut être interdite, tout comme un transfert financier destiné à une personne spécifique.

Vous devez raisonner selon une logique « Pays, Personne, Produit »

c'est-à-dire vous interroger notamment sur le **bénéficiaire final** d'une opération ou d'un service (colis, virement, ouverture d'un compte...) et le pays dans lequel il réside.

Une attention particulière doit être apportée aux technologies et **produits dits à double usage** (c'est-à-dire civil et militaire comme un composant par exemple).

En cas de doute, il convient de contacter votre direction de la conformité ou celle du groupe.

Par exemple, sont illicites :

- l'acheminement de tout produit à une entreprise située en Corée du Nord (pays sous embargo) ;
- la réalisation d'une opération financière (prêt immobilier par exemple) pour une personne sous gel des avoirs.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

Entretenir des relations d'affaires avec des personnes sanctionnées ou dans des pays interdits. Ceci exposerait le groupe à des risques juridiques et financiers majeurs ainsi qu'à des dommages graves sur sa réputation.

Réaliser délibérément ou participer à des transactions ou opérations qui auraient pour objectif ou conséquence de **contourner les mesures restrictives ou s'y soustraire.**

ILLUSTRATIONS

1 Je travaille au sein d'une entité du groupe spécialisée dans la livraison de colis. Un client souhaite envoyer un colis dans un pays sous embargo en passant par un pays ne faisant pas l'objet de sanctions.

Comment dois-je réagir ?

Vous devez refuser de prendre en charge le colis. Bien que le colis passe par un pays n'étant pas sous embargo, c'est le pays de destination finale qui compte. L'envoi est donc interdit.

2 Un de mes clients bancaires fait l'objet d'une procédure de gel d'avoirs, les opérations au débit sont bloquées. Un membre de sa famille me demande d'effectuer un retrait sur le compte de ce client. La somme est modique.

Que dois-je faire ?

Vous devez refuser toute opération quel que soit le montant. Vous devez en outre faire un signalement auprès de votre direction conformité.



Pour aller plus loin :

Politique groupe en matière de Sanctions Internationales et Embargos ; Doctrine Pays

7 PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

La protection des personnes physiques à l'égard du traitement de leurs données à caractère personnel est un droit fondamental. Le groupe La Poste s'engage à respecter scrupuleusement ce droit, avec une politique de responsabilité sociale exigeante au cœur de ses priorités stratégiques.

Les données personnelles peuvent être des noms, coordonnées, numéros de téléphone, de comptes..., appartenant à des collaborateurs, des clients, des fournisseurs ou tous partenaires du groupe. Ces données, qui concernent aussi bien la sphère privée que professionnelle, peuvent être conservées sur tout type de support (numérique comme papier).

Le groupe et ses filiales s'engagent à respecter la législation applicable en la matière en Europe et dans tous les pays où ils sont présents. De la

même façon, ils respectent les autres législations et jurisprudences qu'ils auraient à connaître.

La protection des données personnelles concerne de nombreux aspects du travail au quotidien et ne peut être assurée qu'avec la participation active de chacun. Cet impératif se retrouve dès la conception de nouveaux projets, services ou produits, et doit être constant tout au long de la durée de conservation des données en question.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- Utiliser seulement les données personnelles nécessaires à votre activité et exclusivement dans le but pour lequel elles ont été recueillies.
- Avant toute utilisation de données personnelles dans le cadre d'un nouveau projet, vous assurer que celui-ci relève d'un traitement de données inscrit au registre des activités de traitement de votre entité et, dans le cas contraire, vous rapprocher de votre délégué à la protection des données afin qu'il régularise la situation.
- Informer de leurs droits les personnes dont les données sont traitées. Vous pouvez vous adresser à vos référents en charge de la protection des données personnelles dans votre entité afin de vous conseiller.
- Avoir une attention particulière à la sécurité des données comme à leur confidentialité.
- Signaler, dès que vous en avez connaissance, toute violation ou suspicion de violation des informations personnelles conservées.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- Communiquer des données personnelles (par exemple en envoyant par mail des fichiers qui en contiennent par facilité).
- Créer un fichier de données personnelles, numérique ou papier, sans déclaration préalable auprès du délégué à la protection des données de votre entité et sans information des personnes concernées.
- Conserver et utiliser des données pour des finalités autres que celles prévues ou au-delà de la durée de conservation définie.

ILLUSTRATIONS

1 Je travaille au sein d'un service qui est conduit à traiter des données personnelles de clients. Un client souhaite connaître les données personnelles le concernant. Il demande également la destruction de ses données.

Puis-je accéder à la demande de ce client ?

Oui, vous le devez. Chacun a le droit de connaître les données le concernant et de demander leur effacement. La demande de votre client est donc fondée. Vous devez la transmettre, pour traitement, au délégué à la protection des données de votre entité qui jugera si celle-ci peut y accéder. Il existe en effet certaines restrictions à l'effacement des données, en particulier si des enquêtes, des instructions civiles ou pénales sont en cours.

2 Je travaille dans le groupe et je traite régulièrement des informations clients au format papier. J'ai l'habitude de laisser mes dossiers clients sur mon bureau le soir pour éviter d'aller les rechercher le lendemain. Mon bureau n'est pas fermé mais mon établissement est sécurisé.

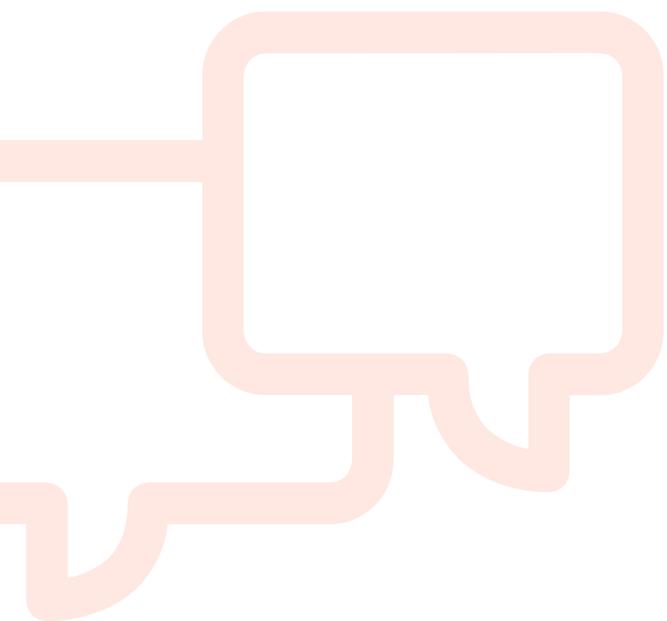
Cette situation comporte-t-elle des risques ?

Oui. La protection des données ne peut être assurée que si vous mettez les dossiers sous clé à votre départ. Dans le cas cité, la sécurisation globale du bâtiment ne remplit pas les exigences réglementaires de protection des données et vous faites porter au groupe un risque en matière de protection des données personnelles de ses clients. Vous devez donc mettre vos dossiers clients sous clé.



Pour aller plus loin :

Politique générale sur la protection des Données Personnelles du groupe La Poste



PARTIE 4

**DES RELATIONS
HUMAINES
RESPECTUEUSE
S DES DROITS
ET
SOCIALEMENT
RESPONSABLES**



Le groupe La Poste respecte les lois et jurisprudences régissant les droits humains et les pratiques de travail équitables. Employant près de 240 000 collaborateurs à travers le monde, il a une responsabilité particulière envers chacun d'eux.

1 RESPECT DES DROITS HUMAINS

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Les **droits humains** recouvrent la lutte contre les discriminations notamment liées au sexe, à l'âge, à la santé et au handicap, à l'apparence, aux activités syndicales ainsi qu'aux convictions religieuses, politiques... Le groupe La Poste ne tolère aucune forme de harcèlement et s'engage à lutter fermement contre toutes les pratiques contraires aux droits humains. L'Organisation des Nations Unies définit ceux-ci comme les **droits inaliénables** de tous les êtres humains, sans

distinction aucune, notamment de race, de sexe, de nationalité, d'origine ethnique, de langue, de religion ou de toute autre situation.

Le groupe promeut, par ailleurs, le travail équitables et décent, par le respect des collaborateurs dans leur diversité et la promotion de l'égalité des chances.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Bannir toute forme de violence** verbale ou physique entre collègues, envers les clients et l'ensemble des partenaires ;
- **Combattre le harcèlement**, moral ou sexuel, actes graves de violence ;
- **Rechercher le dialogue** au-delà des différences ;
- **Proscrire toute forme de discrimination** lors des recrutements, des évaluations, dans les relations managériales et, plus généralement, dans toutes les situations du quotidien ;
- **Être vigilant face aux situations de travail non déclaré**, forcé ou de travail des enfants chez les partenaires, quelle que soit leur localisation ;
- **Respecter la vie privée d'autrui**, collègues, clients, partenaires, et se garder de tout propos dégradant à leur rencontre.

Confronté à de tels actes, vous ne devez pas hésiter à **recourir au dispositif de signalement professionnel** du groupe La Poste qui constitue la première étape dans le processus de défense des victimes. Alertés, des déontologues ou des responsables des ressources humaines seront en mesure d'agir efficacement.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Oublier un temps les principes des droits humains** dans vos comportements, même sous couvert d'humour ;
- **Tolérer des comportements ou des propos** relevant d'agissements sexistes, racistes, dégradants ;
- **Préférer des insinuations**, des injures via les réseaux sociaux à l'encontre de collègues ou de tiers.

ILLUSTRATIONS

1 Une intérimaire travaille dans ma direction. Son chef direct, qui est mon adjoint, lui fait des avances par sms. Très perturbée, elle sollicite un entretien avec moi.

Que puis-je faire ?

La personne vous a montré les messages qu'elle a reçus. Manifestement, il s'agit d'un harcèlement sexuel qu'il va falloir stopper le plus rapidement possible. Vous devez **protéger la victime, notamment en saisissant les services RH** qui disposent de protocoles adaptés. Vous devez suivre de près la situation et vous informer de l'état de la victime.

2 Mon responsable ponctue certains de ses propos par des blagues sexistes, racistes ou xénophobes. Je lui dis que je suis choqué. Il m'explique que tout ceci est normal et pas bien méchant. Ce type de propos « détend l'atmosphère » selon lui. Il dit qu'il ne veut attaquer personne en particulier mais il est comme cela et il faut le prendre comme tel. Je n'ose pas aller plus loin mais je sais que d'autres collègues sont choqués.

Comment les aider ?

Un collaborateur, quel qu'il soit, n'a pas à définir ce qui « détend l'atmosphère » ou pas.

Une telle conduite est contraire aux valeurs du groupe et doit être fermement condamnée. Si les collaborateurs craignent des représailles, ils **doivent recourir au dispositif d'alerte professionnelle**. Leur déontologue se chargera du cas en leur garantissant la confidentialité.

3 Je suis travailleur handicapé. Je postule à un nouveau poste qui correspond à mes compétences. L'entretien se déroule bien. Pourtant je ne suis pas retenu. Plus tard, j'apprends par un collègue que le manager ne voulait pas embaucher une personne handicapée car il craignait qu'elle soit souvent absente.

Est-ce normal ?

Une telle conduite est contraire aux valeurs du groupe. **Le recrutement ne doit reposer que sur l'évaluation des compétences professionnelles**. Vous pouvez vous adresser à votre service RH ou au déontologue de votre entité.

 **Pour aller plus loin :** Politique des droits humains du groupe La Poste ;
Politique devoir de vigilance du groupe La Poste

FOCUS : FAIT RELIGIEUX ET NEUTRALITÉ, ÉGALITÉ DE TRAITEMENT FACE AU SERVICE PUBLIC

Cette partie concerne les collaborateurs des entités exerçant leurs **activités en France et particulièrement celles qui assurent des missions de service public**, qui exigent une vigilance totale pour observer les devoirs envers l'Etat et les principes du service public.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Ces principes portent sur **la laïcité, la neutralité et l'égalité** face au service public. Chaque collaborateur concerné doit adopter un devoir de réserve et de loyauté, conformément aux lois de la République française qui s'appliquent aux collaborateurs assurant des missions de service public, qu'ils soient en contact ou non avec le public.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Respecter et faire respecter** les principes de laïcité et de neutralité ;
- **Assurer l'égalité de traitement** des clients en toutes circonstances ;
- **Refuser toute demande** d'un client ou d'un partenaire **contraire aux principes de laïcité et d'égalité** devant le service public.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Exprimer ses opinions et convictions politiques et religieuses** devant le public ;
- **Contester le règlement intérieur et les procédures** au nom de convictions personnelles.

 **Pour aller plus loin :**
Guide fait religieux et vie au travail

2 SANTÉ, SÉCURITÉ ET QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Le groupe a l'obligation légale et morale d'assurer **la santé, la sécurité de ses collaborateurs** ainsi que de l'ensemble des personnes qui fréquentent ses établissements.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le groupe déploie une politique globale, volontariste, pluridisciplinaire et dynamique de **prévention des risques sur les personnes**, qu'elles soient internes ou externes. Des actions de prévention en leur faveur sont menées en tenant compte des risques spécifiques aux différents métiers pour garantir des conditions de travail adaptées et réduire leur accidentologie. Le cas échéant, le groupe prend les mesures nécessaires.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Veiller à la bonne application des dispositions** relatives à la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail.
- **Porter tout défaut ou toute difficulté à la connaissance du management** ou des responsables concernés.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Inciter les collaborateurs à ne pas suivre certaines règles de sécurité** lors de période de forte activité.
- **« Oublier » de relayer ou de suivre les formations obligatoires** en matière de santé et sécurité, y compris pour les salariés des fournisseurs et sous-traitants sur site.

ILLUSTRATION

Notre responsable d'établissement décide de **s'affranchir de différentes règles de sécurité** dans le cadre d'opérations de manutention de marchandises. Nous lui faisons des remarques car nous nous inquiétons des risques encourus. Il n'en tient pas compte au motif que « cela va bien plus vite comme ça ! ».

Que pouvons-nous faire ?

Le respect des règles de sécurité est l'affaire de tous et votre démarche est fondée. Si votre manager ne revient pas sur ses positions, vous pouvez **signaler cette situation à un responsable de la sécurité, un responsable RH ou saisir le déontologue**.

 **Pour aller plus loin :**
Politique R.H - Agir pour réussir nos transformations (2023)



PARTIE 5

LES RELATIONS AVEC NOS PARTENAIRES D'AFFAIRES



1 RELATIONS AVEC LES CLIENTS

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

La réussite du groupe est fondée sur la confiance de ses clients. Celle-ci repose sur la qualité, la sécurité des produits et services proposés pour répondre à leurs besoins, ainsi que sur le respect de principes déontologiques, sociaux, sociétaux et environnementaux.

Le groupe adopte les meilleures pratiques concernant les déclarations, communications et présentations faites aux clients et respecte trois principes cardinaux : **clarté, exactitude et honnêteté.**

Toute personne impliquée dans la négociation de contrats ou dans des projets avec des clients doit agir selon ces principes.

Dans le cadre de ses activités bancaires, le groupe est particulièrement attentif à **garantir l'information, l'intérêt de ses clients et à assurer leur protection.** Vous devez y veiller afin que nos clients puissent prendre leurs décisions en connaissance de cause, dans le respect des exigences réglementaires en vigueur.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- Tout mettre en œuvre pour **incarner la confiance** au quotidien ;
- **Adopter une conduite intègre et respectueuse** des clients ;
- **Agir avec discernement dans une situation d'incivilité**, toujours difficile à gérer. Vous devez, quel que soit le contexte, utiliser toutes les ressources mises à votre disposition pour calmer la situation. N'hésitez pas à demander conseil et alerter ;
- **Porter les éléments de tenue professionnelle**, obligatoire dans certaines fonctions. Cela permet à chacun de reconnaître votre appartenance au groupe et facilite le premier contact.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Ne pas respecter les procédures**, même à la demande des clients ;
- **Autoriser des passe-droits** ;
- **Porter atteinte à l'image du groupe**, comme dénigrer le groupe devant les clients.

ILLUSTRATIONS

1 Je suis chargé de clientèle et je veux accélérer le traitement d'un dossier client, afin de le satisfaire et d'éviter ses remarques déplacées. Je prends sur moi et contourne les procédures. Finalement, le dossier client est rejeté. Je pense quand même avoir bien fait car mon client avait besoin de réponses rapides.

Ai-je eu raison ?

Non, les procédures doivent être respectées quelles que soient les circonstances. Elles vous protègent autant que le client. En cas de vice de forme dû à leur non-respect, celui-ci pourra d'ailleurs faire un recours. Votre conduite crée des distorsions de traitement des clients, entre les collaborateurs qui respectent les procédures et ceux qui les interprètent, croyant bien faire.

2 Des clients mécontents prennent des photos de collaborateurs et les publient sur les réseaux sociaux avec des injures.

Devons-nous laisser faire ?

Non, la publication de photos prises dans de telles circonstances est interdite et peut entraîner des poursuites. Vous devez en référer au déontologue et à la direction en charge des médias et réseaux sociaux, qui prendront les mesures adéquates.

2 RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le groupe La Poste accorde une importance majeure à ses relations avec les fournisseurs et sous-traitants, qui sont régies par des procédures achats basées sur l'**exemplarité**, l'**intégrité** et l'**engagement mutuel**.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Suivre strictement la procédure achat** avec l'appui, si besoin, des spécialistes et experts achats en toutes circonstances ;
- **Faire connaître les valeurs en imposant un engagement contractuel**, les respecter et les faire respecter par vos fournisseurs et sous-traitants ;
- **Demander à vos partenaires, fournisseurs et prestataires, de proscrire toute action de corruption, de trafic d'influence**. Ils doivent s'engager contractuellement en acceptant d'être audités, notamment sur tous les domaines de conformité ;
- **Vérifier que vos partenaires, fournisseurs et prestataires s'engagent contractuellement à respecter des principes fondamentaux** adoptés par l'Organisation Internationale du Travail concernant l'interdiction du harcèlement, de la discrimination, du travail des enfants et du travail forcé. Vous devez être vigilants à ce que de tels comportements ne se produisent pas.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Contracter avec des entreprises ou des personnes qui emploient des personnes en situation irrégulière**, des enfants dont l'âge est inférieur à celui retenu par les conventions internationales et la législation propre du pays concerné ;
- **Contracter avec des entreprises ou des personnes qui ne respectent pas nos principes déontologiques et le droit du travail du pays concerné** (droits humains, libertés fondamentales, lutte contre la corruption, libre concurrence, protection de l'environnement, travail forcé, travail dans des conditions pouvant porter atteinte à la santé sécurité des personnes...).

ILLUSTRATIONS

1 Lors d'une consultation, je connais bien les équipes d'un fournisseur car elles travaillent déjà avec moi sur un autre contrat. Je fais donc confiance à ce fournisseur et je veux privilégier son offre bien que celle-ci ne soit pas la mieux-disante. Je souhaite modifier certains critères de sélection pour que le soumissionnaire soit mieux classé.

En ai-je la possibilité ?

Non, une telle attitude est contraire aux règles achats du groupe. Elle est également inefficace car de bons rapports sur un sujet donné ne garantissent pas le succès sur un autre. Vous devez absolument vous abstenir de tels comportements.

2 Un collègue de travail a posté, sur un réseau social externe, des informations sur un fournisseur, détaillant les ennuis judiciaires que celui-ci rencontrait. Ces informations sont importantes pour nous mais je suis gêné par la diffusion de telles informations accessibles à tous.

Que puis-je faire ?

Nous avons accès à des informations sur nos fournisseurs qui sont nécessaires à la vie des affaires. Pour autant, **ces informations doivent rester strictement confidentielles**. De plus, ces informations peuvent ne pas déboucher sur une condamnation. Vous devez vous adresser à votre manager pour qu'il exige le retrait de ces informations.



Pour aller plus loin :

Charte Achats Responsables et Ethiques du groupe La Poste

FOCUS : APORTEURS D'AFFAIRES ET INTERMÉDIAIRES

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Le groupe et ses entités peuvent faire appel à des intermédiaires commerciaux pour fournir une prestation légitime, utile et fondée sur une expertise professionnelle.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Sélectionner l'intermédiaire en vous assurant que les mêmes principes de sélection des fournisseurs ci-dessus sont respectés et en vérifiant en complément que :**
 - les prestations concernées sont précisément définies en amont ;
 - un contrat type est utilisé (clause conformité, clause résolutoire...) ; la rémunération est objectivement déterminée, cohérente et stipulée au sein du contrat et se déclenche après vérification de la prestation rendue ; les intermédiaires commerciaux (ou apporteurs d'affaires) font l'objet d'évaluations de leur intégrité et de contrôles dédiés.
- **Informez vos intermédiaires commerciaux des principes contenus dans le code de conduite.** Ils doivent s'engager à les respecter, quels que soient leurs prestations et le pays d'activité concerné.



PARTIE 6

PROTECTION DES ACTIFS DU GROUPE



1 GESTION DES INFORMATIONS CONFIDENTIELLES

Dans le cadre de vos fonctions, vous pouvez être amené à accéder, être dépositaire ou être responsable d'**informations confidentielles**, se rapportant aux activités du groupe ou de ses entités.

Ces informations pourraient également concerner des clients, fournisseurs ou partenaires d'affaires. Elles incluent les informations financières, celles relatives à des acquisitions à venir ou réalisées, des résultats commerciaux, des nouveaux produits etc.

Q CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Chaque entité du groupe s'assure que l'**accès aux informations confidentielles est limité** aux collaborateurs dont les fonctions exigent spécifiquement leur utilisation et / ou leur traitement.

Plus généralement, **il convient d'être le plus discret possible sur son univers professionnel** même dans les situations les plus courantes de la vie professionnelle ou privée.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Protéger les données** y compris si elles proviennent de nos clients ou de prestataires ;
- **Garantir la confidentialité des informations** en votre possession dès lors qu'elles sont catégorisées comme telles ;
- **Évitez les conversations portant sur votre travail dans des lieux publics** (transports en commun par exemple) ;
- **Vous assurer de l'identité de votre interlocuteur** (notamment au téléphone) avant toute conversation de travail. Des cas graves de fraude peuvent exister si l'identité de l'interlocuteur n'est pas vérifiée.

Ces règles s'appliquent également aux éléments de propriété intellectuelle auxquels les collaborateurs sont susceptibles d'avoir accès dans le cadre des relations commerciales de La Poste avec ses clients et partenaires.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Diffuser une information confidentielle** à un interlocuteur qui n'est pas habilité ou sans l'autorisation de votre hiérarchie ;
- **Afficher ou laisser sans surveillance** sur votre bureau des informations confidentielles.

ILLUSTRATIONS

1 J'ai embauché un intérimaire. Celui-ci possède une petite entreprise et a accès à nos fichiers clients. Je découvre qu'il utilise ces fichiers pour démarcher pour son propre compte.

Faut-il faire stopper ces pratiques ?

Oui. **Vous êtes responsable de la confidentialité des données de gestion de votre établissement.** A ce titre, vous devez mettre fin aux services de cette personne si les faits sont avérés. Le contenu de son ordinateur et de son téléphone professionnel peut être inspecté par les services du groupe habilités. Vous devez porter plainte, avec l'aide de votre direction juridique ou de la sûreté, en cas de preuve de détournement de données à son profit.

2 Je suis comptable et, lors d'une réception, je suis approché par une personne très intéressée par mon travail. Elle souhaitait savoir comment le groupe gère ses virements pour régler ses fournisseurs. Elle voulait également avoir mes coordonnées de travail. J'ai préféré couper court à la conversation.

Ai-je bien fait ?

Oui, il existe une technique appelée « fraude au président » dans laquelle un voleur se fait passer pour un responsable du groupe et demande, par téléphone, de faire un virement en urgence. Plus il donne de détails sur les procédures et les personnes, plus on peut être enclin à lui faire confiance. Il faut donc **rester très discret sur les détails de son travail.**



Pour aller plus loin : Charte relative à l'accès et à l'utilisation des systèmes d'information de La Poste
Guide de la Protection de l'Information

2 PRÉSERVATION DU PATRIMOINE DU GROUPE

Le patrimoine du groupe La Poste et de ses entités ne peut ni ne doit être utilisé à des fins illicites ou sans rapport avec leurs activités.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Chaque collaborateur ou personne agissant au nom ou pour le compte du groupe et de ses filiales, **doit protéger le patrimoine** (équipement informatiques, matériels de communication comme les smartphones, fournitures de bureau, véhicules professionnels, outils et lieux de travail, etc.) contre le vol, les dommages ou encore un usage inapproprié.

Cette obligation de protection inclut les biens confiés au groupe par des tiers.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Utiliser uniquement les actifs du groupe à des fins professionnelles, licites et appropriées.** Ces actifs sont mis à disposition par le groupe à ses collaborateurs de manière temporaire et demeurent sa propriété ;
- Veiller à **protéger les matériels** qui vous ont été remis (smartphones, ordinateurs, véhicules...) ;
- **Contribuer à la sécurité des locaux** en respectant les consignes et interdire l'accès physique à toute personne non autorisée.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Détourner ou voler des actifs du groupe** pour votre profit ou pour l'usage d'une personne non employée ou non autorisée par le groupe. Cela constitue une infraction, qui peut, outre faire l'objet d'une mesure disciplinaire, entraîner des poursuites au civil ou au pénal.

ILLUSTRATIONS

1 Un collègue utilise régulièrement une carte de carburant professionnelle, dont l'usage est strictement professionnel, pour faire le plein de son véhicule personnel et me propose de me faire aussi profiter de la carte, ce qui me choque.

Que faire ?

Vous devez refuser la proposition de votre collègue. Son comportement est strictement interdit. **Il s'agit d'une fraude.** Vous devez ensuite lui expliquer ce qu'il encourt. Il existe des procédures de contrôle afin de lutter contre ces actes frauduleux qui révéleront tôt ou tard ses pratiques illicites. Vous pouvez faire un signalement à votre hiérarchie ou au déontologue de votre entité.

2 Je préfère utiliser ma messagerie professionnelle plutôt que personnelle pour échanger à titre privé et mon numéro professionnel pour valider mes achats sur internet. Je trouve cela beaucoup plus pratique.

Y a-t-il un problème ?

L'utilisation de la messagerie professionnelle et celle du téléphone à des fins personnelles **est tolérée dès lors qu'elle est limitée en volume et en durée** afin de ne pas affecter le bon fonctionnement des systèmes d'information et des missions confiées aux collaborateurs. Vous devez faire figurer la mention « privé » ou « perso » ou encore « personnel » dans le champ « objet » et en début de message. Vous devez également porter ce type de mention dans les sms que vous pourriez envoyer de votre téléphone professionnel.

FOCUS : FRAUDE

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

La **fraude** a pour objectif d'obtenir un avantage matériel ou immatériel illégitime par des moyens illégaux et/ou contraires aux règles internes, au détriment d'une personne ou d'une organisation (au détriment des clients du groupe La Poste ou au détriment du groupe La Poste lui-même).

La fraude se décline sous trois formes :

- **la fraude externe** : c'est le fait de personnes externes au groupe La Poste,
- **la fraude interne** : elle est commise intentionnellement par des collaborateurs du groupe (détournements de biens ou de fonds) selon un procédé illicite dans l'exercice de leurs fonctions afin d'en tirer un avantage, souvent financier,
- **la fraude mixte** : elle fait intervenir la participation active ou passive d'un collaborateur du groupe en complicité avec des individus extérieurs.

Elle recouvre plusieurs types de délits : l'escroquerie, la falsification de documents, l'usurpation d'identité, l'abus de confiance...

Pour le groupe La Poste, **la fraude constitue un risque majeur** : sa maîtrise représente à la fois un gage de confiance pour tous nos clients et un levier de performance essentiel.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Respecter les règles et procédures** en vigueur ;
- **S'interdire tout écart de conduite**, premier pas vers la fraude ;
- **Identifier les situations à risques** et les signaux d'alerte ;
- **Utiliser les outils d'alerte et d'escalade** mis à ma disposition.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Dissimuler** des activités assimilables à une fraude dont vous avez connaissance ;
- **Ne pas alerter ou escalader** les cas ou tentatives de fraude détectées ;
- **Se laisser corrompre** pour permettre la réalisation d'un acte frauduleux ;
- **Gérer seul un dossier** nécessitant une séparation des tâches.

ILLUSTRATIONS

1 Je suis responsable financier en charge des achats et reçois un message Whatsapp d'une personne se présentant comme membre du COMEX. Elle me demande de réaliser un virement immédiat dans le cadre d'une opération financière devant rester confidentielle.

Que faire ?

L'usurpation d'identité est un des principaux scénario de fraude.

Aucune opération ne doit être exécutée dès lors qu'elle ne respecte pas les règles et procédures internes. Vous devez être vigilant aux demandes inhabituelles, soi-disant urgentes, reçues par le biais de canaux professionnels ou non et nécessitant de contourner les procédures établies. En cas de doute, vous devez vous abstenir de réaliser l'opération et avertir immédiatement votre responsable hiérarchique.

2 Un collègue, avec lequel j'entretiens de très bonnes relations, me demande mes codes d'accès (identifiant et mot de passe) pour se connecter sur son terminal professionnel. Il prétend rencontrer des problèmes de connexion avec ses codes or il doit réaliser une opération urgente pour un client. J'hésite vraiment à refuser car je crains de passer pour un mauvais camarade et ce collègue semble avoir de bonnes raisons de me demander de l'aide.

Que faire ?

Alerter sur ce de tels faits est votre devoir. Le comportement de votre collègue est anormal : **en aucun cas, vous ne devez communiquer vos codes personnels** à qui que ce soit et pour quel que motif que ce soit. Ce collègue est susceptible de commettre une fraude sous votre identité et vous en serez légitimement tenu pour responsable car tôt ou tard, les contrôleurs et enquêteurs mettront en évidence ces agissements. Vous devez également alerter au plus vite votre hiérarchie, vos RH ou le déontologue.

 **Pour aller plus loin** : Politique Prévention et Lutte contre la Fraude du Groupe e-learning Prévention et Lutte contre la Fraude du Groupe

FOCUS : CYBERSÉCURITÉ

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Les équipements informatiques connectés du groupe, mis à disposition des collaborateurs, **subissent régulièrement des attaques** qui mettent en péril la conservation des données et le fonctionnement même du système.

Ces attaques peuvent, dans certaines situations, conduire à des chantages, au blocage, à la diffusion publique ou à la suppression des informations contenues dans ces fichiers.

L'utilisation de ces équipements est soumise au respect des règles et principes prévus par le groupe, auxquels les collaborateurs doivent se conformer.

Le groupe a élaboré **un cadre que chaque collaborateur se doit de respecter** et qui précise les comportements à adopter pour œuvrer à la sécurisation des données collectées et utilisées par le groupe.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- Ouvrir une session de travail des systèmes d'information du groupe en utilisant les mots de passe, badges, cartes... mis à votre disposition par le groupe. **Vous êtes responsable de la sécurisation des moyens d'authentification** (mots de passe, badges, cartes...) permettant d'ouvrir une session de travail ;
- **Brancher sur votre ordinateur uniquement des équipements validés** par votre service informatique ;
- **Verrouiller votre session** de travail dès que vous quittez votre bureau ;
- **Informez le service concerné en cas de courriel suspect**. Ce dernier ne devra jamais être ouvert.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Stocker des fichiers** de l'entreprise **hors des systèmes d'information du groupe** ;
- **Communiquer vos autorisations** d'accès à une tierce personne, y compris au service informatique, ses collaborateurs et sa hiérarchie ;
- **N'user en aucun cas de vos droits pour accéder à des informations**, des applications ou à un compte informatique **autre que celui qui vous est dévolu** ;
- **L'accès volontaire à un système d'information pour lequel le collaborateur n'est pas habilité** constitue une faute professionnelle ;

Le groupe se réserve le droit d'accéder à l'ensemble des infrastructures via un profil administrateur ou en cas d'enquête interne.

ILLUSTRATIONS

1 Un de mes clients est décédé. Ses héritiers me réclament un état précis des mouvements du compte de cette personne. Selon eux, le solde du compte est très en-deçà de ce qu'il devrait être. Au cours de l'enquête, il apparaît que des retraits réguliers sont réalisés sur ce compte par un de mes collègues. Ce dernier nie absolument. On apprend que ses identifiants étaient accessibles à tous et ont été utilisés.

Comment éviter ce genre de situation ?

Les codes identifiants de chaque collaborateur permettent avant tout l'accès de chacun aux opérations qu'il doit réaliser. **Il est essentiel de préserver la confidentialité absolue de ces codes** qui ne doivent en aucun cas être visibles ou communiqués (post-it, carnets...).

2 Je reçois pour la première fois un courriel d'un expéditeur que je ne connais pas mais qui a l'air authentique. Je l'ouvre et découvre alors que l'orthographe est approximative ou le contenu totalement étranger à mon quotidien.

Que dois-je faire ?

Vous êtes visiblement face à un courriel indésirable qui peut être dangereux pour les systèmes d'information. Informez immédiatement les équipes techniques de votre entité, ne répondez pas au message et ne cliquez sur aucun lien qu'il pourrait contenir.

Avant toute ouverture d'un courriel, **assurez-vous dès la première vision qu'il ne comporte aucun élément inhabituel ou vous paraissant suspect** (message en langue étrangère, adresse d'envoi particulière, extension inhabituelle...)



Pour aller plus loin :

Charte relative à l'accès et à l'utilisation des systèmes d'information de La Poste

FOCUS : UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Les **médias sociaux** permettent de communiquer et de s'adresser aux tiers avec lesquels le groupe interagit (clients, fournisseurs, institutions...)

Ils sont **précieux** pour échanger des informations en temps réel **mais ils sont aussi dangereux** si on ne maîtrise pas ou mal les informations véhiculées.

Les communications et les échanges sur ces médias sont soumis à l'impératif de **préserver l'image et la réputation du groupe et de ses collaborateurs.**

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- Dans les médias professionnels, **adopter un comportement conforme avec les dispositions du présent code** : pas de propos discriminants, dévalorisants ou contraires aux intérêts et à l'image du groupe.
- **Un devoir de réserve, de confidentialité et de loyauté** envers le groupe est également à observer lorsque vous vous exprimez en tant que collaborateur sur les médias sociaux. Le point de vue que vous y exprimez ne peut être que personnel et clairement défini comme tel sauf habilitation de la part du groupe.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

- **Donner des informations** professionnelles, comportementales, techniques ou sur son quotidien. Vous êtes susceptibles d'être suivis par des tiers avides de ce type d'information ou de personnes malveillantes et agressives qui peuvent utiliser ces informations pour attaquer l'entreprise ou tenter de vous faire chanter.
- **Dénigrer**, via ces réseaux, ses collègues ou le groupe, ses concurrents ou ses clients.

ILLUSTRATIONS

1 Un de mes collaborateurs utilise les réseaux sociaux sans préciser s'il agit à titre personnel. Il est par ailleurs membre d'une association. Il poste des commentaires virulents contre des personnes de cette association. Ces derniers m'interpellent à cause de ce comportement.

Comment agir vis-à-vis de mon collaborateur ?

Il est très difficile de maîtriser les interprétations et les suites données aux propos tenus sur les réseaux sociaux. **Vous devez lui demander de préciser qu'il s'exprime à titre personnel sur les réseaux sociaux.** Seules les personnes habilitées peuvent s'exprimer au nom de La Poste.

2 Un collègue aime bien se filmer au travail et poster ses vidéos sur les réseaux sociaux. Nous apparaissions parfois sur ces vidéos et cela nous gêne

Ses agissements sont-ils conformes ?

Non, publier des films tournés sur le lieu de travail implique un risque pour la sécurité. De plus, **vous avez un droit à l'image** et votre collègue ne peut pas poster des films dans lesquels vous apparaissez.



Pour aller plus loin :

Médias sociaux – guide des bonnes pratiques

FOCUS : INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'**intelligence artificielle (IA)** désigne les systèmes qui font preuve d'un comportement intelligent en analysant leur environnement et en prenant des mesures – avec un certain degré d'autonomie – pour atteindre des objectifs spécifiques.

Le groupe La Poste est convaincu que l'utilisation en confiance d'une IA passe par sa maîtrise et par l'assurance de son haut niveau de qualité. Il s'appuie sur l'état de l'art afin de :

- **S'assurer de l'origine et de la propriété des données** utilisées ainsi que de celles des algorithmes employés.
- **Organiser l'information** des parties prenantes à propos de leurs interactions avec les systèmes d'IA.
- **Informers les utilisateurs** quand un système d'IA est mis en place dans un service ou une solution interactive.
- **Protéger l'intégrité des systèmes d'IA** contre les cyber-attaques visant à accéder aux données et à manipuler leurs résultats.
- **Actualiser son expertise en continu**, en lien avec les évolutions technologiques.
- **Mettre en place une organisation et une méthodologie** pour éviter les biais potentiels dans les données d'apprentissage et lors des constructions des systèmes d'IA.

CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE

Fournir à une IA grand public des informations confidentielles se rapportant aux activités du groupe ou de ses entités.



Pour aller plus loin : Charte pour une IA de confiance : Principes éthiques et IA

PARTIE 7

NOTRE ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

SAUVEGARDE DE L'ENVIRONNEMENT ET PROMOTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS NOS ACTIVITÉS

Le groupe La Poste est conscient de ses responsabilités envers l'environnement, et très fortement engagé dans la transition écologique et énergétique, figurant parmi les entreprises **leaders dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale au niveau mondial**. Acteur du développement et de la cohésion des territoires, il agit également pour l'inclusion.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Afin de réduire au maximum nos impacts environnementaux, notamment en matière d'émissions de gaz à effet de serre, de polluants et de consommation de ressources, **nous modifions et adaptons nos comportements et nos outils de production**. Notre impact sur l'environnement est pris en compte dans nos processus de décision.

Le risque d'impact sur la biodiversité est également pris en compte par exemple dans la sélection des projets de financement ou d'investissement dans la banque de détail et d'investissement, les activités de transport (consommation de carburant et de matières premières) ou dans les opérations immobilières (artificialisation des sols).

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

- **Contribuer à l'engagement du groupe** et de ses filiales pour préserver l'environnement ;
- **Veiller à votre comportement dans l'exécution de vos missions au quotidien** (installation, gestes métier, vie au bureau, déplacement professionnels, gestion des déchets...) Il est essentiel pour l'environnement ;
- **Consommer moins d'énergie et de ressources** (par exemple à travers la conduite responsable et les écogestes) ;
- **Veiller à avoir une démarche d'approvisionnement responsable**, de réemploi et de recyclage des déchets.

FOCUS : PARTICIPATION DU GROUPE AU DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES

Nous contribuons à **lutter contre les inégalités territoriales** en donnant aux collectivités locales les moyens d'agir, en permettant aux commerçants et aux entreprises de se développer et en permettant aux citoyens de s'émanciper. **Ceci passe par :**

- **L'adaptation de nos formats** de présence aux besoins des territoires.
- **L'accompagnement des acteurs économiques locaux** dans leur développement par des services de proximité et solutions de financement adaptées.
- **L'innovation au cœur des écosystèmes territoriaux** (alliances locales avec les acteurs de l'économie sociale et solidaire).
- **Le développement d'une politique d'achats responsables.**

Au-delà des engagements collectifs du groupe, les collaborateurs sont encouragés à jouer un rôle actif pour les territoires.

FOCUS : PROMOTION D'UN NUMÉRIQUE ÉTHIQUE, RESPONSABLE ET FRUGAL

Le groupe œuvre pour un numérique utile et responsable qui permette à tous d'accéder aux nouveaux services en respectant la confidentialité des données et les choix de chacun. Une attention particulière est portée aux personnes fragiles et peu familières des usages numériques afin de **réduire la fracture numérique et l'illectronisme.**

A l'heure de la multiplication des données en circulation, notamment avec les solutions basées sur l'intelligence artificielle, **le groupe refuse de s'inscrire dans une logique d'exploitation et de commercialisation des données personnelles de ses utilisateurs.**

La Poste - Société anonyme au capital
de 5 857 785 892 euros - 356 000 000 RCS PARIS
Siège social : 9 rue du Colonel Pierre Avia 75015 Paris
Janvier 2024

