

# CODE DE CONDUITE DES PARTENAIRES COMMERCIAUX

## France Télévisions

*Les essentiels du code de conduite des partenaires commerciaux :*

- *S'engager en matière de respect des droits humains, de santé et de sécurité ainsi qu'en matière de protection de l'environnement*
- *S'engager au respect de comportements éthiques*
- *S'engager à prendre les mesures nécessaires à la prévention des conflits d'intérêts et à déclarer toute situation en lien avec France Télévisions*
- *S'engager à communiquer sur le dispositif d'alerte éthique de France Télévisions.*

EDITO .....	3
INTRODUCTION .....	4
DEFINITIONS .....	5
DROITS HUMAINS – RESPONSABILITE SOCIALE ET NORMES DE TRAVAIL.....	6
REGLES GENERALES .....	6
REGLES SPECIFIQUES AUX PROGRAMMES.....	9
SANTE ET SECURITE.....	10
HYGIENE, SECURITE ET FORMATION :.....	10
ENVIRONNEMENT.....	10
DEMARCHE D’AMELIORATION: .....	10
CHANGEMENT CLIMATIQUE .....	11
TRAÇABILITE DES PRODUITS: .....	11
TRANSPORTS:.....	11
GESTION DES RESSOURCES ET DES DECHETS: RESPECT DU PRINCIPE D’ECONOMIE CIRCULAIRE .....	11
ETHIQUE ET ANTI-CORRUPTION.....	12
CORRUPTION, PAIEMENT DE FACILITATION ET TRAFIC D’INFLUENCE : .....	12
PREVENTION DES CONFLITS D’INTERETS :.....	12
CADEAUX, INVITATIONS ET VOYAGES :.....	13
ENGAGEMENT DES PARTENAIRES COMMERCIAUX:.....	13
RESPECT DU CODE DE CONDUITE DES PARTENAIRES COMMERCIAUX ET CONTROLE DE CONFORMITE.....	14
PLATEFORME D’ALERTE .....	14



En tant que volontaire, s'engager dans  
une démarche d'écocitoyenneté que nous  
souhaitons partager avec l'ensemble de  
nos partenaires... Soyons tous impliqués !  
Merci de votre engagement et nos vœux

Delphine Drouot-Lucas

## INTRODUCTION

Ces dernières années, le groupe France Télévisions s'est engagé dans la conduite de ses activités à respecter une démarche d'exemplarité en accord avec les valeurs et les principes du service public.

Cet engagement s'est traduit dans un premier temps par notre implication dans la lutte contre toutes les discriminations basées sur le sexe, l'orientation sexuelle, l'identité de genre ou l'origine et par la défense et la promotion de la diversité.

C'est ainsi que France Télévisions détient le Label Diversité depuis 2014 ainsi que le Label Egalité Professionnelle depuis 2018.

Le 18 octobre 2016, France Télévisions SA a signé la charte d'engagement de L'autre Cercle dont l'objectif est de faire progresser au sein de l'entreprise le traitement des questions relatives à l'orientation sexuelle et à l'identité de genre afin d'assurer un environnement de travail respectueux et non discriminatoire pour les personnes homosexuelles, bisexuelles ou transgenres.

En 2019, le groupe France Télévisions a signé avec plus de 100 entreprises le Manifeste pour l'inclusion, démarche volontariste, en faveur de l'emploi des personnes handicapées en créant notamment des passerelles avec les établissements et services d'aide par le travail (ESAT) et les entreprises adaptées.

Cette même année, France Télévisions a signé avec d'autres dirigeants de l'audiovisuel français une nouvelle Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap.

Par ailleurs, le groupe France Télévisions, en tant que membre fondateur en 2009 du collectif Ecoprod réunissant notamment plusieurs grandes entreprises du monde audiovisuel, s'est également engagé en matière de protection de l'environnement. Le but de ce collectif est de former, de sensibiliser, et de mettre à disposition des professionnels, dans toute leur diversité de taille et de métier, des outils et des guides et de les aider et les conseiller au mieux dans leur démarche éco-responsable.

En octobre 2021, France Télévisions Publicité a remporté l'or au Grand Prix de la Good Economie dans la catégorie « encourager une consommation responsable-corporate ». Ce prix vient récompenser l'engagement dont fait preuve FranceTV Publicité pour donner plus d'espace à la Responsabilité. En tant que régie publicitaire, elle permet de mettre en lumière les démarches responsables des marques avec lesquelles elle travaille, en leur permettant d'apporter des éléments de preuves de leurs actions.

Enfin, le groupe France Télévisions a adopté un plan d'exemplarité s'appuyant notamment sur une charte d'éthique (2017), un code de conduite anticorruption (2018) et un plan de vigilance (2020). Le présent Code de conduite des partenaires commerciaux vient compléter ce dispositif.

Tout comme elle attend le respect de l'ensemble de ces valeurs de la part de chacun de ses collaborateurs, France Télévisions a la volonté de partager les principes éthiques détaillés dans le présent Code de Conduite avec l'ensemble de ses partenaires commerciaux.

Outre les principes énoncés dans le présent Code de Conduite, France télévisions attend de ses partenaires commerciaux qu'ils se conforment pour tous les thèmes du présent Code aux principes stipulés dans les Conventions de l'Organisation internationale du travail, la Déclaration universelle des droits de l'homme, le Pacte mondial des Nations unies et les Principes d'autonomisation des femmes des Nations unies.

L'engagement des partenaires commerciaux dans une démarche éthique est un critère majeur dans la sélection et l'évaluation desdits partenaires. France Télévisions attend également que ses partenaires commerciaux appliquent ces principes tout au long de leur chaîne logistique.

## Définitions

Partenaires commerciaux : Sont appelés partenaires commerciaux les fournisseurs, sous-traitants, prestataires de services ou sociétés avec lesquels France Télévisions est en relation d'affaires.

Travailleurs : est appelé travailleur, toute personne travaillant pour le compte d'un partenaire commercial dans le cadre d'un contrat de travail, d'un contrat d'intérim, ou travaillant ponctuellement (journalier, saisonnier) à temps plein ou à temps partiel.

Collaborateurs : est appelé collaborateur toute personne travaillant pour le compte de France Télévisions dans le cadre d'un contrat de travail à durée déterminée ou indéterminée, à temps plein ou à temps partiel.

### Règles générales

#### **Travail des enfants :**

France Télévisions n'aura pas recours au travail des enfants, et ne tolérera pas que ses partenaires commerciaux y aient recours. Le travail des enfants se définit comme « tout type de travail effectué par un enfant âgé de moins de 15 ans, à l'exception du travail effectué dans le cadre d'une formation professionnelle ou d'un programme de formation ».

Les partenaires commerciaux doivent se conformer aux normes définies par les conventions n°138 et n°182 de l'Organisation Internationale du Travail ainsi que par la Convention des Nations Unies du 20 novembre 1989 et la loi Texier n°99-478 du 9 juin 1999.

#### **Travail forcé :**

Le recours au travail forcé, à l'esclavage, à la servitude ou au trafic d'êtres humains, ainsi que la rétention des papiers d'identité ou du permis de travail, l'exigence d'un dépôt de garantie ou de toute autre contrainte quelle qu'elle soit, sont strictement interdits.

Il en va de même du travail pour rembourser une dette à l'employeur ou à un tiers, du travail pénitentiaire ou du travail non volontaire en captivité.

#### **Travail illégal :**

Le travail illégal, clandestin, non déclaré et dissimulé, le marchandage tant en application de la législation française que des normes internationales (convention OIT n°29) sont strictement interdits.

#### **Conditions de travail, temps de travail et rémunération :**

Les partenaires commerciaux doivent se conformer aux lois et règlements nationaux en vigueur ainsi qu'aux normes internationales pour les sujets pour lesquels la législation locale ne prévoit rien.

Ils doivent également respecter les conventions collectives, accords d'entreprises ou tout autre accord qui leur seraient applicables.

Les partenaires commerciaux doivent respecter les durées maximales du travail, les temps de repos et le nombre de congés prévus. Ils s'engagent à ce que les travailleurs aient au minimum un jour de repos par période de 7 jours.

Les partenaires commerciaux doivent respecter, quand la législation locale le prévoit, le salaire minimum fixé ainsi que les majorations afférentes aux heures supplémentaires. A défaut de dispositions en ce sens dans la législation locale, les partenaires commerciaux doivent s'assurer de verser un salaire au moins égal au salaire minimum moyen du secteur. De même, les heures supplémentaires doivent être payées à minima au taux de base.

Les partenaires commerciaux n'appliqueront aucune sanction pécuniaire à leurs travailleurs.

#### **Discrimination :**

Les partenaires commerciaux s'engagent à traiter leurs travailleurs de façon égale et juste.

Aucune forme de discrimination envers un salarié en raison de son origine, de son sexe, de ses mœurs, de son orientation sexuelle, de son identité de genre, de son âge, de sa situation de famille ou de sa grossesse, de ses caractéristiques génétiques, de la particulière vulnérabilité résultant de sa situation économique, apparente ou connue de son auteur, de son appartenance ou de sa non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation ou une prétendue race, de ses opinions politiques, de ses activités syndicales ou mutualistes, de son exercice d'un mandat électif, de ses convictions religieuses, de son apparence physique, de son nom de famille, de son lieu de résidence ou de sa domiciliation bancaire, ou en raison de son état de santé, de sa perte d'autonomie ou de son handicap, de sa capacité à s'exprimer dans une langue autre que le français ne sera tolérée.

Ainsi, aucune personne ne peut être écartée d'une procédure de recrutement, de nomination ou de l'accès à un stage ou à une période de formation en entreprise, aucun salarié ne peut être sanctionné, licencié ou faire l'objet d'une mesure discriminatoire, directe ou indirecte, telle que définie à l'article 1er de la loi n° 2008-496 du 27 mai 2008 portant diverses dispositions d'adaptation au droit communautaire dans le domaine de la lutte contre les discriminations, notamment en matière de rémunération, au sens de l'article L. 3221-3, de mesures d'intéressement ou de distribution d'actions, de formation, de reclassement, d'affectation, de qualification, de classification, de promotion professionnelle, de mutation ou de renouvellement de contrat.

#### **Harcèlement moral, harcèlement sexuel, agissements sexistes et abus :**

Les partenaires commerciaux s'engagent à traiter leurs travailleurs avec respect et dignité.

Est ainsi strictement interdit tout agissement répété susceptible d'entraîner, pour la personne qui les subit, la dégradation de ses conditions de travail pouvant aboutir à une atteinte à ses droits et à sa dignité, une altération de sa santé physique ou mentale ou une menace pour son évolution professionnelle.

De même, est strictement interdit le harcèlement sexuel se caractérisant par le fait d'imposer à une personne, de façon répétée, des propos ou comportements à connotation sexuelle ou sexiste qui portent atteinte à sa dignité en raison de leur caractère dégradant ou humiliant ou créent à son encontre une situation intimidante, hostile ou offensante. Pour rappel est assimilé au harcèlement sexuel toute forme de pression grave, même non répétée, exercée dans le but réel ou apparent d'obtenir un acte de nature sexuelle, que celui-ci soit recherché au profit de l'auteur des faits ou au profit d'un tiers.

Les partenaires commerciaux s'engagent également à lutter contre les agissements sexistes et ne sauraient admettre ou pratiquer aucune forme d'abus verbal ou psychologique ou physique.

#### **Liberté syndicale et liberté d'association :**

Conformément aux législations locales, les partenaires commerciaux reconnaissent et respectent le droit des travailleurs de librement créer ou adhérer à des syndicats, de se faire représenter, d'adhérer à des comités d'entreprise et de participer à des négociations collectives sans aucune sanction, discrimination ou harcèlement. Ils s'engagent également à ne pas défavoriser les travailleurs qui occupent des fonctions de représentant du personnel.

## Protection des données personnelles :

Les partenaires commerciaux s'engagent à accorder une attention toute particulière au respect des dispositions législatives, réglementaires, doctrinales et jurisprudentielles applicables en matière de protection des données personnelles et de la vie privée.

Si un traitement de données est réalisé pour le compte de France Télévisions, en tant que Responsable de traitement, celui-ci doit être encadré par une Annexe RGPD régissant la sous-traitance, fournie par France Télévisions, conformément à l'article 28 du RGPD qui détaillera notamment: les données personnelles concernées, les finalités du traitement, la nature du traitement de données et la catégorie de personnes concernées.

Dans l'hypothèse où France Télévisions et un partenaire commercial seraient des responsables conjoints du traitement au sens de l'article 26 du règlement européen sur la protection des données, ou chacun des responsables du traitement autonomes, France Télévisions et le partenaire commercial s'engagent à se rapprocher afin de définir et encadrer leurs obligations respectives dans un contrat dédié.

Les partenaires commerciaux s'engagent à respecter leurs obligations en matière de protection des données personnelles conformément au présent code de conduite, aux dispositions complémentaires prévues aux contrats et à la réglementation en vigueur. En cas de non-respect de ces obligations, le responsable de traitement a le droit de résilier immédiatement le contrat sans aucune indemnisation.

Les partenaires commerciaux s'engagent à traiter les données uniquement pour la ou les seule(s) finalité(s) qui fait/font l'objet du contrat avec France Télévisions, conformément aux instructions documentées du responsable de traitement en garantissant la confidentialité des données à caractère personnel traitées dans le cadre des contrats grâce à des mesures techniques et organisationnelles.

Les partenaires commerciaux peuvent faire appel à un sous-traitant ultérieur pour mener des activités de traitement spécifiques. Dans ce cas, ils en informent préalablement et par écrit le responsable de traitement, ainsi qu'à l'occasion de tout changement envisagé concernant l'ajout de nouveaux sous-traitants ou le remplacement des sous-traitants initialement prévus pour la réalisation des opérations de traitement de données à caractère personnel.

Il appartient au sous-traitant initial de s'assurer que le sous-traitant ultérieur présente les mêmes garanties suffisantes quant à la mise en œuvre de mesures techniques et organisationnelles appropriées de manière à ce que le traitement réponde aux exigences du règlement européen sur la protection des données. Si le sous-traitant ultérieur ne remplit pas ses obligations en matière de protection des données, le sous-traitant initial demeure pleinement responsable devant le responsable de traitement de l'exécution par l'autre sous-traitant de ses obligations.

Un transfert de données personnelles hors de l'UE ne peut avoir lieu que si, soit en application de l'article 45 du RGPD, la Commission européenne a constaté par voie de décision que le pays tiers destinataire assure un niveau de protection adéquat (décision d'adéquation), soit en application de l'article 46 du même règlement, le sous-traitant s'engage à fournir les garanties appropriées telles que prévues à l'article 46 – 2 – c du RGPD (clauses contractuelles types adoptées par la Commission européenne), et à la condition que les personnes concernées disposent de droits opposables et de voies de droits effectifs.



## Règles spécifiques aux programmes

Dans le cadre de nos partenariats avec les fournisseurs de programmes, des règles particulières peuvent s'appliquer notamment en ce qui concerne le travail des enfants.

Pour rappel, il existe en France une dérogation à l'interdiction du travail des enfants si ce dernier travaille dans une entreprise de spectacles, de cinéma, de radiophonie, de télévision, ou d'enregistrements sonores, en tant que mannequin, ou dans une entreprise ou association ayant pour objet la participation à des compétitions de jeux vidéo.

Ainsi, pour les œuvres faisant intervenir des enfants ou des adolescents, les fournisseurs de programmes s'engagent à obtenir toutes les autorisations nécessaires, notamment auprès des intervenants de l'œuvre et auprès des organismes de protection de l'enfance et des tuteurs légaux des enfants ou adolescents participant à l'œuvre.

Dans les émissions télévisées, en cas, de témoignages de mineurs, les fournisseurs de programmes reconnaissent avoir pris connaissance de la délibération du CSA du 17 avril 2007 relative à l'intervention des mineurs dans le cadre d'émissions de télévisions et des dispositions de la Charte relative aux témoignages de mineurs annexés aux contrats et s'engagent à annexer ladite charte aux autorisations requises citées ci-dessus.

Pour les programmes, faisant intervenir des enfants, tournés à l'étranger, les fournisseurs de programmes s'engagent à respecter la législation locale ou internationale si cette dernière est plus protectrice.

Les fournisseurs de programmes s'engagent à respecter les droits de l'Homme et parmi eux ceux de la dignité de la personne et de la présomption d'innocence.

Des attentes renforcées concernant les points ci-dessous existent à l'égard des fournisseurs de programmes, véritables partenaires de France Télévisions dans le déploiement de sa politique d'exemplarité et de sa politique de diversité.

Les fournisseurs de programme s'engagent à lutter contre toute atteinte ou discrimination à l'encontre des personnes notamment du fait de leur croyance, de leur sexe, de leur origine ou de leur choix de vie.

Ils s'engagent également à accompagner France Télévisions dans l'accomplissement de sa politique de diversité dont les 5 piliers sont l'égalité hommes/femmes, la diversité ethnoculturelle, sociale, le handicap et la représentation LGBTQIA+. Pour ce faire, ils veilleront à l'application de cette politique devant et derrière les caméras.

En application de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et de chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, et de l'article L.111-7 du Code de la construction et de l'habitation imposant de rendre accessibles à tous et notamment aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, les installations ouvertes au public et les lieux de travail, et ce nonobstant le statut public ou privé de leur propriétaire. Les fournisseurs de programmes s'engagent à n'utiliser pour la production de leurs programmes que des installations et aménagements tels que les plateaux, répondant aux exigences des textes précités.

De même, les décors devront être conçus de manière à pouvoir, le cas échéant, être utilisables par des personnes handicapées.

## SANTE ET SECURITE

### Hygiène, sécurité et formation :

Il est attendu de nos partenaires commerciaux qu'ils procurent à leurs travailleurs un environnement de travail sûr et sain.

Les risques liés à leurs activités doivent être identifiés et évalués. Les partenaires commerciaux doivent faire tout leur possible pour maîtriser ces risques et prendre les mesures de précautions nécessaires en matière de prévention et de protection des accidents et maladies professionnelles qui pourraient être provoqués par, associés à, ou résulter de l'activité de leur travailleurs, y compris durant la manipulation d'équipements ou durant les trajets professionnels.

Les partenaires commerciaux doivent donc établir des procédures et formations pour détecter, éviter et atténuer, dans toute la mesure du possible, tout danger pouvant représenter un risque pour la santé, l'hygiène et la sécurité du personnel.

Les partenaires commerciaux veillent également à ce que leurs activités ne nuisent pas à la santé et à la sécurité de leurs sous-traitants, des intervenants liés à l'opération et des populations avoisinantes.

Les partenaires commerciaux doivent respecter toutes les réglementations et lois locales et internationales applicables à cet égard. Les mêmes règles s'appliquent pour les logements éventuellement mis à disposition par les partenaires commerciaux.

## ENVIRONNEMENT

### Démarche d'amélioration:

Attentive à se conduire en média responsable et soucieuse de répondre à une démarche cohérente en tant qu'entreprise et média de service public, France Télévisions conduit une politique sociale et environnementale.

Dans la lignée de la politique RSE engagée par le Groupe, France Télévisions déploie une politique d'achats responsables intégrant dans les procédures d'achats et les marchés des objectifs de développement durable permettant de concilier l'inclusion et le progrès social, la protection et la mise en valeur de l'environnement et le développement économique.

Ainsi, les partenaires commerciaux devront veiller à l'empreinte environnementale des produits et services fournis à France Télévisions, notamment via :

- la participation à la lutte et à l'adaptation au changement climatique grâce à la réduction de son volume d'émission de gaz à effet de serre ;
- la prévention et l'utilisation durable des ressources et des déchets grâce aux principes de l'économie circulaire ;
- la protection des écosystèmes et de la biodiversité ;
- la prévention et la réduction de la pollution grâce à la diminution des rejets dans les milieux naturels (air, eau, sol) et des autres nuisances.

Pour ce faire, les partenaires commerciaux veilleront à privilégier l'achat, l'utilisation ou la fabrication d'écoproduits ou de produits labellisés et certifiés (écolabels officiels, auto-déclarations environnementales, éco-profils).

Ils s'engagent à respecter toutes les lois et réglementations locales et internationales en matière de respect et de protection de l'environnement et à minimiser continuellement les impacts de leurs activités sur l'environnement (énergie, eau, déchets, produits chimiques, pollution de l'air, changement climatique...) en se fixant des objectifs de réduction pour réduire ces impacts.

Les partenaires commerciaux doivent promouvoir la responsabilité environnementale au sein de leurs sociétés et encourager le développement et l'utilisation de technologies visant à limiter au maximum tous les impacts environnementaux tout au long de leur chaîne de sous-traitance et d'approvisionnement.

### Changement climatique

Les partenaires commerciaux devront s'engager activement dans la lutte contre le changement climatique en réduisant leur volume d'émission de gaz à effet de serre (évaluation des émissions, réduction des postes significatifs, réduction des consommations énergétiques, choix d'énergies moins polluantes ou décarbonées).

Ils veilleront également à se prémunir contre les conséquences du changement climatique sur leur activité en appréhendant la question de l'adaptation.

Les partenaires doivent pouvoir se doter d'objectifs de réduction volontaires ou résultant d'une volonté d'alignement avec les accords de Paris sur le climat, selon les modalités de la trajectoire dite SBT (Science Base Target).

### Traçabilité des produits:

Les partenaires commerciaux devront faire preuve d'une pleine transparence sur l'ensemble de leur chaîne de valeur, depuis la fabrication du produit jusqu'à la distribution à France Télévisions et devront pouvoir fournir tous les éléments de preuve demandés attestant de la bonne traçabilité du produit.

France Télévisions s'autorise à interdire tout produit ou toute méthode, indépendamment d'une acceptation tacite au niveau des propositions des partenaires commerciaux, ces derniers restants liés par leur obligation de résultat.

### Transports:

Les partenaires commerciaux devront être vigilants à l'impact des postes de transport. Qu'il concerne l'impact climat (émissions de gaz à effet de serre) ou la pollution (émissions de particules fines). Le poste transport comprend les déplacements propres de l'entreprise et ceux relatifs à leurs besoins d'approvisionnement. Les partenaires commerciaux s'engagent à

- utiliser des modes de transport qui limitent la consommation d'énergie fossiles
- utiliser des véhicules les moins émissifs rapportés au besoin défini et à respecter les normes en vigueur.
- organiser et optimiser les flux de transport afin d'en diminuer le coût environnemental.

### Gestion des Ressources et des Déchets: Respect du principe d'économie circulaire

Les partenaires commerciaux s'efforceront de minimiser l'utilisation de ressources (eau et matières premières) et de prévenir l'émission de déchets sur l'ensemble du cycle de vie de leur produit ou service (de l'extraction des matières jusqu'à la gestion de fin de vie). Le respect des principes de l'économie circulaire permettent de réduire en concordance la pression sur les ressources et l'émission de déchets. Qu'il s'agisse d'écoconcevoir, de réemployer, ou de recycler. Pour une utilisation plus durable et moins impactante pour l'environnement.

S'agissant du conditionnement des produits, les partenaires commerciaux privilégieront l'emploi de matériels durables et le recours à l'emballage réutilisable (système de l'emballage navette), recyclable et/ou issu de matières recyclées.

## ETHIQUE ET ANTI-CORRUPTION

**France Télévisions s'est engagée dans la conduite de ses activités à respecter un ensemble de valeurs et de principes consignés au sein de la «Charte d'éthique de France Télévisions» ; ceux-ci sont garants de son exemplarité en tant qu'entreprise de service public.**

**Ces principes incluent notamment et de manière non limitative le respect dans l'entreprise et avec l'ensemble des relations et partenaires de l'entreprise du socle législatif et réglementaire fondateur du service public, et l'engagement de France télévisions de conduire ses activités dans le respect des personnes et de l'environnement.**

**Dans l'élaboration de ses contenus, France Télévisions respecte et fait respecter scrupuleusement les principes de déontologie, de neutralité et de pluralisme ainsi que de lutte contre les discriminations, et de promotion de la diversité tels qu'énoncés dans la Charte des Antennes.**

**France Télévisions garantit que ses activités sont menées dans le respect des procédures applicables, dans le souci constant de prévenir tout conflit d'intérêts et de lutter contre la corruption conformément à la loi 2016-1691 du 9 décembre 2016, ainsi que dans le respect des règles applicables en matière de droits humains, de la santé et de la sécurité et de droit environnementale. Pour formaliser ces différents engagements, France Télévisions s'est dotée d'un code de conduite anti-corruption, d'un plan de vigilance et du présent code de conduite des partenaires commerciaux.**

### Corruption, paiement de facilitation et trafic d'influence :

France Télévisions applique une politique de « tolérance zéro » en matière de corruption et de trafic d'influence.

Les partenaires commerciaux s'engagent à prendre les mesures appropriées pour prévenir, détecter et sanctionner tout fait relevant, directement ou indirectement, de la corruption ou du trafic d'influence dans le champ de leurs activités.

Les partenaires commerciaux s'engagent également à ne pas pratiquer de paiements de facilitations, considérés comme des actes de corruption.

### Prévention des conflits d'intérêts :

Les partenaires commerciaux s'engagent à prendre les mesures nécessaires afin de

- prévenir la survenance de situations créant un conflit d'intérêts,
- gérer les situations dans lesquelles existent des liens d'intérêts dans le cadre de leur collaboration avec France Télévisions.

A cet effet, les partenaires commerciaux s'engagent à prévenir France Télévisions quand ils embauchent un ancien collaborateur de France Télévisions à un poste où il prend part, participe ou peut influencer les relations d'affaires entre le partenaire commercial et France Télévisions.

Pour ce faire, ils doivent envoyer un mail à La Directrice de la conformité, de l'éthique et de la déontologie à l'adresse suivante : [caroline.pasquet@francetv.fr](mailto:caroline.pasquet@francetv.fr)

## Cadeaux, invitations et voyages :

Pour rappel, les collaborateurs de France Télévisions sont tenus de respecter la procédure interne en matière de cadeaux, invitations et voyages.

Ainsi, les collaborateurs de France Télévisions ne peuvent accepter les cadeaux dont la valeur unitaire ou cumulée dépasse la somme de 150 euros sur un an de la part d'un même partenaire.

Ils ne peuvent accepter un cadeau en espèces ou financier ou sous forme de service ou avantage en nature.

Ils ne peuvent accepter les cadeaux livrés à leur domicile, que le cadeau leur soit destiné ou qu'il soit destiné à un membre de leur famille ou à un de leurs proches.

De la même façon, ils ne peuvent solliciter un cadeau ou avantage pour eux, ou pour un membre de leur famille ou un proche.

Par exception aux règles édictées ci-dessus, les collaborateurs de France Télévisions ayant participé à une procédure de marché public ne peuvent accepter aucun cadeau.

S'agissant des invitations à déjeuner, les collaborateurs de France Télévisions ne peuvent accepter les invitations que si elles ont un caractère professionnel, un niveau raisonnable et qu'elles n'interviennent pas en période d'appel d'offres ou en période de prise de décision concernant leur auteur.

Enfin, concernant les invitations à des manifestations extérieures, séminaires, voyages, séjours etc., ces dernières doivent obligatoirement avoir un caractère professionnel.

Les partenaires commerciaux sont informés que France Télévisions a déployé une plateforme de déclaration des cadeaux et invitations auprès de ses collaborateurs.

## Engagement des partenaires commerciaux:

France Télévisions attend de ses partenaires commerciaux un comportement exemplaire en matière d'intégrité dans la conduite de leurs activités.

Les partenaires commerciaux, quant à eux, s'engagent à respecter les règles énoncées ci-dessus et à appliquer des règles similaires à leur propre personnel notamment en adoptant un dispositif de lutte contre la corruption.

Les partenaires commerciaux s'engagent également à agir en conformité avec la législation locale, nationale et internationale applicable notamment en matière de corruption, de trafic d'influence, de conflit d'intérêts, de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

## RESPECT DU CODE DE CONDUITE DES PARTENAIRES COMMERCIAUX ET CONTROLE DE CONFORMITE

Les partenaires commerciaux s'engagent à respecter les principes énoncés dans le présent code de conduite ainsi qu'à évaluer et gérer les risques dans tous les domaines visés dans le présent document. Ils sont invités à élaborer leurs propres directives ou politiques contraignantes visant à garantir le respect de ces normes.

Les partenaires commerciaux doivent également veiller à ce que leurs propres fournisseurs, prestataires ou sous-traitants respectent les principes prévus dans le présent Code de Conduite.

France Télévisions se réserve le droit de contrôler le respect des principes du présent code de conduite et de mener des audits de conformité chez ses partenaires commerciaux, notamment en cas de signalement déposé sur la plateforme d'alerte éthique du Groupe. Ces audits seront menés par un prestataire extérieur choisi dans le cadre d'un marché public.

Les partenaires commerciaux s'engagent à

- transmettre tout document nécessaire à la vérification de la conformité au présent code,
  - autoriser France Télévisions et ses mandataires à accéder aux locaux concernés par l'audit et à délivrer toute information nécessaire à l'évaluation,
  - maintenir un niveau d'archivage suffisant pour prouver le respect du code de conduite
- Partenaires commerciaux.

En cas de manquement, France Télévisions adresse une lettre de notification au partenaire commercial concerné, reprenant la liste des manquements et les actions correctives à mettre en œuvre dans un délai qui lui sera signifié.

Une visite de contrôle permettra de s'assurer de la mise en œuvre effective des actions correctives.

A défaut de mise en œuvre des engagements dans le délai imparti, France Télévisions se réserve le droit, selon la nature et la gravité du manquement, de rompre unilatéralement les relations avec le partenaire commercial aux torts exclusifs de ce dernier et, le cas échéant, à demander réparation du préjudice qu'elle aurait pu subir du fait de ces manquements.

Est applicable aux partenaires commerciaux, la version du Code de conduite en vigueur à la date de signature du contrat.

## PLATEFORME D'ALERTE

Afin de recueillir toutes les alertes professionnelles, notamment celles relatives au contenu du présent code de conduite Partenaires commerciaux, France Télévisions a mis en place un dispositif permettant de contacter le référent Ethique et Conformité. Ce dispositif, accessible à tous, garantit non seulement la confidentialité de l'identité de l'auteur du signalement mais également la confidentialité de l'identité des personnes visées par l'alerte et des informations recueillies dans ce cadre. Le dispositif d'alerte est accessible à l'adresse suivante :

**<https://alertefrancetelevisions.fr>**

Les partenaires commerciaux s'engagent à informer régulièrement l'ensemble de leurs travailleurs de l'existence de cette plateforme.