CODE DE CONDUITE

ÉTHIQUE ET CONFORMITÉ

Septembre 2026

I. PRÉAMBULE

II. POURQUOI UN CODE DE CONDUITE ?

1. Le respect des lois et règlementations applicables
2. La lutte contre toute forme d'atteinte à l'intégrité
3. Les sanctions en cas de non-respect du Code de conduite

III. A QUI S'ADRESSE LE CODE DE CONDUITE ?

1. Dirigeants (salariés ou élus) et membres des commissions de la FFF, de l'IEFF et des Ligues et Disctricts.
2. Arbitres & salariés de la FFF, de l'IEFF et des Ligues et Districts

IV. COMMENT AGIR AVEC INTÉGRITÉ ?

1. La corruption et le trafic d'influence
2. Les paris et la corruption sportive
3. Les conflits d'intérêts
4. Les cadeaux et invitations
5. Les relations avec les agents publics
6. Le sponsoring et le mécénat
7. La lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme
8. L'intégrité des relations d'affaires

V. ALERTER

1. « J'alerte » : le dispositif d'alerte de la FFF
2. La protection de l'auteur du signalement

I. PRÉAMBULE

LA FORCE DU COLLECTIF AU SERVICE DE L'ÉTHIQUE

Le football incarne des valeurs universelles d'excellence, de solidarité, de respect et de dépassement de soi. En tant que première fédération sportive de France, nous portons une responsabilité particulière : celle d'être un modèle, tant sur les terrains que dans la société.

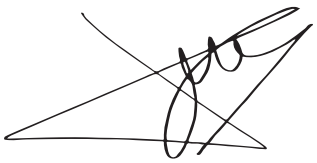
Notre engagement en faveur de l'éthique et de l'intégrité n'est pas une option, mais une exigence fondamentale. Il guide nos actions, nos décisions et nos comportements au quotidien. Cela se traduit par la transparence, l'équité, le respect des règles et des autres, ainsi que par la lutte contre toute forme de tricherie, de discrimination ou de violence. Ces principes ne s'appliquent pas seulement aux pratiquants, mais à l'ensemble des acteurs de notre communauté : salariés, élus, dirigeants, bénévoles et supporters. Ils sont évoqués dans notre Charte d'Éthique et de Déontologie du Football, que le présent Code de conduite vient compléter.

Créer et entretenir une culture de l'intégrité à tous les niveaux est une mission collective. Elle repose sur le bon sens, la vigilance et la responsabilité de chacun. **Ce Code de conduite n'est pas un simple document : c'est un engagement partagé, une boussole pour nos actions.** Nous invitons chacun à s'en emparer, à le faire vivre et à le diffuser autour de lui. La connaissance de ces principes est la première étape vers leur respect.

Ensemble, soyons prêts à faire du football français un espace d'exemplarité, de respect et de fierté.

Ce Code est le nôtre : à nous de le porter et de l'incarner.

PHILIPPE DIALLO, PRÉSIDENT
DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE FOOTBALL



JEAN-FRANÇOIS VILOTTE, DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE FOOTBALL



II. POURQUOI UN CODE DE CONDUITE ?

Au sein de la FFF, l'éthique et l'intégrité sont des valeurs au cœur de notre engagement quotidien. Nous avons la conviction que nos actions peuvent et doivent s'inscrire en respect de ces valeurs. Ce Code de conduite présente donc les comportements à adopter afin d'agir en respectant les principes de la FFF, et lutter contre toute forme de corruption, de trafic d'influence ou d'autres manquements à la probité.

1. Le respect des lois et règlementations applicables

Depuis 2016, et l'entrée en vigueur de la loi Sapin 2 relative à la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique, les associations reconnues d'utilité publique, comme la FFF, doivent se doter d'un dispositif de lutte contre les atteintes à la probité. Ce dispositif a un impact sur l'ensemble des activités de la FFF et de ses organes déconcentrés, et nous oblige à agir collectivement pour renforcer l'éthique et l'intégrité dans nos actions.

Le Code du sport a également instauré des obligations pour les fédérations sportives. A ce titre, la FFF s'est dotée d'une charte d'éthique et de déontologie et d'un **Conseil National d'Éthique et de Déontologie** veillant à l'application de la charte, au respect des règles d'éthique et de déontologie, ainsi qu'à la prévention des conflits d'intérêts.

2. La lutte contre toute forme d'atteinte à l'intégrité

La FFF et ses organes déconcentrés interagissent quotidiennement avec des acteurs variés : licenciés, partenaires, prestataires, ou encore agents publics. Face à cette diversité d'interlocuteurs, un même impératif s'impose : **agir en stricte conformité avec les principes énoncés dans ce Code de conduite**. Il est essentiel de s'approprier ces enjeux, afin d'agir avec exemplarité et transparence, en respectant les valeurs fondamentales de notre Fédération.

3. Les sanctions en cas de non-respect du Code de conduite

Le non-respect des principes figurant dans le Code de conduite peut entrainer des conséquences graves, pour la FFF, pour ses organes déconcentrés, mais aussi pour les personnes impliquées :

INTERNE

- Sanctions disciplinaires allant de l'avertissement écrit au licenciement pour faute lourde, pour les employés, en cas d'agissements contraires à l'éthique

-Sanctions prévues par le règlement disciplinaire pour les élus et membres de commissions

EXTERNE

-Poursuites pénales pouvant aller jusqu'à 10 ans d'emprisonnement et 1 000 000€ d'amende pour une personne physique (pour des faits de corruption ou de trafic d'influence)

? **Pour toute question sur ce Code de conduite, la Responsable conformité de la Fédération se tient à votre disposition : conformite@fff.fr**

III. A QUI S'ADRESSE LE CODE DE CONDUITE ?

Le Code de conduite est votre Code. Il s'adresse à l'ensemble du périmètre de la Fédération, et doit à ce titre, être lu, compris et discuté par tous.

1. Dirigeants (salariés ou élus) et membres des commissions de la FFF, de l'IEFF, des Ligues et des Districts.

Ce qui est attendu :

- **donner l'exemple**
- diffuser la culture d'intégrité
- s'assurer de la compréhension des exigences par les collaborateurs et les organes déconcentrés
- échanger avec les collaborateurs sur ces thématiques
- être vigilants et contribuer à prévenir et à détecter les atteintes à la probité

2. Arbitres & salariés (incluant alternants et stagiaires) de la FFF, de l'IEFF, de l'IEFF, des Ligues et des Districts.

Ce qui est attendu :

- adopter une conduite éthique au quotidien
- s'interroger sur les pratiques et manières de renforcer l'éthique
- signaler tout fait qui serait contraire aux dispositions de ce Code
- transmettre la culture de l'intégrité aux licenciés et aux bénévoles
- répondre aux questions des licenciés et de leurs ayants-droits
- solliciter la responsable conformité en cas d'interrogation

La LFP dispose de son propre Code de conduite, applicable à ses dirigeants, membres de commission et salariés : https://www.lfp.fr/statuts-reglements.

IV. COMMENT AGIR AVEC INTÉGRITÉ ?

Au quotidien, la question de l'éthique se pose dans de nombreuses situations. Le Code de conduite a pour objectif d'apporter des solutions concrètes en la matière.

LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE

L'ENGAGEMENT DE LA FFF	**Aucune sanction ne sera prononcée à l'égard d'un collaborateur, élu ou membre de commission s'il respecte les règles de la FFF en refusant toute forme de corruption, même si une telle décision peut entrainer la perte d'un contrat ou toute autre conséquence défavorable.**
DÉFINITIONS	**LA CORRUPTION ACTIVE :** ● Est le fait de proposer, d'offrir ou de donner à un tiers un avantage indu afin qu'il accomplisse, ou s'abstienne d'accomplir un acte lié à ses fonctions. › **L'auteur de l'offre** commet un acte de corruption active. **LA CORRUPTION PASSIVE :** ● Est le fait pour une personne de recevoir un avantage indu, en échange de l'accomplissement ou de l'abstention d'un acte lié à ses fonctions. › **Le bénéficiaire de l'avantage** commet un acte de corruption passive **LE TRAFIC D'INFLUENCE :** ● Le trafic d'influence est le fait de promettre quelque chose à un tiers afin qu'il utilise son influence auprès d'une personne décisionnaire.
EN PRATIQUE	Afin de s'assurer qu'un partenariat soit finalisé avec une société implantée localement, des responsables d'une Ligue décident d'embaucher en CDI la fille du directeur général de la société. Dans le cadre de la vente des droits de diffusion d'une compétition, un diffuseur souhaitant être sélectionné offre des pots-de-vin à des personnes en charge de la désignation du diffuseur.
A FAIRE	● Refuser toute proposition qui semble contrevenir aux principes énoncés dans le Code de conduite ● Alerter son responsable hiérarchique et la responsable conformité en cas de situation à risque
A NE PAS FAIRE	● Maintenir des relations commerciales avec des prestataires en raison des invitations à des événements de prestige qu'ils offrent régulièrement aux collaborateurs de la direction ● Accepter des cadeaux/invitations durant des périodes sensibles (consultations etc.)
NOTION COMPLÉMENTAIRE	**Paiements de facilitation** : rémunération d'un agent public pour la réalisation de formalités administratives qui devraient être obtenues par des voies légales normales (ex : paiement indu à la douane pour faciliter l'obtention d'un visa). ● **Il s'agit de corruption**

LES PARIS ET LA CORRUPTION SPORTIVE

PRINCIPE	**Il est interdit aux licenciés, collaborateurs, élus et membres des commissions de la FFF, de ses organes déconcentrés et des Clubs d'effectuer des paris sportifs sur des matchs de football, afin, notamment de se protéger contre le trucage des compétitions.**
DÉFINITION	La corruption sportive désigne l'utilisation illégale ou frauduleuse de moyens (argent, influence, menaces, etc.) pour altérer le déroulement ou le résultat d'une compétition sportive, ou pour en tirer un avantage indu. Cela inclut notamment : ⬣ Les matchs truqués (arrangement de résultats) ⬣ Les pots-de-vin (corruption d'arbitres, joueurs, dirigeants) ⬣ Le dopage organisé (pour fausser les performances)
EN PRATIQUE	Un joueur reçoit une montre de collection offerte par le président du Club que son équipe doit prochainement affronter. En contrepartie, il s'engage à être moins performant durant la rencontre qui opposera les deux équipes.
A FAIRE	⬣ Signaler toute sollicitation ou demande qui semble contrevenir à l'intégrité sportive
A NE PAS FAIRE	⬣ Effectuer des paris sportifs sur des matchs de football, directement ou en sollicitant son entourage ⬣ S'impliquer personnellement dans le recrutement de membres de sa famille

LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

PRINCIPE	**Toujours prendre des décisions en fonction de l'intérêt général de la structure et pas d'un intérêt personnel. Identifier ses intérêts, les déclarer, et se déporter en cas de conflit d'intérêts.**
DÉFINITION	Un conflit d'intérêts survient lorsqu'une personne ou une organisation se trouve dans une situation où ses intérêts personnels, professionnels ou financiers pourraient influencer de manière inappropriée ses décisions ou ses actions, au détriment de ses obligations ou de l'intérêt général. Cela peut notamment se manifester dans le cadre de votes, ou de la sélection de partenaires.
EN PRATIQUE	Un membre d'une commission de discipline assiste à une réunion de la commission durant laquelle est évoqué le cas de sa nièce. Il participe à la délibération ainsi qu'au vote, sans informer les autres membres de sa situation.
A FAIRE	⬣ Faire preuve de transparence et se déporter dans le cas de conflits d'intérêts présumés ou avérés
A NE PAS FAIRE	⬣ Dissimuler des situations qui pourraient relever de conflit d'intérêts
POUR PLUS D'INFORMATIONS	Procédure de gestion des conflits d'intérêts

LES CADEAUX ET INVITATIONS

PRINCIPE	**Agir en toute transparence et s'interroger sur la manière dont les cadeaux et invitations pourraient être interprétés ou perçus à l'extérieur et en interne.**
DÉFINITION	★ **CADEAU :** Tout bien, faveur, service ou avantage (matériel ou immatériel) offert sans attendre de contrepartie. ★ **INVITATION :** Proposition de participation à un événement (repas, spectacle, etc.) prise en charge par un tiers. Offrir ou accepter occasionnellement des cadeaux ou des invitations raisonnables ne constitue pas en tant que tel des actes de corruption. Cependant, dans certaines circonstances, l'offre et l'acceptation de cadeaux et invitations peut constituer un acte de corruption, notamment lorsqu'elles ont pour finalité d'influencer une prise de décision. Certaines situations peuvent engager la responsabilité individuelle des collaborateurs ainsi que celle de la FFF.
NOTIONS CLÉS	★ **PÉRIODE SENSIBLE :** Il s'agit d'une période pendant laquelle l'acceptation de cadeaux ou d'invitations pourrait constituer, ou être perçue comme une tentative d'influence ou de corruption (ex : période de consultation). ★ **OCCASIONNEL** Il s'agit d'offrir/recevoir un cadeau/invitation de façon ponctuelle, pas de façon habituelle ou fréquente. ★ **RAISONNABLE** Il s'agit d'offrir/recevoir un cadeau/invitation dont la valeur n'est pas trop onéreuse par rapport aux coutumes.
EN PRATIQUE	Une société commercialisant des équipements sportifs souhaite devenir un partenaire de la Fédération. A cette fin, elle invite un cadre de la FFF ainsi que son époux pour un séjour de ski tous frais payés en Italie. Le président d'une commission dine dans un restaurant gastronomique à l'invitation du président d'un Club qui va faire l'objet d'une audition importante par cette même commission. A la fin du diner, le président du Club paie l'intégralité de l'addition, et prend en charge le transport du président de la commission.

A FAIRE

S'interroger sur la contrepartie espérée par la personne à l'origine de l'offre de cadeau/invitation
Déclarer les cadeaux et invitations offerts, reçus, acceptés et refusés
Dans la mesure du possible, partager le cadeau avec son équipe (ex : boite de chocolat)

A NE PAS FAIRE

Accepter des cadeaux ou invitations pendant des périodes sensibles (consultations etc.)
Conditionner une réponse ou un engagement, à l'obtention d'un cadeau ou d'une invitation

RÈGLES SPÉCIFIQUES AUX DIRIGEANTS, ÉLUS, MEMBRES DE COMMISSION ET SALARIÉS DE LA FFF

CADEAUX AUTORISÉS

Les cadeaux occasionnels, de valeur raisonnable.
Exemples :
- Equipement type maillot de foot de la saison actuelle d'un club/sélection nationale
- Objets publicitaires (stylos, mugs, clés USB avec logos)
- Livres, revues
- Cadeaux collectifs (spécialités culinaires, chocolats, éléments à partager)

INVITATIONS AUTORISÉES

Invitations occasionnelles, pouvant être acceptées en respect des règles de transparence et pertinentes d'un point de vue professionnel.
Exemples :
- Evénements professionnels (conférences, séminaires, salons liés aux thématiques de travail)
- Invitations offertes par la FFF à ses collaborateurs
- Repas d'affaires (de valeur raisonnable)
- Invitation à des événements sportifs à fréquence modérée, en dehors de périodes sensibles

CADEAUX INTERDITS

Les cadeaux offerts/reçus en vue d'obtenir un avantage indu.
Exemples :
- Cadeaux offerts/reçus pendant une période sensible
- Argent ou équivalents (espèces, cartes cadeaux, cryptomonnaie)
- Cadeaux de valeur élevée (montres, bijoux, smartphones)

INVITATIONS INTERDITES

Les invitations offertes/reçues en vue d'obtenir un avantage indu.
Exemples :
- Voyages/séjours sans lien avec l'activité professionnelle (weekend touristique, croisières etc.)
- Invitations avec prise en charge des membres de la famille

Pour les cadeaux et invitations dont la valeur est supérieure à 50€, une déclaration doit être effectuée sur la plateforme de déclaration de cadeaux et invitations (https://www.integrityhub.fr)

Pour les cadeaux dont la valeur est supérieure à 150€, une validation préalable du responsable hiérarchique est requise.
Pour les invitations dont la valeur est supérieure à 250€, une validation préalable du responsable hiérarchique est requise.

Comment estimer la valeur d'une invitation ou d'un cadeau ?
En effectuant des recherches sur les sites des événements, en évaluant la valeur en fonction des tarifs connus, ou en demandant à la responsable conformité.

LES RELATIONS AVEC LES AGENTS PUBLICS

PRINCIPE	**Agir avec vigilance et intégrité dans le cadre des relations entretenues avec des agents publics.**
DÉFINITION	Un agent public est une personne qui travaille pour une administration publique (agent d'une préfecture, maire, membres du cabinet de la ministre des Sports etc.).
EN PRATIQUE	Afin d'assurer l'obtention d'un permis de construire d'un nouveau centre technique, une dirigeante de Ligue recrute le fils du maire de la commune où le centre technique doit être construit, sans qu'il ne dispose des qualifications requises pour l'emploi.
A FAIRE	⬣ S'interroger sur le contexte dans lequel les interactions ont lieu avec les agents publics ⬣ S'assurer de la traçabilité des invitations offertes
A NE PAS FAIRE	⬣ Offrir ou promettre d'offrir des invitations avec l'objectif d'obtenir une contrepartie de la part de l'agent public ⬣ Offrir des invitations à des proches d'un agent public dans le but de faire agir l'agent public d'une certaine façon ⬣ Inviter systématiquement le même agent à des événements

LE SPONSORING ET LE MÉCÉNAT

PRINCIPE	**Veiller à ce que les actions de sponsoring et de mécénat s'inscrivent dans la démarche éthique et conformité de la FFF.**
DÉFINITION	⬣ **Sponsoring (parrainage) :** **Soutien financier ou matériel** apporté à un événement, une personne ou une organisation **en échange d'une contrepartie** commerciale ou publicitaire (visibilité de la marque, promotion, etc.). ⬣ **Mécénat :** **Soutien désintéressé** (financier, en nature ou en compétences) à une œuvre ou une activité d'intérêt général (culture, recherche, solidarité, etc.), sans contrepartie directe.
EN PRATIQUE	Les dirigeants d'un District décident d'attribuer un marché de fourniture de photocopieurs à une entreprise à l'issue d'une mise en concurrence. L'entreprise sélectionnée s'est engagée durant la phase de mise en concurrence, à établir un partenariat avec le District si son offre était retenue. L'offre de l'entreprise n'est pas la mieux-disante, mais le District est à la recherche de nouvelles sources de financement.
A FAIRE	Encadrer les partenariats, en veillant à définir en amont les obligations de chaque partie dans un contrat
A NE PAS FAIRE	S'engager dans des actions de mécénat ou de sponsoring sans identifier les éventuels conflits d'intérêts des parties impliquées

LA LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT D'ARGENT ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME

PRINCIPE	**S'assurer de bien connaitre ses relations d'affaires, et d'identifier les bénéficiaires finaux des structures partenaires.**
DÉFINITION	**Blanchiment :** Processus consistant à **dissimuler l'origine illicite de fonds** (ex : corruption, trafic de stupéfiants, fraude fiscale) en les intégrant dans le circuit économique légal afin de leur donner une apparence licite. **Financement du terrorisme :** Fournir des biens, des prestations, des services ou des fonds susceptibles d'être utilisés dans le cadre d'activités terroristes.
EN PRATIQUE	Un boucher propose un partenariat rémunéré à un District. Après quelques recherches, le commerce s'avère être une structure liée à une personnalité ayant été récemment condamnée pour des faits de trafic de stupéfiants.
A FAIRE	⬣ Se renseigner sur les partenaires et s'assurer qu'ils exercent bien les activités qu'ils indiquent ⬣ Veiller à systématiquement documenter l'origine des fonds reçus ⬣ Refuser les dons importants en liquide
A NE PAS FAIRE	⬣ Accepter des fonds d'autrui sans se renseigner sur leurs activités

L'INTÉGRITÉ DES RELATIONS D'AFFAIRES

PRINCIPE	**Choisir de ne traiter qu'avec des partenaires qui respectent les règles d'intégrité de la FFF.**
DÉFINITION	L'évaluation de l'intégrité des tiers consiste à s'assurer que **les partenaires ne présentent pas de risques éthiques qui pourraient être préjudiciables** pour la structure (ex : sanctions ou préjudice réputationnel). Cette évaluation peut être effectuée par le biais d'outils spécialisés, et par des demandes d'information adressées aux tiers.
EN PRATIQUE	Afin de préparer un déplacement à l'étranger, un cadre de la Fédération souhaite recourir aux services d'un intermédiaire. En effectuant des vérifications auprès du service achats, il apparait que l'intermédiaire identifié a récemment fait l'objet d'une condamnation pour recel de blanchiment d'argent.
A FAIRE	⬣ Limiter, dans la mesure du possible, le recours à des intermédiaires ⬣ Organiser des mises en concurrence, notamment pour les marchés les plus sensibles
A NE PAS FAIRE	⬣ Démarrer une relation avec un tiers sans avoir formalisé un contrat, définissant précisément l'objet et les modalités d'exécution du contrat ⬣ Rémunérer un prestataire sans s'assurer de la réalité de sa prestation ⬣ Continuer à travailler avec un fournisseur ne satisfaisant pas aux exigences en termes de qualité et d'éthique

V. ALERTER

1. « J'alerte » : le dispositif d'alerte de la FFF

La FFF a déployé un dispositif d'alerte permettant de signaler **de façon confidentielle** des comportements ou situations contraires aux règles du présent Code de conduite, mais également des faits de violences ou de discrimination.

Les signalements peuvent être réalisés sur la plateforme sécurisée gérée par la FFF, accessible sur le lien suivant : **https://jalerte.fff.fr/**
Ils font l'objet d'un traitement par les collaborateurs habilités, soumis à une stricte confidentialité.

Qui peut effectuer un signalement ?
Le dispositif d'alerte est ouvert, au sein de la FFF et de ses organes déconcentrés aux :
- Salariés permanents (CDI) et temporaires (CDD, stagiaires, alternants et apprentis) ;
- Elus ;
- Membres de commissions ;
- Bénévoles et licenciés (incluant les Clubs) ;
- Parties prenantes externes (fournisseurs, sous-traitants, partenaires, parents de licenciés etc.).

Quels faits peuvent faire l'objet d'un signalement ?
- Une conduite ou une situation contraire aux dispositions du Code de conduite de la FFF ;
- Un crime, un délit, une menace ou un préjudice grave pour l'intérêt général en lien avec la FFF, ses organes déconcentrés et Clubs (ex : violences, racisme, harcèlement, discriminations).

Comment sont traités les signalements ?
Les signalements sont reçus par les collaborateurs habilités **(Responsable conformité et équipe en charge de la lutte contre les violences et les discriminations).** Leur traitement respecte la confidentialité de l'identité des personnes et des faits mentionnés.
En fonction de la gravité des faits signalés, une enquête interne peut être réalisée. Celle-ci peut être confiée à un tiers indépendant, et a pour objectif de **vérifier la véracité et la matérialité des faits objets du signalement.**
L'auteur du signalement est informé des différentes étapes du signalement.

2. La protection de l'auteur du signalement

Les personnes réalisant de bonne foi des signalements qui entrent dans le champ d'application du dispositif d'alerte bénéficient de plusieurs protections :
- **Protection contre toute mesure de représailles** à leur encontre (sanctions disciplinaires, discriminations professionnelles ou tout autre type de traitement défavorable lié au signalement) ;
- **Confidentialité** de l'identité du lanceur d'alerte ;
- En cas de besoin, **un accompagnement juridique et psychologique** peut être proposé au lanceur d'alerte.

JALERTE.FFF.FR