



Política de regalos e invitaciones del grupo Thermador

1- Recordatorio del principio general

Recordatorio del código de conducta (apartado 2.2 Regalos e invitaciones): los regalos son ventajas de todo tipo, dadas por alguien en señal de reconocimiento o de amistad, sin esperar nada a cambio. La política sobre los regalos e invitaciones pretende principalmente reducir el riesgo de corrupción y de tráfico de influencias, ya sean activos o pasivos, definiendo la línea que separa lo aceptable de lo prohibido. En efecto, si bien todos los regalos e invitaciones no son actos constitutivos de corrupción, pueden llegar a serlo al pretender obtener de su beneficiario un favor indebido como contrapartida a la ventaja que se le procura. La empresa prohibirá la oferta o la aceptación de regalos y de invitaciones o la asunción de gastos, puesto que tales disposiciones pueden influir en el resultado de transacciones comerciales y no constituyen **dispendios razonables** y hechos de buena fe.

El pago o el reembolso de dispendios «regalos-invitaciones» debe ser:

- conforme a las leyes aplicables y a las reglas internas de la empresa,
- guardar relación con un objetivo legítimo vinculado a la actividad de la empresa, los regalos e invitaciones son ocasionales con respecto a la actividad de la empresa; se efectúan en un marco estrictamente profesional,
- hecho sin obtener una ventaja indebida o influir indebidamente en alguien y, por lo tanto, ser de un valor proporcionado y apropiado en relación con las circunstancias (los regalos e invitaciones no pretenden influir en una decisión y no se efectúan en un **momento estratégico**, ejemplos: licitaciones públicas en curso, firma de acuerdos comerciales, modificación de la normativa, obtención de contratos...),
- registrado en los libros contables de la empresa a través de las notas de gastos o una facturación directa.

Los regalos e invitaciones no acarrearán un sentimiento de malestar si se revelan públicamente. El «test del periódico» consiste en preguntarse si los regalos e invitaciones podrían ser objeto de una publicación en la prensa o en redes sociales sin atentar contra la reputación de la organización.

La repetición de los regalos e invitaciones puede también ser susceptible de constituir in fine una ventaja indebida. **La frecuencia** de los regalos, invitaciones y ventajas ofrecidos o recibidos debe tomarse en consideración. En caso de duda, el colaborador debe remitirse a su superior jerárquico, quien a su vez puede remitirse a su Presidente y Director General, Director General o al comité ético.

Con el fin de estimar el valor del regalo recibido, la persona puede comprobar en Internet el valor de un regalo similar. Todos los casos con los umbrales sobrepasados deben autorizarse mediante una solicitud previa a través de su responsable de servicio o del Presidente y Director General, proporcionando la siguiente información: el beneficiario/el receptor y el emisor, el objeto, la fecha, el valor (estimado si es necesario). Las notas de gastos del Presidente y Director General o Director General son validadas por las direcciones administrativas. Un cuadro analítico sintético anual que recoja todos los gastos de los Presidente y Director General o Directores Generales por naturaleza de dispendios se redactará y presentará al comité de auditoría de febrero N+1. El comité de auditoría se reserva el derecho de seleccionar de manera aleatoria un importe de gastos para los cuales deberán aportarse los justificantes.

Cada filial, en función de su ubicación geográfica y de sus prácticas ya existentes, podrá adaptar su política de regalos e invitaciones, si procede.

Los importes definidos en el apartado Marco específico serán revisados con carácter anual y actualizados en esta nota para su difusión.

Si procede, los empleados podrán remitirse a esta política y comunicarla a las partes interesadas para recordar nuestros compromisos en cuanto a regalos e invitaciones.

2- Marco específico

2.1 Regalos (bonos de compra, regalos, evento deportivo, espectáculo...) Los regalos recibidos o dados deben respetar las siguientes reglas:

- no ser objeto de ninguna contrapartida y no deben ser solicitados,
- no ser nunca de naturaleza financiera: préstamo, especies,

- hacerse con total transparencia de cara a la gerencia,
- ser de naturaleza apropiada. No ser ofensivos o de naturaleza sexual o que contravengan de alguna manera su compromiso de tratar a los demás con dignidad, decencia y respeto.

El valor del regalo recibido es desdeñable o razonable incluso atendiendo al contexto económico y social del país de que se trate y de los usos que en él se practican.

El valor debe corresponder a un importe en relación con el entorno, el servicio y las funciones.

En la medida de lo posible, los pagos por los regalos deben efectuarse directamente a los proveedores que presten servicios y no al cliente.

En el caso de los regalos recibidos, se compartirán con todo el equipo en la medida de lo posible (bombones...) o se guardarán en un armario para sortearlos a final de año. Los regalos colocados en el armario deben ser objeto de una lista que servirá de base para el reparto entre los asalariados.

Los regalos con duración de validez limitada, tales como las entradas y los bonos de compra, serán objeto de un sorteo por separado.

En el caso de una invitación (evento deportivo o cultural...), el valor de la invitación no debe ser susceptible de poner en entredicho la imparcialidad de las partes en el transcurso de sus intercambios futuros. El colaborador tiene la posibilidad de aceptar la invitación que recibe a condición de que el tercero que lo ha invitado esté presente durante el evento. La propuesta debe rechazarse si hay una licitación en curso con la parte tercera.

Noción de umbral:

Más allá de **73 € imp.** incl. al año y por beneficiario, deberá redactarse un documento firmado por el Presidente y Director General, Director General o el responsable de servicio **antes de efectuar el dispendio**, donde se explique el importe concedido en vista del contexto (utilización del modelo adjunto).

En lo relativo a los cheques de regalo y demás regalos ofrecidos en el marco de operaciones comerciales, se hace constar lo siguiente: Cuando se regalen al empleado de un cliente cheques de regalo u otros regalos (tableros, botellas de alcohol, etc.), en el marco de una operación comercial (operación telefónica, etc.), consideramos dicho regalo como una remuneración por servicios prestados relacionada con el hecho de lograr determinados objetivos de venta de productos de la sociedad. Por consiguiente, el valor de dicho regalo no entra en el cálculo del umbral global indicado en el párrafo 2.4. Sin embargo, en cumplimiento de la Ley Francesa, dichos cupones o regalos no podrán superar el límite del 15 % del SMIC (salario mínimo francés). De lo contrario, el importe que exceda el valor del 15 % del SMIC dará lugar a reintegro en la cuota de la contribución liberatoria del 20 %, pues la URSSAF (Banca Francesa para la Recaudación de las cotizaciones de Seguridad Social) considera que estos incentivos quedan sujetos al pago de cotizaciones sociales. En tal caso, la declaración en la DSN (Declaración Social Nominativa) será realizada por la filial. En los demás países, que no sean Francia, la normativa relativa a la obligación de pagar las cotizaciones sociales podrá ser diferente.

2.2 Invitaciones a comer o a cenar

La comida/cena es un uso que puede ser útil para las relaciones comerciales. La comida tiene como finalidad permitir a los participantes abordar asuntos profesionales, tiene lugar entre semana y los allegados no están convidados.

La invitación a comer/cenar debe:

- respetar el principio general descrito anteriormente,
- estar relacionado con la actividad de la empresa,
- ser de un valor razonable atendiendo a los usos locales y a las circunstancias de la invitación (los vinos prestigiosos deben excluirse y la alta gastronomía debe ser excepcional).

Esta política se aplica asimismo a las invitaciones de los asalariados de las filiales del grupo Thermador.

Noción de umbral:

Más allá de **73 € imp.** incl. por persona (o más de 3 veces al año por un importe inferior a **183.30 € imp.** incl., esto es el 5 % del techo mensual de la seguridad social a la misma persona), deberá redactarse un documento firmado por el Presidente y Director General, Director General o el responsable de servicio **antes de efectuar el dispendio**, donde se explique el importe concedido en vista del contexto (utilización del modelo adjunto).

2.3 Viajes y alojamientos

En algunas circunstancias, puede ser necesario asumir los viajes y alojamientos de algunos socios o clientes de la empresa. Precisamos que para los proveedores, los gastos de hotel cuando vienen corren de su cuenta, y a la inversa cuando nosotros les visitamos.

Esta asunción solo es posible si respeta el principio general y si se acuerda por adelantado. La invitación no cubre desplazamientos anexos (turismo), la duración de la estancia es razonable y justificada en vista de las necesidades legítimas, los importes incurridos corresponden a los usos habituales de la empresa, la invitación solo concierne al contacto profesional y no a miembros de su familia o sus amigos.

Todos los viajes y alojamientos deben ser validados sistemáticamente con antelación por el Presidente y Director General, Director

General o el responsable de servicio.

2.4 Umbral global

La acumulación de las invitaciones a restaurantes / eventos deportivos o culturales y regalos **por persona física al año** no debe sobrepasar el umbral del 5 % del techo de la seguridad social mensual, esto es **183.30 €** imp. incl. para 2023.

3- Ejemplos de situaciones

Los siguientes ejemplos están diseñados con el fin de ayudar a los asalariados y a los responsables de servicio a tomar decisiones informadas sobre el fundamento de aceptar o no regalos, invitaciones o viajes.

3.1 Regalo del proveedor

***A lo largo de un año, un comprador acepta a título individual 5 cajas de vino que contienen 6 botellas por parte del mismo proveedor. Según este último, se trata únicamente de «mantener buenas relaciones comerciales». ¿El comprador se expone a un riesgo de corrupción?** Algunos indicios lo confirman:

- la frecuencia de los regalos (5 veces en un mismo año),
- la concesión de un regalo a título individual,
- la función del beneficiario,
- el hecho de que los regalos provengan del mismo proveedor.

Por lo tanto, cabe temer con justa razón que dicho proveedor será favorecido en el marco de la renovación del contrato por razones no estrictamente profesionales.

***Usted acaba de convocar una licitación para la compra, durante los tres próximos años, de carretillas elevadoras. Durante la negociación comercial con uno de los proveedores en la lista, éste le regala una buena botella de vino. ¿La acepta?**

No, usted está en un momento crítico en el que su proveedor espera pesar en su decisión para adjudicarse la licitación: usted debe rechazar ese regalo para poder tomar una decisión de manera independiente, en el mero interés del grupo.

***Uno de mis proveedores propone regalarme un fin de semana en la costa. A cambio, me basta simplemente reducir en unas semanas el plazo de pago de sus facturas. ¿Puedo hacerlo?**

Está prohibido aprovecharse de su posición o función para recibir regalos o ventajas. Alerta sin demora a su responsable así como a la dirección de compras de esa tentativa de corrupción.

3.2 Invitación de clientes

***Una sociedad clienta le convida a una velada para celebrar sus 50 años. Otras personas importantes de la profesión estarán presentes. ¿Puede usted aceptar esa invitación?**

Sí, pero piense en informar a su responsable y en conservar un rastro de su participación en caso de ser preguntado.

***Con ocasión de una fiesta, deseo enviar una caja de bombones a mis mejores clientes o proveedores. ¿Puedo hacerlo?**

Los bombones forman parte de los regalos de negocios admitidos por nuestra sociedad. El importe debe ser conforme a nuestra política de regalos.

***Cada vez que uno de mis mejores clientes viene a visitarnos, le regalo una especialidad culinaria de mi región. Pero esta vez, me indica que viene con su pareja. Voy a prever un pequeño presupuesto para ella. ¿Eso plantea un problema?**

Sí. Eso plantea dos problemas. Un mismo cliente no debe recibir regularmente un regalo. El regalo debe hacerse a una persona relacionada directamente con el trabajo y no a su familia.

***¿Puedo regalar a uno de mis clientes entradas para un evento deportivo al que yo no podré asistir?**

No. Porque cualquier invitación supone la presencia de alguien de nuestra sociedad. La misma regla se aplica cuando un proveedor le invita. Le recordamos que debe ceñirse a la política de la empresa sobre los regalos y las invitaciones.

***Estoy negociando una venta de nuestros productos con un gran cliente. Mi interlocutor se niega a examinar mi propuesta porque nuestros competidores son conocidos por ser «generosos». Tengo la impresión de que quiere que le haga un regalo. ¿Puedo hacerlo?**

No. Hable de ello con su superior. No ceda a la presión. Una negociación sana con nuestros clientes se basa en la calidad de nuestros productos y en nuestra política de precios y no en nuestra capacidad de hacer regalos a sus asalariados.

Firma del Presidente y Director General o Director General

Firma del asalariado