

Globalna polityka antykorupcyjna

1. Omówienie

Niniejsza polityka ustanawia globalną politykę antykorupcyjną firmy Adobe i obowiązuje na całym świecie, wszędzie tam, gdzie firma Adobe prowadzi działalność. Oprócz niniejszej polityki, w poszczególnych lokalizacjach obowiązują również następujące standardy zgodności:

- [Koreańskie przepisy dotyczące przeciwdziałania korupcji](#)

Sposób przekazywania zgłoszenia. Jeżeli uważasz, że w związku z działalnością firmy Adobe może dochodzić do przekupstwa lub innych niedozwolonych działań, niezwłocznie skontaktuj się z biurem ds. zgodności (integrity@adobe.com), aby uzyskać dalsze wytyczne. Możesz również przesłać raport za pomocą [infolinii ds. etyki w biznesie](#), narzędzia firmy Adobe które pozwala osobie zgłaszającej zachować anonimowość w zakresie dozwolonym przez obowiązujące prawo. Poufność wszystkich raportów przesyłanych do biura ds. zgodności będzie zachowywana w odpowiednim zakresie dozwolonym przez prawo oraz politykę firmy Adobe. Firma Adobe nie będzie podejmować żadnych działań odwetowych wobec osób, które składają raport w oparciu o szczerze przekonania lub udzielają pomocy w dochodzeniu dotyczącym skargi. Firma Adobe wdroży postępowanie dyscyplinarne, włącznie z natychmiastowym zwolnieniem pracownika, który podejmie działania odwetowe wobec osoby realizującej którąkolwiek z aktywności podlegających ochronie.

W przypadku wątpliwości, czy jakieś zjawisko należy uznać za łapówkę, należy bezzwłocznie skontaktować się z biurem ds. zgodności (integrity@adobe.com) w celu uzyskania informacji.

2. Zasady

2.1. Zakres

Niniejsza polityka ma zastosowanie do wszystkich pracowników firmy Adobe, w tym pracowników etatowych, stażystów, tymczasowych opłacanych przez Adobe oraz personelu zewnętrznego zatrudnianego na podstawie umów innych niż umowa o pracę (w tym pracowników tymczasowych zatrudnianych za pośrednictwem agencji, wykonawców umów zlecenia i o dzieło, a także pracowników zatrudnionych przez dostawców Adobe). Niniejsza polityka ma również zastosowanie do wszystkich stron trzecich (zgodnie z definicją w niniejszej polityce), które działają w imieniu firmy Adobe, w tym między innymi do dystrybutorów, odsprzedawców, partnerów biznesowych, dostawców, pośredników, konsultantów, przedstawicieli, wykonawców, podwykonawców i agentów firmy Adobe.

2.2. Zgodność z prawem

Firma Adobe zobowiązuje się do przestrzegania wszystkich obowiązujących przepisów antykorupcyjnych, w tym amerykańskiej Ustawy o zagranicznych praktykach korupcyjnych, części 3 brytyjskiej Ustawy o finansach o charakterze przestępczym z 2017 r., brytyjskiej Ustawy o przeciwdziałaniu korupcji oraz wszelkich lokalnych przepisów antykorupcyjnych. Jeśli obowiązujące przepisy prawa są bardziej rygorystyczne niż zawarte w niniejszej polityce, firma Adobe zastosuje się do tych przepisów.

2.3. Łapownictwo jest zabronione

- (A) Firma Adobe zabrania wręczania łapówek i dokonywania płatności o charakterze korzyści majątkowych, których celem jest wywarcie niewłaściwego wpływu na kogokolwiek. Polityka firmy Adobe zabrania przekazywania, oferowania, obiecywania, przyjmowania, zabiegania o, zatwierdzania lub koordynowania jakichkolwiek płatności lub korzyści majątkowych na rzecz jakiegokolwiek osoby w celu uzyskania przez firmę Adobe nieuczciwej przewagi.

Spis treści

1. Omówienie
2. Zasady
 - 2.1. Zakres
 - 2.2. Zgodność z prawem
 - 2.3. Łapownictwo jest zabronione
 - 2.4. Urzędnicy państwowi
 - 2.5. Rzetelne prowadzenie ksiąg rachunkowych oraz dokumentacji
3. Procedury
 - 3.1. Gotówka i jej ekwiwalenty
 - 3.2. Prezenty i wyrazy gościnności; podróże
 - 3.3. Sponsoring, darowizny i prezenty uniwersyteckie
 - 3.4. Datki na cele polityczne
 - 3.5. Nietypowe działania rozliczeniowe
 - 3.6. Zachęty sprzedażowe i marketingowe
 - 3.7. Obowiązek unikania konfliktów interesów
 - 3.8. Wdrażanie stron trzecich
 - 3.9. Wewnętrzne mechanizmy kontroli
4. Sposób przekazywania zgłoszenia
 - 4.1. Sposób przekazywania zgłoszenia
 - 4.2. Zakaz działań odwetowych
5. Wyjątki
6. Naruszenia
7. Definicje
8. Zakres odpowiedzialności i powiązane dokumenty

- (1) *Korzyści majątkowe.* Łapówką może być cokolwiek, co ma wartość dla osoby otrzymującej, jej przyjaciół lub członków rodziny. W zależności od okoliczności łapówką może być m.in.:
- gotówka lub jej ekwiwalenty, np. karty podarunkowe;
 - wystawne prezenty, posiłki lub wyrazy gościnności;
 - koszty podróży, które nie są związane z jakąkolwiek działalnością biznesową;
 - sponsoring, darowizny na cele charytatywne lub wpłaty na cele polityczne w celu zyskania przychylności osoby, która może wpłynąć na interesy z firmą Adobe;
 - schematy rozliczeniowe, takie jak nadmierne rabaty, prowizje lub płatności faktur fałszywych lub opiewających na nadmierne kwoty, skutkujące wykorzystaniem pieniędzy z „funduszu łapówkowego” do dokonywania niedozwolonych płatności;
 - zatrudnienie lub obietnice przyszłego zatrudnienia dla osoby otrzymującej lub członka jej rodziny; lub
 - jakiegokolwiek przysługi o charakterze osobistym, takie jak pomoc w uzyskaniu przyjęcia do szkoły, opłacanie osobistych wydatków lub zezwalanie na korzystanie z prywatnych pojazdów lub domów wakacyjnych.
- (2) *Nadużycie władzy lub pozycji przez osobę otrzymującą.* Podstawową cechą łapówki jest to, że skłania ona osobę otrzymującą do nadużycia władzy lub stanowiska. Za niedozwoloną łapówkę uważa się każde zjawisko, które tworzy lub może stworzyć oczekiwanie, że w zamian osoba otrzymująca postąpi w niewłaściwy sposób.
- (3) *Nieuczciwa przewaga.* Za niedozwoloną łapówkę uważa się również jakąkolwiek płatność lub ofertę złożoną w celu uzyskania nieuczciwej korzyści handlowej na rzecz firmy Adobe. Na przykład nigdy nie wolno wręczać łapówki w celu promowania lub zapewnienia sprzedaży produktów lub usług firmy Adobe, uzyskania preferencyjnego traktowania, obejścia lub spełnienia wymogów dotyczących licencji lub zezwoleń rządowych ani też uzyskania dostępu do informacji niepublicznych lub poufnych.
- (4) *Oferty i obietnice.* Oferowanie lub obietnica wręczenia łapówki stanowi naruszenie niniejszej polityki, nawet jeśli nie dojdzie do otrzymania ani przyjęcia płatności.
- (5) *Wręczenie łapówek stronom trzecim jest zabronione.* Firma Adobe zabrania pośredniego wręczenia łapówek za pośrednictwem stron trzecich, np. partnerów, agentów sprzedaży, sprzedawców i dostawców. Zabrania się zatwierdzania lub koordynowania działań stron trzecich w celu wręczenia łapówki w imieniu firmy Adobe, niezależnie od tego, czy do wręczenia łapówki zostaną użyte zasoby firmy Adobe.
- (6) *Proces zapewniania zgodności.* Aby zapewnić, że firma Adobe prowadzi działalność w sposób uczciwy oraz zgodny z obowiązującymi przepisami prawa, wszyscy pracownicy i współpracownicy Adobe są zobowiązani do przestrzegania antykorupcyjnych procedur zgodności opisanych w niniejszej polityce.

2.4. Urzędnicy państwowi

- (A) Firma Adobe podlega przepisom amerykańskiej Ustawy o zagranicznych praktykach korupcyjnych oraz innym międzynarodowym regulacjom prawnym, które ściśle regulują nasze relacje z urzędnikami państwowymi. Przepisy te zabraniają firmie Adobe oraz wszelkim stronom trzecim działającym w imieniu Adobe dokonywania płatności o charakterze korupcyjnym lub oferowania jakichkolwiek korzyści majątkowych bądź osobistych, które mogłyby wpłynąć na działania lub decyzje urzędników państwowych.
- (B) Definicja „Urzędnika państwowego” obejmuje stanowiska takie jak:
- Funkcjonariusze publiczni lub kandydaci na stanowisko publiczne;
 - Pracownicy lub przedstawiciele organów rządowych lub państwowych (takich jak policja lub formacje wojskowe, służby imigracyjne i celne, organy podatkowe oraz instytucje wydające zezwolenia, zgody lub licencje administracyjne);
 - Pracownicy lub przedstawiciele podmiotów państwowych (SOE — State-Owned Entities) (zob. definicję poniżej);
 - Pracownicy lub przedstawiciele podmiotów komercyjnych reprezentujących organy administracji rządowej, agencje państwowe lub podmioty państwowe (SOE) lub im doradzających w związku z jakąkolwiek istniejącą lub potencjalną transakcją dotyczącą firmy Adobe;
 - i. Kategoria ta zazwyczaj nie obejmuje partnerów handlowych. Główni wykonawcy typu integrator systemów, z którymi współpracujemy, mogą — w zależności od okoliczności — zostać uznani za podmioty objęte tymi regulacjami; w celu potwierdzenia należy skonsultować się z biurem ds. zgodności.
 - Pracownicy lub przedstawiciele międzynarodowych organizacji publicznych (takich jak Światowa Organizacja Handlu, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Światowa Organizacja Własności Intelktualnej, Międzynarodowy Komitet Czerwonego Krzyża itp.);
 - Pracownicy lub przedstawiciele partii politycznych;
 - Każde dziecko, małżonek lub bliski krewny którejkolwiek ze stron wymienionych powyżej.

Podmiot państwowy (SOE) oznacza każde przedsiębiorstwo lub organizację będącą w całości lub części własnością jakiegokolwiek rządu albo pozostającą pod jego kontrolą. Podmioty państwowe (SOE) obejmują zazwyczaj publiczne instytucje edukacyjne, publiczne placówki opieki zdrowotnej, przedsiębiorstwa transportu publicznego, przedsiębiorstwa użyteczności publicznej itp. W niektórych przypadkach SOE są traktowane jako podmioty sektora publicznego lub przedsiębiorstwa kontrolowane przez rząd.

- (C) **Gratyfikacje.** Gratyfikacja to płatność przekazana osobie fizycznej w celu przyspieszenia biegu rutynowej czynności rządowej, takiej jak rozpatrzenie wniosku wizowego, zapewnienie ochrony policyjnej lub dostarczenie usług komunalnych. Płatności te mogą mieć formę niewielkich łapówek lub nieoficjalnych opłat dla urzędników państwowych w celu uzyskania lub przyspieszenia realizacji rutynowych usług, które urzędnicy mają obowiązek świadczyć, i które mogą być uważane za zwyczajowe w niektórych krajach. Gratyfikacje nie obejmują oficjalnych, przejrzystych opłat rządowych pobieranych na rzecz instytucji rządowych (a nie osób fizycznych) za przyspieszenie realizacji usług (takich jak opłaty za przyspieszone rozpatrywanie wniosków wizowych).
- (1) Zasadniczo firma Adobe zabrania przekazywania gratyfikacji za realizację rutynowych działań rządowych. Jediną sytuacją, w której można przekazać gratyfikację, są następujące wyjątki dotyczące bezpieczeństwa:
- wystąpiła sytuacja zagrożenia zdrowia lub bezpieczeństwa, która wymaga od firmy Adobe skorzystania z pomocy służb państwowych w celu zapewnienia bezpieczeństwa swoim pracownikom (na przykład ewakuacja z przyczyn medycznych lub interwencja policji / straży pożarnej); lub
 - zachodzi uzasadniona obawa, że pracownik firmy Adobe znajduje się w bezpośrednim poważnym niebezpieczeństwie i brak jest innych rozsądnych możliwości udzielenia mu pomocy.
- (2) Jeżeli uznasz, że ma zastosowanie wyjątek dotyczący bezpieczeństwa i przekazesz gratyfikację, okoliczności należy udokumentować na piśmie oraz niezwłocznie przekazać raport do biura ds. zgodności (integrity@adobe.com), Głównemu Specjaliście ds. Zgodności z Przepisami lub Dyrektorowi ds. prawnych, nie później niż w ciągu 48 godzin od dokonania płatności.
- (D) **Procedury dotyczące Urzędników państwowych.** Ze względu na mogące mieć zastosowanie rygorystyczne przepisy prawa i regulacje, w kontaktach z urzędnikami państwowymi firma Adobe wymaga stosowania dodatkowych procedur antykorupcyjnych. Procedury firmy Adobe dotyczące urzędników państwowych zostały opisane w odpowiednich sekcjach poniżej.

2.5. Rzetelne prowadzenie ksiąg rachunkowych oraz dokumentacji

- (A) Zgodnie z prawem firma Adobe jest zobowiązana do prowadzenia ksiąg i rejestrów, które w rozsądnym stopniu szczegółowości wiernie odzwierciedlają transakcje oraz sposób rozdysponowania aktywów spółki. W związku z tym firma Adobe zabrania podejmowania jakichkolwiek działań lub udzielania upoważnień, które skutkowałyby nierzetelnym rejestrowaniem wpisów w księgach i rejestrach firmy Adobe, takich jak:
- celowe ukrywanie lub maskowanie rzeczywistego charakteru jakiegokolwiek transakcji lub zobowiązania firmy Adobe;
 - błędna klasyfikacja konta lub okresu rozliczeniowego w odniesieniu do jakiegokolwiek transakcji lub zobowiązania firmy Adobe; lub
 - tworzenie lub prowadzenie jakichkolwiek nieewidencjonowanych lub „pozaksięgowych” kont.
- (B) Wszystkie transakcje i procesy biznesowe firmy Adobe muszą być poparte odpowiednią dokumentacją. Obejmuje to zapewnienie, że warunki wszelkiej sprzedaży oraz innych transakcji handlowych są dokładnie i kompletnie odzwierciedlone w umowach, procedurach operacyjnych oraz dokumentacji dotyczącej takich transakcji. Wszelkie ustalenia dodatkowe są surowo zabronione. Więcej informacji można znaleźć w [Polityce dotyczącej ustaleń dodatkowych](#).
- (C) Jeżeli zachodzi podejrzenie, że jakiegokolwiek wpisy w księgach i rejestrach firmy Adobe mogą być nieprawdziwe, wprowadzające w błąd, niekompletne, niedokładne lub sztuczne, należy niezwłocznie skontaktować się z biurem ds. zgodności (integrity@adobe.com) lub zgłosić sprawę za pośrednictwem [infolinii ds. etyki w biznesie](#) firmy Adobe.

3. Procedury

Firma Adobe wdrożyła poniższe procedury w celu zapobiegania łapownictwu i korupcji w toku swojej działalności biznesowej. Oczekuje się, że będziesz przestrzegać tych procedur, zawsze kierować się rozsądną oceną sytuacji oraz powstrzymać się od dokonywania lub przyjmowania jakichkolwiek płatności lub gestów, które mogą zostać uznane za łapówkę — nawet jeśli dana sytuacja nie została wyraźnie uregulowana w niniejszej polityce.

3.1. Gotówka i jej ekwiwalenty

- (A) Gotówka oraz jej ekwiwalenty, takie jak przedpłacone karty gotówkowe, karty debetowe wielokrotnego doładowania lub karty podarunkowe, są zabronione i nie mogą być przekazywane ani przyjmowane od żadnej strony zewnętrznej (spoza firmy Adobe), chyba że wyraźnie pozwala na to polityka firmy Adobe lub zostało to wcześniej zatwierdzone przez biuro ds. zgodności. Patrz zasady określone w [Polityce dotyczącej prezentów biznesowych i wyrazów gościnności](#).
- (B) W żadnej sytuacji nie są dozwolone płatności lub darowizny w gotówce. W regionach, w których gotówkę wręcza się zwyczajowo przy określonych okazjach (takich jak składanie kondolencji, imprezy gratulacyjne lub święta), firma Adobe zaleca, aby zamiast gotówki wystać odpowiedni prezent oraz list. Jeśli wartość prezentu tego wymaga, należy ujawnić go w Narzędziu do ujawniania informacji o prezentach i wyrazach gościnności.

3.2. Prezenty i wyrazy gościnności; podróże

- (A) **Prezenty i wyrazy gościnności.** Należy unikać prezentów i wyrazów gościnności, niezależnie od ich wartości, jeżeli mogą one w niewłaściwy sposób wpływać lub sprawiać wrażenie wpływania na działania lub ocenę biznesową odbiorcy. Ocena sytuacji będzie zależała od jej okoliczności, w tym celu i wartości prezentu lub wyrazu gościnności, osoby odbiorcy oraz tego, czy ponosi ona odpowiedzialność za jakąkolwiek przyszłą decyzję biznesową mającą wpływ na firmę Adobe lub jest zaangażowana w jej podejmowanie.

- (1) W stosownych okolicznościach prezenty i wyrazy gościnności, w tym posiłki lub rozrywka, mogą być wręczane lub przyjmowane pod warunkiem, że mają rozsądny i stosowny charakter i wartość, nie są zbyt częste, są typowe dla danej okazji i wiążą się z uzasadnionym celem biznesowym (takim jak spotkanie mające na celu wyjaśnienie lub promocję produktów lub usług firmy Adobe).
 - (2) Wymiana wszelkich prezentów i wyrazów gościnności musi być realizowana w sposób przejrzysty oraz odpowiednio udokumentowana zgodnie z politykami i procedurami firmy Adobe.
 - (3) Lokale rozrywkowe dla osób dorosłych, takie jak kluby ze striptizem i kluby hostess, nie są nieodpowiednimi miejscami do prowadzenia działalności biznesowej firmy Adobe i zgodnie z polityką firmy Adobe nie są dozwolone.
- (B) **Podróże.** Od czasu do czasu firma Adobe może pokrywać uzasadnione koszty podróży i zakwaterowania osób będących przedstawicielami stron zewnętrznych (niebędących pracownikami Adobe) w związku z udziałem w spotkaniach lub wydarzeniach promujących produkty lub usługi Adobe.
- (1) Wszystkie wydatki związane z podróżami muszą być zgodne z [Polityką dotyczącą prezentów biznesowych i gościnności](#) (w tym z wszelkimi wymogami dotyczącymi uprzedniego zatwierdzenia lub ujawnienia mogących mieć zastosowanie informacji) oraz z [Polityką dotyczącą podróży służbowych i zwrotu wydatków](#).
 - (2) Firma Adobe w żadnym wypadku nie pokrywa wydatków takich jak dodatkowe wyjazdy służące wyłącznie celom rekreacyjnym; wydatki dotyczące dodatkowych członków rodziny lub gości prywatnych, chyba że oferta stanowi część programu marketingowego w zakresie wyrazów gościnności uprzednio zatwierdzonego przez biuro ds. zgodności; nadmierne wydatki przekraczające poziom kosztów, które firma Adobe zwróciłaby pracownikom własnym.
 - (3) Wszelkie koszty podróży i zakwaterowania obecnych klientów firmy Adobe, partnerów biznesowych oraz urzędników państwowych muszą zostać uprzednio zatwierdzone przez biuro ds. zgodności. Poniżej można znaleźć instrukcje dotyczące uzyskania wstępnej zgody za pośrednictwem narzędzia do ujawniania informacji o prezentach i wyrazach gościnności.
- (C) **Wymagania dotyczące ujawniania informacji o prezentach, wyrazach gościnności i wydatkach na podróże/zakwaterowanie.** Firma Adobe wymaga ujawniania prezentów i wyrazów gościnności przekraczających określone progi oraz wymaga, aby koszty podróży i zakwaterowania zapewniane klientom były uprzednio zatwierdzone przez biuro ds. zgodności. Progi te są określone w [Polityce dotyczącej prezentów biznesowych i gościnności](#).
- (D) **Wstępna zgoda na prezenty dla urzędników państwowych i wyrazy gościnności wobec nich.** Wszelkie prezenty, rozrywka, podróże lub wyrazy gościnności przekazywane urzędnikowi państwowemu lub otrzymywane od urzędnika państwowego muszą zostać uprzednio zatwierdzone przez biuro ds. zgodności, z wyjątkiem wyrazów gościnności *de minimis* o wartości nieprzekraczającej kwoty 10 USD na osobę, obejmujących skromny poczęstunek, taki jak niebędące częścią posiłku drobne przekąski i napoje bezalkoholowe serwowane podczas seminarium. Wyjątek ten ma zastosowanie wyłącznie w zakresie dozwolonym przez wartości graniczne określone w [Tabeli dotyczącej prezentów i wyrazów gościnności w kontaktach z urzędnikami państwowymi](#). Instrukcje dotyczące wniosku o wstępną zgodę wraz z linkiem można znaleźć na [stronie poświęconej prezentom i wyrazom gościnności](#) w serwisie Inside Adobe.
- **Ważna informacja dotycząca sektora publicznego w USA:** Agencje rządu Stanów Zjednoczonych podlegają szczególnym przepisom, które zabraniają lub w istotny sposób ograniczają możliwość przyjmowania prezentów i wyrazów gościnności przez urzędników państwowych oraz pracowników rządowych USA. Wymogi te zostały szczegółowo opisane w [Kodeksie działalności biznesowej — Podręcznik ds. sektora publicznego USA](#). Wszelkie wyjątki od przepisów zawartych w Podręczniku muszą zostać wcześniej zatwierdzone przez biuro ds. zgodności
 - Wszelkie nagrody, prezenty oraz wyrazy gościnności przekazywane urzędnikowi państwowemu z jurysdykcji wysokiego ryzyka lub przez niego oferowane wymagają uprzedniego zatwierdzenia przez Komitet Sterujący ds. Jurysdykcji Wysokiego Ryzyka. Więcej informacji można znaleźć w [Standardzie dotyczącym Jurysdykcji Wysokiego Ryzyka](#).

Narzędzie do ujawniania informacji o zgodności, służące do przesyłania informacji i wniosków o wstępną zgodę. Firma Adobe korzysta z internetowego narzędzia śledzącego do zarządzania zgłoszeniami dotyczącymi zgodności oraz wnioskami o wstępną zgodę. Instrukcje oraz linki pozwalające uzyskać dostęp do narzędzia do ujawniania można znaleźć na stronie [Prezenty i wyrazy gościnności](#) w serwisie Inside Adobe. W przypadku jakichkolwiek pytań dotyczących procesu prosimy o kontakt z biurem ds. zgodności pod adresem gifts@adobe.com.

(E) Więcej informacji można znaleźć w powiązanych politykach i zasobach:

- [Polityka dotycząca prezentów i wyrazów gościnności w kontaktach biznesowych #GEN-SOP-01-009](#)
- [Strona dotycząca prezentów i wyrazów gościnności](#) w serwisie Inside Adobe
- [Tabela dotycząca prezentów i wyrazów gościnności w kontaktach z urzędnikami państwowymi](#)
- [Polityka dotycząca podróży służbowych i zwrotu wydatków #PTP-SOP-09-001](#)

3.3. Sponsoring, darowizny i prezenty uniwersyteckie

- (A) Firma Adobe zabrania udzielania jakiegokolwiek sponsoringu oraz dokonywania wszelkiego rodzaju darowizn (w tym między innymi darowizn charytatywnych, darowizn rzeczowych lub grantów), które mają na celu wywarcie wpływu lub mogą faktycznie wywierać bądź sprawiać wrażenie wywierania wpływu na wynik toczącej się kwestii biznesowej firmy Adobe. Dotyczy to wszelkiego sponsoringu, darowizn lub grantów, które mogą przynosić osobiste korzyści osobom decyzyjnym lub mającym wpływ na określoną decyzję zakupową lub działanie mające wpływ na firmę Adobe.

- (B) Sponsoring oraz darowizny, w tym darowizny na cele charytatywne, świadczenie w naturze i granty, są co do zasady dopuszczalne, jeżeli są realizowane za pośrednictwem instytucji takich jak:
- Program społecznej odpowiedzialności biznesu firmy Adobe (taki jak Program dotacji dopasowanych do potrzeb lub Program dotacji dla społeczności pracowniczych); lub
 - Każdy program, który został zweryfikowany i uzyskał wstępną zgodę biura ds. zgodności (taki jak Program prezentów uniwersyteckich Adobe lub dowolna darowizna lub grant firmy Adobe ustanowione zgodnie z wytycznymi działu prawnego i biura ds. zgodności Adobe).
- (C) Każdy sponsoring lub darowizna dokonywane w imieniu firmy Adobe, które spełniają którykolwiek z poniższych warunków, wymagają wstępnej zgody biura ds. zgodności przed realizacją na rzecz podmiotu zewnętrznego. Instrukcje dotyczące wniosku o wstępną zgodę wraz z linkiem można znaleźć na stronie poświęconej [prezantom i wyrazom gościnności](#) w serwisie Inside Adobe.
- (1) Każdy sponsoring, darowizna lub grant, z których korzyść odnoszą urzędnicy państwowi lub podmioty sektora publicznego albo które są przez nich pozyskiwane lub inicjowane
 - (2) Każdy sponsoring lub darowizna o wartości przekraczającej 5000 USD, z których korzyść odnoszą lub które są pozyskiwane bądź inicjowane przez podmioty takie jak:
 - Potencjalny klient, istniejący klient, sprzedażowy partner biznesowy lub dostawca, z wyjątkiem sytuacji takich jak:
 - i. Sponsoring konferencji organizowanych przez klientów, których głównym celem jest zwiększanie rozpoznawalności marki firmy Adobe oraz wiedzy o produktach wśród pracowników klientów lub przedstawicieli danej branży
 - ii. Sponsoring działań marketingowych związanych z dostawcami, promujących markę firmy Adobe wśród szerokiego grona odbiorców (np. partnerstwa marketingowe, targi branżowe, konferencje branżowe, szczyty, wydarzenia rekrutacyjne, sponsoring sportowy itp.)
 - iii. Sponsoring oraz darowizny o wartości nieprzekraczającej 50 000 USD, pozyskiwane lub inicjowane przez klientów będących amerykańskimi spółkami publicznymi działającymi na rynku komercyjnym
 - Pracownicy firmy Adobe lub podmioty z nimi powiązane
 - (3) Wszelki sponsoring o łącznej wartości przekraczającej 1 mln USD
 - Sponsoring i darowizny o wartości przekraczającej 5000 USD, w które zaangażowana jest organizacja charytatywna, muszą uzyskać wstępną zgodę zespołu ds. społecznej odpowiedzialności biznesu. Wniosek o wstępną zgodę należy przestać do zespołu ds. CSR na adres createchange@adobe.com.
- (D) Dokumentacja potwierdzająca sponsoring oraz darowizny musi mieć formę pisemną, taką jak wiadomość e-mail, opis przedmiotu świadczenia, faktura itp., oraz musi w sposób jednoznaczny określać warunki danego świadczenia. Porozumienia ustne, wiadomości tekstowe i przesyłane w komunikatorach nie są akceptowane. Taka dokumentacja pisemna może podlegać audytowi.
- (E) Wszelkie sponsoringi oraz darowizny o wartości przekraczającej 5000 USD muszą być realizowane z wykorzystaniem procesu PR/PO obowiązującego w firmie Adobe lub przy użyciu firmowych kart korporacyjnych firmy Adobe, jeżeli spełnione są wymogi określone w [Polityce dotyczącej podróży służbowych i zwrotu wydatków](#). Jeżeli sponsoring lub darowizna nie spełniają kryteriów określonych w sekcji 3.3(C) niniejszej polityki, wszelkie odstępstwa od wskazanej metody płatności wymagają uprzedniego pisemnego zatwierdzenia przez biuro ds. zgodności, a w przypadku gdy sponsoring lub darowizna są przeznaczone dla charytatywnej organizacji non-profit — również przez dział ds. społecznej odpowiedzialności biznesu firmy Adobe.
- (F) **Prezenty uniwersyteckie.** Firma Adobe może przekazywać środki finansowe instytucjom akademickim w celu wspierania kadry naukowej prowadzącej badania w obszarach istotnych z punktu widzenia działalności firmy Adobe oraz wnoszącej znaczący wkład w rozwój tych obszarów. Prezenty przekazywane uczelniom muszą być zgodne z wytycznymi opublikowanymi na [stronie Adobe Research](#) w serwisie Inside Adobe. Przed złożeniem jakiegokolwiek zobowiązania wobec strony zewnętrznej wymagane jest uzyskanie wstępnej zgody biura ds. zgodności. Po uzyskaniu zgody dział ds. zgodności osoba odpowiedzialna po stronie firmy Adobe za wnioskowanie o prezent dla uczelni musi przygotować formalne pismo dotyczące darowizny skierowane do uczelni, określające cel oraz wysokość finansowania, a jego kopię przekazać do biura ds. zgodności.

Instrukcje [dotyczące wniosku o wstępną zgodę wraz z linkiem można znaleźć na stronie](#) poświęconej prezentom i wyrazom gościnności w serwisie Inside Adobe.

3.4. Datki na cele polityczne

Zasobów firmy Adobe (w tym wszelkich środków finansowych, obiektów oraz usług firmy Adobe) nie można wykorzystywać do wspierania jakiegokolwiek kandydata politycznego, kampanii politycznej ani działań na rzecz określonych inicjatyw politycznych, chyba że dyrektor ds. prawnych wyrazi wstępną zgodę. Wszystkie korporacyjne i osobiste wpłaty na cele polityczne muszą być zgodne z wymogami określonymi w [Zasadach działań w kontaktach z obywatelami i instytucjami rządowymi](#).

3.5. Nietypowe działania rozliczeniowe

- (A) Pracownicy firmy Adobe muszą zachowywać czujność wobec nietypowych działań rozliczeniowych, które mogą wskazywać na wykorzystanie środków finansowych do opłacania nielegalnych łapówek lub prowizji. W przypadku wykrycia jakiegokolwiek nietypowej lub podejrzanej działalności rozliczeniowej należy niezwłocznie zażądać wyjaśnień oraz dokumentacji potwierdzającej. W razie braku wystarczających wyjaśnień dotyczących danej działalności nie wolno autoryzować żadnych płatności i należy bezzwłocznie poinformować swojego przełożonego lub skontaktować się z biurem ds. zgodności w celu uzyskania dalszych wytycznych.
- (B) Przykłady sygnałów ostrzegawczych, na które należy zwrócić uwagę:
- Nietypowe zniżki, rabaty lub zwroty pieniędzy dla partnerów biznesowych lub klientów;
 - Nadmierne prowizje wypłacane partnerom, konsultantom lub agentom sprzedaży, które mogą być następnie przekazywane w formie łapówek lub korzyści majątkowych;
 - Bezzasadne faktury od dostawcy — nie należy autoryzować żadnej płatności do czasu uzyskania potwierdzenia, że usługi lub produkty zostały faktycznie dostarczone — na przykład nie należy zatwierdzać wypłaty środków marketingowych do momentu uzyskania wystarczającego potwierdzenia przeprowadzenia kampanii marketingowej; patrz [Polityka programów marketingu kanałowego \(Fundusze rozwoju marketingu oraz Ogólne programy marketingu kanałowego\)](#);
 - Faktury od nieznanego dostawcy — przed autoryzacją jakiegokolwiek płatności należy zweryfikować biznesowe uzasadnienie współpracy z danym dostawcą, potwierdzić, że ma on odpowiednie doświadczenie i kompetencje do realizacji zlecenia, oraz upewnić się, że został prawidłowo zatwierdzony zgodnie z [Procesem wdrażania dostawców](#) obowiązującym w firmie Adobe;
 - Zaokrąglone kwoty płatności — należy zachować szczególną ostrożność w przypadku faktur, w których zastosowano przeliczenie walutowe (np. faktura na kwotę 5000 USD za wydarzenie, którego koszty lub usługi zostały określone w euro), oraz zweryfikować wysokość opłat przed autoryzacją jakiegokolwiek płatności;
 - Nieprecyzyjne opisy płatności — należy zachować ostrożność wobec wszelkich faktur zawierających niejasne opisy (takie jak „opłaty różne” lub „opłaty administracyjne”) albo ogólne zbiorcze określenia (takie jak „wydarzenie marketingowe — 25 000 dolarów”) oraz zweryfikować każdą pozycję faktury przed autoryzacją jakiegokolwiek płatności.

3.6. Zachęty sprzedażowe i marketingowe

Wszelkie zachęty lub nagrody przyznawane w ramach konkursu, loterii promocyjnych lub innych działań sprzedażowych bądź marketingowych muszą być zgodne z obowiązującymi przepisami prawa oraz odpowiednio udokumentowane. Zasady promocji muszą być odpowiednio udokumentowane, obiektywne i uczciwe, a sama promocja nie może być organizowana w sposób faworyzujący określoną stronę lub prowadzący do z góry założonego wyniku.

- (A) Pracownicy firmy Adobe są zobowiązani do przestrzegania wytycznych oraz procedur dotyczących organizowania konkursów, loterii promocyjnych i działań promocyjnych, dostępnych tutaj: <https://inside.corp.adobe.com/legal-csp.html>
- (B) Więcej informacji na temat nagród w konkursach, loterii i promocji można znaleźć w [Polityce dotyczącej prezentów i wyrazów gościnności w kontaktach biznesowych](#).

3.7. Obowiązek unikania konfliktów interesów

Jako pracownik lub przedstawiciel firmy Adobe musisz zapewnić, aby Twoje osobiste interesy nie wywierały ani nawet nie sprawiały wrażenia wywierania wpływu na Twoją ocenę sytuacji podczas działania w imieniu firmy Adobe. Oznacza to, że należy unikać angażowania się w sytuację, w których pojawia się konflikt interesów. Firma Adobe wymaga również zgłaszania wszelkich potencjalnych konfliktów interesów biuro ds. zgodności oraz realizowania wszelkich kroków określonych przez biuro ds. zgodności w celu zarządzania takim konfliktem. Więcej informacji można znaleźć w [Polityce dotyczącej konfliktów interesów](#).

3.8. Wdrażanie stron trzecich

Firma Adobe angażuje strony trzecie (takie jak partnerzy handlowi, dostawcy i sprzedawcy) do realizacji szerokiego zakresu działań biznesowych; mogą one obejmować dostarczanie towarów i usług dla firmy Adobe, wsparcie sprzedaży, zapewnianie wiedzy lokalnej oraz obsługę logistyczną. Firma Adobe może ponosić odpowiedzialność za działania korupcyjne lub inne nieprawidłowości w postępowaniu stron trzecich działających w imieniu firmy Adobe.

- (A) Aby potwierdzić, że firma Adobe z należytą starannością wybiera podmioty, z którymi prowadzi współpracę biznesową, biuro ds. zgodności oraz inne zespoły firmy Adobe ustanowiły procedury weryfikacyjne służące ocenie następujących kryteriów dotyczących stron trzecich:
- Możliwości w zakresie sprzedaży lub dostarczania produktów i usług;
 - Lokalizacja/lokalizacje, w których strona trzecia prowadzi działalność gospodarczą;
 - Kondycja finansowa;
 - Etyczne zachowanie i ogólnie pojęta uczciwość;
 - Potencjalne konflikty interesów z firmą Adobe;
 - Potencjalna interakcja z urzędnikami państwowymi lub podmiotami będącymi własnością rządową;
 - Przestrzeganie przepisów antykorupcyjnych;
 - Mechanizmy kontrolne ograniczające ryzyko utraty przychodów oraz ryzyko nadużyć finansowych; oraz

- Inne mające zastosowanie obszary dotyczące zgodności (takie jak przeciwdziałanie praniu pieniędzy i zgodność z przepisami prawa handlowego).
- (B) Strony trzecie, które mogą potencjalnie kontaktować się z urzędnikami państwowymi w imieniu firmy Adobe lub których całość lub część jest własnością podmiotu państwowego lub pozostaje pod jego kontrolą (zwykle określane jako „podmiot państwowy”), mogą podlegać dodatkowej ocenie i wymagać dodatkowej weryfikacji przez biuro ds. zgodności przed nawiązaniem przez firmę Adobe jakiegokolwiek współpracy z takimi stronami trzecimi.
- (C) Każda strona trzecia jest odpowiedzialna za przestrzeganie procedur weryfikacyjnych firmy Adobe oraz spełnienie wszystkich wymogów związanych z procesem wdrożenia. Każda strona trzecia jest również odpowiedzialna za prowadzenie dokładnej dokumentacji potwierdzającej zgodność z tymi wymogami, w tym wszelkich raportów należytej staranności, przeglądów i zatwierdzeń dotyczących współpracy oraz zapewnień antykorupcyjnych zawartych w umowach i kontraktach.

3.9. Wewnętrzne mechanizmy kontroli

- (A) **Szkolenie.** Pracownicy firmy Adobe wykonujący określone funkcje biznesowe (takie jak kadra kierownicza wyższego szczebla, pracownicy działów sprzedaży, księgowości, finansów, audytu, działu prawnego, rozwoju biznesu oraz zakupów) są zobowiązani do okresowego uczestnictwa w szkoleniach antykorupcyjnych. Biuro ds. zgodności jest odpowiedzialne za identyfikację odpowiednich pracowników i zapewnienie im szkoleń. Po otrzymaniu powiadomienia o obowiązku ukończenia szkolenia antykorupcyjnego należy je ukończyć przed terminem wskazanym w tym powiadomieniu.
- (B) **Audyty.** Wdrożenie niniejszej polityki będzie podlegało okresowym audytom prowadzonym przez dział ds. audytu wewnętrznego i zarządzania ryzykiem firmy Adobe.

4. Sposób przekazywania zgłoszenia

4.1. Sposób przekazywania zgłoszenia

Podejrzenia naruszenia niniejszej polityki, w tym wszelkich płatności stanowiących łapówki, żądań, obietnic lub zgód dotyczących łapówek, nieprawidłowych transakcji ujawnionych w księgach lub rejestrach firmy Adobe albo przekierowywania płatności przez stronę trzecią, można zgłaszać, korzystając z następujących dróg:

- (A) Kontakt z biurem ds. zgodności pod adresem integrity@adobe.com.
- (B) Zgłoszenie sprawy na infolinię ds. etyki w biznesie firmy Adobe za pośrednictwem formularza online lub telefonicznie, pod lokalnym numerem telefonu: <https://www.adobe.com/about-adobe/integrity.html>. Istnieje możliwość zachowania anonimowości (w zakresie przewidzianym obowiązującym prawem), a wszelkie zgłoszenia będą traktowane jako poufne w zakresie przewidzianym lub dozwolonym obowiązującym prawem oraz politykami firmy Adobe.

4.2. Zakaz działań odwetowych

Wobec osób zgłaszających w ich przekonaniu uzasadnione obawy nie będą podejmowane działania odwetowe. Wszelkie próby działań odwetowych będą skutkować wdrożeniem działań dyscyplinarnych. Więcej informacji można znaleźć w [Polityce zakazu działań odwetowych](#) firmy Adobe.

5. Wyjątki

Wszelkie odstępstwa od niniejszej polityki muszą zostać albo wyraźnie dopuszczone przez Polityki firmy Adobe albo uzyskać pisemną wstępną zgodę biura ds. zgodności albo dyrektora ds. prawnych.

6. Naruszenia

Nieprzestrzeganie niniejszej polityki będzie stanowić podstawę wdrożenia działań dyscyplinarnych, łącznie z rozwiązaniem stosunku pracy lub zakończeniem współpracy z firmą Adobe. Osoby naruszające postanowienia przepisów antykorupcyjnych mogą również podlegać formalnemu postępowaniu oraz sankcjom administracyjnym, cywilnym lub karnym, w tym karom finansowym lub karze pozbawienia wolności.

7. Definicje

W kontekście niniejszych Zasad następujące terminy przyjmują wskazane poniżej znaczenia:

- **Narzędzie do ujawniania zgodności** — instrukcje dotyczące narzędzia do ujawniania zgodności oraz linki do przesyłania oświadczeń dotyczących prezentów i wyrazów gościnności oraz wniosków o wstępną zgodę biura ds. zgodności są dostępne w serwisie Inside Adobe pod adresem <https://inside.corp.adobe.com/integrity/gifts-and-hospitality.html>.
- **Strona trzecia** — każdy dystrybutor, odsprzedawca, dostawca, sprzedawca, pośrednik, konsultant, przedstawiciel, wykonawca, podwykonawca inny agent mogący działać w imieniu firmy Adobe (niezależnie od tego, czy jest to transakcja sprzedaży, zaopatrzenia dla firmy Adobe, czy w jakimkolwiek innym kontekście).

8. Zakres odpowiedzialności i powiązane dokumenty

Poniżej wymieniono zakresy odpowiedzialności w podziale na poszczególne grupy:

PRACOWNICY	<ul style="list-style-type: none"> • Zapoznanie się z wymaganiami i procedurami określonymi w niniejszej Polityce oraz przestrzeganie ich • Ukończenie wymaganego szkolenia antykorupcyjnego • Informowanie zewnętrznych partnerów biznesowych o wymaganiach nakładanych przez niniejszą Politykę • Potwierdzenie lub poświadczenie zgodności z niniejszą polityką na żądanie
PRZEŁOŻENI	<ul style="list-style-type: none"> • Zapewnienie przestrzegania postanowień niniejszej polityki przez pracowników oraz partnerów biznesowych
STRONY TRZECIE	<ul style="list-style-type: none"> • Zapoznanie się z wymaganiami i procedurami określonymi w niniejszej Polityce oraz przestrzeganie ich • Ukończenie wszelkich wymaganych procedur wdrożenia • Informowanie zewnętrznych partnerów biznesowych o wymaganiach nakładanych przez niniejszą Politykę • Potwierdzenie lub poświadczenie zgodności z niniejszą polityką na żądanie
BIURO DS. ZGODNOŚCI	<ul style="list-style-type: none"> • Aktualizowanie wymagań i procedur określonych w niniejszej Polityce w miarę potrzeb • Zapewnienie pracownikom szkoleń oraz wytycznych umożliwiających przestrzeganie zapisów niniejszej polityki i obowiązujących przepisów prawa • Weryfikacja oraz podejmowanie decyzji dotyczących zatwierdzania proponowanych transakcji lub potencjalnych partnerów biznesowych • Przegląd wyjątków dotyczących gratyfikacji • Przeglądanie wniosków o sponsoring i darowizny na cele charytatywne • Zarządzanie wymogami w zakresie należytej staranności oraz wnioskami dotyczącymi wdrażania stron trzecich • Określanie procedur zgodności oraz rozpatrywanie zgłoszonych eskalacji

Z niniejszymi Zasadami są powiązane następujące dokumenty:

- [Kodeks działalności biznesowej Adobe #GEN-SOP-01-001](#)
- [Kodeks działalności biznesowej Adobe — Podręcznik dla sektora publicznego w USA](#)
- [Koreańskie przepisy dotyczące przeciwdziałania korupcji](#)
- [Polityka dotycząca prezentów i wyrazów gościnności w kontaktach biznesowych #GEN-SOP-01-009](#)
- [Polityka dotycząca podróży służbowych i zwrotu wydatków #PTP-SOP-09-001](#)
- [Polityka programów marketingu kanałowego \(Fundusze rozwoju marketingu oraz Ogólne programy marketingu kanałowego\) #PTC-SOP-02-002](#)
- [Polityka dotycząca konfliktów interesów #GEN-SOP-01-007](#)
- [Polityka zakazu działań odwetowych #GEN-SOP-01-004](#)
- [Zasady działań w kontaktach z obywatelami i instytucjami rządowymi #LGL-SOP-01-011](#)
- [Polityka dotycząca ustaleń dodatkowych #PTC-SOP-02-011](#)