

**International Chamber of Commerce**  
Policy and Business Practices

# ORIENTĂRILE ICC PRIVIND CADOURILE ȘI OSPITALITATEA

**DOCUMENT DE POLITICI**

Pregătit de Comisia Anti-corupție și Responsabilitate  
Socială Corporativă

**Cuprins:**

- Introducere
- Definițiile termenilor utilizați în aceste Orientări
- Orientări

Traducere realizată de Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova  
cu sprijinul Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare

[www.chamber.md](http://www.chamber.md)



195/57Rev2  
VS/zse - 26 iunie 2014

## A. Introducere

1. La desfășurarea activităților comerciale normale, întreprinderile sunt adesea rugate, solicitate sau chiar forțate să facă cadouri sau să ofere alte forme de ospitalitate. Întreprinderile pot, de asemenea, din proprie inițiativă să ofere clienților curenți sau potențiali sau contactelor de afaceri anumite cadouri sau alte avantaje pentru a îmbunătăți imaginea organizației comerciale, pentru a prezenta mai bine produsele și serviciile sale și pentru a întări relațiile sau a crea un mediu de afaceri favorabil și relații bune de curtoazie.
2. Aceste practici sunt destul de obișnuite și sunt considerate parte a politicii comerciale uzuale sau ca afirmare a curtoaziei obișnuite în multe regiuni și state din lume. Deși cadourile și ospitalitatea nu sunt *per se* contrare standardelor legale și etice prezente<sup>1</sup>, acestea pot în unele cazuri, din cauza poziției celui care oferă sau celui care primește, frecvenței, valorii sau importanței acestora, contextul în care acestea sunt extinse sau chiar doar din cauza percepției de către părțile terțe, să creeze o suspiciune de inacceptabilitate și să fie considerate drept mită.
3. Mituirea este oferirea, promiterea, darea, autorizarea sau acceptarea oricăror avantaje pecuniare sau altor avantaje necorespunzătoare de către sau pentru orice persoană (funcționar public în particular) pentru a obține sau păstra o afacere sau alt avantaj nepotrivit<sup>2</sup>.
4. În baza revizuirii legislației naționale, se pare că nu există nici un standard uniform, ci mai degrabă că fiecare jurisdicție își are regulile proprii, regulamentele și metodele de aplicare cu privire la cadouri și ospitalitate.
5. ICC recomandă ca întreprinderile să stabilească proceduri stricte privind oferirea sau primirea cadourilor și ospitalității pentru a asigura că astfel de aranjamente (a) sunt în conformitate cu legislația națională și instrumentele internaționale aplicabile; (b) se limitează la cheltuielile rezonabile și *bona fide*; (c) nu afectează necorespunzător sau ar putea fi percepute ca afectând necorespunzător independența de judecată a destinatarului față de cel ce oferă; (d) nu sunt contrare prevederilor cunoscute ale codului de conduită ale destinatarului; și (e) nu sunt oferite sau primite prea frecvent sau într-o perioadă nepotrivită de timp<sup>3</sup>.
6. În baza unui schimb mai extensiv de bune practici între membrii săi, din mai multe state și din mai multe sectoare diferite și, în baza analizei comparative detaliate a abordărilor sale, ICC

<sup>1</sup> A se vedea Instrucțiunile la Legea privind mituirea din UK 2010, pagina 12: „Ospitalitatea *Bona fide* și cheltuielile promoționale sau de afaceri care încearcă să îmbunătățească imaginea unei organizații comerciale, să prezinte mai bine produsele și serviciile sau să stabilească relații cordiale, este recunoscută ca o parte importantă în desfășurarea afacerilor și nu este intenția Legii de a criminaliza acest comportament”; și Ghidul de resurse la Legea practicilor corupte străine SUA (FCPA), pag 16: „FCPA nu interzice oferirea de daruri. Mai mult, ca și în cazul părților la procesul de mituire pe plan domestic, FCPA interzice plățile de mită, inclusiv cele deghizate în cadouri”.

<sup>2</sup> Conform Regulilor ICC privind combaterea corupției 2011, articolul 1, sub a.

<sup>3</sup> Regulile ICC privind combaterea corupției 2011, Articolul 5.

dorește să prezinte aceste Orientări, care iau în considerație regulile internaționale, regionale și naționale curente, precum și bunele practici comerciale și îndrumările la data elaborării acestor Orientări.

7. Aceste Orientări pot fi aplicate, *mutatis mutandis*, de toate organizațiile, publice sau private, pentru profit sau non-profit.

## **B. Definițiile termenilor folosiți în aceste Orientări**

„Cadou” înseamnă orice plată, mulțumire, grațitudine, dar sau avantaj, pecuniar sau nu, oferit, promis, dat sau primit fără o compensare materială sau nematerială directă sau indirectă.

„Ospitalitate” înseamnă toate formele de structuri sociale, divertisment, călătorie sau acomodare, sau o invitație la un eveniment sportiv sau cultural.<sup>4</sup>

„Avantaje” înseamnă cadouri și ospitalitate, după cum este definit mai sus și atunci când se face referință colectivă la acestea.

„Întreprindere” înseamnă orice persoană sau entitate implicată în activități de afaceri și alte activități economice, organizată pentru profit sau nu, inclusiv orice entitate controlată de stat sau o subdiviziune teritorială; aceasta include compania mamă și filialele sale controlate<sup>5</sup>.

„Politică” înseamnă principii efective într-o întreprindere și reguli sau proceduri cu privire la cadouri și ospitalitate, inclusiv practicile de implementare.

## **C. Orientări**

1. Se recomandă întreprinderilor să elaboreze o politică cu privire la cadouri și ospitalitate, care prevede că avantajele:
  - (a) sunt în conformitate cu legea aplicată și instrumentele internaționale aplicabile;
  - (b) se limitează la cheltuielile rezonabile, proporționale și ce se referă la afaceri *bona fide* sau promoționale sau cheltuieli de afaceri similare;
  - (c) sunt transparente, nu afectează inadecvat și nu vor fi percepute rezonabil ca o influențare neadecvată a îndeplinirii sarcinilor de către destinatarul acestora;
  - (d) nu contravin prevederilor Codului de Conduită a destinatarului;
  - (e) nu sunt oferite și nici primite prea frecvent sau într-o perioadă de timp nepotrivită<sup>6</sup>;
  - (f) nu sunt oferite pentru a obține sau a păstra în mod neadecvat o afacere sau alt beneficiu;

<sup>4</sup> Care se poate referi la oferirea, promisiunea, darea sau primirea acestuia.

<sup>5</sup> Regulile ICC privind combaterea corupției 2011, Introducere, pagina 5.

<sup>6</sup> Se face referință, de exemplu, la oferirea sau primirea avantajelor, care implică părțile interesate la etapa de tender, așteptarea procedurilor legale, procesele de concesiune/autorizație sau negocieri sensibile.

Traducere realizată de Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova  
cu sprijinul Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare

[www.chamber.md](http://www.chamber.md)

[www.chamber.md](http://www.chamber.md)

- (g) sunt înregistrate corect și exact în registrele întreprinderii; și
- (h) sunt potrivite ținând cont de cultura și nivelul de trai în țara sau regiunea în care avantajul se oferă sau este primit.
- Deși bunul simț este important la oferirea sau acceptarea cadourilor sau ospitalității, o politică poate fi foarte specifică și poate fi însoțită de exemple ușor înțelese și/sau bune practici pentru a oferi o îndrumare adecvată.
  - În lumina complexității cadourilor și ospitalității și riscului ca avantajele să fie considerate o mită, politica se va implementa corespunzător și va fi comunicată în întreprindere. Aceasta înseamnă că ea trebuie să fie obligatorie pentru toți directorii, ofițerii și angajații întreprinderii și să fie ușor de găsit pe pagina web a întreprinderii și în oficii. Toți directorii, ofițerii și angajații desemnați<sup>7</sup> vor participa la instruirii regulate pe bază de web și/sau directe/față-n-față și vor fi încurajați să solicite îndrumare de câte ori au dubii sau întrebări despre cadouri și ospitalitate, din partea managementului sau ofițerilor special desemnați sau departamente.
  - Un număr de țări interzic avantajele oferite funcționarilor publici<sup>8</sup>, pe când alte state permit astfel de practici doar în baza condițiilor stricte. Corespunzător, întreprinderile pot oferi avantaje funcționarilor publici doar în măsura permisă de către legile (naționale) și regulamentele aplicabile.
  - Întreprinderile vor încălca probabil legislația anti-corupecție atunci când oferă avantaje părților terțe, cum ar fi membrilor de familie ai funcționarilor publici, dacă aceste avantaje sunt intenționate drept măsură indirectă pentru a corupe un funcționar.<sup>9 10</sup>
  - Un cadou sau o ospitalitate oferită unei persoane din sectorul privat poate fi permis doar dacă este oferit în conformitate cu prevederile cunoscute ale Codului de Conduită a destinatarului. Întreprinderile nu sunt obligate să caute în mod pro-activ informații despre Codul de Conduită al destinatarului în fiecare caz, în schimb, întreprinderile trebuie să ia în considerație ce cunosc despre Codul destinatarului și ar putea, în cazurile corespunzătoare, să caute informații suplimentare, dacă nu dispun de aceste cunoștințe.
  - Nu se vor oferi și nici nu se vor primi cadouri sau ospitalitate în formă de numerar sau echivalentul acestuia, cum ar fi vouchere, carduri pre-plătite sau servicii gratuite ale întreprinderii.

<sup>7</sup> Care datorită poziției și angajamentelor sale sunt expuși riscului de mituire.

<sup>8</sup> Definiția funcționarilor publici, funcționarii străini și funcționarii publici străini, a se vedea Ghidul de resurse pentru Legea practicilor corupte străine al SUA (FCPA), pagina 19, Convenția OCDE privind combaterea mituirii funcționarilor publici străini în tranzacțiile comerciale internaționale, Articolul 1, paragraful 4, sub a) și Legea UK privind mituirea 2010, Articolul 6, sub (5).

<sup>9</sup> A se vedea Ghidul de resurse pentru Legea practicilor corupte străine SUA, pagina 16.

<sup>10</sup> Contribuțiile caritabile nu sunt incluse în domeniul de aplicare a acestor orientări. Pentru îndrumare a se vedea, de ex., Ghidul de resurse pentru Legea practicilor corupte străine SUA, pagina 16

8. Cadourile de o valoare nominală (mică) pot fi oferite, cât și primite în cantități rezonabile.

Exemple sunt cadourile promoționale cum ar fi pixurile, tricourile, cămile și agendele ce conțin logo-ul întreprinderii<sup>11</sup>.

9. Ospitalitatea de valoare mică (adică, băuturi sau prânz), care este extinsă în semn de curtoazie, este permisă în principiu<sup>12</sup>.
10. Întreprinderile își vor promova produsele, serviciile și tehnologia în baza competitivității și calității și nu în baza avantajelor ascunse. Ospitalitatea în formă de achitare a cheltuielilor rezonabile pentru călătorie și cazare<sup>13</sup> pentru clienți sau funcționarii de stat care vizitează oficiile întreprinderii pentru scopuri de afaceri sau promoționale legitime este în principiu permisă<sup>14,15</sup>.
11. Un document de politici poate prevedea că primirea sau oferirea unui cadou sau a ospitalității, valoarea cărora depășește valoarea nominală, trebuie să fie raportată și dacă valoarea depășește un nivel anume definit, aceasta va fi aprobată de un manager sau un ofițer desemnat. Atât nivelul monetar pentru raportare (la cel mai mic nivel), cât și cel aprobat (la cel mai înalt nivel) se recomandă să fie descrise în documentul de politici<sup>16</sup>.
12. Întreprinderile internaționale sau cu extindere globală, care au introdus în documentele de politici un sistem de raportare și aprobare pot considera introducerea diferitor valori monetare pentru fiecare țară sau regiune, luând în considerație diferențele de cultură și/sau nivelul de trai.
13. Întreprinderile care vor să implementeze un proces de raportare și/sau aprobare pentru cadouri și ospitalitate pot considera crearea unui registru central (automatizat) și un proces de clarificare împreună cu stabilirea limitelor cumulative anuale și cu excepții limitate pentru avantajele aprobate de către management sau ofițerul desemnat<sup>17</sup>.
14. De câte ori este practic posibil, agenții, intermediarii sau alte părți terțe ce reprezintă întreprinderea sau desfășoară afaceri din numele acesteia vor fi informate prin documentul de politici al întreprinderii și vor fi obligate să se conformeze cu prevederile sale sau standardele echivalente, inclusiv și implementarea lor corespunzătoare.

<sup>11</sup> Totuși, în cazul cadourilor pentru funcționarii publici, a se vedea C4 de mai sus.

<sup>12</sup> Totuși, în cazul ospitalierii pentru funcționarii publici, a se vedea C4 de mai sus.

<sup>13</sup> Razonabilitatea poate fi calculată în baza duratei călătoriei, frecvenței, numărului de persoane în delegație și rolul fiecărui invitat, care trebuie să fie proporțional cu domeniul de acoperire al vizitei.

<sup>14</sup> A se vedea nota de subsol 1 de mai sus și Ghidul de resurse pentru Legea practicilor corupte străine SUA, pagina 17 pentru îndrumare.

<sup>15</sup> Totuși, în cazul ospitașității față de funcționarii publici, a se vedea C 4 de mai sus.

<sup>16</sup> În unele state, întreprinderile folosesc diverse valori (decât cele generale) pentru managementul de vârf sau înalt. Această practică nu este recomandată, deoarece valorile diferite sunt contrare principiului „tonul de sus” și creează un risc mare ca cadourile sau ospitalitatea mai valoroasă să fie considerate mită.

<sup>17</sup> Ghidul de resurse pentru Legea practicilor corupte străine SUA, pagina 16.

15. Adițional la recomandările din C1, pentru Politică sunt recomandate următoarele elemente:

- obiective – evitarea cadourilor sau ospitalității care ar putea fi considerate o mită sau practică coruptă;
- domeniul de acoperire – aplicabil și obligatoriu pentru toți directorii, ofițerii și angajații întreprinderii, precum și partenerii de afaceri în măsura posibilităților;
- Definiții – definiții clare ale cadourilor și ospitalității
- Prevederi generale – aplicate față de cadouri și ospitalitate, inclusiv interzicerea de a solicita sau induce și prevederile conform cărora avantajele nu trebuie să fie prea frecvente și că toate avantajele trebuie să fie înregistrate corect și cu precizie în înregistrările contabile ale întreprinderii;
- Prevederi specifice cu privire la cadouri, care ar putea include o raportare clară și procedură de autorizare;
- Prevederi specifice cu privire la ospitalitate, care ar putea include o raportare clară și procedură de autorizare;
- O prevedere privind comunicarea și instruirea în domeniul cadourilor și ospitalității; și
- O prevedere ce explică de unde pot fi obținute îndrumări în caz de întrebări sau îngrijorări.

\*\*\*\*\*





## Camera de Comerț Internațională (ICC)

ICC este o organizație de afaceri mondială, un organ reprezentativ care vorbește cu autoritatea din numele întreprinderilor din toate sectoarele oriunde în lume.

Misiunea fundamentală a ICC este de a promova comerțul și investițiile internaționale deschise și a ajuta afacerile să facă față provocărilor și oportunităților globalizării. Convingerea sa că comerțul este o forță puternică pentru pace și prosperitate datează de la originea organizației de la începutul secolului 20. Grupul mic de lideri de afaceri cu o viziune de perspectivă, care au fondat ICC, se numesc „negustorii de pace”.

ICC are trei activități principale: elaborarea regulilor, soluționarea disputelor și promovarea politicilor. Deoarece companiile membre și asociațiile sale sunt implicate în afaceri internaționale, ICC are o autoritate fără egal la elaborarea regulilor care guvernează desfășurarea afacerilor transfrontaliere. Deși aceste reguli sunt voluntare, ele sunt respectate în mii de tranzacții zilnice și au devenit parte a comerțului internațional.

ICC mai oferă servicii esențiale, în primul rând, printre acestea Curtea Internațională de Arbitraj a ICC, cea mai importantă instituție de arbitraj din lume. Un alt serviciu este Federația Mondială a Camerelor, rețeaua globală de camere de comerț ale ICC ce stimulează interacțiunea și schimbul de bune practici între camere. ICC la fel oferă instruire și seminare specializate și este editor lider în industrie sau instrumente de referință practică și educațională pentru afaceri internaționale, bancare și de arbitraj.

Directorii de companii și experții, în baza apartenenței globale la ICC, stabilesc poziția businessului pe mai multe probleme de comerț și politică de investiții, precum și subiecte tehnice relevante. Aceasta include servicii anti-corupție, bancare, economia digitală, etica de marketing, mediul ambiant și energia, politica privind concurența și proprietatea intelectuală.

ICC se bucură de o relație de lucru strânsă cu Organizația Națiunilor Unite, Organizația Mondială a Comerțului și forumuri interguvernamentale inclusiv G20.

ICC a fost fondată în 1919. Astăzi rețeaua sa globală cuprinde peste 6 milioane de companii membre, camere de comerț și asociații de afaceri din peste 130 de țări. Comitetele naționale lucrează cu membrii ICC în țările lor pentru a aborda îngrijorările și pentru a transmite guvernelor opiniile companiilor formulate de ICC.