



Corporate Advocacy®

membre du réseau international



CODE D'ÉTHIQUE

- CADRE ET CHAMPS D'APPLICATION
- NOS PRINCIPES
- NOS RESPONSABILITÉS À L'ÉGARD DE NOS PARTIES PRENANTES
- LES MODALITÉS D'APPLICATION DU CODE

INTRODUCTION

LORS DE SON LANCEMENT EN 2009, CLAI A AFFIRMÉ TROIS VALEURS QUI FORMENT LE SOCLE DE SA RAISON D'ÊTRE ET STRUCTURENT SON ORGANISATION :

- ❖ **L'ÉCOUTE**
- ❖ **L'ENGAGEMENT**
- ❖ **L'ÉTHIQUE**

DEPUIS LORS, NOUS NOUS SOMMES EFFORCÉS D'AGIR DANS LE STRICT RESPECT DE CES VALEURS ET AVONS NOTAMMENT APPORTÉ UNE ATTENTION PARTICULIÈRE À LA DERNIÈRE D'ENTRE ELLES DANS NOS RELATIONS AVEC NOS CLIENTS ET NOS COLLABORATEURS OU PARTENAIRES MAIS DE MANIÈRE PLUS LARGE AVEC L'ENSEMBLE DE NOS PARTIES PRENANTES.

NOUS DEVONS AGIR CONFORMÉMENT À L'ÉTHIQUE PROFESSIONNELLE QUI EST LA NÔTRE.

LES PROPOSITIONS REMISES À NOS CLIENTS, LES MOYENS D'ACTION MIS EN ŒUVRE, NOTRE FONCTIONNEMENT QUOTIDIEN EN INTERNE ET EN EXTERNE DOIVENT TRADUIRE EN PERMANENCE CELLE-CI.

LE CODE CI-APRÈS A POUR OBJECTIF D'INFORMER ET MOBILISER L'ENSEMBLE DES MEMBRES DU CABINET SUR CET IMPÉRATIF CATÉGORIQUE EN DÉTAILLANT LES PRINCIPALES RÈGLES À APPLIQUER DANS LES DIFFÉRENTES DIMENSIONS DE NOTRE MÉTIER.

ÉLISABETH COUTUREAU
GIULY
CO-PRÉSIDENTE

ÉRIC
PRÉSIDENT

SOMMAIRE

- ❖ CADRE ET CHAMPS D'APPLICATION DU CODE D'ÉTHIQUE
- ❖ NOS PRINCIPES
- ❖ NOS RESPONSABILITÉS À L'ÉGARD DE NOS PARTIES PRENANTES
 1. Les gouvernements et autorités de régulations en matière de communication
 2. Les salariés
 3. Les clients
 4. Les fournisseurs
 5. Les concurrents
 6. Les actionnaires et les marchés financiers
 7. La société des citoyens consommateurs
 8. L'environnement
- ❖ LES MODALITÉS D'APPLICATION DU CODE
 1. A qui s'adresse ce code ?
 2. Comment est diffusé ce code ?
 3. Les responsabilités particulières des managers
 4. Les conséquences d'un manquement au code
 5. Comment signaler un manquement ?

1. CADRE ET CHAMP D'APPLICATION DU CODE D'ÉTHIQUE

1.1 Les objectifs

- Synthétiser les règles à respecter en matière de lutte contre la corruption, de protection des données personnelles, de conflits d'intérêts, de lutte contre la discrimination et le harcèlement sous toutes leurs formes
- Identifier les risques et les prévenir
- Rappeler les règles à respecter et définir les procédures à mettre en œuvre en cas de potentiel manquement à l'une d'entre elles et les conséquences à en tirer

1.2 Engagements du cabinet, de ses associés, de ses collaborateurs et de ses partenaires

Le cabinet, ses associés, ses collaborateurs et ses partenaires s'engagent à mener les activités du cabinet avec honnêteté, intégrité et bienveillance, dans le strict respect des lois et règlements, quels que soient leur objet et leur périmètre.

Tout type de corruption est formellement interdit de même que toute forme de harcèlement. Les membres du cabinet doivent éviter les situations de conflits d'intérêts et signaler au Président ou à la Co-Présidente toute situation qui pourrait en créer ou en constituer un. Ils doivent en toutes circonstances adopter un comportement éthique.

Le cabinet, ses associés et ses collaborateurs s'engagent enfin au strict respect du principe de laïcité dans leur fonctionnement comme dans leurs activités.

2. NOS PRINCIPES

Ce code d'éthique s'appuie sur les principes suivants, principes qui se doivent d'être respectés par l'ensemble des associés, collaborateurs et partenaires.

Le respect des lois et des réglementations

C'est le minimum attendu de la part des associés, collaborateurs et partenaires du cabinet, dans quelque domaine que ce soit (droits commercial, social, financier, boursier, spécifique au secteur de la communication...), quel que soit le périmètre d'application des lois et réglementations (international, national ou local).

L'honnêteté et l'intégrité dans la conduite des affaires

Les pratiques, comportements et relations commerciales doivent être guidées par des normes légales et éthiques. Toute pratique de corruption, active ou passive, est formellement proscrite.

Sont formellement interdits tout versement occulte, direct ou indirect et tout cadeau dont la valeur excéderait celle couramment admise. Il est de même pour les cadeaux qui pourraient être faits par des prestataires ou clients.

Le respect des règles déontologiques régissant le secteur de la communication

Au-delà des lois et réglementations relatives aux activités de communication, les associés, collaborateurs et partenaires doivent être informés des évolutions des codes et règles déontologiques édictées par les Autorités de régulation, qu'elles soient locales, nationales ou supranationales, et les respecter.

Le respect de l'individu

Les relations des associés, des collaborateurs et des partenaires, entre eux et avec les représentants des parties prenantes, doivent être fondées en toute circonstance sur le respect de la dignité et des droits de chacun. Elles doivent être empreintes de bienveillance.

La neutralité politique

CLAI respecte la liberté d'opinions. Le cabinet s'abstient de participer en tant que tel à des campagnes ou des actions en faveur de partis politiques ou de candidats à des élections politiques.

La préservation des intérêts du cabinet en toute circonstance qu'il s'agisse de l'usage des biens, ressources ou informations propres à l'entreprise ou dans le cas de conflits d'intérêts.

Chaque associé, collaborateur et partenaire est responsable de la préservation des biens et des ressources du cabinet qui lui sont confiés et de leur strict usage dans le cadre de ses fonctions. Aucune information à caractère confidentiel concernant les activités du cabinet ne doit être utilisée ou communiquée sans autorisation de la Direction. A cet effet, les contrats de travail et de prestation externes comportent un engagement de confidentialité.

Chaque associé, collaborateur et partenaire doit éviter toute situation ou activité pouvant aboutir à des conflits d'intérêts avec le cabinet. Il y a « conflits d'intérêts » lorsque les intérêts privés d'une personne interfèrent, sont de nature à ou paraissent interférer, d'une manière ou d'une autre, avec ceux de CLAI. Un tel conflit peut exister lorsque les activités ou les relations d'un associé, d'un collaborateur ou d'un partenaire, remettent en cause sa capacité à prendre des décisions impartiales, au mieux des intérêts du cabinet.

La transparence et la pertinence des informations communiquées

Cabinet de conseil en communication, CLAI et l'ensemble de ses associés, collaborateurs et partenaires se doivent d'être exemplaires quant à la précision et la pertinence des informations diffusées à l'attention des parties prenantes.

Le respect de l'environnement

Nos pratiques de fonctionnement interne et d'achats doivent être guidées par le respect de l'environnement et la volonté de diminuer nos impacts environnementaux.

3. NOS RESPONSABILITÉS À L'ÉGARD DE NOS PARTIES PRENANTES

Au-delà de ces principes, le cabinet est conscient de sa responsabilité à l'égard des parties prenantes suivantes :

1. Les gouvernements et autorités de régulation en matière de communication

L'ensemble des associés, collaborateurs et partenaires doit se conformer à la législation, la réglementation et les autres règles de droit en vigueur dans les villes, états et pays dans lesquels ils travaillent. Respecter la loi, dans la lettre et l'esprit, est le minimum requis par notre démarche éthique.

CLAI et l'ensemble de ses associés, collaborateurs et partenaires doivent également entretenir des relations irréprochables avec les autorités et appliquer les réglementations applicables en matière de lobbying ou d'activités d'influence des représentants d'un gouvernement ou de toute autorité publique.

S'agissant plus particulièrement de la représentation d'intérêts, CLAI adhère pleinement aux règles de transparence fixées par la loi Sapin II du 9 décembre 2016 et s'y conforme en toutes circonstances. De même, le cabinet a pris les mesures nécessaires pour veiller au strict respect du RGPD (règlement général sur la protection des données).

Au-delà des lois et des réglementations, l'ensemble des associés et collaborateurs du cabinet se doit d'appliquer l'ensemble des règles éthiques et déontologiques, locales ou supra-nationales régulant le secteur de la communication. CLAI a notamment signé la charte de déontologie de l'AFCL (association française des conseils en lobbying).

Les membres de l'équipe de direction ont, à cet effet, un devoir d'information de l'ensemble des associés, collaborateurs et partenaires sur les contenus et évolutions de l'ensemble des lois et règles déontologiques applicables en général et, en particulier, celles régissant notre secteur d'activité.

2. Les salariés et partenaires réguliers du cabinet

Cabinet de conseil en communication, CLAI considère ses salariés et, plus largement, toutes les personnes travaillant en son nom, comme sa principale richesse.

Tout salarié ou partenaire doit recevoir l'information nécessaire qui lui permette de bien identifier et comprendre le cadre de sa mission ainsi que son niveau de responsabilité.

Au-delà des principes de respect des Droits Humains et de l'application stricte du Droit social applicable, le cabinet doit à ses salariés des conditions de travail dignes et motivantes. De même, chaque collaborateur ou partenaire se doit de s'assurer que son comportement ne nuit pas à la qualité de l'environnement de travail de ses collègues.

CLAI lutte contre toute forme de harcèlement ou d'intimidation.

Plus largement, le cabinet est conscient de sa responsabilité sur les conditions de vie de ses salariés et s'attache à leur fournir ainsi qu'à leur famille des assurances sociales de qualité.

CLAI encourage le dialogue direct avec les collaborateurs collectivement et individuellement. Il donne aux salariés une information aussi complète que possible sur la stratégie du cabinet, ses objectifs, ses résultats, son organisation et son fonctionnement.

Le cabinet promeut l'employabilité et l'évolution de carrière de chacun, à travers des politiques de formation et de gestion de carrière formalisées et accessibles à tous.

CLAI est particulièrement attaché au principe de l'égalité des chances et d'équité en matière de rémunération, combat toute forme de discrimination et est résolument engagé dans une démarche de promotion de la diversité, dans le respect du principe de laïcité. A cet égard il est demandé à chacun de s'abstenir de porter tout signe religieux extérieur ostentatoire.

3. Les clients

Le cabinet doit à ses clients professionnalisme, pertinence et impartialité en matière de Conseil en communication.

Les relations avec les clients doivent être fondées sur l'intégrité, la loyauté et la confiance réciproque. Nous ne proposons à nos clients et prospects que des actions que nous sommes certains de pouvoir réaliser et dont nous pouvons évaluer les résultats sur la base de certains objectifs. Nous prenons les mesures nécessaires pour éviter tout risque de conflit d'intérêts entre les différents clients que nous accompagnons. Les pots-de-vin, commissions occultes ou toute autre forme de paiement illicite, direct ou indirect, à tout représentant d'un client ou prospect dans le but d'obtenir un marché sont strictement interdits.

CLAI et l'ensemble de ses associés, collaborateurs et partenaires se doivent également d'être irréprochables quant au respect de la confidentialité des données qui leur sont confiées par leurs clients ou prospects.

Le cabinet se doit de prémunir ses clients de tout risque juridique ou réputationnel induit par les actions de communication qu'il met en œuvre pour leur compte. C'est la raison pour laquelle l'ensemble des associés, collaborateurs et partenaires de CLAI doit être tenu régulièrement informé des cadres juridiques et déontologiques en vigueur s'appliquant aux problématiques de communication des clients.

Le cabinet s'engage plus largement à intégrer dans son accompagnement toutes les compétences requises pour accompagner ses clients vers des modes de communication plus éthiques et responsables.

4. Les fournisseurs

Le cabinet fait appel à des prestataires, notamment dans le cadre de la réalisation d'actions de communication.

Le choix de ceux-ci doit être fondé sur des critères de qualité, de coût mais aussi des critères environnementaux et d'exigences en matière sociale et de droits humains. Ces choix s'opèrent, chaque fois que justifié, après une mise en concurrence préalable transparente et loyale.

Les collaborateurs du cabinet doivent se conformer dans toute relation avec un fournisseur au respect des lois et réglementations, en particulier en matière de corruption. Les collaborateurs, ainsi que les membres de leur famille, ne doivent pas accepter de la part des fournisseurs des cadeaux de valeur (qu'il s'agisse de sommes d'argent, de réductions commerciales, d'invitations ou de traitement de faveur à titre personnel).

Des cadeaux ne pourront être acceptés ou offerts qu'à la condition d'être de faible valeur et après autorisation du supérieur hiérarchique.

Tout collaborateur doit être pleinement conscient que tout cadeau ou avantage proposé à titre personnel par un fournisseur peut être source de conflit d'intérêts.

Le cabinet demande à ses fournisseurs de partager ses principes éthiques, en particulier en matière environnementale, sociale, de droits humains, de lutte contre le travail forcé et le travail des enfants.

5. Les concurrents

Le cabinet est attaché à la libre concurrence. Tous les collaborateurs se doivent d'avoir des pratiques commerciales loyales et une obéissance stricte au droit de la concurrence, aux lois antitrust et anti-monopoles de tous les pays, états et localités dans lesquels ils peuvent être amenés à intervenir.

Le cabinet considère qu'il est important d'apporter sa contribution à l'évolution du secteur d'activité et de travailler en partenariat avec ses concurrents, en particulier dans le cadre des organisations professionnelles.

6. Les actionnaires et les marchés financiers

Le cabinet doit à ses actionnaires une optimisation de la valeur économique créée, tant en termes de croissance du capital que de rentabilité de l'investissement, ainsi qu'une utilisation irréprochable de ses ressources.

CLAI applique les principes d'un gouvernement d'entreprise responsable soucieux de la transparence de sa gestion et de sa direction.

Il doit à ses actionnaires et aux marchés financiers une information sincère, fidèle, exacte et ponctuelle.

Le droit boursier interdit strictement aux collaborateurs et mandataires sociaux d'acheter ou de vendre des titres de des clients de CLAI lorsqu'ils sont en possession d'informations confidentielles « sensibles » ou « significatives » sur ces derniers. De même, il est interdit de divulguer ces informations à un membre de sa famille, un ami ou toute autre personne. Ces actes peuvent constituer un « délit d'initiés » et peuvent mettre en jeu la responsabilité du cabinet. Ils sont passibles de poursuites judiciaires.

7. Les citoyens et consommateurs

Le cabinet est conscient de son influence et de sa responsabilité à l'égard de la société civile qui constitue les cibles, directes ou indirectes, de ses actions de communication.

Il doit à la société une communication honnête, éthique et responsable. Au-delà des réglementations et codes déontologiques en vigueur, CLAI a défini les principes d'une communication responsable et demande à ses associés, collaborateurs et partenaires d'accompagner ses clients dans cette voie. Une communication responsable :

- suppose une écoute préalable de l'ensemble des parties prenantes et une attention particulière à l'égard des cibles de communication,
- repose sur des principes éthiques, tant sur les moyens et méthodes utilisées que sur les informations utilisées ou communiquées,
- est conçue avec la préoccupation de minimiser ses impacts environnementaux, sociaux et sociétaux et dans le respect des principes d'égalité femmes-hommes et de non-discrimination.

8. L'environnement

Dans le cadre de sa politique de RSE, CLAI est engagé dans une démarche de diminution de ses impacts environnementaux liés à son fonctionnement avec des objectifs de réduction de ses émissions de gaz à effets de serre et de ses déchets.

4. LES MODALITÉS D'APPLICATION DU CODE D'ÉTHIQUE

1. A qui s'adresse ce code ?

Ce code d'éthique s'applique à l'ensemble des associés, salariés mais aussi des partenaires réguliers et des prestataires.

2. Comment est diffusé ce code ?

Ce code d'éthique a fait l'objet d'une communication générale à l'ensemble des associés et collaborateurs du cabinet qui l'ont signé.

Il est remis à chaque nouveau collaborateur en annexe de son contrat de travail. Il est accessible dans le Guide des procédures du cabinet qui figure sur le réseau. Il est remis aux partenaires et prestataires.

3. Les responsabilités particulières des managers

Les associés et membres de l'équipe d'encadrement ont le devoir d'informer les collaborateurs sur les principes éthiques contenus dans le code et de contrôler la bonne application et le respect du Code. Ils ont également un devoir d'exemplarité et nous leur demandons, à ce titre, une conduite irréprochable.

Ils doivent également signaler sans délai au Président tout manquement constaté et notamment tout conflit d'intérêts potentiel.

4. Les conséquences d'un manquement au Code

Tout manquement est passible de sanctions pouvant aller jusqu'au licenciement de l'associé ou du collaborateur et à la résiliation des contrats avec les partenaires et les prestataires voire, dans le cas où le manquement porterait gravement préjudice au cabinet (que ce soit en termes juridiques, financiers ou réputationnels) à des poursuites judiciaires.

5. Comment signaler un manquement ?

Si un salarié est témoin ou estime de bonne foi être informé d'un manquement à ce code, il doit le signaler sans délai à un membre de l'équipe de direction.