

## ANNEXE 7 : Principes éthiques et déontologiques fondamentaux de la CCIAMP

La CCI Marseille Provence est un établissement public placé sous la tutelle de l'Etat. Situées au croisement de la culture privée qui inspire leurs dirigeants et de la culture publique inhérente à leur statut d'établissement public, les assemblées consulaires remplissent une mission de corps intermédiaire qui constitue l'une des justifications fondamentales de leur existence.

La qualité de membre, élu ou associé, sous-entend le respect d'un certain nombre de droits et de devoirs mais aussi de règles de conduite concernant la bonne posture à adopter dans le cadre du mandat qu'il occupe.

Les principes éthiques et déontologiques fondamentaux de la CCIAMP s'appliquent à l'ensemble des Membres (membres élus et associés) et par extension, dans le périmètre de leur intervention aux conseillers techniques de la CCI Marseille Provence.

En cas d'incertitude sur la façon d'agir, les Membres concernés s'adresseront à la Commission de prévention des conflits d'intérêts qui est chargée du suivi, de l'interprétation et du traitement des difficultés rencontrées dans l'application de ces principes déontologiques.

### I - LES RÈGLES DE COMPORTEMENT

#### 1.1 INTÉGRITÉ ET PRÉVENTION DES CONFLITS D'INTERET

Les Membres relevant de ces principes éthiques et déontologiques s'interdisent de tirer de leur position consulaire, que ce soit pour eux-mêmes, pour des proches ou pour des tiers, tout avantage non conforme aux textes.

Le souci d'efficacité doit s'accompagner du respect des lois et règlements en vigueur.

Les Membres déclarent à leur prise de fonction par écrit l'ensemble de leurs intérêts financiers, directs ou indirects, dans toute activité économique et sociale. Cette obligation est renouvelée annuellement.

De la même façon, lorsqu'ils acceptent une délégation de la CCIAMP, ils doivent s'assurer que la prise illégale d'intérêts, en raison de leur activité personnelle par exemple, ne pourrait pas être soulevée.

#### 1.2 IMPLICATION

Les Membres s'engagent à une participation active et assidue dans la vie institutionnelle et les projets qui résulteront des ambitions de la mandature.

#### 1.3 ENGAGEMENT AU NOM DE LA CCIAMP

Les Membres sont parfois sollicités pour signer des conventions ou des partenariats dans le cadre de la mission qui leur a été confiée. S'ils ne disposent pas d'une délégation de signature du Président, ils pourront engager la CCIAMP seulement après avoir reçu une délégation spécifique (dite ad hoc) pour l'opération.

#### 1.4 ACCES AUX ACHATS ET MARCHÉS DE LA CCIAMP

Les Membres doivent s'abstenir de contracter avec la Chambre dans un domaine où ils ont des responsabilités au sein de cette dernière, sauf s'ils sont en position de client d'un service public géré par cette dernière comme les formalités d'entreprise, par exemple.

Cette posture de réserve est vivement recommandée pour tous les marchés et tous les Membres.

## 1.5 CONTRIBUTIONS ET COTISATIONS

Les membres qui exercent des responsabilités significatives dans des structures qui reçoivent des contributions financières de la CCIAMP s'engageront par écrit à ne pas prendre part ou à influencer la décision d'attribution des fonds.

## II - LES RÈGLES DE PRISE DE PAROLE

### 2.1 EXPRESSION PUBLIQUE

La liberté d'expression dont chacun bénéficie permet de communiquer librement. Il est toutefois important de noter qu'en qualité de membre, toute expression publique peut désormais être assimilée à une déclaration officielle de la CCIAMP.

Le droit fondamental de s'exprimer librement, s'accompagne, dans le cadre du mandat CCIAMP, du respect d'un certain nombre de règles et principes à appliquer.

Pour une meilleure efficacité collective, l'expression publique de la CCIAMP et sa communication doivent passer par une prise de parole et une présence organisée, ce qui conduit à clarifier les rôles et usages de chacun.

Le Président est le premier porte-parole de la CCIAMP. Il est lui-même habilité à s'exprimer au nom de la CCIAMP, sa politique, ses actions, ses projets. Le Président a toute autorité pour déléguer des porte-paroles.

Les porte-paroles peuvent être un ou plusieurs Membres désignés, le Directeur Général, le Directeur de la Communication.

Ainsi, les membres s'engagent à respecter et se faire porte-parole des positions de la CCIAMP :

- dans les domaines de représentation et les délégations qui leur incombent ;
- après s'être assurés auprès de la Gouvernance des éléments de langage adéquats à utiliser ;
- en relayant les éléments de communication officiels de la CCIAMP.

### 2.2 EXPRESSION DANS LES MÉDIAS

- Demandes « presse » : les demandes presse doivent être soumises au service presse de la CCI Marseille Provence, en charge de l'exécution (supports - prise de parole).
- Discours : tout discours réalisé au nom de la CCI Marseille Provence doit être soumis autorisé ou validé par la Gouvernance.

### 2.3 EXPRESSION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Sur les médias sociaux s'appliquent les mêmes règles que lors d'une expression publique. A noter que la vitesse de propagation des informations sur Internet impose une plus grande vigilance et une organisation.

La communication des Membres sur les réseaux sociaux en qualité de porte-parole (délégation de prise de parole) est un axe lié à la stratégie de communication de la CCIAMP.

Un membre n'a pas encore de profil ?

Pas de précipitation ! Des médias training lui seront proposés pour définir quels sont ses axes stratégiques de communication à déployer sur les médias sociaux, comment il pourra y être associé et le former à cette nouvelle pratique.

Un membre a déjà un ou plusieurs profils sur les médias sociaux :

S'il est mentionné sur ses profils le nouveau mandat à la CCIAMP, il est nécessaire de rajouter la mention « Compte personnel, mes posts n'engagent que moi ».

Dans tous les cas si le membre publie, il lui est recommandé de rester neutre, de respecter la confidentialité des informations qui lui sont transmises dans le cadre de son mandat, d'être responsable et faire preuve de savoir-vivre. Il lui est conseillé de rester insensible au dénigrement, de ne pas répondre aux provocations, de rester positif et de ne s'exprimer que sur les sujets qu'il maîtrise.

Enfin, pour pouvoir remplir son rôle d'ambassadeur de la CCIAMP, le membre peut la suivre sur ses comptes officiels et partager les contenus publiés !

Twitter : - [twitter.com/CCI\\_MP](https://twitter.com/CCI_MP)

Facebook : [www.facebook.com/ccimarseilleprovence](https://www.facebook.com/ccimarseilleprovence)

Linkedin : [www.linkedin.com/company/chambre-de-commerce-et-d'industrie-marseille-provence](https://www.linkedin.com/company/chambre-de-commerce-et-d'industrie-marseille-provence)

### III MODALITES D'APPLICATION

Les Membres et toute personne concernée par une disposition de ce document, en raison de son rôle ou de sa fonction, s'engagent, en acceptant leur fonction, au respect des valeurs, principes et règles transmises dans cette annexe.

Ils acceptent en particulier d'appliquer les règles suivantes :

Intervention de la Commission de prévention des conflits d'intérêts pour interpréter une situation née de l'application des principes éthiques et déontologiques fondamentaux de la CCIAMP.

Ne pas confier à un collaborateur de la CCIAMP la gestion et l'animation d'un profil personnel et/ou d'un profil politique sur un réseau social.