

Principes directeurs en matière de prévention de la corruption du groupe Orange



Sommaire

Objectif & champ d'application	3
Fiche n°1 - Définition de la corruption et du trafic d'influence	4
Fiche n°2 - Comportements proscrits par Orange	5
1. Corruption active	5
2. Paiement de facilitation	6
3. Sollicitation, extorsion	7
4. Corruption passive	7
Fiche n°3 - Principes relatifs aux cadeaux & invitations	8
1. Offrir ou recevoir un cadeau	10
2. Repas	11
3. Invitations	11
4. Voyages et hospitalités	12
Fiche n°4 - Principes relatifs au mécénat d'entreprise	13
Fiche n°5 - Principes relatifs au « sponsoring »	14
Fiche n°6 - Principes relatifs à la représentation d'intérêts («lobbying»)	16
Fiche n°7 - Principe relatif aux contributions à des partis politiques	18
Fiche n°8 - Dispositif d'alerte Groupe	19
Fiche n°9 - Procédure d'identification, de prévention et de gestion des conflits d'intérêts	20
Fiche n°10 - Procédure d'évaluation des tiers (client entreprise, fournisseur, partenaire, intermédiaire)	21
1. Politique générale relative au recrutement de représentants tiers	21
2. Processus d'évaluation des tiers «iDDfix»	21

* Certains des liens hypertextes présents dans ce document redirigent vers l'intranet du groupe Orange et sont de ce fait inaccessibles aux connexions externes.

Objectif & champ d'application

L'objectif de ces principes directeurs est de compléter la « Politique anticorruption du groupe Orange »¹ afin de la rendre applicable aux circonstances et aux situations opérationnelles. Ces principes pourront être adaptés si nécessaire aux exigences éventuellement plus strictes des lois locales et feront l'objet d'une évaluation périodique.

Ces principes directeurs s'appliquent à tous ceux qui travaillent pour le groupe Orange ou en son nom, employés, stagiaires, personnels détachés ou intérimaires, volontaires, agents, commanditaires, consultants, ou toutes personnes associées à notre Groupe ou une de nos filiales, où qu'ils se trouvent.

Ils sont pris conformément à la convention de l'OCDE² sur la lutte contre la corruption de 1997 et avec la convention des Nations-Unies contre la corruption de 2003. Ils répondent aux exigences de la loi française n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la

corruption et à la modernisation de la vie économique, dite « loi Sapin II »³ ainsi qu'aux exigences du « Foreign Corrupt Practices Act »⁴ américain et du « UK Bribery Act »⁵ britannique.

Il est important de souligner que ces principes directeurs ne sauraient prévoir toutes les circonstances spécifiques, ni fournir des renseignements sur chaque loi applicable dans les pays où le Groupe exerce ses activités.

Ils ne constituent pas non plus un énoncé complet de la législation anticorruption applicable dans chaque juridiction. C'est la raison pour laquelle il convient, en cas de doute sur l'application de ces principes directeurs, de prendre l'attache du Compliance Officer⁶ afin de disposer d'un éclairage approprié.

1 <https://gallery.orange.com/rse/media/84c5ab25-8814-467f-9d73-dde3b6088b41#v=Version1&l=fr>

2 <http://www.oecd.org/corruption/oecdantibriberyconvention.htm>

3 <https://www.legifrance.gouv.fr>

4 <https://www.justice.gov/criminal-fraud/foreign-corrupt-practices-act>

5 <https://www.gov.uk/government/publications/bribery-act-2010-guidance>

6 <https://ethics-et-compliance.shp.finance.intraorange/Pages/contacts.aspx#>

Fiche n° 1

Définition de la corruption et du trafic d'influence

Le fait de proposer sans droit, d'offrir ou de promettre d'offrir (corruption active), de solliciter ou d'accepter (corruption passive), directement ou indirectement, des offres, des promesses, des dons ou des avantages quelconques pour accomplir ou s'abstenir d'accomplir, ou pour avoir accompli ou s'être abstenu d'accomplir, un acte de sa fonction, de sa mission ou de son mandat **est considéré comme une infraction pénale de corruption.**

La corruption telle que définie dans la politique anticorruption du groupe Orange⁷ inclut les « pots-de-vin », « dessous-de-table », contreparties de toutes natures, extorsions, paiements de facilitation, ainsi que le blanchiment de ces pratiques.

De plus, la corruption d'un agent public est une circonstance aggravante au regard de la plupart des législations.

Le fait de proposer (trafic d'influence actif), solliciter ou accepter (trafic d'influence passif), sans droit, à tout moment, directement ou indirectement, des offres, des promesses, des dons, des présents ou des avantages quelconques, pour abuser ou avoir abusé de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir d'une autorité publique ou d'une administration, des distinctions, des emplois, des marchés ou toute autre décision favorable **est considéré comme une infraction pénale de trafic d'influence.**

En France par exemple, l'infraction pénale de corruption ainsi que l'infraction pénale de trafic d'influence sont punies d'une peine pouvant aller jusqu'à 1M€ d'amende et 10 ans d'emprisonnement et concernent potentiellement tout employé ou manager d'Orange ou de ses filiales, ainsi que toute personne agissant au nom de l'entreprise, notamment des tiers agissant au nom de l'entreprise en qualité de distributeurs, d'agents, de consultants ou de partenaires commerciaux.

⁷ <https://gallery.orange.com/rse/media/84c5ab25-8814-467f-9d73-dde3b6088b41#v=Version1&l=fr>

Fiche n° 2

Comportements proscrits par Orange

Le groupe Orange affirme le **principe de “tolérance zéro” en matière de corruption et de trafic d’influence**, quelles qu’en soient les formes, dans toutes ses activités et dans l’ensemble du Groupe, en France comme partout dans le monde et à ce titre, proscrit rigoureusement les comportements suivants :

1. Corruption active

En aucun cas un employé pour lui-même ou pour le compte d’un tiers, ou un tiers pour le compte d’un employé, ne peut donner, promettre de donner ou offrir un paiement ou tout ce qui a de la valeur avec l’attente ou l’espoir d’en retirer un avantage indu ou de récompenser un avantage indu déjà octroyé, y compris et de manière non exhaustive :

- des espèces, des bons-cadeaux ou équivalents, des valeurs mobilières ou de la crypto-monnaie,
- un prêt d’argent, de biens, de services ou une caution de prêt bancaire,
- des avantages tels qu’une offre d’emploi ou de stage,
- des paiements ou des remboursements de dépenses d’ordre privé, par exemple de voyage, d’hébergement ou de divertissement, de travaux d’aménagement, de rénovation ou de construction,
- des cadeaux, tels que téléphone mobile, tablette, accessoire, ordinateur, parfum, bijou, adhésion à un club de sport, croisière,
- des règlements de frais de télécommunications,
- des règlements de services personnels ou de service à la personne, quelle qu’en soit la nature,
- des règlements de location de véhicule, de dépenses d’aménagement, d’équipement ou d’habillement,
- un produit, un service ou une offre Orange,
- un don à un organisme caritatif ou humanitaire, à une organisation syndicale ou politique.

Les comportements suivants sont rigoureusement proscrits :

- verser de l'argent ou offrir quelque chose de valeur à un acheteur ou à un intermédiaire, afin d'amener ceux-ci à opter pour l'achat des produits de l'entreprise plutôt que ceux d'un concurrent,
- offrir quelque chose de valeur à un cadre ou à un responsable d'un partenaire commercial dans le but d'inciter ce partenaire à faire des affaires avec Orange ou l'une de ses filiales,
- promettre la mise à disposition d'une résidence, d'un séjour de vacances à la famille ou à l'entourage d'un employé d'une autre entreprise afin que ce dernier accorde un contrat à l'entreprise, contrat qui pourrait autrement être accordé à un concurrent,
- verser de l'argent à un employé d'une entreprise fournisseur de services ou de matériels dans le but d'obtenir un traitement préférentiel,
- offrir quelque chose de valeur à un auditeur externe dans le but de l'inciter à fermer les yeux sur certains dysfonctionnements ou à nous accorder une certification ou un label.

De plus, il est rigoureusement proscrit d'offrir un cadeau à un agent public ou d'avoir recours à un trafic d'influence, afin de l'inciter :

- à prendre ou à ne pas prendre une décision,
- à favoriser un candidat à l'acquisition d'une licence, notamment de télécommunications, au détriment d'un autre,
- à fermer les yeux sur la violation ou le non-respect d'une loi ou d'un règlement,
- à ne pas accomplir une tâche qui devrait être accomplie, par exemple ne pas procéder à une enquête requise précédant la délivrance d'un permis ou de toute autre autorisation publique ou attestation.
- à accorder un traitement fiscal favorable,
- à baisser des frais de douane, accélérer ou déroger aux procédures de dédouanement,

2. Paiement de facilitation

Il est également rigoureusement proscrit d'effectuer un paiement de facilitation, quelle qu'en soit la forme, à un représentant de la fonction publique, un agent ou un intermédiaire pour accélérer une procédure de routine ou pour garantir ou accélérer la fourniture d'un permis, d'une autorisation, d'une attestation ou de tout autre service courant ou nécessaire auquel l'utilisateur ou l'entreprise ont droit.

Il est également rigoureusement proscrit de céder à la sollicitation d'un agent public (demande de « pot-de-vin ») ou à une tentative d'extorsion (refus de fournir un service public sans avoir reçu au préalable un « pot-de-vin »).

3. Sollicitation, extorsion

En cas de sollicitation ou de tentative d'extorsion :

- un employé d'Orange, doit en faire part sans délai à son manager et à son Compliance Officer⁸,
- un tiers travaillant au nom ou pour le compte d'Orange doit en faire part sans délai à son référent Orange.

Dans tous les cas, un traitement approprié à ces actes illégaux sera apporté et des mesures prévenant le renouvellement de telles tentatives seront mises en place.

Cependant, si un employé ou un tiers travaillant au nom ou pour le compte d'Orange, se trouve dans une **situation exceptionnelle** où il n'a pas d'autre option par crainte pour sa vie, son intégrité physique, sa santé ou sa liberté, que de céder à une tentative d'extorsion, il doit faire le nécessaire afin de se protéger, y compris effectuer un paiement exceptionnel. Dans un tel cas, l'employé doit signaler l'évènement, dès qu'il en a la possibilité, à son manager et à son Compliance Officer ou à son référent Orange qui informeront le Chief Compliance Officer de la division ou, si besoin, du Groupe, qui apporteront en lien avec lui, la réponse appropriée à l'incident, notamment l'enregistrement des sommes ou des biens ainsi extorqués et des conditions de leur extorsion dans les registres et les comptes de l'entité concernée.

4. Corruption passive

En aucun cas un employé, pour lui-même ou pour le compte d'un tiers, ou un tiers pour le compte de l'employé, ne peut accepter ou solliciter de la part d'un tiers dont il est connu ou suspecté qu'il en attend un avantage indu, un paiement ou tout ce qui a de la valeur, y compris, et de manière non exhaustive :

- des espèces, des bons-cadeaux ou équivalents, des valeurs mobilières ou de la crypto-monnaie,
- un prêt d'argent, de biens ou de services ou une caution de prêt bancaire,
- des avantages tels qu'une offre d'emploi ou de stage pour un proche,
- des paiements ou des remboursements de dépenses d'ordre privé, par exemple de voyage, d'hébergement ou de divertissement, de travaux d'aménagement, de rénovation ou de construction,
- des cadeaux, tels que téléphone mobile, tablette, accessoire, ordinateur, parfum, bijou, adhésion à un club de sport, croisière,
- des règlements de frais de télécommunications,
- des règlements de services personnels ou de service à la personne, quelle qu'en soit la nature,
- des règlements de location de véhicule, de dépenses d'aménagement, d'équipement ou d'habillement,
- une offre améliorée ou avantageuse pour un produit ou un service du tiers,
- un don à un organisme caritatif ou humanitaire, à une organisation syndicale ou politique.

⁸ <https://ethics-et-compliance.shp.finance.intraorange/Pages/contacts.aspx#>

Fiche n° 3

Principes relatifs aux cadeaux et invitations

Les cadeaux et invitations peuvent constituer des moyens légitimes d'établir, de consolider ou de maintenir des relations d'affaires normales. Cependant, ces avantages doivent, en tout état de cause, être raisonnables et en rapport avec le contexte d'affaire visé.

En revanche, offrir ou recevoir un cadeau ou une invitation inappropriés, notamment dans l'intention d'influencer l'issue d'une transaction commerciale ou d'obtenir un avantage indu en retour, est rigoureusement proscrit et peut exposer l'employé ainsi que le Groupe à une violation de notre politique anticorruption ainsi que des législations anticorruption en vigueur.

Afin de prévenir d'éventuels risques de corruption et d'atteinte à notre réputation, le groupe Orange a défini une politique « cadeaux et invitations » (qui fait partie intégrante de la politique anticorruption⁹ du groupe Orange), complétée par ces principes directeurs qui précisent les modalités de sa mise en oeuvre.

Ces principes portent sur :

- la transparence : un cadeau ou une invitation ne peuvent être offerts ou reçus qu'ouvertement et de manière non dissimulée,
- la nature du cadeau ou de l'invitation qui doit être conforme à la réglementation, à notre charte de déontologie¹⁰ et ne doit pas être outrageante, déraisonnable ou contraire à la dignité,
- la fréquence : un cadeau ou une invitation ne peuvent être offerts ou reçus que de manière occasionnelle,
- la période qui ne doit pas être « sensible » et notamment ne pas se situer à proximité du choix ou de l'évaluation d'un partenaire ou d'un fournisseur, ou à proximité d'une procédure d'appel d'offres, de négociations ou de renouvellement d'un contrat.

Le Groupe a défini trois catégories d'avantages i) cadeaux, ii) repas et iii) invitations à des événements ou des divertissements, auxquelles sont attachés des seuils financiers. Le dépassement d'un de ces seuils doit rester exceptionnel et faire l'objet d'une déclaration soumise à validation managériale¹¹ et enregistrée dans un outil approprié (e.g : Eliot, Act, Oneo, etc...)

9 <https://gallery.orange.com/rse/media/84c5ab25-8814-467f-9d73-dde3b6088b41#v=Version1&l=fr>

10 <https://gallery.orange.com/rse/media/a2f6f030-01b9-11e8-972c-83699ad7b55f#v=Version1&l=fr>

11 Le processus de validation managérial est défini par chaque Division et pays et peut comporter un visa du Compliance Officer

Ces seuils sont définis comme suit :

- Chacun des seuils relatifs à l'une des 3 catégories **d'avantages reçus** (cadeaux, repas, invitations) correspond à la somme de la valeur réelle ou estimée de l'avantage reçu durant une année civile par un employé d'Orange, de la part d'un ou de plusieurs représentants d'un même organisme public ou privé, d'une même entreprise ou d'un même groupe.
- Chacun des seuils relatifs à l'une des 3 catégories **d'avantages offerts** (cadeaux, repas, invitations) correspond à la somme de la valeur réelle ou estimée des avantages offerts durant une année civile par un employé d'Orange à une personne donnée.

NB : lorsque l'invitation offerte correspond à un évènement organisé par Orange ou sponsorisé par Orange, des modalités ou des outils spécifiques d'enregistrement des invitations peuvent avoir été prévus, en lien avec le Compliance Officer¹², et se substituer alors aux procédures et outils habituels de déclaration et d'enregistrement.

Les seuils sont fixés par pays ou entité.

Pour la France, ils sont de :

	Cadeaux	Repas	Invitations
reçu	150 €	75 €	150 €
donné	150 €	75 €	150 €

Le Comité de direction d'une filiale peut inclure dans les procédures qu'il adopte des seuils spécifiques s'appliquant à un nombre restreint et défini de directeurs. Ces seuils spécifiques ainsi que les directeurs auxquels ils s'appliquent doivent être documentés et transmis au Chief Compliance Officer de la Division de rattachement.

12 <https://ethics-et-compliance.shp.finance.intraorange/Pages/contacts.aspx#>

1. Offrir ou recevoir un cadeau

a. Ce qui est acceptable

Un cadeau ne peut être offert ou accepté qu'ouvertement, de manière transparente, en signe de courtoisie ou comme une marque d'estime. Sa nature doit être en phase avec les pratiques commerciales et les usages locaux.

Un cadeau ne peut être offert qu'au nom d'Orange et en aucun cas au nom d'un employé. Les objets offerts en cadeau doivent être modestes et de préférence estampillés « Orange » ou au nom de l'entité commerciale concernée. Le marquage commercial indique l'origine promotionnelle du cadeau et en réduit la valeur.

b. Ce qui est inacceptable

Un cadeau ne peut, en particulier, être offert ou accepté :

- s'il est illégal selon les lois locales,
- s'il est fait avec l'intention d'obtenir ou de conserver en retour, de manière frauduleuse, un avantage commercial ou autre,
- s'il est susceptible ou pourrait être considéré comme susceptible d'influencer l'issue d'une transaction commerciale,
- s'il est donné ou reçu dans un contexte ou une période inappropriée, période d'appel d'offres ou de signature d'un marché par exemple,
- s'il est proscrit par la politique anticorruption du Groupe Orange ou celle de l'organisation de la personne qui l'offre ou en est le bénéficiaire,
- s'il est sollicité ou donné sous conditions,
- s'il est occulte, caché, non déclaré ou non enregistré, déraisonnable compte tenu de sa nature ou de sa valeur, outrageant ou contraire à la dignité,
- au bénéfice d'un conjoint, d'un membre de la famille ou d'un proche sans justification professionnelle,
- s'il s'agit d'espèces ou de tout autre équivalent (monnaie électronique, prêt, commission, carte de crédit, crypto monnaie, chèque cadeau, coupon promotionnel, bon d'échange, etc.).

Un employé qui reçoit un cadeau qui ne peut être accepté doit le renvoyer à son expéditeur. La preuve de ce retour doit être enregistrée et pouvoir être fournie en cas de contrôle. Dans le cas où il s'avère impossible de renvoyer le cadeau du fait de sa taille, de son poids, du coût ou de la distance, ou encore parce qu'un tel acte serait considéré comme un affront, l'employé doit en référer à son manager, à son conseiller éthique ou à son Compliance Officer qui décidera de la conduite à tenir, notamment vis-à-vis du cadeau : l'employé concerné ne pourra le garder mais il peut être décidé d'accepter le cadeau au nom d'Orange, auquel cas le donateurs en sera informé et le cadeau sera remis au service adéquat qui en assurera un usage transparent et éthique (par exemple don à la Fondation qui utilisera le cadeau ou le produit de sa vente pour ses actions).

2. Repas

Ce qui est acceptable

Des repas peuvent être offerts ou acceptés dans le cadre d'une rencontre à caractère commercial visant à faire la promotion des produits et services d'Orange ou du partenaire ou encore dans le cadre d'échanges relatifs à un projet, une opportunité ou un contrat donné.

3. Invitations

a. Ce qui est acceptable

Une invitation à un divertissement tel que manifestation sportive, spectacle, visite de musée, de ville ou d'évènement partenaire peut être offert ou reçu dans le cadre d'une manifestation à caractère commercial ou professionnel au cours de laquelle l'aspect commercial ou professionnel prime sur l'aspect récréatif.

Les divertissements offerts dans le contexte d'une manifestation de plus grande envergure sponsorisée par Orange ou une entité d'Orange (oeuvres de bienfaisance ou campagnes de promotion commerciale de notre marque, création de nouveaux produits) bien que raisonnables doivent rester proportionnés à l'évènement et peuvent être sujets à des limites spécifiques, au cas par cas. L'enregistrement de ces divertissements doit être effectué dans un outil adéquat (e.g. Agora, etc...), en incluant notamment la liste des personnes invitées et les autorisations. La présence d'un ou plusieurs représentants d'Orange est également requise.

b. Ce qui est inacceptable

Une invitation ne peut être ni être offerte ni acceptée :

- si elle est illégale selon les lois locales,
- si elle est faite avec l'intention d'obtenir ou de conserver en retour, de manière frauduleuse, un avantage commercial ou autre,
- si elle peut être considérée comme susceptible d'influencer l'issue d'une transaction commerciale ou autre,
- si elle est faite dans un contexte ou une période inappropriée, période d'appel d'offres ou de signature d'un marché par exemple,
- si elle est proscrite par la politique anticorruption du groupe Orange ou celle de l'organisation de la personne qui l'offre ou en est la bénéficiaire.

4. Voyages et hospitalités

a. Ce qui est acceptable

Orange peut prendre en charge de manière exceptionnelle les frais de déplacement et/ou d'hospitalité d'un montant raisonnable des personnes invitées à prendre part à un évènement ou une manifestation organisé par Orange ou à visiter un bureau, un site commercial, une installation technique ou un laboratoire de l'entreprise dans le cadre d'échanges relatifs à un projet, une opportunité ou un contrat commercial particulier ou dans le cadre d'une démonstration, d'une promotion ou d'une campagne de sensibilisation aux produits ou aux services d'Orange.

Les frais de transport et d'hébergement pour les personnes invitées doivent être conformes à la politique voyage de l'entité invitante d'Orange (et à ce titre être validés par le management) et être fidèlement enregistrés dans les outils comptables ainsi que dans les outils déclaratifs adéquats, par exemple Eliot, ACT chez Orange Business Services, Akcept chez Orange Pologne, etc...

Dans le cas où un invité dont le déplacement ou les autres frais ont été réglés par Orange annule sa participation, il revient à l'organisateur

du voyage ou de l'évènement de veiller à ce que le montant remboursable des dépenses soit bien reversé à Orange.

Lorsqu'un salarié du Groupe est invité par un partenaire, un client ou un fournisseur, Orange prend directement à sa charge le transport et l'hébergement du salarié. Au cas où il ne serait pas possible de le faire, les frais supportés par l'entité invitante doivent être en tant que possible remboursés. Ce remboursement est alors effectué au profit de l'entité juridique invitante et non à une personne physique. Les sommes dépensées sont remboursées sur présentation des pièces justificatives et dûment enregistrées dans les comptes de l'entité.

A titre exceptionnel et dans des circonstances strictement encadrées et définies par l'entité Orange concernée, la prise en charge d'une prestation de transport ou d'hébergement par un tiers est toutefois possible après déclaration préalable du salarié, vérification puis validation enregistrée d'un responsable dûment autorisé à valider une telle exception.

b. Ce qui est inacceptable

Des voyages ne peuvent en aucun cas être organisés avec l'intention d'obtenir ou de conserver en retour, de manière frauduleuse ou indue, des avantages commerciaux. En conséquence Orange ne prend en aucun cas en charge :

- des détours à l'occasion d'un voyage autorisé et n'ayant pas de lien avec l'objectif commercial, technique ou de conseil dudit voyage ;
- les frais de voyage ou d'hébergement d'un ami, d'un membre de la famille ou de toute autre personne que la ou les personnes déplacées pour les besoins dudit voyage ;

Par ailleurs, des indemnités et des avances en espèces ne peuvent être octroyées, par ou au nom d'Orange à des agents publics ou à des représentants de ses clients.

Fiche n° 4

Principes relatifs au mécénat d'entreprise

Le mécénat d'entreprise est un soutien matériel apporté sans contrepartie (ou avec une contrepartie modeste) de la part du bénéficiaire, à un projet présentant un intérêt général pour des populations des pays dans lesquels l'entreprise opère et souhaite illustrer sa responsabilité sociétale et son engagement éthique.

Les fondations d'entreprises du Groupe et les entités d'Orange ne peuvent subventionner les projets de mécénat que dans le cas où ceux-ci :

- n'ont aucun lien avec des transactions commerciales et n'ont pas pour objectif l'obtention d'avantages financiers en retour,
- sont autorisés par la législation locale,
- sont réalisés en toute transparence,
- sont proportionnés au type de projet soutenu,
- respectent la politique de mécénat du groupe Orange¹³.

Des subventions financières pour des projets de mécénat ne peuvent être versées à une personne physique ou à un groupe de personnes physiques.

Un projet de mécénat n'est soutenu financièrement par la Fondation d'entreprise du Groupe, par un pays ou une entité Orange qu'après :

- présentation d'un dossier détaillé par le bénéficiaire qui le propose,
- validation en comité de sélection selon le processus mis en oeuvre par chaque fondation d'entreprise ou entité Orange,
- vérification de l'organisation par l'équipe Orange en charge de l'activité mécénat d'entreprise (« Due Diligence »),
- approbation, par écrit, du directeur compétent.

Dans le cas où la demande de mécénat d'entreprise est approuvée, une convention de mécénat est signée entre les parties.

Le responsable financier compétent doit enregistrer fidèlement les sommes consenties au titre de chaque projet de mécénat soutenu par les fondations d'entreprises du groupe Orange ou les entités Orange dans les registres et les comptes concernés. Un système de procédures financières et comptables doit être adopté pour enregistrer fidèlement ces paiements et assurer une transparence totale dans les comptes ainsi que le reporting financier associé.

¹³ <https://www.fondationorange.com>



Fiche n° 5

Principes relatifs au « sponsoring »

La stratégie de « sponsoring » du groupe Orange permet de contracter des partenariats avec des organisations privées, publiques ou associatives dans les cas où :

- ceux-ci sont en ligne avec nos accords de partenariat dans les domaines sportifs et culturels tels que décrits dans la stratégie de sponsoring et sur la plateforme événementielle du Groupe Agora Event (<https://agora.orange.com>) accessible aux employés Orange en tant que responsables événementiels, aux assistants.es de directions et à toutes les personnes souhaitant commander ou bénéficier des dits-accords de partenariats Groupe.
- la convention de « sponsoring » permet de mettre en avant l'expertise technique et le savoir-faire d'Orange (condition requise mais pas nécessairement suffisante),
- les opérations sont réalisées en toute transparence, sont autorisées par la législation en vigueur et ne contreviennent pas à nos règles d'éthique et de conformité.

Un projet de « sponsoring » ne peut être soutenu financièrement par le Groupe, par un pays ou une entité d'Orange qu'après:

- présentation d'un dossier détaillé par l'organisation qui le propose,
- validation en comité de sélection ou en Comité d'Investissement local ou Groupe selon le processus mis en oeuvre par chaque entité Orange et le niveau d'investissement financier,
- et approbation par écrit du directeur compétent.
- vérification de l'organisation par l'équipe Orange (directions des achats, direction juridique et entité opérationnelle),

Des contributions financières pour des projets de « sponsoring » ne peuvent être versées à un agent public, une personne physique ou un groupe de personnes physiques, que si elles s'inscrivent dans le cadre des programmes de « sponsoring » de projets d'employés du Groupe, du type « Orange Passion », qui font l'objet d'un suivi et d'un reporting spécifique.

Lorsqu'une demande de « sponsoring » est approuvée, le directeur compétent transmet par courriel et par voie postale à l'organisation bénéficiaire l'original en trois exemplaires de la convention de sponsoring signée ou du contrat le cas échéant.

Le responsable financier compétent doit enregistrer fidèlement dans les registres et les comptes concernés les sommes consenties au titre de chaque projet de sponsoring du groupe Orange ou de l'entité Orange. Un système de procédures financières et comptables doit être adopté pour enregistrer fidèlement ces paiements et assurer une transparence totale dans les comptes et le « reporting » associé.

Dans le cadre d'un contrat de « sponsoring », des invitations à des événements ou des divertissements peuvent avoir été négociées par Orange. L'utilisation de ces invitations respecte alors les « principes relatifs aux cadeaux et invitations » (fiche n°3).

Fiche n° 6

Principes relatifs à la représentation d'intérêts

«lobbying»

Le représentant d'intérêts du groupe Orange chargé de suivre et d'anticiper les politiques publiques susceptibles d'impacter l'activité du Groupe et de sensibiliser les pouvoirs publics aux enjeux et problèmes de l'entreprise est porteur des principes édictés dans la Charte de déontologie du Groupe¹⁴.

A ce titre, il :

- veille à garder et accroître la confiance de ses interlocuteurs au sein des pouvoirs publics afin d'établir avec eux un dialogue durable et constructif,
- exerce ses fonctions avec impartialité, loyauté et dignité, notamment en respectant ses interlocuteurs externes quelles que soient leur appartenance politique et leur prise de position et s'abstient de tout dénigrement,
- s'engage à respecter la décision prise par ses interlocuteurs,
- exerce dans le respect des législations en vigueur ainsi que des règlements intérieurs des assemblées rencontrées, en particulier, il est inscrit sur le répertoire numérique public des représentants d'intérêts auprès des personnes publiques,
- exerce son activité en transparence vis-à-vis des acteurs publics, ainsi il :
 - a) déclare son identité, l'organisme pour lequel il travaille et les intérêts défendus ;
 - b) s'abstient de toute démarche auprès de ces personnes en vue d'obtenir des informations ou des décisions par des moyens frauduleux,
 - c) garantit la qualité et la fiabilité de l'information fournie aux pouvoirs publics sans exclusivité politique et répond à toute demande d'information,
 - d) s'abstient d'obtenir ou d'essayer d'obtenir des informations ou décisions en communiquant délibérément à ces personnes des informations erronées ou en recourant à des manoeuvres destinées à les tromper.

14 <https://gallery.orange.com/rse/media/a2f6f030-01b9-11e8-972c-83699ad7b55f#v=Version1&l=fr>

- rejette la corruption sous toutes ses formes et s'abstient de proposer ou de remettre à ces personnes des présents, dons ou avantages quelconques d'une valeur significative,
- s'abstient de toute incitation à l'égard de ces personnes à enfreindre les règles déontologiques qui leurs sont applicables,
- s'abstient d'organiser des colloques, manifestations ou réunions dans lesquels les modalités de prise de parole sont liées au versement d'une rémunération sous quelque forme que ce soit,
- s'abstient d'utiliser à des fins commerciales ou publicitaires les informations obtenues,
- s'abstient de vendre à des tiers des copies de documents provenant du Gouvernement, d'une autorité administrative ou publique indépendante ou d'utiliser du papier à en-tête ainsi que le logo de ces autorités publiques et de ces organes administratifs,
- agit avec tact et diplomatie auprès de ses interlocuteurs externes afin de préserver l'image de l'entreprise,
- agit en permanence avec intégrité dans la défense des intérêts de l'entreprise et use de son droit d'alerte si l'action qu'il doit mener s'avère contraire à ses valeurs morales personnelles,
- s'applique à faire prendre en compte au sein du Groupe l'intérêt général qui fonde l'action publique,
- veille à ce que ses interventions externes orales soient conformes aux positions de l'entreprise,
- entretient des relations de confiance et de coopération avec ses interlocuteurs internes, afin de préserver l'unité d'action, la cohérence du discours et sa compréhension par l'extérieur,
- respecte les règles de confidentialité destinées à protéger les activités du Groupe.

Fiche n° 7

Principe relatif aux contributions à des partis politiques

Orange proscrit toute contribution de l'entreprise (espèces, objet de valeur, bien ou service, prêt, garantie de prêt), directe ou indirecte, aux partis politiques.



Fiche n° 8

Dispositif d'alerte Groupe

Le groupe Orange a mis en place un dispositif d'alerte interne Groupe¹⁵ complété par des dispositifs d'alertes locaux dans certaines entités et/ou pays. Ce dispositif a pour objet de renforcer la démarche « Ethique et Compliance » d'Orange, d'aider à détecter les dysfonctionnements, de favoriser leur remédiation et de contribuer à opérer conformément à sa politique anticorruption¹⁶, aux lois et aux règlements.

Ce dispositif d'alerte Groupe est accessible depuis le lien en bas de la page d'accueil de l'intranet Groupe et la procédure de recueil des signalements est en ligne sur le site Ethics&Compliance¹⁷.

15 Par envoi d'un mail à : deontologie.alerte@orange.com

16 <https://gallery.orange.com/rse/media/84c5ab25-8814-467f-9d73-dde3b6088b41#v=Version1&l=fr>

17 https://intranet.com.intraorange/sites/intranet/files/2020-04/procedure_alerte_FR.PDF

Fiche n° 9

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

Il y a conflit d'intérêts s'il existe d'une part une situation d'interférence entre l'intérêt de l'entreprise et l'intérêt privé de l'employé (ou de ceux de personnes physiques ou morales auxquelles il est lié ou dont il est proche) et si d'autre part cette situation d'interférence est de nature à influencer ou paraître influencer l'exercice indépendant et impartial de son activité professionnelle : tout employé d'Orange peut se retrouver en situation de conflit d'intérêts, y compris malgré lui.

Le conflit d'intérêts n'est pas en soi une infraction mais il est susceptible de conduire à une infraction telle qu'une fraude, un détournement voire un acte de corruption. Il peut également faire naître un soupçon sur l'intégrité de la personne concernée, de l'entité ou du Groupe.

Afin de prévenir d'éventuels risques liés aux conflits d'intérêts, le groupe Orange définit une procédure d'identification, de prévention et de gestion des conflits d'intérêts comme suit : un employé du Groupe qui identifie une situation de conflit d'intérêts dans laquelle il se trouve¹⁸ doit la déclarer à son manager ; le manager sollicite l'avis d'un tiers référent¹⁹ puis notifie au salarié sa décision qui peut être :

- la non-confirmation du conflit d'intérêts,
- le maintien du salarié en situation avec d'éventuelles mesures de protection spécifiques,
- le retrait du salarié de la situation de conflit d'intérêts.

Le manager, le tiers référent et le salarié cosignent la décision qui est, avec la déclaration de conflit d'intérêts, conservée par le salarié et par l'entité.

Des exemples de situations de conflit d'intérêts sont décrites dans le guide pratique²⁰ rédigé et publié afin d'aider les salariés et les managers à identifier, prévenir et gérer les risques de conflits d'intérêts.

Par ailleurs, les directeurs signent une lettre d'acceptation de délégation de pouvoir qui précise que le signataire « s'engage ... à déclarer tout conflit d'intérêts dans lequel il viendrait à se trouver ».

¹⁸ en cas de doute sur une éventuelle situation de conflit d'intérêts dans laquelle il pourrait se trouver, un employé du Groupe peut demander conseil à son manager ou à un interlocuteur de son entité (compliance Officer, conseiller éthique, responsable RH ou de la direction juridique : <https://ethics-et-compliance.shp.finance.intraorange/Pages/contacts.aspx#>)

¹⁹ le tiers référent est une personne ou un comité ayant légitimité dans l'entité concernée pour donner son avis sur les déclarations de conflits d'intérêts et les décisions managériales associées, par exemple, le compliance officer, le conseiller éthique, le comité éthique ou compliance, le responsable RH,...

²⁰ https://ethics-et-compliance.shp.finance.intraorange/Documents/2.2.11.2_BookletCI_FR.pdf

Fiche n° 10

Procédure d'évaluation des tiers

(client entreprise, fournisseur, partenaire, intermédiaire)

1. Politique générale relative au recrutement de représentants tiers

Avant de signer ou de renouveler un contrat avec un partenaire, un ensemble de contrôles doivent être effectués afin de s'assurer que la relation ne représente pas de risque potentiel pour Orange et de prendre les décisions appropriées concernant les relations à établir, ou non, avec ce partenaire. Cet ensemble de contrôles constitue la procédure d'évaluation ou « Due Diligence » des tiers (client entreprises, fournisseur, partenaire ou intermédiaire). Les intermédiaires sont toutes les personnes ou sociétés agissant au nom ou pour le compte d'Orange ou d'une de ses filiales, par exemple : agents, représentants commerciaux, consultants, sociétés de conseil, fournisseurs, distributeurs, revendeurs, sous-traitants, franchisés et autres partenaires commerciaux y compris avocats et comptables,...

2. Processus d'évaluation des tiers («iDDfix»)

Si le groupe Orange n'est pas suffisamment vigilant sur l'intégrité des tiers avec lesquels il est en relation, il peut se trouver impliqué, plus ou moins directement, dans des opérations présentant des risques potentiels en termes juridiques, financier, d'image ou de réputation.

Le groupe Orange a donc défini un processus spécifique afin d'évaluer la situation des tiers en matière de risques de fraude et de non-conformité appelé : **iDDfix**²¹ ; basé sur les risques, qui permet de concentrer les efforts sur l'analyse des partenaires dits « à risque » et qui se déroule en 2 étapes :

- une évaluation (« pre-assessment ») du niveau de risque global du partenaire est d'abord réalisée selon le critère « pays » d'une part (pays d'enregistrement du partenaire et de sa société mère, pays où la transaction est opérée) et le critère « partenaire » d'autre part (type ou nature du partenariat, cotation ou non en bourse, liens éventuels avec des organisations publiques ou des gouvernements).
- cette évaluation permet alors de déterminer un niveau de risque a priori sur une échelle qui en compte quatre (faible, modéré, élevé et très élevé). À chaque niveau de risque est associée une famille de contrôles constituant la due diligence proprement dite et qui permet d'identifier d'éventuels point de vigilance (« red flags ») et de produire des recommandations afin d'éclairer la décision, prise par le management, de contractualiser ou non avec le partenaire.

21 <https://ethics-et-compliance.shp.finance.intraorange/Pages/iddfix.aspx#>

En tout état de cause, toute décision de travailler avec un tiers doit être clairement formalisée afin d'éviter des situations à risque. En particulier, aucun accord ou arrangement verbal ne sera fait avec un représentant tiers, aucun paiement ne sera effectué en espèces à une tierce personne ou dans des comptes bancaires qui ne sont pas ouverts au nom des représentants tiers.

Les commissions, compensations, remboursements et autres paiements versés doivent respecter les normes comptables, être raisonnables, en lien avec les services rendus, aux prix du marché et convenablement consignés dans nos comptes.

Les contrats et les bons de commandes avec les tierces parties doivent comporter la clause de conformité (dite « clause Compliance ») qui prévoit notamment le respect des lois applicables en matière de lutte contre la corruption, en particulier la loi Sapin II, le FCPA américain et le UKBA britannique.



