



ÉTHIQUE ET TRANSPARENCE

LA FRANÇAISE
ET SES COLLABORATEURS
S'ENGAGENT



Code de bonne conduite

SOMMAIRE

- ◆ Introduction p. 4
- ◆ Une entreprise à l'écoute de ses clients p. 7
 - Le client est notre raison d'être p. 8
 - Nous protégeons les données de nos clients p. 10
 - Nous connaissons nos clients p. 12
 - Nous sommes toujours là p. 14
- ◆ Une entreprise à l'écoute de ses collaborateurs p. 17
 - Nous sommes attentifs à la non-discrimination p. 18
 - Nous facilitons les alertes pour prévenir les situations à risque p. 20
 - Nous assurons la formation de nos collaborateurs p. 22
- ◆ Une entreprise aux valeurs fortes p. 25
 - Une conduite irréprochable p. 26
 - Une entreprise éthique et indépendante p. 28
 - Un investisseur responsable p. 30
 - Une entreprise soucieuse de son empreinte p. 32
 - Une politique de mécénat avisée p. 34
- ◆ Une entreprise solide p. 37
 - Des risques bien encadrés p. 38
 - Une attention particulière portée à notre réputation p. 40
- ◆ Index p. 42

“ Rendre accessible à chacun ce qui est de l'ordre du réglementaire et s'assurer qu'ensemble nous partageons les mêmes valeurs ”



Pascale Auclair - Secrétaire général de La Française



INTRODUCTION

Ce document a une double vocation et beaucoup d'ambitions. Nous définissons et précisons ici nos engagements et nos valeurs, de manière non exhaustive en ayant pris soin de sélectionner ce qui a le plus de sens pour nous. Mais avant tout, nous avons voulu faire un recueil de bonnes pratiques à l'usage de tous les collaborateurs et parties prenantes de La Française.

Sous forme d'un guide clair et structuré, avec des fiches didactiques, ce document reprend un certain nombre d'obligations réglementaires parmi celles qui nous semblent les plus porteuses de sens. En effet, ce guide ne se substitue pas aux différents règlements, codes, procédures et chartes qui régissent la vie de l'entreprise. En revanche il en permet un accès rapide et une meilleure compréhension. Car les documents qui ont pouvoir de règlement sont nombreux et si chaque collaborateur a devoir de s'y soumettre, force est de constater qu'il est parfois difficile de s'y retrouver, et de tout assimiler.

Ainsi nous proposons une approche thématique afin de permettre à chacun de comprendre quelles sont les valeurs fondatrices du Groupe et concrètement comment les valoriser tout en répondant au mieux aux attentes des régulateurs.

Le client en premier, car il est notre raison d'être et nous avons envers lui des obligations morales autant que réglementaires afin de répondre à ses attentes et protéger ses intérêts. Cela passe bien évidemment par **l'écoute** et **la proximité** : une communication claire, une connaissance affinée de ses besoins, la protection de ses données et l'obligation de lui assurer un service constant quelles que soient les circonstances, car nous visons **l'excellence**.

Le premier chapitre de ce document porte donc sur la primauté client, la protection

des données, la connaissance client et la continuité des activités.

L'entreprise existe **pour** ses clients et **par** ses collaborateurs. C'est la diversité qui fait sa richesse, permet la **créativité**, **l'agilité** et favorise **l'innovation**. Nous restons à **l'écoute** de tous, veillons tous au bien-être les uns des autres et à l'épanouissement professionnel.

Ainsi dans le deuxième chapitre nous parlons de non-discrimination, de droit d'alerte et de formation.

Ce sont les valeurs communes qui sont le ciment de l'entreprise. Elles sont incarnées par chaque collaborateur et sont le reflet d'un **engagement** moral fort, d'une exigence d'**intégrité**. La **responsabilité** de l'entreprise est celle de chacun de ses collaborateurs, tous responsables dans la construction d'une société **éthique** par ses valeurs morales et dans la construction d'un avenir soutenable en termes environnementaux et sociétaux.

C'est la raison pour laquelle dans ce troisième chapitre nous évoquons la lutte contre le financement du terrorisme, la corruption, les abus de marchés et conflits d'intérêts, mais aussi notre vision d'une finance responsable : la prise en compte des critères ESG dans notre métier d'asset manager et nos engagements RSE en tant qu'entreprise.

Enfin le dernier chapitre aborde notre solidité face aux risques, qu'ils soient inévitables à notre métier (risque de marché par exemple), au cadre réglementaire, à notre fonctionnement ou au contexte avec une attention particulière aux risques nouveaux face auxquels notre vigilance et notre **agilité** sont les meilleurs atouts.

Ce document a été construit en mode projet, grâce à une équipe transverse issue des différents services concernés : conformité & contrôle interne, sécurité des systèmes d'information, risques Opérationnels, direction des ressources humaines, département en charge de la politique RSE... le tout piloté par la Communication. Il est amené à évoluer,



Une entreprise à l'écoute de ses clients



“ Le respect des procédures et des contraintes réglementaires est un minimum requis, mais c’est aussi l’expression du sincère respect porté à nos clients et nos partenaires ”



LE CLIENT EST NOTRE RAISON D'ÊTRE

La protection des intérêts de ses clients est, pour La Française, une préoccupation majeure qui dépasse de beaucoup la simple obligation réglementaire. Qu'il s'agisse d'un client particulier ou d'un investisseur institutionnel, nous devons toujours en première intention, considérer chaque situation, prendre chaque décision, diriger nos actions à partir de cette question "quel est l'intérêt de mon client ?". Cela peut sembler une évidence pour les commerciaux, le marketing ou le back office, mais l'état d'esprit doit être le même pour tous les acteurs de l'entreprise.

Les réglementations nous imposent de communiquer une information claire, exacte et non trompeuse à nos clients, les fonctions de conformité sont là pour nous y aider. Mais au-delà des règles à appliquer (comme présenter nos produits de façon équilibrée en précisant non seulement leurs avantages mais également les risques et coûts associés) nous nous astreignons à une communication explicite et une information précise. Nous nous appliquons à diffuser à nos clients une culture financière et des outils (Moniwan) pour leur permettre d'être acteurs de leurs placements. Nos publications, nos évènements (Mix, Club...), notre plateforme dédiée en ligne (BlueRoom) nous permettent de partager notre expertise.

Penser systématiquement "primauté client", en apportant une information complète et précise, mais aussi accessible, en recevant et en traitant les remarques ou réclamations clients avec diligence, doit rester notre objectif premier.

Nos clients nous font confiance, notre priorité est d'être à la hauteur de leurs attentes.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ Le Groupe est doté d'un service conformité/contrôle interne/risque opérationnel & Data Protection d'une vingtaine de collaborateurs dont le métier est précisément de veiller à la protection des intérêts des clients. La conformité est sollicitée pour la création de tout nouveau produit. Elle valide toutes les informations promotionnelles et s'assure du bon traitement des réclamations formulées par les clients.
- ◆ En cas de dysfonctionnement impactant directement ou indirectement un client, La Française s'engage à traiter rapidement la situation sans que celui-ci ait à supporter de pertes.
- ◆ La Française s'appuie sur des outils novateurs pour mettre à disposition de tous des connaissances permettant la co-construction de projets d'investissement.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois agir comme si le client était un proche dont je souhaite protéger les intérêts.
- Je respecte la vie privée de mon client et ne collecte que les données essentielles.
- En cas de dysfonctionnement, je dois en informer les équipes en charge des risques et la conformité et mettre en place des actions de résolution.
- Je dois systématiquement faire valider mes communications produits destinées aux clients particuliers par les équipes conformité.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas être sensible aux conditions de rémunération dans mes conseils, seul doit compter l'intérêt du client.
- Je ne dois pas occulter les frais liés aux produits ou les minimiser auprès du client.
- Je ne dois pas passer sous silence ou minimiser les risques et les caractéristiques négatives d'un produit.
- Je ne dois pas être jargonnant lorsque je m'adresse à un client.

EXEMPLES

- ◆ **La documentation commerciale du nouveau produit n'a pas encore été validée par le RCCI/RCSI, pourtant j'aimerais parler de ce produit à mon client, je suis certain qu'il sera intéressé.**

Avant d'être diffusée, la documentation écrite doit avoir suivi le process prévu. Dans l'intérêt du client, le RCCI/RCSI va s'assurer que la documentation ne peut en aucun cas être trompeuse et que les risques et inconvénients possibles du produit seront bien mis en équivalence.

- ◆ **Un client par téléphone me signale une erreur sur des éléments transmis par courrier : Bulletin trimestriel SCPI. Comment réagir ?**

Vous devez remonter l'information dans la base incidents et faire corriger le document.

- ◆ **Je constate qu'il existe une commission de surperformance sur un fonds, puis-je conseiller à mes clients un arbitrage afin que le groupe profite de cette rémunération ?**

Non, pas si c'est le seul critère, vous devez toujours considérer l'intérêt exclusif du client.

- ◆ **Je suis informé(e) que sur tel ou tel produit, les réclamations clients sont plus nombreuses que sur d'autres produits. Puis-je continuer à le proposer à certains clients ou prospects ?**

Oui - Chaque client étant différent avec une appétence au risque très personnelle et des objectifs d'investissement spécifiques. Toutefois, il ne faut pas occulter les caractéristiques de ce produit qui sont à l'origine des réclamations, et veiller à ce que, malgré ces caractéristiques, ce produit corresponde bien à la situation propre à ce client.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

- Code de déontologie
- Code de conduite anticorruption
- Charte de bonne conduite protection des données personnelles
- Consentement des personnes concernées
- Procédure de collecte des incidents
- Politique synthétique Groupe de gestion des conflits d'intérêts



NOUS PROTÉGEONS LES DONNÉES DE NOS CLIENTS

Nous attachons une très grande importance à la protection des données. Si elles sont essentielles à la conduite de notre activité, nous sommes également attentifs au respect des droits fondamentaux de nos clients et de nos collaborateurs, à savoir la protection de leur vie privée, par respect de celle-ci et pour éviter tous risques de fraude dont l'usurpation d'identité.

Certaines obligations légales (notamment de lutte contre le blanchiment) nous imposent de collecter un nombre important de données personnelles. Mais nous veillons à ne conserver que les informations indispensables. Nous mettons en œuvre les moyens nécessaires pour en assurer la sécurité dans la conservation comme dans l'utilisation ou encore dans les phases de transfert d'informations. Nous devons veiller à ce que l'utilisation faite de ces données se limite au strict nécessaire, qu'elles ne soient accessibles qu'aux personnes dûment autorisées et qu'elles soient détruites à péremption. Bien entendu ce qui vaut pour nos clients vaut aussi pour nos fournisseurs, et en interne, vis-à-vis de nos collaborateurs. Nous garantissons à chacun la possibilité d'exercer ses droits (accès, portabilité, rectification...).

La protection des données est un sujet d'actualité encadré par le Règlement Général sur la Protection des Données auquel nous portons toute notre attention.

NOS ENGAGEMENTS

La Française a mis en place une organisation rigoureuse.

- ◆ Dès 2018, le Groupe a nommé un DPO (Data Protection Officer) chargé de conseiller et contrôler que les standards exigés par La Française concernant les données clients sont respectés. Le dispositif est également soumis à des audits.
- ◆ La direction informatique est soumise à des audits réguliers réalisés par des cabinets extérieurs.
- ◆ Le département dédié à la sécurité des systèmes d'information définit les règles de protection imposées aux utilisateurs et aux informaticiens et contrôle l'application des bonnes pratiques.
- ◆ La Française s'est engagée auprès de ses clients en rédigeant une "Politique de confidentialité et de cookies".
- ◆ Tous les collaborateurs sont formés et sensibilisés à la protection des données.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois collecter uniquement les données clients strictement nécessaires et les utiliser uniquement pour l'objectif défini.
- Je dois me rapprocher du RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information) et du DPO pour être accompagné sur les aspects de sécurité et conformité sur tout nouveau projet.
- Je dois informer mon client, et selon le cas, recueillir son consentement pour toute évolution dans l'utilisation de ses données.
- Je dois avoir pris connaissance et respecter en tout point les Chartes Informatiques et la Politique de confidentialité.
- Je dois avoir pris connaissance et appliquer la Charte de bonne conduite de gestion des données personnelles.
- Je dois m'assurer qu'un accord de confidentialité existe avant d'envoyer des informations chez un tiers (organisation d'évènement ou routage d'un mailing par exemple).
- Au moindre doute je questionne le RSSI ou le DPO et je ne me contente pas d'agir "comme d'habitude".

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas être négligeant avec des documents contenant des données à caractère personnel (par exemple je ne dois pas laisser traîner des copies de pièce d'identité sur un bureau).
- Je ne dois pas envoyer un fichier de données confidentielles ou personnelles par mail (il pourrait être intercepté, détourné).
- Je ne dois pas multiplier les fichiers de travail contenant des données personnelles.
- Je ne dois pas ignorer ou négliger des demandes d'accès à des données.
- Je ne dois pas demander à un client ou un partenaire le mot de passe qu'il utilise pour accéder à nos services.
- Je ne dois pas lancer un nouveau traitement de données personnelles sans en avoir échangé avec le DPO ou le RSSI.

EXEMPLES

- ◆ **Un client me sollicite pour savoir quelles sont les données personnelles que nous avons collectées et quelles en sont les finalités.**
Contactez le DPO afin que celui-ci puisse traiter la demande d'accès du client. Si besoin il se rapprochera du client pour lui demander des compléments d'informations.
- ◆ **Je me suis fait voler mon ordinateur portable lors d'un déplacement.**
Vous devez en informer au plus vite le support informatique ou le département sécurité des systèmes d'information.
- ◆ **Un fichier contenant des données clients a été transmis par erreur à un destinataire non désiré.**
Il faut immédiatement contacter le DPO pour évaluer la situation (par mail à DIF-DPO)
- ◆ **Je souhaite créer un nouveau support d'information type newsletter et l'envoyer à l'ensemble de mes contacts.**
Vous ne pouvez l'adresser qu'à vos interlocuteurs ayant formellement donné leur accord et par les moyens mis à disposition par l'entreprise. Rapprochez-vous du DPO afin qu'il vous accompagne dans l'organisation de ce projet.
- ◆ **Une femme se présentant comme l'épouse de mon client m'appelle pour connaître le montant de ses avoirs en SCPI.**
Pour des raisons de confidentialité évidentes ce type d'information ne doit être accessible qu'à son souscripteur. De plus, si la personne ne peut justifier de son identité, il faut faire une déclaration d'incident pour suspicion de fraude.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Politique de confidentialité

Politique de cookies

Charte de bonne conduite protection des données personnelles

Politique des durées de conservation des données

Procédure de traitement des violations de données

Chartes informatique (charte utilisateur, charte prestataire, charte administrateur)

Politique de sécurité des systèmes d'information



NOUS CONNAISSONS NOS CLIENTS

Bien connaître son client est le premier pas vers une relation durable et efficace. C'est primordial pour être en mesure de lui proposer des produits qui lui correspondent et un service au plus près de ses attentes, que le KYC (Know Your Customer) permet de cerner. Parler d'épargne à un client particulier ne revient pas uniquement à lui vendre un produit, c'est aussi l'accompagner dans la construction de son avenir.

La démocratisation de l'épargne (notamment par le biais de plateformes de distribution en ligne comme Moniwan) ne doit pas aboutir à une banalisation de l'acte d'investir. Il s'agit d'un acte engageant. On ne prépare pas sa retraite comme on achète un produit de consommation courante.

D'ailleurs les régulateurs (l'AMF et l'ACPR) sont particulièrement attentifs à la protection de l'épargne des Français. Pour protéger les intérêts et l'épargne de nos clients nous devons tenir compte de leur situation personnelle, de leurs objectifs d'investissement, et de leur tolérance au risque.

La connaissance client est aussi une sécurité pour tous, pour nous prémunir contre les risques liés au blanchiment ou au financement du terrorisme.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ La Française s'attache à proposer des produits adaptés à ses clients et à leurs objectifs de vie. La diversité de nos expertises nous permet de pouvoir proposer une réponse adaptée.
- ◆ Le circuit court (la proximité entre la distribution et la création de produits) permet une remontée d'information efficace afin que l'offre réponde réellement à la demande.
- ◆ Le Groupe est très actif au niveau des organismes de place (ASPIM, AFG, AMF...) qui nous sollicitent régulièrement. Notre voix est entendue et nous permet de participer à l'avancement des évolutions réglementaires en veillant à l'intérêt client tout en étant en ligne avec nos propres objectifs.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois être conscient en permanence de l'importance de ma mission puisqu'il est question de l'épargne de mon client.
- Je dois écouter et prendre le temps de découvrir mon client au-delà du questionnaire de connaissance client.
- Je dois avoir une bonne connaissance des produits que je suis amené à conseiller (dans ses aspects favorables mais aussi dans ses limites ou contraintes) et l'actualiser en permanence.
- Je dois toujours rester conscient de la possible vulnérabilité de mon client.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas standardiser mes conseils, chaque client étant unique.
- Je ne dois pas considérer que je connais mon client parce que je lui ai fait remplir un questionnaire au début de notre mise en relation (ou une fois pour toutes).
- Je ne dois pas me contenter des réponses de mon client qui aura naturellement tendance à surévaluer son niveau de connaissances. Je dois savoir prendre du recul et garder mon esprit critique avec une dimension psychologique.

EXEMPLES

- ◆ **J'ai des objectifs professionnels pour pousser tel ou tel produit auprès des clients. Est-ce incompatible avec la connaissance et protection de mon client ?**

Ce n'est pas forcément incompatible mais cette situation peut être sensible. Vous devez pouvoir justifier de la qualité du conseil délivré à un client, et du fait que votre conseil sur tel produit a été fait dans son intérêt exclusif.

- ◆ **Après la découverte de la situation personnelle de ce prospect, je prends conscience que le produit qu'il me demande ne lui correspond pas vraiment. Que dois-je faire ?**

Vous devez le conseiller au mieux de ses intérêts. Notre gamme est large et il existe certainement à La Française une solution d'investissement qui répond à ses besoins. Si ce n'était pas le cas, il faudrait assumer le fait qu'aucun de nos produits ne lui convient et donc renoncer à la relation.

- ◆ **Un produit du Groupe est dans une situation difficile. Je pense que c'est une bonne idée de pousser ce produit pour inciter des nouveaux clients à y souscrire.**

Attention ! Seul l'intérêt particulier de chaque investisseur doit être pris en compte pour orienter votre conseil vers ce produit, et non la situation dans laquelle se trouve ce produit. Votre conseil doit être tracé et justifié dans l'intérêt exclusif du client (déclaration d'adéquation-MIF II).

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Procédure commercialisation



NOUS SOMMES TOUJOURS LÀ

Être toujours présent et en ordre de marche est une exigence à laquelle nous nous tenons depuis toujours, avec des Plans de Continuité efficaces et rigoureux qui nous permettent d'assurer le maintien des activités critiques en toutes circonstances.

Les risques sont multiples : du sinistre sur site à la gestion de risques sanitaires. La Française a fait face à des événements exogènes exceptionnels qui lui ont permis de valider la résilience de son organisation.

C'est bien entendu un atout pour l'entreprise, mais aussi et surtout une sécurité pour les clients auxquels nous devons une continuité de nos services, sans rupture. Les équipes commerciales sont en mesure de rassurer les clients et les avoirs sont correctement gérés, y compris dans un environnement boursier difficile.

En toutes circonstances, les fonctions supports restent mobilisées afin d'assurer des conditions de travail optimales et de maintenir le lien entre les collaborateurs qu'ils travaillent au siège ou à distance.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ L'organisation de La Française permet une gestion sans rupture et de qualité, même en situation de crise de marché, pandémie ou autres situations exceptionnelles, afin de satisfaire ses clients. Chaque Direction participe activement à l'élaboration et à la mise à jour régulière de ses propres Plans de Continuité.
- ◆ Les ressources informatiques centrales du Groupe sont répliquées afin de réduire l'impact en cas de sinistre majeur.
- ◆ Quel que soit son lieu de travail - dans les bureaux de La Française ou en télétravail régulier ou occasionnel - ou son lieu d'intervention comme dans le cadre de déplacements professionnels, l'organisation du Groupe permet à tous les collaborateurs de travailler dans des conditions optimales : dotation de moyens matériels et logiciels adaptés, possibilité de se former en continu sur les outils collaboratifs, accès au support informatique renforcé pour les équipes en France et à l'International.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois me conformer aux Plans de Continuité des Activités et aux instructions de la direction en cas de crise.
- Je dois veiller au bon état des outils de travail qui m'ont été confiés et alerter en cas de dysfonctionnement.
- Je dois m'assurer que mes missions puissent être reprises par mes collègues en cas d'imprévu (procédures et documents partagés).
- Je dois utiliser les outils collaboratifs mis à disposition par le groupe pour fluidifier et simplifier le partage d'informations et pour assurer la sécurité des données.
- Je fournis un numéro de téléphone personnel pour être joignable en cas d'urgence absolue.
- En tant que manager je dois promouvoir la polyvalence, favoriser les relais internes et organiser le suivi des dossiers afin de garantir la continuité de service.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas méconnaître les règles et procédures mises en place.
- Je ne dois pas conserver les documents de travail sur un espace accessible à moi seul.
- Je ne dois pas déroger aux règles de sécurité en utilisant des outils informatiques qui n'ont pas été validés par le RSSI.

EXEMPLES

- ◆ Dans mon équipe, un collaborateur m'informe qu'il n'est pas en mesure de télétravailler si cela s'avérait nécessaire, n'étant pas équipé pour exercer son activité depuis son domicile...

Chaque manager doit anticiper la capacité de son équipe à travailler à distance dans des conditions optimales et par le biais des dispositifs mis à disposition par l'entreprise. Il est effectivement de la responsabilité du collaborateur d'alerter en cas de difficulté mais il doit aussi être force de proposition. Il convient de se rapprocher du support informatique pour trouver une solution.

Le succès du travail à distance repose avant tout sur la flexibilité, la confiance, la transparence et l'interactivité entre tous.

- ◆ J'organise une réunion importante pour lancer un groupe de travail. Nous ne pouvons pas être tous en présentiel mais les documents à partager sont trop lourds à envoyer par mail, comment faire ?

Il existe plusieurs moyens permettant le partage et l'accès simultané à des documents. Pour accompagner les nouveaux usages le Groupe a choisi des outils collaboratifs qui ont été validés par le RSSI et l'ensemble du Groupe a été formé, vous êtes invité à utiliser ces solutions sans modération.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Chartes informatiques

Politique de sécurité des systèmes d'information



Une entreprise à l'écoute de ses collaborateurs



**“ Être acteur de l'entreprise
c'est se sentir concerné et être attentif.
En dehors de règles essentielles de bonne conduite,
les collaborateurs du Groupe partagent
une certaine attitude et des convictions fortes. ”**



NOUS SOMMES ATTENTIFS À LA NON-DISCRIMINATION

Le Groupe La Française est un employeur inclusif et non-discriminant. Nous sommes attentifs à la non-discrimination dans notre processus de recrutement, dans notre politique de promotion ou de mobilité, et durant toute la vie professionnelle des collaborateurs dans l'entreprise. L'équité et l'égalité des chances sont des valeurs sociales auxquelles le Groupe La Française est profondément attaché.

Nous sommes convaincus que la diversité est un levier de richesse, de performance et de développement dans notre organisation. Elle renforce notre créativité, offre une plus grande ouverture d'esprit et nous permet de développer des produits innovants.

Cette démarche s'applique bien évidemment également dans nos rapports avec nos clients, partenaires, fournisseurs et toute personne qui interagit avec La Française.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ La Française s'engage à ce que les collaborateurs en charge du recrutement suivent une formation sur la non-discrimination tous les 3 ans, alors que la loi ne l'impose que tous les 5 ans.
- ◆ Nous nous engageons à partager avec toutes les personnes impliquées dans le processus de recrutement, tant en interne qu'en externe, notre charte du recrutement inclusive.
- ◆ Nous démontrons nos convictions en invitant des femmes et des hommes à témoigner dans les forums étudiants afin de représenter la mixité dans nos métiers.
- ◆ Nous sensibilisons nos collaborateurs à l'intégration du handicap grâce à des animations internes.
- ◆ Nous nous engageons à prendre en compte les situations personnelles des collaborateurs (par exemple, jeunes parents, salariés aidants, personnes en situation de handicap ou malades, etc.) afin de concilier au mieux l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.
- ◆ Nous avons mis à disposition des candidats et de nos collaborateurs des politiques de confidentialité.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois rejeter toute forme de discrimination et tout préjugé, qu'il s'agisse d'apparence physique, d'origine, de sexe, de mode de vie, de religion, d'origine sociale etc., dans mes relations en tant que collaborateur et dans mes décisions en tant que manager.
- Mon jugement managérial doit être fondé uniquement sur les compétences et l'engagement de mes collaborateurs.
- Je dois accueillir, écouter et venir en aide (si nécessaire avec l'aide de mon manager et/ou de la DRH) aux personnes qui pourraient se sentir victimes de discrimination et leur conseiller d'utiliser la plateforme WhistleB.
- J'alerte le référent lorsque je suis témoin de harcèlement ou d'agissement sexiste.
- Je dois être intransigeant sur les comportements et les expressions verbales même si elles semblent anodines.
- Je demande à nos partenaires externes de respecter les mêmes principes.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas faire ou accepter de remarques sur le physique, l'origine sociale ou ethnique, etc.
- Je ne dois pas imposer de méthodes de travail ou horaires qui pourraient être discriminants ou mettre en difficulté un collaborateur.

EXEMPLES

- ◆ La Direction des Ressources Humaines me propose d'intégrer une personne en situation de handicap mais je m'inquiète des conséquences sur l'équipe.

Cette personne sera recrutée sur ses compétences, et si elle est compétente elle sera bien acceptée.

Il faut respecter le choix de confidentialité du collaborateur. S'il souhaite tenir informé la Direction des Ressources Humaines, son manager, voire son équipe de son handicap, un dialogue sera favorisé afin de faciliter son intégration, et de prévoir un éventuel aménagement de poste.

- ◆ Nous avons des métiers très masculins, et une seule femme dans l'équipe. L'agence qui prépare notre séminaire me propose des activités très "genrées" avec une forte proximité physique.

Pour que ce séminaire soit une réussite il faut que tous se sentent bien. Renoncez aux activités discriminantes (basées sur la force physique par exemple) et proposez une alternative valorisante. Veillez également à ce que personne ne soit en risque de se retrouver dans une situation humiliante.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

- Charte du Recrutement by La Française
- Politique en matière de protection de la confidentialité : Recrutement
- Accord égalité F/H et QVT
- Code du travail (discrimination à l'embauche)
- Règlement intérieur



NOUS FACILITONS LES ALERTES POUR PRÉVENIR LES SITUATIONS À RISQUE

Être responsable, c'est aussi savoir tirer le signal d'alarme. Nous pouvons tous être un jour témoin d'une situation qui pourrait être, ou devenir, à risque. Qu'il s'agisse de prévenir un risque financier, un risque de sécurité informatique ou une atteinte à une valeur forte du Groupe, nous sommes tous de possibles lanceurs d'alerte. Toute suspicion doit être signalée, puis analysée avec soin et objectivité, afin de prendre toutes les mesures en vue de préserver les intérêts du Groupe et ceux de ses collaborateurs.

Que vous soyez interpellé par une situation que vous pourriez interpréter comme du harcèlement, que vous ayez des doutes sur l'intégrité d'un fournisseur, d'une autre partie prenante... chaque collaborateur est en devoir d'alerter sa hiérarchie, le référent adéquat ou d'utiliser le canal d'alerte mis à disposition.

De même, nous attendons de chacun une vraie conscience de son rôle en tant qu'acteur de l'entreprise : se sentir concerné, être attentif, c'est aussi prévenir les situations à risques, qu'il s'agisse de sa santé ou de son bien-être.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ Les dispositifs d'alerte sont à la disposition des collaborateurs pour leur permettre de protéger leurs droits et d'assurer leur anonymat, c'est une alternative à la voie hiérarchique.
- ◆ Il existe un référent pour chaque type d'alerte et toutes les alertes sont traitées avec diligence.
- ◆ Dans le cadre de la lutte anticorruption et contre le harcèlement, le respect de l'anonymat contribue à protéger les lanceurs d'alerte. Ces alertes sont reçues par au moins 3 personnes, afin d'en garantir la prise en compte et la non-partialité. Elles sont traitées de manière objective en toute indépendance de façon à préserver les droits de chacun (le lanceur d'alerte, la ou les personnes mises en cause, les victimes).

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- En cas de suspicion de fraude ou de corruption j'utilise le dispositif d'alerte mis à disposition.
- Je suis victime ou témoin d'une situation de harcèlement, j'alerte directement le référent anti-harcèlement ou anonymement via l'outil.
- Lorsque je reçois un mail douteux, je dois immédiatement prévenir le département sécurité des systèmes d'information ou le support informatique.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas divulguer d'informations confidentielles (identité, situation...) à des personnes non habilitées sur une enquête en cours ou close.
- Je ne dois pas dissuader un collaborateur qui souhaite faire un signalement.
- Je ne dois pas compter sur le fait qu'une autre personne fera le signalement.
- Je ne dois pas remonter d'informations dans le seul but de nuire à autrui, ou de me faire valoir.
- Je ne retarde pas le signalement d'événements pouvant impacter la sécurité du système d'information.

EXEMPLES

- ◆ Un fournisseur m'invite à Ibiza afin de discuter tranquillement du renouvellement de son contrat. Puis-je accepter ?
Refusez poliment l'invitation et informez le référent anticorruption. Accepter un cadeau ou un avantage peut dissimuler un acte corruption.
- ◆ J'ai surpris une conversation qui faisait clairement référence à une opération délictueuse entre un collègue et un partenaire. Que faire ?
Vous devez expressément réagir. Parlez-en à votre hiérarchie ou utilisez le dispositif d'alerte, l'anonymat sera respecté. Veillez à faire preuve de discrétion.
- ◆ Je reçois un mail de la part d'un dirigeant du Groupe qui m'invite à opérer un transfert de fonds dans le cadre d'une opération hautement sensible (et donc confidentielle), comment réagir ?
Ne répondez surtout pas au message et prévenez aussitôt le département sécurité des systèmes d'information en lui transférant le message afin qu'il puisse analyser la situation. Il peut s'agir d'une tentative de fraude.
- ◆ Je reçois un mail m'informant que des pirates menacent de divulguer des données de nos clients si nous ne payons pas une rançon sous 48h...
Ne répondez surtout pas au message, prévenez aussitôt le département sécurité des systèmes d'information. Ce type de chantage est malheureusement courant et les pirates font pression sur leurs victimes afin de récupérer de l'argent. Payer une rançon peut contribuer au financement du terrorisme.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

- Procédure de collecte des incidents
- Chartes informatiques
- Code de conduite anticorruption
- Politique groupe alerte interne
- Règlement intérieur
- Plateforme d'alerte
- Plan de prévention des risques psychosociaux (RPS)
- Politique de gestion des conflits d'intérêts (Groupe)
- Politique de gestion des conflits d'intérêts LF REM



NOUS ASSURONS LA FORMATION DE NOS COLLABORATEURS

Le respect des lois et réglementations est bien entendu pour nous d'une importance capitale. Le moyen d'y parvenir est d'assurer un niveau de formation de qualité. Nous recherchons toujours le moyen le plus efficace et le plus adapté pour former nos collaborateurs. Par exemple, les dispositifs de lutte contre le blanchiment d'argent et de lutte contre la corruption doivent être compris et intégrés. Tout est mis en œuvre par les équipes dédiées de la Direction de la Conformité & du Contrôle Interne et de la Direction des Ressources Humaines pour en faciliter l'accès. D'une manière générale, nous attendons une adhésion totale de la part des collaborateurs, le suivi de ces formations réglementaires ne supporte aucune dérogation.

Outre les formations légales obligatoires, La Française s'assure par un plan de développement des compétences ambitieux que tout est mis en œuvre pour accompagner les collaborateurs face aux évolutions de leur métier, aux transformations technologiques et aux nouvelles méthodes de travail. C'est un facteur de performance pour l'entreprise et d'épanouissement pour les collaborateurs, mais c'est aussi pour ces derniers la garantie de maintenir leur employabilité.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ Nous nous engageons à faciliter l'accès à la formation grâce à des modalités d'apprentissage variées et adaptées aux besoins.
- ◆ Nous tenons compte des horaires de travail et des périodes de vacances scolaires pour programmer les actions de formation. Nous privilégions la proximité pour les formations en présentiel et encourageons les formations à distance.
- ◆ Nous nous engageons à faciliter l'accès à la formation grâce à une information régulière et des actions de communication (rencontres avec les principaux acteurs de l'accès à l'emploi et de la formation professionnelle) sur les différents dispositifs d'accompagnement professionnel et de formation ouverts aux salariés.
- ◆ Les collaborateurs qui souhaitent passer des certifications professionnelles de place peuvent demander à bénéficier d'un accompagnement spécifique pour leur permettre de préparer avec succès leur examen.
- ◆ La Française a mis en place un programme spécifique dédié au management. Ce dispositif évolue régulièrement afin d'intégrer de nouvelles pratiques managériales et de prendre en compte l'évolution de l'organisation et des modes de travail. Il a également pour vocation d'ancrer les comportements professionnels dans le respect des collaborateurs et d'assurer leur développement personnel.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois impérativement réaliser les formations réglementaires obligatoires dans le délai imparti.
- Je dois entretenir mes connaissances réglementaires en consultant les publications du ROP & Data Protection, de la Direction de la Conformité et du Contrôle Interne et de la SSI.
- Je dois alerter au plus vite mon manager et le pôle Formation si pour une quelconque raison je suis empêché de réaliser ma formation.
- Je dois développer une culture du « feedback » sur la formation, en tant que manager et collaborateur, afin de mettre à profit les nouvelles connaissances acquises dans mon travail et au sein de l'équipe, et faire un retour au pôle Formation.
- En tant que manager je dois faciliter l'accès de mes collaborateurs aux formations (temps et matériel).
- En tant que nouveau manager je dois suivre le programme de formation afin d'acquérir un socle de compétences et de repères en matière de management sans préjuger de mes connaissances.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas me dispenser d'une formation sous prétexte que mon collègue l'a suivie.
- Je ne dois pas accepter ou imposer un autre engagement en même temps qu'une formation déjà programmée.
- Je ne dois pas garder pour moi mes nouveaux savoirs sans partager avec mon équipe quand ils peuvent leur être utiles.

EXEMPLES

◆ Nous avons un alternant dans l'équipe, la formation LAB qu'on lui demande de faire prend du temps et ne l'intéresse pas, puisque sa présence dans l'entreprise est partielle et temporaire puis-je l'autoriser à ne pas la faire ?

Non, ces formations sont absolument obligatoires, il est du devoir du manager de veiller à leur réalisation quel que soit le statut du salarié.

◆ En tant que manager les RH me demandent de recenser les besoins de formation de mes équipes. Suis-je sensé les consulter ?

Les formations réglementaires sont systématiques. Pour les autres formations vous devez les prévoir en fonction des besoins de compétences collectives ou individuelles que vous avez identifiés et des objectifs d'équipe. Il est vivement conseillé d'échanger avec les collaborateurs qui sont les principaux acteurs de leur parcours professionnel et de leur montée en compétences.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Rubrique formation People Ask
Textes réglementaires → obligations de formation



Une entreprise aux valeurs fortes



“ Les collaborateurs de La Française partagent les mêmes valeurs, elles se traduisent concrètement, tous les jours, et sont incarnées par chacun. ”



UNE CONDUITE IRRÉPROCHABLE

Notre Groupe est résolument engagé dans une démarche éthique et responsable : cette démarche nous engage et nous impose de nous appliquer à nous-mêmes ce que nous exigeons dans nos choix d'investissements et dans le comportement de nos prestataires.

En tant que gestionnaire d'actifs, nous devons être particulièrement attentifs à nos agissements et nous questionner avec attention afin d'éviter tout risque de préjudice pour La Française ou son actionnaire, et par conséquent pour l'ensemble des tiers avec lesquels le groupe interagit.

Au-delà de notre posture éthique et responsable, cette vigilance est désormais une obligation légale régie par différents règlements (Sapin 2, LCB/FT, RGPD, MAR...). Il nous faut éviter toute situation équivoque car la ligne est facile à franchir.

Tous les moyens sont mis en œuvre pour favoriser une moralité irréprochable : process, formations, actions de sensibilisation innovantes pour susciter l'intérêt et emporter l'adhésion.

Pour protéger notre entreprise et chacun d'entre nous, par respect pour nos clients et partenaires, nous démontrons que nous sommes aussi responsables et loyaux qu'attendu, et que la confiance que nous accordent clients, collaborateurs et partenaires est amplement méritée !

NOS ENGAGEMENTS

Notre politique est celle de la tolérance zéro :

- ◆ La Française s'engage à donner à tous ses collaborateurs les moyens de connaître le comportement à adopter, à les sensibiliser, à les former et les accompagner.
- ◆ La direction s'implique résolument pour promouvoir une politique "tolérance zéro" et demande à tous les managers l'exemplarité la plus stricte.
- ◆ Le groupe s'est doté d'un ensemble de codes, chartes et procédures rattachés au règlement intérieur et établit une échelle de sanctions en fonction des manquements.
- ◆ Le groupe s'est doté d'un ensemble de référents éthiques (anticorruption, Tracfin, RSSI, CCI, LCB/FT etc.) pour accompagner et conseiller les collaborateurs afin d'assurer une efficacité maximale à la remontée des opérations à risque.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois rester toujours vigilant sur les risques de corruption.
- Lorsque je détiens une information non-publique qui peut avoir une influence sur le marché (je suis alors détenteur d'une information privilégiée), je dois m'abstenir de l'utiliser ou de la partager.
- Je dois me poser des questions sur l'origine des fonds des clients qui sont investis dans les véhicules gérés par le groupe La Française.
- Je dois en tant que manager dénoncer et sanctionner les comportements non conformes et promouvoir la culture du Groupe.
- Je dois suivre les formations réglementaires qui me sont demandées.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas dissimuler mes erreurs.
- Je ne dois ni accepter ni proposer de cadeau de valeur, d'avantage indu ou de privilège.
- Je ne dois jamais déroger même de manière exceptionnelle aux règles de l'entreprise.
- Je ne dois pas favoriser les situations dans lesquelles je serais juge et partie.
- Je ne dois pas dissimuler un lien personnel que je pourrais avoir dans le cadre d'une relation d'affaire ou d'un recrutement.

EXEMPLES

- ◆ Un de mes amis travaille pour une entreprise qui pourrait répondre à un appel d'offre du Groupe, puis-je appuyer son dossier ?

Vous pouvez le mettre en relation de manière transparente avec le groupe mais vous ne devez pas lui donner de détail sur le cahier des charges ni participer au processus de décision finale.

- ◆ J'apprends par une relation personnelle que le Chiffre d'Affaires d'une société cotée sera plus faible qu'attendu pour la prochaine publication trimestrielle, puis-je raisonnablement intervenir sur ce titre ?

Vous devez vous abstenir de toute opération professionnelle sur ce titre. Par ailleurs les opérations personnelles sur des sociétés cotées sont formellement interdites (cf. code de déontologie).

- ◆ Un fournisseur m'offre un cadeau de valeur avant la signature d'un contrat.

Il faut impérativement refuser ce cadeau et faire un signalement au référent anti-corruption.

- ◆ Un collègue a fait une erreur dont j'ai été témoin, il me demande de garder ça pour moi au nom de notre amitié.

Vous devez faire une déclaration d'incident. Expliquez-lui qu'on apprend de ses erreurs et les déclarer permet d'affiner ensemble les process afin de s'améliorer collectivement. Une erreur bien gérée est largement préférable à un incident masqué.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

- Code de déontologie
- Code de conduite anticorruption
- Règlement intérieur et échelle de sanction
- Politique de gestion des conflits d'intérêts (Groupe)
- Politique de gestion des conflits d'intérêts LF REM
- Procédure Abus de marché et information privilégiée
- Procédure LCB/FT
- Procédure gestion des zones commentaires
- Procédure de collecte des incidents



UNE ENTREPRISE ÉTHIQUE ET INDÉPENDANTE

La notion d'éthique peut recouvrir bien des sujets, mais ce qu'il faut comprendre au-delà des mots et des obligations, c'est qu'il s'agit d'un état d'esprit.

Nombre de règlements ont été mis en place, (LAB, Sapin 2, RGPD, etc.) qui globalement assurent en France des pratiques saines des métiers de la finance. Mais le diable est dans les détails et il est important d'être vigilant et rigoureux dans la sélection des parties prenantes.

L'indépendance dans le choix d'un prestataire ou fournisseur permet de monter le niveau d'exigence, tant d'un point de vue économique (le meilleur service au meilleur coût) que pour la fiabilité quant à l'exécution du contrat. Il est également essentiel de s'assurer qu'il n'y a pas de conflit d'intérêt, de risques pour nos clients ou nos collaborateurs, et que, par négligence, nous ne cautionnons pas un acteur qui ne respecterait pas nos propres valeurs.

Il en va bien entendu de même lorsqu'il s'agit d'un futur salarié, d'un client, de vendeurs et/ou acheteurs, d'un locataire pour notre parc immobilier ou tout autre partie prenante.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ La Française sélectionne avec rigueur ses relations d'affaires et veille à éviter toute situation de conflit d'intérêt.
- ◆ Les collaborateurs sont formés à entretenir des relations éthiques et professionnelles avec leurs clients et partenaires.
- ◆ Pour tout nouvel engagement avec un prestataire, le choix final est soumis à un double regard, il n'y a pas de décisionnaire unique.
- ◆ Le groupe s'engage à être et apparaître indépendant dans les décisions prises dans le cadre des relations entretenues avec ses partenaires (clients, fournisseurs).
- ◆ Nous nous engageons à une vigilance constante envers nos contreparties sans préjuger de leur fiabilité.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- En fonction du volume et de sa nature, je dois évaluer toute relation d'affaires au regard du risque de corruption.
- Je dois être attentif à ne pas divulguer d'informations sensibles.
- Je dois impérativement suivre les formations en matière de conformité.
- Je dois éviter les situations de conflit d'intérêt et les gérer si elles se présentent.
- Je dois appliquer les procédures de conformité pour garantir mon indépendance dans la prise de décision.
- Je m'assure que le processus de sélection est équitable et préalable à l'entrée en relation.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas sélectionner seul un fournisseur sous prétexte que je connais son directeur ou un de ces collaborateurs.
- Je ne dois pas omettre d'appliquer les évaluations de risque lorsque nécessaire pour les clients et fournisseurs (cf. procédure anti-blanchiment, procédure Privacy & security by design).
- Je ne dois pas accepter de cadeau ou avantage privilégié de la part d'un fournisseur, d'un client, d'un locataire ou lors du renouvellement d'un contrat, d'un bail ou lors d'un appel d'offre.
- Je ne dois pas profiter d'un rapport de force pour demander un avantage personnel à mon fournisseur.
- Je ne dois pas omettre de déclarer les cadeaux reçus (cf. code de déontologie).

EXEMPLES

- ◆ **J'entame une relation d'affaires avec un nouveau fournisseur pour un gros contrat, sa réputation est excellente, cela me semble suffisant, je ne souhaite pas l'ennuyer avec des questions précises.**

Les procédures doivent être appliquées : question posées et documents récupérés, c'est essentiel pour garantir la réputation du groupe et l'encadrement de ses risques.

- ◆ **Sur un bien difficile à louer j'ai un locataire possible. Son activité professionnelle n'est pas très claire et il semble avoir des activités hébergées aux Samoa mais par ailleurs c'est une petite surface et j'ai vraiment besoin de remplir ce plateau...**

Attention, vous devez être très vigilant quant aux activités de votre locataire et respecter les procédures Lab-Locataire.

- ◆ **C'est la fin de l'année, un client me demande l'adresse de mon domicile pour m'adresser ses vœux, puis-je la lui donner ?**

S'il s'agit uniquement d'un message de vœux, il peut vous l'envoyer à votre adresse professionnelle. Le fait qu'il vous demande votre adresse personnelle est suspect, rapprochez-vous de la conformité.

- ◆ **J'ai lu dans la presse qu'un responsable de l'un de nos fournisseurs avait été impliqué dans une affaire de corruption. Que dois-je faire ?**

Vous devez immédiatement en faire part à votre référent anti-corruption. Les fournisseurs sont tenus d'être au même niveau d'éthique que le Groupe.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Code de conduite anticorruption

Politique groupe alerte interne

Procédure d'évaluation des tiers

Code de déontologie

Politique de gestion des conflits d'intérêts (Groupe)

Politique de gestion des conflits d'intérêts LF REM



UN INVESTISSEUR RESPONSABLE

Pour La Française, le métier de gérant d'épargne doit s'exercer autrement, en s'appuyant sur la conviction qu'il n'y a pas d'investissement rentable qui ne soit durable. Le monde bouge et ces changements sont autant d'opportunités de remettre les moteurs sociaux et environnementaux au cœur de notre réflexion pour nous adapter aux nouvelles règles du jeu et créer de la performance utile.

Nous constatons que les facteurs Environnementaux, Sociétaux et de Gouvernance (ESG) affectent de plus en plus significativement les performances financières des actifs d'investissement, aussi bien en terme de rentabilité que de risque. Au-delà de certaines exclusions limitées mais nécessaires, la philosophie du Groupe est d'accompagner la transition de ses investissements financiers comme immobiliers dans le sens d'une amélioration de leur positionnement responsable. Le choix s'effectue en mesurant leur capacité d'adaptation et d'innovation.

Nos processus de sélection et de gestion ont été considérablement modifiés pour prendre en compte les critères ESG aux côtés des critères financiers. Ces processus sont en constante évolution. Nos centres de recherche dédiés ESG-climat à Londres pour les actifs financiers et ISR-immobilier à Paris pour les actifs immobiliers sont les pivots de l'intégration des critères ESG et climat dans notre métier d'investisseur.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ Nous nous engageons à décliner notre stratégie d'investissement responsable sur nos différentes classes d'actifs.
- ◆ Nous nous engageons à intégrer les facteurs financiers, ESG et stratégiques dans le processus d'investissement et à être un actionnaire attentif et responsable qui exerce ses droits de vote et dialogue avec les entreprises dans lesquelles il investit.
- ◆ Nous nous engageons à exclure les armements controversés, le charbon et le tabac de nos investissements.
- ◆ Nous nous engageons sur le patrimoine immobilier géré par La Française à réduire les émissions de gaz à effet de serre, à réintroduire la nature en ville et à rendre la ville plus inclusive.
- ◆ Pour nos fonds "retail" immobiliers, nous nous engageons à ce que chaque nouvelle acquisition fasse l'objet d'un audit ESG, en parallèle de l'audit technique.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois lire et comprendre la politique d'exclusion du Groupe et des sociétés de gestion.
- Si la classification du produit l'exige, je dois me référer aux Centres de Recherche Responsable internes avant d'investir et tout au long du processus de gestion.
- Je dois inclure un audit ESG immobilier avant toute décision d'acquisition ou de rénovation d'immeuble.
- Je me place dans une perspective de long terme, notamment au regard du changement climatique lorsque j'investis.
- Je définis un plan d'amélioration pour faire progresser les caractéristiques durables de mes actifs (immobilier et valeurs mobilières).
- Je me forme et reste à l'écoute des communications du département Investissement Durable.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne multiplie pas les achats-ventes de titres sur un portefeuille lorsque la stratégie du fonds ne l'impose pas.
- Je ne me limite pas aux critères financiers dans mes décisions d'investissements.
- Je ne dois pas considérer que l'investissement durable n'est pas mon affaire.

EXEMPLES

- ◆ Un client me demande de reprendre un portefeuille géré par une autre société de gestion mais souhaite conserver tous ses titres dans le secteur de l'énergie alors que certains d'entre eux sont fortement liés à l'exploitation du charbon....

Dans le cadre de notre politique d'exclusion, reprendre son portefeuille impose de vendre les titres liés à l'exploitation du charbon. Il faut expliquer à votre client pourquoi les exclusions imposées par La Française sont de nature à protéger ses performances et sa réputation.

- ◆ Un broker me recommande fortement à l'achat une valeur du tabac que je pourrais revendre rapidement sans que cela n'apparaisse dans les contrôles de fin de mois...

Notre gestion vise un horizon long terme, nous nous interdisons le tabac mais également les opérations purement spéculatives. Notre politique s'applique en continu et ne dépend pas d'un contrôle de fin de mois. Vous vous devez d'appliquer un contrôle de premier niveau sans essayer de contourner les vérifications plus formelles.

- ◆ On me propose un actif immobilier très bien localisé avec un locataire solide, mais je crains qu'il soit énergivore et émetteur de gaz à effet de serre...

Vous devez commander un audit environnemental. S'il ressort de cette évaluation que l'actif n'est pas suffisamment vertueux, il faudra définir un plan d'amélioration et inclure les coûts liés à l'exécution de ce plan dans le Business Plan initial.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Politique d'exclusion

Charte d'investissement durable

Rapport stratégie responsable et climatique (article 173)

Politique de vote et rapport sur l'exercice de la politique de vote

Politique d'engagement

Rapport sur la mise en œuvre de la politique d'engagement



UNE ENTREPRISE SOUCIEUSE DE SON EMPREINTE

Le Groupe La Française applique dans son fonctionnement et la gestion de ses propres opérations les standards environnementaux et climat qu'il met en œuvre dans ses activités de gestion. Ses bureaux sont installés dans un immeuble HQE (Haute Qualité Environnementale) et ses actions s'inscrivent dans une démarche d'amélioration constante. Ainsi, pour faire suite à son dernier bilan Carbone, un plan d'action a été mis en place pour réduire l'empreinte des activités du groupe, en particulier en ce qui concerne les déplacements professionnels et l'achat de services.

Pour être vertueuse d'un point de vue environnemental et climatique, une entreprise doit savoir mobiliser ses collaborateurs et ses prestataires. Pour ce faire, des actions sont mises en place : communication favorisant l'acculturation et actions de sensibilisation.

Nous tenons à l'adhésion de tous, pour le tri sélectif, la limitation des déchets et la prise de conscience de notre empreinte, collective et individuelle, professionnelle et personnelle.

Il faut savoir accepter quelques contraintes, comme remplacer les gobelets en plastique et carton par des tasses et mug lavables, les bouteilles d'eau au profit des carafes, s'habituer à travailler avec des documents numériques sans systématiquement imprimer, etc. Les petits efforts de chacun contribuent à une efficacité collective.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ Nous avons développé une gamme de produits "Carbon Impact" qui visent à offrir à nos clients des solutions d'investissement qui œuvrent pour la réduction de l'empreinte carbone.
- ◆ Nous nous engageons à développer chez les collaborateurs une conscience environnementale et sociétale, notamment par des actions de communication interne (challenges, conférences, animations, diffusion d'information).
- ◆ Nous favorisons l'investissement personnel dans des initiatives environnementales et solidaires.
- ◆ Nous avons mis en place le tri sélectif.
- ◆ Nous favorisons la biodiversité au travers de projets d'agriculture urbaine et de reforestation.
- ◆ Nous sensibilisons nos clients Moniwan en compensant en partie l'empreinte carbone de leurs investissements par la plantation d'arbres.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois sélectionner des fournisseurs et des produits qui prennent en compte les impacts environnementaux et sociétaux.
- Je dois veiller à réduire mon impact sur l'environnement et le climat, par exemple en abaissant ma consommation de papier et de gobelets jetables.
- Je dois favoriser le recyclage en utilisant les poubelles de tri mises à disposition.
- Je dois respecter la politique voyage, limiter mes déplacements en avion, choisir le train et les transports en commun autant que possible, utiliser les escaliers plutôt que l'ascenseur.
- J'éteins mon ordinateur tous les soirs, je veille à limiter le nombre et le poids de pièces jointes dans mes e-mails et je vide régulièrement ma boîte mails.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne voyage pas en avion pour une seule réunion ou lorsque le train est possible.
- Je ne dois pas imprimer systématiquement les présentations clients.
- Je ne dois pas imprimer les présentations faites pour l'interne, je privilégie le partage via les outils collaboratifs.
- Je ne dois pas commander de bouteille d'eau individuelle pour une réunion client.
- Je ne dois pas sélectionner le traiteur uniquement sur ses tarifs, mais je dois prendre en compte la provenance et la qualité des produits ainsi que le type de contenants.
- Je n'ouvre pas les fenêtres si la climatisation fonctionne.

EXEMPLES

- ◆ **Je ne me vois pas recevoir un client important avec une carafe d'eau du robinet, dans ce cas précis puis-je acheter de l'eau en bouteille ?**

Il est préférable d'utiliser une carafe propre remplie d'eau fraîchement tirée de la fontaine à eau. C'est l'occasion pour vous d'expliquer à votre client notre démarche en faveur de la protection de l'environnement. Il sera certainement sensible à la grande cohérence entre nos paroles et nos actes.

- ◆ **Toutes ces poubelles, c'est bien compliqué, je ne comprends pas pourquoi je n'ai pas au travail juste une poubelle jaune dédiée au recyclage comme à la maison.**

Les entreprises ne peuvent pas bénéficier du système de recyclage mis en place par la ville pour les particuliers. Elles doivent gérer le recyclage avec des entreprises privées. Trier à la source permet d'être plus efficace tout en limitant le coût puisqu'ensuite les déchets sont envoyés selon leur type dans les filières de valorisation (réemploi, recyclage, valorisation énergétique).

- ◆ **Comment me montrer proche de mes clients tout en limitant mes déplacements ?**

Les habitudes changent rapidement et vont vers plus de souplesse et flexibilité, votre client appréciera aussi. Proposez-lui des points en visio-conférence, plus courts mais plus réguliers, et expliquez-lui votre démarche : limiter les transports pour limiter les émissions de CO2 tout en gagnant en efficacité. Si vous sentez qu'il est tout de même nécessaire de se déplacer, travaillez rigoureusement votre emploi du temps pour multiplier les rendez-vous au cours d'un même déplacement.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Rapport stratégie responsable et climatique (article 173)

Politique voyage 2019

Restitution du bilan carbone 2018



UNE POLITIQUE DE MÉCÉNAT AVISÉE

Le Mécénat est un soutien sans contrepartie directe apporté par l'entreprise à une action ou une activité d'intérêt général. Ce soutien peut être financier mais il peut aussi être question de mécénat de moyens (prêt de locaux) ou de compétences (mettre à disposition gratuitement des experts).

En revanche lorsqu'on parle de sponsoring il y a contrepartie, en général sous forme de visibilité à vocation publicitaire.

Si l'objectif et les ressorts ne sont pas les mêmes, sponsoring et mécénat ont un point commun : outre l'engagement financier, les conséquences en termes d'engagement éthique et d'impact sur l'image sont importantes. C'est pourquoi ce type d'engagement doit faire l'objet d'une étude attentive.

La Française a mis en place un Comité de mécénat qui une fois par an étudie les demandes adressées par la direction ou par les collaborateurs.

Il est bien sûr nécessaire de vérifier que l'opération est en tout point en phase avec nos valeurs, et il faut s'assurer du bon respect des principes du code de conduite Sapin II.

NOS ENGAGEMENTS

- ◆ La Française s'engage dans un processus démocratique : un appel aux propositions est fait auprès des collaborateurs, ceux-ci sont appelés à voter pour le choix final qui est ensuite validé par le comité.
- ◆ Le choix est objectif et motivé ; les organismes identifiés par les salariés ou la direction font l'objet d'une sélection lors d'un Comité de mécénat dédié et le Groupe mène toutes les diligences nécessaires pour se prémunir des risques de conflit d'intérêt et de corruption.
- ◆ Bien que privilégiant le soutien dans la durée, La Française revoit chaque année la liste des bénéficiaires afin de s'assurer que l'action reste cohérente avec les engagements du groupe.
- ◆ L'entreprise communique en toute transparence auprès de ses salariés toutes les actions de mécénat, sponsoring et donation.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Avant tout engagement de mécénat, sponsoring ou don, je présente le projet au comité dédié.
- Lorsque je présente un projet de mécénat, je vérifie qu'il est en accord avec les valeurs du Groupe et motive mon choix.
- Je réfléchis au type de mécénat approprié (mécénat de moyen ou financier) afin de présenter au comité un projet cohérent.
- Je vérifie la fiabilité du projet ou de l'association (les comptes sont-ils publiés ?).

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne décide pas seul de subventionner une association au nom du Groupe, je respecte le process et dépose ma demande auprès du comité mécénat.
- Je ne verse jamais d'argent en espèce au nom du Groupe.
- Je refuse d'emblée de présenter un projet qui pourrait avoir un impact négatif sur la réputation du Groupe.

EXEMPLES

- ◆ Un client me fait part de son souhait de voir La Française soutenir financièrement une association dans laquelle il est personnellement engagé, que dois-je faire ?

Vous devez dans un premier temps vérifier la crédibilité de la demande et son adéquation avec les valeurs et les projets du Groupe. Informer immédiatement votre client du processus de décision qui ne dépend pas de votre seul choix mais doit être validé par le comité de mécénat. Si le dossier vous paraît recevable vous devez le présenter au comité de mécénat qui étudiera la demande et vérifiera qu'il n'y a pas de conflit d'intérêt. Vous pourrez ainsi apporter à votre client une réponse motivée.

- ◆ En tant que membre du Directoire puis-je décider seul d'une opération de sponsoring en cas de besoin ?

Non, même les demandes venant du Directoire doivent faire l'objet d'un accord du comité de mécénat. En cas d'urgence le comité peut être convié en séance exceptionnelle.

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Politique Groupe Mécénats



Une entreprise solide



*“ C’est sur des fondations saines
que se construit un groupe performant,
et cette performance est une garantie pour tous. ”*



DES RISQUES BIEN ENCADRÉS

Au-delà des contraintes réglementaires, La Française a le souci permanent d'encadrer et de limiter les impacts liés aux dysfonctionnements internes ou externes, tout comme les risques intrinsèques à son activité liée au contexte macro-financier, cela dans le but de préserver l'intérêt de ses clients, de ses collaborateurs et de son actionnaire, ainsi que son image.

Les menaces sont nombreuses et répertoriées en trois grandes catégories, risques de non-conformité ou réglementaires (Sapin II, Lutte Anti Blanchiment et Contre le Financement du Terrorisme, Protection des Données, conflits d'intérêt...), risques opérationnels (défaillance de processus, risques informatiques...) et risques financiers (marchés, locataires, défaillance de contreparties...). Certains macro risques sont transversaux à ces trois catégories, c'est le cas en particulier des risques environnementaux ou climatiques.

Pour préserver sa solidité La Française s'appuie sur un large dispositif de maîtrise des risques, encadré à la fois par les régulateurs et par notre actionnaire, et doté de moyens dédiés substantiels pour en assurer le contrôle aux divers niveaux exigés par la réglementation. La Française s'inscrit ainsi dans le cadre d'appétence aux risques CMNE qui permet un suivi trimestriel au travers de KPIs couvrant l'ensemble des risques majeurs. L'information aux dirigeants du Groupe et à l'actionnaire répond à une gouvernance claire au travers des comités d'audit et des conseils de surveillance.

Les équipes dédiées à cette surveillance (Risk Managers et Contrôleurs) sont expertes et solides, mais nous demandons à tous nos collaborateurs d'être eux-mêmes vigilants afin d'anticiper et identifier tout risque et de le traiter dans le respect de nos procédures.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois strictement me conformer à la politique de gestion des risques, au cadre d'appétence aux risques et limites définies.
- Je dois savoir identifier le risque et me faire accompagner dans la prise de décision.
- Je dois rendre compte auprès des instances de gouvernance et des fonctions de risque de toutes modifications du profil de risque.
- Je dois m'appliquer à mettre en œuvre les actions en réduction de risque qui découlent des analyses de risques et des retours d'expérience.
- Je déclare avec diligence les incidents afin que les zones de risque soient identifiées le plus rapidement possible.
- Je partage mes nouvelles connaissances sur les risques nouveaux avec les experts maison.
- En tant que manager je dois veiller à ce que mes équipes soient intégrées au dispositif de formation et de sensibilisation à une gestion des risques efficace et innovante, en fonction de leur activité.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas décider seul de la façon de traiter un risque que j'ai moi-même identifié.
- Je ne dois pas traiter et estimer seul un risque que j'ai identifié.

EXEMPLES

♦ **J'ai l'opportunité d'investir pour le compte de mon fonds dans un très bel immeuble mais la société n'a pas les liquidités suffisantes, puis-je emprunter ?**

Vous devez toujours veiller au respect de la stratégie d'investissement et de la possibilité de recourir au financement pour le fonds. Si le fonds peut emprunter, il faudra veiller au respect du ratio d'endettement autorisé pour le fonds dans la simulation de cette acquisition, ainsi qu'au respect des procédures de financement (meilleure sélection, meilleure exécution...).

♦ **J'ai détecté une nouvelle stratégie devant permettre de dégager de la performance, comment l'implémenter ?**

Il faut s'assurer que la stratégie correspond bien à ce qu'on a vendu au client et qu'elle est correctement calibrée en termes de risques, de manière à ne pas exposer le client à une perte qui dépasse les seuils intrinsèques à son appétence au risque.

♦ **J'identifie un risque informatique émergent qui pourrait avoir un impact significatif sur la sécurité de nos données, que dois-je faire ?**

Je ne dois pas décider seul si ce risque est acceptable. Les risques informatiques évoluent sans cesse, je dois me rapprocher du département sécurité des systèmes d'information pour permettre une analyse objective de la situation et un traitement adapté (mesures de sécurité ou organisation particulière, acceptation ou refus formel du risque par la direction...).

NOS ENGAGEMENTS

- ♦ La Française s'engage dans la mise en place des mesures et dispositifs d'atténuation des risques en travaillant sur l'anticipation.
- ♦ Le Groupe, par le biais de son actionnaire de référence, a un suivi permanent des fonds propres nécessaires à son activité d'une part, et à l'absorption d'événements inattendus d'autre part. Ces fonds propres sont évalués et ajustés en fonction des évolutions de notre niveau d'activité.
- ♦ Les responsabilités de chacun vis-à-vis des risques sont strictement établies et les procédures mais aussi dans les contrats vis-à-vis des tiers.
- ♦ Une attention particulière est apportée aux risques nouveaux, afin d'anticiper les menaces liées aux nouvelles technologies et aux nouveaux usages.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

- Cadre d'appétence aux risques GLF
- Politique de gestion des risques Groupe
- Procédure de collecte des incidents
- Chartes informatiques
- Politique de sécurité des systèmes d'information



UNE ATTENTION PARTICULIÈRE PORTÉE À NOTRE RÉPUTATION

La réputation peut avoir un impact considérable sur l'activité d'une société. Elle est tout aussi importante que la fiabilité de ses données financières. Si l'image d'une entreprise est en partie fondée sur des actions concrètes ou des engagements forts, elle n'en demeure pas moins fragile et peut être rapidement galvaudée, a fortiori à l'ère du digital. L'e-réputation impose une vigilance et une exigence accrues de la part de l'entreprise et de ses salariés. Une bonne réputation est gage de confiance, attire les clients, les investisseurs, les meilleurs collaborateurs, et aussi les bons fournisseurs... Tous concourent à la performance de l'entreprise, qui profite à tous !

Tout collaborateur est un ambassadeur de notre marque. Il faut toutefois rester attentif, car les maladresses sont toujours possibles et les conséquences peuvent être désastreuses. L'expression sur les réseaux sociaux est encouragée, mais elle doit se faire dans le respect de la réglementation de notre activité, et en adéquation avec les valeurs et l'image de notre Groupe. De même, vis-à-vis des médias, des collaborateurs ont clairement été identifiés comme porte-paroles de La Française.

NOS ENGAGEMENTS

La Française a mis en place un certain nombre d'outils et de process afin de favoriser la promotion de sa marque et garantir sa réputation :

- ◆ Une plateforme d'employee advocacy (Sociable) pour faciliter l'expression de La Française via ses collaborateurs sans risque de maladresse.
- ◆ Des formations de prise en main et sensibilisation aux réseaux sociaux ainsi que des rendez-vous plus informels sur l'appréhension globale du digital.
- ◆ Un accompagnement des référents auprès de la presse pour une meilleure compréhension de nos messages et de notre activité.

EN PRATIQUE

✓ À FAIRE

- Je dois toujours garder à l'esprit que toute information publiée sur les réseaux sociaux est susceptible d'avoir des conséquences sur la réputation et l'image du Groupe, de son actionnaire et de ses partenaires.
- Je dois signaler à la Direction de la Communication tout commentaire ou propos négatif ou erroné vu sur les réseaux sociaux – professionnels – internet.
- Je dois utiliser les médias sociaux de manière responsable et appropriée tant à titre professionnel que personnel.
- Je dois respecter les codes graphiques et les principes rédactionnels de La Française.
- Lorsque je quitte le Groupe, je suis tenu(e) de mettre à jour toutes mes références de travail incluant, sans limitation, celles publiées sur les réseaux sociaux.

✗ À NE PAS FAIRE

- Je ne dois pas m'exprimer sur des sujets en opposition avec les valeurs du groupe via un compte associé à La Française.
- Je ne dois pas m'exprimer dans la presse sans y être habilité et sans concertation avec la Direction de la Communication.
- Je ne dois jamais mettre la réputation de La Française en risque lors d'une conversation ayant lieu dans ou en dehors de mon univers professionnel.

EXEMPLES

- ◆ J'ai un ami qui travaille dans la presse et qui souhaite m'interroger à propos d'une rumeur de rachat d'une structure par le groupe.

Le sujet est confidentiel. Abstenez-vous de vous exprimer directement et mettez votre ami en relation avec le service communication qui lui fera une réponse appropriée.

- ◆ Je suis très actif sur les réseaux sociaux et j'aimerais à titre personnel partager sur LinkedIn mon expérience sur un projet de La Française. Cela peut-il poser problème ?

Vous êtes libre de vos communications personnelles sur les réseaux à la condition expresse de ne pas ignorer les principes de confidentialité qui nous régissent. Attention donc à ne rien divulguer qui soit confidentiel ou qui puisse nuire à la réputation de l'entreprise, d'un collaborateur, d'un client ou partenaire. En cas de doute prenez conseil auprès du service communication.

- ◆ J'ai un ami qui a posté des photos très personnelles me concernant. Cela peut-il entacher indirectement l'image du Groupe ?

Toute publication sur les réseaux sociaux est susceptible d'être publique. Il convient d'être particulièrement vigilant de sa propre identité numérique et de l'image associée tant pour soi que pour la société qui vous emploie.

DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Chartes informatiques (charte utilisateur, charte prestataire, charte administrateur)

Guide de bonnes pratiques des réseaux sociaux

Clause "réseaux sociaux" du contrat de travail
→ Mise à jour de son profil sur les réseaux sociaux

Charte graphique



INDEX

Alerte	pages 15, 19, 20, 28
Abus de marché	page 26
Anticorruption	pages 20, 26, 34
Attaque informatique	pages 10, 20, 39
BGES – bilan Gaz à effet de serre / Bilan carbone	page 32
Cadeaux	pages 21, 26, 28
CCI (conformité Contrôle Interne)	pages 9, 26
Conflits d'intérêts	pages 27, 28, 34, 38
Corruption	pages 21, 22, 26, 29, 35
Déontologie	pages 9, 27, 29
Discrimination (non-)	page 18
DPO – Délégué à la Protection des Données	pages 5, 10, 11, 39
Égalité des chances	page 18
Empreinte carbone	page 32
Évaluation des tiers	page 29
ESG – critères Environnementaux, Sociaux ou Sociétaux et de Gouvernance	pages 30, 32
Formation obligatoire	page 22
Fraude	pages 10, 21
Harcèlement	pages 19, 20
Information privilégiée	page 27
Investissement Responsable	page 30
LCB/FT - Lutte contre le blanchiment/Financement du terrorisme	pages 26, 38
Mécénat	page 34
Primauté client	pages 8, 13, 15
Protections des données	page 10
RCCI – compliance & contrôle interne.....	pages 5, 8, 9, 23
Recyclage – tri sélectif	page 33
Réputation	p 29, 40
Réseaux sociaux	page 40
RGPD – Règlement Général sur la Protection des Données	pages 5, 8, 10, 26, 28, 38
Risques	pages 10, 27, 28, 38
ROP – Risques opérationnels	page 38
RSE – Responsabilité Sociale des Entreprises	page 32
SSI – Sécurité des Systèmes d'Information	pages 20, 38
Sapin II	pages 26, 28, 34, 38
Trafic d'influence	pages 27, 29, 34

AVERTISSEMENT

Ce document est la propriété du Groupe La Française. Aucune diffusion des informations contenues dans cette charte n'est autorisée sous quelque forme que ce soit sans l'accord préalable écrit du Groupe La Française. Les noms, logos ou slogans identifiant les produits ou services du Groupe La Française sont la propriété exclusive de celui-ci et ne peuvent être utilisés de quelque manière que ce soit sans l'accord préalable écrit du Groupe La Française.

Groupe La Française
Société Anonyme à Directoire et
Conseil de Surveillance au capital de
78 836 320 €
480 871 490 RCS Paris
N° TVA : FR 24 480 871 490
www.la-francaise.com



LA FRANÇAISE
INVESTING TOGETHER