

# Guide AFA

## La politique cadeaux et invitations dans les entreprises, les EPIC, les associations et les fondations

Septembre 2020





Ce guide pratique, publié le 11 septembre 2020, fait suite à un premier projet soumis à la consultation des entreprises, il n'a pas de force obligatoire mais a vocation à encourager et à accompagner l'adoption de politiques cadeaux et invitations pour les entreprises du secteur privé et les organisations concernées.



Les termes « cadeaux et invitations » sont qualifiés dans le guide comme pouvant « *prendre des formes variées, par exemple des invitations au restaurant, à un salon professionnel, à un événement sportif ou culturel. Ils peuvent être offerts ou reçus par l'organisation elle-même ou l'un de ses employés* ».



L'AFA le rappelle, les cadeaux et invitations sont des actes ordinaires de la vie des affaires et ne constituent pas, en tant que tels, des actes de corruption.



L'offre ou l'acceptation de cadeau ou d'invitation constitue un acte de corruption lorsqu'elle a « **pour finalité de déterminer l'accomplissement ou le non-accomplissement d'un acte par une personne, en méconnaissance de ses obligations légale, contractuelles ou professionnelles** ».

**Rappel : La loi Sapin 2 ne traite pas du sujet des cadeaux et invitations et n'impose pas aux organisations de se doter d'une telle politique. L'absence de politique à ce sujet ne peut donc justifier à elle seule un manquement à la loi.**

## Quel est le risque de corruption lié à un cadeau ou une invitation ?

### Corruption active :

le fait d'offrir un cadeaux ou une invitation à



un agent public pour qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte de sa fonction, de sa mission ou de son mandat ou facilité par sa fonction, sa mission ou son mandat



une personne exerçant une fonction privée pour qu'elle accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte de son activité ou de sa fonction en violation des obligations légales, contractuelles ou professionnelles.

### Corruption passive :

l'acceptation ou la sollicitation



des cadeaux et invitations, pour soi-même ou pour autrui, par un agent public ou par une personne exerçant une fonction privée dans le but d'accomplir un acte dans le même dessein

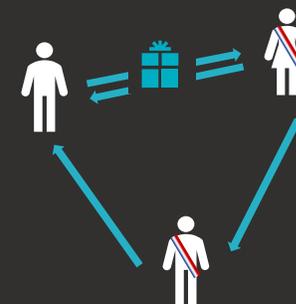
### Trafic d'influence actif :

le fait de proposer à un agent public

pour lui-même ou pour autrui, de tels cadeaux et invitations, pour qu'il abuse de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir d'une autorité ou d'une administration publique une décision favorable

### Trafic d'influence passif :

l'acceptation ou la sollicitation par un agent public de tels cadeaux et invitations aux mêmes fins



## Comment élaborer la politique cadeaux et invitations ?

### Qui ?

La politique à vocation à s'appliquer :

- aux **mandataires sociaux** ;
- aux **salariés** et, le cas échéant, aux **agents de droit public** ;
- aux **collaborateurs occasionnels** (intérimaires, stagiaires, bénévoles, etc.)



### Comment ?

**Définir** et **illustrer** les notions de cadeaux et invitations entrant dans le champ de la politique

Déterminer les **critères d'offre** ou d'**acceptation** d'un cadeau selon les résultats de la cartographie

Définir les **conditions** dans lesquelles il est possible d'offrir ou de recevoir des cadeaux et invitations

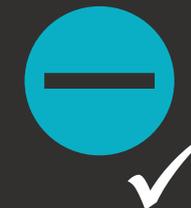
- Conditions générales et spécifiques (légal, occasionnel, non sollicité par le bénéficiaire, etc.)
- Critères d'octroi et d'acceptation : seuil, nature du cadeau, spécificité des hospitalités sportives et culturelles, etc.

Définir les **règles** internes de **validation** et de **traçabilité**

- Décrire les règles de déclaration et de validation
- Prévoir des déclinaisons locales de la politique
- Mettre en place un registre de cadeaux et invitations

Organiser les **rôles** et **responsabilités** de chacun

Prévoir un **dispositif de contrôle** sur trois niveaux relatifs à l'application de la politique



**La politique cadeaux et invitations de l'entreprise doit être déterminée en cohérence avec la cartographie et constitue un instrument de maîtrise du risque de corruption que représente les offres, sollicitations ou acceptations des cadeaux et invitations. La politique doit également s'articuler avec le Code de conduite, soit en annexe, soit en la mentionnant, et les autres procédures internes.**

## La procédure : comment encadrer les cadeaux et invitations ?

L'organisation peut choisir d'**interdire** les cadeaux et invitations ou de les **encadrer**.  
L'AFA propose deux modalités principales pour l'encadrement des cadeaux et invitations.

### **1.** Laisser à la discrétion de toute personne la décision d'accepter ou de refuser un cadeau ou une invitation

*Cette modalité peut être accompagnée par une déclaration obligatoire au supérieur hiérarchique ou toute autre personne identifiée à cet effet pour les cadeaux dépassant un certain seuil.*



### **2.** La validation systématique par le supérieur hiérarchique ou toute autre personne désignée à cet effet

*La déclaration du cadeau ou de l'invitation est systématique soumise à l'autorisation préalable du supérieur hiérarchique ou de toute personne désignée à cet effet.*



En tout état de cause, celui qui a le pouvoir de décision doit prendre en compte les éléments de fond cités dans la politique de l'organisation.



## LES BONNES PRATIQUES DU GUIDE AFA

### Mutualiser les cadeaux reçus

Si un cadeau a été accepté alors que celui-ci ne répond pas aux critères de la politique de l'organisation et qu'il ne peut être retourné, il existe de bonnes pratiques telles que :

- mettre le cadeau en commun,
- reverser le cadeau à une œuvre caritative, etc.



**Les cadeaux de faible valeur comme les objets publicitaires peuvent être conservés à titre individuel.**

### Instaurer un registre des cadeaux et invitations

Un registre traçant les cadeaux et invitations reçus et éventuellement ceux offerts peut être instauré au sein de l'organisation, qui peut déterminer une valeur au-delà de laquelle ils doivent être déclarés.

La déclaration des cadeaux et invitations peut être destinée à certains collaborateurs uniquement, notamment au regard de la cartographie des risques, comme à ceux étant plus particulièrement exposés ou étant en charge d'activités jugées risquées.

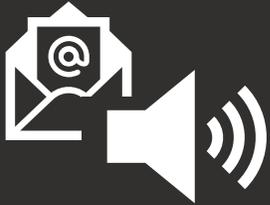
La déclaration doit être auditable, dans ce sens, elle doit contenir des informations permettant de réaliser un contrôle, tel que le nom, la fonction, l'organisation du bénéficiaire ou de l'offrant, les informations du collaborateur à l'origine du cadeau ou de l'invitation, la nature et la valeur du cadeau ou de l'invitation et enfin la date.

La volumétrie des déclarations peut nécessiter la mise en place d'un outil informatique dédié aux déclarations de cadeaux et invitations.



**Le registre contient des données personnelles et doit à ce titre respecter les réglementations en vigueur.**

## Mettre en place la politique cadeaux et invitations



**Diffuser la politique et la communiquer par tout moyen**  
Intranet, e-mail de sensibilisation, vidéo, affichages, etc.



Prévoir une traduction dans des langues comprises par les salariés pour les sociétés ayant des filiales à l'étranger



**Former les collaborateurs**  
notamment ceux étant les plus exposés au risque de corruption, de préférence en présentiel



La formation doit aborder des sujets concrets, avec des cas pratiques. Elle doit inculquer les bons réflexes aux collaborateurs.  
Les collaborateurs moins exposés, s'ils ne sont pas formés, doivent être sensibilisés à la politique cadeaux et invitations.

## Contrôler le respect de la politique cadeaux & invitations

- 1. Le contrôle de 1<sup>er</sup> niveau** : le **supérieur hiérarchique** ou toute personne désignée à ce titre contrôle les demandes d'autorisation d'acceptation des cadeaux et invitations ainsi que les notes de frais
- 2. Le contrôle comptable** : le service comptable procède à l'enregistrement comptable des cadeaux et invitations offerts et veille à ce que les écritures comptables correspondantes soient facilement identifiables. Les paiements ou remboursements qui ne respectent pas la procédure doivent être refusés par le service comptable.
- 3. Les contrôles de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> niveaux** : le contrôle et l'audit interne, s'ils existent, doivent contrôler :
  - la correcte application de la procédure, notamment par des vérifications par échantillonnage (vérification des déclarations d'autorisation, vérifications des notes de frais relatives à un cadeau ou une invitation, vérification du registre cadeaux, etc.) ;
  - la pertinence et l'efficacité de la procédure.

Le **non-respect** de la **politique** cadeaux et invitations peut mener, au même titre qu'une violation du Code de conduite, à des **sanctions disciplinaires**.



**Bonne pratique :**

**Les contrôles doivent être déclinés selon le mode de paiement du cadeau offert : contrôles comptables liés aux notes de frais, contrôles liés aux gratuités accordées, etc.**

# Proetic

Conseil compliance & éthique

Copyright © 2020 Proetic – 91 rue du Faubourg Saint-Honoré, 75 008 Paris  
[contact@proetic.fr](mailto:contact@proetic.fr)