



**Code de Déontologie  
Allianz France**

**Règles d'éthique et de déontologie  
professionnelles**

# Table des matières

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>PREAMBULE</b>                                                                   | <b>3</b>  |
| <b>CHAPITRE 1 – L’INTEGRITE</b>                                                    | <b>4</b>  |
| SECTION 1 – LES PRINCIPES GENERAUX D’INTEGRITE                                     | 4         |
| 1. PRINCIPE DE LOYAUTE ET RESPECT DES LOIS ET REGLEMENTS                           | 4         |
| 2. OUVERTURE, TRANSPARENCE ET RESPECT DES PERSONNES                                | 4         |
| SECTION 2 – LA DEONTOLOGIE COMMERCIALE                                             | 5         |
| 3. PRINCIPE DE PROTECTION DE LA CLIENTELE                                          | 5         |
| 4. INFORMATION ET CONSEIL AU CLIENT                                                | 5         |
| 5. GESTION DES RECLAMATIONS                                                        | 5         |
| 6. PREVENTION DES PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES                                   | 5         |
| SECTION 3 – LA PROTECTION DES ACTIFS DE L’ENTREPRISE                               | 6         |
| 7. PROTECTION DES BIENS DU GROUPE                                                  | 6         |
| 8. UTILISATION DU MATERIEL INFORMATIQUE                                            | 6         |
| <b>CHAPITRE 2 – COMMUNICATION ET CONFIDENTIALITE</b>                               | <b>7</b>  |
| 9. CONFIDENTIALITE DE L’INFORMATION ET PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES         | 7         |
| 10. UTILISATION APPROPRIEE DES MOYENS DE COMMUNICATION                             | 7         |
| 11. RELATIONS D’ALLIANZ AVEC LES MEDIAS                                            | 7         |
| <b>CHAPITRE 3 – LA PREVENTION DES CONFLITS D’INTERETS</b>                          | <b>8</b>  |
| 12. RISQUES DE CONFLITS D’INTERETS AVEC LES CLIENTS ET LES PARTENAIRES COMMERCIAUX | 8         |
| 13. PREVENTION ET TRAITEMENT DES CONFLITS D’INTERETS                               | 8         |
| <b>CHAPITRE 4 – LA PREVENTION DES ACTES DELICTUEUX</b>                             | <b>9</b>  |
| SECTION 1 – LE RISQUE DE FRAUDE                                                    | 9         |
| 14. PREVENTION DE LA FRAUDE                                                        | 9         |
| SECTION 2 – LE RISQUE DE CORRUPTION                                                | 9         |
| 15. PREVENTION DE LA CORRUPTION                                                    | 9         |
| 16. ACCEPTATION ET ATTRIBUTION DE CADEAUX ET INVITATIONS                           | 10        |
| 17. LIBERALITES AUX REPRESENTANTS DE L’AUTORITE PUBLIQUE                           | 10        |
| 18. DONS PUBLICS, MECENAT ET SPONSORING                                            | 10        |
| 19. ACCEPTATION ET DETENTION DES FONDS ET OBJETS DE VALEUR DES CLIENTS             | 10        |
| SECTION 3 – PREVENTION DU DELIT D’INITIE                                           | 11        |
| 20. TRAITEMENT DE L’INFORMATION PRIVILEGIEE                                        | 11        |
| SECTION 4 – LE RISQUE DE BLANCHIMENT ET DE FINANCEMENT DU TERRORISME               | 11        |
| 21. PREVENTION DU BLANCHIMENT ET DU FINANCEMENT DU TERRORISME                      | 11        |
| <b>CHAPITRE 5 – RESPONSABILITE SOCIETALE DE L’ENTREPRISE</b>                       | <b>11</b> |
| 22. RESPONSABILITE SOCIETALE DE L’ENTREPRISE (RSE)                                 | 11        |
| <b>CHAPITRE 6 – RESPONSABILITE DES SALARIES</b>                                    | <b>12</b> |
| 23. ENGAGEMENT INDIVIDUEL ET RESPECT DU CODE                                       | 12        |
| 24. SIGNALEMENT ET ALERTE PROFESSIONNELLE                                          | 12        |
| Code de Déontologie Allianz France - Novembre 2015                                 | 2         |

## PREAMBULE

La confiance de nos clients, de nos actionnaires, de nos salariés et de l'opinion publique dans nos performances et notre intégrité, est un des principaux piliers sur lequel repose la pérennité du groupe Allianz.

Cette confiance dépend essentiellement du comportement, des capacités individuelles des collaborateurs et des dirigeants (« les salariés ») et de leur volonté de créer ensemble de la valeur pour nos clients, nos actionnaires et pour le Groupe.

Les principes de développement durable et de responsabilité sociale de l'entreprise sont intégrés à notre activité, comme l'attestent notre adhésion au Pacte mondial des Nations Unies et notre respect des Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises\*. En souscrivant au Pacte mondial des Nations Unies, les grandes entreprises internationales s'engagent à respecter ses principes et ses valeurs et plus généralement les droits de l'Homme (cf. annexe).

Le présent Code de déontologie s'inspire de ces principes ainsi que du *Code of Conduct for Business Ethics and Compliance* d'Allianz SE, qui s'applique à l'ensemble des salariés et dirigeants du Groupe Allianz et de ses filiales dans le monde.

Ce code s'applique au sein du Groupe Allianz France à chaque salarié dans le cadre de son activité professionnelle.

Les principes qu'il énonce, conformes au droit français, fixent des règles de comportement minimales. Ces règles éthiques complètent les valeurs autour desquelles chacun peut s'engager professionnellement et qui doivent guider notre manière de travailler, d'échanger et d'agir au quotidien : exemplarité, transversalité, responsabilité, efficacité (ETRE).

Des normes déontologiques plus détaillées peuvent s'appliquer par ailleurs à certaines catégories de personnel en fonction de leurs activités ou responsabilités spécifiques.

\* Les Principes directeurs de l'OCDE contiennent des principes de déontologie professionnelle à l'intention des entreprises d'envergure mondiale.

## CHAPITRE 1 – L'INTEGRITE

### Section 1 – Les principes généraux d'intégrité

#### 1. Principe de loyauté et respect des lois et règlements

- a) Les salariés sont tenus de respecter toutes les dispositions législatives, réglementaires et administratives applicables dans l'exercice de leur activité professionnelle, ainsi que les directives et politiques internes qui leur sont communiquées. Le non respect de ces normes peut exposer les salariés et le Groupe à des sanctions et conséquences graves, tant au plan juridique qu'en termes de réputation.
- b) Dans leur travail, les salariés doivent se comporter avec honnêteté, loyauté, dignité et intégrité à l'égard des autres salariés Allianz France, de la société employeur et de l'ensemble des sociétés du Groupe ainsi que des clients et autres relations d'affaires.
- c) Toutes les personnes responsables des fonctions finance, contrôle et comptabilité du Groupe ou de ses entités (« professionnels financiers ») sont tenues de produire en temps opportun les états financiers, rapports et autres éléments financiers requis, dont le contenu est exact, précis, sincère et compréhensible.
- d) Quel que soit son niveau de responsabilité, un salarié ne peut outrepasser des règles de contrôle interne pour des raisons professionnelles qu'après autorisation appropriée, et seulement si cela n'est pas illicite.
- e) Les salariés ne doivent entreprendre ni accepter aucune activité illégale dans le cadre de leur travail au sein du Groupe. Cela vise en particulier toute violation des réglementations économiques et tout type de complicité de fraude fiscale, que ce soit dans le pays de l'entité opérationnelle du salarié ou dans d'autres pays où le Groupe est actif.

#### 2. Ouverture, transparence et respect des personnes

- a) Afin de contribuer à la qualité de l'environnement du travail et sans négliger les nécessités du management, chaque salarié s'efforce d'avoir vis-à-vis d'autrui une attitude de civilité et de convivialité, de nature à favoriser un climat professionnel à la fois motivant et respectueux des personnes.
- b) Chaque collaborateur agit avec transparence, objectivité et impartialité. Un comportement intègre le conduit à éviter tout conflit entre d'une part ses devoirs et intérêts professionnels et d'autre part ses intérêts privés (cf. chap.3).
- c) Tout acte de discrimination ou de harcèlement est prohibé, qu'il émane de la société ou des salariés eux-mêmes, en raison notamment de l'âge, du handicap, de l'origine ethnique, du sexe, de la race, des opinions politiques ou des activités syndicales, de la religion ou de l'orientation sexuelle.
- d) Allianz encourage la coopération, les échanges d'expériences et la communication entre services, ainsi que la solidarité dans le travail. Ceci suppose de la part des salariés une attitude d'ouverture d'esprit et de transversalité afin de parvenir le mieux possible à la réalisation de leur mission.
- e) Le devoir d'exemplarité des managers et a fortiori des dirigeants de l'entreprise fait tout particulièrement partie de leur mission.

## **Section 2 – La déontologie commerciale**

### **3. Principe de protection de la clientèle**

Soucieux de la satisfaction et de la protection des assurés, Allianz s'attache à leur fournir le meilleur service tout au long de l'expérience client, depuis la conception des produits, la prévention et la surveillance du risque de vente non conforme, le respect de ses obligations lors de l'exécution du contrat. Ceci implique des organisations fiables et performantes, des forces de vente au comportement irréprochable, et la prise en compte des intérêts du client à toutes les phases de la relation commerciale et contractuelle.

A ce titre les collaborateurs d'Allianz doivent respecter une neutralité dans leur présentation, plus particulièrement au contact de la clientèle.

### **4. Information et conseil au client**

a) Les salariés ne doivent pas, par leurs actes ou par leurs déclarations, chercher à induire en erreur le marché ou les clients.

b) Lors de l'établissement d'une relation avec un client, dans le cadre d'une prestation de services fournie à un client ou à tout moment de la relation d'affaire, il importe de lui donner les informations dont il a besoin pour prendre en connaissance de cause une décision raisonnable, qu'il s'agisse de l'information sur le produit ou du conseil donné par le commercial ou l'intermédiaire.

c) Les informations ou conseils nécessaires dépendent du produit ou de la prestation, du profil du client et de son niveau de connaissance et d'expérience en la matière, et de ses besoins exprimés. Ceci s'entend dans le respect de la réglementation et des règles internes applicables.

### **5. Gestion des réclamations**

Allianz doit traiter les réclamations de tous ses clients promptement et équitablement et dans le respect des réglementations et directives Groupe applicables. Le traitement approprié des réclamations et l'analyse de leurs causes contribuent à l'amélioration continue des processus internes. Cela nécessite pour la satisfaction des clients et leur protection l'attention de tous les collaborateurs.

### **6. Prévention des pratiques anticoncurrentielles**

a) Allianz promeut une concurrence libre et loyale dans l'intérêt de ses clients, de ses actionnaires et de ses salariés. Salariés et partenaires commerciaux sont donc tenus de se conformer en permanence aux règles en vigueur du droit de la concurrence et à la charte Allianz de prévention des pratiques anticoncurrentielles.

b) Allianz ne tolère aucune violation du droit de la concurrence en son sein. Toute infraction au droit de la concurrence peut exposer le Groupe, ses filiales et ses salariés à de graves risques de réputation, à des demandes de dommages-intérêts de la part des clients et des concurrents, ainsi qu'à des sanctions administratives voire pénales.

c) En cas de doute sur la licéité d'une action envisagée, il convient de consulter au préalable la Direction Juridique et Conformité.

## Section 3 – La protection des actifs de l'entreprise

### 7. Protection des biens du Groupe

a) Les locaux et équipements, les documents professionnels, les outils de travail, les autres matériels de valeur et les propriétés intellectuelles du Groupe ne peuvent être ni détournés à des fins personnelles, ni mis à la disposition de tiers.

b) Les salariés s'efforcent, autant que leur fonction le justifie, de contribuer à la protection des biens de l'entreprise.

### 8. Utilisation du matériel informatique

a) Allianz met à la disposition de ses collaborateurs, en considération de leurs besoins, un poste de travail et le cas échéant des équipements complémentaires. Chaque salarié doit, par ses meilleurs efforts, protéger le matériel qui lui est confié ainsi que les données qu'il contient et prévenir tout dommage, vol ou accès non autorisé.

b) Le matériel informatique doit être exclusivement utilisé dans le cadre de l'activité professionnelle du collaborateur. Une utilisation privée exceptionnelle est tolérée par Allianz sous condition de sa licéité, si elle n'interfère pas avec les obligations professionnelles et ne viole pas les règles de communication de l'entreprise. Ceci vise notamment l'usage des messageries personnelles et des réseaux sociaux externes.

c) Allianz, dans le respect de la loi, se réserve le droit de contrôler l'usage qui est fait des outils mis à la disposition des collaborateurs pour s'assurer du respect des normes réglementaires et du présent code de déontologie.

d) Dans le cas où le salarié utiliserait, pour un usage professionnel, des applications Allianz sur son propre matériel, il doit alors faire en sorte de protéger les données et prévenir tout accès non autorisé à celles-ci.



## CHAPITRE 2 – COMMUNICATION ET CONFIDENTIALITE

### 9. Confidentialité de l'information et protection des données personnelles

a) Chaque salarié doit conserver la plus grande confidentialité tant à l'égard des tiers que des partenaires externes et des autres salariés du Groupe qui n'en ont pas besoin à titre professionnel, sur toute information concernant Allianz qu'il pourrait être amené à connaître dans le cadre de son activité professionnelle et non diffusée dans le domaine public.

b) La protection des données personnelles des clients se rattache à la confiance de ceux-ci à l'égard du Groupe. Cette protection est également reconnue par des dispositions réglementaires dont la violation est sanctionnée et qu'il convient donc de respecter strictement. Il en résulte que toute information concernant la personne et la situation (familiale, financière, médicale, ...) d'un client ou d'un prospect doit être considérée a priori comme strictement confidentielle. Elle ne peut faire l'objet d'une divulgation quelconque à un tiers ou à un collègue, sauf si ce collègue en a besoin pour l'accomplissement de son activité professionnelle.

Si une divulgation de telles informations, hors le cas précédent, apparaissait cependant utile, elle ne pourrait intervenir qu'après consultation préalable de la fonction Conformité.

c) La fonction Conformité doit être informée par tout salarié qui serait contacté par toute personne non habilitée, en vue d'obtenir directement ou indirectement des informations confidentielles concernant la société, ses activités ou ses produits.

d) Le Groupe coopère avec toutes les autorités publiques et de contrôle compétentes. Les relations avec ces autorités relèvent exclusivement des services qui en sont chargés.

### 10. Utilisation appropriée des moyens de communication

a) Internet constitue un canal de communication dont Allianz tire profit pour accroître sa visibilité et renforcer sa présence. L'entreprise a édicté des règles pour encadrer les informations que les collaborateurs peuvent mettre en ligne et, a fortiori, publier sur les réseaux sociaux. Ces règles sont semblables à celles appliquées aux communications tenues dans le monde physique.

b) Conformément aux dispositions légales, tout message diffamatoire, injurieux ou insultant, attentatoire à la vie privée ou à l'image d'un tiers, ou encore dommageable au droit des marques ou des productions d'autrui est prohibé.

c) Toute communication réalisée par un salarié sur Internet et Intranet (*notamment sur les réseaux sociaux interne et externe, forums, blogs, sites privés*) est sujette aux principes de confidentialité et de loyauté, au respect du droit à l'image et de la propriété intellectuelle de l'entreprise.

d) L'utilisation des réseaux sociaux externes par les collaborateurs doit s'opérer avec la plus grande vigilance, afin d'éviter que leurs actions et propos ne soient considérés comme émanant d'Allianz.

### 11. Relations d'Allianz avec les médias

a) Toutes les communications du Groupe doivent être exactes, précises et sincères, compréhensibles et intervenir en temps opportun.

b) Le Groupe respecte l'indépendance professionnelle des journalistes et des médias. En particulier, il ne rémunère aucun contenu éditorial.

c) Si un salarié est amené à s'exprimer en public ou à prendre part à un débat public et risque d'être considéré à tort comme représentant d'Allianz France, il doit clairement indiquer qu'il agit à titre personnel.

## CHAPITRE 3 – LA PREVENTION DES CONFLITS D'INTERETS

### 12. Risques de conflits d'intérêts avec les clients et les partenaires commerciaux

a) Le Groupe accorde une haute priorité aux intérêts de ses clients. Or, les conflits d'intérêts peuvent jeter le doute sur l'intégrité et le professionnalisme du Groupe.

b) Il y a un risque de conflit d'intérêts lorsqu'un intérêt personnel significatif (familial, financier, politique, associatif, etc...) d'un salarié est susceptible d'interférer ou paraît interférer avec les actions menées ou les décisions prises par ce salarié dans l'exercice de ses fonctions. Le risque de conflit d'intérêts s'entend non seulement par rapport au salarié lui-même mais aussi par rapport à sa famille proche (conjoint, concubin, enfants à charge et autres parents vivant sous le même toit, ...).

c) Il y a conflit d'intérêts avéré si, confronté à l'opposition entre son intérêt personnel et son obligation professionnelle à l'occasion précise d'un acte ou d'une décision, un salarié fait prévaloir son intérêt personnel au détriment de l'entreprise ou des clients.

d) La prévention et le traitement des conflits d'intérêts concernent l'ensemble des salariés d'Allianz. Les dirigeants de l'entreprise sont par définition plus exposés au risque.

### 13. Prévention et traitement des conflits d'intérêts

a) Face au risque de conflit d'intérêts, les collaborateurs appliquent les principes généraux suivants :

- identifier au plus tôt les risques de conflits d'intérêts auxquels on est soi-même exposé,
- lorsqu'un conflit ne peut être évité en raison des circonstances, le cas concret doit être géré de façon appropriée et équitable,
- faire remonter à son responsable hiérarchique ou au déontologue d'Allianz France tout questionnement préalable à une décision ou à un acte susceptible de transformer un conflit d'intérêts potentiel en conflit d'intérêts avéré,
- à plus forte raison, dire les choses sur sa propre situation quand les circonstances font que se taire équivaldrait à tromper.

b) Situations nécessitant une attention particulière :

- l'exercice d'un mandat social (administrateur, gérant, président...) ou d'une activité professionnelle dans une société extérieure au Groupe travaillant avec Allianz (client, fournisseur),
- l'exercice d'un mandat social (administrateur, gérant, président...) ou d'une activité professionnelle dans une entreprise concurrente d'Allianz,
- la détention d'une participation financière représentant au moins 1 % du capital d'un concurrent, d'un fournisseur ou d'un client,
- la perception d'une contrepartie monétaire ou d'un avantage non monétaire pour des interventions publiques, des formations ou des publications en tant que collaborateur Allianz.

Dans ces situations, le salarié doit demander au préalable une autorisation écrite de sa hiérarchie, avec copie au déontologue d'Allianz France.

## CHAPITRE 4 – LA PREVENTION DES ACTES DELICTUEUX

### Section 1 – Le risque de fraude

#### 14. Prévention de la fraude

- a) La fraude s'entend de tout acte ou omission intentionnel en vue d'obtenir un profit ou avantage illicite ou injustifié, causant pour Allianz, ses clients ou ses partenaires, un préjudice financier, matériel, immatériel, ou de réputation.
- b) Allianz met en application le principe de tolérance zéro en matière de fraude et de corruption.
- c) Il appartient à chaque salarié d'être vigilant dans la prévention et la détection des risques de fraude (internes ou externes) et de respecter en toutes circonstances les politiques et les procédures de l'entreprise en la matière.

### Section 2 – Le risque de corruption

#### 15. Prévention de la corruption

- a) Afin de protéger sa réputation et l'intérêt de ses clients, Allianz s'engage et agit contre la corruption. Ainsi, le Groupe ne tolère aucun acte de corruption directe ou indirecte. Allianz se réserve le droit d'engager toute poursuite disciplinaire et judiciaire contre son auteur.
- b) Constitue un acte de corruption active (corrupteur) le fait de proposer, à une personne publique ou privée, un quelconque avantage indu pour qu'elle accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte en violation de ses obligations professionnelles.
- c) Constitue un acte de corruption passive (corrompu) le fait de demander ou recevoir un quelconque avantage indu pour accomplir ou s'abstenir d'accomplir un acte en violation de ses obligations professionnelles.
- d) Certaines situations, sans constituer des actes de corruption, risquent de compromettre, soit réellement, soit en apparence, l'indépendance professionnelle des collaborateurs. Les règles de conduite énoncées aux articles suivants sont destinées à protéger les salariés dans pareilles circonstances.
- e) Il appartient à chaque salarié d'être vigilant dans la prévention et la détection des risques de corruption et de respecter en toutes circonstances les politiques et les procédures de l'entreprise en la matière.

## **16. Acceptation et attribution de cadeaux et invitations**

a) Les cadeaux et les invitations sont des pratiques légitimes dans la vie professionnelle, sauf s'il y a exagération ou volonté d'influencer indûment ou de corrompre.

b) Les salariés sont autorisés à offrir un cadeau ou une invitation aux clients ou aux partenaires d'affaires ainsi qu'à en recevoir, si le cadeau ou l'invitation :

- est conforme aux usages commerciaux de toute relation d'affaires
- n'est pas d'une valeur excessive, ni trop fréquent ou hors cadre professionnel
- n'est pas d'une nature ou d'une ampleur telles qu'il pourrait être considéré comme une sollicitation ou un dessous-de-table
- n'entre pas en conflit avec les obligations professionnelles du salarié vis-à-vis d'Allianz ou des clients d'Allianz.

c) Les salariés doivent en toutes circonstances respecter les règles et modalités pratiques fixées par les politiques et procédures internes de la compagnie en matière de cadeaux, d'invitations et d'hospitalités (on entend par hospitalités des invitations de tiers par Allianz à un événement sportif ou culturel ou à un voyage).

## **17. Libéralités aux représentants de l'autorité publique**

Les personnes dépositaires de l'autorité publique, chargées d'une mission de service public ou investies d'un mandat électif public ne doivent recevoir aucun cadeau, invitation ou autres libéralités susceptibles de mettre en cause leur indépendance.

C'est pourquoi le cas des fonctionnaires et assimilés fait l'objet de dispositions spécifiques dans les politiques et procédures internes de la compagnie en matière de cadeaux, d'invitations et d'hospitalités.

## **18. Dons publics, mécénat et sponsoring**

Le mécénat, les actions de sponsoring et les versements à des organisations caritatives ou politiques ne doivent pas s'écarter de la politique Groupe et ne peuvent s'effectuer que dans les strictes limites de la réglementation applicable et les procédures internes de la compagnie notamment en matière de politique anti-corruption.

## **19. Acceptation et détention des fonds et objets de valeur des clients**

Les salariés ne peuvent recevoir ou détenir les objets de valeur ou les fonds de clients dans le cadre de leur activité professionnelle que si les directives internes les y autorisent explicitement. L'acceptation et la détention des fonds et des objets de valeur doivent respecter strictement les directives internes applicables.

## Section 3 – Prévention du délit d’initié

### 20. Traitement de l’information privilégiée

- a) Toute information privilégiée concernant un titre coté en bourse, qui n’est pas connue du public, et qui peut avoir une influence sur le cours de bourse de ce titre ou instrument financier, doit être gardée strictement confidentielle.
- b) Elle ne peut être utilisée dans le but de réaliser ou de permettre de réaliser soit directement soit par personne interposée une ou plusieurs opérations avant que le public ait connaissance de cette information.
- c) En outre, toute personne disposant d’une telle information ne peut la communiquer à un tiers en dehors du cadre normal de sa profession ou de sa fonction, peu importe à cet égard que ledit tiers ait ou non exploité l’information privilégiée qui lui a été ainsi indûment transmise.
- d) En cas de doute sur la nature privilégiée de l’information, il est nécessaire de saisir immédiatement la fonction Conformité.

## Section 4 – Le risque de blanchiment et de financement du terrorisme

### 21. Prévention du blanchiment et du financement du terrorisme

- a) Aux côtés des pouvoirs publics, Allianz s’engage à agir contre le blanchiment des capitaux et contre le financement du terrorisme. Aucun motif notamment commercial ne peut faire obstacle à cet engagement inscrit dans la charte Allianz de prévention du blanchiment.
- b) Allianz a mis en place et tient à jour un dispositif de lutte anti blanchiment (LAB) et anti financement du terrorisme (LAFT) pour éviter que ses produits et services soient utilisés, à son insu, à des fins de blanchiment d’argent ou de financement du terrorisme.
- c) La vigilance anti blanchiment s’exerce au sein d’Allianz France selon une approche fondée sur les risques, qui détermine le contenu des procédures LAB opérationnelles et de la formation des salariés sur ce sujet.
- d) Allianz s’attache à coordonner les diligences effectuées contre la fraude interne et externe, contre le blanchiment d’argent et contre le financement du terrorisme.

## CHAPITRE 5 – RESPONSABILITE SOCIETALE DE L’ENTREPRISE

### 22. Responsabilité Sociétale de l’Entreprise (RSE)

- a) Allianz s’inscrit comme acteur des nouveaux enjeux environnementaux et sociétaux. Le Groupe porte une attention particulière au respect des droits de l’Homme, à la diversité et à l’égalité des chances, à la lutte contre la délinquance économique et financière, au développement des pratiques sociales responsables et à l’accès universel à la finance et à l’assurance.

- b) Pour l'ensemble de ses activités, le Groupe s'efforce de préserver les ressources naturelles et veille à réduire les incidences négatives de ses opérations sur l'environnement, en respectant les principes suivants : consommation responsable des ressources, économie d'énergie et recyclage des déchets.
- c) Les initiatives RSE se déclinent dans les pratiques opérationnelles d'Allianz, notamment au plan des ressources humaines, dans ses relations fournisseurs et dans la gestion des actifs mobiliers et immobiliers.
- d) L'entreprise promeut le respect des personnes. Les collaborateurs Allianz contribuent à la réalisation des engagements de l'entreprise et bénéficient des initiatives sociales de celle-ci. Ils adoptent eux-mêmes un comportement professionnel respectueux des principes éthiques, de l'intérêt des clients et de l'environnement.

## CHAPITRE 6 – RESPONSABILITE DES SALARIES

### 23. Engagement individuel et respect du code

- a) Les objectifs du présent Code ne peuvent être atteints qu'avec la contribution et l'engagement de tous. Ainsi, chaque collaborateur du Groupe doit s'attacher, dans la conduite de son activité, à en respecter les dispositions. Il incombe aux managers de veiller à ce que tous les membres de leur équipe participent à cet engagement.
- b) Le non-respect du Code de déontologie peut, selon la nature de la disposition en cause et en fonction des circonstances de fait, conduire Allianz France à prendre des mesures disciplinaires et à engager des procédures judiciaires.
- c) Face à un grave manquement à la déontologie ou aux obligations de conformité, les autorités publiques peuvent engager des procédures pouvant aboutir à un blâme, à une amende, au retrait ou à la suspension de l'autorisation d'exercer une activité, soit pour des entités entières du Groupe, soit pour ses collaborateurs.

### 24. Signalement et alerte professionnelle

- a) Tous les salariés peuvent contacter le déontologue Allianz France ou leur supérieur hiérarchique lorsqu'ils ont connaissance, dans le domaine exclusif des activités professionnelles, de manquements caractérisés ou d'actes contraires à la déontologie.
- b) Le Dispositif d'Alerte Professionnelle (DAP) permet à tout salarié de porter des faits répréhensibles à la connaissance du déontologue d'Allianz France, dans les domaines prévus par la réglementation.

## Annexe :

# Les dix principes du Pacte mondial des Nations Unies

### Droits de l'Homme

Principe 1 Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme ;

Principe 2 A veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme.

### Droit du travail

Principe 3 Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;

Principe 4 Elimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;

Principe 5 Abolition effective du travail des enfants ;

Principe 6 Elimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

### Environnement

Principe 7 Les entreprises sont invitées à adopter le principe de précaution face aux problèmes d'environnement ;

Principe 8 A prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;

Principe 9 A favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

### Lutte contre la corruption

Principe 10 Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

**LA DEONTOLOGIE AU QUOTIDIEN  
DANS LE CADRE DE L'ACTIVITE D'INVESTISSEMENT SUR  
LES MARCHES FINANCIERS**



Chaque collaborateur est tenu de maîtriser le cadre normatif régissant l'exercice de son activité (dispositions législatives, réglementaires et administratives, règles et engagements professionnels), et de connaître et respecter les normes déontologiques édictées par le Groupe Allianz.

Dans le prolongement des référentiels généraux diffusés auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe, la présente note a pour objet de rappeler les principes directeurs, que les collaborateurs impliqués dans le processus d'investissement sur les marchés financiers se doivent de respecter dans le cadre de leurs activités.

Si un collaborateur a un doute sur l'application d'un ou plusieurs de ces principes, il ne doit pas hésiter à se rapprocher de sa hiérarchie ou, le cas échéant, de son correspondant Conformité ou du déontologue d'Allianz France.

## 1. REFERENTIELS ALLIANZ FRANCE

Préambule : les activités d'Allianz sont régies par un corpus législatif et réglementaire abondant, auquel s'ajoutent les règles et engagements de la profession, en particulier au travers du « Recueil des engagements à caractère déontologique des entreprises d'assurance membres de la FFSA ou du GEMA ». Les procédures opérationnelles (notes internes, circulaires, modes opératoires) définies par Allianz s'inscrivent dans ce cadre normatif général et s'imposent également à tous les collaborateurs.

Dans l'accomplissement de leur travail au quotidien, les collaborateurs doivent se comporter de façon conforme au socle commun d'Allianz France contenant :

- le Règlement intérieur, applicable aux salariés des sociétés de l'UES Allianz,
- le Code de Déontologie,
- les Points clés de la Conformité.

Certains domaines sont en outre couverts par des référentiels complémentaires, notamment:

- la Charte Allianz France de prévention du blanchiment d'argent,
- la Politique anti-fraude Allianz France,
- la Politique Allianz Anti-Corruption,
- la Politique Cadeaux et Invitations,
- les Règles applicables aux invitations de tiers par Allianz France à des événements (« hospitalités », hors repas d'affaires).

Ces éléments sont accessibles sur l'espace Intranet de la Direction de la Conformité d'Allianz France.

## 2. LES REGLES DE CONDUITE VIS-A-VIS DES MARCHES FINANCIERS

En tant que professionnel disposant de connaissances et compétences spécialisées, ainsi que, le cas échéant, d'informations non connues du public relatives à un instrument financier, à un émetteur d'instrument financier ou à des circonstances spécifiques de marché, il est primordial que les collaborateurs affectés au processus d'investissement s'abstiennent de tout acte ou décision susceptible de contrevenir aux règles de fonctionnement des marchés réglementés ou d'affecter la perception du marché ou du public sur la valeur d'un titre échangé sur ces marchés.

Les présentes règles constituent une adaptation française à la politique de déontologie financière émise par Allianz Group Compliance (« Allianz Standard for Capital Markets Compliance » à effet du 1<sup>er</sup> novembre 2015).

### 2.1. Traitement de l'information privilégiée

Une information privilégiée est une information précise non publique, qui concerne, directement ou indirectement, un ou plusieurs instruments financiers, ou un ou plusieurs émetteurs d'instruments financiers et qui, si elle était rendue publique, serait susceptible d'avoir une influence sensible sur le cours des instruments financiers concernés ou des instruments financiers liés.

Cette définition inclut par exemple des informations transmises par un émetteur, un client, certaines informations reçues d'une société de gestion, d'autres investisseurs ou en provenance d'autres entités du Groupe Allianz, mais aussi les informations non publiques diffusées sur les plateformes de messagerie instantanée ou réseaux sociaux (Bloomberg, site internet, email, téléphone).

Un collaborateur disposant d'une information privilégiée doit absolument :

- s'abstenir d'utiliser les informations privilégiées en sa possession pour acquérir ou céder (ou tenter d'acquérir ou céder), pour son propre compte ou pour le compte d'autrui, directement ou indirectement, les instruments financiers (ou des instruments financiers liés) auxquels se rapportent ces informations,
- garantir la confidentialité des informations et ne jamais donner accès à des informations privilégiées à des clients, à d'autres collaborateurs (sauf ceux travaillant directement sur l'information privilégiée en question), aux sociétés de gestion (y compris celles du gGroupe) ou à des tiers,
- en informer immédiatement son correspondant Conformité au sein d'Allianz France.

Les collaborateurs susceptibles de détenir une information privilégiée dans le cadre du processus d'investissement, font l'objet d'une inscription sur une liste nominative d'initiés. Ils en sont informés par la Direction de la Conformité.

### 2.2. Prévention des abus de marché

Outre la gestion de l'information privilégiée, tout collaborateur doit s'interdire d'effectuer des opérations ou d'émettre des ordres sur instruments financiers ou sur contrats commerciaux :

- qui donnent ou sont susceptibles de donner des indications fausses ou trompeuses sur l'offre, la demande ou le cours d'instruments financiers,
- qui fixent le cours d'un instrument financier à un niveau anormal ou artificiel,
- qui entravent l'établissement du prix sur le marché ou ont pour effet d'induire en erreur les investisseurs agissant sur la base des cours concernés (exemple : intervention à la clôture).

## 2.3. Traitement des transactions personnelles

### 2.3.1. Dispositions générales s'appliquant aux collaborateurs au sein d'Allianz France et ses filiales

Les collaborateurs inscrits sur une liste d'initiés, permanente ou occasionnelle, doivent respecter les périodes pendant lesquelles il est interdit d'effectuer des transactions sur le titre Allianz SE et les instruments financiers qui lui sont liés (fenêtres négatives).

Chaque période concernée est rappelée au préalable par la Direction de la Conformité.

### 2.3.2. Dispositions particulières s'appliquant aux collaborateurs participant au processus d'investissement

Les collaborateurs susceptibles de détenir une information privilégiée dans le cadre du processus d'investissement, doivent en outre :

- n'effectuer aucune opération, à titre personnel sur les marchés financiers, liée à une information privilégiée dont ils pourraient avoir connaissance,
- saisir, avant toute transaction, le correspondant Conformité de l'Unité en cas de doute,
- sur requête de la fonction Conformité, attester semestriellement par écrit de ne pas avoir :
  - effectué d'opération, à titre personnel sur les marchés financiers, liée à une information privilégiée,
  - communiqué à autrui d'informations privilégiées, non publiques ou confidentielles dont ils auraient eu connaissance dans le cadre de leur activité professionnelle, au sens de l'article L.465-1 du code monétaire et financier.

Les personnes concernées sont :

- les membres du Comité de Direction de l'Unité Investissements,
- les membres du Comité d'Investissement Allianz France (LIMCO),
- les collaborateurs des départements CIO, ALM & Investment Strategy, Nouveaux Investissements, Compliance & Gouvernance et Cash Management de l'Unité Investissements,
- les collaborateurs du Corporate Finance et du Middle Office GACPA de l'Unité Finance.

### 2.3.3. Dispositions renforcées s'appliquant aux personnes sensibles impliquées dans le processus d'investissement sur les marchés financiers

Afin de contrôler et réduire le risque de délit d'initié et d'abus de marché, des mesures renforcées s'appliquent aux personnes qualifiées de sensibles, qui en raison de leur fonction ont connaissance d'informations privilégiées dans le cadre du processus d'investissement, en particulier :

- les membres du Comité de Direction de l'Unité Investissements,
- des collaborateurs des départements CIO, ALM & Investment Strategy, Compliance & Gouvernance et Cash Management de l'Unité Investissements.

Ces collaborateurs font l'objet d'une inscription sur une liste de personnes sensibles, maintenue par la Direction de la Conformité, qui les en informe par une notification individuelle.

Les collaborateurs ainsi inscrits sur la liste des personnes sensibles peuvent détenir un portefeuille de valeurs mobilières et de produits financiers ouvert dans un ou plusieurs établissements de leur choix.

Ils ont alors l'obligation de communiquer systématiquement à la Direction de la Conformité les références du ou des comptes d'instruments financiers (comptes titres) ouverts tant en France qu'à l'étranger.

Les comptes visés sont les comptes directs, les comptes joints, ainsi que tous ceux pour lesquels le collaborateur dispose d'une procuration ou a donné un pouvoir à un tiers pour opérer pour son propre compte.

Les collaborateurs inscrits sur la liste des personnes sensibles doivent déclarer spontanément et sans délai à la Direction de la Conformité les transactions personnelles effectuées sur les comptes visés. Les transactions personnelles visées (cf. RG AMF article 313-9) sont les opérations réalisées par la personne sensible ou pour son compte, lorsqu'au moins une des deux conditions suivante est remplie:

- la personne sensible agit en dehors du cadre de ses fonctions,
- l'opération est réalisée pour le compte de l'une des personnes suivantes :
  - la personne sensible elle-même,
  - une personne avec laquelle elle a des liens familiaux ou des liens étroits,
  - une personne dont le lien avec la personne sensible est tel que cette dernière a un intérêt direct ou indirect important dans le résultat de l'opération.

Les opérations personnelles suivantes ne sont pas concernées par ce dispositif d'attestation :

- transactions exécutées dans le cadre d'un mandat de gestion et sans instruction préalable du mandant,
- transactions sur des OPC (FCP, SICAV, FIA, OPCI) (cf. RG AMF article 313-12),
- transactions sur les titres d'Etat,
- transactions sur des obligations à taux fixe, au minimum notées « A »,
- placements libellés en Unité de Compte, à l'exception des transactions en actions effectuées en gestion libre,
- Opérations Sur Titres à l'initiative de l'émetteur.

En cas de difficulté d'interprétation, le correspondant Conformité doit être interrogé avant toute transaction.

Dans le cadre de ses contrôles, la Direction de la Conformité est susceptible d'interroger le collaborateur concerné pour fournir des éléments complémentaires nécessaires à la bonne fin de ces contrôles, et le cas échéant, un relevé annuel des transactions effectuées sur le(s) compte(s) titres visé(s).

## **LA DEONTOLOGIE AU QUOTIDIEN DANS LE CADRE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE**



*« Etre la référence sur les marchés stratégiques d'Allianz France pour développer la croissance rentable du CA, en construisant avec nos clients, nos équipes et nos partenaires une relation de confiance durable ».*

La raison d'être de l'Unité Distribution, rappelée ci-dessus, associe intrinsèquement performance commerciale et éthique des comportements. En effet, l'honnêteté, la loyauté et l'intégrité avec lesquelles chaque collaborateur se comporte influent sur la qualité de service due à la clientèle, la réputation du Groupe, la confiance et la croissance qui en résultent.

Dans ce contexte, chacun est tenu de maîtriser le cadre normatif régissant l'exercice de son activité (dispositions législatives, réglementaires et administratives, règles et engagements professionnels), et de connaître et respecter les normes déontologiques édictées par le Groupe Allianz. Cette préoccupation revêt une signification particulière s'agissant des réseaux de distribution du Groupe, maillon par nature essentiel de la relation clientèle.

Dans le prolongement des référentiels généraux diffusés auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe (cf. 2. Infra), la présente note a pour objet de :

1/ rappeler les principes directeurs, que chaque commercial se doit de respecter dans le cadre de son activité,  
2/ fournir, en regard de ces principes, des exemples concrets de pratiques préconisées ou, a contrario, prohibées par Allianz.

Si un collaborateur a un doute sur l'application d'un ou plusieurs de ces principes, il ne doit pas hésiter à se rapprocher de sa hiérarchie ou, le cas échéant, de la Direction de la Conformité et du Contrôle Permanent de l'Unité Distribution.

## **1. REFERENTIELS ALLIANZ FRANCE**

*Préambule : les activités d'Allianz sont régies par un corpus législatif et réglementaire abondant, auquel s'ajoutent les règles et engagements de la profession, en particulier au travers du « Recueil des engagements à caractère déontologique des entreprises d'assurance membres de la FFSA ou du GEMA ». Les procédures opérationnelles (notes internes, circulaires, modes opératoires etc.) définies par Allianz s'inscrivent dans ce cadre normatif général et s'imposent également à tous les collaborateurs.*

Dans l'accomplissement de leur travail au quotidien, les collaborateurs commerciaux doivent se comporter de façon conforme au socle commun d'Allianz France contenant :

- ✓ le Règlement intérieur, applicable aux salariés des sociétés de l'UES Allianz,
- ✓ le Code de Déontologie,
- ✓ les Points clés de la Conformité.

Certains domaines sont en outre couverts par des référentiels complémentaires, notamment :

- ✓ la Charte Allianz France de prévention du blanchiment d'argent,
- ✓ la Politique anti-fraude Allianz France,
- ✓ la Politique Allianz Anti-Corruption,
- ✓ la Politique Cadeaux et Invitations,
- ✓ les Règles applicables aux invitations de tiers par Allianz France à des événements (« hospitalités », hors repas d'affaires).

Ces éléments sont accessibles sur l'espace Intranet de la Direction de la Conformité d'Allianz France.

Par ailleurs, la déontologie est au cœur des dispositifs mis en place pour cadrer et organiser l'activité commerciale, notamment :

- ✓ la méthode de vente S'Energy : objectif (le client et ses besoins au cœur de l'acte de vente), déroulé de l'acte de vente (logique, articulation et traçabilité de ses différentes étapes),
- ✓ la définition Allianz France de la « commercialisation non conforme » (cf. annexe 1).

## 2. LES REGLES DE CONDUITE VIS-A-VIS DE LA CLIENTELE

Les salariés des réseaux de distribution du Groupe sont au contact des clients et prospects d'Allianz. La pertinence des conseils apportés et des solutions proposées nécessite un haut niveau de professionnalisme et un climat de confiance absolue dans les relations entre le conseiller et son client (ou prospect).

Dans ce contexte et conformément aux référentiels évoqués précédemment, Allianz attache une importance particulière au respect des intérêts de sa clientèle et proscriit tout comportement, acte ou situation inappropriés à cet égard. Cette préoccupation d'éthique commerciale se décline sur chaque thématique évoquée ci-après.

### 2.1. Information et conseil à la clientèle (Code de Déontologie, § 3).

Le salarié doit veiller à fournir au prospect / client les produits ou services adaptés à ses besoins, ainsi qu'une information claire et non trompeuse sur les solutions proposées.

Ceci suppose en premier lieu, dans le cadre des procédures en vigueur :

- l'analyse préalable de la situation et des besoins des prospects / clients,
- la collecte, pour ce faire, de l'ensemble des données appropriées,
- l'identification, en fonction des informations ainsi recueillies, du ou des contrats adéquats.

Il est par ailleurs interdit de :

- se présenter comme un vendeur « multiscartes », et proposer des produits et services qui ne figurent pas au catalogue des offres autorisées par Allianz,
- enfreindre les instructions du Groupe relatives à la commercialisation de produits ou services auprès de prospects / clients âgés de 85 ans ou plus, et plus généralement de toute personne en situation de vulnérabilité,
- se livrer à des pratiques commerciales déloyales, qu'elles soient trompeuses ou agressives,
- modifier les éléments du dossier de souscription (incluant le cas échéant le certificat de prescription) à l'insu du prospect / client,
- cautionner des déclarations mensongères de la part du client, et a fortiori l'y inciter, dans le but de contourner les règles de tarification et d'acceptation ou pour quelque but que ce soit.

Il est enfin indispensable que le salarié respecte l'ensemble des procédures définies par l'entreprise et utilise les outils et les supports mis à sa disposition. Ainsi :

- sont exclusivement utilisables les outils, manuels ou informatisés, les imprimés, les supports d'impression ou les documents publicitaires fournis par l'Entreprise,
- le salarié doit remettre au prospect / client l'ensemble des informations exigées dans le cadre de la commercialisation des produits et services d'Allianz, conformément aux procédures en vigueur,
- aucun écrit ou attestation etc. engageant l'Entreprise, produit sur papier à en-tête Allianz ou sur papier libre, ne doit être remis au prospect / client sans validation préalable par les services compétents.

## 2.2. Risques de conflits d'intérêts (Code de Déontologie, § 12 et 13) :

Le salarié doit agir en permanence de manière à éviter une interférence entre son activité professionnelle et ses intérêts personnels. Ce conflit est en effet susceptible de remettre en cause le respect des intérêts des prospects / clients en termes d'adéquation des produits ou services vendus. Il peut en outre s'avérer incompatible avec les règles de prévention de la fraude et de la corruption (cf. 2.4).

Ainsi, l'activité commerciale ne doit pas conduire le salarié à :

- entretenir des relations financières à titre personnel avec les prospects / clients d'Allianz ou leur famille,
- être tuteur ou curateur d'un prospect / client majeur protégé, et le représenter ou l'assister pour effectuer quelque opération que ce soit, ni a fortiori se faire rémunérer au titre de l'opération en question,
- être bénéficiaire, lui ou son conjoint/concubin/pacsé ou toute personne de son entourage proche, d'un contrat Allianz souscrit par un client,
- être, lui ou son conjoint/concubin/pacsé ou toute personne de son entourage proche, légataire d'un client,
- se faire consentir des prêts d'argent à titre personnel par le prospect / client, la famille ou le proche entourage de ce dernier,
- émettre à partir de son compte personnel un chèque ou un virement à l'ordre ou pour le compte du prospect / client, ou établir un chèque ou tout autre moyen de paiement à la place du client,
- faire transiter sur son compte personnel tout ou partie des fonds reçus des clients dans le cadre de la relation commerciale,
- faire diriger la correspondance d'Allianz à une autre adresse que celle du client,
- se faire rémunérer une aide apportée le cas échéant pour des actes de la vie courante du prospect / client (par exemple : dépôt auprès de la recette des impôts d'un formulaire fiscal complété et signé par le client)
- gérer tout ou partie des affaires du prospect / client sur le plan financier. A titre d'exemples :
  - avoir procuration sur ses comptes bancaires,
  - conserver ses moyens de paiement (chèques et cartes bancaires),
  - connaître le numéro de sa carte bancaire ou tout identifiant / code confidentiel permettant d'avoir accès aux comptes bancaires, espace client Allianz etc. du prospect / client,
- accepter tout mandat tacite ou signé par le client permettant d'effectuer un acte en son nom et pour son compte,
- enfreindre les règles définies par sa hiérarchie en termes de concurrence entre les réseaux de distribution d'Allianz.

Si une situation de conflit d'intérêts évoquée ci-dessus ne peut être évitée, le salarié doit en informer sans délai sa hiérarchie.

Cas particulier : un salarié commercial désirant souscrire, pour son compte personnel ou celui de son conjoint/concubin/pacsé, un produit de la gamme Allianz, doit respecter le circuit applicable en matière d'affaires directes. En cas de souscription non réalisable dans le cadre de ce circuit, l'opération est confiée à un autre salarié commercial, aux conditions des affaires directes. Le dossier doit être systématiquement visé par la hiérarchie du salarié réalisateur.

### **2.3. Prévention des actes de corruption (Code de Déontologie, § 15 à 17) :**

Allianz ne tolère aucun acte de corruption, qu'il soit actif ou passif, direct ou indirect.

Dans ce contexte, il est notamment rappelé qu'offrir et recevoir des cadeaux et invitations est une pratique professionnelle légitime, mais que tout conflit ou apparence de conflit entre l'intérêt personnel d'un salarié et sa responsabilité envers Allianz, ses prospects, clients, apporteurs ou partenaires d'affaires doit être géré de façon appropriée.

Par conséquent, les salariés sont autorisés à donner un cadeau ou une invitation aux prospects, clients, apporteurs ou partenaires d'affaires ainsi qu'à en recevoir de leur part, si le cadeau ou l'invitation :

- est conforme aux usages commerciaux de toute relation d'affaires,
- n'est pas d'une valeur excessive, ni trop fréquent ou hors cadre professionnel,
- n'est pas d'une nature ou d'une ampleur telle qu'il pourrait être considéré comme une sollicitation ou un dessous-de-table,
- n'est pas offert avec l'intention d'influencer de façon induue le jugement professionnel d'un salarié, d'un client ou d'un partenaire d'affaires,
- n'entre pas en conflit avec les obligations professionnelles d'un salarié vis-à-vis d'Allianz et / ou des clients Allianz,
- ne viole pas, directement ou indirectement (par exemple, via des proches), le Code de déontologie ni les Politiques d'Allianz (cf. §1), ou toute loi ou réglementation.

Les procédures à suivre dans ce cadre sont reprises dans le tableau en annexe 2.

### **2.4. Prévention de la fraude interne (Code de Déontologie, § 19) :**

Allianz agit contre la fraude et ne tolère à cet égard aucun acte à caractère frauduleux de la part de ses collaborateurs.

La prévention du risque de fraude suppose :

- le respect des procédures opérationnelles en vigueur,
- la prise en compte des mesures de prévention des conflits d'intérêts (cf. supra),
- l'interdiction des pratiques suivantes :
  - établir des documents contractuels en l'absence du ou des souscripteurs (propositions, demandes d'adhésion, déclaration d'état de santé, offres de crédits, etc.),
  - l'interdiction absolue de se substituer au prospect / client, notamment :
    - ✓ renseigner et / ou signer tout document ou demande d'opérations à la place du prospect / client, au moment de la souscription ou lors de toute opération ultérieure,
    - ✓ apposer les mentions légales manuscrites et la signature des clients par le ou les souscripteurs en l'absence du commercial,
    - ✓ faire des dépôts d'espèces ou réaliser des opérations bancaires à la place du client pour effectuer des opérations quelles qu'elles soient chez Allianz (souscription de produits ou de services, reversement, retrait partiel ou total, avances ...),
    - ✓ gérer, de quelque manière que ce soit, l'espace client « allianz.fr » ouvert chez Allianz.

## **2.5. Prévention du blanchiment (Code de Déontologie, § 21) :**

Dans le cadre de la prévention du blanchiment et de la fraude fiscale, et conformément aux procédures en vigueur, il est notamment interdit de :

- entrer en relation d'affaires avec un client si son identification, l'objet et la nature de la relation ne peuvent être clairement établis (interdiction légale prévue par le Code Monétaire et Financier),
- donner suite à tout projet commercial d'entrée en relation d'affaires dès lors que le client ou le prospect indique clairement l'origine frauduleuse, délictuelle ou criminelle des fonds qu'il souhaite verser,
- souscrire des affaires avec des non-résidents fiscaux français,
- pour les contrats d'assurance vie et de capitalisation :
  - accepter les paiements par chèque et par virement provenant d'un compte à l'étranger,
  - accepter des espèces en règlement d'un nouveau contrat (ou d'un reversement le cas échéant).

Par ailleurs, s'agissant des bons de capitalisation en stock, il est interdit de :

- conserver ou négocier des bons de capitalisation pour le compte d'un client en dehors des procédures normales de gestion ou de production (le cas échéant, le salarié serait considéré comme le mandataire du client et engagerait sa propre responsabilité en cas de perte, vol ou détérioration des bons).

Lorsque les bons de capitalisation transitent très temporairement par le conseiller, un certificat de remise avec accusé de réception doit obligatoirement être utilisé afin d'éviter tout litige ultérieur, rempli et signé en deux exemplaires (dont 1 remis au client), pour chaque cas de remise de bons :

  - remise par le commercial au souscripteur lors de l'émission,
  - remise par le porteur au commercial lors de la négociation,
- intervertir des bons de plusieurs souscriptions,
- racheter aux clients leurs bons de capitalisation dans quelque but que ce soit, y compris afin d'éviter un rachat avant terme.

## **2.6. Confidentialité de l'information, protection des données des clients (Code de Déontologie, § 9) :**

Toute personne physique gérée dans les systèmes d'information de l'entreprise dispose de droits à l'égard des traitements des données à caractère personnel la concernant, ainsi l'acte de vente ne peut conduire le salarié à :

- collecter, utiliser ou traiter toute donnée à caractère personnel et confidentiel d'un client ou d'un prospect autrement que dans le strict cadre des finalités déterminées, explicites et légitimes de l'acte professionnel concerné. Les salariés d'Allianz sont tenus à une obligation de discrétion,
- communiquer ou dévoiler des informations personnelles et confidentielles couvertes par le secret bancaire ou médical sur un client, ainsi que sur ses transactions bancaires,
- détourner et utiliser des fichiers clients ou prospects à des fins de prospection autres que celles établies dans le cadre de l'exercice professionnel Allianz,
- conserver à son domicile, toute donnée à caractère personnel ou tout document contractuel et confidentiel d'un client ou d'un prospect,
- transférer des données à caractère personnel et confidentiel d'un client ou d'un prospect sur un support (exemple : clef USB) autre que celui autorisé dans le Groupe,
- utiliser les zones commentaires ou texte libre pour y noter des informations clients / prospects non autorisées (données médicales, discriminatoires...).

|                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>ANNEXE 1</b></p> <p style="text-align: center;"><b>LA COMMERCIALISATION NON CONFORME (ou « MISSELLING ») CHEZ ALLIANZ FRANCE</b></p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**DEFINITION :**

Est considérée comme une commercialisation non conforme, l'ensemble des comportements imputables à un (des) collaborateur(s), ou à la compagnie, qui sont contraires à une relation clientèle conduite de manière honnête, loyale et conforme à la réglementation en vigueur et aux règles internes ainsi qu'à celles des autorités administratives.

**RISQUES COUVERTS :*****A/ L'offre produits***

- tout produit ou service présentant des caractéristiques inappropriées aux besoins ou au profil du client ou du segment de clientèle ciblé,
- toute publicité ou supports et documents commerciaux inexacts, trompeurs ou insuffisamment clairs.

***B/ La commercialisation***

- méthode de vente excessivement axée sur la vente de produits ou services au détriment de la réponse aux besoins réels des clients,
- défaut ou manque de formation, de compétences techniques et commerciales et de culture éthique des commerciaux,
- défaut ou manque de politique de gestion des conflits d'intérêts entre les commerciaux et les clients.

***C/ Le contact / la relation avec le client***

- non prise en compte des besoins, des objectifs, des connaissances du client et de son degré d'appétence au risque,
- manque de clarté dans la présentation du produit,
- défaut ou manque de suivi du client,
- pratiques commerciales déloyales, notamment l'intimidation et l'abus de faiblesse.

## ANNEXE 2 : REGLES APPLICABLES AUX SALARIES ALLIANZ France (mai 2015)

### Régime des cadeaux et invitations

|                                |                                                                      | Clients                                                                                                     | Fournisseurs                                                                                          | Partenaires                                                                                                 | Fonctionnaires et assimilés                                                                       |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cadeaux et invitations REÇUS   | Cadeaux inférieurs à 40 €                                            | Non autorisé                                                                                                | Pas de formalité                                                                                      |                                                                                                             | Non autorisé                                                                                      |
|                                | Cadeaux supérieurs à 40 € (ou à 160 € par an)                        |                                                                                                             | Accord du responsable hiérarchique + info/copie au responsable Conformité de l'Unité Distribution (1) |                                                                                                             |                                                                                                   |
|                                | Invitations à des évènements sportifs ou culturels, ou à des voyages |                                                                                                             |                                                                                                       |                                                                                                             |                                                                                                   |
|                                | Repas d'affaires (2)                                                 | Pas de formalité                                                                                            | Pas de formalité                                                                                      |                                                                                                             |                                                                                                   |
| Cadeaux et invitations OFFERTS | Cadeaux inférieurs à 40 €                                            | Pas de formalité                                                                                            | Non autorisé                                                                                          | Pas de formalité                                                                                            | Seule autorisation : objet publicitaire Allianz < 40 €                                            |
|                                | Cadeaux supérieurs à 40€ (ou à 160 € par an)                         | Accord préalable du responsable hiérarchique + info/copie au responsable Conformité de l'Unité Distribution |                                                                                                       | Accord préalable du responsable hiérarchique + info/copie au responsable Conformité de l'Unité Distribution | Non autorisé                                                                                      |
|                                | Repas d'affaires(2)                                                  | Pas de formalité                                                                                            |                                                                                                       |                                                                                                             | Accord préalable du responsable hiérarchie + info/copie de la direction Conformité Allianz France |
|                                | Hospitalités                                                         | Cf. Régime des Hospitalités (ci-dessous)                                                                    |                                                                                                       |                                                                                                             |                                                                                                   |

### Régime des hospitalités : invitations de tiers par Allianz à des événements sportifs ou culturels ou à des voyages

|                                       | Invitations / Evénements                                                      |                                                          |                               |                                                                                           |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Invitants                             | Haut de gamme (hors PPE)<br>Ex : Allianz Riviera (3)                          | Invitations PPE (4)                                      | Autres invitations (hors PPE) | Organisés par GMM (5)                                                                     |
| Membres du Comex                      | Liste d'invités tenue à disposition de la direction Conformité Allianz France | Visa préalable de la direction Conformité Allianz France | Liste d'invités à conserver   | Procédure GMM d'approbation préalable avec visa de la direction Conformité Allianz France |
| Autres Directions (hors Distribution) |                                                                               |                                                          |                               |                                                                                           |
| Unité Distribution                    | Liste d'invités tenue à disposition de la DCCP Distribution                   | Visa préalable de la DCCP Distribution                   |                               | Procédure GMM d'approbation préalable avec visa de la DCCP Distribution                   |

1 Le responsable hiérarchique décide si le cadeau est attribué au salarié, donné à un organisme caritatif ou partagé au sein de l'équipe.

2 Pour les repas d'affaires, les salariés Allianz France appliquent les règles de précaution habituelles : valeur et fréquence raisonnables ; prudence en cours d'appel d'offres.

3 Et aussi notamment : Roland Garros, soirée Opéra.

4 Personne Politiquement Exposée (ministre, parlementaire, élu local...) et autres personnes de statut fonctionnaire et assimilé.

5 Group Market Management.