



# The Creative Way<sup>TM</sup>

Creative Associates International  
CODE D'ÉTHIQUE ET  
DE CONDUITE DES AF-FAIRES



**C**  
CREATIVE



Si vous voulez aller vite,

*allez-y seul ;*

Si vous voulez aller loin,  
*allez-y ensemble.*



# Table des matières



6

Mission, vision et valeurs



8

Message du président  
directeur général  
Leland Kruvant



10

Faire ce qui est bien  
de manière créative



12

À travers le monde et  
dans notre région

1. Responsabilités de chacun
2. Responsabilités supplémentaires des dirigeants / administrateurs
3. Prendre des décisions éthiques avec la méthode Creative Way
4. Responsabilités des fournisseurs et autres partenaires commerciaux

## À propos de Creative Associates International

Nos experts se concentrent sur la construction de systèmes éducatifs inclusifs, la transition des communautés du conflit à la paix, la promotion d'une croissance économique durable, l'engagement des jeunes, la promotion d'élections transparentes et plus encore. Depuis sa fondation en 1977 par quatre femmes entrepreneuses, Creative a été une organisation axée sur la réalisation de missions et a entrepris des projets dans plus de 85 pays. Aujourd'hui, nous pouvons compter sur 1 000 professionnels du monde entier qui s'engagent à travailler aux côtés des communautés, des institutions, du secteur privé et des organisations non gouvernementales pour aider les communautés à réaliser le changement positif qu'elles souhaitent.

14

### Respect du code

1. Demander conseil et s'exprimer
2. Signaler une question ou une préoccupation - Exprimez-vous
3. Département d'éthique et de conformité
4. Tolérance zéro en matière de représailles
5. Enquêtes internes
6. Enquêtes gouvernementales
7. Mesures disciplinaires et correctives
8. Dérégations au code



16

### Le processus de signalement et d'enquête

18

### Attentes en matière de comportement des employés



20

### Creative Way pour NOTRE PEUPLE

1. Valoriser la diversité et l'inclusion
2. Prévention du harcèlement et de la discrimination
3. Promotion d'un environnement de travail sain et sécurisé
4. Protection des données personnelles
5. Utilisation responsable des médias sociaux
6. Prévention des conflits d'intérêts :
  - A MGestes commerciaux, cadeaux et divertissement
  - B Emploi extérieur et activités connexes



30

### Creative WAY pour NOS CLIENTS

1. Création et tenue de dossiers et de comptes exacts
2. Protection de la réputation et des autres atouts de la société
3. Répondre aux demandes de renseignements du gouvernement américain, des gouvernements étrangers et des médias

36

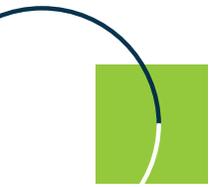
### La méthode Creative pour NOTRE MARCHÉ MONDIAL

1. Faire des affaires à l'échelle mon-diale
2. Prévention des pots-de-vin et de la corruption
3. Traite des êtres humains
4. Protection de l'enfance et exploitation sexuelle des enfants
5. Prévention des pertes, de la fraude et des abus
6. Concurrence loyale
7. Approvisionnement responsable et protection des droits de l'Homme

46

### Creative Way pour NOS COMMUNAUTÉS

1. Protection de l'environnement
2. Aider nos communauté



# Notre mission

Aider les  
personnes du  
monde entier  
à réaliser le  
changement  
posi-tif qu'elles  
recher-chent.

# Nos valeurs

- Respect mutuel
- Communication franche, claire et directe
- Travail d'équipe
- Attention portée au client
- Excellence technique

# Notre vision

Creative a pour objectif de créer des quartiers, des communautés et des régions stables, capables de mettre en place des institutions efficaces pour subvenir aux besoins de leurs habitants et leur permettre de surmonter leurs difficultés et de vivre en paix et de s'accomplir.



# Message from President & CEO



# Leland Kruvant

Les pierres angulaires fondamentales de notre entreprise se trouvent dans la mission, la vision et les valeurs qui ont défini notre identité depuis notre création, il y a plus de 40 ans. Ils aident à façonner nos décisions, établissent une feuille de route qui définit la façon dont nous interagissons les uns avec les autres et soulignent ce que nous considérons comme étant le plus important. En termes simples, ils sont la loupe à travers laquelle nous voyons le monde et notre position unique en tant qu'entreprise pour le rendre meilleur. Creative s'efforce de s'assurer que tous les employés, quels que soient leur lieu de travail et leur culture, disposent des outils et des ressources dont ils ont besoin pour se conformer aux normes éthiques les plus rigoureuses qui soient. Le code international d'éthique et de conduite des affaires de Creative Way - Creative Associates International sert de guide aux employés pour les aider à bien cerner les questions à poser, les experts à consulter et la bonne façon de prendre des décisions commerciales éthiques. Le Code contient des renseignements utiles que nous devrions tous, en tant qu'employés, connaître et respecter. Depuis le lancement de notre premier projet, nous avons collectivement mis à profit notre réputation de partenaire de confiance dans la communauté du développement auprès de nos clients, des gouvernements, des communautés et des bénéficiaires. C'est le résultat d'un travail acharné, de la vigilance et du dévouement de tous nos collègues. La confiance est l'un de nos

atouts les plus précieux, mais aussi l'un des plus fragiles. La confiance que nous avons tant travaillé à mériter peut être perdue à cause d'une nouvelle ou d'un événement, d'un incident, d'une mauvaise décision ou d'un commentaire négligent. C'est la raison pour laquelle la façon dont nous exerçons nos activités est aussi importante que les services que nous offrons. En d'autres termes, la façon dont nous faisons notre travail est aussi importante que ce que nous faisons. Notre Code nous fournit l'information et les ressources dont nous avons besoin pour exercer nos activités de façon responsable, pour prendre des décisions éthiques fondées sur des valeurs et pour entretenir la confiance. Le code d'éthique et de conduite des affaires de Creative reflète notre détermination constante et absolue à toujours agir de la bonne façon. Lisez notre code et utilisez-le pour guider vos actions quotidiennes. Si vous avez une question ou une préoccupation, parlez-en et demandez conseil chaque fois que vous n'êtes pas certain d'agir de la bonne façon.



Leland Kruvant  
President & CEO  
Creative Associates International



# Introduction: Agir de la bonne *The Creative façon*



## Les débuts : Quatre femmes, une vision

En 1977, dans un sous-sol de Washington, D.C., quatre femmes issues de milieux culturels différents et animées d'une même passion pour l'excellence et les opportunités en matière d'éducation ont fondé une société qui allait devenir « Creative Associates International ». Charito Kruvant a été une des pionnières de l'éducation bilingue et a travaillé avec Head Start dans des quartiers où vivent des minorités dans le New Jersey. Mimi Tse, chimiste de formation, était fascinée par la psychologie de l'enfant et le développement de l'esprit des jeunes. Diane Dodge était une spécialiste

de la petite enfance de la première heure et Cheryl Jones était une éducatrice accomplie.

Ces quatre femmes ont collaboré à un projet de développement de la petite enfance axé sur des programmes d'éducation et de développement humain aux États-Unis. Par la suite, elles ont étendu au niveau international les activités qu'elles exerçaient au niveau national et se sont attachées à promouvoir le développement de l'éducation et à soutenir les communautés en transition. Leur esprit d'entreprise a contribué à bâtir la réputation de Creative en matière d'innovation, d'initiative et de polyvalence. Aujourd'hui, un groupe diversifié de professionnels expérimentés dirige Creative.

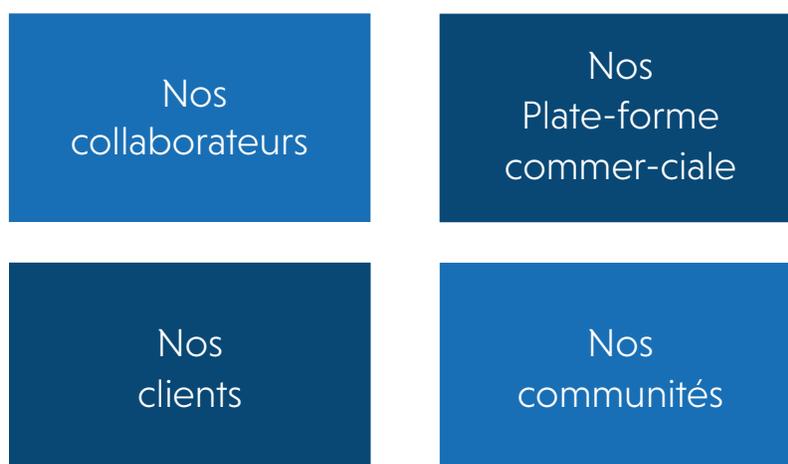
Nous avons réalisé des projets dans plus de 85 pays et avons des programmes actifs dans plus de 30 pays. Le champ des actions de l'entreprise, qui ont pour but d'améliorer la vie de millions de personnes dans le monde, s'est considérablement élargi et comprend maintenant l'éducation, la croissance économique, la stabilisation des communautés, l'amélioration de la gouvernance, la promotion d'élections transparentes et plus encore.

Les valeurs fondamentales qui ont motivé l'entreprise il y a tant d'années sont toujours présentes dans toutes les actions menées par Creative : Respect mutuel ; Communication franche, claire et directe ; Travail d'équipe ; Attention portée client ; et Excellence technique. Nos valeurs sont fondamentales et constituent le socle de l'entreprise. Ils guident la façon dont nous travaillons avec nos partenaires commerciaux, au sein de nos communautés et entre nous. Nous avons créé une culture de la performance dynamique et éthique grâce à l'intégrité, la responsabilité, la passion, l'humilité, la simplicité et au souci du succès. C'est ce qui nous permet d'agir de façon juste, la Creative way, pour faire du monde un endroit meilleur.

Le Code d'éthique et de conduite des affaires contient beaucoup d'informations importantes ainsi que des ressources qui nous aident à exercer nos activités de façon légale, éthique, responsable et en accord avec nos valeurs. Il est facile à lire, à utiliser et adapté à nos tâches quotidiennes. Familiarisez-vous avec le code et utilisez-le souvent. Les sujets sont regroupés sous quatre grandes rubriques et représentent nos principales parties prenantes, ces groupes de personnes qui ont un intérêt ou qui sont concernées par la façon dont nous gérons notre entreprise.

# Analyse du code

Les sujets sont regroupés en **quatre catégories** :



Chaque sujet du code est divisé en **trois sections** :



## Agir de façon juste

L'approche de Creative en matière de conduite des affaires, qui définit les attentes quant à la façon dont nous nous comportons.



## Ce que cela signifie

Comment nous nous comportons afin de satisfaire nos attentes et celles des autres, voire de les dépasser.



## Pourquoi cela est important

L'importance de suivre les normes pertinentes pour protéger la réputation de Creative, éviter les risques non désirés et contribuer à la pérennité de l'entreprise.

# À travers le monde et dans notre région

Notre réputation et notre succès dépendent des décisions et des actions de notre personnel dans le monde entier. Nous nous engageons à faire en sorte que chaque action que nous entreprenons respecte les valeurs de Creative et soit en totale conformité avec la législation et notre code.

## **Responsabilités de chacun**

En tant qu'employés, nous avons une responsabilité partagée, sur le plan individuel et collectif, sur la façon dont Creative exerce ses activités et sur l'impact que nous avons dans le monde. Notre Code est le reflet de notre identité et de ce qui est important pour nous. Il donne un aperçu des lois, des règlements et des politiques de l'entreprise qui s'appliquent à nous et au travail que nous faisons, mais il fait plus que cela, il est le fondement de nos valeurs communes.

C'est la raison pour laquelle nous attendons de chaque employé qu'il respecte notre code et prenne des décisions qui préserveront la confiance que les autres nous ont accordée. Nous attendons la même chose de nos partenaires commerciaux, consultants, sous-traitants et de toute autre personne qui agit au nom de l'entreprise.

## **Responsabilités supplémentaires des dirigeants / administrateurs**

Bien que tous les employés de Creative soient tenus d'agir avec intégrité, de faire preuve de respect et d'établir un climat de confiance mutuelle, les dirigeants et les gestionnaires ont des responsabilités particulières en vertu de notre code. If you lead or supervise others, Creative requires you to demonstrate ethical leadership and set the right tone by:

- Fostering a positive work environment where only legal, ethical and appropriate behaviors are acceptable
- Favoriser un environnement de travail positif où seuls les comportements légaux, éthiques et appropriés sont acceptables.
- Communiquer régulièrement l'importance de pratiques commerciales saines sur le plan éthique et discuter des implications éthiques et juridiques des décisions commerciales.
- Créer un environnement accueillant où les employés peuvent poser des questions et faire part de leurs préoccupations, et répondre à ces questions et préoccupations de façon appropriée et opportune.
- Fournir des ressources adéquates en matière de formation et de perfectionnement pour permettre aux employés d'exercer leurs fonctions de façon appropriée et de faire progresser leur carrière.



- Identifier et atténuer les risques commerciaux liés à l'éthique, à la conformité et à d'autres opérations.
- Utiliser notre processus d'évaluation de la performance pour évaluer les objectifs commerciaux réalisés par les employés et les méthodes qu'ils utilisent pour les atteindre

## **Prendre des décisions éthiques avec la méthode Creative Way**

Chaque décision commerciale comporte une composante éthique. Il est important de tenir compte de toutes les parties prenantes et de prendre des décisions conformes à la mission, à la vision et aux valeurs de Creative. Utilisez le modèle de prise de décision ci-dessous comme guide.

## **Responsabilités des fournisseurs et autres partenaires commerciaux**

Nous croyons qu'il est important de faire affaire avec des partenaires commerciaux qui partagent nos valeurs et notre approche du monde des affaires. Nous attendons de ces partenaires commerciaux qu'ils examinent, qu'ils comprennent et qu'ils agissent conformément aux normes énoncées dans le code de conduite mondial des fournisseurs de Creative.





# Respect du code



## Demander conseil et s'exprimer

Chez Creative, nous nous efforçons de maintenir une culture où nos questions et préoccupations sont reconnues et prises en compte. Cela nous donne la liberté de nous dépasser, de renforcer la confiance, de faire preuve de leadership éthique et de poursuivre notre mission et notre vision. Si vous avez des questions ou des préoccupations au sujet du code, de nombreuses ressources s'offrent à vous.

# Exprimez-vous !

## Signaler une question ou une préoccupation

Tous les employés de Creative sont encouragés et encouragés à utiliser les nombreux canaux disponibles pour signaler une interrogation ou une préoccupation :

1

Parlez à votre :  
Gestionnaire / Superviseur / Chef de groupe

2

Faire un signalement électronique  
[www.creativeassociatesinternational.com/directline](http://www.creativeassociatesinternational.com/directline)

3

Appelez gratuitement :  
1 (877) 750-2732 ou 1 (202) 772-2137

4

Envoyez un message électronique à :  
[Hotline@CreativeDC.com](mailto:Hotline@CreativeDC.com)



### **Département d'éthique et de conformité**

Le département d'éthique et de conformité est une ressource pour :

- Fournir des conseils et clarifier la façon d'appliquer ce code ou une politique d'entreprise à nos activités commerciales.
- Fournir des conseils en matière d'éthique et de conformité, des avis, faire de la sensibilisation et de la formation.
- Façonner la culture de l'entreprise et atténuer les risques éthiques

### **Zero Tolerance for Retaliation**

En tant qu'entreprise, nous savons qu'il faut du courage pour partager vos préoccupations. Nous encourageons une communication honnête et ouverte et encourageons nos employés à poser des questions et à faire part de leurs préoccupations. Nous n'exercerons pas de représailles contre toute personne qui, de bonne foi, divulgue des infractions réelles ou supposées ou participe à une enquête éthique

de Creative. Les représailles entraîneront des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.

### **Mesures disciplinaires et correctives**

Tous les employés sont tenus de se conformer au présent code, et le respect de ce dernier est une condition préalable à l'embauche. Le non-respect du Code, des politiques de l'entreprise et des lois applicables peut entraîner des mesures disciplinaires ou correctives, pouvant aller jusqu'au licenciement.

### **Déroptions au code**

Dans de rares cas, nous reconnaissons qu'une application stricte du code peut entraîner des difficultés ou des risques importants. Dans ces cas exceptionnels, une dérogation au code peut être demandée dans le but d'atténuer les difficultés. Toute dérogation à ce code doit être approuvée par le service juridique.



# Le processus de signalement et d'enquête

Dans le cadre de la culture axée sur les valeurs de Creative, il est important que les employés puissent poser des questions et exprimer leurs préoccupations, sans crainte de représailles, et qu'ils soient sûrs que leurs préoccupations sont prises au sérieux et, lorsque cela est justifié, font l'objet d'une enquête approfondie.



## Signalement Allégations

- Selon la politique de Creative les allégations doivent être signalées en utilisant les voies de communication de l'entreprise :
  - 1 **Parlez-en** à votre responsable / superviseur / chef de groupe ;
  - 2 **Faites** un signalement par voie électronique à [www.CreativeAssociates International.com/directline](http://www.CreativeAssociatesInternational.com/directline);
  - 3 **Appelez** gratuitement les numéros suivants : +1 (877) 750-2732 OU +1 (202) 772-2137;
  - 4 **Envoyez** un message électronique à [Hotline@CreativeDC.com](mailto:Hotline@CreativeDC.com)
- Le service de sécurité, avec l'aide d'autres organismes fonctionnels, reçoit toutes les allégations, les examine, fait une enquête et prend les mesures qui s'imposent.
- L'ensemble du personnel de Creative est tenu de se conformer aux directives du service de sécurité et d'aider ce dernier à traiter les allégations.
- Lorsque vous signalez une allégation, il est important d'être aussi précis que possible et de fournir des détails sur l'allégation.
- Lorsque le service de sécurité reçoit une allégation, il l'examine et détermine s'il y a des conflits d'intérêts entre les personnes qui examinent l'allégation.

## Procédure d'enquête et protocole

- Lorsque le service de sécurité reçoit une allégation, il l'examine et détermine s'il y a des conflits d'intérêts entre les personnes qui examinent l'allégation
- Au besoin, le personnel des services juridiques, des RH et du programme participera à l'enquête sur l'allégation afin de déterminer la crédibilité et l'exactitude, tout en protégeant l'anonymat de l'auteur de l'accusation.
- Nous enquêtons rapidement, équitablement et conformément à nos obligations légales sur les signalements d'infractions réelles ou présumées au code.
- Tous les employés sont tenus de coopérer pleinement à toute enquête et sont priés de ne pas dévoiler les informations relatives à l'enquête et de ne pas en révéler qu'ils y participent pour préserver l'intégrité de la source du signalement.
- Lorsque nous enquêtons, nous cherchons à obtenir des résultats justes et raisonnés qui concilient nos intérêts à identifier et à traiter les cas d'inconduite tout en préservant la dignité des personnes concernées.

## Confidentialité et représailles

- Le service de sécurité veillera à ce que l'identité de la personne qui présente des allégations soit traitée en toute confidentialité, dans toute la mesure du possible.
- Il n'est pas acceptable de faire des déclarations malveillantes et fausses contre quiconque, pour quelque raison que ce soit.
- Creative ne tolère aucune forme de représailles ou de victimisation contre les personnes qui signalent des allégations.



## Enquêtes et rapports du gouvernement

- Bien qu'il s'agisse d'un événement peu probable, nous devons savoir répondre de façon appropriée à une demande d'information, d'enquête ou de signalement d'allégations par le gouvernement ou d'un orga
- Dans de telles circonstances, nous devons coopérer légalement et toute information que nous fournissons doit être véridique et exacte.
- Pour nous assurer que nous agissons de façon appropriée tout en protégeant les intérêts de l'entreprise, il est important de renvoyer l'enquête au service de sécurité et juridique





## Attentes en matière de comportement des employés

Chez Creative, nous sommes une entreprise humaine. Forts de nos relations et d'un engagement ferme envers nos valeurs, nous aidons les gens du monde entier à réaliser les changements positifs qu'ils recherchent. Dans le cadre de cette mission, des normes éthiques élevées et un rendement exceptionnel vont de pair ; **notre mode d'action** est aussi important que **nos actions**. C'est dans ce but que nous attendons des collaborateurs de Creative :

# 1 Agir de la bonne façon – *Toujours*

2

Être mutuellement responsables de la mise en pratique des valeurs de Creative et du respect de ces attentes en matière de comportement

3

Se traiter mutuellement avec respect et équité

4

Valoriser la diversité de pensée, d'expériences et d'opinions

5

Écouter et communiquer activement avec ouverture, honnêteté, respect et clarté

6

Aborder les conflits de manière réfléchie et constructive, sans attaques personnelles ni colère

7

Favoriser un environnement propice à l'inclusion, à la confiance et à l'autonomie

8

Collaborer les uns avec les autres en tant que partenaires commerciaux

9

Reconnaître les réalisations des autres

10

S'engager pour la réussite de nos équipes et viser les plus hauts niveaux de performance

# The Creative Way *pour...*





# Nos collabora-teurs

Creative considère que pour aider les gens et créer des changements positifs dans le monde entier, il faut d'abord favoriser un environnement de travail qui valorise vraiment les gens. Tous les employés méritent d'être traités avec équité et respect, et nous encourageons la discussion pour obtenir le meilleur résultat possible pour toutes les personnes concernées. Ensemble, nous pouvons assurer un avenir encore plus prometteur à notre entreprise, à nous-mêmes et aux citoyens du monde que nous aidons.

# 1 Valoriser la diversité et l'inclusion

## Agir de façon juste

Nous croyons au pouvoir des gens et nous respectons les personnes de toutes origines, aptitudes et opinions. Nous apprécions les réalisations des uns et des autres et croyons que tous doivent avoir une chance égale de réussir. Nous mettons tout en œuvre pour créer un environnement inclusif qui favorise l'expression individuelle, la créativité, l'innovation et la réussite.

## Ce que cela signifie

Nous nous traitons les uns les autres avec dignité et respect et cultivons une atmosphère de communication ouverte et franche :

- Nous embauchons, fidélisons et promouvons nos employés en fonction de leurs qualifications, de leurs compétences éprouvées, de leurs réalisations et d'autres mérites.
- Nous ne faisons pas de discrimination
- Nous attendons de nos partenaires commerciaux, consultants et sous-traitants qu'ils agissent en conformité avec nos normes de traitement équitable et d'égalité des chances.
- Nous respectons toutes les législations du travail et de l'emploi en vigueur.

## Pourquoi cela est important

Nous croyons que la diversité, des personnes et des idées, stimule l'innovation et renforce notre avantage concurrentiel sur le marché mondial. Nous nous engageons à traiter les employés et les candidats à l'emploi équitablement et nous cherchons à développer et à conserver une main-d'œuvre diversifiée. Nous valorisons les personnes aux antécédents, aux expériences, aux approches et aux idées variés et nous faisons la promotion de cette approche auprès de ceux avec qui nous collaborons.

« Nous croyons que la diversité, des personnes et des idées, stimule l'innovation et renforce notre avantage concurrentiel sur le marché mondial. »

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Aisha est une musulmane pakistanaise qui a récemment intégré l'entreprise et travaille avec d'autres agents d'exécution de l'USAID dans un espace de bureau partagé pour réaliser un projet de Creative. Elle porte un foulard, se couvre la tête et le cou, conformément à ses croyances religieuses. Le principal responsable a introduit un nouveau code vestimentaire, ce qui a incité son supérieur hiérarchique à lui dire qu'elle ne pouvait pas porter son foulard au travail pour des raisons de santé et de sécurité. Aisha a refusé de se plier à cette exigence. Elle a été suspendue, puis renvoyée.

### Comment cette situation au-rai-t-elle pu être traitée diffé-remment ?

#### RÉPONSE :

Si la nouvelle politique ne tient pas compte des croyances religieuses et des codes vestimentaires correspondants, elle doit être réécrite pour être plus inclusive. Aisha n'aurait jamais dû avoir à choisir entre ses croyances religieuses et son travail.

## 2

# Prévention du harcèlement et de la discrimination

### Agir de façon juste

Nous nous engageons à instaurer un environnement de travail dans lequel nos employés sont traités avec dignité et respect et qui ne tolère ni harcèlement ni discrimination.

### Ce que cela signifie

- Nous nous comportons de manière appropriée dans toutes nos interactions avec les autres
- Nous ne tolérons aucune forme de maltraitance ou de harcèlement à l'égard de collègues, de partenaires commerciaux ou de toute autre personne avec laquelle nous collaborons.
- Nous avons une tolérance zéro pour les propos ou attitudes non désirés ou les blagues dégradantes et dénigrantes liées à la race, la couleur, l'âge, le sexe, l'orientation sexuelle et autres catégories protégées par les lois qui nous concernent.
- Nous sommes consciencieux quant à la façon dont nos actions et nos commentaires peuvent être perçus ou mal compris par les autres.
- Nous signalons les cas de harcèlement ou de discrimination

### Pourquoi cela est important

Nous croyons que chaque employé doit être traité avec respect, indépendamment de sa race, de sa couleur, de son origine ethnique, de son origine nationale, de sa religion, de son âge, de son handicap, de son état de santé, de son statut de vétéran, de son statut matrimonial, de son orientation sexuelle ou de son identité sexuelle ou de son expression sexuelle. Un milieu de travail sans harcèlement ni discrimination nous permet d'évoluer et de nous épanouir ensemble.

### Que feriez-vous ?

**SCÉNARIO :**

Kumar anime un programme d'éducation en Amérique centrale avec une équipe multiculturelle d'expatriés américains et de ressortissants de pays de la région. Deux membres de l'équipe qui sont des responsables ont ouvertement dénigré les pratiques religieuses des autres, souvent dans le cadre d'un forum ouvert à tous.

### Quelle est la meilleure façon de réagir face à cette situation ?

**RÉPONSE :**

Ce genre de comportement est clairement du harcèlement et ne doit pas être toléré. HR should be advised and take an active role in addressing this matter to ensure it does not happen again. Les responsables en question sont tenus de respecter les mêmes normes que tous les employés, et cette situation justifie des mesures correctives et disciplinaires. Chaque employé mérite d'être traité avec dignité et respect.

# 3 Promotion d'un environnement de travail sain et sécurisé

## Agir de façon juste

Nous nous engageons à garantir un environnement de travail sûr et sain pour nos collègues, nos partenaires commerciaux et nos visiteurs, ainsi que pour les habitants des communautés et des pays dans lesquels nous sommes présents.



## Ce que cela signifie

Nous encourageons une véritable culture de la santé et de la sécurité :

- En respectant en permanence la législation locale ou nationale
- En faisant des choix responsables et en ne s'engageant pas ou en ne demandant pas d'actes inutiles ou dangereux au travail
- En connaissant et en respectant les lois en vigueur en matière de santé et de sécurité au travail et les politiques connexes de l'entreprise.
- En veillant les uns sur les autres et en aidant les autres à éviter les situations ou les comportements non sécuritaires
- En signalant rapidement toute situation ou comportement malsain ou dangereux, en particulier les risques professionnels, les équipements endommagés ou manquant, les blessures ou les comportements menaçants ou violents.
- En maîtrisant les mesures à prendre en cas d'urgence et en coopérant lors des exercices d'urgence ; et
- En n'apportant ni drogues illégales ni autres substances contrôlées sur la propriété de l'entreprise ou en ne se trouvant jamais sous leur influence au travail.

## Pourquoi cela est important

Nous partageons tous la responsabilité de faire de la santé et de la sécurité une priorité quotidienne. Chacun d'entre nous est tenu de respecter les règles et pratiques en matière de santé et de sécurité qui s'appliquent à son travail et de prendre les précautions nécessaires pour se protéger, protéger ses collègues et ses visiteurs. Notre santé et notre sécurité exigent que chacun d'entre nous se présente au travail sans aucune substance, y compris l'alcool et les drogues, qui pourrait nous empêcher de travailler -correctement ou qui pourrait créer une situation dangereuse.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Alors qu'elle voyageait dans un véhicule de l'USAID entre des sites dans les zones rurales du Honduras, Constance a remarqué ce qui semblait être une sorte de fuite à l'arrière de la voiture. L'odeur de carburant était omniprésente, mais elle n'a rien dit parce qu'elle ne savait pas ce qui causait le problème.

### Qu'aurait-elle pu faire différemment ?

#### RÉPONSE :

Constance aurait dû exprimer ses préoccupations, car il aurait pu y avoir un risque pour la sécurité qui aurait pu sérieusement blesser de nombreuses personnes. Mieux vaut prévenir que guérir.

# 4 Protection des données personnelles

## Agir de façon juste

Nous protégeons la vie privée et la confidentialité de nos collègues, partenaires et clients. Les informations personnelles, médicales, familiales et financières ne sont divulguées à personne, que ce soit au sein de l'entreprise ou à l'extérieur, sauf lorsqu'il existe un besoin commercial pour ces informations et que nous sommes légalement autorisés ou obligés de les divulguer.

## Ce que cela signifie

Nous contribuons à protéger les informations personnelles de nos collègues, partenaires et clients de la manière suivante :

- Respecter toutes les lois applicables en matière de protection de la vie privée et les politiques de confidentialité de l'entreprise.
- Collecter, utiliser et traiter les données personnelles uniquement à des fins commerciales légitimes
- Protéger la confidentialité et la sécurité des informations qui nous sont confiées.
- Ne jamais partager d'informations personnelles avec des personnes, à l'intérieur ou à l'extérieur de Creative, qui n'ont pas besoin de les connaître pour des raisons professionnelles.

## Pourquoi cela est important

Afin d'exercer nos activités, de se conformer aux exigences légales et d'administrer les avantages sociaux, il est nécessaire pour Creative de recueillir, stocker, utiliser et partager les renseignements personnels de ses collaborateurs. Tous les renseignements relatifs aux candidats à un emploi et à l'emploi ou aux antécédents professionnels de tout collaborateur actuel ou ancien sont confidentiels, et nous n'utilisons ces informations qu'à des fins commerciales pertinentes et appropriées.

« Pour chaque choix que nous faisons chez Creative, il est important de prendre des décisions de gestion fondées sur un jugement sûr et conforme à nos valeurs bien ancrées. »

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Ali est un professionnel des ressources humaines qui anime plusieurs projets en Amérique du Sud. Dans le cadre de ses responsabilités professionnelles, il a accès à une vaste gamme d'informations personnelles sur les employés, et il prend très au sérieux la protection de ces informations. Récemment, un collègue l'a aidé dans un projet et a utilisé certaines de ces données. Peu de temps après, plusieurs employés se sont plaints de recevoir des sollicitations et des appels téléphoniques pour des produits et services non liés à l'entreprise.

### Pourrait-il y avoir un lien ici, et que devrait faire Ali ?

#### RÉPONSE :

Bien que cela puisse n'être qu'une coïncidence, cette situation justifie une enquête plus approfondie. Ali devrait signaler le problème par le biais des mécanismes de signalement de Creative, car il aurait pu y avoir une atteinte à la protection des données. L'affaire peut alors faire l'objet d'une enquête et d'une décision appropriées.

## 5 Utilisation responsable des médias sociaux

### Agir de façon juste

Nous avons une identité commune en tant qu'employés de Creative, mais nous sommes aussi des individus avec nos propres pensées, opinions et intérêts.

### Ce que cela signifie

Nous devons utiliser les médias sociaux de manière responsable, conformément aux règles suivantes :

- Respecter notre politique sur les médias sociaux
- Distinguer clairement les communications d'affaires autorisées et les communications personnelles sur les médias sociaux.
- Respecter les valeurs de Creative dans toutes les communications d'affaires autorisées sur les médias sociaux.
- Veiller à ce que le temps et les efforts que nous consacrons aux médias sociaux n'interfèrent pas avec nos engagements professionnels.
- Ne jamais divulguer nos informations confidentielles, exclusives ou privilégiées sur les médias sociaux
- Seul le personnel autorisé peut parler au nom de l'entreprise sur les médias sociaux.
- S'abstenir de publier des informations qui pourraient être considérées comme contraires aux valeurs de Creative, discriminatoires, constitutives de harcèlement ou obscènes, car nous sommes responsables de ce que nous mettons en ligne.

### Pourquoi cela est important

Ce que nous disons, que ce soit par courriel, par blogue, par message ou par tweet, peut atteindre des millions de personnes en quelques secondes. Tout ce que nous disons et faisons affecte notre réputation, et ce pouvoir apporte une responsabilité supplémentaire. Même si nous trouvons de nouvelles façons de communiquer avec les autres, nous reconnaissons l'importance croissante des médias sociaux et nous croyons qu'ils peuvent être un excellent moyen pour communiquer notre passion et nos connaissances. En dehors du travail, bon nombre d'entre nous bloguent, contribuent aux forums de discussion et publient sur les réseaux sociaux. Dans le cadre de ces activités personnelles, nous avons tous la responsabilité de ne pas divulguer des informations confidentielles et exclusives sur l'entreprise sans autorisation.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Misha a récemment obtenu un master en relations internationales et était ravie d'intégrer Creative en tant que nouvelle associée au sein de la division dédiée aux communautés en phase de transition. Peu de temps après ses débuts, elle a eu l'occasion d'assister à un événement parrainé par l'entreprise, où elle a rencontré certains de ses nouveaux collègues et établi des contacts supplémentaires au sein de la communauté du développement. Lors de cet événement, elle a pris de nombreuses photos et filmé des vidéos qu'elle a diffusées sur les réseaux sociaux plus tard dans la soirée afin de les partager avec ses amis.

### Les diffusions de Misha ont-elles violées la politique de Creative en matière de réseaux sociaux ?

#### RÉPONSE :

C'est possible. Bien que cela n'ait pas été son intention, Misha a dépassé la limite entre communication personnelle et ce qui peut être considéré comme de la communication commerciale? Seules les personnes autorisées peuvent officiellement parler ou communiquer au nom de la société sur les médias sociaux

## 6 Prévention des conflits d'intérêts

### Agir de façon juste

Chez Creative, nous prospérons ensemble. Nous prenons des décisions et nous agissons dans l'intérêt de Creative et non pour des intérêts personnels

### Ce que cela signifie

Pour chaque choix que nous faisons chez Creative, nous devons prendre des décisions basées sur des jugements censés en phase avec les valeurs que nous défendons depuis longtemps.

### Pourquoi cela est important

Nous pouvons éviter les conflits d'intérêt ou les combattre s'ils sont révélés rapidement et gérés correctement. Si vous êtes confronté à une situation dans laquelle il existe un conflit d'intérêt réel ou supposé, vous devez :

- Respecter notre politique en matière de conflit d'intérêt.
- Signaler votre situation à votre supérieur hiérarchique, au service juridique ou au service d'éthique et de conformité.
- Vous retirer du processus de prise de décision permettant de résoudre cette situation.
- Soutenir la décision subséquente.



### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

En sa qualité de recruteur chargée de soutenir les nouvelles opportunités commerciales, Ariana est toujours sous pression pour recruter les meilleurs talents. Lors d'une récente crise de propositions, elle a recommandé son beau-frère pour un poste clé, bien qu'elle n'ait pas eu son mot à dire dans le choix final.

### S'agit-il d'un problème ou d'un conflit d'intérêts ?

#### RÉPONSE :

Oui, cela peut certainement être perçu comme un conflit en raison de la relation personnelle avec son beau-frère. Bien qu'il puisse être un candidat crédible, la recommandation d'Ariana concernant sa candidature pourrait également se faire au détriment d'une personne plus qualifiée. Ce conflit devrait être signalé avant la recommandation.

### A Gestes commerciaux, cadeaux et divertissements

Lorsque nous sommes en concurrence sur le marché mondial, nous le faisons sur la base de la qualité et du prix de nos services. Nous ne cherchons pas à obtenir un avantage ou une influence par le biais de gestes commerciaux, de cadeaux ou d'offres de divertissement. Tout cadeau qui crée un sentiment d'obligation ou qui compromet votre jugement professionnel est toujours inapproprié. Vous devez toujours les gestes commerciaux, les cadeaux ou les divertissements qui pourraient être source de conflits d'intérêts pour vous ou Creative

En général, nous n'offrons ni n'acceptons aucun geste commercial, cadeau ou divertissement de la part de sociétés ou de particuliers qui font ou cherchent à collaborer avec Creative.

**Les cadeaux ou divertissements offerts ou reçus doivent :**

- Avoir une valeur nominale
- Ne doivent pas être demandés ou sollicités
- Être peu habituels
- Satisfaire à un objectif commercial raisonnable
- Ne doivent pas être des sommes d'argent en espèce ou un équivalent
- Être consignées avec précision
- Être autorisés par la loi et les politiques du donateur et du bénéficiaire

**Les cadeaux ou divertissements ne doivent jamais être offerts à un représentant gouvernemental sans l'approbation préalable du service juridique.**

#### *Que feriez-vous ?*

##### SCÉNARIO :

Artie travaille au service des achats au siège de Creative. Il travaille souvent avec plusieurs fournisseurs, dont plusieurs ont une relation de longue date avec l'entreprise. De temps à autre, on lui offre de petites marques de reconnaissance, comme des déjeuners et des cartes-cadeaux, et il les refuse toujours poliment. Récemment, on lui a offert la possibilité de voir son groupe préféré au troisième rang. Il était prêt à payer le vendeur pour les places.

#### *Cela est-il possible ?*

##### RÉPONSE :

Non, ce n'est pas parce qu'Artie est prêt à payer pour les places que cela est permis. Une faveur de cette valeur pourrait créer un sentiment d'obligation de favoriser le vendeur, ce qui créerait un mauvais précédent.

« *Chez Creative, nous encourageons nos employés à mener une vie pleine et productive en dehors du travail.* »

## B Emploi à l'extérieur et activités connexes

Nous faisons tous de notre mieux chaque jour chez Creative, ce qui ne permet pas d'avoir des emplois extérieurs ou d'autres activités qui entravent nos activités chez Creative.

Chez Creative, nous encourageons nos employés à mener une vie pleine et productive en dehors du travail. Les activités extérieures, comme gérer votre propre entreprise, avoir un deuxième emploi, siéger à un conseil d'administration et faire du travail communautaire, sont acceptables tant qu'elles :



- N'interfèrent pas avec vos responsabilités professionnelles ou votre rendement continu
- N'impliquent pas de travailler avec un concurrent ou un fournisseur
- Risquent de porter préjudice aux affaires ou à la réputation de l'entreprise
- Ne violent pas la législation locale du pays ou le contrat de travail en vigueur, ce qui peut restreindre d'autres possibilités d'emploi
- Utilisent les ressources de l'entreprise ou créent tout autre type de conflit d'intérêts

### *Que feriez-vous ?*

#### SCÉNARIO :

Jasmilla dirige une équipe très productive qui soutient des initiatives communautaires en Afrique. Forte d'une longue liste de succès similaires, elle est très recherchée pour son expertise en la matière. Cela donne souvent lieu à des occasions de réseautage avec des collègues professionnels qui cherchent à apprendre et à partager des pratiques de pointe. Parfois, on lui propose de consulter ces entreprises et d'être indemnisée en conséquence.

### *S'agit-il d'un problème ou d'un conflit d'intérêts ?*

#### RÉPONSE :

Cela pourrait être un conflit si l'entreprise ou organisme qui fait l'offre est un concurrent direct ou si cela interfère avec les responsabilités professionnelles actuelles de Jasmilla. Même si ces conditions ne s'appliquent pas, il est toujours bon de consulter le service juridique ou le service éthique et conformité. Rappelez-vous qu'il est important d'éviter même les soupçons de conflit.

# The Creative Way *pour...*





# Nos clients

Le proverbe africain « Si vous voulez aller vite, allez-y seul. Si vous voulez aller loin, allez-y ensemble » est l'une des convictions fondamentales de Creative selon laquelle les partenariats produisent de meilleurs résultats à long terme pour les communautés. En privilégiant tout particulièrement ses clients, Creative travaille en partenariat avec des organisations de la société civile, des donateurs multilatéraux, des gouvernements nationaux, le secteur privé et d'autres acteurs pour améliorer l'éducation, stabiliser les lieux de vie et améliorer la résilience des communautés. Les partenariats sont l'une des clés du succès de Creative.

# 1 Création et tenue de dossiers et de comptes exacts

## Agir de façon juste

Nous tenons des dossiers complets et exacts afin de prendre des décisions d'affaires responsables et fournir des renseignements exacts et opportuns à nos clients.

## Ce que cela signifie

L'ensemble des collaborateurs, et pas seulement ceux qui assument des fonctions financières et comptables, ont la responsabilité d'assurer l'intégrité, l'exactitude et l'efficacité de la tenue de nos dossiers de la façon suivante :

- Enregistrer de vos horaires avec précision et dans les délais
- S'assurer que les dossiers et les comptes sont conformes aux principes comptables généralement reconnus et à nos politiques et contrôles internes
- Enregistrer tous les actifs, les passifs, les recettes, les dépenses et les transactions commerciales de façon complète, exacte, dans la période appropriée et dans un délai raisonnable.
- Ne jamais gérer ou conserver, à quelque fin que ce soit, des fonds en espèces ou d'autres éléments d'actif ou de passif qui sont secrets ou non consignés

## Pourquoi cela est important

Les documents commerciaux et financiers sont essentiels à nos activités commerciales. Nous comptons sur l'intégrité et l'exactitude de ces dossiers, tant pour la prise de décisions internes que dans l'intérêt de nos clients, des organismes gouvernementaux et des organismes de réglementation.



## Que feriez-vous ?

### SCÉNARIO :

Angela est spécialiste des achats pour un projet de l'USAID mis en œuvre par Creative au Laos. Au cours du contrôle mensuel des pièces justificatives sur le terrain, le collaborateur comptable au siège pour les bureaux extérieurs a remarqué que même si Angela avait signé sa feuille d'heures, celle-ci n'avait pas été approuvée par son supérieur hiérarchique.

## Est-ce un problème ? Si oui, comment cela aurait-il pu être évité ?

### RÉPONSE :

Oui, conformément à la politique de Creative et aux règlements du gouvernement américain, l'approbation du supérieur hiérarchique est requise sur toutes les feuilles d'heures. Creative est régulièrement soumise à des contrôles, et une feuille d'heures non approuvée sera certainement contestée et probablement refusée par un vérificateur. Cette situation aurait dû être corrigée sur le terrain avant le traitement de la paie, car seules les feuilles d'heures approuvées et signées peuvent être prises en compte pour le versement des rémunérations. Les contrôles internes du projet devraient être revus et renforcés pour éviter ce type d'omission.

## 2 Protection de la réputation et des autres ressources de la société

### Agir de façon juste

Nous protégeons la réputation de Creative ainsi que ses ressources matérielles et immatérielles afin de mieux servir et préserver notre valeur aux yeux de nos clients et de nos autres partenaires.



### Ce que cela signifie

Nous sommes de bons gardiens pour les ressources de Creative en prenant les mesures suivantes :

- Protéger les données contre la modification, la reproduction, la destruction ou la divulgation (accidentelle ou intentionnelle) sans autorisation.
- Prendre des précautions raisonnables pour prévenir la perte, les dommages, la destruction, le vol, l'utilisation non autorisée ou inappropriée, ou le gaspillage des ressources de l'entreprise.
- Protéger, sécuriser, conserver et dé-truire les informations de Creative conformément aux exigences de l'entreprise ou de l'entreprise locale.
- Protéger les informations de l'entreprise, qu'elles soient non publiques ou accessibles au public, sur lesquelles Creative détient des droits de propriété intellectuelle
- Utiliser ou autoriser l'utilisation des ressources de Creative uniquement à des fins commerciales, indépendamment de leur état ou de leur valeur

### Pourquoi cela est important

Les ressources de Creative, ainsi que celles de nos clients, sont essentielles au succès à long terme de l'entreprise. Nous partageons tous la responsabilité d'être de bons gardiens pour ces ressources, en prenant soin d'éviter les pertes, les dommages, le gaspillage et l'utilisation abusive.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Benita et Donte travaillent au développement des affaires en tant que gestionnaires de propositions. Ils ont récemment assisté à un salon de l'industrie auquel ont également assisté de nombreuses autres entreprises de la communauté du développement. Au cours d'une discussion informelle au cours d'un des temps morts du salon, le sujet des nouvelles activités commerciales a été abordé et de nombreux autres participants ont partagé leurs point de vue sur les entreprises qui les intéressent et leurs stratégies. Benita et Donte se sont sentis mal à l'aise par rapport à cette conversation et n'y ont pas participé.

### Les préoccupations de Benita et Donte étaient-elles fondées ?

#### RÉPONSE :

Oui, ce qui pourrait sembler une simple conversation pourrait présenter un risque pour l'entreprise si des renseignements exclusifs ou des informations sur les droits de propriété intellectuelle de Creative étaient divulgués indûment. Benita et Donte ont eu raison de ne pas partager d'informations confidentielles sur l'entreprise et de protéger ces données.

### 3 Répondre aux demandes de renseignements du gouvernement des États-Unis, des gouvernements étrangers et des médias

#### Agir de façon juste

Chez Creative, nous parlons d'une seule voix lorsque nous communiquons avec les médias, les parties prenantes externes, les clients et le grand public.

#### Ce que cela signifie

Si vous recevez une demande de renseignements de personnes ne faisant pas partie de l'entreprise et que vous n'êtes pas autorisé à y répondre, vous devez :

- Être amical et courtois
- Ne pas communiquer ou partager des informations sur Creative
- Si un enquêteur du gouvernement vous contacte, adressez sa demande au Service juridique et de la sécurité.
- Si les médias vous contactent, adressez leur demande aux Services de communication de l'entreprise.

#### Pourquoi cela est important

Nos clients, parties prenantes et employés méritent des informations précises, claires, complètes et cohérentes sur Creative. Afin de nous assurer de respecter la loi et de protéger nos intérêts, seuls les employés qui ont reçu une formation spécifique et sont autorisés à le faire sont habilités à représenter Creative face au public ou aux médias.

« En tant qu'employés, nous avons une responsabilité partagée, sur le plan individuel et collectif, sur la façon dont Creative exerce ses activités et sur l'impact que nous avons dans le monde. »

#### Que feriez-vous ?

##### SCÉNARIO :

Salem est un chef de groupe adjoint qui accompagne un projet de résilience communautaire, familiale et pour les jeunes dans l'Est et le Sud des Caraïbes. Il a récemment été contacté par un contrôleur de l'USAID qui souhaitait avoir des informations sur certaines factures impayées. Reconnaisant le client, il lui a dit poliment qu'il ne pouvait pas lui communiquer immédiatement l'information demandée, mais qu'il devait s'adresser à son responsable et aux autres représentants de l'entreprise.

#### Était-ce la meilleure façon de réagir face à cette situation ?

##### RÉPONSE :

Salem a fait ce qu'il fallait. Le contrôleur aurait dû demander ces informations par écrit ou par la voie officielle. Il a été courtois envers le client, mais n'a divulgué aucune information avant d'obtenir d'autres directives et autorisations. Seuls les employés formés et autorisés peuvent parler au nom de l'entreprise.



# The Creative Way *pour...*





# Notre marché mondial

Nous exerçons nos activités sur le marché mondial avec intégrité et détermination. Notre vision axée sur le client est le moteur de nos innovations et de notre volonté d'étendre notre rayonnement à l'échelle mondiale. En dépassant nos limites, nous pouvons répondre de différentes façons et en de nombreux endroits à des besoins en constante évolution et nous projeter dans la mondialisation. Creative fournit des services de développement exceptionnels sur le terrain et noue des partenariats pour trouver des solutions durables aux défis mondiaux. Nos experts se consacrent à la construction de systèmes éducatifs inclusifs, la transition des communautés du conflit vers la paix, le développement d'une croissance économique durable, la mobilisation des jeunes, la promotion des élections transparentes et bien plus encore. Creative est reconnue pour sa capacité à s'adapter rapidement et à exceller dans les environnements conflictuels et post-conflictuels, en fournissant un haut niveau de service, des théories novatrices de changement et une solide évaluation de projet.

# 1 Faire des affaires à l'échelle mondiale

## Agir de façon juste

En tant qu'entreprise internationale exerçant ses activités dans le monde entier, Creative s'engage à respecter les lois en vigueur qui régissent la concurrence et le commerce international.

## Ce que cela signifie

Si vous participez à la vente, à la commercialisation, à la distribution ou à l'acheminement de services, ou au transfert de technologie au-delà des frontières internationales, vous devez :

- Connaître et respecter toutes les lois et les politiques de l'entreprise en vigueur concernant les restrictions en matière de commerce international.
- Éviter tout comportement anticoncurrentiel, tel que la fixation des prix et la manipulation des soumissions d'offres, lorsqu'ils ont un impact sur les autres concurrents.
- Aviser le service juridique si vous recevez des demandes de clients, de fournisseurs ou d'autres personnes en vue de participer à un boycott contre des particuliers, des entreprises ou des pays.
- Demander conseil au service juridique si vous avez des questions concernant le commerce ou l'exportation.

## Pourquoi cela est important

Creative exerce ses activités dans de nombreux pays à travers le monde et doit se plier à de nombreuses lois anticoncurrentielles et commerciales internationales. Nous devons être immatriculés pour exercer nos activités dans ces pays, et notre travail est régi par ces lois. Les sanctions en cas de violation peuvent être sévères, par exemple des amendes, la révocation d'un permis ou même l'emprisonnement.

## Que feriez-vous ?

### SCÉNARIO :

Robert est un directeur du développement commercial qui exploite des opportunités dans les marchés émergents. Il a récemment fait venir deux consultants au siège pour accompagner le démarrage d'un nouveau projet. Aucun des consultants n'était un ressortissant américain, ce qui n'est pas rare.

## Robert devrait-il prendre certaines mesures ou précautions pour s'assurer que les discussions avec les deux consultants se déroulent correctement ?

### RÉPONSE :

Oui, des précautions supplémentaires doivent être prises pour éviter tout transfert d'information, de technologie ou d'un autre produit sans autorisation, en fonction de ce dont il est question. Le fait de confier des missions de consulting à des personnes n'ayant pas la nationalité américaine dans ce contexte pourrait être considéré comme une violation du contrôle des exportations et exposer Creative à des amendes et des pénalités importantes.

## 2 Prévention des pots-de-vin et de la corruption

### Agir de façon juste

Chez Creative, nous basons nos relations commerciales sur la confiance, la transparence et la responsabilité. Nous n'offrons ou n'acceptons jamais aucune forme de paiement ou d'incitation financière visant à influencer de façon inappropriée une décision commerciale.



### Ce que cela signifie

Nous nous efforçons de prévenir les pots-de-vin et la corruption :

- Ne jamais offrir, promettre ou donner un objet de valeur à un représentant de gouvernement ou à toute autre personne dans le but d'obtenir un avantage commercial.
- Ne jamais offrir ou accepter de pots-de-vin ou de dessous-de-table
- Consigner tous les paiements et reçus de façon complète et exacte
- Ne jamais faire appel à un agent ou à un tiers pour effectuer des paiements irréguliers que nous ne pouvons effectuer nous-mêmes.
- Éviter les paiements de facilitation ou les bakchichs qui sont généralement interdits même s'ils sont légaux en vertu des lois locales.
- Suivre les politiques de Creative en matière de lutte contre la corruption, offrir et recevoir des cadeaux et des divertissements.

### Pourquoi cela est important

La corruption consiste à abuser du pouvoir qui l'on nous confie à des fins personnelles. On parle de pot-de-vin lorsqu'une personne donne ou promet à une autre personne un objet de valeur pour obtenir un traitement favorable. Les dessous-de-table consistent à donner ou à recevoir des paiements personnels en échange de l'attribution d'un contrat ou d'un autre avantage ou d'une transaction commerciale. Les pots-de-vin et les dessous-de-table de toute nature sont contraires à l'éthique, violent notre code et sont illégaux.

Les gouvernements prennent des mesures pour lutter contre la corruption, et bon nombre de pays dans lesquels nous exerçons nos activités disposent de lois spécifiques et rigoureuses contre la corruption. Nous ne tolérons pas les pratiques de corruption dans nos affaires, où que ce soit dans le monde.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO:

Creative a décroché un nouveau projet en Amérique centrale. L'équipe de mise en route et le coordinateur du projet ont des problèmes d'immatriculation qui retardent la mise en œuvre du projet, et l'USAID s'inquiète de ce retard. Après une réunion avec le gouvernement, un responsable local informe l'équipe de Creative que, en contrepartie de frais uniques, il peut accélérer l'immatriculation, ce qui permettra au projet de se remettre sur les rails et de dissiper les inquiétudes d'USAID.

### Pouvons-nous effectuer ce paiement ?

#### ANSWER:

Bien que ce type de paiement de facilitation ou bakchich soit très courant et même légal dans de nombreux pays, il est considéré comme un pot-de-vin et il est contraire aux règlements de Creative et du gouvernement américain, y compris le Foreign Corrupt Practices Act (loi sur la corruption à l'étranger). Ce type de paiement est une infraction très grave et pourrait compromettre la possibilité pour Creative de continuer à recevoir des contrats fédéraux. No employee may agree to make such a payment for any project, and if approached to make one, the employee should report that to the Legal Department or the Creative reporting hotline.

## 3 Traite des êtres humains

### Agir de façon juste

Chez Creative, notre principale valeur est le respect de l'autre. En accord avec cette valeur, nous prenons fermement position contre la traite des êtres humains sous toutes ses formes. Toute information concernant la traite des êtres humains doit être immédiatement signalée à l'un des canaux de signalement de l'entreprise.

### Ce que cela signifie

La traite d'êtres humains est une forme d'esclavage moderne dans laquelle les trafiquants ont recours à la force, à la fraude ou à la coercition pour contrôler les victimes afin qu'elles se livrent à des actes sexuels tarifés ou travaillent contre leur gré.

### Pourquoi cela est important

L'approche de Creative à l'égard de la traite des personnes comporte trois éléments principaux : les interdictions, la prévention et l'intervention s'il est établi qu'il y a eu traite.

### L'interdiction :

Creative interdit strictement et n'a aucune tolérance pour les actions associées à la traite des êtres humains énumérées ci-dessous :

- Se livrer à la traite de personnes sous quelque forme que ce soit
- Fournir des actes sexuels tarifés
- Utiliser le travail forcé
- Détruire, dissimuler, confisquer ou refuser à un employé l'accès à ses papiers d'identité ou à ses documents d'immigration.
- Utiliser des pratiques trompeuses ou frauduleuses lors d'un recrutement ou de l'attribution d'un emploi
- Faire appel à des recruteurs qui ne respectent pas la législation du travail locale
- Imposer des frais de recrutement aux employés
- Ne pas fournir le service de transport de retour au terme du contrat de travail

### Prévention :

Creative prend toutes les mesures nécessaires et appropriées pour prévenir la traite des êtres humains. Nous mettons en place des politiques et des procédures et démontrons l'engagement de l'entreprise dans la lutte contre la traite en offrant des programmes de formation, en sensibilisant et en promouvant une culture de lutte contre la traite parmi les personnes embauchées ou retenues par Creative.

### Réponse :

La réponse de Creative à tout signalement ou allégation de traite d'êtres humains consiste à diligenter une enquête approfondie, à prendre les mesures correctives appropriées et à en informer les autorités gouvernementales compétentes.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Bob est un expatrié affecté sur un projet au Salvador. Il assiste à un dîner de remerciement du personnel financé par le projet avec une invitée qui est une travailleuse du sexe locale, ce qui met les autres employés très mal à l'aise.

### Ont-ils l'obligation de le signaler au siège social ?

#### RÉPONSE :

Oui, il s'agit là d'un problème important avec de nombreuses questions de conformité, surtout parce qu'il s'agit d'un événement financé par le projet. Cela doit être signalé immédiatement.

## 4

# Protection de l'enfance et exploitation sexuelle des enfants

## Agir de façon juste

Compte tenu de l’empreinte mondiale de notre travail chez Creative et des nombreux projets qui visent directement les enfants et d’autres personnes vulnérables, chacun doit se sentir en sécurité et protégé.

## Ce que cela signifie

Creative interdit à tout le personnel et aux consultants de se livrer à des actes de maltraitance, d’exploitation ou de négligence envers les enfants et prend les engagements suivants :

- Le bien-être des enfants, des jeunes et des adultes vulnérables est primordial.
- Ils doivent être protégés et leur bien-être sauvegardé lors d’activités dans lesquelles Creative est impliqué, indépendamment de leur âge, culture, capacité, sexe, langue, origine raciale, croyance religieuse et identité sexuelle.
- Prendre toutes les mesures raisonnables pour les protéger contre les actes préjudiciables, la discrimination et les traitements dégradants et pour respecter leurs droits, leurs souhaits et leurs sentiments.
- Tous les soupçons ou allégations raisonnables de mauvais traitement ou d’abus seront pris au sérieux et feront l’objet d’une réponse rapide et appropriée.

## Pourquoi cela est important

La maltraitance des enfants comprend toute forme de mauvais traitements physiques, émotionnels ou sexuels ou le manque de soins qui entraîne des blessures ou des préjudices pour un enfant.

Elle se produit souvent dans le cadre d’une relation de confiance ou de responsabilité et constitue un abus de pouvoir ou un abus de confiance. La violence peut toucher une personne indépendamment de son âge, de son sexe, de sa race ou de ses capacités. L’exploitation sexuelle est l’abus sexuel d’enfants, de jeunes et d’adultes vulnérables par l’échange de rapports sexuels ou d’actes sexuels contre des drogues, de la nourriture, un logement, une protection, de l’argent ou d’autres produits vitaux nécessaires. Il s’agit d’un crime caché, et ceux qui sont exploités font souvent confiance à leur agresseur et ne comprennent pas qu’ils sont victimes de violence. Les agresseurs exercent pouvoir et contrôle sur les victimes en utilisant leur force physique, leurs ressources économiques ou autres, ou leur supériorité apparente en raison de leur âge, leur sexe ou leur intellect.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Santiago fréquente un centre communautaire géré par Creative après l’école depuis trois ans. Le centre est situé dans un quartier dominé par les gangs à San Salvador, où la violence est courante. Le centre offre un refuge sûr aux enfants de tous âges. Au cours des dernières semaines, il a fréquenté le centre de façon sporadique, et lorsqu’il est là, il ne semble plus aussi engagé ou heureux qu’avant.

*En tant que conseillère de longue date au centre, Maria est inquiète et craint que quelque chose ne se passe dans la vie familiale de Santiago. Que doit-elle faire ?*

#### RÉPONSE :

Maria a l’obligation de signaler ce problème et d’essayer de savoir si Santiago est en danger, afin de s’assurer qu’il est en sécurité et protégé.

5

# Prévention des pertes, de la fraude et des abus

## Agir de façon juste

En tant qu'entrepreneur pour le gouvernement fédéral, il est impératif que Creative soit un bon gestionnaire du financement gouvernemental dans l'exécution de ses projets et programmes à travers le monde.



## Ce que cela signifie

Le gaspillage, la fraude et les abus prennent de nombreuses formes, y compris des crimes financiers et non financiers comme la fraude en matière d'approvisionnement, le népotisme, la corruption, le détournement de fonds, le vol ou la substitution de produits. Une telle corruption dans l'aide humanitaire peut être particulièrement flagrante implique de détourner des ressources destinées aux populations les plus vulnérables. Il est particulièrement important de rester vigilant dans les zones où des mesures de sécurité sont mises en place pour protéger le personnel et où les procédures normales sont contournées en raison des exigences immédiates d'une crise.

## Pourquoi cela est important

Creative prend très au sérieux son rôle d'entrepreneur responsable pour le compte du gouvernement. Lorsqu'on nous confie cette responsabilité, nous pouvons améliorer l'efficacité et la qualité de nos programmes en demeurant vigilants contre la fraude et en travaillant pour éliminer la corruption, la dilapidation et les abus dans notre travail humanitaire.

## Que feriez-vous ?

### SCÉNARIO :

Naseer est responsable de l'approbation et du recrutement de sous-traitants pour gérer un programme de résilience communautaire, familiale et pour les jeunes mis en œuvre par Creative à Sainte-Lucie. Le programme met l'accent sur le développement positif des jeunes par le biais d'activités communautaires, sportives, artistiques et de préparation à la vie active qui visent à renforcer les compétences sociales et les aptitudes à diriger. Des articles de sport, des fournitures et d'autres matériels éducatifs ont été commandés auprès de plusieurs fournisseurs, mais à la livraison, Naseer a remarqué que la qualité des articles d'un des fournisseurs était bien inférieure à ce qui avait été spécifié.

## What should Naseer do?

### RÉPONSE :

Il est possible que ce soit une erreur, mais Naseer doit déterminer ce qui s'est réellement passé. Cela pourrait justifier la conduite d'une enquête externe, et s'il est déterminé que les sous-traitants ont délibérément agi de la sorte, cela pourrait constituer une fraude.

## 6 Concurrence loyale

### Agir de façon juste

Chez Creative, nous cherchons à surpasser nos concurrents de façon juste et honnête, en nous démarquant par rapport à nos concurrents en étant plus performants et jamais en recourant à des pratiques commerciales non éthiques ou illégales.

### Ce que cela signifie

Se livrer à une concurrence loyale mais vigoureuse, ne jamais avoir recours à la tromperie ou à de fausses déclarations et ne jamais abuser de renseignements confidentiels pour obtenir un avantage injuste sur ses concurrents.

- Il peut être normal d'être au courant d'information sur la concurrence selon votre rôle ou vos responsabilités au sein de l'entreprise, mais assurez-vous de traiter cette information de façon éthique et légale.
- Lorsque vous discutez avec les clients, ne fournissez que des informations véridiques sur la qualité, les caractéristiques et la disponibilité de nos services, et ne faites pas de remarques désobligeantes sur nos concurrents.
- Entretenir des relations avec les concurrents, y compris les activités sociales, comme si le gouvernement ou une tierce partie allait les examiner de près.

### Pourquoi cela est important

Nous avons des pratiques concurrentielles agressives, mais toujours honnêtes. Nous croyons en une concurrence libre et ouverte, qui est vigoureuse et fondée sur des principes. Nous reconnaissons que les lois qui régissent la concurrence et les pratiques commerciales varient à travers le monde, mais certaines activités sont toujours interdites, comme la fixation des prix, l'entente avec un concurrent pour répartir les clients ou les territoires et la manipulation des soumissions d'offres. Nous nous conformons à toutes les lois, règles et règlements en vigueur qui régissent les pratiques concurrentielles entre entreprises. Même des soupçons d'ententes inappropriées avec des concurrents peuvent nuire à notre réputation et nous exposer à des poursuites judiciaires.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Stephen est le responsable informatique d'un projet en Ouganda qui cherche à externaliser la maintenance de ses bureaux extérieurs. Il travaille à l'affichage d'une demande de propositions pour des services informatiques avec l'équipe d'approvisionnement et une entreprise appartenant à son cousin fait acte de candidature, ainsi que plusieurs autres entreprises appartenant à des minorités et de petites entreprises.

### Que doit faire Stephen ?

#### RÉPONSE :

Stephen doit immédiatement signaler son conflit d'intérêts potentiel à son supérieur hiérarchique, qui déterminera alors la meilleure ligne de conduite à adopter. Il faut prendre grand soin d'éviter les soupçons de conflit d'intérêts. De plus, il doit veiller à ce que toutes les entreprises soient considérées de façon juste et équitable.

## 7 Approvisionnement responsable et protection des droits de l'Homme

### Agir de façon juste

En tant qu'entreprise citoyenne responsable et mondiale, Creative cherche à faire des affaires uniquement avec des partenaires commerciaux qui respectent la loi et exercent leurs activités de manière juste et éthique à tout moment.

### Ce que cela signifie

En plus d'avoir une ligne de conduite personnelle, nous devons être vigilants et donner l'exemple dans nos relations commerciales avec d'autres entreprises, pays et particuliers.

- Lorsque vous traitez avec des fournisseurs actuels ou potentiels, assurez-vous que leurs pratiques commerciales sont conformes aux valeurs et politiques de Creative.
- Signaler au service juridique ou à la ligne d'assistance téléphonique de Creative tout problème d'exploitation illégale ou contraire à l'éthique d'un partenaire commercial de Creative.

### Pourquoi cela est important

- Creative assume ses responsabilités en tant qu'entreprise citoyenne du monde dans un monde de plus en plus interconnecté et interdépendant.
- Nous croyons qu'il faut agir avec intégrité et respect, et nous attendons la même chose de ceux qui veulent nouer des relations commerciales avec nous.
- Nous attendons de nos partenaires commerciaux qu'ils agissent de manière éthique et protègent les droits des travailleurs, même lorsque les lois et coutumes locales permettent des pratiques contraires à l'éthique.
- Nous nous engageons à maintenir une chaîne d'approvisionnement éthique et transparente, exempte de travail forcé, y compris d'esclavage, de traite des êtres humains et d'exploitation sexuelle.

“*Chez Creative, nous assumons notre rôle d'entreprise citoyenne, responsable et mondiale.*”

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

En effectuant des visites de sites potentiels de formation au Bangladesh, Jamal, le coordinateur local des événements, remarque que de nombreux jeunes enfants nettoient les salles de réunion. Le site est proposé à un prix très attractif, et le directeur remarque plus tard que c'est une bonne chose que ses employés amènent tous leurs enfants au travail, car cela lui permet d'offrir un prix attractif à des clients potentiels.

### Est-ce un problème ? Si oui, que doit faire Jamal ?

#### RÉPONSE :

Oui, le travail des enfants va à l'encontre des politiques de Creative, et cela pourrait être considéré comme de la traite d'êtres humains. Cette pratique n'est pas autorisée même si elle peut être coutumière ou même légale dans un pays donné. Jamal devrait signaler cette pratique à son supérieur hiérarchique, qui la transmettra au service juridique pour décider si ce site peut être utilisé.



# The Creative Way *pour...*





# Nos communau-tés

Chez Creative, nous assumons notre rôle d'entreprise citoyenne, res-ponsable et mondiale. Nous prenons nos responsabilités environnemen-tales au sérieux et nous sommes honorés de contribuer aux collectivités dans lesquelles nous vivons et travaillons. Nous cherchons des occa-sions de créer un avenir meilleur pour nos clients, nos employés, les collectivités et l'environnement partout où nous exerçons nos activités.

# 1 Protéger L'environnement

## Agir de façon juste

Nous nous engageons à bâtir une société plus durable en nous efforçant de minimiser notre empreinte environnementale et en développant des solutions qui préservent les ressources et protègent notre planète.

## Ce que cela signifie

Dans la mesure où nous aidons les gens du monde entier, nous devons tous contribuer aux efforts de gestion de l'environnement de Creative de la manière suivante :

- Respecter toutes les lois environnementales et les politiques de l'entreprise en vigueur.
- Satisfaire aux exigences de tous les permis environnementaux
- Veiller à ne pas consommer plus d'énergie ou d'eau que nécessaire.
- Veiller à ce que nos fournisseurs et nos partenaires commerciaux respectent les normes environnementales convenues.
- Réduire la production de déchets et recycler ou trouver d'autres utilisations appropriées pour les déchets.
- Il faut prendre des dispositions personnelles comme éteindre les lumières, utiliser moins de papier, éteindre les appareils électroniques et recycler, les petits gestes peuvent faire une grande différence.

## Pourquoi cela est important

Creative s'est engagée à protéger l'environnement depuis sa fondation il y a plus de 40 ans. Aujourd'hui, il est largement admis que l'humanité utilise les ressources naturelles de la terre plus vite qu'elle ne peut se régénérer et que chacun doit jouer un rôle dans la construction d'une société plus durable sur le plan environnemental.



## Que feriez-vous ?

### SCÉNARIO :

En guise de soutien à l'un des programmes de Creative basé au Nigeria, Kadedhra s'est récemment rendue dans la région pour en apprendre davantage sur les projets respectifs et rencontrer certains de ses collègues sur le terrain. Pendant son séjour dans le pays, elle a été informée que plusieurs des fournisseurs partenaires contournaient les réglementations environnementales en fournissant des biens et services.

## Quelles mesures Kadedhra peut-elle adopter pour être respectueuse de l'environnement ?

### RÉPONSE :

Creative s'efforce de minimiser tout impact négatif de ses activités et opérations sur l'environnement. Il s'agit notamment de prendre des mesures spécifiques dans les projets qui impliquent la construction et certaines interventions agricoles. Étant donné que Kadedhra a été informée que des fournisseurs contournaient les règlements environnementaux, elle a l'obligation de signaler le problème.

## 2 Aider nos communauté

### Agir de façon juste

Nous nous engageons à soutenir les communautés dans lesquelles vivent et travaillent nos employés, tout en explorant des moyens de relever des défis plus vastes partout dans le monde.



### Ce que cela signifie

Il y a plusieurs façons d'aider positivement nos communautés, par exemple :

- Respecter les valeurs de Creative et les normes du présent code afin de nous assurer que nous exerçons toujours nos activités de manière éthique et conforme à la loi.
- Veiller à ce que les activités extérieures ne nuisent pas à notre rendement au travail et ne créent pas de conflit d'intérêts.
- Vérification de la conformité des dons de bienfaisance de la société au regard des lois en vigueur.

### Pourquoi cela est important

Creative s'investit depuis longtemps pour aider ses communautés et nous croyons qu'il est important de donner en retour grâce à des moyens significatifs.

### Que feriez-vous ?

#### SCÉNARIO :

Arturo travaille dans le service des finances et des contrats au siège social de Creative. Il est très actif dans sa communauté locale et fait du bénévolat pour plusieurs organisations au profit des familles qui ont récemment quitté des pays d'Amérique centrale pour s'installer aux États-Unis.

### Les intérêts extérieurs d'Ar-turo représentent-ils un problème ou un conflit ?

#### RÉPONSE :

Il ne semble pas que son intérêt pour le bénévolat représente un problème ou un conflit avec les activités de l'entreprise. Creative encourage activement ses employés à s'impliquer dans leur communauté en accord avec les valeurs de l'entreprise.





Intégrité

Valeurs

**Confiance**

Travail d'équipe

Communauté

Priorité au client

Stabilité

Respect

Diversité

**Intégration**

Changement positif

PAIX.



---

**CREATIVE**

**Creative Associates International**

5301 Wisconsin Avenue NW, Suite 700  
Washington, DC 20015

+ 202.966.5804

[www.CreativeAssociatesInternational.com](http://www.CreativeAssociatesInternational.com)