

CODE DE CONDUITE ANTICORRUPTION

Le mot du directeur général

SMI accorde une importance primordiale au respect de l'éthique des affaires et à la lutte contre les manquements à la probité.

Nous tenons à réaffirmer par le présent code de conduite notre politique de tolérance zéro en matière de corruption et trafic d'influence.

Concret et pédagogique, ce code a vocation à guider les collaborateurs dans leurs activités quotidiennes. Il rappelle les règles à respecter ainsi que les comportements proscrits et traite des situations à risque tels que les conflits d'intérêts, les cadeaux et invitations.

Ce code rappelle également l'existence du dispositif d'alerte interne permettant de signaler toute situation contraire au présent code.

Je compte sur l'engagement de chacun au sein de SMI afin d'appliquer ce code.

Bertrand Da Ros

SOMMAIRE

Préambule	3
I. Les situations prohibées	4
1.1. La corruption	4
1.2. Le trafic d'influence	5
II. Les sanctions encourues	6
2.1. Sanctions pénales pour les personnes physiques	6
2.2. Sanctions pénales pour les personnes morales	7
2.3. Sanctions disciplinaires	7
III. Les situations à risques	7
3.1. Cadeaux et invitations	9
3.1.1 Cadeaux	10
3.1.2 Invitations	10
3.2. Hospitalités	11
3.3. Conflits d'intérêts	13
3.4. Mécénat et dons caritatifs	15
3.5. Sponsoring	17
3.6. Relations avec les candidats	18
3.7. Relations avec les clients	19
3.7. Relations avec les partenaires commerciaux	21
3.7. Relations avec les agents publics	23
3.7. Fusion, acquisition et prise de participation	25
IV. Le signalement des situations contraires au présent code	26

Préambule

Pourquoi un code de conduite anticorruption ?

La commission d'un acte de **corruption** ou de **trafic d'influence** est une **infraction pénale** qui peut entraîner des conséquences importantes pour son auteur ainsi que pour SMI.

Le présent code de conduite anticorruption a pour objectif de faire connaître les règles applicables et de faciliter leur compréhension par des exemples de comportements susceptibles de caractériser une infraction.

Il s'inscrit dans un dispositif global de lutte contre la corruption qui permet de prévenir, de détecter et de maîtriser ce risque.

Il exprime l'engagement clair et sans réserve de SMI en matière de lutte contre la corruption.

Champ d'application et portée

Le présent code de conduite anticorruption s'applique :

- **aux dirigeants** ;
- **à l'ensemble des collaborateurs** de SMI tels que définis ci-dessous (ci-après dénommés les « collaborateurs »).

Chaque collaborateur de SMI doit prendre connaissance de ce code, s'engager à le respecter dans le cadre de son activité professionnelle et à accomplir sa mission au sein de SMI avec intégrité.

SMI attend également de ses parties prenantes externes (notamment ses fournisseurs, sous-traitants, intermédiaires, clients et autres partenaires) qu'ils appliquent les mêmes standards de lutte contre la corruption.

Ce code est annexé au règlement intérieur de SMI.

Les règles qu'il contient s'imposent à tous. Tout manquement au présent code de conduite est susceptible d'entraîner des sanctions disciplinaires et/ou des poursuites civiles ou pénales, selon le contexte, la qualification et la gravité des faits (voir Point 2 du présent code relatif aux sanctions encourues).

Interlocuteurs

En cas de situations ou de comportements potentiellement contraires au présent code, le salarié peut s'adresser à ses interlocuteurs habituels :

- le manager ;
- le responsable des ressources humaines.

Tout collaborateur peut également :

- saisir la responsable conformité pour obtenir un conseil ;
- utiliser le dispositif d'alerte interne pour signaler une situation contraire au présent code¹.

¹ Voir point 4 du présent code relatif au signalement des situations contraires au code de conduite

I. Les situations prohibées

Les risques de corruption et de trafic d'influence constituent un enjeu majeur pour les entreprises en raison des conséquences qu'ils peuvent entraîner :

- sanctions pénales ;
- sanctions de nature administrative ;
- atteinte à la réputation ;
- perte de confiance des parties prenantes.

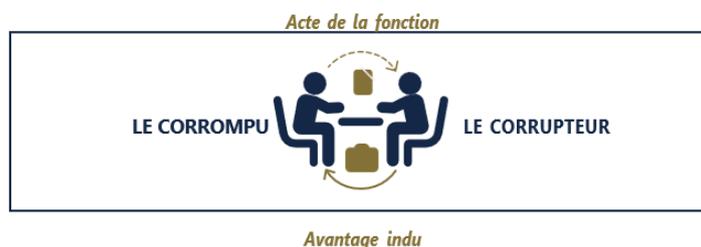
Le présent code de conduite a vocation à décrire les comportements à proscrire à partir des risques identifiés dans la cartographie des risques de corruption de SMI.

Les définitions ci-dessous sont issues du droit français.

1.1. La corruption

La corruption est le fait de proposer, solliciter ou accepter sans droit, directement ou indirectement, des offres, promesses, dons, présents ou tout autre avantage afin d'accomplir ou de s'abstenir d'accomplir un acte de sa fonction ou sa mission.

L'infraction pénale de corruption est caractérisée même si son objectif n'est pas atteint : le simple fait de proposer un avantage à une personne privée ou à un agent public dans le but d'obtenir de cette personne qu'elle accomplisse, retarde ou omette d'accomplir un acte relevant de sa fonction peut constituer le délit de corruption, même si cet acte ne s'est pas réalisé.



Il existe plusieurs types de corruption

Corruption privée	Corruption publique
La corruption implique des personnes physiques ou morales du secteur privé.	La corruption implique une personne exerçant une fonction publique (« agent public » tel que défini ci-après).
Corruption active	Corruption passive
Le fait pour une personne de « rémunérer » l'accomplissement ou le non-accomplissement d'un acte par une personne privée ou un agent public.	Le fait pour une personne privée ou un agent public de se laisser « acheter » pour accomplir ou ne pas accomplir un acte de sa fonction.

Précisions sur la notion d'agent public

Un agent public peut être :

- **une personne dépositaire de l'autorité publique** : une personne qui détient un pouvoir de décision et de contrainte sur les individus et sur les choses, fondé sur la parcelle d'autorité publique qui lui a été confiée en raison de ses fonctions, qu'elles soient de nature administrative, juridictionnelle ou militaire. Exemples : les magistrats, les militaires, les préfets, les fonctionnaires ou agents publics dits d'autorité, les officiers publics et ministériels ;
- **une personne chargée d'une mission de service public** : une personne qui est chargée d'accomplir des actes ou d'exercer une fonction dont la finalité est de satisfaire à un intérêt général. Elle n'est investie d'aucun pouvoir d'autorité à la différence de la personne dépositaire de l'autorité publique. Exemples : un secrétaire général d'une chambre des métiers, un directeur d'établissement hospitalier, un président d'université ;
- **une personne investie d'un mandat électif** : une personne chargée d'un mandat électif public. Sont notamment concernés les élus nationaux et locaux ou encore les administrateurs élus des établissements publics. Exemples : un maire, un adjoint au maire, un président du conseil départemental, un conseiller régional, un sénateur, un député.

Illustrations de faits de corruption

- Le fait pour un collaborateur de privilégier un fournisseur lors d'un appel d'offres en contrepartie d'une rétrocommission ou de tout avantage indu.
- Le fait pour un collaborateur de proposer une somme d'argent ou un cadeau à un expert afin d'obtenir un rapport d'expertise avantageux.
- Le fait pour un maire de demander le versement d'une subvention pour une association présidée par un proche en contrepartie d'une autorisation administrative.

1.2. Le trafic d'influence

Le trafic d'influence est le fait de proposer, solliciter ou accepter un avantage indu en contrepartie d'un abus d'influence permettant d'obtenir une décision favorable de la part d'une autorité ou d'une administration publique (emploi, marché, distinction, etc.).

C'est une forme de corruption.

L'infraction pénale de trafic d'influence est caractérisée même si son objectif n'est pas atteint : le simple fait de proposer un avantage à un agent public dans l'espoir qu'il use de son influence afin d'obtenir une décision favorable d'une administration publique peut, par exemple, constituer le délit de trafic d'influence, même si cette décision n'est pas survenue.

Il existe plusieurs types de trafic d'influence

Trafic d'influence actif	Trafic d'influence passif
Le fait pour une personne de proposer un avantage à un agent public/un particulier afin qu'il use de son influence, réelle ou supposée, en vue d'obtenir une décision favorable d'une administration publique (emploi, autorisation, marché, etc.).	Le fait pour un agent public/un particulier de céder aux sollicitations ou de proposer d'user de son influence réelle ou supposée auprès d'une administration, en vue d'obtenir une décision favorable de cette administration publique (emploi, autorisation, marché, etc.).

Illustrations de faits de trafic d'influence

- Proposer de verser de l'argent à un maire pour qu'il use de son influence sur une communauté de communes, en vue d'obtenir un marché public.
- Offrir des avantages en nature à un ministre afin qu'il use de son influence auprès de l'administration concernée permettant l'accès à un nouveau marché au sein de la fonction publique.
- Solliciter, pour un membre du gouvernement, un emploi pour sa fille dans une entreprise en échange de son influence auprès de l'administration afin d'obtenir une décoration pour la personne qui accepte le recrutement.

Quelle est la différence entre la corruption et le trafic d'influence ?

La différence entre les deux infractions tient à la nature de l'acte à accomplir et au nombre de parties prenantes :

- **si l'acte entre dans les prérogatives de la personne dont on attend une décision favorable, il s'agit de corruption.** Deux personnes sont impliquées : le corrupteur et le corrompu ;
- **si l'acte consiste à user de son influence auprès d'un tiers pour obtenir la décision favorable, il s'agit de trafic d'influence.** Trois personnes sont impliquées : le bénéficiaire, l'intermédiaire et l'autorité ou administration publique.

Quelles formes peuvent prendre des avantages indus ?

Les avantages reçus ou offerts susceptibles de constituer des moyens de corruption peuvent notamment être les suivants :

- cadeaux, invitations et hospitalités, tels que définis ci-après ;
- prise en charge de frais annexes (déplacement, hébergement) ;
- dons à des organisations caritatives ou politiques ;
- opérations de sponsoring ;
- opérations de mécénat ;
- informations confidentielles ;
- autres avantages personnels.

II. Les sanctions encourues

2.1. Sanctions pénales pour les personnes physiques

En France, les actes de corruption et de trafic d'influence sont des délits passibles des sanctions pénales suivantes :

Corruption privée	Trafic d'influence commis par un particulier
<ul style="list-style-type: none">■ 5 ans d'emprisonnement■ 500 000 euros d'amende (ou le double du produit tiré de l'infraction)	<ul style="list-style-type: none">■ 5 ans d'emprisonnement■ 500 000 euros d'amende (ou le double du produit tiré de l'infraction)

Corruption publique	Trafic d'influence commis par un agent public
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 10 ans d'emprisonnement ▪ 1 million d'euros d'amende (ou le double du produit tiré de l'infraction) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 10 ans d'emprisonnement ▪ 1 million d'euros d'amende (ou le double du produit tiré de l'infraction)

2.2. Sanctions pénales pour les personnes morales

En cas de mise en cause de la responsabilité pénale de SMI en tant que personne morale, les sanctions pécuniaires ci-dessus sont multipliées par cinq.

2.3. Sanctions disciplinaires

Tout manquement au présent code de conduite est susceptible d'exposer les collaborateurs à des sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.

Les sanctions disciplinaires et leurs modalités sont décrites dans le corps du règlement intérieur.

En outre, la violation des règles figurant dans le présent code est susceptible d'exposer les collaborateurs à des poursuites civiles et/ou pénales.

III. Les situations à risques

Certaines situations sont particulièrement susceptibles de participer à des faits de corruption et/ou de trafic d'influence et nécessitent de la part des collaborateurs une **vigilance renforcée** et des **comportements appropriés**.

Les situations évoquées ci-après, sans être exhaustives, présentent des expositions aux risques de corruption et ont pour objectif de guider le collaborateur sur le comportement à adopter.

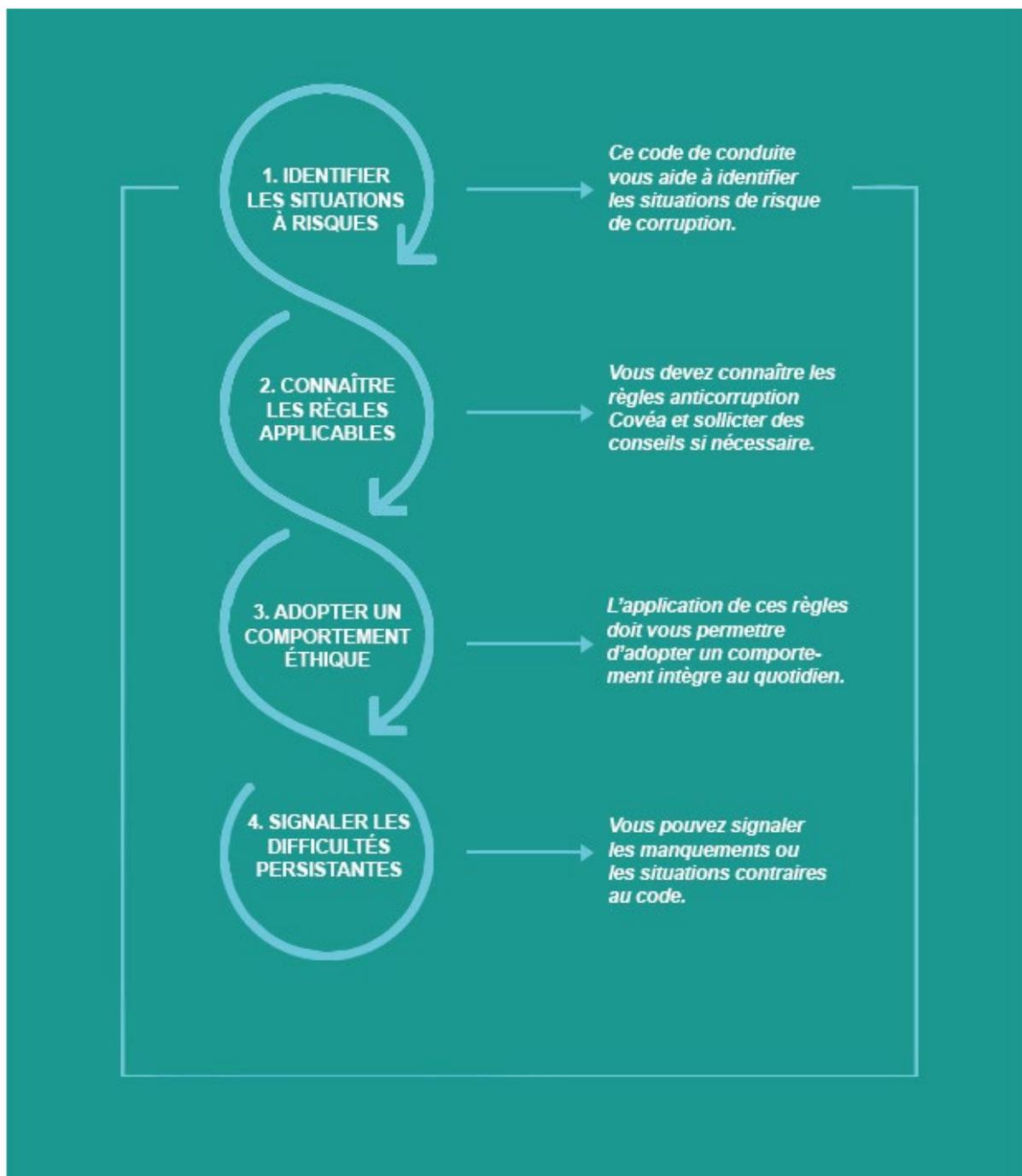
Elles tiennent compte des risques identifiés dans la **cartographie des risques d'exposition aux faits de corruption** dont SMI s'est dotée et auxquels SMI est exposée au titre de ses activités.

Les exemples de comportements appropriés et de comportements à proscrire figurant dans les fiches thématiques sont des illustrations et ne sont pas exhaustifs.

Le collaborateur confronté à une situation qui n'est pas traitée dans le présent code doit faire preuve de **bon sens** et de **discernement** afin d'adopter la conduite la plus intègre et appropriée et ne pas hésiter à solliciter un **conseil auprès des interlocuteurs dédiés**².

² Voir point 4 du présent code

SYNTHÈSE



3.1. Cadeaux et invitations

Définition

Constitue un cadeau tout bien, service, prestation ou avantage quelconque offert, promis ou reçu, entre un collaborateur et un tiers.

Exemples : boîte de chocolat, panier gourmand ou bouteille d'alcool offerte à l'occasion des vœux annuels.

Constitue une invitation toute invitation à un événement offerte ou reçue entre un collaborateur et un tiers.

Exemples : repas d'affaires, invitation à un événement organisé (conférence suivie d'un cocktail) ou proposé par le tiers (match sportif, place à l'opéra).

Les cadeaux et invitations participent à la vie courante des affaires. Ils représentent souvent une marque de courtoisie visant à renforcer les relations commerciales (remerciements, traditions, vœux).

Cependant, même s'ils ne constituent pas en tant que tels un acte de corruption, ils peuvent, en fonction des circonstances, influencer l'impartialité des personnes concernées et faire naître des risques de corruption.

Règles à respecter

Les cadeaux et invitations doivent être reçus et offerts conformément au respect des lois et réglementations applicables à SMI.

Les cadeaux et invitations ne doivent pas être reçus ou offerts pour obtenir un avantage indu ou influencer indûment une décision.

Tous les cadeaux et invitations, reçus ou offerts, qui pourraient légitimement apparaître comme ayant pour but d'obtenir un service en retour doivent être exclus ou refusés, de même que lorsqu'ils sont manifestement somptueux ou excessifs par leur nature et leur répétition.

Il est strictement interdit de :

- proposer ou recevoir des cadeaux ou invitations en **période de négociations** (pourparlers, appels d'offres, processus achats en cours, etc.) ;
- recevoir ou se faire adresser un cadeau ou une invitation à son domicile personnel ;
- solliciter activement des cadeaux ou des invitations (notamment à des événements sportifs) auprès de personnes physiques ou de sociétés ayant des relations d'affaires ou essayant de développer des relations d'affaires avec SMI ;
- recevoir ou offrir un cadeau sous forme d'un **paiement monétaire** (espèces, chèques, virements bancaires, chèques-cadeaux, bons, etc.).

Les cadeaux ou les invitations à des repas d'affaires offerts à des tiers à titre individuel doivent faire l'objet, le cas échéant, d'une note de frais conformément aux règles applicables.

3.1.1. Cadeaux

Les cadeaux, reçus ou offerts sont tolérés si leur valeur n'atteint pas 150 euros par année civile, et doivent être inscrits avec l'identité du tiers et du collaborateur, au registre des cadeaux et invitations.

Au-delà, ils sont soumis à une validation managériale formalisée (par mail par exemple) et doivent être inscrits dans le « registre cadeaux et invitations », après validation du manager/du référent conformité en charge du registre cadeaux et invitations.

Exemples d'exclusions (cadeaux)

Les règles de SMI relatives aux cadeaux et invitations ne s'appliquent pas aux cadeaux offerts ou reçus dans les contextes suivants :

- les récompenses obtenues lors d'événements internes tels que les séminaires ;
- les lots issus d'un tirage au sort interne ;
- les cadeaux traditionnels de début d'année et de faible valeur réalisés entre collaborateurs de SMI appartenant à des directions ou des sociétés différentes ;
- les cadeaux de faible valeur offerts par SMI, notamment lors des assemblées générales ;
- les cadeaux publicitaires de faible valeur (exemples : stylo, clé USB, agenda, carnet, sacoche, etc.) reçus ou offerts à l'occasion des vœux ou d'un événement en présentiel.

3.1.2. Invitations

L'acceptation et l'offre d'invitations par un collaborateur est admise uniquement si celles-ci sont **liées à l'activité normale du collaborateur** et si la valeur estimée est inférieure à 150 euros TTC en montant cumulé, par année civile et doivent être inscrits avec l'identité du tiers et du collaborateur dans le registre cadeaux et invitations.

Exemples : repas d'affaires, événements professionnels, cocktails, clubs utilisateurs, conférences, etc.

Au-delà, elles sont **soumises à une validation managériale formalisée (par mail par exemple) et doivent être inscrites dans le registre cadeaux et invitations, après validation du Manager/du référent conformité en charge du registre cadeaux et invitations.**

Les invitations à des événements valables pour **deux personnes** nécessitent une vigilance renforcée de la part des collaborateurs. En effet, ces invitations offertes à un proche de la personne avec qui une relation d'affaires est envisagée ou nouée présentent des situations à risque plus élevé de corruption.

Dans ce cas, elles doivent faire l'objet des mêmes validations si le montant total des deux invitations est d'une valeur estimée supérieure à 150 euros TTC.

Les frais professionnels occasionnés par ce type d'invitations (déplacement, hébergement) peuvent être pris en charge par l'employeur seulement si l'invitation est **intrinsèquement liée aux missions du collaborateur** et que sa présence à ce type d'événement entre strictement dans le cadre de ses missions. Ces frais sont soumis à une validation managériale et doivent être inscrits dans le registre cadeaux et invitations, après validation [ou avis] du référent conformité en charge du registre cadeaux et invitations.

Exemple : activité commerciale, relation avec les partenaires.

Dans le cas contraire, les frais annexes restent à la charge exclusive du collaborateur. Les frais liés à la présence d'un accompagnant non-collaborateur de SMI ne peuvent pas être pris en charge au titre des frais professionnels.

La présence du partenaire invitant le collaborateur est indispensable pour pouvoir accepter l'invitation.

Exemples d'exclusions (invitations)

Les règles cadeaux et invitations ne s'appliquent pas aux événements externes suivants : accueils café et repas inclus dans le cadre d'une formation externe payante.

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none"> ■ Communiquer aux partenaires les règles relatives aux cadeaux et invitations au sein de SMI. ■ Être attentif au contexte et au sens que peut prendre un cadeau ou une invitation afin d'éviter l'attente d'une contrepartie. ■ Offrir ou accepter des cadeaux ou des invitations de manière exceptionnelle et dans un cadre strictement professionnel. ■ Veiller à ce que les cadeaux aient une valeur raisonnable par bénéficiaire et par année et soient adaptés aux circonstances. ■ Ne pas proposer ni accepter de repas d'affaires en phase de négociation ou d'appel d'offres. ■ Partager les cadeaux reçus au sein de l'équipe ou procéder à un tirage au sort, si le cadeau s'y prête. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Offrir ou accepter un cadeau ou une invitation en violation du présent code. ■ Si la loi locale applicable est plus stricte, c'est celle-ci qui prévaut. ■ Offrir ou accepter un cadeau ou invitation en période de négociations. ■ Offrir ou accepter un cadeau en espèces, bons cadeaux ou chèques. ■ Accepter un cadeau reçu à son domicile. ■ Offrir ou accepter un cadeau également destiné à la famille ou à des proches. ■ Solliciter auprès d'un tiers un cadeau ou une invitation à un événement sportif ou culturel. ■ Accepter la prise en charge d'un voyage d'affaires par un prestataire/fournisseur (frais de déplacement et d'hébergement).

Bonnes questions à se poser

- Le cadeau est-il offert dans un contexte laissant penser qu'il constitue un avantage indu ?
- Suis-je gêné(e) de recevoir un cadeau en raison de sa valeur et/ou de la qualité du donateur ?
- L'invitation à un événement sportif ou culturel que j'ai reçue est-elle susceptible de créer une attente ou un lien de dépendance ?

Rappel : Le respect de ces règles et des inscriptions dans le registre cadeaux et invitations est susceptible de faire l'objet de contrôles.

3.2. Hospitalités

Définition

Les hospitalités sont des invitations à un événement organisé par l'entreprise, destiné à maintenir de bonnes relations commerciales avec ses principaux partenaires, fournisseurs, prospects ou clients.

Même si ces événements ne sont pas directement liés aux affaires, ils participent à la visibilité de la marque et à sa stratégie de **relations publiques**.

Ce sont des occasions d'établir ou d'entretenir un contact privilégié avec certains clients importants, des fournisseurs ou des partenaires.

Ces hospitalités sont adressées à leurs bénéficiaires sous forme d'invitations leur permettant d'assister à l'événement professionnel, sportif ou culturel.

Exemples : match sportif en loge VIP, visite privée d'une exposition dans un musée, soirée au théâtre.

Toutefois, ces hospitalités sont susceptibles d'exposer SMI et leurs dirigeants et collaborateurs au risque de corruption, notamment par leur **valeur**, leur **fréquence** et/ou le **contexte** de la relation d'affaires.

Règles à respecter

Les hospitalités ne doivent pas être réalisées dans le but d'obtenir un avantage indu ou d'influencer indûment une décision.

Les hospitalités ne doivent pas avoir lieu pendant le processus de prise de décision à l'égard des personnes qui pourraient recevoir l'invitation (période de négociation commerciale, renouvellement d'un contrat, etc.).

Les hospitalités ne doivent pas être réalisées lorsqu'il existe une situation de conflit d'intérêts avérée et n'ayant pas fait l'objet de mesures de remédiation.

La prise en charge des frais annexes à l'invitation (frais de déplacement, d'hébergement) pour le tiers et/ou un accompagnant est interdite.

La présence de la « puissance invitante » (ou l'un de ses représentants) à l'événement est indispensable.

Les hospitalités doivent systématiquement être enregistrées dans le registre dédié tenu au niveau de SMI permettant d'assurer la traçabilité des invitations et des approbations requises, le cas échéant.

De manière générale, les hospitalités doivent être raisonnables quant à leur fréquence et leur valeur.

Une approbation préalable du responsable conformité est nécessaire lorsque l'invité ciblé est une personne politiquement exposée, un élu ou un agent public

Exemples d'exclusions

Les règles de SMI relatives aux hospitalités ne s'appliquent pas aux événements suivants :

- les **invitations** à un événement organisé par un tiers et reçues à **titre individuel** par un collaborateur (qui relèvent des règles cadeaux et invitations évoquées ci-dessus) ;
- les **vœux institutionnels** organisés par la présidence de SMI ;
- les **séminaires d'entreprise**.

Bonnes questions à se poser

- À quel moment intervient l'hospitalité dans la relation d'affaires : prospection, négociation, renouvellement, fin de la relation d'affaires ?
- L'invité pressenti a-t-il déjà bénéficié d'une hospitalité de type manifestation sportive ou événement culturel au cours de l'année ?
- La nature et la valeur de l'hospitalité sont-elles proportionnées et adaptées ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none"> ■ Limiter les hospitalités à un cadre strictement professionnel. ■ Respecter les seuils en termes de fréquence et de valeur des invitations par an et par tiers. ■ Veiller à ce que les invitations soient nominatives et adressées à une adresse professionnelle. ■ Assurer une présence systématique de la « puissance invitante » à l'événement. ■ Laisser à la charge du tiers invité les frais annexes à l'invitation. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proposer ou offrir des hospitalités ne respectant pas les règles. ■ Demander, attendre ou accepter une quelconque contrepartie à l'invitation. ■ Inviter un tiers pendant un appel d'offre ou une négociation contractuelle. ■ Offrir un cadeau sous forme d'argent ou de bons cadeaux à l'occasion de l'événement.

Rappel :

Le respect de ces règles et l'inscription des hospitalités dans le registre correspondant est susceptible de faire l'objet de contrôles.

3.3. Conflits d'intérêts

Définition

Le conflit d'intérêts désigne toute situation où les intérêts personnels d'un collaborateur pourraient entrer en conflit avec ceux de SMI. Ces intérêts personnels peuvent résulter de liens d'appartenance familiaux, amicaux, religieux, politiques, associatifs, caritatifs, sportifs ou d'engagements financiers ou professionnels du collaborateur en dehors de SMI.

Or, certains de ces liens sont susceptibles d'entrer en conflit avec les activités et/ou les responsabilités exercées au sein de SMI.

Dès lors, le conflit d'intérêts avéré, potentiel ou apparent, peut compromettre la qualité et la légalité d'une décision ou d'un acte, en faisant prévaloir l'intérêt personnel d'un collaborateur ou d'un tiers, proche du collaborateur, au détriment de l'intérêt de SMI.

Le conflit d'intérêts n'est pas en soi un délit, mais la situation peut conduire à commettre diverses infractions dont la corruption (mais également l'abus de confiance, la prise illégale d'intérêt ou le délit d'initié).

Dans ce cas, la situation de conflit d'intérêts peut exposer :

- le collaborateur à des sanctions disciplinaires et des poursuites judiciaires ;
- l'entreprise à des risques financiers et de réputation (perte de confiance des parties prenantes).

Exemples :

- la sélection par un collaborateur de SMI d'un fournisseur dans lequel le collaborateur a des participations financières ;
- la sélection d'un fournisseur avec lequel sont entretenus des liens amicaux ;
- le recrutement d'un proche sans respecter les procédures internes ressources humaines ;
- la détention d'un mandat (professionnel, politique) ou l'appartenance à une association ou une fondation susceptible d'être en interaction avec les activités de SMI.

Règles à respecter

De manière générale, les collaborateurs doivent exécuter leur **contrat de travail** de bonne foi, ce qui implique de :

- respecter les **obligations de loyauté**, de non-concurrence et de confidentialité issues de leur contrat de travail ;
- prendre des décisions en fonction des intérêts de *SMI*, et non pas en fonction de leur intérêt personnel.

Afin de prévenir les situations de conflits d'intérêts :

- les collaborateurs doivent déclarer – par une **déclaration spontanée au responsable conformité** – les liens d'intérêts pouvant interférer avec leurs fonctions dès qu'ils se trouvent dans cette situation afin de permettre à SMI d'y remédier ;
- les membres de l'instance dirigeante ont l'**obligation** de déclarer, systématiquement et dès leur embauche, leur potentielle situation de conflit d'intérêts ou l'absence de conflit d'intérêts identifié.

L'analyse de la situation permet ensuite d'apprécier le risque et de prendre des mesures de remédiation destinées à écarter le conflit d'intérêts.

De manière générale, en cas de conflit d'intérêts avéré, il convient de s'abstenir de prendre une part quelconque à une décision pouvant interférer avec cet intérêt et, le cas échéant, de renoncer à l'intérêt personnel litigieux s'il est incompatible avec l'exercice de ses fonctions.

Bonnes questions à se poser

- La situation est-elle susceptible d'affecter une décision professionnelle que je dois prendre ?
- Ai-je révélé la situation de conflit d'intérêts apparent ou réel afin de pouvoir y remédier objectivement ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none">▪ Privilégier les intérêts de l'entreprise en s'abstenant de mettre en avant tout intérêt personnel, financier ou familial.▪ Se rapprocher de son manager pour mieux appréhender la situation et les suites à donner.	<ul style="list-style-type: none">▪ Analyser soi-même le risque de conflit d'intérêts sans faire preuve de transparence vis-à-vis de l'entreprise.▪ Communiquer des informations confidentielles sur SMI à un tiers.▪ Favoriser l'embauche et/ou la rémunération d'un proche.

Comportements appropriés (suite)	Comportements à proscrire (suite)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Signaler spontanément tout conflit d'intérêts apparent ou avéré. ■ Mettre en œuvre les mesures de remédiation destinées à éviter ou mettre fin au conflit d'intérêts. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Favoriser une entité dans laquelle le collaborateur ou un de ses proches possède un intérêt (accorder une subvention, accorder un marché ou un contrat). ■ Renouveler le contrat d'un fournisseur sans mise en concurrence en raison de relations personnelles. ■ Omettre de signaler l'existence d'une situation de conflits d'intérêts dès lors que l'on en a conscience.

Rappel :

Le respect de ces règles et l'inscription des conflits d'intérêts dans le registre correspondant est susceptible de faire l'objet de contrôles.

3.4. Mécénat et dons caritatifs

Définition

Le mécénat est le soutien apporté par une entreprise donatrice, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

Le mécénat peut prendre plusieurs formes : dons d'argent, dons en nature (matériel), mécénat de compétence (mise à disposition d'un salarié pour son savoir-faire).

L'entreprise donatrice peut bénéficier d'une réduction fiscale si le bénéficiaire est un organisme d'intérêt général.

Le don caritatif est l'apport financier, en nature ou sous forme de prestation de services au bénéfice d'une association dans un but caritatif (exemples : patrimoine, solidarité, éducation, arts, culture, santé, etc.) ou dans des situations d'urgence (exemples : crise sanitaire, conflit).

SMI peut être amenée à œuvrer en faveur de la société civile par des actions de mécénat ou en versant des dons, notamment auprès d'organisations caritatives.

Les actions de mécénat et les dons caritatifs peuvent permettre de dissimuler des pratiques susceptibles d'être qualifiées de corruption ou de trafic d'influence.

Exemples :

- l'opération de mécénat au profit d'une association caritative dirigée par un proche ;
- un don au bénéfice d'une organisation dirigée par un collaborateur/ancien collaborateur/administrateur.

Règles à respecter

Les activités de mécénat et les dons doivent respecter les lois et réglementations applicables.

Les activités de mécénat et les dons ne doivent pas être réalisés pour obtenir un avantage indu ou influencer indûment une décision.

Les décisions relatives aux dons et activités de mécénat doivent être prises de manière collégiale et être formalisées.

Toute situation potentielle de conflit d'intérêts doit avoir été traitée avant la réalisation du mécénat ou du don.

Les décisions relatives aux opérations de mécénat doivent intégrer la réalisation de diligences et/ou de contrôles permettant de s'assurer :

- en amont de l'opération : de la licéité de l'opération et de l'intégrité du bénéficiaire recevant les dons ainsi que de ses responsables ;
- en aval de l'opération : de la destination des fonds versés par l'entreprise.

Les dons et activités de mécénat doivent présenter toute la transparence financière requise et être inscrits dans les enregistrements comptables.

Les versements doivent être effectués exclusivement par virement sur un compte bancaire détenu par la personne morale.

Une vigilance particulière doit être appliquée pour les virements effectués sur un compte bancaire hors de la zone Sepa.

Bonnes questions à se poser

- L'association bénéficiaire ou ses membres ont-ils un lien direct ou indirect avec SMI ?
- La décision a-t-elle été prise de manière transparente et documentée ?
- Est-ce que ce don est effectué de manière désintéressée, c'est-à-dire sans contrepartie directe ou indirecte ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none">■ Détecter tout éventuel conflit d'intérêts entre le bénéficiaire du don et le collaborateur ayant un pouvoir de décision sur l'octroi du don.■ S'assurer que le don est dépourvu de contrepartie directe ou indirecte au bénéfice de SMI.■ En cas de doute sur une demande de subvention ou sur le bénéficiaire d'une subvention, se rapprocher de son manager.■ Procéder à une évaluation de l'intégrité du bénéficiaire avant d'accorder un don.	<ul style="list-style-type: none">■ Faire un don à une association dont est membre un partenaire commercial en espérant obtenir une décision favorable dans le cadre d'une relation d'affaires en cours ou à venir.■ Attribuer des subventions sans procéder à des vérifications préalables sur le bénéficiaire.■ Financer des œuvres bénéficiant directement ou indirectement à des personnalités politiques, agents publics ou leurs proches, ou contrôlées par eux.

3.5. Sponsoring

Définition

Le sponsoring (ou parrainage) est un soutien matériel ou financier apporté par l'entreprise à un acteur privé ou public dans le cadre d'un projet ou d'une manifestation, afin de promouvoir son image de marque et sa notoriété.

En général, les actions de sponsoring reposent sur un contrat de partenariat qui consiste pour l'entreprise à financer un événement en contrepartie de retombées publicitaires.

Le sponsoring sportif comporte des contreparties négociées au sein de contrats de partenariats permettant de faire bénéficier l'entreprise d'avantages (*exemple : places à des matchs*) et d'acquérir de la notoriété.

Les activités de sponsoring, lorsqu'elles sont réalisées dans le but d'obtenir ou de fournir un avantage indu, peuvent être qualifiées d'actes de corruption.

Exemples :

- l'octroi d'une subvention à un club sportif local dans le cadre d'une opération de sponsoring en vue d'obtenir une autorisation ;
- sponsoriser – en amont de l'attribution d'un marché – un événement sportif local organisé par un proche d'un décideur local.

Règles à respecter

Les activités de sponsoring ne doivent pas être réalisées pour obtenir ou fournir un avantage indu ou influencer indûment une décision.

Les invitations et les contreparties à un événement sponsorisé doivent être gérées selon des modalités transparentes et exclure toute pratique illicite.

Les décisions relatives aux activités de sponsoring doivent être prises de manière collégiale et être formalisées.

Les décisions relatives aux opérations de sponsoring doivent intégrer la réalisation de diligences et/ou de contrôles permettant de s'assurer :

- en amont de l'opération : de la licéité de l'opération et de l'intégrité du bénéficiaire recevant les dons ainsi que de ses responsables ;
- en aval de l'opération : de la destination des fonds versés par l'entreprise.

Les contrats de partenariats doivent intégrer une clause spécifique garantissant l'absence de tout risque de manquement à la probité.

Toute situation potentielle de conflit d'intérêts doit avoir été traitée avant la réalisation du versement des fonds.

Les activités de sponsoring doivent présenter toute la transparence financière requise et être inscrites dans les enregistrements comptables.

Les versements doivent être effectués exclusivement par virement sur un compte bancaire détenu par la personne morale.

Une vigilance particulière doit être appliquée pour les virements effectués sur un compte bancaire hors de la zone Sepa.

Bonnes questions à se poser

- La décision a-t-elle été prise de manière transparente et collégiale ?
- Existe-t-il un autre gain, direct ou indirect, qu'un bénéfice d'image en lien avec l'opération de sponsoring ?
- Est-ce que des vérifications préalables sur l'organisation bénéficiaire ont été effectuées avant d'accorder la subvention ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none"> ■ S'assurer de l'absence de conflit d'intérêts favorisant des intérêts personnels ou extraprofessionnels avant d'engager l'opération. ■ Être particulièrement vigilant lorsque la subvention est destinée à une entité dirigée par une personne ayant des liens avec SMI (collaborateur, ancien collaborateur, administrateur, fournisseur, etc.). ■ Vérifier l'intégrité de l'entité sponsorisée (organisation et personnes composant l'instance décisionnelle). ■ Signer un contrat de partenariat ou de sponsoring contenant une clause anticorruption avant l'opération. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Se servir du sponsoring afin d'obtenir ou de fournir un avantage indu ou chercher à influencer une décision (obtention d'un contrat, d'un marché, d'une autorisation administrative, etc.). ■ Accorder une subvention à une organisation à la suite d'une suggestion ou demande d'un agent public. ■ Accorder une subvention à une organisation bénéficiant directement ou indirectement à des personnalités politiques, élus et/ou agents publics. ■ Procéder au versement d'une subvention sur un compte bancaire détenu par une personne physique.

3.6. Relations avec les candidats

Définition

Le recrutement est un ensemble d'actions mises en œuvre pour trouver un candidat correspondant aux besoins de l'entreprise et aux critères de sélection définis préalablement pour un poste précis.

Le recrutement peut présenter :

- **un risque de conflit d'intérêts** si le candidat est un proche d'un collaborateur et que celui-ci use de son influence ou de sa position dans la société pour faire aboutir le recrutement ;
- **un risque de corruption** dans le cas où l'une des personnes participant au recrutement d'un candidat précis ou l'entreprise reçoit un avantage indu en contrepartie du recrutement. Cet avantage indu peut prendre diverses formes (*exemples : ouverture d'un marché, signature d'un contrat dans des conditions tarifaires avantageuses, etc.*).

Exemples :

- le fait de recruter le fils d'un haut fonctionnaire en échange de l'influence de ce dernier sur l'administration pour obtenir une décision favorable pour SMI ;
- le fait de recruter le conjoint d'un fournisseur afin de bénéficier de conditions tarifaires avantageuses.

Règles à respecter

Tout avantage indu (personnel ou dans le cadre de ses fonctions) octroyé par un tiers en échange du recrutement au sein de SMI d'un collaborateur est interdit.

Chaque ouverture de poste et chaque recrutement doivent nécessairement répondre aux besoins de SMI et non à un intérêt personnel.

La procédure définie par les ressources humaines doit être respectée pour chaque recrutement.

L'embauche d'un proche ou d'une connaissance n'est pas interdite sous réserve que la candidature soit examinée selon les procédures habituelles de recrutement SMI.

Bonnes questions à se poser

- Ai-je un intérêt personnel à choisir ce candidat ?
- Le candidat dispose-t-il du profil requis pour le poste visé ?
- La rémunération excède-t-elle ce qui est normalement prévu pour des candidatures équivalentes ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none">■ Recruter un candidat uniquement en fonction de son profil, de ses compétences et de son expérience.■ Accorder une rémunération cohérente avec le niveau de responsabilités et le poste occupé.	<ul style="list-style-type: none">■ Recruter un candidat en échange d'un avantage indu.■ Recruter un candidat en raison de ses liens directs et personnels avec le recruteur ou le manager.■ Recruter un candidat n'ayant pas le profil requis pour le poste à pourvoir.■ Octroyer un avantage (rémunération ou augmentation) supérieur à celui normalement prévu en raison d'un lien entre le collaborateur et un membre de la direction.

3.7. Relations avec les clients

Définition

La relation avec la clientèle est l'ensemble des échanges qu'entretient un assureur avec ses assurés/bénéficiaires au cours de la relation contractuelle (souscription, gestion du contrat, gestion des sinistres, résiliation).

Dans la gestion d'un contrat d'assurance, la relation avec la clientèle peut présenter :

- un risque de conflit d'intérêts, si un conseiller ou un gestionnaire gère le dossier d'un proche ;
- un risque de corruption passive, dans le cas où un collaborateur accepte une contrepartie induue en échange d'une décision favorable et injustifiée ou contraire aux procédures internes dans la gestion d'un dossier (souscription, sinistre).

Exemples :

- un client propose une invitation somptuaire au profit d'un collaborateur afin de bénéficier d'un avantage tarifaire favorable ;
- un collaborateur accorde une expertise favorable à l'assuré en contrepartie d'un avantage indu en guise de remerciement.

Règles à respecter

Il est interdit d'entretenir des relations avec la clientèle en cherchant à obtenir ou en acceptant un avantage indu.

Les collaborateurs doivent toujours agir selon les intérêts de SMI, dans le respect de la réglementation relative aux règles de protection de la clientèle, en s'abstenant de privilégier un intérêt personnel (financier ou familial). Ainsi, ils ne peuvent pas faire bénéficier un client avec lequel ils entretiennent des liens personnels de mesures favorables injustifiées.

Conformément aux procédures internes applicables, les collaborateurs en relation avec la clientèle doivent :

- traiter toutes les demandes clients, notamment les gestes commerciaux, en respectant les règles internes ;
- s'abstenir de traiter le dossier d'un proche (souscription, sinistres, réclamations) ;
- être particulièrement attentifs :
 - au respect des mesures d'identification, de vérification et de connaissance des clients au moment de l'entrée en relation d'affaires et tout au long de celle-ci ;
 - à l'exercice d'une vigilance à l'entrée en relation et tout au long de la relation d'affaires. Une attention particulière doit porter sur certaines catégories de clients, notamment les personnes politiquement exposées (PPE) nationales ou étrangères ou les clients établis dans des pays à risques.

Bonnes questions à se poser

- Ai-je bien appliqué toutes les vérifications sur le client conformément aux règles internes ?
- Ai-je des liens personnels avec ce client ?
- La relation entretenue avec le client peut-elle me faire profiter d'un avantage indu ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none"> ■ Exercer une vigilance adaptée au profil du client tout au long de la relation d'affaires. ■ En cas de liens personnels avec un client, signaler la relation au responsable hiérarchique ou référent conformité. ■ Partager l'addition en cas d'invitation à un repas d'affaire de la part d'un client pour faire le point sur ses contrats. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dissimuler volontairement le lien personnel avec un client à sa hiérarchie afin de conserver la gestion du dossier. ■ Accepter le cadeau somptuaire d'un client au moment de la gestion d'un sinistre. ■ Accepter l'invitation à un événement organisé par un client important en période de négociation d'un contrat d'assurance.

3.8. Relations avec les partenaires commerciaux

Définition

SMI entretient des relations d'affaires avec de nombreux partenaires commerciaux. Il peut s'agir notamment de :

- fournisseurs, prestataires ;
- sous-traitants, délégataires ;
- intermédiaires (partenaires, agents, courtiers...), indicateurs d'assurance ;
- conseils (consultants, banquiers d'affaires, avocats...) ;
- acquéreurs ou vendeurs de biens immobiliers.

Le risque de corruption existe dès lors que SMI est en relation d'affaires avec une multitude de partenaires dans le cadre de ses activités.

Dans certaines circonstances, l'entreprise peut être tenue juridiquement³ responsable pour des faits de corruption commis par son partenaire commercial.

Exemples :

- entretenir une relation d'affaires avec un courtier mis en cause pour des faits de corruption sans aucune mesure de précaution ;
- s'abstenir de procéder à un appel d'offres du fait de relations amicales entretenues avec un fournisseur SMI que l'on fait travailler sur bons de commande ;
- accepter le paiement d'une commission ou d'honoraires à un intermédiaire sans preuve de la réalité de la prestation.

Règles à respecter

L'entrée ou le maintien dans une relation d'affaires avec des tiers en contrepartie d'un avantage indu ou dans le but d'influencer indûment une décision sont interdits.

- Un contrôle d'intégrité des partenaires évalués comme les plus risqués est mis en place afin de prémunir SMI du risque de corruption mais également d'autres risques (notamment les sanctions internationales, les atteintes aux droits humains, le risque de réputation).

³ Sur le plan administratif, pénal et civil

- La vérification de l'intégrité et de la probité des partenaires est adaptée et proportionnée à leur situation particulière, conformément aux procédures internes.
- Les partenaires commerciaux les plus exposés doivent faire l'objet de vérifications préalables nécessaires permettant de s'assurer qu'ils n'ont pas fait l'objet de condamnations et qu'ils respectent les réglementations qui leur sont applicables.
- Tout recours à un partenaire commercial (courtier, agent général, indicateur d'assurance, etc.) doit donner lieu à l'établissement d'un contrat écrit. Ces contrats doivent explicitement contenir des clauses certifiant que le co-contractant se conforme aux règles et lois luttant contre la corruption sous peine de résiliation du contrat.
- Le contrat liant SMI et le partenaire doit notamment prévoir la définition précise des prestations attendues, des modalités transparentes, une rémunération **appropriée et proportionnée au service rendu** et un **suivi documenté** des prestations réalisées.
- Pour les contrats de prestation de service, les missions du cocontractant doivent être précisément définies et prévoir une rémunération proportionnelle à la qualité et à la quantité de prestations effectivement délivrées. Cette rémunération doit être objectivée et justifiée par la réalisation des livrables prévus au contrat, systématiquement documentée.
- Le contrat formalisant la relation d'affaires doit comprendre une clause anticorruption lorsque des risques sont identifiés. Les bons de commande doivent inclure également une telle clause.
- Il convient d'être particulièrement vigilant sur les situations impliquant une relation d'affaires à l'étranger ou un règlement effectué sur un compte bancaire domicilié à l'étranger, hors zone Sepa.
- Avant tout règlement, il convient de vérifier la réalité de la prestation délivrée et de réaliser un rapprochement entre les conditions financières figurant dans le contrat et les factures présentées avant d'autoriser leur règlement.
- Tout paiement doit être effectué après présentation d'une pièce justificative (en principe, une facture), dûment validée, en priorité par virement bancaire sur le compte bancaire du partenaire commercial, après vérification des coordonnées bancaires du bénéficiaire et pour le montant figurant sur la facture, conformément aux dispositions contractuelles. En outre, les paiements doivent être consignés dans les comptes de la société.
- Les paiements par chèque doivent demeurer **exceptionnels et justifiés** par l'impossibilité de réaliser un virement bancaire.
- Aucun paiement ne doit être effectué en espèces.
- Il convient d'être vigilant au respect de l'équité dans la mise en concurrence et l'absence de conflits d'intérêts durant tout le processus achats.
- Les règles « cadeaux et invitations » et « hospitalités » doivent être respectées tout au long des relations d'affaires avec les partenaires commerciaux.

Bonnes questions à se poser

- Ai-je analysé avec vigilance les partenaires avec lesquels je souhaite entrer en relation d'affaires ?
- Le partenaire a-t-il été choisi conformément aux règles de SMI ?
- Le partenaire rend-il compte régulièrement de son activité ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none"> ■ Faire connaître à ses relations d'affaires les valeurs et les règles de SMI en matière d'intégrité et d'anticorruption. ■ Définir précisément les missions confiées et les modalités de rémunération du partenaire. ■ S'interroger en présence d'une demande inhabituelle ou de conditions de règlement anormalement complexes. ■ Faire preuve d'une vigilance particulière en présence d'une relation d'affaires ayant un lien avec un pays étranger à risque (domiciliation, compte bancaire notamment). 	<ul style="list-style-type: none"> ■ S'engager avec un partenaire dont l'honorabilité est douteuse (presse négative, sanction judiciaire) sans solliciter l'aide des interlocuteurs compétents. ■ Rémunérer une relation d'affaires sans que la réalité de la prestation ne soit vérifiée au préalable et sans présentation d'une facture. ■ S'engager dans une relation sans contrat et/ou clause contractuelle anticorruption adaptés.

3.9. Relations avec les agents publics

Définition

Le terme d'agent public désigne au sens large l'ensemble des personnels employés par l'administration publique :

- **personne dépositaire de l'autorité publique** (exemples : magistrats, militaires, préfets, fonctionnaires ou agents publics dits d'autorité⁴, officiers publics, ministériels et membres des autorités de contrôle telles que l'ACPR, la CNIL, la DGCCRF) ;
- **personne chargée d'une mission de service public** (exemples : secrétaire général d'une chambre des métiers, directeur d'établissement hospitalier, président d'université, secrétaire général de mairie) ;
- **personne investie d'un mandat électif** (exemples : maire, adjoint au maire, conseiller régional, député, sénateur).

L'acte de corruption existe dès lors que l'on cherche à obtenir d'un agent public une autorisation administrative, un permis ou toute autre décision favorable.

Dans certains pays, le risque de corruption provient des « paiements de facilitation » sollicités par des agents publics afin d'obtenir ou d'accélérer l'accomplissement de certains actes administratifs. Il s'agit de pratiques illicites dans la plupart des pays.

Le risque de corruption peut également provenir d'un agent public doté d'un pouvoir de décision et qui souhaite obtenir un avantage indu en contrepartie d'une décision favorable ou plus rapide pour *SMI*.

Exemples :

- accéder à une demande de versement d'une somme d'argent à un agent public pour qu'il accélère le traitement d'une demande d'autorisation ;

⁴ Qui dispose de par sa fonction d'un pouvoir de contrainte/sanction (policier, gendarme, juge).

- inviter fréquemment un agent public à des événements sportifs afin d'obtenir l'ouverture d'un marché.

Règles à respecter

Les collaborateurs ne doivent pas entrer en relation avec les agents publics dans le but d'obtenir un avantage indu ou d'influencer indûment une décision.

Les collaborateurs ne doivent pas céder à des sollicitations d'agents publics français ou étrangers pour verser des « paiements de facilitation ».

Les collaborateurs doivent être particulièrement attentifs au contexte de la relation avec les agents publics.

En particulier, les règles concernant les cadeaux et invitations et les hospitalités doivent être appliquées avec rigueur concernant les agents publics (voir point 3).

Les collaborateurs doivent notamment faire preuve de vigilance et de retenue dans leur relation avec les autorités de contrôle.

Les agents publics assurés, à titre professionnel ou personnel, auprès de SMI doivent être traités selon les procédures habituelles applicables à tous les clients.

Bonnes questions à se poser

- Le cadeau ou l'invitation envisagé semble-t-il approprié et proportionné au regard du contexte ?
- Le cadeau ou l'invitation est-il dénué de l'attente d'une quelconque contrepartie ?
- Les comportements de l'agent public sont-ils appropriés eu égard à la relation d'affaires ?
- Les demandes de l'agent public sont-elles légitimes par rapport à ses prérogatives ?
- L'agent public respecte-t-il les règles qui lui sont imposées par son propre employeur ?

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none"> ■ Refuser toute sollicitation d'un agent public réclamant une invitation à un événement sportif en échange d'une décision favorable. ■ En cas de sollicitation semblant inappropriée, informer le manager et/ou solliciter le référent conformité. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inviter un agent public à un événement sportif organisé par SMI en espérant une contrepartie quelconque ou des informations. ■ Adresser des invitations récurrentes à un même agent public sans tenir compte des seuils fixés par SMI pour limiter les hospitalités. ■ Embaucher le fils d'un maire en échange de l'obtention d'une autorisation administrative. ■ Accéder à une demande de paiement de facilitation d'un agent public.

3.10. Fusion, acquisition et prise de participation

Ces règles doivent être adaptées à l'activité de l'entité et à la réglementation locale.

Définition

- **Une fusion** est l'opération par laquelle une société transmet son patrimoine à une société existante ou à une nouvelle société qu'elles constituent.
- **Une acquisition** est l'opération par laquelle une société acquiert tout ou partie du capital d'une autre société qui demeure, à l'issue de cette opération, une personne morale distincte.
- **Une prise de participation** est l'action par laquelle une société achète ou souscrit des titres émis par une société afin d'en devenir actionnaire.

Les opérations de fusion-absorption doivent être réalisées avec vigilance en raison du transfert de responsabilité qui s'opère lors de l'opération vers la société absorbante et du risque pour sa réputation.

En effet, la société absorbante peut hériter de certains risques de la société cible, en particulier en cas de commission d'infractions pénales telles que des faits de corruption.

Dans certaines conditions, la responsabilité pénale de la société absorbante peut être recherchée pour des faits commis par la société absorbée et aboutir à une condamnation – uniquement d'une sanction pécuniaire – pour des faits antérieurs à l'opération commis par la société absorbée.

Exemple : réaliser une opération de fusion-acquisition avec une société mise en cause pour des faits de corruption.

Règles à respecter

Toute opération de fusion/acquisition/prise de participation doit être précédée d'une analyse adaptée de risques qui intègre le risque de corruption.

Cela implique notamment :

- d'effectuer des évaluations sur les cibles avec une approche par les risques en particulier avant l'entrée en relation d'affaires ;
- d'inclure une clause anticorruption dans les documents contractuels ;
- de s'enquérir des mesures anticorruption mises en place par la cible.

Bonnes questions à se poser

- Le cocontractant est-il suffisamment coopératif lors des évaluations⁵ notamment sur le volet intégrité ?
- Le risque de corruption a-t-il été évalué lors de l'entrée en relation avec le cocontractant ?
- En cas de presse négative ou de sanctions portant sur la cible, des informations complémentaires sur celle-ci ont-elles bien été recueillies pour analyse ?

⁵ Vérifications préalables

Comportements appropriés	Comportements à proscrire
<ul style="list-style-type: none"> ■ Intégrer systématiquement une clause contractuelle anticorruption dans les opérations de fusion et d'acquisition. ■ Réaliser et approfondir les vérifications préalables en cas de doute sur une cible. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Accepter une opération de fusion-acquisition avec une cible en échange du versement d'une somme d'argent. ■ Accepter des montages complexes pouvant dissimuler des faits de corruption. ■ Dissimuler un lien personnel avec un membre de direction d'une cible lors d'une opération de fusion-acquisition.

IV. Le signalement des situations contraires au présent code

Tout collaborateur confronté à une situation évoquée dans le présent code de conduite peut se rapprocher de son **manager** ou de son **responsable ressources humaines pour connaître la conduite à tenir**.

4.1. La demande d'avis

Les collaborateurs peuvent saisir la responsable conformité pour lui faire part d'une **préoccupation éthique et obtenir un avis**, en particulier sur des situations qui semblent contraires au code de conduite anticorruption.

4.2. Le dispositif d'alerte interne

Les collaborateurs peuvent actionner le dispositif d'alerte interne pour signaler les manquements au code de conduite anticorruption.

Le dispositif d'alerte peut également être utilisé pour signaler :

- tout fait portant sur un crime, un délit, une menace ou un préjudice pour l'intérêt général, une violation d'une réglementation⁶ ;
- des risques d'atteinte graves liés aux activités de SMI portant sur les droits humains, les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes, l'environnement⁷.

SMI a déployé un dispositif d'alerte interne confidentiel, accessible à l'ensemble de ses collaborateurs (internes ou externes, temporaires ou occasionnels).

Les conditions permettant de bénéficier du statut de lanceur d'alerte sont rappelées dans la procédure d'alerte interne de SMI⁸.

Les alertes sont destinées au ré

férent alertes et sont traitées de manière strictement confidentielle.

⁶ Au titre des articles 6 et suivants de la loi Sapin 2 : Chapitre 2 : « De la protection des lanceurs d'alerte »

⁷ Au titre de la loi n°2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

⁸ Sous réserve que les conditions permettant d'obtenir ce statut protecteur soient respectées

EN PRATIQUE

- Pour obtenir un conseil ou une réponse en lien avec le code de conduite anticorruption, utilisez l'adresse e-mail générique : ethique@mutuelle-smi.com
- Pour déclarer un signalement, utilisez <https://covea.whispli.com/smi>