

UDHËZUESI I ICC PËR DHURATAT DHE MIKPRITJEN

DOKUMENTI I POLITIKAVE

Përgatitur nga Komisioni i ICC-së për Përgjegjshmërinë e Korporatës dhe Anti-korrupsionin

Përmbledhje:

- Hyrje
- Përkufizimet e termave të përdorura në këtë Udhëzues
- Udhëzues

Versioni anglisht © 2014, Dhoma Ndërkombëtare e Tregtisë (ICC), © 2017, Dhoma Ndërkombëtare e Tregtisë (ICC). Përkthyer në shqip nga ICC Albania me lejen e ICC.

ICC zotëron të gjitha të drejtat e autorit dhe të drejta të tjera të pronësisë intelektuale për këtë veprë të përbashkët dhe nxit riprodhimin dhe shpërndarjen e saj, sipas kushteve më poshtë:

- ICC-ja duhet të citohet si burimi dhe zotëruesja e së drejtës së autorit, duke përmendur titullin e dokumentit © Dhoma Ndërkombëtare e Tregtisë (ICC) dhe vitin e publikimit nëse është e mundur.
- Duhet të merret leje e shprehur me shkrim për çdo ndryshim, përshtatje ose përkthim, për çdo përdorim tregtar dhe përdorim në ndonjë mënyrë që nënkupton se një organizatë ose person tjetër është burimi i veprës ose i lidhur me veprën.
- Vepra nuk mund të riprodhohet ose të vihet në dispozicion në faqet e internetit, përveç nëpërmjet një lidhjeje me faqen përkatëse të internetit të ICC-së (jo me vetë dokumentin).

Leja mund të kërkohet nga ICC-ja nëpërmjet adresës: ipmanagement@iccwbo.org.

A. Hyrje

1. Në ushtrimin e aktiviteteve të tyre normale tregtare, sipërmarrjeve ju kërkohet shpesh apo edhe me ngulm të bëjnë dhurata ose të ofrojnë forma të mikpritjes. Por sipërmarrjet u japin edhe me iniciativën e tyre klientëve aktual apo të mundshëm apo kontakteve të biznesit, dhurata ose avantazhe të tjera që të përmirësojnë imazhin e tyre si një organizatë tregtare, për të prezantuar më mirë produktet dhe shërbimet e tyre, për të përmirësuar marrëdhëniet, ose për të krijuar një klimë të favorshme biznesi dhe marrëdhënie mirësjelljeje.
2. Praktika të tilla janë mjaft të zakonshme dhe konsiderohen pjesë e politikës tregtare zakonore ose si konfirmim i mirësjelljes së zakonshme në shumë rajone dhe vende të botës. Edhe pse dhuratat dhe mikpritja nuk janë *në vetvete* në kundërshtim me standardet ligjore dhe etike në fuqi¹, në disa raste për shkak të pozicionit të dhënësit ose të marrësit, të shpeshtësisë së tyre, të vlerës apo rëndësisë së tyre, kontekstit në të cilin ato jepen apo edhe vetëm për shkak të perceptimit nga palët e treta, ato mund të krijojnë një dyshim të papërshtatshëm dhe të konsiderohen si një ryshfet.
3. Ryshfeti është oferta, premtimi, dhënia, autorizimi ose pranimi i çdo avantazhi të padrejtë financiar ose jo, nga ose për çdo person (në veçanti zyrtarë publikë) për të marrë ose për të mbajtur një biznes apo avantazhe të tjera të pamerituara².
4. Nga një rishikim i legjislacionit kombëtar, vihet re se nuk ka një standard uniform në lidhje me dhuratat dhe mikpritjen, por çdo juridiksion ka rregullat, rregulloret dhe metodat e veta të zbatimit.
5. ICC rekomandon që sipërmarrjet të krijojnë procedura të rrepta që mbulojnë ofertën ose pranimin e dhuratave dhe të mikpritjes me qëllim garantimin që rregullime të tilla: (a) të jenë në përputhje me ligjin kombëtar dhe instrumentet ndërkombëtare në fuqi; (b) të jenë të kufizuara në shpenzime të arsyeshme dhe në *bona fide*; (c) të mos ndikojnë në mënyrë të papërshtatshme, ose të mos konsiderohen se ndikojnë në mënyrë të papërshtatshme pavarësinë e gjykimit të marrësit ndaj dhënësit; (d) të mos jenë në kundërshtim me dispozitat e njohura të Kodit të Sjelljes të marrësit; dhe (e) të mos ofrohen apo të mos pranohen shpesh dhe në një kohë të papërshtatshme³.
6. Bazuar në një shkëmbim të gjerë të praktikave të mira ndërmjet anëtarëve të saj nga shumë vende dhe nga sektorë të ndryshëm dhe në një krahasim të plotë të qasjeve të tyre, ICC dëshiron të nxjerrë këtë Udhëzues, që merr në konsideratë rregullat më të fundit ndërkombëtare, rajonale dhe kombëtare si dhe praktikat tregtare dhe udhëzimet më të

¹ Shikoni Udhëzuesin për Ligjin e Mbretërisë së Bashkuar për Ryshfetin, të vitit 2010, faqe 12: "Mikpritja *bona fide* dhe shpenzimet promovuese ose shpenzimet e tjera të biznesit që kërkojnë të përmirësojnë imazhin e një organizate tregtare, duke bërë një paraqitje më të mirë të produkteve dhe shërbimeve, ose të vendosin marrëdhënie të mira, njihen si një pjesë thelbësore dhe e rëndësishme e të bërit biznes dhe nuk është qëllimi i Ligjit për të penalizuar një sjellje të tillë"; dhe Udhëzues për Ligjin për Praktikën Korruptive të Jashtme të SHBA-së (FCPA), faqe 16: "FCPA nuk e ndalon dhënien e dhuratave. Përkundrazi, ashtu si akte të brendshme të barasvlershme për ryshfetin, FCPA ndalon pagesën e ryshfeteve, duke përfshirë ato të kamufluuar si dhurata".

² Bazuar në Rregulloren e ICC për Luftën kundër Korrupsionit, të vitit 2011, neni 1, nënparagrafi a.

³ Rregullorja e ICC për Luftën kundër Korrupsionit, e vitit 2011, neni 5.

mira deri më tani.

7. Ky Udhëzues mund të zbatohet, *rast pas rasti*, nga të gjitha organizatat, publike ose private, fitimprurëse ose jo-fitimprurëse.

B. Përkufizimet e termave të përdorura në këtë Udhëzues

“Dhuratë” është çdo pagesë, shpërblim, kënaqësi, dhuratë apo avantazh, në para ose jo, ofruar, premtuar, dhënë apo marrë, pa asnjë kompensim material ose jo-material, të drejtpërdrejtë ose të tërthortë.

“Mikpritja” nënkupton të gjitha format e komoditetit social, argëtimit, të udhëtimit ose akomodimit, ose çdo ftesë për një ngjarje sportive apo kulturore⁴.

“Avantazhet” janë dhuratat dhe mikpritja, të përkufizuara më sipër dhe të referuara bashkërisht.

“Sipërmarrje” është çdo person ose subjekt i angazhuar në biznes dhe veprimtari të tjera ekonomike, i organizuar apo jo për qëllime fitimprurëse, duke përfshirë çdo njësi ekonomike të kontrolluar nga një shtet ose nëndarje territoriale të tij; ajo përfshin një shoqëri mëmë dhe shoqëritë e saj të kontrolluara⁵.

“Politikat” janë parimet dhe rregullat apo procedurat e sipërmarrjes, duke përfshirë edhe praktikatat e zbatimit, të cilat janë gjerësisht të efektshme, në lidhje me dhuratat dhe mikpritjen.

C. Udhëzues

1. Sipërmarrjet rekomandohen të vendosin politika në lidhje me dhuratat dhe mikpritjen, të cilat garantojnë se avantazhet:
 - (a) Janë në përputhje me ligjin në fuqi dhe instrumentet ndërkombëtare në fuqi;
 - (b) Janë të kufizuara në shpenzime, të cilat janë të arsyeshme, proporcionale dhe që kanë lidhje me biznesin, si shpenzimet *bona fide* promovionale ose shpenzime biznesi të ngjashme;
 - (c) Bëhen në mënyrë transparente, nuk ndikojnë në mënyrë të papërshtatshme dhe nuk konsiderohen normalisht që ndikojnë në mënyrë të papërshtatshme në kryerjen e detyrave nga ana e marrësit;
 - (d) Nuk bien në kundërshtim me dispozitat e njohura të Kodit të Sjelljes së marrësit;
 - (e) Nuk ofrohen dhe as merren shumë shpesh dhe as në një kohë të papërshtatshme⁶;
 - (f) Nuk ofrohen për të përfituar ose për të mbajtur në mënyrë të papërshtatshme një

⁴ Të cilat mund t'i referohen ofrimit, premtimit, dhënies apo marrjes.

⁵ Rregullorja e ICC për Luftën kundër Korrupsionit 2011, Hyrje, faqe 5.

⁶ Referenca bëhet, për shembull, në ofrimin ose marrjen e avantazheve, që përfshijnë palët e interesuara në një fazë tenderi, në pritje të procedurave ligjore, proceset e koncesionit/autorizimit, ose negociata delikate.

- biznes ose avantazh tjetër;
- (g) Regjistrohen në mënyrë të drejtë dhe të saktë në librat dhe regjistrat e sipërmarrjes; dhe
 - (h) Janë të përshtatshme duke pasur parasysh kulturën dhe standardin e jetesës në vendin apo rajonin ku avantazhi është dhënë ose marrë.
2. Edhe pse gjykimi i mirë është i rëndësishëm gjatë dhënies ose pranimit të dhuratave ose mikpritjes, politikat duhet të jenë përshtatshëmrisht specifike dhe mund të shoqërohen me shembuj lehtësisht të kuptueshëm dhe/ose praktikat më të mira për të dhënë udhëzimet e duhura.
 3. Duke marrë parasysh kompleksitetin e dhuratave dhe mikpritjes dhe rrezikun që avantazhet të konsiderohen si ryshfet, politikat duhet të zbatohen siç duhet dhe komunikohen në të gjithë sipërmarrjen. Kjo do të thotë që politikat duhet të jenë të detyrueshme për të gjithë drejtorët, zyrtarët dhe punonjësit e sipërmarrjes dhe të jenë lehtësisht të gjatshme p.sh në faqen e internetit të sipërmarrjes dhe nëpër zyra. Të gjithë drejtorët, zyrtarët dhe punonjës të caktuar⁷ duhet të marrin trajnim të rregullt online ose të drejtpërdrejtë dhe duhet të inkurajohen për të kërkuar udhëzime nga menaxhimi ose nga zyrtarët apo departamentet posaçërisht të caktuar, sa herë që kanë problematika apo pyetje në lidhje me dhuratat dhe mikpritjen.
 4. Një numër vendesh i kanë ndaluar avantazhet për zyrtarët publikë⁸, ndërkohë që disa vende të tjera i lejojnë këto praktika vetëm në bazë të kushteve të rrepta. Prandaj, sipërmarrjet mund të japin avantazhe për zyrtarët publikë vetëm në masën e lejuar në bazë të ligjeve dhe rregulloreve (kombëtare) në fuqi.
 5. Ka gjasa që sipërmarrjet të shkelin ligjet anti-korrupsion kur i ofrojnë avantazhe palëve të treta, si p.sh anëtarëve të familjes të një zyrtari publik, nëse këto avantazhe janë paramenduar si një mënyrë e tërthortë për të influencuar në mënyrë korruptive një zyrtar^{9, 10}.
 6. Dhurata apo mikpritja ndaj një personi në sektorin privat duhet të lejohet vetëm nëse është në përputhje me dispozitat e njohura të Kodit të Sjelljes së marrësit. Sipërmarrjet nuk janë të detyruara që në çdo rast, të kërkojnë në mënyrë proaktive informacion në lidhje me Kodin e Sjelljes së marrësit; si alternativë, sipërmarrjet duhet të marrin parasysh atë që ata dinë në lidhje me Kodin e marrësit dhe në rastet e duhura mund të kërkojnë informacione shtesë, nëse ata nuk kanë njohuri.
 7. Asnjë dhuratë apo mikpritje nuk duhet të ofrohet dhe as të merret në formën e parasë apo të barasvlershme me të, të tilla si kupona, karta të parapaguara apo shërbime falas të sipërmarrjes.

⁷ Të cilët ekspozohen ndaj rreziqeve të ryshfetit për shkak të pozicioneve dhe detyrave të tyre.

⁸ Për të parë kuptimin e; zyrtarë publikë, zyrtarë të huaj dhe zyrtarë të huaj publikë, shihni udhëzuesin për Ligjin për Praktikën Korruptive të Jashtme të SHBA-së (FCPA), faqe 19, Konventën e OECD-së për Luftën kundër Korrupsionit të Zyrtarëve të Huaj Publikë në Transaksione Ndërkombëtare Tregtare, neni 1, paragrafi 4, nënparagrafi a) dhe Ligjin e Mbretërisë së Bashkuar për Ryshfetin, të vitit 2010, neni 6, nënparagrafi (5).

⁹ Shikoni udhëzuesin për Ligjin për Praktikën Korruptive të Jashtme të SHBA-së (FCPA), faqe 16.

¹⁰ Kontributet e bamirësisë nuk janë jashtë fushës së zbatimit të këtij Udhëzuesi. Për udhëzime shikoni *ndër të tjera* Udhëzuesin për Ligjin për Praktikën Korruptive të Jashtme të SHBA-së (FCPA), faqe 16.

8. Dhurata me vlerë nominale (të ulët) mund të ofrohet ose të merret në sasi të arsyeshme.

Si shembuj janë dhuratat promocionale të tilla si stilolapsat, bluzat, filxhanët dhe agjendat që përmbajnë logon e sipërmarrjes¹¹.

9. Mikpritja me vlerë të ulët (p.sh. një pije apo një drekë e thjeshtë), të cilat ofrohen si mirësjellje, janë në parim të lejuara¹².
10. Sipërmarrjet duhet të promovojnë produktet, shërbimet dhe teknologjinë e tyre në bazë të konkurrencës dhe cilësisë së tyre, jo në bazë të avantazheve të fshehura. Mikpritja në formën e pagesës së shpenzimeve¹³ të arsyeshme të udhëtimit dhe akomodimit për konsumatorët apo zyrtarët e qeverisë që vizitojnë objektet e sipërmarrjes për qëllime të ligjshme promovuese apo qëllime të tjera të biznesit është në parim e lejueshme¹⁴.¹⁵
11. Politikat mund të parashikojnë që dhënia apo marrja e një dhurate apo mikpritjeje, vlera e të cilave tejkalon vlerën nominale, të raportohet dhe nëse vlera tejkalon një nivel të caktuar të përcaktuar, ajo duhet të miratohet nga një menaxher ose nëpunës i caktuar. Të dy nivelet monetare për raportim (në një nivel të ulët) dhe për miratim (në një nivel më të lartë) rekomandohen të përcaktohen nga politikat¹⁶.
12. Sipërmarrjet që janë ndërkombëtare ose globale dhe që kanë përfshirë në politikat e tyre një sistem të raportimit dhe të miratimit, mund të vendosin vlera të ndryshme monetare sipas vendit ose rajonit, duke marrë parasysh dallimet në kulturë dhe/ose standardin e jetesës.
13. Sipërmarrjet që duan të përcaktojnë një proces raportimi dhe/ose miratimi në lidhje me dhuratat dhe mikpritjen mund të vendosin një regjistër qendror (të automatizuar) dhe një proces miratimi së bashku me vendosjen e kufizimeve vjetore kumulative dhe me përfshirjen e përjashtimeve të kufizuara për avantazhet, të miratuara nga drejtorët ose një nëpunës i caktuar¹⁷.
14. Sa herë që është e mundur, agjentët, ndërmjetësit apo palët e treta që përfaqësojnë sipërmarrjen apo që bëjnë biznes në emër të saj duhet të informohen për politikat e sipërmarrjes dhe t'u kërkohet t'i respektojnë këto dispozita apo standardet e barasvlershme me to, si dhe t'i zbatojnë ato si duhet.
15. Përveç rekomandimeve bazë të C1, në politika rekomandohen të përfshihen elementet e mëposhtme:

- Qëllimi - shmangia e dhuratave ose mikpritjes që mund të konsiderohet si rryshfet apo

¹¹ Megjithatë, në rast të dhuratave për zyrtarët publikë, shikoni C 4 më lart.

¹² Megjithatë, në rast të mikpritjes për zyrtarët publikë, shikoni C 4 më lart.

¹³ Arsyeshmëria mund të matet në bazë të kohëzgjatjes së udhëtimit, shpeshtësisë, numrit të njerëzve në delegacion dhe rolit të çdo të ftuari, që duhet të jetë në proporcion me qëllimin e vizitës.

¹⁴ Shikoni shënimin 1 më lart dhe udhëzuesin për Ligjin për Praktikën Korruptive të Jashtme të SHBA-së (FCPA), faqe 17 për udhëzime të mëtejshme.

¹⁵ Megjithatë, në rast të mikpritjes për zyrtarët publikë, shikoni C 4 më lart.

¹⁶ Në disa vende, sipërmarrjet përdorin vlera të ndryshme (në krahasim me vlerat e përgjithshme) për menaxherët dhe drejtuesit e lartë. Kjo praktikë nuk rekomandohet pasi vlera të tilla të ndryshme janë në kundërshtim me parimin "etika e menaxhimit" dhe krijojnë një rritje të rrezikut që një dhuratë ose mikpritje e tillë më e vlefshme të konsiderohet një rryshfet.

¹⁷ Udhëzues për Ligjin për Praktikën Korruptive të Jashtme të SHBA-së (FCPA), faqe 16.

praktikë korruptive;

- Fusha e zbatimit - të zbatueshme dhe të detyrueshme për të gjithë drejtorët, zyrtarët dhe punonjësit e sipërmarrjes dhe nëse është e mundur edhe për partnerët e saj të biznesit;
- Përkufizimet - përkufizime të qarta të dhuratave dhe mikpritjes;
- Dispozitat e përgjithshme - që zbatohen për dhuratat dhe mikpritjen, duke përfshirë dispozita ndaluese për kërkimin ose nxitjen dhe dispozita që përcaktojnë që avantazhet nuk duhet të jepen shumë shpesh dhe se të gjitha avantazhet duhet të regjistrohen në mënyrë të drejtë dhe të saktë në librat dhe regjistrat e sipërmarrjes;
- Dispozita të veçanta për dhuratat, ku mund të përfshihen procedura të qarta të raportimit dhe të autorizimit;
- Dispozita të veçanta për mikpritjen, ku mund të përfshihen procedura të qarta të raportimit dhe të autorizimit;
- Dispozitë për komunikimin dhe trajnimin në lidhje me dhuratat dhe mikpritjen; dhe
- Dispozitë që shpjegon se ku mund të merren udhëzime në rast pyetjesh apo problematikash.

Dhoma Ndërkombëtare e Tregtisë (ICC)

ICC është një organizatë biznesi botërore, organ përfaqësues që shprehet me autoritet në emër të sipërmarrjeve nga të gjithë sektorët, në çdo pjesë të botës.

Misioni themelor i ICC është promovimi i tregtisë së hapur dhe investimeve ndërkombëtare dhe asistimi i biznesit në përmbushjen e sfidave dhe mundësive të globalizimit. Bindja e saj se tregtia është një forcë e fuqishme për paqe dhe prosperitet daton që nga origjina e organizatës në fillim të shekullit 20-të. Grupi i vogël i liderëve largpamës të biznesit që themeluan ICC e quajtnë veten "tregtarët e paqes".

ICC kryen tre aktivitete kryesore: përcaktimin e rregullave, zgjidhjen e konflikteve dhe përkrahjen e politikave. Duke qenë se shoqëritë dhe shoqatat e saj anëtare janë të angazhuara vetë në biznesin ndërkombëtar, ICC ka autoritet të pakrahasueshëm në përcaktimin e rregullave që rregullojnë sjelljen e biznesit përtej kufijve. Edhe pse këto rregulla janë vullnetare, ato zbatohen çdo ditë në mijëra transaksione të panumërta dhe janë bërë pjesë e rrjetit të tregtisë ndërkombëtare.

ICC gjithashtu ofron shërbime shumë të rëndësishme, më kryesorja është Gjykata Ndërkombëtare e Arbitrazhit të ICC, institucioni më kryesor në botë për arbitrazh. Një tjetër shërbim është Federata e Dhomave Botërore, rrjeti botëror i ICC-së i dhomave të tregtisë, që nxisin ndërveprimin dhe shkëmbimin e praktikave më të mira të dhomave të tregtisë. ICC gjithashtu ofron trajnime të specializuara dhe seminare dhe është botuesi kryesor i industrisë i materialeve praktike dhe edukative që merren si referencë nga biznesi ndërkombëtar, bankat dhe arbitrazhi.

Liderë dhe ekspertë biznesi të anëtarësuar në ICC vendosin këndvështrime të biznesit për çështje të gjera të politikave të investimeve dhe të tregtisë, si dhe për çështje përkatëse teknike. Këto përfshijnë ndër të tjera çështjet anti-korrupsion, bankare, mbi ekonominë digjitale, etikën e marketingut, mjedisin dhe energjinë, mbi politikën e konkurrencës dhe pronësinë intelektuale.

ICC punon ngushtë me Organizatën e Kombeve të Bashkuara, Organizatën Botërore të Tregtisë dhe forumet ndërqeveritare, duke përfshirë G20.

ICC u themelua në 1919. Sot rrjeti i saj global përbëhet nga mbi 6 milionë shoqëri, dhoma tregtie dhe shoqata biznesi në më shumë se 130 shtete. Komitete kombëtare punojnë me anëtarët e ICC në shtetet e tyre për të trajtuar problematikat e tyre dhe për të përcjellë te qeveritë e tyre pikëpamjet e biznesit të formuluar nga ICC.

INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE

33-43 avenue du Président Wilson, 75116 Paris, France

T +33 (0)1 49 53 28 28 F +33 (0)1 49 53 28 59

E icc@iccwbo.org

www.iccwbo.org