

427



Code de déontologie professionnelle d'AXA

Juin 2019



Code de déontologie professionnelle d'AXA

“ Le cœur de notre métier est de prendre des engagements sur le long terme vis-à-vis de nos clients. La confiance est l'élément essentiel sur lequel repose notre réussite depuis de longues années. Dans ce contexte, se doter d'un ensemble de valeurs et de principes d'action est fondamental car il nous fournit - tant sur le plan individuel que collectif - une « échelle de valeurs », afin de trouver une réponse appropriée à la complexité, aux diverses priorités qui sont parfois contradictoires et que nous rencontrons au quotidien dans notre métier.

Les valeurs soutiennent notre comportement, et celui-ci se traduit dans l'atteinte de nos résultats. « Customer first », « Intégrité », « Courage » et « One AXA » : ces quatre valeurs n'ont de sens que si elles sont partagées et incarnées par chacun. Elles doivent s'appliquer au quotidien et dans toutes nos actions. Si vous vous interrogez sur la meilleure décision à prendre, nos valeurs vous aideront à faire le bon choix. Gardez à l'esprit que la mission d'AXA est de donner à chacun les moyens de vivre une vie meilleure.

Depuis longtemps, AXA s'engage à respecter une déontologie professionnelle rigoureuse. Nous avons conçu ce nouveau Code de déontologie professionnelle pour créer une compréhension commune de ce qui est attendu de chacun de nous et des métiers.

Ces exigences doivent guider chacun d'entre nous dans l'exercice de ses fonctions. Garantir une bonne performance de nos activités n'a rien d'incompatible avec des normes déontologiques professionnelles. Les deux éléments se renforcent mutuellement. C'est la raison pour laquelle j'attends que chacun respecte les exigences de notre nouveau Code de déontologie professionnelle. Si vous avez des questions ou des commentaires concernant le présent Code, vous pouvez en faire part à votre Responsable ou à vos Départements Ressources humaines ou Conformité locaux.

”

Thomas BUBERL,
Directeur Général

Pourquoi et de quelle manière la déontologie se positionne comme l'un des fondements de la stratégie d'AXA ?

Notre mission est de donner à chacun les moyens de vivre une vie meilleure.

« **Customer first** », « **Intégrité** », « **Courage** » et « **One AXA** » sont les quatre valeurs que nous appliquons au quotidien, dans tout ce que nous entreprenons et qui contribuent à la réussite de notre stratégie :

- **Customer first** signifie placer la satisfaction de nos clients au cœur de nos réflexions et de nos actions. Cela nous permettra de répondre à leurs besoins d'aujourd'hui et d'anticiper ceux de demain pour toujours leur offrir les meilleurs conseils, produits et services ;
- Depuis les origines du Groupe, **l'Intégrité** est une valeur fondamentale. Elle repose sur le respect de la parole donnée, la sincérité, l'honnêteté et le respect. Il s'agit de faire ce qui est juste et de gagner la confiance de nos clients, collaborateurs et partenaires ;
- Le **Courage** chez AXA, signifie que chacun a le courage d'exprimer son point de vue et d'agir pour changer et faire avancer les choses, pour innover et trouver de nouvelles façons de faire notre métier ;
- De par nos actions, **One AXA** devient une réalité, car collaborer comme une seule équipe soudée nous rend plus forts, nous enrichit de nos différences et nous unit par des objectifs communs.



Customers first

Placer le client au cœur de chacune de nos actions.



Courage

Donner aux autres les moyens d'agir et trouver des opportunités d'apprendre et de se développer.



Intégrité

Être responsable et toujours tenir ses engagements.



One AXA

Viser la réussite de tous en s'appuyant sur la diversité et la collaboration. Les grandes décisions, les idées novatrices et un succès pérenne ne sont possibles qu'en associant l'intelligence, la participation et l'énergie de tous.

6

Traitement équitable et professionnel des clients

Ce qu'il faut savoir

AXA est un acteur compétitif mondial qui, tout en veillant au respect du droit, s'applique à mettre en œuvre des pratiques loyales et déontologiques, notamment en matière de vente et marketing.

Afin de respecter cet engagement, nous ne devons en aucun cas :

- Fournir sciemment des informations erronées à nos clients, partenaires commerciaux ou concurrents ;
- Déformer ou dissimuler des faits afin d'en tirer un avantage concurrentiel ;
- Adopter un comportement illégal ou contraire à la déontologie professionnelle.

Si, à un moment donné, nous estimons avoir pu agir ou être poussés à agir d'une manière déloyale ou contraire à la déontologie professionnelle, nous devons en faire part au Département Conformité.

Ce qu'il faut faire

Nous adoptons un comportement équitable et professionnel vis-à-vis de nos clients en :

- Connaissant et appliquant les engagements d'AXA vis-à-vis de ses clients en matière de : transparence, de non-divulgence d'informations clients confidentielles, de concurrence loyale et de lutte contre la fraude et le blanchiment de capitaux ;
- Assurant nos clients d'un traitement professionnel et honnête en gérant, en temps utile, les sinistres recevables d'une façon équitable, précise et courtoise ;
- Agissant d'une façon professionnelle, honnête et responsable lors de la promotion de nos produits et services ;
- Veillant à ce que nos clients disposent des informations et moyens leur permettant de s'exprimer et de résoudre tout différend qui pourrait survenir avec AXA.

Questions - Réponses

Je travaille sur un produit d'assurance santé. Je ne me sens pas à l'aise avec la stratégie tarifaire : le produit me semble trop cher au regard de sa valeur ajoutée pour le client.

Le développement des produits doit respecter toutes les politiques et procédures en vigueur. Si vous ne vous sentez pas à l'aise, bien que les procédures aient été respectées, vous devez consulter votre Responsable et faire part de votre ressenti au département concerné.

Je travaille dans la distribution. Suite à une publicité diffusée à la télé, un client souhaite acquérir un produit d'investissement. En appliquant les procédures en vigueur, ce type de produit n'est pas adapté au client. Que dois-je faire ?

Avant tout, vous devez fournir au client toutes les informations pertinentes concernant le produit et ses caractéristiques. Vous devrez lui expliquer les raisons pour lesquelles le produit ne correspond pas à ses attentes ou à son profil d'investisseur et lui proposer une alternative adaptée à ses besoins.