



Politique dons et mécénat/sponsoring groupe Thermador

1-Rappel du principe général

1.1 Rappel du code de conduite (paragraphes 2.3 dons à des organisations caritatives ou politiques et 2.4 mécénat/sponsoring)

-les dons et les donations sont des avantages donnés à une entreprise, une fondation ou une association sous la forme d'argent et/ou de contributions en nature ; ils sont alloués dans un but spécifique : la recherche, la formation, l'environnement (développement durable), à des fins caritatives ou humanitaires...

-les contributions politiques – monétaires ou non – sont destinées à soutenir des partis, des responsables ou des initiatives politiques.

-par le mécénat ou le sponsoring, l'entreprise souhaite apporter son soutien financier ou matériel à une œuvre, à une action sociale, culturelle ou sportive afin de communiquer et promouvoir ses valeurs.

1.2 Précisions apportées

Si des dons caritatifs sont réalisés, les précautions suivantes doivent être prises :

-les dons ne doivent pas être effectués en cas de doute quant à la qualité et à la réputation de l'organisation caritative ou quant aux fins qu'elle poursuit.

-les dons ne doivent être réalisés que dans des situations où ils ne peuvent pas être interprétés comme une tentative d'obtenir une influence indue ou un avantage commercial inapproprié.

-les dons ne doivent pas être effectués en faveur de personnes physiques.

-les dons/paiements réalisés en liquide ne sont pas autorisés.

-les dons caritatifs ne peuvent être faits dans un contexte d'appel d'offres ou dans le cadre d'une négociation commerciale ou financière impliquant des personnes ayant des liens avec le bénéficiaire.

Le mécénat est le don en numéraire ou matériel apporté par une entreprise à un organisme d'intérêt général, sans attendre en retour de contrepartie équivalente, il a pour objectif de faire valoir l'image institutionnelle d'une entreprise. Les dons de mécénat peuvent prendre différentes formes :

-apport d'un montant en numéraire,

-mise à la disposition à titre gracieux de personnel, de locaux,

-dons de biens et/ou produits,

Le sponsoring est le soutien matériel apporté à une manifestation, à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice en termes de publicité : le nom, la marque, le message de l'entreprise sponsor vont être largement diffusés lors de la manifestation.

Les dons, activités de mécénat et sponsoring ne doivent pas être réalisés pour obtenir ou offrir un avantage indu ou influencer indûment une décision. Ces demandes doivent être considérées avec soin, en particulier celles émanant de personnes en position d'influencer les activités de l'entreprise ou qui pourraient, si le don était accordé, en tirer un avantage personnel. Ils doivent être réalisés sans rechercher d'avantages spécifiques de la part du bénéficiaire autres que la promotion de l'image de l'entreprise.

Bonnes pratiques à mettre en œuvre

- S'assurer que les dons et parrainage/mécénat sont réalisés en toute transparence.
- S'assurer que les fondations, associations, organismes bénéficiaires d'un don ou du soutien financier mettent en œuvre des pratiques compatibles avec nos valeurs et nos attentes en matière de prévention de la corruption.
- Refuser tout paiement sur des comptes privés ou versés en espèces.
- Faire en sorte que tout paiement soit enregistré et comptabilisé de manière adéquate, et qu'une documentation justificative soit conservée.
- Eviter les risques de conflit d'intérêts.

2-Cadre spécifique

2.1 Dons

Les demandes de dons doivent être systématiquement discutées avec les membres du CODIR de chaque filiale (montants et nombre de bénéficiaires) et être d'une valeur raisonnable (avec un seuil maximum d'environ 0,2% du Résultat 2 net après déduction fiscale). Les dons doivent faire l'objet d'une traçabilité dans les comptes de la société (justificatifs à conserver). Le don ne doit avoir qu'une visée caritative et ne doit donner lieu à aucune contrepartie.

2.2 Contributions politiques

Les contributions politiques sont strictement interdites par le groupe. L'engagement politique des collaborateurs du groupe Thermador doit relever uniquement de la sphère privée.

2.3 Actions de mécénat et de sponsoring

Les actions de mécénat et de sponsoring sont sous la responsabilité du P.-D.G. ou D.G. de chaque filiale. Ces actions ainsi que la mise en avant éventuelle de la marque (via l'apposition sur des présents, drapeaux, T-shirts...) ne doivent pas nuire à la réputation de la filiale et du groupe. Toute opération de sponsoring et de mécénat doit faire l'objet d'un contrat, quel que soit le montant, qui définit précisément le contexte et le but de l'opération ainsi que les modalités de versements de l'aide.

Avant de déclencher une action de mécénat ou de sponsoring, les collaborateurs doivent effectuer toutes les vérifications nécessaires pour s'assurer de leur pertinence et de leur conformité aux règles du groupe Thermador (cf paragraphe 1). Ils doivent informer dans un délai raisonnable leur responsable hiérarchique à chaque fois qu'une demande de mécénat/sponsoring leur est adressée par un tiers.

2.4 Communication

Les dons, actions de mécénat et sponsoring doivent faire l'objet d'une présentation chaque année :

- en réunion générale aux salariés de la filiale concernée (montants et orientations),
- aux membres du COMEX (montants et actions menées).
- en janvier à Thermador Groupe pour intégrer ces actions à la déclaration de performance extra-financière.