



American Chamber of Commerce  
in Romania

**PRINCIPIILE ANTICORUPȚIE**  
**ALE**  
**AMCHAM ROMÂNIA**

© Camera de Comerț Americană în România

## Cuprins

<b>I. Introducere</b> .....	3
<b>II. Principii directoare</b> .....	3
1. Angajare/Recutare .....	3
2. Sponsorizări .....	4
3. Parteneri și contractori (furnizori, consultanți).....	6
4. Deplasări, cadouri și alte cheltuieli .....	6
5. Finanțările politice .....	7
6. Plăți de facilitare .....	8
7. Managementul procesului de licitație (achiziții publice).....	8
8. Incapacitatea de a preveni mita în legătură cu o persoană asociată .....	8
<b>III. Implementarea principiilor</b> .....	8
1. Proceduri .....	9
2. Monitorizare.....	10
3. Evaluarea riscurilor și due diligence.....	11
4. Angajament și comunicare la nivel înalt.....	12
5. Activități de instruire/training.....	12

## I. Introducere

Camera de Comerț Americană în România („AmCham România”) propune un set de principii anticorupție care, dacă vor fi respectate de către companii, în corelație cu reglementările interne ale politicilor și regulilor acestora, ar putea preveni mita și corupția și spori eficacitatea controalelor interne și a programelor de conformitate destinate luptei împotriva corupției.

Corupția afectează predictibilitatea și profitabilitatea unei economii și alterează reputația jucătorilor de pe piață, precum și percepția generală a societății și a actorilor implicați într-un anumit sector al pieței.

AmCham România subliniază faptul că, deși în România, în general, sectorul public este cel afectat de aceste practici, sectorul privat reprezintă, de asemenea, o parte a problemei. Prin urmare, actorii economici privați ar trebui să împartă cu sectorul public responsabilitatea de a găsi modalități de a lupta eficient împotriva corupției.

Companiile și asociațiile de afaceri, precum AmCham România, sunt din ce în ce mai implicate, la nivel local, regional și/sau global, în inițiative de ramură sau multi-industriale, pentru a împărtăși experiența lor, a învăța de la colegi și, în parteneriat cu celelalte părți interesate, de a contribui la crearea unor condiții echitabile de piață.

Principiile anticorupție ale AmCham România ("Ghidul") conține principii-cheie și recomandări, precum și un îndrumar și instrumente de punere în aplicare, în conformitate cu cadrul legislativ actual, adaptate mediului de afaceri din România. Ghidul a fost elaborat având la bază documente internaționale și cele mai bune practici în materie ale unora dintre cele mai mari și bine-cunoscute companii din lume.

Ghidul este structurat pe două capitole: (i) Principii directe (incluzând, *inter alia*, secțiunile Angajare/Recrutare, Sponsorizări, Parteneri și contractori) și (ii) Implementarea principiilor (incluzând, *inter alia*, secțiunile Proceduri, Monitorizare, Evaluarea riscurilor și due diligence).

AmCham România apelează la membrii săi în vederea demonstrării capacității de deschizător de drumuri prin adoptarea, punerea în aplicare și diseminarea unor programe eficiente anticorupție în cadrul companiilor, inclusiv prin adoptarea acestui Ghid.

## II. Principii directe

### 1. Angajare/Recrutare

***O atenție deosebită ar trebui acordată procesului de angajare generat de o relație cu un client sau de un parteneriat de afaceri.***

- 1.1. Fiecare companie ar trebui să stabilească norme clare și eficiente referitoare la procesul de angajare, inclusiv cu privire la recrutare, termeni și condiții, acțiuni disciplinare și remunerație.
  - *Contractele de muncă ar trebui să includă clauze pentru combaterea mitei și corupției. O atenție specială ar trebui acordată contractelor de muncă pentru funcțiile cu expunere ridicată la mită și/sau corupție, acestea trebuind să includă clauze specifice cu privire la combaterea mitei și corupției.*
  - *Obligația expresă de a sesiza actele reale, precum și pe cele potențiale de mită și corupție ar trebui să fie prevăzută pentru toți angajații.*
- 1.2. În cazul unor noi angajări, ar trebui efectuată o analiză internă cu privire la riscurile de mită și corupție; de asemenea, ar trebui realizate controale regulate, pentru a atenua riscul de mită și/sau de corupție, în legătură cu astfel de angajați.
- 1.3. Locurile de muncă ar trebui create pentru a răspunde nevoilor obiective ale companiei și nu în mod particular pentru rude, prieteni sau la cererea unui funcționar public.
- 1.4. Niciun candidat recomandat de un funcționar public nu ar trebui angajat decât în urma parcurgerii unui proces imparțial de angajare și având la bază aceleași criterii ca în cazul oricărui alt candidat, pentru aceeași funcție.
- 1.5. O atenție specială ar trebui acordată acțiunilor prin care un funcționar public poate încerca să influențeze procesul de angajare, solicitând angajatului unei companii să-i acorde ajutor în găsirea unui loc de muncă pentru o rudă, un prieten sau pentru sine, anticipând plecarea sa din funcția (publică) deținută.
  - *Astfel de acțiuni ar trebui comunicate imediat persoanei competente din cadrul companiei (ex. administrator, manager de resurse umane).*
- 1.6. Nu ar trebui întreprinse discuții cu privire la oportunități de afaceri sau de angajare, care ar putea beneficia personal unui funcționar public sau pe durata unei proceduri de achiziții publice în desfășurare sau anticipate.
- 1.7. La angajarea unui agent sau consultant, în scopul de a oferi asistență în cadrul unei proceduri de achiziții publice, ar trebui să se asigure faptul că acesta a fost de acord cu principiile pentru combaterea mitei și corupției, menționate în prezentul document.

## **2. Sponsorizări**

***Sponsorizarea ar trebui să fie acordată într-o manieră transparentă, evitându-se conflictele de interese și asigurându-se că fondurile și bunurile sunt utilizate în scopurile propuse.***

- 2.1. Managementul companiei și angajații ar trebui să cunoască prevederile Legii nr. 32/1994 privind sponsorizarea și ale oricăror alte reglementări conexe.
- 2.2. Sponsorizările ar trebui acordate în domeniile și beneficiarilor indicați de lege.

- *Domeniile principale de sponsorizare: cultură, artă, educație, știință, sport, protecția drepturilor omului, servicii medicale și sociale, protecția mediului, restaurarea monumentelor istorice.*
  - *Principalii beneficiari ai sponsorizărilor: organizațiile non-profit care activează în România în domeniile specificate mai sus, autoritățile și instituțiile publice - pentru activitățile menționate mai sus -, emisiunile TV și radio, cărți și publicații vizând domeniile enumerate.*
  - *Opțiunile personale de sponsorizare ale administratorilor companiei, funcționarilor și angajaților nu trebuie să prevaleze în acordarea de sponsorizări.*
  - *În stabilirea politicii sale de sponsorizare, compania trebuie: (a) să păstreze o poziție independentă cu privire la problemele publice care fac obiectul sponsorizării; (b) să evite favorizările generate prin sponsorizare; (c) să monitorizeze fondurile alocate pentru sponsorizări; (d) să solicite beneficiarului un plan de management de proiect cu privire la sponsorizare; (e) să evite susținerea de produse sau de servicii în campaniile de sponsorizare; (f) să evite conflictele de interese în promovarea sponsorizărilor.*
- 2.3. Nicio sponsorizare nu trebuie acordată în anticiparea, în recunoașterea sau în schimbul primirii vreunui câștig comercial.
- 2.4. Sponsorizările trebuie să fie precedate de efectuarea unui proces de due diligence temeinic realizat și documentat, cu privire la riscurile în legătură cu activitatea publică și istoricul potențialilor beneficiari.
- *Raportul de due diligence cu privire la risc trebuie să acopere elemente precum: forma juridică de înființare, scopul juridic, imaginea publică, alte proiecte de sponsorizare, dacă beneficiarul a utilizat alte sponsorizări în mod prudent, dacă există orice altă suspiciune că fondurile ar putea fi folosite pentru a promova politici care să încurajeze comportamente sau practici riscante.*
- 2.5. Companiile trebuie să vegheze la respectarea dispozițiilor legii.
- *Companiilor românești le este interzisă acordarea de sponsorizări din surse obținute de la bugetul de stat.*
  - *Compania are dreptul să facă publică încheierea contractelor de sponsorizare, prin promovarea numelui, a mărcii și a imaginii sale. Cu toate acestea, o astfel de recunoaștere publică nu trebuie să afecteze, în mod direct sau indirect, activitatea sponsorizată și politicile publice.*
  - *Companiei nu îi este permis să facă publicitate în scop comercial cu privire la sponsorizare.*
- 2.6. Companiile ar trebui să facă publice informațiile privitoare la orice proiecte de sponsorizare.
- *Pe pagina de web a companiei, ar trebui publicate informații referitoare la cheltuielile făcute din fondurile acesteia pentru sponsorizări.*

### **3. Parteneri și contractori (furnizori, consultanți)**

*Dispoziții exprese pentru combaterea mitei și corupției ar trebui să fie incluse în contractele încheiate cu partenerii de afaceri, în scopul de a preveni mita și corupția, precum și de a diminua și limita un astfel de comportament.*

- 3.1. Astfel de dispoziții contractuale se pot referi la mită, șantaj, fraudă, activitate de tip cartel, trafic de influență, spălare de bani, precum și orice activitate similară de natură penală.
- 3.2. Companiile trebuie să aducă la cunoștință celeilalte părți contractante orice obligații referitoare la anticorupție și să prevadă în mod expres, pentru punerea în aplicare, acțiuni disciplinare și sancțiuni pentru încălcările regulamentelor companiei care prevăd combaterea mitei și corupției.
- 3.3. Companiile trebuie să evalueze expunerea lor la riscurile de mită și corupție care decurg din raporturile lor cu persoane asociate și să aplice procedurile corespunzătoare de due diligence, în scopul de a reduce riscurile aferente mitei și corupției.
- 3.4. Plățile sau alte remunerații cu privire la serviciile contractuale, trebuie să fie indicate în mod expres în contract și să fie proporționale cu serviciile furnizate. Plățile trebuie monitorizate cu atenție, pentru a se evita utilizarea acestora pentru activități de mită și/sau corupție.

### **4. Depasări, cadouri și alte cheltuieli**

*Pe durata desfășurării raporturilor cu funcționari publici, companiile trebuie să respecte principiile precum integritatea, acuratețea tranzacțiilor/cheltuielilor, responsabilitatea, transparența și respectarea reglementărilor în vigoare și să evite conflictele de interes.*

- 4.1. Companiile se vor abține de la a oferi bunuri de valoare funcționarilor publici, în scopul de a obține sau de a câștiga tratamente preferențiale; un cadou nu trebuie, în niciun caz, să aibă drept scop afectarea imparțialității sau a corectitudinii funcționarului public.
- 4.2. Cadourile ar trebui să aibă o valoare simbolică sau limitată și să nu creeze o aparență de incorectitudine sau nelegalitate.
- 4.3. Companiile trebuie să asigure transparența colaborărilor cu instituțiile publice, prin punerea la dispoziție a unui cadru reglementat. Orice fel de colaborare cu instituțiile publice și funcționarii publici (ex. conferințe, proiecte comune) ar trebui să se limiteze la respectarea unor norme clare. Procedura transparentă are menirea de a proteja ambele părți, asigurând în același timp o colaborare eficientă.
- 4.4. Companiile trebuie să manifeste corectitudine în administrarea cheltuielilor și onestitate în dezvăluirea informațiilor relevante.

- *Companiile nu trebuie să acorde onorarii funcționarilor publici; cheltuielile de deplasare pot fi rambursate în cazul în care au fost făcute într-un scop de afaceri legitim, dar vor fi realizate direct către hotel/compania aeriană sau către alți furnizori de servicii; mesele trebuie să aibă un cost rezonabil. Sume de bani sau echivalentul acestora, precum carduri-cadou, nu ar trebui oferite sau primite de către companii.*

## **5. Finanțările politice**

***Ori de câte ori se angajează la finanțarea unor activități cu caracter politic, companiile trebuie să respecte dispozițiile cadrului juridic relevant, care stabilesc un set de norme menite să asigure transparența, evitarea conflictelor de interese și care garantează că scopurile constituționale ale procesului politic sunt atinse.***

- 5.1. Managementul companiei și angajații trebuie să respecte prevederile Legii nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, precum și orice alte reglementări conexe.
  - *Companiile ar trebui să implementeze politici interne cu privire la finanțarea activităților politice care pot să conțină prevederi precum: limite anuale pentru donațiile făcute partidelor politice, interzicerea efectuării donațiilor în cazul companiilor cu datorii restante la bugetul de stat, precum și transparența donațiilor.*
- 5.2. Finanțarea activităților politice, în general, ar trebui să reflecte interesele companiei și nu apartenențele politice ale administratorilor, funcționarilor și angajaților săi.
- 5.3. Nicio finanțare politică nu se va acorda în anticiparea, în recunoașterea sau în schimbul primirii vreunui câștig comercial.
  - *Finanțările politice trebuie realizate în vederea îmbunătățirii mediului de afaceri în beneficiul întregii comunități de afaceri, și nu în scopul de a genera câștiguri pentru o anumită companie sau persoană.*
- 5.4. Finanțările politice trebuie să fie precedate de un raport de due diligence, temeinic realizat și documentat, asupra riscurilor cu privire la activitatea publică și la istoricul partidelor politice și al candidaților.
  - *Accentul trebuie pus, inter alia, pe: politici publice, valori politice, scopuri și acțiuni; voturile anterior exprimate de oficialii aleși; abilități demonstrate sau potențiale de conducere, implicarea și poziția cu privire la problemele referitoare la afaceri, securitate socială, asistență medicală, educație și mediu.*
  - *În plus, pot fi luate în considerare următoarele aspecte: dacă beneficiarul este cunoscut de către companie sau dacă există motive pentru a se considera că fondurile ar putea promova politici care să încurajeze un comportament sau practici riscante.*

- 5.5. Companiile ar trebui să facă publice, în mod corespunzător, informații cu privire la orice proiecte de finanțare a activităților politice.
- *Pe paginile de web a companiei ar trebui publicate informații referitoare la cheltuielile făcute din fondurile acestora pentru activități politice.*

## **6. Plăți de facilitare**

***Plățile de facilitare nu sunt permise de către legea română.***

- 6.1. Plățile de facilitare sunt acele plăți efectuate în scopul de a asigura sau de a accelera realizarea unei activități de rutină sau a unei acțiuni necesare (*ex: plăți pentru prelucrarea de vize, proceduri vamale, permise, licențe, servicii poștale, inspecții, servicii de telefonie, alimentare cu apă sau energie electrică, de încărcare și descărcare marfă sau servicii medicale*).
- *Companiile ar trebui să interzică utilizarea plăților de facilitare și să informeze asupra unei astfel de interdicții prin programe de etică și de conformitate.*
  - *Companiile ar trebui să asigure un control sporit asupra tuturor plăților și cheltuielilor și o mai bună evidență cu privire la avansurile sau plățile cu caracter special, precum și orice alte tranzacții neobișnuite.*

## **7. Managementul procesului de licitație (achiziții publice)**

***Politicile specifice pentru combaterea mitei și corupției ar trebui să aibă în vedere domeniul achizițiilor publice, întrucât acest domeniu este deosebit de expus la riscuri de corupție, din cauza valorilor mari implicate, a numărului de contracte, precum și din cauza puterii discreționare de apreciere, inerentă unui astfel de proces.***

- 7.1. Companiile ar trebui să respecte faptul că este interzis să oferi, să promiți sau să acorzi în mod intenționat orice folos material necuvenit sau alte foloase, direct sau indirect, unui funcționar public, pentru ca astfel de persoane să facă sau să nu facă un anumit lucru, în legătură cu atribuțiile sale, în scopul de a obține beneficii sau alte foloase necuvenite.
- 7.2. Companiile ar trebui să aibă proceduri de sancționare stricte, proceduri disciplinare și alte sancțiuni pentru încălcări ale dispozițiilor referitoare la mită și corupție.
- 7.3. Companiile ar trebui să promoveze transparența în activitățile legate de punerea la dispoziție a informațiilor relevante în legătură cu procedurile de achiziții publice.

## **8. Incapacitatea de a preveni fapte în legătură cu mita comise de către o persoană asociată**

***Companiile pot fi trase la răspundere pentru incapacitatea de a preveni fapte în legătură cu mita, ce au fost comise de oricare dintre persoanele lor asociate. Companiile pot fi trase la răspundere, chiar dacă acestea nu au participat în mod direct sau nu au avut cunoștință despre fapta de mită, nefiind necesar ca persoana asociată să fie condamnată pentru mită.***



- 8.1. În conformitate cu Legea privind luarea și/sau darea de mită din Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord („Legea”), o filială românească a unei companii din Regatul Unit sau orice companie înregistrată în România care desfășoară o afacere sau o parte a unei afaceri (inclusiv o activitate comercială sau profesională) oriunde în Regatul Unit, poate fi sancționată penal pentru a nu fi împiedicat comiterea unei fapte de mită de către o persoană asociată cu respectiva entitate românească.
- *În înțelesul Legii, persoana asociată poate fi un angajat al companiei, un agent sau o filială, precum și un distribuitor, intermediar, partener și, în general, orice entitate care desfășoară o activitate pentru sau în numele companiei respective.*
- 8.2. Companiile românești pot să răspundă în temeiul Legii în măsura în care desfășoară în mod demonstrabil afaceri în Regatul Unit, condiție care ar putea fi considerată îndeplinită prin funcționarea unui birou regional sau național, prin desfășurarea unor activități comerciale de vânzări sau a unor alte tipuri de activități comerciale.
- 8.3. Companiile pot fi sancționate indiferent de locul unde s-a săvârșit fapta privind mita (inclusiv pe teritoriul românesc), iar procedurile legale pentru sancționarea acestei infracțiuni se vor desfășura în Regatul Unit.
- 8.4. Companiile condamnate pentru săvârșirea acestei infracțiuni ar putea fi obligate la plata unor amenzi în quantum nelimitat, putând de asemenea fi supuse măsurii confiscării beneficiilor obținute prin fapta de mită și excluse din procedura pentru atribuirea contractelor de achiziții publice, pe teritoriul întregii Uniuni Europene.
- 8.5. Singura apărare admisibilă pentru această infracțiune constă în dovedirea de către companie a faptului că aceasta a implementat „proceduri adecvate” în scopul de a preveni comiterea de către persoanele lor asociate de infracțiuni în legătură cu mita.
- *La identificarea și punerea în aplicare a procedurilor de prevenire și combatere a mitei, companiile ar trebui să ia în considerare următoarele șase principii: (i) proporționalitatea, (ii) angajamentul conducerii companiei, (iii) evaluarea riscului, (iv) due diligence, (v) comunicare și training, (vi) monitorizare și revizuire.*

### **III. Implementarea principiilor**

#### **1. Proceduri**

*O bună practică implică stabilirea unor politici scrise pentru combaterea mitei și corupției, astfel încât conducerea și angajații să înțeleagă ceea ce se așteaptă de la ei și la ce trebuie să se aștepte în schimb. De asemenea, politicile ajută la crearea unui mediu în care problemele să fie tratate în mod corect.*

- 1.1. Riscurile ar trebui să fie monitorizate în mod continuu. Procedurile relevante, care ar trebui să aibă aplicabilitate generală, trebuie analizate și adaptate pentru a asigura eficacitatea controalelor interne ale companiei, a programului și măsurilor privind etica și conformitatea.
- 1.2. Aceste proceduri trebuie să fie proporționale cu riscurile de mită și corupție cu care compania se confruntă și, de asemenea, cu natura, dimensiunea și complexitatea activității sale.
  - *Procedurile pentru companiile mici și mijlocii pot fi diferite de procedurile organizațiilor multinaționale.*
- 1.3. Proceduri financiare și contabile (inclusiv controale interne) trebuie implementate pentru a asigura păstrarea în mod corect și precis a registrelor contabile, înregistrărilor și conturilor, ceea ce ar preveni activitățile de mită și corupție.
- 1.4. Ar trebui avute în vedere proceduri disciplinare și proceduri de denunțare (*în eng. "whistle-blowing"*) care se referă, *inter alia*, la încălcări ale legilor pentru combaterea mitei și corupției.

## **2. Monitorizare**

***Implementarea regulilor pentru combaterea mitei și corupției trebuie monitorizată pentru a se asigura că operează eficient și pentru identificarea unor riscuri noi ori în creștere, la care companiile pot fi expuse.***

- 2.1. Măsurile efective de monitorizare pot cuprinde evaluări ale programului de conformitate pentru combaterea mitei și corupției, aplicate periodic sau regulat, depinzând de riscurile asociate operațiunilor dintr-un anumit domeniu.
  - *Persoanele responsabile de monitorizare trebuie să cunoască temeinic legislația locală și internațională, și să aibă cunoștințele și experiența necesare identificării tranzacțiilor cu risc crescut și recunoașterii aspectelor sensibile (în eng. „red flags”) pentru potențialele încălcări ale legii.*
  - *Verificările programului de conformitate pentru combaterea mitei și corupției au un puternic efect de intimidare și transmit un mesaj conform căruia conducerea companiei s-a angajat să respecte prevederile aplicabile și supraveghează aducerea la îndeplinire a programului. Acțiunile corespunzătoare de supraveghere și cele disciplinare sunt esențiale pentru a crea o cultură a combaterii mitei și corupției.*
  - *Conducerea companiei trebuie să raporteze periodic organismelor competente (ex. Comisia de Audit, Consiliul de Administrație), rezultatele verificărilor programului de conformitate pentru combaterea mitei și corupției.*

### 3. Evaluarea riscurilor și due diligence

*Este necesar să fie dezvoltate și implementate controale interne eficiente, reguli de etică și programe de conformitate sau măsuri de prevenire și de detectare a luării și/sau dării de mită și a corupției. Aceste programe ar trebui să fie create special pentru a se mula pe caracteristicile companiilor, în mod special, pe riscurile de mită și corupție cu care companiile se confruntă.*

- 3.1. Companiile ar trebui să efectueze evaluări eficiente de tip due diligence pentru a evita o potențială expunere negativă față de toate părțile unui parteneriat de afaceri, incluzând rețele de furnizori, agenți, intermediari și alți parteneri.
- *În general, cu cât evaluarea riscului este mai cuprinzătoare, cu atât mai eficientă poate fi o companie în identificarea și analizarea riscurilor de mită și corupție.*
  - *Un proces de evaluare a riscului temeinic, și complet realizat și documentat, poate avertiza compania, poate identifica probleme neprevăzute. Pe scurt, o evaluare temeinică a riscurilor adaugă atât eficiență, cât și credibilitate eforturilor de conformare cu regulile pentru combaterea mitei și corupției.*
  - *Procedurile concrete care vor fi implementate și profunzimea evaluării riscului variază în funcție de companie. Procedurile implică colectări de informații și analize, realizate de regulă, prin strângerea de documente, interviuri și analize financiare. Evaluări ale riscului mai detaliate implică, de asemenea, verificarea operațiunilor comerciale care pot fi efectuate la nivel corporativ și în locații cu risc major.*
  - *Rezultatul evaluării riscului este adesea un raport detaliat al companiei cu privire la riscurile de corupție și lacunele din programul de respectare a măsurilor pentru combaterea mitei și corupției. O parte importantă este faptul că rezultatul ar trebui să constea în recomandări detaliate de implementare a elementelor programului de conformitate.*
  - *Raportul due diligence constă în cercetarea, investigarea, evaluarea și monitorizarea pe care compania trebuie să le efectueze în relațiile de afaceri, pentru a se asigura că este asociată cu companii și personal care vor acționa într-o manieră concordantă cu politicile și valorile sale.*
  - *Procedurile de due diligence ar trebui întreprinse cu privire la contractanți, furnizori și agenți. În plus, companiile ar trebui să dezvolte o politică și proceduri specifice de due diligence în orice fuziune, achiziție sau joint venture, avut în vedere.*

#### **4. Angajament și comunicare la nivel înalt**

***„Tonul îl dă conducerea” (în eng. “tone at the top”) reprezintă punctul de plecare pentru promovarea efectivă a mecanismului de combatere a mitei și corupției și ar trebui să exprime toleranță zero față de aceste activități.***

- 4.1. Angajamentul conducerii în vederea combaterii mitei și corupției ar putea să includă promovarea acestei culturi în cadrul companiei și un grad adecvat de implicare, la nivel înalt, în elaborarea procedurilor de prevenție.
- *Regulile interne ar trebui să informeze cu privire la sancțiuni și să prezinte, de asemenea, beneficiile pentru angajați și companie ce derivă din refuzul mitei (ex. reputația companiei, încrederea partenerilor de afaceri) și stimulente pentru angajați de a lucra într-o asemenea manieră.*
- 4.2. Conducerea companiei ar trebui să comunice angajamentul de a face afaceri în mod corect, onest, deschis și transparent.
- *Conducerea companiei ar trebui să reliefeze clar implicarea acesteia în orice acțiune colectivă de combatere a mitei și a corupției în sectorul său de afaceri, și în același timp să prezinte, prin toate mijloacele (mass-media, discursuri, blog-uri, e-mail-uri sau în întâlnirile directe) intenția acesteia de a nu fi asociată cu orice acte de corupție, fie direct, fie prin intermediul unor terți, precum și intenția de a-și desfășura activitatea într-o manieră transparentă.*
  - *Partenerii de afaceri ar trebui să fie informați cu privire la consecințele nerespectării prevederilor contractuale privind combaterea mitei și corupției.*
  - *Diferitele forme de informări, care pot fi ajustate diferitelor tipuri de personal din cadrul companiei, trebuie să fie permanent disponibile pe pagina de web sau pe rețeaua internă (intranet) a companiei.*

#### **5. Activități de instruire/training**

***Instruirea trebuie oferită conducerii și angajaților în scopul dezvoltării cunoștințelor și abilităților necesare pentru conformarea cu procedurile organizației și pentru a face față problemelor legate de mită și corupție.***

- 5.1. Instruirea continuă privind activitățile de combatere a mitei și corupției este obligatorie în scopul de a se asigura desfășurarea activității companiei în mod etic. Întreg personalul vizat trebuie să fie instruit în mod regulat, începând cu training-ul preliminar de la angajare și continuând pe toată durata angajării.
- *Training-ul trebuie să evidențieze politica companiei de a nu tolera corupția, să explice politicile sale de combatere a mitei și corupției, să discute despre potențialele aspecte sensibile (în eng. „red flags”) sau despre situațiile -*

*problemă, și să ofere îndrumări angajaților pentru a obține ajutor în astfel de situații.*

- *Companiile trebuie să pună la punct metode prin care să asigure o actualizare continuă a materialului de instruire.*
- *Instrumentele adecvate de instruire pot fi fie sub forma activităților de curs, fie training online.*

5.2. Acolo unde este cazul, contractorii și furnizorii trebuie să beneficieze de instruire cu privire la politicile interne ale companiei de combatere a mitei și corupției.

**AmCham România dorește să le mulțumească următorilor membri de comitet care au contribuit la elaborarea prezentului Ghid: bpv Grigorescu Ștefănică, CMS Cameron McKenna, Ernst& Young, JTI, KPMG România, Mușat & Asociații, Salans și Siveco Romania.**

## **Despre Camera de Comerț Americană în România**

Camera de Comerț Americană în România (AmCham România) este o organizație non-profit și non-politică, care promovează interesele comerciale și economice ale SUA, precum și comunitatea de afaceri internațională și locală din România. Înființată în 1993 de către investitorii americani din țară, este acum una dintre cele 105 Camere de Comerț Americane internaționale din 91 de țări afiliate la Camera de Comerț SUA, cu sediul la Washington DC și membră a Consiliului European al Camerelor de Comerț Americane (ECACC).

AmCham România are peste 300 de membri, reprezentând o investiție totală de peste 10 miliarde de dolari, care a generat peste 200.000 de locuri de muncă. Organizația este ferm dedicată să-și ajute membrii să comunice toate problemele importante legate de afacerile lor către cele mai importante instituții ale statului, într-o manieră care permite înțelegerea, identificarea intereselor comune, a soluțiilor practice și transparente, care aduc un beneficiu major intereselor pe termen lung atât comunității internaționale de afaceri, cât și Guvernului României. De aceea, este foarte important ca membrii noștri să beneficieze de reprezentare puternică și susținere pentru interesele lor de afaceri. Toți membrii sunt invitați să își împărtășească opiniile și ideile privind aspectele importante printr-o participare proactivă în cadrul comitetelor și task force-urilor, create pentru a servi mai bine interesele membrilor: fiscalitate, concurență și ajutor de stat, energie și mediu, infrastructură și PPP, sănătate, TIC, piața muncii și educație, achiziții publice și fonduri structurale, turism.

AmCham România va continua să pledeze pentru îmbunătățirea atractivității și competitivității României prin intermediul unor politici coerente și sinergice, care ar trebui să reprezinte o preocupare permanentă pentru liderii politici, necesitând fermitate pentru punerea în aplicare, versatilitate pentru a se adapta la schimbările permanente ale condițiilor naționale și internaționale, precum și viziune pentru a găsi cea mai bună combinație de măsuri, politici și mecanisme de implementare, ce vor poziționa România într-o postură de lider.

## **CAMERA DE COMERȚ AMERICANĂ ÎN ROMÂNIA**

*Membru al Camerei de Comerț S.U.A.*

*și al*

*Consiliului European al Camerelor Americane de Comerț*

Str. Ion Câmpineanu nr. 11, București 1

Tel: + 40 21 315 86 94, 312 48 34

Fax: + 40 21 312 48 51

E-mail: [amcham@amcham.ro](mailto:amcham@amcham.ro)

[www.amcham.ro](http://www.amcham.ro)