



Rapport d'enquête

# Subventions du Fonds mondial au Panama

## Fraudes des fournisseurs de la subvention VIH

GF-15-023  
15 décembre 2015  
Genève, Suisse

Dépenses non-conformes : 104 911 USD  
Recouvrements proposés : 104 911 USD  
Catégories – Fraudes / Collusion / Non-respect des Accords de subvention

 **The Global Fund**

Office of the Inspector General

## Table des matières

I.	Contexte et portée.....	3
II.	Synthèse.....	4
III.	Constatations et actions convenues de la Direction .....	6
01	Pratiques frauduleuses de la propriétaire de Conceptos Advertising.....	6
02	Pratiques collusoires des employés de GPP+ et d'Emessar .....	10
03	Insuffisance des directives fournies par Cikatelli à ses sous-réциpiendaires .....	11
IV.	Conclusion .....	15
V.	Récapitulatif des actions convenues de la Direction.....	16
	Annexe A : Méthodologie.....	18
01	Concepts de fraude et d'abus applicables.....	19
02	Détermination de la conformité .....	20
03	Remboursements ou sanctions.....	22
	Annexe B : Transactions des sous-réциpiendaires avec Conceptos Advertising .....	24
	Annexe C : Comparaison entre les budgets et les montants des factures de Conceptos Advertising.....	28
	Annexe D : Pièces jointes.....	29

# I. Contexte et portée

Le Fonds mondial s'est engagé aux côtés du Panama en lui fournissant une subvention VIH et une subvention Tuberculose d'un montant global de 4 851 170 USD dont la totalité a été décaissée<sup>1</sup>. La subvention VIH (PAN-H-CAI) a été active du 1<sup>er</sup> janvier 2012 au 31 décembre 2014.

Le Panama est touché par une épidémie concentrée de VIH parmi ses populations les plus à risque, en particulier les personnes transgenres, les hommes ayant des rapports sexuels avec des hommes et les professionnelles du sexe. Les investissements du Fonds mondial au Panama ont ciblé la prévention du VIH et les droits de l'homme ainsi que la réduction de la transmission du VIH et l'amélioration de la qualité des soins des personnes coinfectedes par le VIH et la tuberculose.

Cicatelli Associates Inc. (Cicatelli) était le récipiendaire principal de la subvention VIH et a reçu 4 298 000 USD au total. Cette subvention avait un double objectif : réduire la transmission sexuelle du VIH au moyen d'interventions fondées sur des données probantes destinées aux populations les plus à risque et renforcer les capacités organisationnelles des groupes représentatifs de ces populations afin de mettre en place une riposte complète à l'épidémie de VIH.

Le 25 février 2015, le Secrétariat du Fonds mondial a informé le Bureau de l'Inspecteur général (BIG) qu'il avait détecté des irrégularités dans les dépenses de marketing social des sous-récepteurs à l'occasion de l'examen de la subvention VIH de l'Agent local du Fonds. Ces irrégularités concernaient notamment des indices de pratiques frauduleuses lors de transactions entre quatre des six sous-récepteurs et un fournisseur local dénommé Conceptos Advertising. Ces opérations portaient sur l'achat de biens destinés à promouvoir les principaux messages de la subvention, y compris des vidéos éducatives, des brochures, des banderoles et des vêtements.

Le BIG a ouvert une enquête axée sur les transactions entre les quatre sous-récepteurs et Conceptos Advertising dont le montant total s'élève à 118 245 USD pour l'ensemble de la période de subvention. Dans le cadre de son enquête, le BIG a effectué une mission au Panama en avril 2015, laquelle a inclus des entretiens avec des représentants du récepteur principal, des quatre sous-récepteurs, du fournisseur Conceptos Advertising et d'autres fournisseurs locaux de produits de marketing social.

---

<sup>1</sup> Ce montant n'inclut pas des fonds décaissés au profit du Panama au titre des subventions « multi-pays » du Fonds mondial.

## II. Synthèse

La propriétaire du fournisseur local Conceptos Advertising s'est livrée à des pratiques frauduleuses en établissant des devis aux noms d'autres fournisseurs de produits de marketing social sans qu'ils le sachent. Cette pratique a donné l'impression que les appels d'offres remportés par Conceptos Advertising avaient été concurrentiels, enfreignant ainsi le Code de conduite des fournisseurs du Fonds mondial.

Ces pratiques frauduleuses ont entaché des transactions entre Conceptos Advertising et les quatre sous-réциpiendaires dont le montant total s'élève à 104 911 USD (voir l'annexe B)<sup>2</sup> que le BIG considère comme des dépenses non conformes et donc potentiellement recouvrables.

Les employés des sous-réциpiendaires GPP+ et Emessar (entité en charge des passations de marchés pour le sous-réциpiendaire Mujeres Luchando Por una Nueva Vida (MLPNV)) savaient que les appels d'offres auxquels Conceptos Advertising participait n'étaient pas concurrentiels. Les employés de ces deux entités se sont également livrés à des pratiques collusoires en partageant des informations avec Conceptos Advertising sur les limites des budgets de certains marchés.

Bien qu'aucune preuve de surfacturation importante n'ait été découverte dans les factures transmises par Conceptos Advertising, le BIG n'a pas été en mesure d'obtenir l'assurance raisonnable que les biens achetés auprès de Conceptos Advertising avaient été livrés aux sous-réциpiendaires et distribués aux bénéficiaires. Cette incapacité est due à l'absence de pistes d'audit suffisamment documentées.

L'enquête a révélé que Cicatelli (réциpiendaire principal) n'a pas fourni d'informations suffisantes à ses sous-réциpiendaires sur la manière d'organiser des appels d'offres concurrentiels, équitables et transparents, ni sur la manière de conserver des piste d'audit documentées pour suivre la réception et la distribution des produits de marketing social achetés. Cicatelli n'a pas non plus réagi de façon appropriée lorsqu'il a remarqué des similitudes entre les devis établis par différents fournisseurs de produits de marketing social.

### Mesures prises par le Secrétariat

Le Secrétariat a demandé au réциpiendaire principal Cicatelli le remboursement des dépenses non-conformes identifiées dans le présent rapport.

### Actions convenues de la Direction

À la suite de l'enquête, le BIG et le Secrétariat ont approuvé les actions suivantes dont le détail figure dans la Section V :

- définir et chercher à obtenir le recouvrement des dépenses non-conformes identifiées dans le présent rapport,
- envisager l'adoption de mesures appropriées et/ou de restriction à l'encontre de la propriétaire de Conceptos Advertising,

---

<sup>2</sup> Des transactions avec Conceptos Advertising d'un montant total de 13 334,10 USD ne comportaient pas d'indices de fraude parce que soit elles ne nécessitaient pas l'établissement de trois devis, soit il n'y avait pas de devis d'autres fournisseurs, soit les devis des autres soumissionnaires ne comportaient pas d'indices de fraude.

- faire en sorte que les futurs bénéficiaires des subventions du Fonds mondial au Panama reçoivent une formation sur l'importance du respect des Codes de conduite des bénéficiaires et des fournisseurs du Fonds mondial, et
- faire en sorte que le futur bénéficiaire principal des subventions du Fonds mondial au Panama élabore des directives de passation de marchés et fournisse une formation aux sous-bénéficiaires pour leur permettre de réaliser des appels d'offres concurrentiels, équitables et transparents, et de conserver des pistes d'audit documentées pour suivre la réception et la distribution des biens achetés.

### III. Constatations et actions convenues de la Direction

#### 01 Pratiques frauduleuses de la propriétaire de Conceptos Advertising

La propriétaire de Conceptos Advertising a établi des devis aux noms d'autres fournisseurs de produits de marketing social sans qu'ils le sachent pour plus de 100 appels d'offres. Cette pratique servait à donner l'impression que les appels d'offres remportés par son entreprise étaient concurrentiels, enfreignant ainsi la section 10 du Code de conduite des fournisseurs du Fonds mondial.

Ces pratiques frauduleuses ont entaché des transactions entre Conceptos Advertising et les quatre sous-réциpiendaires dont le montant total s'élève à 104 911 USD que le BIG considère comme des dépenses non-conformes et donc potentiellement recouvrables en vertu de l'article 21(d) des Conditions générales de l'Accord de subvention.

Bien que Ciatelli ait exercé une certaine surveillance de ses sous-réциpiendaires en effectuant des visites de supervision, le BIG a découvert que cette entité n'avait pas réagi de façon appropriée lorsqu'elle a remarqué des similitudes entre les devis de différents fournisseurs de produits de marketing social. Par conséquent, Ciatelli n'a pas respecté la section 8.1 du Code de conduite des réциpiendaires des ressources du Fonds mondial.

#### Contexte

Entre le 1<sup>er</sup> juillet 2012 et le 31 décembre 2014, les sous-réциpiendaires de la subvention ont effectué des paiements d'un total de 118 245 USD au profit d'un fournisseur local de produits de marketing social dénommé Conceptos Advertising. Ce montant représente 47 % de l'ensemble des dépenses consacrées par les sous-réциpiendaires au marketing social durant la période de subvention.

Les paiements à Conceptos Advertising ont couvert plus de 100 transactions avec quatre des six sous-réциpiendaires de la subvention, à savoir : Grupo Genesis Panamá Positivo (GPP+), Mujeres con Dignidad y Derecho de Panamá (MDDP), Asociación Panameña de Personas Trans (APPT) et MLPNV (la liste de ces transactions figure à l'annexe B)<sup>3</sup>.

Le sous-réциpiendaire GPP+ a également effectué des appels d'offres pour le compte du sous-réциpiendaire MDDP. Les procédures utilisées pour identifier, sélectionner et payer les fournisseurs pour le compte de MDDP étaient les mêmes que celles employées par GPP+ pour ses propres appels d'offres. Le sous-réциpiendaire MLPNV n'a pas réalisé ses propres appels d'offres, ceux-ci étant organisés pour son compte par une autre entité, Emessar.

#### Éléments identiques dans les devis des fournisseurs

Le BIG a découvert que le même petit nombre de fournisseurs avaient participé aux appels d'offres remportés par Conceptos Advertising (les « Soumissionnaires non-retenus »), à savoir : le Soumissionnaire non-retenu n° 2, le Soumissionnaire non-retenu n° 1, le Soumissionnaire non-retenu n° 3, le Soumissionnaire non-retenu n° 4, le Soumissionnaire non-retenu n° 5, le Soumissionnaire non-retenu n° 6, le Soumissionnaire non-retenu n° 7 et le Soumissionnaire non-retenu n° 8. Les devis établis aux noms de ces soumissionnaires

<sup>3</sup> Des transactions avec Conceptos Advertising d'un montant total de 13 334,10 USD ne comportaient pas d'indices de fraude parce que soit elles ne nécessitaient pas l'établissement de trois devis, soit il n'y avait pas de devis d'autres fournisseurs, soit les devis des autres soumissionnaires ne comportaient pas d'indices de fraude.

non-retenus contenaient des éléments de format identiques à ceux des devis de Conceptos Advertising ainsi qu'à ceux des devis des autres soumissionnaires non-retenus (voir Pièces jointes 1 à 7 de l'annexe D).

#### Entretien avec la propriétaire de Conceptos Advertising

Le BIG a présenté à la propriétaire de Conceptos Advertising un exemplaire de devis portant l'en-tête de son entreprise (voir la Pièce jointe 8 de l'annexe D) et celle-ci a confirmé qu'elle en était à l'origine.

La propriétaire de Conceptos Advertising a confirmé avoir demandé des services au Soumissionnaire non-retenu n° 1, mais indiqué qu'elle n'avait pas travaillé avec d'autres fournisseurs. Elle a déclaré qu'elle n'avait pas établi de devis aux noms d'autres fournisseurs et n'avait jamais fourni de devis d'autres fournisseurs aux sous-réциpiendaires de la subvention.

Lorsqu'on lui a demandé si elle pouvait commenter les similitudes entre les devis transmis par Conceptos Advertising et d'autres fournisseurs, la propriétaire de Conceptos Advertising a répondu au BIG qu'elle pensait que les devis respectaient le format standard utilisé au Panama pour soumettre des propositions aux entreprises.

#### Entretiens avec les soumissionnaires non-retenus

Le propriétaire du Soumissionnaire non-retenu n° 1 a déclaré qu'il avait transmis des devis aux sous-réциpiendaires de la subvention par l'intermédiaire de son point de contact, la propriétaire de Conceptos Advertising. Toutefois, lorsqu'on lui a présenté un exemplaire de devis transmis à son nom, il a indiqué au BIG qu'il ne l'avait pas établi, même s'il ressemblait beaucoup au formulaire qu'il avait l'habitude d'utiliser.

Il a par ailleurs indiqué au BIG que son entreprise n'avait participé qu'à trois, quatre ou cinq appels d'offres des sous-réциpiendaires, alors que le BIG a découvert que des devis portant l'en-tête du Soumissionnaire non-retenu n° 1 avaient été transmis pour 53 des appels d'offres remportés par Conceptos Advertising.

Les dirigeants des Soumissionnaires non-retenus n° 2, n° 3 et n° 4 ont indiqué au BIG qu'ils ne connaissaient pas les quatre sous-réциpiendaires de la subvention et ne leur avaient jamais transmis de devis. Lorsqu'on leur a présenté des exemplaires de devis transmis portant le nom de leur entreprise pour des appels d'offres remportés par Conceptos Advertising, ils ont tous confirmé que leur entreprise n'avait pas établi ces devis.

Les autres Soumissionnaires non-retenus (n° 6, n° 7 et n° 8) n'ont pu être trouvés aux adresses figurant sur leurs devis ni contactés aux numéros de téléphone mentionnés sur leurs devis. Il n'a pas non plus n'été possible de les trouver sur le site Internet des pouvoirs publics panaméens sur lequel les entreprises sont enregistrées<sup>4</sup>.

#### Entretiens avec les sous-réциpiendaires

La Directrice exécutive d'APPT a indiqué au BIG que la propriétaire de Conceptos Advertising lui avait personnellement apporté trois devis lors d'un appel d'offres : l'un établi par Conceptos Advertising et deux établis par deux autres fournisseurs. Le

---

<sup>4</sup> Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección General de Ingresos (Direction générale des recettes publiques du ministère de l'Économie et des Finances).

Comptable du projet d'APPT a indiqué au BIG que les devis de Conceptos Advertising étaient toujours les moins chers.

Le BIG a demandé à la Directrice exécutive d'APPT si la propriétaire de Conceptos Advertising avait expliqué comment elle avait identifié les deux autres fournisseurs. Elle a répondu : « Non, mais elle m'a indiqué qu'ils existaient bien car elle m'a montré que cette [entreprise] était basée ici et celle-là était basée ici ».

Le BIG a présenté au Directeur exécutif et au Comptable de GPP+ des exemplaires de devis de Conceptos Advertising et d'autres soumissionnaires non-retenus. Ils ont tous les deux admis que les devis avaient l'air très similaires, mais indiqué qu'ils n'avaient pas remarqué ces similitudes auparavant. Lorsqu'on leur a demandé si les devis qu'ils recevaient des fournisseurs étaient transmis séparément ou ensemble par une seule personne, le Directeur exécutif de GPP+ a répondu : « Ils devraient arriver séparément, mais dans le cas présent je ne sais pas ». Il a ajouté qu'il avait eu des contacts avec le Soumissionnaire non-retenu n° 1 mais pas avec d'autres fournisseurs.

Le BIG a montré à la Coordinatrice du projet d'Emessar des exemples de similitudes entre les devis de Conceptos Advertising et des soumissionnaires non-retenus. Elle a déclaré qu'elle ne remarquait rien d'inhabituel et ajouté que le Comptable d'Emessar ne lui avait pas non plus signalé de problèmes concernant les devis.

#### Entretiens avec des employés de Cicatelli

Le Comptable du projet de Cicatelli a indiqué au BIG qu'il avait commencé à effectuer des visites de supervision des sous-réциpiendaires vers la fin 2012. Il a déclaré que ces visites avaient pour objet de s'assurer que les sous-réциpiendaires respectaient des procédures appropriées et, s'il détectait des problèmes, de les porter à l'attention de la direction des sous-réциpiendaires en leur adressant des courriers officiels. Il a également indiqué au BIG que lors de ces visites, il insistait sur l'obligation imposée par Cicatelli de faire établir trois devis.

Le BIG a présenté au Comptable du projet de Cicatelli des exemplaires de devis établis par Conceptos Advertising et différents soumissionnaires non-retenus. Il a admis que leur format et leur présentation comportaient des éléments identiques. Il a indiqué au BIG qu'il avait remarqué ces similitudes entre les devis des fournisseurs à un moment donné durant les visites de supervision, à la mi-2013 peut-être, mais n'avait pas soulevé cette question auprès des sous-réциpiendaires.

Lorsque le BIG lui a demandé pourquoi il n'avait pas porté ses observations à l'attention des sous-réциpiendaires, le Comptable du projet de Cicatelli a répondu que bien qu'il suspectait quelque chose, il ne pensait pas que c'était suffisamment important pour le signaler aux représentants des sous-réциpiendaires. Il a ajouté qu'il avait peut-être fait part de son observation de ces similitudes entre les devis des fournisseurs au Directeur du projet de Cicatelli. Ce dernier a indiqué au BIG qu'il n'avait pas été informé de telles irrégularités. Le Comptable du projet de Cicatelli n'a pas non plus fait part de ses inquiétudes au Fond mondial.

#### Liens entre la propriétaire de Conceptos Advertising et une autre subvention du Fonds mondial

La propriétaire et unique salariée de Conceptos Advertising est également Présidente d'une organisation non-gouvernementale dénommée Fedutech. Cette ONG assume la fonction

d'« organisation parapluie »<sup>5</sup> pour le sous-réциpiendaire MDDP depuis le 7 août 2014 pour la gestion de la subvention régionale « RedTraSex » du Fonds mondial, MAT-011-G01-H.

L'accord entre l'ONG Fedutech et le réциpiendaire principal de la subvention RedTraSex stipule que Fedutech ne peut utiliser son statut juridique que pour intervenir en qualité de « garant » de MDDP et que l'ONG ne pourra tirer aucun bénéfice économique de l'accord. Toutefois, le protocole d'accord entre Fedutech et MDDP comporte des dispositions supplémentaires, comme la fourniture à MDDP d'un soutien administratif et technique. Cela inclut de l'aider lors de la préparation des matériels de communication.

Le BIG a découvert que Conceptos Advertising avait cessé de fournir des biens aux sous-réциpiendaires au titre de la subvention VIH au Panama avant la date à laquelle Fedutech a assumé la fonction « d'organisation parapluie » pour MDDP. Par ailleurs, le BIG n'a pas trouvé d'autres preuves confirmant que la propriétaire de Conceptos Advertising s'était livrée à des comportements qui auraient constitué un conflit d'intérêts, comme la fourniture de produits de marketing social à MDDP au moment où Fedutech exerçait sa fonction d'« organisation parapluie ».

### Conclusion récapitulative et actions convenues de la Direction

Le BIG a découvert que la propriétaire de Conceptos Advertising était à l'origine de l'établissement de devis aux noms des soumissionnaires non-retenus et de leur transmission aux sous-réциpiendaires, enfreignant ainsi la section 10 du Code de conduite des fournisseurs du Fonds mondial. Ces pratiques frauduleuses ont entaché des transactions entre Conceptos Advertising et les quatre sous-réциpiendaires dont le montant total s'élève à 104 911 USD et dont le BIG considère qu'il s'agit de dépenses non-conformes – et donc potentiellement recouvrables en vertu de l'article 21(d) des Conditions générales de l'Accord de subvention.

Bien que le Secrétariat ait déjà demandé au réциpiendaire principal Cicatelli le remboursement de toutes les dépenses non-conformes, le BIG recommande au Secrétariat d'établir et de chercher à obtenir avec le Comité des recouvrements le montant de recouvrement des dépenses non-conformes identifiées dans le présent rapport.

*Action convenue de la Direction 1 : Le Secrétariat définira et cherchera à obtenir un montant de recouvrement approprié. Ce montant sera déterminé par le Secrétariat en fonction de son évaluation des droits et obligations légaux applicables et de son appréciation liée à sa recouvrabilité.*

Bien que le BIG n'ait pas trouvé de preuve indiquant que la propriétaire de Conceptos Advertising s'était livrée à des comportements inappropriés dans sa fonction de Présidente de Fedutech, le BIG recommande au Secrétariat de prendre des mesures appropriées et/ou de restriction à son encontre compte tenu des pratiques frauduleuses identifiées par l'enquête.

*Action convenue de la Direction 2 : Le Secrétariat adressera une lettre de recommandation officielle aux réциpiendaires principaux et sous-réциpiendaires des subventions au Panama et RedTraSex les informant que, compte tenu des constatations du BIG, ils ne devront plus travailler à quelque titre que ce soit avec la propriétaire de*

---

<sup>5</sup> Une entité sous-réциpiendaire évaluée peut avoir recours à une organisation parapluie lorsqu'elle ne dispose pas de l'ensemble des capacités ou du statut juridique nécessaires pour gérer les fonds qui lui sont directement attribués. Par exemple, cela peut inclure de lui faire profiter de son propre statut juridique pour permettre à une entité qui ne dispose pas d'un tel statut de régler les coûts des services d'utilité publique nécessaires à son fonctionnement.

*Conceptos Advertising, ou les entités auxquelles elle est associée, dans le cadre des subventions du Fonds mondial. Cette mesure s'appliquera pendant une durée indéterminée.*

Le BIG a également découvert que le Comptable du projet de Ciatelli n'avait pas réagi de façon appropriée lorsqu'il a remarqué des similitudes entre les devis des différents fournisseurs de produits de marketing social. Par conséquent, en n'informant pas le Fonds mondial de sa découverte, Ciatelli n'a pas respecté la section 8.1 du Code de conduite des bénéficiaires des ressources du Fonds mondial<sup>6</sup>.

*Action convenue de la Direction 3 : Le Secrétariat s'assurera que le bénéficiaire principal (PNUD) et les sous-bénéficiaires des subventions récemment signées du Fonds mondial au Panama soient informés des Codes de conduite des bénéficiaires et des fournisseurs, que ces codes soient intégrés aux formations des sous-bénéficiaires qui seront amenés à gérer des passations de marchés au titre des subventions. Ces formations devront être effectuées par le bénéficiaire principal d'ici à juin 2016.*

## 02 Pratiques collusoires des employés de GPP+ et d'Emessar

Les montants de certaines factures de Conceptos Advertising concernant des biens achetés par GPP+, MDDP et Emessar étaient identiques, ou presque identiques, au budget alloué aux sous-bénéficiaires pour l'achat de ces biens (voir l'annexe C). Le BIG a découvert que des employés de GPP+ et d'Emessar se livraient à des pratiques collusoires en communiquant à Conceptos Advertising les limites des budgets de certains marchés.

En outre, GPP+ et Emessar ont continué de recevoir des devis de soumissionnaires non-retenus en dépit du fait que ces fournisseurs ne transmettaient jamais des devis de montants inférieurs à ceux de Conceptos Advertising. Le Soumissionnaire non-retenu n° 2 a été rejeté lors de 66 appels d'offres et le Soumissionnaire non-retenu n° 1 lors de 53 appels d'offres. Le BIG a donc trouvé des preuves supplémentaires indiquant que les employés de GPP+ et d'Emessar savaient que les appels d'offres auxquels Conceptos Advertising participait n'étaient pas concurrentiels. Le BIG n'a pas détecté de surfacturation dans les factures transmises par Conceptos Advertising.

La propriétaire de Conceptos Advertising a déclaré avoir initialement rencontré la Coordinatrice du projet d'Emessar en 2011. Elle a ajouté que celle-ci l'avait invitée à participer au projet du Fonds mondial en 2012 et qu'à partir de ce moment-là, Conceptos Advertising avait commencé à travailler avec d'autres sous-bénéficiaires de la subvention.

Lorsqu'on lui a demandé comment elle avait transmis les devis de Conceptos Advertising aux sous-bénéficiaires, la propriétaire de cette entreprise a confirmé qu'elle les leur avait remis en personne. Elle a déclaré avoir pour contacts les Directeurs exécutifs de GPP+ et d'APPT.

La propriétaire de Conceptos Advertising a ajouté : « Ils demandaient ce qu'ils voulaient et je recommandais quoi utiliser, qui utiliser, quels matériels et quels messages... je les déposais [les devis] à leurs bureaux car ils m'appelaient et nous nous rencontrions. Ils me demandaient des services ».

---

<sup>6</sup> La section 8.1 du Code de conduite des bénéficiaires des ressources du Fonds mondial stipule : « ... Les bénéficiaires devront aviser le Fonds mondial en cas de découverte d'un comportement incompatible avec le présent Code et prendre en temps voulu des mesures appropriées pour y remédier ou le corriger, et si nécessaire, coordonner ces mesures avec le Secrétariat du Fonds mondial et le BIG ».

Contrairement à la déclaration de la propriétaire de Conceptos Advertising, le Directeur exécutif de GPP+ a indiqué qu'il n'avait aucun contact direct avec les fournisseurs et que ces contacts étaient du ressort des assistants administratifs de GPP+. Il a ajouté que certains courriels de la propriétaire de Conceptos Advertising se trouvaient dans les boîtes de messagerie électronique des assistants administratifs de GPP+. Cette organisation n'a communiqué au BIG aucun des courriels adressés par Conceptos Advertising à GPP+.

GPP+ a ensuite indiqué au BIG qu'il considérait qu'il n'y avait pas de mal à ce que les fournisseurs connaissent les « prix de référence ». La Coordinatrice du projet d'Emessar a indiqué au BIG que ses fournisseurs adressaient toujours leurs devis par courriel. Emessar n'a fourni au BIG aucune preuve de ces courriels.

### Conclusion récapitulative et action convenue de la Direction

Les employés de GPP+ et d'Emessar communiquaient à Conceptos Advertising les limites des budgets de certains marchés et savaient que les appels d'offres auxquels Conceptos Advertising participait n'étaient pas concurrentiels.

La section 3.2.2 du Code de conduite des récipiendaires stipule que ces derniers ne doivent pas se livrer à des pratiques collusoires. Par conséquent, le BIG recommande que les récipiendaires des subventions du Fonds mondial au Panama reçoivent une formation sur l'importance du respect du Code de conduite des récipiendaires.

*Action convenue de la Direction 3 : Le Secrétariat s'assurera que le récipiendaire principal (PNUD) et les sous-réceptaires des subventions récemment signées du Fonds mondial au Panama soient informés des Codes de conduite des récipiendaires et des fournisseurs, que ces codes soient intégrés aux formations des sous-réceptaires qui seront amenés à gérer des passations de marchés au titre des subventions. Ces formations devront être effectuées par le récipiendaire principal d'ici à juin 2016.*

## 03 Insuffisance des directives fournies par Cicatelli à ses sous-réceptaires

Bien que Cicatelli ait fourni à ses sous-réceptaires quelques directives limitées sur les procédures pour la passation de marchés non liés à la santé, le BIG a découvert qu'elles étaient insuffisamment détaillées pour leur permettre d'organiser des appels d'offres concurrentiels, équitables et transparents pour l'achat de produits de marketing social. Le BIG considère également que cette absence de directives détaillées pour les passations de marchés ont facilité les pratiques frauduleuses et collusoires identifiées par la présente enquête.

En outre, du fait de l'absence de justificatifs appropriés de la réception et de la distribution des biens chez les sous-réceptaires, le BIG n'a pas été en mesure d'obtenir l'assurance raisonnable que les biens acquis auprès de Conceptos Advertising avaient été reçus par les sous-réceptaires et distribués aux bénéficiaires. De plus, Cicatelli n'a pas fourni à ses sous-réceptaires de directives suffisantes sur la manière de conserver des pistes d'audit documentées pour suivre la réception et la distribution des produits de marketing social achetés.

### Directives de passation de marchés – Entretiens avec les employés de Cicatelli

Le Comptable du projet de Cicatelli – qui était également chargé du suivi des achats des sous-réциpiendaires – a indiqué au BIG qu’il n’avait pas d’expérience antérieure de la gestion des procédures de passation de marchés et que ses « connaissances étaient seulement générales ». Il a ajouté qu’au début de la période de subvention, Cicatelli avait organisé un atelier pour les représentants des sous-réциpiendaires durant lequel ceux-ci avaient été informés de l’obligation de faire établir trois devis pour tout achat de biens d’un montant supérieur à 500 USD.

Le Comptable du projet de Cicatelli a déclaré que ses sous-réциpiendaires avaient tous été évalués comme disposant de « capacités limitées », raison pour laquelle ils n’ont reçu que des directives simplifiées de passation de marchés. Il a également indiqué que la responsabilité de l’organisation de leurs propres passations de marchés avait été conférée aux sous-réциpiendaires pour qu’ils renforcent leurs capacités, ce qui était l’un des principaux objectifs du projet de Cicatelli.

Bien que le Comptable du projet de Cicatelli ait indiqué au BIG qu’aucune directive écrite formelle sur la manière d’organiser des appels d’offres concurrentiels n’était fournie à ses sous-réциpiendaires, Cicatelli a par la suite communiqué au BIG la preuve qu’un manuel provisoire des politiques et procédures du projet avait été remis à ses sous-réциpiendaires en septembre 2012.

Le BIG a examiné le manuel provisoire des politiques et procédures du projet. Il a ainsi découvert qu’il comprenait une courte section sur les marchés non liés à la santé qui mentionne l’obligation de faire établir trois devis concurrentiels « écrits et documentés » pour les achats d’un montant supérieur à 500 USD et définit les modalités de sélection du soumissionnaire retenu.

Cependant, le BIG a également découvert que le manuel provisoire des politiques et procédures du projet de Cicatelli ne contient aucune directive sur l’organisation d’appels d’offres concurrentiels, comme la raison de l’établissement de trois devis, la manière d’identifier et de sélectionner les fournisseurs, la manière de demander et de recevoir les devis, et l’importance de la transparence du processus de passation de marchés.

#### Directives de passation de marchés – Entretiens avec les sous-réциpiendaires

Les représentants de GPP+, d’Emessar et d’APPT ont tous confirmés au BIG qu’ils respectaient l’obligation imposée par Cicatelli de faire établir trois devis de fournisseurs pour les achats d’un montant supérieur à 500 USD.

La Directrice exécutive d’APPT n’a pas pu se souvenir si son organisation avait reçu des documents de Cicatelli exposant ces procédures, mais elle pensait que celles-ci avaient été expliquées oralement par le Coordinateur du projet de Cicatelli au moment de la mise en place de la subvention.

Le Directeur exécutif de GPP+ a indiqué que Cicatelli n’avait pas fourni à son organisation d’autre formation documentée ou formelle sur les procédures de passation de marchés. Il a confirmé que le Comptable du projet de Cicatelli s’était régulièrement rendu dans les bureaux de GPP+ pour examiner ses documents de passation de marchés, mais ajouté que ces visites avaient été interrompues à un moment donné.

Le Directeur exécutif de GPP+ a également déclaré au BIG qu’à la fin 2013, Cicatelli avait recommandé que, « pour des raisons de transparence », GPP+ ait recours à des

fournisseurs autres que Conceptos Advertising. Il a compris que c'était parce que Conceptos Advertising avait été son unique fournisseur de produits de marketing social depuis le début du projet en 2012.

La Coordinatrice du projet d'Emessar a indiqué que pour les passations de marchés, Cicatelli avait demandé que l'on fasse établir trois devis. Bien que Cicatelli n'ait pas fourni à Emessar de directives écrites, elle savait que le Comptable d'Emessar avait reçu une formation sur les procédures dans les bureaux de Cicatelli.

#### Insuffisance des justificatifs des biens reçus

Le BIG a découvert que toutes les factures de Conceptos Advertising portaient la signature de la propriétaire de cette entreprise pour confirmer la bonne réception des biens, plutôt que la signature des sous-réceptaires eux-mêmes. La propriétaire de Conceptos Advertising a indiqué au BIG que sa signature sur les factures servait à accuser réception du paiement des biens.

Le Comptable du projet de Cicatelli a confirmé qu'un représentant des sous-réceptaires aurait dû signer les factures de Conceptos Advertising pour confirmer la réception des biens. Il a déclaré qu'il ne se rappelait pas s'il avait remarqué cette erreur durant ses visites de supervision chez les sous-réceptaires ou s'il en avait fait part à quelqu'un. Il a par ailleurs indiqué au BIG que la plupart des sous-réceptaires ne conservaient pas les bordereaux de livraison des biens reçus ou des inventaires des biens achetés.

Le Coordinateur du projet de Cicatelli a toutefois indiqué au BIG que les sous-réceptaires conservaient des registres des personnes auxquelles ils distribuaient les produits de marketing social. Il a également dit que deux chefs de projet de Cicatelli accompagnaient occasionnellement les représentants des sous-réceptaires lorsqu'ils distribuaient les produits de marketing social. Cicatelli n'a pas fourni au BIG de justificatifs pour corroborer cette déclaration.

Le BIG a également découvert que le manuel provisoire des politiques et procédures du projet que Cicatelli lui a adressé ne contenait aucune directive sur la manière de suivre la réception et la distribution de produits non liés à la santé, y compris les produits de marketing social.

La Directrice exécutive d'APPT a déclaré que son organisation ne conservait pas les bordereaux de livraison, mais des feuilles de calcul pour savoir quels articles avaient été achetés. APPT a ultérieurement fourni au BIG les feuilles qui servent apparemment à suivre l'inventaire des produits de marketing social.

Le Directeur exécutif de GPP+ a indiqué que son organisation conservait parfois les bordereaux de livraison. Cependant, GPP+ n'a pas fourni au BIG de bordereaux de livraison de biens ou d'autres justificatifs pour attester de la réception par GPP+ ou MDDP des biens livrés par Conceptos Advertising.

La Coordinatrice du projet d'Emessar a indiqué au BIG que son organisation conservait les bordereaux de livraison, une feuille de calcul pour suivre la distribution des produits de marketing social et des feuilles de distribution aux bénéficiaires. Emessar n'a pas fourni au BIG de justificatifs pour attester qu'il avait reçu et distribué les biens fournis par Conceptos Advertising.

Cicatelli a ensuite communiqué au BIG quatre exemplaires de justificatifs conservés par le sous-réциpiendaire MLPNV pour attester de la réception des biens venant d'Emessar. Cependant, ces justificatifs ne comportent pas le nom du fournisseur et contiennent des descriptions très brèves des biens comme « 300 petites boîtes ». De plus, Emessar et MLPNV ont mis ces procédures en place sans avoir reçu de directives de la part de Cicatelli.

#### Insuffisance des preuves de livraison

Cicatelli, GPP+, APPT et la propriétaire de Conceptos Advertising ont transmis au BIG des photos de produits de marketing social portant les logos des quatre sous-réциpiendaires. Les informations fournies par Cicatelli et GPP+ associaient certaines photos à des transactions spécifiques conclues avec Conceptos Advertising.

Les photos ne permettent cependant pas de savoir clairement qui sont les fournisseurs des biens et le BIG n'a pas été en mesure de vérifier les liens entre les photos et des transactions spécifiques conclues avec Conceptos Advertising en raison de l'absence de justificatifs des biens reçus.

Par conséquent, bien que le BIG ait obtenu quelques justificatifs de livraison, en l'absence de pistes d'audit documentées, les enquêteurs n'ont pas été en mesure d'obtenir l'assurance raisonnable que les biens achetés auprès de Conceptos Advertising avaient été reçus par les sous-réциpiendaires et livrés aux bénéficiaires.

Le BIG recommande donc que tous les futurs réциpiendaires des subventions du Fonds mondial au Panama soient en possession ou reçoivent des directives détaillées et une formation pour leur permettre de réaliser des appels d'offres concurrentiels, équitables et transparents, et conservent des pistes d'audit documentées pour suivre la réception et la distribution des biens achetés.

*Action convenue de la Direction 4 : Le Secrétariat s'assurera que le réциpiendaire principal des subventions récemment signées du Fonds mondial au Panama élabore un manuel spécifique pour les passations de marchés. Ce manuel devra fournir des directives suffisamment détaillées pour les sous-réциpiendaires qui seront amenés à gérer des passations de marchés et/ou la distribution de biens, qui leur permettront d'organiser des appels d'offres concurrentiels, équitables et transparents, et de conserver des pistes d'audit documentées pour suivre la réception et la distribution des biens achetés. Une formation sur la procédure sera dispensée aux sous-réциpiendaires par le réциpiendaire principal au titre de cette subvention. Les directives et la formation devront être fournies ici à juin 2016.*

## IV. Conclusion

Après que le Secrétariat ait avisé le BIG d'irrégularités dans les dépenses de marketing social des sous-réceptaires de la subvention VIH au Panama, une enquête du BIG a permis de découvrir qu'un fournisseur local se livrait à des pratiques frauduleuses, entraînant des dépenses non-conformes, et donc potentiellement recouvrables, d'un montant total de 104 911 USD.

L'enquête a également révélé que les représentants des sous-réceptaires s'étaient livrés à des pratiques collusoires en communiquant au fournisseur local les limites des budgets de certains marchés. En outre, le BIG n'a pas été en mesure d'obtenir l'assurance raisonnable que les biens acquis auprès du fournisseur local avaient été livrés aux sous-réceptaires. Le BIG a découvert que les pratiques collusoires et l'absence de pistes d'audit documentées concernant les biens acquis étaient facilitées par l'insuffisance des directives fournies par le réceptaire principal aux sous-réceptaires.

Le Secrétariat a demandé au réceptaire principal le remboursement du montant global des dépenses non-conformes identifiées par l'enquête. Il a également approuvé avec le BIG des mesures pour faire en sorte que les futures passations de marchés au Panama soient réalisées de façon transparente et équitable, et que les futurs réceptaires des subventions du Fonds mondial au Panama respectent le Code de conduite des réceptaires du Fonds mondial et conservent des pistes d'audit documentées pour suivre la réception et la distribution des biens achetés.

## V. Récapitulatif des actions convenues de la Direction

N°	Catégorie	Action convenue de la Direction	Date cible	Titulaire
1	Risques financiers et fiduciaires	Le Secrétariat définira et cherchera à obtenir un montant de recouvrement approprié. Ce montant sera déterminé par le Secrétariat en fonction de son évaluation des droits et obligations légaux applicables et de son appréciation liée à sa recouvrabilité.	31 décembre 2016	Comité des recouvrements
2	Risques de gouvernance, de supervision et de gestion	Le Secrétariat adressera une lettre de recommandation officielle aux récipiendaires principaux et sous-réceptiendaires des subventions au Panama et RedTraSex les informant que, compte tenu des constatations du BIG, ils ne devront plus travailler à quelque titre que ce soit avec la propriétaire de Conceptos Advertising, ou les entités auxquelles elle est associée, dans le cadre des subventions du Fonds mondial. Cette mesure s'appliquera pendant une durée indéterminée.	31 mars 2016	Responsable de la Division de la gestion des subventions
3	Risques de gouvernance, de supervision et de gestion	Le Secrétariat s'assurera que le réceptiendaire principal (PNUD) et les sous-réceptiendaires des subventions récemment signées du Fonds mondial au Panama soient informés des Codes de conduite des réceptiendaires et des fournisseurs, que ces codes soient intégrés aux formations des sous-réceptiendaires qui seront amenés à gérer des passations de marchés au titre des subventions. Ces formations devront être effectuées par le réceptiendaire principal d'ici à juin 2016.	30 juin 2016	Responsable de la Division de la gestion des subventions
4	Risques de gouvernance, de supervision et de gestion	Le Secrétariat s'assurera que le réceptiendaire principal des subventions récemment signées du Fonds mondial au Panama élabore un manuel spécifique pour les passations de marchés. Ce manuel devra fournir des directives suffisamment détaillées pour les sous-réceptiendaires qui seront amenés à gérer des passations de marchés et/ou la distribution de biens, qui leur permettront d'organiser des appels d'offres concurrentiels, équitables et transparents, et de conserver des pistes d'audit documentées pour suivre la réception et la distribution des biens achetés. Une formation sur la procédure sera dispensée aux sous-réceptiendaires par le réceptiendaire principal au titre de cette	30 juin 2016	Responsable de la Division de la gestion des subventions

		subvention. Les directives et la formation devront être fournies ici à juin 2016		
--	--	---	--	--

## Annexe A : Méthodologie

L'Unité des enquêtes du BIG est chargée de mener des enquêtes sur les allégations de fraude, d'abus, de détournement, de corruption et de mauvaise gestion (collectivement, les « fraudes et abus ») commis dans le cadre de programmes financés par le Fonds mondial et par les bénéficiaires principaux et les sous-bénéficiaires (collectivement, les « maîtres d'œuvre des subventions »), les instances de coordination nationale et les agents locaux du Fonds, ainsi que par les fournisseurs et les prestataires de services<sup>7</sup>.

Si, de manière générale, le Fonds mondial n'a pas de relations directes avec les fournisseurs des bénéficiaires, le champ d'action du BIG<sup>8</sup> englobe les activités de fourniture de biens et de services desdits fournisseurs. Les pouvoirs nécessaires à l'accomplissement de cette mission incluent l'accès aux documents et aux responsables des fournisseurs<sup>9</sup>. Le BIG compte sur la coopération de ces fournisseurs pour mener à bien sa mission<sup>10</sup>.

Les enquêtes du BIG visent à : (i) identifier la nature spécifique et la portée des fraudes et abus affectant les subventions du Fonds mondial, (ii) identifier les entités et les individus responsables de tels méfaits, (iii) déterminer le montant des fonds de subvention susceptible d'avoir été affecté par les fraudes et abus, et (iv) placer le Fonds mondial dans la meilleure position pour obtenir des recouvrements en identifiant les lieux où les fonds détournés ont été employés ou les usages faits des fonds détournés.

Les enquêtes menées par le BIG sont à caractère administratif et non à caractère pénal. Les constatations du BIG sont fondées sur des faits et des analyses liées, lesquelles peuvent consister à tirer des conclusions raisonnables des faits établis. Les constatations sont fondées sur une prépondérance d'éléments de preuve crédibles et substantiels. Le BIG prend en considération tous les éléments de preuve disponibles, y compris les informations inculpatives et disculpatives<sup>11</sup>.

Le BIG constate et évalue des faits et en rend compte. À partir de là, le BIG se prononce sur la conformité des dépenses par rapport aux Accords de subvention et détaille les actions arrêtées qui sont hiérarchisées en fonction des risques. Ces actions arrêtées peuvent inclure l'identification de dépenses réputées non-conformes pour lesquelles des mesures de recouvrement, des mesures administratives recommandées liées à la gestion des subventions et des recommandations d'actions au titre du Code de conduite des fournisseurs<sup>12</sup> ou du Code de conduite des bénéficiaires des ressources du Fonds

---

<sup>7</sup> Charte du Bureau de l'Inspecteur général (19 mars 2013), disponible à l'adresse : <http://theglobalfund.org/documents/oig/OIGOfficeOfInspectorGeneralCharteren/>, consultée le 1<sup>er</sup> novembre 2013.

<sup>8</sup> Charte du Bureau de l'Inspecteur général (19 mars 2013), § 2, 9.5 et 9.7.

<sup>9</sup> Ibid., § 17.1 et 17.2

<sup>10</sup> Code de conduite des fournisseurs du Fonds mondial (15 décembre 2009), § 17-18, disponible à l'adresse : <http://theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForSuppliersPolicyen/>, consulté le 1<sup>er</sup> novembre 2013. Remarque : Chaque subvention est assujettie aux Conditions générales (CG) de l'Accord de subvention signé avec le Fonds mondial pour cette subvention. Le Code de conduite ci-dessus est susceptible ou non de s'appliquer à cette subvention.

<sup>11</sup> Ces principes sont conformes aux *Lignes directrices uniformes pour les enquêtes de la Conférence des enquêteurs internationaux*, juin 2009, disponibles à l'adresse : <http://www.un.org/Depts/oios/pages/uniformguidelines.html>, consultées le 1<sup>er</sup> novembre 2013.

<sup>12</sup> Voir note 16, supra

mondial<sup>13</sup> (les « Codes »), selon le cas, peuvent être envisagées. Le BIG ne décide pas de la façon dont le Secrétariat traitera ces positions et recommandations. Il ne prend pas non plus de décisions judiciaires et ne prononce pas de sanctions<sup>14</sup>.

Les actions convenues de la Direction sont prises en accord avec le Secrétariat pour identifier, atténuer et gérer les risques affectant les activités du Fonds mondial et de ses récipiendaires. Le BIG laisse au Secrétariat et, le cas échéant, aux récipiendaires, à leurs fournisseurs et/ou aux organismes nationaux en charge de l'application des lois, le soin d'agir sur la base des constatations de ses rapports.

Le BIG est un organe administratif dépourvu de pouvoirs d'exécution des lois. Il ne peut pas prononcer d'assignation ou engager d'action pénale. Par conséquent, sa capacité à obtenir des informations est limitée aux droits qui lui sont conférés par les Accords de subvention conclus entre le Fonds mondial et les récipiendaires, y compris par les termes de ses Codes, et à la bonne volonté des témoins et des autres parties intéressées de fournir des informations.

Le BIG remet également au Conseil d'administration du Fonds mondial une analyse des enseignements tirés de l'expérience, dans le but de comprendre et d'atténuer les risques identifiés de fraudes et d'abus menaçant le portefeuille de subventions.

Enfin, le BIG peut saisir les autorités nationales afin qu'elles poursuivent les délits ou autres infractions aux lois nationales et, le cas échéant, assiste lesdites autorités en fonction des besoins tout le long de la procédure, le cas échéant.

## 01 Concepts de fraude et d'abus applicables

Le BIG fonde ses enquêtes sur les engagements contractuels souscrits par les récipiendaires et les fournisseurs. Il le fait dans le cadre de sa mission telle qu'énoncée dans sa Charte, laquelle consiste à mener des enquêtes sur les allégations de fraudes et d'abus dans le cadre des programmes soutenus par le Fonds mondial.

Ainsi, il s'appuie sur les définitions des actes répréhensibles inscrites dans les Accords de subvention concernés conclus avec le Fonds mondial et dans les contrats conclus par les récipiendaires avec d'autres maîtres d'œuvre durant la mise en œuvre des programmes.

Ces accords avec les sous-réceptiendaires doivent notamment inclure des droits d'accès et des engagements de se conformer aux Codes. Les Codes clarifient la façon dont les réceptiendaires sont censés respecter les valeurs de transparence, de responsabilité et d'intégrité qui sont déterminantes pour la réussite des programmes financés. En particulier, le Code de conduite des réceptiendaires leur interdit de se livrer à des pratiques de corruption, ce qui inclut le versement de pots-de-vin et de commissions occultes dans le cadre des passations de marchés<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> Code de conduite des réceptiendaires des ressources du Fonds mondial, (16 juillet 2012) disponible à l'adresse : <http://theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForRecipientsPolicyen/>, consulté le 1<sup>er</sup> novembre 2013. Chaque subvention est assujettie aux CG de l'accord de subvention signé pour cette subvention. Le Code de conduite susmentionné est susceptible ou non de s'appliquer à cette subvention.

<sup>14</sup> Charte du Bureau de l'Inspecteur général (19 mars 2013), § 8.1.

<sup>15</sup> Code de conduite des réceptiendaires des ressources du Fonds mondial, paragraphe 3.4.

Les Codes donnent les définitions suivantes des actes répréhensibles concernés<sup>16</sup> :

- L'expression « pratiques anti-concurrentielles » désigne tout accord, décision ou pratique ayant pour objet ou pour effet de restreindre ou de fausser la concurrence sur un marché.
- L'expression « pratiques collusoires » désigne un accord entre deux ou plusieurs personnes ou entités à des fins irrégulières, y compris en vue d'exercer une influence abusive sur les actions d'une personne ou d'une entité tierce.
- L'expression « conflit d'intérêts » désigne un conflit qui survient quand un récipiendaire ou un représentant de récipiendaire participe à une activité du Fonds mondial susceptible d'avoir un effet direct et prévisible sur un intérêt d'ordre financier ou autre appartenant : a) au récipiendaire, b) au représentant du récipiendaire, ou c) à une personne ou une institution associée au récipiendaire ou au représentant du récipiendaire dans le cadre d'une relation contractuelle, financière, de mandataire, de travail ou personnelle. Par exemple, un conflit d'intérêts peut survenir quand un récipiendaire ou un représentant de récipiendaire a des intérêts, d'ordre financier ou autre, susceptible d'affecter l'exécution de ses tâches et responsabilités en matière de gestion des subventions du Fonds mondial. Un conflit d'intérêts peut également survenir si les intérêts, d'ordre financier ou autre, d'un récipiendaire ou d'un représentant de récipiendaire compromettent ou affaiblissent la confiance dans le fait que les ressources du Fonds mondial sont gérées et utilisées dans le respect des principes de transparence, d'équité, d'honnêteté et de responsabilité.
- L'expression « pratiques de corruption » désigne le fait d'offrir, de promettre, de donner, de recevoir ou de solliciter, directement ou indirectement, un bien de valeur ou un avantage en vue d'influer indûment sur les actions d'une autre personne ou entité.
- L'expression « pratiques frauduleuses » désigne tout acte ou omission, tel qu'une fausse déclaration qui vise sciemment ou par négligence à induire en erreur ou à tenter d'induire en erreur une personne ou une entité en vue d'obtenir un avantage financier ou autre ou de se départir d'une obligation.
- Le terme « détournement » désigne l'utilisation abusive ou le détournement intentionnel d'argent ou de biens à des fins contraires à celles autorisées et prévues, notamment pour le compte de l'individu, de l'entité ou de la personne à qui elles profitent directement ou indirectement.

## 02 Détermination de la conformité

Le BIG présente des constatations factuelles qui identifient des questions liées au respect, par les récipiendaires, des dispositions des Conditions générales (CG) de l'Accord de subvention du programme du Fonds mondial. Ces questions de conformité peuvent avoir des liens avec les dépenses engagées par les récipiendaires au titre des fonds de subvention, ce qui pose alors la question de l'admissibilité de ces dépenses à un financement par le Fonds mondial. La détermination de cette non-conformité est basée sur les dispositions des CG<sup>17</sup>. Le BIG n'a pas pour mission de conclure sur l'opportunité de chercher à obtenir des remboursements auprès des récipiendaires ou sur l'opportunité d'appliquer des sanctions autres sur la base des dispositions de l'Accord de subvention du programme.

---

<sup>16</sup> Disponible aux adresses :

<http://theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForRecipientsPolicyen/> et

[http://theglobalfund.org/documents/corporate/Corporate\\_CodeOfConductForSuppliers\\_Policy\\_en/](http://theglobalfund.org/documents/corporate/Corporate_CodeOfConductForSuppliers_Policy_en/)

<sup>17</sup> Les CG sont révisées périodiquement, mais les dispositions mentionnées ci-dessous s'appliquent à tous les PR au moment de l'enquête.

Plusieurs dispositions des CG fournissent des orientations pour savoir si une dépense d'un programme est ou non admissible à un financement du Fonds mondial. Il est important de noter que les termes décrits dans le présent paragraphe sont applicables aux sous-réциpiendaires, ainsi qu'aux réциpiendaires principaux<sup>18</sup>.

De manière plus fondamentale, « le réциpiendaire principal fera en sorte que tous les fonds de subvention soient gérés de façon prudente et prendra toutes les mesures nécessaires pour s'assurer que lesdits fonds soient exclusivement utilisés aux fins du programme et conformément aux modalités du présent Accord »<sup>19</sup>.

En pratique, ceci implique de respecter les activités et les plafonds budgétaires proposés dans les demandes de décaissement, lesquelles doivent à leur tour correspondre au(x) budget(s) résumé(s) joint(s) à l'Annexe A de l'Accord de subvention du programme. Si ceci constitue un motif de non-admissibilité des dépenses, l'engagement de fonds de subvention en infraction d'autres dispositions de l'Accord de subvention du programme entraînera également une détermination de non-conformité.

Même lorsque les dépenses sont effectuées conformément aux budgets et plans de travail approuvés, et correctement comptabilisées dans les livres et registres du programme, elles doivent résulter de processus et de pratiques commerciales équitables et transparentes. Les CG exigent spécifiquement que le réциpiendaire principal s'assure que : (i) les contrats soient attribués de façon transparente et concurrentielle, [...] et (iv) que le réциpiendaire principal et ses représentants ou agents ne se livrent pas à des pratiques de corruption telles que décrites à l'article 21(b) des CG s'agissant de ce marché<sup>20</sup>.

Les CG interdisent explicitement de se livrer à des actes de corruption ou à d'autres actes liés ou illicites dans le cadre de la gestion des fonds de subvention : « Le réциpiendaire principal ne pourra se livrer, et devra s'assurer qu'aucun sous-réциpiendaire ou personne qui lui est affiliée ou qui est affiliée à un sous-réциpiendaire [...] ne se livre, à aucune autre pratique considérée, ou susceptible d'être considérée, comme illicite ou de corruption dans le pays d'accueil »<sup>21</sup>.

Parmi les pratiques prohibées figure la règle selon laquelle le réциpiendaire principal ne peut pas, et doit s'assurer qu'aucune personne qui lui est affiliée ne puisse pas, « participer à une entente ou accord entre deux ou plusieurs soumissionnaires, que lui-même ou le sous-réциpiendaire en soit informé, destiné à établir des prix d'offres artificiels et non concurrentiels »<sup>22</sup>.

Le Code de conduite des fournisseurs et le Code de conduite des réциpiendaires du Fonds mondial prévoient également des principes supplémentaires devant être respectés par les réциpiendaires et les fournisseurs, ainsi que des recours en cas d'infraction auxdits principes fondamentaux d'équité, d'intégrité et de bonne gestion. Les Codes prévoient par ailleurs des définitions utiles des conduites prohibées<sup>23</sup>.

---

<sup>18</sup> Conditions générales (2012.09), article 14(b) :

<http://www.theglobalfund.org/documents/core/grants/CoreStandardTermsAndConditionsAgreementen>

<sup>19</sup> Id. article 9(a) et article 18(f)

<sup>20</sup> Id. article 18(a)

<sup>21</sup> Id. article 21 (b)

<sup>22</sup> Id. article 21(b)

<sup>23</sup> Disponible aux adresses :

<http://www.theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForSuppliersPolicyen> ;

<http://www.theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForRecipientsPolicyen>

Les Codes sont intégrés aux CG via l'article 21(d) aux termes duquel le récipiendaire principal est tenu de s'assurer que le Code de conduite des fournisseurs du Fonds mondial soit communiqué à l'ensemble des soumissionnaires et des fournisseurs<sup>24</sup>. Cet article stipule explicitement que le Fonds mondial est en droit de refuser de financer tout contrat avec des fournisseurs ne respectant pas le Code de conduite des fournisseurs. De même, l'article 21(e) prévoit que le Code de conduite des bénéficiaires doit être communiqué à tous les sous-bénéficiaires, ainsi que son application obligatoire via les accords conclus avec les sous-bénéficiaires<sup>25</sup>.

Les bénéficiaires principaux sont contractuellement responsables vis-à-vis du Fonds mondial de l'utilisation de tous les fonds de subvention, y compris des dépenses engagées par les sous-bénéficiaires et les fournisseurs<sup>26</sup>.

Les constatations factuelles du BIG lors de son enquête résumées dans le présent rapport peuvent être rattachées à des activités prohibées ou à d'autres éléments incompatibles avec les modalités des Accords de subvention.

### 03 Remboursements ou sanctions

Le Secrétariat du Fonds mondial est ensuite chargé de décider des mesures de gestion à prendre ou des recours contractuels à mettre en œuvre en réponse à ces constatations.

Ces recours peuvent inclure le recouvrement des fonds affectés par les manquements aux contrats. L'article 27 des CG stipule que le Fonds mondial peut exiger du récipiendaire principal qu'il « rembourse immédiatement au Fonds mondial tous les fonds de subvention versés dans la monnaie dans laquelle ils ont été décaissés [dans les cas où] le récipiendaire principal aurait enfreint l'une des dispositions du présent (sic) Accord [...] ou aurait, sur un point relatif au présent Accord, fait une fausse déclaration d'importance majeure »<sup>27</sup>.

Aux termes de l'article 21(d), « en cas de non-respect du Code de conduite, selon l'appréciation du Fonds mondial à son entière discrétion, ce dernier se réserve le droit de ne pas financer un contrat entre le récipiendaire principal et un fournisseur ou de demander le remboursement des fonds de subvention dans l'hypothèse où ils auraient déjà été versés au fournisseur »<sup>28</sup>.

De surcroît, l'article 7.4.1 des principes UNIDROIT (2010), principes de droit régissant l'Accord de subvention, accorde au Fonds mondial le droit de réclamer au récipiendaire principal des dommages-intérêts en cas de défaut d'exécution, outre les autres recours que le Fonds mondial pourrait être en droit d'engager.

Conformément aux Procédures de sanction du Fonds mondial, ce dernier peut décider de sanctions supplémentaire en cas de manquements aux Codes, y compris à l'encontre des fournisseurs.

Pour la détermination des dépenses non-conformes dont le recouvrement peut être demandé, le BIG conseille au Secrétariat que ces montants soient généralement : (i) des

---

<sup>24</sup> Conditions générales (2012.09), article 21(d)

<sup>25</sup> Id. article 21(e)

<sup>26</sup> Id. article 14

<sup>27</sup> Id. article 27(b) et (d)

<sup>28</sup> Id.

montants pour lesquels il n'existe pas de garantie raisonnable de livraison des biens ou des services (dépenses non justifiées, dépenses frauduleuses ou dépenses autrement irrégulières sans garantie de livraison), (ii) des montants qui constituent des surfacturations entre le prix payé et le prix de marché de biens ou services comparables, ou (iii) des montants qui ne sont pas admissibles (non liés) au titre de la subvention et de ses plans de travail et budgets approuvés.

## Annexe B : Transactions des sous-réциpiendaires avec Conceptos Advertising

SR	N° de facture ou de contrat	Date de facture ou de contrat	Description	Qté	Montant	Avec indices de fraude	Sans indices de fraude*
GPP+	13 et 35	26/10/2012 et 14/11/2012	5 vidéos éducatives	5	2 450,00	2 450,00	
GPP+	19	13/11/2012	Tasses isothermes	14 dz	785,00		785,00
GPP+	20	12/11/2012	Trousses imprimées	12 dz	348,50	348,50	
GPP+	21	12/11/2012	Bracelets	12 dz	217,80	217,80	
GPP+	22	12/11/2012	T-shirts imprimés	120	715,00	715,00	
GPP+	24	12/11/2012	Impression de brochures à trois volets	30 000	9 600,00	9 600,00	
GPP+	68 (USD 194,57) et 92 (USD 194,57)	24/11/2014 et 29/11/2012	Impression de 408 stylobilles pour la campagne « Faites-vous dépister »	408	389,14	389,14	
GPP+	67 (USD 449,55) et 77 (USD 439,5)	24/11/2014 et 29/11/2012	Impression de tasses isothermes pour la campagne « Faites-vous dépister »	17 dz	889,10	889,10	
GPP+	51 (USD 469,75) et 76 (USD 469,75)	24/11/2014 et 29/11/2012	Impression de sacs « banane » pour la campagne « Faites-vous dépister »	200	939,50	939,50	
GPP+	50 (USD 169,45) et 75 (USD 170)	21/11/2014 et 28/11/2012	Impression de 45 pulls pour la campagne « Faites-vous dépister »	45	339,45	339,45	
GPP+	50 (USD 314) et 73 (USD 596)	28/11/2012	Fabrication de stands à auvent pour la campagne du 1 <sup>er</sup> décembre	3	910,00	910,00	
GPP+	73 (USD 234) et 49 (USD 234)	28/11/2012 et 21/11/2012	Casquettes brodées pour la campagne du 1 <sup>er</sup> décembre	108	468,00	468,00	
GPP+	47 (USD 156,57) et 74 (USD 156,57)	21/11/2012 et 28/11/2012	Stylobilles pour la campagne du 1 <sup>er</sup> décembre	300	313,14	313,14	
GPP+	48 (USD 415,75) et 71 (USD 415,71)	21/11/2012 et 28/11/2012	Sacs « banane » pour la campagne du 1 <sup>er</sup> décembre	175	831,50	831,50	
GPP+	46 (USD 414,55) et 69 (USD 414,55)	21/11/2012 et 28/11/2012	Tasses pour la campagne du 1 <sup>er</sup> décembre	180	832,00	832,00	
GPP+	66 (USD 89,88) et 70 (USD 89,88)	24/11/2012 et 28/11/2012	Sacs promotionnels pour la campagne du 1 <sup>er</sup> décembre	84	179,76	179,76	
GPP+	45 (USD 219,45) et 90 (USD 219,45)	21/11/2012 et 28/11/2012	60 pulls pour la campagne du 1 <sup>er</sup> décembre	60	438,00	438,00	
GPP+	79	28/11/2012	Affiche déroulable	1	85,60		85,60
GPP+	98 (USD 1 493) et 116 (USD 1 493)	4/12/2012 et 19/12/2012	Casquettes brodées à trois couleurs	400	2 986,00	2 986,00	
GPP+	103 (USD 1 697,50) et 120 (USD 2 152,50)	4/12/2012 et 19/12/2012	Tasses isothermes aux couleurs de l'organisation avec logo grand format	804	3 853,00	3 853,00	
GPP+	102 (USD 1 067,50) et 119 (USD 1 067,50)	4/12/2012 et 19/12/2012	Porte-clés et stylobilles	2 000	2 135,00	2 135,00	
GPP+	99 (USD 1 791) et 117 (USD 2 311)	4/12/2012 et 19/12/2012	Sacs « banane » imprimés portant le logo (grand format) de l'organisation et le slogan de la campagne.	720	4 102,00	4 102,00	
GPP+	97 (USD 750) et 115 (USD 750)	4/12/2012 et 19/12/2012	Cartes de visite	11 000	750,00	750,00	
GPP+	101 (USD 1 650) et 118 (USD 1 650)	31/12/2012	Affiches	1 650	1 650,00	1 650,00	
GPP+	104 (USD 85,60) et 121 (USD 85,06)	19/12/2012	Banderoles	3	85,60	85,60	
GPP+	237 (USD 1 050) et 239 (USD 1 050)	29/3/2013 et sans date	Première édition du magazine Mundo G	Non fourni	1 050,00		1 050,00
GPP+	253 (USD 2 375) et 262 (USD 2 375)	24/6/2013 et 29/6/2013	Brochures	15 000	4 750,00	4 750,00	
GPP+	251 (USD 1 050) et 256 (USD 1 050)	24/6/2013 et 29/6/2013	Deuxième édition du magazine Mundo G	Non fourni	2 100,00		2 100,00
GPP+	283 (USD 937,44)	29/6/2013	Casquettes brodées au logo de l'organisation	216	937,44	937,44	

SR	N° de facture ou de contrat	Date de facture ou de contrat	Description	Qté	Montant	Avec indices de fraude	Sans indices de fraude*
GPP+	245 (USD 700) et 255 (USD 700)	10/6/2013 et 26/6/2013	Achat et impression de stylobilles	1 000	1 400,00	1 400,00	
GPP+	258 (USD 700) et 244 (USD 2 000)	10/6/2013 et 26/6/2013	Achat et impressions de gourdes	600	3 750,00	3 750,00	
GPP+	284 (USD 373)	29/6/2013	Sacs biodégradables unicolores portant le logo de l'organisation et des informations	120	373,00	373,00	
GPP+	293	30/8/2013	Paieement partiel de 50 % pour la conception, la mise en page et l'illustration de la troisième édition du magazine Mundo G	Non fourni	1 050,00		1 050,00
GPP+	297	22/11/2013	Paieement restant dû pour la livraison de la quatrième édition du magazine Mundo G	Non fourni	1 050,00		1 050,00
GPP+	298	12/12/2013	Paieement partiel pour la fabrication de sacs « banane » (quantité non indiquée)	Non fourni	831,25		831,25
GPP+	326	30/12/2013	Paieement restant dû pour la fabrication de sacs « banane » (quantité non indiquée)	Non fourni	831,25		831,25
				<b>GPP+ Sous-total</b>	<b>54 416,03</b>	<b>46 632,93</b>	<b>7 783,1</b>
MDDP	099 et 2012	15/10/2012 et 30/12/2012	Pulls à col roulé brodés au logo de MDDP	30	250,00	250,00	
MDDP	14	30/10/2012	Vidéo éducative pour le projet PEMAR	1	1 887,50	1 887,50	
MDDP	27	12/11/2012	Impression de trois spécimens de brochures à trois volets en couleurs	4 000	1 200,00	1 200,00	
MDDP	36	14/11/2012	Paieement restant dû de 50 % pour la vidéo éducative	1	1 887,50	1 887,50	
MDDP	123	30/11/2012	Pulls à col roulé brodés au logo de MDDP	200	1 900,00	1 900,00	
MDDP	65	28/11/2012	50 % pour une affiche déroulable	2	85,60	85,60	
MDDP	106	4/12/2012	50 % pour des sacs promotionnels	250	303,00	303,00	
MDDP	105	4/12/2012	50 % pour une affiche déroulable	2	85,60	85,60	
MDDP	107	15/12/2012	Paieement partiel de 50 % pour des sacs promotionnels unicolores	500	647,75	647,75	
MDDP	124	19/12/2012	50 % pour des sacs promotionnels	250	303,00	303,00	
MDDP	125	30/12/2013	Paieement restant dû pour des sacs promotionnels imprimés unicolores	500	647,75	647,75	
MDDP	132	30/12/2012	Achat de stylos et de porte-clés	675	1 575,00	1 575,00	
MDDP	100	4/12/2012	50 % pour l'impression de deux spécimens d'affiches en couleurs	950	950,00	950,00	
MDDP	122	19/12/2012	Paieement restant dû pour l'impression de deux spécimens d'affiches en couleurs	950	950,00	950,00	
MDDP	112 et 130	15/12/2012 et 30/12/2012	Paieement partiel de 50 % et paieement restant dû pour la fabrication de stands et d'auvents	3	800,00	800,00	
MDDP	109 et 127	15/12/2012 et 30/12/2012	Paieement partiel de 50 % et paieement restant dû pour des parapluies avec logo	50	235,00	235,00	
MDDP	113 et 131	15/12/2012 et 30/12/2012	Paieement partiel de 50 % et paieement restant dû pour des sacs en vinyle blanc à rayures noires	50	259,75	259,75	
MDDP	110 et 129	15/12/2012 et 30/12/2012	Paieement partiel de 50 % et paieement restant dû pour des porte-clés avec logo	156	179,60	179,60	
MDDP	111 et 128	15/12/2012 et 30/12/2012	Paieement partiel de 50 % et paieement restant dû pour des tasses isothermes	156	543,12	543,12	
MDDP	133	31/12/2012	Paieement partiel de 50 % et paieement restant dû	156	162,00	162,00	
MDDP	249 et 261	10/6/2013 et 27/6/2012	Tasses portant un graphisme éducatif	400	2 000,00	2 000,00	
MDDP	248 et 260	10/6/2013 et 27/6/2012	Stylobilles portant le logo et un message de l'organisation, y compris graphisme	600	642,00	642,00	
MDDP	252 et 263	24/6/2013 et 29/6/13	Paieement partiel et paieement restant dû pour des brochures en couleurs	4 000	1 275,00	1 275,00	
MDDP	259 et 247	10/6/2013 et 27/6/2013	Paieement partiel et paieement restant dû pour des trousse de maquillage	300	900,00	900,00	
MDDP	299	Sans date	Paieement partiel pour le magazine MDDP 2013	Non fourni	1 250,00		1 250,00

SR	N° de facture ou de contrat	Date de facture ou de contrat	Description	Qté	Montant	Avec indices de fraude	Sans indices de fraude*
MDDP	322	30/12/2013	Paielement restant dû pour le magazine MDDP 2013 (quantité non indiquée)	Non fourni	1 250,00		1 250,00
MDDP	306	2/6/2014	Paielement partiel de 50 % pour des troussees de maquillage, projet PEMAR, juin 2014	300	600,00	600,00	
MDDP	307	9/6/2014	Paielement restant dû de 50 % pour des troussees de maquillage, projet PEMAR, juin 2015	300	600,00	600,00	

**MDDP**  
**Sous-total**      **23 369,17**      **20 869,17**      **2 500**

APPT	269	26/6/2013	50 % pour des pulls à col en V unicolores imprimés recto/verso avec le slogan de l'organisation	225	1 181,25	1 181,25	
APPT	265	26/6/2013	Brochures (trois volets A) imprimées en couleurs, y compris graphisme, mise en page et illustration	1 500	525,00		525,00
APPT	268	26/6/2013	Brochures (trois volets B) imprimées en couleurs, y compris graphisme, mise en page et illustration	1 500	525,00		525,00
APPT	267	26/6/2013	Pulls à col roulé portant le logo brodé de l'organisation sur la gauche	40	428,00	428,00	
APPT	269	26/6/2013	Paielement restant dû de 50 % pour des pulls à col en V unicolores imprimés recto/verso avec le slogan de l'organisation	225	1 181,25	1 181,25	
APPT	272	26/6/2013	Paielement partiel pour la fabrication de sacs biodégradables avec impressions promotionnelles	300	825,00	825,00	
APPT	264	26/6/2013	Troussees de maquillage de voyage	200	1 926,00		1 926,00
APPT	274	26/6/2013	Troussees de maquillage portant le logo et un slogan de l'organisation	225	1 444,50	1 444,50	
APPT	275	26/6/2013	Tasses isothermes unicolores imprimées au logo de l'organisation	200	1 070,00	1 070,00	
APPT	266	26/6/2013	1 imperméable et 1 stand	1 et 1	560,00	560,00	
APPT	270	26/6/2013	Stylobilles sérigraphiés unicolores	150	325,00	325,00	
APPT	271	26/6/2013	Parapluies unicolores imprimés recto/verso	125	750,00	750,00	
APPT	278	26/6/2013	Paielement partiel pour la conception, la présentation et l'illustration d'un tableau à feuillets mobiles pour des formations	2	268,00	268,00	
APPT	277	26/6/2013	Paielement partiel pour la fabrication de chemises au logo de l'organisation	30	390,00	390,00	
APPT	276	26/6/2013	Paielement partiel pour la conception et l'impression de cartes de visite	30	75,00		75,00
APPT	273	26/6/2013	Paielement partiel pour la fabrication et l'impression de porte-documents	15	300,00	300,00	
APPT	300	13/12/2013	Paielement restant dû pour une affiche déroulable, y compris publicité, graphisme et photographie	1	300,00	300,00	
APPT	232	Sans date	250 eye-liners pour troussees de maquillage	250	625,00	625,00	
APPT	231	26/6/2014	250 tubes de rouge à lèvres pour troussees de maquillage	250	750,00	750,00	
APPT	231	26/6/2014	250 blushs pour troussees de maquillage, y compris graphisme et impression d'illustrations avec un message	250	875,00	875,00	
APPT	231	26/6/2014	250 fards à paupières pour troussees de maquillage, y compris graphisme et impression d'illustrations avec un message	250	750,00	750,00	
APPT	230	26/6/2014	250 casiers en plastique pour troussees de maquillage, y compris graphisme et impression d'illustrations avec un message	250	1 500,00	1 500,00	

SR	N° de facture ou de contrat	Date de facture ou de contrat	Description	Qté	Montant	Avec indices de fraude	Sans indices de fraude*
				<b>APPT sous-total</b>	<b>16 574,00</b>	<b>13 523,00</b>	<b>3 051</b>
MLPNV / Emmesar	4 et 58	10/10/2012 et 23/11/2012	Paie ment partiel et paie ment restant dû pour la production de boîtes éducatives avec message	250	1 200,00	1,200.00	
MLPNV / Emmesar	6 et 59	10/10/2012 et 13/12/2012	Paie ment partiel et paie ment restant dû pour la fabrication de banderoles	12	425,00	425.00	
MLPNV / Emmesar	3 et 62	10/10/2012 et 18/12/2012	Paie ment partiel et paie ment restant dû pour un stand, un auvent et un présentoir à brochures	3	600,00	600.00	
MLPNV / Emmesar	015 et 028	1/11/2012 et 12/11/2012	Paie ment partiel et paie ment restant dû pour la production de brochures à trois volets	6 000	3 000,00	3,000.00	
MLPNV / Emmesar	16 et 134	12/11/2012 et 21/1/2013	Paie ment partiel et paie ment restant dû pour des vidéos éducatives de 5-10 minutes	30	1 500,00	1,500.00	
MLPNV / Emmesar	31 (USD 635) et 2 033 (USD 635)	25/11/12 et 27/12/12	Paie ment partiel et paie ment restant dû pour la broderie de pulls et de casquettes	504	1 270,00	1,270.00	
MLPNV / Emmesar	32 (USD 608,20) et 60 (USD 608,20)	25/11/12 et 27/12/13	Paie ment partiel et paie ment restant dû pour des tubes de rouge à lèvres, fards à paupières, parapluies, stylobilles, trousse s et shorts	1 500	1 216,40	1,216.40	
MLPNV / Emmesar	2035 (USD 175)	27/12/2012	Impression de logos sur des sacs	250	175,00	175.00	
MLPNV / Emmesar	0136 (USD 300) et 2033 (USD 300)	31/12/2012 et 28/12/2012	Conception, mise en page et impression de guides de lutte, de prévention et de dépistage	20	600,0	600.00	
MLPNV / Emmesar	0135 (USD 900) et 061 (USD 900)	21/1/2013 – 28/12/2012	Production de tableaux à feuillets mobiles	15	1 800,00	1,800.00	
MLPNV / Emmesar	0242 (USD 1 500)	3/6/2013	Paie ment partiel de 50 % pour la conception, la présentation et l'illustration de jeux de bingo	30	1 500,00	1,500.00	
MLPNV / Emmesar	287	22/7/2013	Paie ment restant dû de 50 % pour la conception, la présentation et l'illustration de jeux de bingo	30	1 500,00	1,500.00	
MLPNV / Emmesar	285	22/7/2013	Paie ment partiel de 50 % pour l'impression de 300 boîtes éducatives en plastique	300	1 000,00	1,000.00	
MLPNV / Emmesar	288	22/7/2013	Paie ment partiel de 50 % pour la conception, la présentation et l'illustration de 15 tableaux à feuillets mobiles	15	1 000,00	1,000.00	
MLPNV / Emmesar	286	22/7/2013	Paie ment partiel de 50 % pour la production d'une vidéo documentaire de 5 minutes sur le projet PEMAR	30	1 250,00	1,250.00	
MLPNV / Emmesar	292	26/8/2013	Paie ment restant dû de 50 % pour l'impression de 300 boîtes éducatives en plastique	300	1 000,00	1,000.00	
MLPNV / Emmesar	295	25/10/2013	Paie ment restant dû de 50 % pour la production d'une vidéo documentaire de 5 minutes sur le projet PEMAR	30	1 250,00	1,250.00	
MLPNV / Emmesar	296	25/10/2013	Paie ment restant dû de 50 % pour la conception, la présentation et l'illustration de 15 tableaux à feuillets mobiles	15	1 000,00	1,000.00	
MLPNV / Emmesar	301	26/3/2014	50 % pour le conseil, la conception, l'impression et la fabrication d'une roue de la fortune, moyen dynamique pour diffuser les connaissances	6	1 300,00	1,300.00	
MLPNV / Emmesar	303	5/6/2014	Paie ment restant dû de 50 % pour le conseil, la conception, l'impression et la fabrication d'une roue de la fortune	6	1 300,00	1,300.00	
				<b>MLPNV Sous-total</b>	<b>23 886,40</b>	<b>23 886,40</b>	<b>0</b>
				<b>Total général</b>	<b>118 245,60</b>		
				<b>Total avec les indices de fraude</b>		<b>104 911,50</b>	
				<b>Total sans les indices de fraude *</b>			<b>13 334,10</b>

\* Pour ces transactions, aucun indice de fraude n'a été décelé parce que soit la transaction ne nécessitait pas l'établissement de trois devis, soit il n'y avait pas de devis d'autres fournisseurs, soit les devis des autres soumissionnaires ne comportaient pas d'indices de fraude.

## Annexe C : Comparaison entre les budgets et les montants des factures de Conceptos Advertising

Sous-récepteur	N° de référence	Catégorie de coût	N° de sous-tâche	Description	Coût unitaire	Quantité	Budget	Montant de la facture de Conceptos Advertising
GPP+	1.3.3.4	Matériels de communication	1	Production de six spécimens de brochures	USD 0,32	30 000	<b>USD 9 600,00</b>	<b>USD 9 600,00</b>
GPP+	1.3.3.4	Matériels de communication	14	Chapeaux	USD 7,51	400	<b>USD 3 004,00</b>	<b>USD 2 986,00</b>
GPP+	1.3.3.4	Matériels de communication	7	Vidéo sur la stigmatisation et la discrimination des HSH, et la prévention du VIH	USD 2 461,00	1	<b>USD 2 461,00</b>	<b>USD 2 450,00</b>
GPP+	1.3.3.4	Matériels de communication	6	Stylos et porte-clés	USD 2,14	1 000	<b>USD 2 140,00</b>	<b>USD 2 135,00</b>
MDDP	1.3.3.4	Matériels de communication	1	Production de brochures d'information sur la prévention des IST/VIH/sida, la stigmatisation et la discrimination, les droits de l'homme et l'estime de soi, et d'une brochure sur l'organisation	USD 0,30	4 000	<b>USD 1 200,00</b>	<b>USD 1 200,00</b>
MLPNV / Emmesar	1.3.3.4	Matériels de communication	1	Production de 6 000 brochures sur les IST/le VIH/les rapports sexuels protégés, les droits de l'homme, la stigmatisation et la discrimination	USD 0,5	6 000	<b>USD 3 000,00</b>	<b>USD 3 000,00</b>
MLPNV / Emmesar	1.3.3.4	Matériels de communication	2	Production de 30 tableaux à feuillets mobiles sur les IST/le VIH/les rapports sexuels protégés, les droits de l'homme, la stigmatisation et la discrimination	USD 60,00	30	<b>USD 1 800,00</b>	<b>USD 1 800,00</b>
MLPNV / Emmesar	1.3.3.4	Matériels de communication	4	30 vidéos éducatives sur les IST/le VIH/les rapports sexuels protégés, les droits de l'homme, la stigmatisation et la discrimination, le dépistage rapide	USD 50,00	30	<b>USD 1 500,00</b>	<b>USD 1 500,00</b>

## Annexe D : Pièces jointes

Pièce jointe 1 – Éléments identiques dans les devis de Conceptos Advertising et du Soumissionnaire non-retenu n° 2

 **Conceptos Advertising**  
Marketing consulting

R.U.C. 8496884 D.V. 59  
Cel: 6795-8982 / 6550-4263  
Rio Abajo calle 17°, local 69  
E-mail: yamileth.mendieta@gmail.com

Panamá, 28 de septiembre de 2012

Atención: EMESSAR

**COTIZACIÓN**

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
1	Kiosco Stand	B/.600.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

Monto: B/. 600.00  
ITBMS: 00.00  
Total: B/.600.00

\*Nota : La propuesta incluye impresión de arte.  
El diseño gráfico es cortesía.

Aceptado por: \_\_\_\_\_  
\*Hacer cheque a nombre de Yamileth Mendieta

*Yamileth Mendieta*  
Conceptos Advertising

← Mêmes formats et caractères →



Cliente: EMESSAR

Panamá 28/09/2012

Cantidad	Descripción	Monto
1	Kiosco Stand	B/.1,800.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

Costo: B/.1,800.00  
ITBMS: 00000  
Total: B/.1,800.00

Firma: \_\_\_\_\_

Pièce jointe 2 – Éléments identiques dans les devis des Soumissionnaires non-retenus n° 1 et n° 2

Cliente: Grupo Genesis

Fecha: 12/11/2012

Cantidad	Descripción	Monto
3	Banner Roul up tamaño 33x78 Impreso a full color.	B/. 285.00

\*No Incluye diseño gráfico

SUB TOTAL: B/. 285.00  
ITEMS: 30.00  
TOTLA: B/. 285.00

Firma: \_\_\_\_\_

Mêmes formats,  
caractères et fautes de frappe

Cliente: Grupo Genesis

Fecha: 8-10-2012

Creación:  Contado:

CANTIDAD	DETALLE	TOTAL
3	Banner Roul up tamaño 33x78 Impreso a full color.	B/. 375.00

\*No incluye diseño gráfico

SUB TOTAL: B/. 375.00  
ITEMS: 30.00  
TOTLA: B/. 375.00

Firma: \_\_\_\_\_

Pièce jointe 3 – Éléments identiques dans les devis des Soumissionnaires non-retenus n° 2 et n° 3

Cliente: MDDP

Panamá 4 /12/2012

Cantidad	Descripción	Monto
50	Paraguas con dos impresiones a un sólo color.	B/.229.75

Costo: B/.229.75  
ITBMS: 000.00  
Total: B/.229.75

Firma: \_\_\_\_\_

Mêmes formats et caractères

Panamá, 5 de diciembre de 2012

Atención: MDDP

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
50	Paraguas con dos impresiones a un sólo color.	B/.249.75

Monto: B/.249.75  
ITBMS: 00.00  
Total: B/.249.75

Pièce jointe 4 – Éléments identiques dans les devis de Conceptos Advertising et du Soumissionnaire non-retenu n° 3

**Conceptos Advertising**  
R.U.C. 8496884 D.V. 59  
Cel: 6795-8982 / 6550-4263  
Rio Abajo calle 17°, local 69  
E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 3 de diciembre de 2012

Atención: MDDP

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
50	Paraguas con impresión en dos lados	B/.235.50

Monto: B/.235.50  
ITBMS: 00.00  
Total: B/.235.50

Conceptos Advertising

Atención: MDDP

Panamá, 5 de diciembre de 2012

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
50	Paraguas con dos impresiones a un sólo color.	B/.249.75

Monto: B/.249.75  
ITBMS: 00.00  
Total: B/.249.75

Mêmes formats et caractères

Pièce jointe 5 – Éléments identiques dans les devis de Conceptos Advertising et du Soumissionnaire non-retenu n° 1

**Conceptos Advertising**  
Marketing consulting

R.U.C. 8496884 D.V. 59  
Cel: 6795-8982 / 6550-4263  
Rio Abajo calle 17°, local 69  
E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 28 de septiembre de 2012

Atención: EMESSAR

**COTIZACIÓN**

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
1	Kiosco Stand	B/ 600.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

Monto: B/ 600.00  
ITBMS: 00.00  
Total: B/ 600.00

\*Nota : La propuesta incluye impresión de arte .  
El diseño gráfico es cortesía.

Aceptado por: \_\_\_\_\_  
\*Hacer cheque a nombre de Yamileth Mendietta

*Yamileth Mendietta*  
Conceptos Advertising

Mêmes formats et caractères

Ciente: EMESSAR Fecha: 27-09-2012

Dirección: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_

Crédito  Contado

CANTIDAD	DETALLE	TOTAL
1	Kiosco Stand	B/1,312.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

\*Nota: Esta cotización incluye el monto por diseño gráfico.

SUB TOTAL: B/1,312.00  
ITBMS: \_\_\_\_\_  
TOTAL: B/1,312.00

Firma: \_\_\_\_\_

Pièce jointe 6 – Éléments identiques dans les devis des Soumissionnaires non-retenus n° 1 et n° 5

Cliente: Grupo Génesis Panamá Realiza      Fecha: 2/3/2014

Tel: \_\_\_\_\_ Crédito  Contado

CANT	DESCRIPCIÓN	P/U	TOTAL
30	Confección de rotafolios la propuesta incluye diseño gráfico , diagramación, diseño editorial. Levantamiento de texto y diagramación de texto. Cantidad de páginas impresas: 30 impresas a full color, engargolado doble o de metal, cada página plastificada tiro y retiro.	B/.200	B/. 6000.00
SUB TOTAL (ITBMS %)			B/. 6000.00 420.00
TOTAL			B/. 6420.00

Cliente: EMESSAR      Fecha: 27-09-2012

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Crédito  Contado

CANTIDAD	DETALLE	TOTAL
1	Kiosco Stand	
1	Tolda	B/.1,312.00
1	Porta Brochures	
*Nota:Esta cotización incluye el monto por diseño gráfico.		

SUB TOTAL: B/.1,312.00  
ITBMS: \_\_\_\_\_  
TOTLA: B/.1,312.00

Firma: \_\_\_\_\_

Pièce jointe 7 – Éléments identiques dans les devis de Conceptos Advertising et du Soumissionnaire non-retenu n° 7

 **Conceptos Advertising**

R.U.C. 8496884 D.V. 59  
 Cel: 6795-8982 / 6550-4263  
 Río Abajo calle 17°, local 69  
 E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 29 de octubre de 2012

Atención: MDDP

**COTIZACIÓN**

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
1	Elaboración de un video educativo, donde se exprese el estigma y discriminación al cual son objeto los HSH, además se reforzará la campaña . Se otorgarán 5 copias en formato DVD y mp4.	B/3,775.00

Monto: B/3,375.00  
 ITBMS: 00.00  
 Total: B/3,375.00

Aceptado por: \_\_\_\_\_

*Yamileth Mendieta*  
 Conceptos Advertising

**Ciente: MDDP**

Panamá, 27 de octubre de 2012

**COTIZACIÓN**

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
	Elaboración de un video educativo de 3 minutos y medios donde se exprese el estigma y discriminación al cual son objeto los HSH, en formato DVD y mp4.	B/3,850.00

Monto: B/ 3,850.00  
 ITBMS: 00.00  
 Total: B/ 3,850.00

Aceptado por: \_\_\_\_\_

Pièce jointe 8 – Exemple de devis de Conceptos Advertising

 **Conceptos Advertising**

R.U.C. 8496884 D.V. 59  
Cel: 6795-8982 / 6550-4263  
Rio Abajo calle 17\*, local 69  
E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 3 de diciembre de 2012

Atención: MDDP

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
500	Bolsos promocionales impresos a un sólo color.	B/.1,259.55

Monto: B/.1,259.55  
ITBMS: 00.00  
Total: B/.1,259.55

Aceptado por: \_\_\_\_\_

*Yamileth Mendiet*  
Conceptos Advertising