



# **Polityka dotycząca prezentów**

## **Grupa FCC**

30 lipca 2019 r.



## Spis treści

0. Kontrola wersji.....	3
1. Wprowadzenie.....	4
2. Zakres stosowania.....	4
3. Zasady ogólne.....	5

## 0. Kontrola wersji

Wersja	Data	Zarząd
1	30/07/2019	Wersja początkowa. Zatwierdzona przez Zarząd.

## 1. Wprowadzenie

W zwyczajowych praktykach handlowych lub grzecznościowych możemy mieć do czynienia z wręczaniem lub przyjmowaniem podarunków promocyjnych, drobnymi przejawami uprzejmości czy uwagi w ramach stosowanych zastosowań i zwyczajów.

Grupa FCC nie tylko dąży do zagwarantowania ścisłego przestrzegania prawa na wszystkich poziomach, ale także stara się dodać dodatkowy element jakim jest świecenie przykładem, który stawiałby działania Grupy poza wszelkim ryzykiem, nie tylko niezgodności, ale nawet zwykłych wątpliwości dotyczących etycznego zachowania. Uczciwość oraz poszanowanie prawa i zasad stosowanych przez przedsiębiorstwo muszą być stałym punktem codziennego postępowania wszystkich jej pracowników.

Kodeks Etyki i Postępowania w Biznesie Grupy FCC definiuje zasadę zera tolerancji wobec przekupstwa i korupcji oraz wyraźnie zakazuje wpływania na wolę podmiotów trzecich w celu uzyskania korzyści lub preferencyjnego traktowania. Z tego powodu konieczne jest ustanowienie przez Grupę FCC rozsądnej regulacji w odniesieniu do praktyki wręczania i przyjmowania prezentów.

Duża część działalności Grupy jest związana z kontraktami licytowanymi przez organy administracji publicznej. W tym kontekście, podkreśla się konieczność przestrzegania zasad postępowania, aby żaden cień podejrzeń nie padał na działalność przedsiębiorstwa w odniesieniu do jego etycznego zaangażowania.

Podobnie, mając na celu pokrycie swych potrzeb w zakresie towarów, surowców i usług, Grupa FCC regularnie podpisuje umowy z licznymi dostawcami reprezentującymi różne typologie i jednostki. W tym znaczeniu, zobowiązanie się Grupy FCC do przestrzegania zasad wolnej konkurencji oraz jej własny interes w posiadaniu skutecznych procedur kontraktacji także narzucają potrzebę utrzymywania profesjonalnej i obiektywnej relacji z potencjalnymi dostawcami.

W związku z powyższymi kwestiami Grupa FCC opracowała niniejszą politykę dotyczącą prezentów i gościnności, która ma na celu ustalenie jasnych zasad w odniesieniu do dawania lub przyjmowania prezentów oraz okazywania gościnności przez przedsiębiorstwo.

## 2. Zakres stosowania

Stosowanie tej polityki dotyczy wszystkich przedsiębiorstw wchodzących w skład Grupy FCC i wszystkich jej pracowników. Gdyby było to konieczne lub wskazane, można będzie wprowadzić bardziej szczegółowe wymogi w obrębie każdego kraju czy linii biznesowej, jednak specyfiki lokalne czy branżowe nie zwalniają ze stosowania zasad opisanych w niniejszym dokumencie.

### 3. Zasady ogólne

Na potrzeby niniejszej polityki za prezent uważa się każdy przedmiot niezależnie od jego pochodzenia, charakteru lub cech, który jest wręczany bezpłatnie i dobrowolnie w ramach relacji społecznych. Pod pojęciem prezentu mieści się także okazywanie gościnności rozumiane jako zaproszenia na wydarzenia oraz imprezy kulturalne czy sportowe, uroczystości i wydarzenia towarzyskie, posiłki czy podróże, pod warunkiem że nie mają charakteru instytucjonalnego, technicznego czy szkoleniowego.

Można wręczać lub otrzymywać prezenty okazjonalnie pod warunkiem, że są one jedynie przejawem uprzejmości, wpisują się w praktyki, zastosowania i zwyczaje przedsiębiorstwa oraz terytorium i są uzasadnione.

Należy zwrócić szczególną uwagę na tego typu działania, unikając jakichkolwiek okoliczności, które mogłyby wzbudzić wątpliwości co do bezstronności, obiektywizmu czy legalności zachowania przedsiębiorstwa i jego pracowników.

Z tego względu prezenty będą wręczane lub przyjmowane zawsze w sposób przejrzysty oraz okazjonalny i żaden pracownik Grupy FCC nie przyjmie ani nie wręczy prezentu, który nie spełniałby poniższych zasad:

- a) **Legalność pod względem zawartości:** Oferowany lub otrzymywany prezent musi być legalny pod względem zawartości. Oznacza to, że nie może chodzić o przedmioty czy czynności zabronione prawem lub takie, które mogłyby być uważane za niewłaściwe lub mało profesjonalne; prezenty nie mogą także zawierać takich przedmiotów czy czynności. Dodatkowo wszystkie zrealizowane prezenty muszą być zgodne z niniejszą polityką.
- b) **Legalność pod względem motywacji:** Celem czy zamiarem prezentu nie może być uzyskanie w przyszłości przychylnego traktowania osoby czy podmiotu wręczającego prezent przez Grupę FCC czy Grupy FCC przez taką osobę lub podmiot. W tym sensie, aby uniknąć wątpliwości dotyczących akceptowania lub przyjmowania prezentów, należy unikać tych, które ze względu na zbieżność w czasie lub z innych powodów mogłyby być postrzegane na zewnątrz jako związane z zamiarem wpłynięcia na decyzje zawodowe.

W każdym razie, każde przedsiębiorstwo z Grupy FCC ustanowi odpowiednie kontrole dotyczące wręczania prezentów.

- c) **Racjonalność:** Prezent powinien być uzasadniony i adekwatny do konwencji społecznych, zwyczajów i praktyk powszechnie przyjętych w różnych częściach świata, w których Grupa FCC prowadzi interesy. Prezent powinien być także proporcjonalny do relacji łączącej Grupę FCC i klienta bądź dostawcę, któremu oferuje się lub od którego otrzymuje się prezent. Każdy obszar działalności ustanowi odpowiednie kontrole dotyczące wręczania prezentów.

Za ogólną zasadę przyjmuje się, że prezenty proporcjonalne to takie, które mają racjonalną wartość, przez co rozumie się prezenty, których kwota nie przekracza 150 euro lub odpowiedniej waluty. W odniesieniu do prezentów wręczanych przez pracowników Grupy FCC osobom trzecim, limit 150 euro jest rozumiany jako łączna wartość wszystkich prezentów, zaproszeń lub przejawów grzeczności, które otrzymałaby ta sama osoba w okresie sześciu miesięcy. W odniesieniu do prezentów otrzymywanych przez pracowników Grupy FCC, limit 150 euro jest rozumiany jako łączna wartość wszystkich prezentów, zaproszeń lub przejawów grzeczności, które otrzymaliby od tego samego przedsiębiorstwa lub podmiotu w okresie sześciu miesięcy.



W przypadku okazywania przejawów gościnności, uznaje się za racjonalne - uwzględniając położenie, kontekst i charakter wydarzenia - takie, których wartość nie przekracza 75 euro na osobę.

W celu zapewnienia odpowiedniej zgodności z niniejszą polityką mogą zostać przeprowadzone wewnętrzne i zewnętrzne monitorowania lub audyty dotyczące wydatków poniesionych na prezenty i okazywanie gościnności.

Zabrania się przyjmowania lub wręczania prezentów w postaci gotówki, towarów łatwych do rozliczenia w gotówce lub podobnych alternatyw (np. kart podarunkowych lub rabatów w placówkach handlowych fizycznych lub *online*). Nie można też przyjmować ani wręczać prezentów w odniesieniu do osób niemających nic wspólnego z relacjami handlowymi między Grupą FCC i jej klientami lub dostawcami.

Nie można też wręczać czy przyjmować prezentów za pośrednictwem osób powiązanych, przez które rozumie się małżonków (lub ich odpowiedników), zstępnych, wstępnych i rodzeństwo.

- d) **Jednostronność.** Nie można prosić czy wręczać prezentów osobom trzecim spoza Grupy FCC, o które wcześniej poproszono.