Politique cadeaux et invitations groupe Thermador

1- Rappel du principe général

Rappel du code de conduite (paragraphe 2.2 cadeaux et invitations) : les cadeaux sont des avantages de toute sorte, donnés par quelqu'un en signe de reconnaissance ou d'amitié, sans rien attendre en retour. La politique sur les cadeaux et invitations vise principalement à réduire le risque de corruption et de trafic d'influence, qu'ils soient actifs ou passifs, en définissant la ligne séparant l'acceptable du prohibé. En effet, si tous les cadeaux et invitations ne sont pas des actes constitutifs de corruption, ils peuvent le devenir dès lors qu'ils visent à obtenir de leur bénéficiaire une faveur indue en contrepartie de l'avantage qui lui est procuré. L'entreprise prohibera l'offre ou l'acceptation de cadeaux et d'invitation ou la prise en charge de frais, dès lors que de telles dispositions peuvent influencer le résultat de transactions commerciales et ne constituent pas des **dépenses raisonnables** et faites de bonne foi.

Le paiement ou le remboursement de dépenses « cadeaux-invitations » doit être :

- conforme aux lois applicables et aux règles internes de l'entreprise,
- en relation avec un objectif légitime lié à l'activité de l'entreprise, les cadeaux et invitations sont occasionnels au regard de l'activité de l'entreprise ; ils sont effectués dans un cadre strictement professionnel,
- fait sans obtenir un avantage indu ou influencer indument quelqu'un et donc être d'une valeur proportionnée et appropriée au regard des circonstances (les cadeaux et invitations ne visent pas à influencer une décision et ne sont pas effectués à un **moment stratégique**, exemples : appels d'offres en cours, signature d'accords commerciaux, modification de la règlementation, obtention de contrats….),
- enregistré dans les livres comptables de l'entreprise à travers des notes de frais ou une facturation directe.

Les cadeaux et invitations n'entraînent pas un sentiment de gêne s'ils sont révélés publiquement. Le « test du journal » consiste à se demander si les cadeaux et invitations pourraient faire l'objet d'une publication dans la presse ou sur des réseaux sociaux sans porter atteinte à la réputation de l'organisation.
La répétition des cadeaux et invitations peut également être de nature à constituer in fine un avantage indu. **La fréquence** des cadeaux, invitations et avantages offerts ou reçus doit être prise en considération. En cas de doute, le collaborateur doit se référer à son supérieur hiérarchique, qui peut en référer lui-même à son P.-D.G., D.G. ou au comité éthique.
Afin d'estimer la valeur du cadeau reçu, la personne peut vérifier sur Internet la valeur d'un cadeau similaire. Tous les cas avec les seuils dépassés doivent être autorisés via une demande préalable auprès de son responsable de service, du P.-D.G. ou du D.G., fournissant les informations suivantes : le bénéficiaire/le récepteur et l'émetteur, l'objet, la date, la valeur (estimée si besoin). Les notes de frais du P.-D.G. ou du D.G. sont validées par les directions administratives. Un tableau analytique synthétique annuel reprenant l'ensemble des frais des P.-D.G. et D.G. par nature de dépenses sera établi et présenté au comité d'audit de février N+1. Le comité d'audit se réserve le droit de sélectionner de manière aléatoire un montant de frais pour lesquels les justificatifs devront être fournis.
Chaque filiale en fonction de sa localisation géographique et de ses pratiques déjà existantes pourra adapter sa politique cadeaux et invitations, le cas échéant. Les montants définis dans le paragraphe cadre spécifique seront revus de manière annuelle et mis à jour dans cette note pour diffusion. Si nécessaire, le salarié peut se référer à cette politique et la communiquer à nos parties prenantes pour rappel de nos engagements en la matière de cadeaux et invitations.

2- Cadre spécifique

2.1 Cadeaux (bons d'achat, cadeaux, évènement sportif, spectacle…)

Les cadeaux reçus ou donnés doivent respecter les règles suivantes :

- ne faire l'objet d'aucune contrepartie et ne doivent pas être sollicités,

- ne jamais être de nature financière : prêt, espèces,
- être fait en toute transparence vis-à-vis de son management,
- être de nature appropriée. Ne pas être offensants ou de nature sexuelle ou qui contreviennent d'une quelconque manière à votre engagement à traiter les autres avec dignité, décence et respect.

La valeur du cadeau reçu est négligeable ou raisonnable y compris au regard du contexte économique et social du pays en cause et des usages qui y sont pratiqués.
La valeur doit correspondre à un montant en lien avec l'environnement, le service et les fonctions.
Dans la mesure du possible, les paiements pour les cadeaux doivent être effectués directement aux prestataires fournissant des services et non pas au client.
Dans le cas des cadeaux reçus, ils seront partagés avec l'ensemble de l'équipe dans la mesure du possible (chocolats…) ou mis dans une armoire pour tirage au sort en fin d'année. Les cadeaux disposés dans l'armoire doivent faire l'objet d'une liste qui servira de base pour la répartition entre les salariés.
Les cadeaux à durée de validité limitée, tels que les billets et les bons d'achat, feront l'objet d'un tirage au sort séparément.
Lors d'une invitation (évènement sportif ou culturel…), la valeur de l'invitation ne doit pas être de nature à remettre en cause l'impartialité des parties au cours de leurs échanges futurs. Le collaborateur est en mesure d'accepter l'invitation qu'il reçoit à condition que le tiers l'ayant invité soit présent lors de l'événement. La proposition doit être refusée si un appel d'offres est en cours avec la tierce partie.

Notion de seuil :
Au-delà de **€ 73 TTC** par an et par bénéficiaire, un document devra être établi signé par le P.-D.G., le D.G. ou le responsable de service **avant l'engagement de la dépense**, expliquant le montant accordé au regard du contexte (utilisation du modèle joint).

Précisions apportées concernant des chèques cadeaux ou autres cadeaux offerts dans le cadre d'opérations commerciales :
Lorsqu'un chèque cadeau ou autres cadeaux (tablettes, bouteilles d'alcool..) sont offerts à un salarié d'un client dans le cadre d'une opération commerciale (phoning…), nous considérons ce cadeau comme une rémunération de services rendus liée à l'atteinte d'objectifs de vente des produits de la société. La valeur de ce cadeau ne rentre donc pas dans ce calcul de seuil global en paragraphe 2.4. En revanche, ces bons ou cadeaux ne doivent pas dépasser le seuil de 15% du SMIC, sinon, le montant supérieur à la valeur de 15% du SMIC doit faire l'objet d'une réintégration dans l'assiette de la contribution libératoire de 20% (l'Urssaf considérant que ces opérations de stimulation sont soumises à cotisations sociales). Dans ce cas-là, la déclaration dans la DSN doit être effectuée par la filiale.

2.2 Invitations à déjeuner ou à diner

Le déjeuner/diner est un usage qui peut être utile aux relations commerciales. Le repas a pour but de permettre aux participants d'aborder des sujets professionnels, il a lieu en semaine et les proches ne sont pas conviés.
L'invitation à déjeuner/diner doit :

- respecter le principal général décrit ci-dessus,
- être en lien avec l'activité de l'entreprise,
- être d'une valeur raisonnable au regard des usages locaux et des circonstances de l'invitation (les vins prestigieux doivent être exclus, la haute gastronomie devant rester exceptionnelle).

Cette politique s'applique également pour les invitations des salariés des filiales du groupe Thermador.

Notion de seuil :
Au-delà de **€ 73 TTC** par personne (ou plus de 3 fois dans l'année pour un montant inférieur à **€ 183,30 TTC** soit 5 % du plafond mensuel de la sécurité sociale à la même personne), un document devra être établi signé par le P.-D.G., le D.G. ou le responsable de service **avant l'engagement de la dépense,** expliquant le montant accordé au regard du contexte (utilisation du modèle joint).

2.3 Voyages et hébergements

Dans certaines circonstances, il peut être nécessaire de prendre en charge les voyages et hébergements de certains partenaires ou clients de l'entreprise. Nous précisons que pour les fournisseurs les frais d'hôtels quand ils viennent sont à leur charge et inversement lorsque nous leur rendons visite.
Cette prise en charge n'est possible que si elle respecte le principe général et qu'elle soit convenue par avance. L'invitation ne couvre pas des déplacements annexes (tourisme), la durée du séjour est raisonnable et justifiée au regard des besoins légitimes, les montants engagés correspondent aux usages habituels de l'entreprise, l'invitation ne concerne que le contact professionnel et non des membres de sa famille ou ses amis.
Tous les voyages et hébergement doivent être validés systématiquement au préalable par le P.-D.G., le D.G. ou le responsable de service.

2.4 Seuil global

Le cumul des invitations restaurants / événements sportifs ou culturels et cadeaux **par personne physique par an** ne doit pas dépasser le seuil de 5 % du plafond de la sécurité sociale mensuel soit **183,30 €** TTC pour 2023.

3- Exemples de situation

Les exemples suivants sont conçus dans le but d'aider les salariés et les responsables de service à prendre des décisions renseignées sur le bien-fondé d'accepter ou non des cadeaux, des invitations ou voyages.

3.1 Cadeau fournisseur

***Au cours d'une année, un acheteur accepte à titre individuel 5 caisses de vin contenant 6 bouteilles de la part du même fournisseur. Selon ce dernier, il s'agit uniquement de « maintenir de bonnes relations commerciales ». L'acheteur est-il exposé à un risque de corruption ?** Certains indices le confirment :

- la fréquence des cadeaux (5 fois sur une même année),
- l'octroi d'un cadeau à titre individuel,
- la fonction du bénéficiaire,
- le fait que les cadeaux proviennent du même fournisseur.

On peut donc craindre à juste titre que ce fournisseur sera favorisé dans le cadre du renouvellement du marché pour des raisons non strictement professionnelles.

***Vous venez de lancer un appel d'offres pour l'achat, sur les trois prochaines années, de chariots élévateurs. Lors de la négociation commerciale avec l'un des fournisseurs en liste, celui-ci vous offre une bonne bouteille de vin. L'acceptez-vous ?**
Non, vous êtes à un moment critique où votre fournisseur espère peser dans votre décision pour remporter l'appel d'offres : vous devez refuser ce cadeau pour pouvoir prendre une décision de manière indépendante, dans le seul intérêt du groupe.

***L'un de mes fournisseurs propose de m'offrir un week-end à la mer. En échange, il me suffit simplement de réduire de quelques semaines le délai de paiement de ses factures. Puis-je le faire ?**
Il est interdit de profiter de votre position ou fonction pour recevoir des cadeaux ou avantages. Alertez sans délai votre responsable ainsi que la direction des achats de cette tentative de corruption.

3.2 Invitation clients

***Une société cliente vous convie à une soirée pour célébrer ses 50 ans. D'autres personnes importantes de la profession seront présentes. Pouvez-vous accepter cette invitation ?**
Oui, mais pensez à informer votre responsable et à conserver une trace de votre participation en cas de question.

***A l'occasion d'une fête, je souhaite envoyer une boîte de chocolats à mes meilleurs clients ou fournisseurs. Est-ce que je peux le faire ?**
Les chocolats font partie des cadeaux d'affaires admis par notre société. Le montant doit être conforme à notre politique cadeaux.

***Chaque fois qu'un de mes meilleurs clients vient nous rendre visite, je lui offre une spécialité culinaire de ma région. Mais cette fois, il me signale qu'il vient avec sa compagne. Je vais prévoir un petit budget pour elle. Est-ce que cela pose un problème ?**
Oui. Cela pose deux problèmes. Un même client ne doit pas recevoir régulièrement un cadeau. Le cadeau doit être fait à une personne en lien direct avec le travail et non pas à sa famille.

***Puis-je offrir à un de mes clients des billets pour un événement sportif auquel je ne pourrai pas assister ?**
Non. Car toute invitation suppose la présence de quelqu'un de notre société. La même règle s'applique lorsqu'un fournisseur vous invite. Nous vous rappelons que vous devez vous conformer à la politique de l'entreprise sur les cadeaux et les invitations.

***Je négocie une vente de nos produits avec un gros client. Mon interlocuteur refuse d'examiner ma proposition car nos concurrents sont connus pour être « généreux ». J'ai l'impression qu'il veut que je lui fasse un cadeau. Puis-je le faire ?**
Non. Parlez-en à votre hiérarchie. Ne cédez pas à la pression. Une saine négociation avec nos clients est basée sur la qualité de nos produits et notre politique de prix et non sur notre capacité à faire des cadeaux à leurs salariés.

Signature du P.-D.G. ou D.G. Signature du salarié