



Politiek van Thermador Groupe omtrent cadeaus en uitnodigingen

1-Algemene principes

Herinnering aan de gedragscode (paragraaf 2.2 geschenken en uitnodigingen): geschenken zijn voordelen van alle aard, gegeven door iemand als erkenning of uit vriendschap, zonder iets terug te verwachten. Het hoofddoel van het geschenken- en uitnodigingsbeleid is het risico op corruptie (passieve of actieve) te beperken en dit door het onderscheid te definiëren tussen wat aanvaardbaar is en wat verboden is. Niet alle geschenken en uitnodigingen geven aanleiding tot corruptie, maar ze kunnen dat worden, zodra ze van de begunstigde een onrechtmatige gunst proberen te verkrijgen in ruil voor het voordeel dat hem wordt gegeven. Het bedrijf verbiedt het aanbieden of aanvaarden van zulke geschenken en uitnodigingen of het op zich nemen van kosten, aangezien zij het resultaat van commerciële transacties kunnen beïnvloeden en geen redelijke uitgaven vormen en te goeder trouw worden gemaakt.

De betaling of terugbetaling van uitgaven voor cadeaus en uitnodigingen moet:

- Conform zijn aan het toepasselijk recht en aan de interne regels van het bedrijf.
- Betrekking hebben tot een legitiem doel dat in verband staat met de activiteit van het bedrijf.
- Geschenken en uitnodigingen zijn incidenteel, hebben betrekking tot de activiteit van het bedrijf en worden uitgevoerd in een strikt professioneel kader.
- Worden gedaan zonder een onrechtmatig voordeel te verkrijgen of iemand onnodig te beïnvloeden en daarom van een passende waarde in functie van de omstandigheden (geschenken en uitnodigingen zijn niet bedoeld om een beslissing te beïnvloeden en worden niet op een strategisch tijdstip gegeven. Voorbeelden: lopende aanbestedingen, ondertekening van commerciële overeenkomsten, wijziging van voorschriften, verkrijgen van contracten, enz.).
- Opgenomen in de boekhouding van de onderneming via onkostennota's of directe facturering.

Geschenken en uitnodigingen veroorzaken geen gevoel van schaamte als ze publiek worden gemaakt. De "krantentest" bestaat eruit zich af te vragen of de geschenken en uitnodigingen in de pers of op sociale media kunnen worden gepubliceerd zonder de reputatie van de organisatie te schaden.

De herhaling van geschenken en uitnodigingen kan ook uiteindelijk een ongewenst voordeel opleveren. De frequentie van geschenken, uitnodigingen en aangeboden of ontvangen voordelen moet in overweging worden genomen. In geval van twijfel moet de werknemer zich wenden tot zijn leidinggevende, die zelf kan verwijzen naar zijn MD of naar de ethische commissie.

Om de waarde van het ontvangen geschenk te schatten, kan de persoon de waarde van een soortgelijk geschenk online controleren. Alle gevallen waarin de drempel wordt overschreden, moeten via voorafgaandelijk akkoord worden toegestaan door het diensthoofd of de MD, met de volgende informatie: de begunstigde/ontvanger en de uitgever, het onderwerp, de datum, de waarde (geschat indien nodig). De onkostennota's van de MD worden gevalideerd door de administratieve directie. Jaarlijks wordt een overzicht opgemaakt van de kosten gemaakt door de MD per type uitgave en dit wordt voorgesteld aan het audit comité van februari jaar N+1. Het audit comité kan op willekeurige basis een bedrag uitkiezen waarvoor de bewijsstukken moeten worden voorgelegd.

Elk filiaal kan in functie van haar geografische ligging en reeds bestaande gewoontes de politiek voor cadeaus en uitnodigingen aanpassen.

De vastgelegde bedragen zullen jaarlijks worden herzien en in deze toelichting worden bijgewerkt voor verdeling.

Zo nodig kan de werknemer naar deze politiek verwijzen en haar aan betrokken partijen meedelen ter herinnering van onze afspraken omtrent cadeaus en uitnodigingen.

2-Specifiek kader

2.1 Cadeaus (aankoopbonnen, cadeaus, sportevenementen, spektakels...)

De gekregen of gegeven cadeaus moeten de volgende regels respecteren:

- Geen tegenprestatie verwachten en niet gevraagd worden.
- Nooit van financiële aard zijn: lening, contant geld.
- Volledig transparant zijn ten opzichte van het management.
- Van gepaste aard zijn. Niet aanstootgevend of van seksuele aard zijn, of op welke manier dan ook in strijd zijn met uw verplichting om anderen met waardigheid, fatsoen en respect te behandelen.

De waarde van het ontvangen geschenk is te verwaarlozen of redelijk, ook rekening houdend met de economische en sociale context van het land in kwestie en de plaatselijke gebruiken.

De waarde moet overeenkomen met een bedrag dat in verhouding staat tot de omgeving, de service en de functies.

Voor zover mogelijk moeten betalingen voor geschenken rechtstreeks aan de dienstverleners worden gedaan en niet aan de klant.

In het geval van ontvangen geschenken worden deze zo veel mogelijk met het hele team gedeeld (pralines...) of bewaard voor loting op het einde van het jaar. De geschenken die bewaard worden, moeten op een lijst opgenomen worden die als basis dient voor de verdeling tussen de werknemers.

Geschenken met een beperkte geldigheid, zoals tickets en vouchers, worden afzonderlijk verloot.

Tijdens een uitnodiging (sport- of cultureel evenement, enz.) mag de waarde van de uitnodiging niet zodanig zijn dat de onpartijdigheid van de partijen tijdens toekomstige besprekingen in twijfel wordt getrokken. De medewerker mag de uitnodiging die hij ontvangt accepteren, op voorwaarde dat de derde partij die hem heeft uitgenodigd aanwezig is bij het evenement. Het voorstel moet worden afgewezen als er een aanbesteding loopt met de derde partij.

Drempel:

Voor bedragen boven **€73,- incl. btw** per jaar en per begunstigde moet vóór de uitgave wordt toegezegd een document worden opgesteld en getekend door de MD of het diensthoofd, met een uitleg over het toegestane bedrag in de bepaalde context.

Verduidelijkingen wat betreft cadeaubonnen en andere cadeaus die worden aangeboden in het kader van commerciële transacties:

Als een cadeaubon of andere cadeaus (tablets, flessen drank...) aan een werknemer van een klant worden aangeboden in het kader van een verkooptransactie (phoning...), beschouwen we dit cadeau als een beloning voor de geleverde diensten in verband met het behalen van verkooptargets van producten van de vennootschap. De waarde van dit cadeau wordt dus niet opgenomen in de berekening van de globale drempel zoals aangegeven in paragraaf 2.4. Daarentegen mogen deze bonnen of cadeaus *[volgens de Franse wetgeving]* niet meer dan 15 % van het minimumloon bedragen, anders moet het bedrag boven de waarde van 15 % van het minimumloon weer worden geïntegreerd in de berekeningsbasis van de bevrijdende bijdrage van 20 % (de Urssaf - de Franse bank van sociale zekerheid - beschouwt dat over deze stimulerende transacties socialezekerheidsbijdragen moeten worden afgedragen). In dit geval, moet het filiaal de nominatieve sociale aangifte uitvoeren. In landen buiten Frankrijk kunnen de regels omtrent de verplichting tot afdracht van socialezekerheidsbijdragen verschillen.

2.2 Uitnodigingen voor lunch of diner

Lunch/diner is een gebruik dat nuttig kan zijn voor handelsrelaties. Het doel van de maaltijd is om deelnemers in staat te stellen professionele zaken te bespreken, het vindt plaats op weekdays en familieleden zijn niet uitgenodigd.

De uitnodiging voor lunch/diner moet:

- De hierboven beschreven algemene richtlijnen respecteren.
- Gelinkt zijn aan de activiteit van het bedrijf.
- Van aanvaardbare waarde zijn met betrekking tot lokale gebruiken en de omstandigheden van de uitnodiging (prestigieuze wijnen en haute cuisine moeten worden uitgesloten).

Drempel:

Boven **€ 73,- incl. btw** per persoon (of meer dan 3 keer per jaar voor een totaal bedrag lager dan **€ 183.30** per persoon) moet vóór de uitgave wordt toegezegd een document worden opgesteld en getekend door de MD of het diensthoofd, met een uitleg over het toegestane bedrag in de bepaalde context.

2.3 Reizen en overnachtingen

In bepaalde omstandigheden kan het nodig zijn om de reis- en verblijfkosten van bepaalde partners of klanten van het bedrijf te dekken. Hotel uitgaven van leveranciers wanneer ze ons bezoeken zijn op kosten van de leverancier en omgekeerd wanneer wij hen bezoeken zijn ze op onze kosten.

Het op ons nemen van bovenvermelde kosten is enkel mogelijk als de algemene principes worden gerespecteerd en dit vooraf wordt overeengekomen. De uitnodiging dekt geen aansluitende verplaatsingen (toerisme), de duur van het verblijf is redelijk en gerechtvaardigd met betrekking tot legitieme behoeften, de toegezegde bedragen komen overeen met de gebruiken van het bedrijf, de uitnodiging betreft alleen professionele contacten en geen familieleden of vrienden.

Alle reizen en accommodaties moeten systematisch vooraf worden gevalideerd door de MD of het diensthoofd.

2.4 Globale drempel

Het totale bedrag aan uitnodigingen voor restaurants/sportieve of culturele evenementen en cadeaus per persoon per jaar mag niet hoger liggen dan **183.30 €** voor 2023.

3- Voorbeelden

De volgende voorbeelden zijn bedoeld om medewerkers en managers te helpen weloverwogen beslissingen te nemen over het al dan niet accepteren van geschenken, uitnodigingen of reizen.

3.1 Cadeaus leveranciers

*** In de loop van een jaar accepteert een aankoper voor zichzelf 5 kisten wijn met 6 flessen van dezelfde leverancier. Volgens de leverancier is het alleen een kwestie van "het onderhouden van goede commerciële relaties". Staat de aankoper bloot aan een risico op corruptie?**

Ja:

- De frequentie van de cadeaus (5 keer op een jaar).
- Het toekennen van een cadeau voor de aankoper persoonlijk.
- De functie van de begunstigde.
- Het feit dat de cadeaus van dezelfde leverancier komen.

We kunnen daarom terecht vrezen dat deze leverancier in het kader van marktvernieuwing om niet-strikt professionele redenen de voorkeur zal krijgen.

*** U hebt zojuist een offerteaanvraag uitgeschreven voor de aankoop van vorkheftrucks. Tijdens de commerciële onderhandelingen met een van de leveranciers op de lijst, zal hij u een goede fles wijn aanbieden. Accepteer je het?**

Neen, u bevindt zich op een kritiek moment waarop uw leverancier hoopt te wegen op uw beslissing om de aanbesteding te winnen: u moet dit geschenk weigeren om zelfstandig een beslissing te kunnen nemen, uitsluitend in het belang van de groep.

*** Eén van mijn leveranciers biedt me een weekend aan zee aan, in ruil daarvoor moet ik de betalingstermijn voor zijn facturen met een paar weken verkorten. Mag ik dat doen?**

Het is verboden gebruik te maken van uw positie of functie om geschenken of voordelen te ontvangen. Breng uw manager onmiddellijk op de hoogte van deze poging tot corruptie.

3.2 Uitnodiging klanten

*** Een klant nodigt u uit voor een avond om zijn 50e verjaardag te vieren. Andere belangrijke mensen uit het beroep zullen aanwezig zijn. Kun je deze uitnodiging accepteren?**

Ja, maar denk er aan uw diensthoofd te informeren en een spoor bij te houden van uw deelname aan het event.

*** Voor een feest wil ik een doos pralines naar mijn beste klanten of leveranciers sturen. Mag ik dat doen?**

Pralines maken deel uit van de cadeaus die toegestaan zijn door ons bedrijf. Het bedrag moet conform zijn aan de richtlijnen.

*** Telkens wanneer een van mijn beste klanten ons komt bezoeken, bied ik ze een culinaire specialiteit aan uit de regio. Deze keer vertelt hij me dat hij met zijn partner komt. Ik zal het budgetteren. Is dit een probleem?**

Ja. Dit levert twee problemen op. Dezelfde klant mag niet regelmatig een geschenk ontvangen. Het geschenk moet worden gegeven aan een persoon die rechtstreeks verband houdt met werk en niet aan hun gezin.

*** Mag ik aan een klant tickets aanbieden voor een sportief evenement waaraan ik zelf niet zal kunnen deelnemen?**

Neen, want elke uitnodiging veronderstelt de aanwezigheid van iemand van ons bedrijf. Dezelfde regel wordt toegepast wanneer een leverancier ons uitnodigt.

*** Ik onderhandel over een verkoop van onze producten met een grote klant. Mijn gesprekspartner weigert mijn voorstel in overweging te nemen, omdat van onze concurrenten bekend is dat ze "vrijgevig" zijn. Ik heb het gevoel dat hij wil dat ik hem een cadeau geef. Mag ik dat doen?**

Neen. Spreek erover met je diensthoofd. Geef niet toe aan die druk. Gezonde onderhandelingen met onze klanten zijn gebaseerd op de kwaliteit van onze producten en ons prijsbeleid en niet op het feit dat we geschenken aan hun werknemers geven.