

## 02 - RÈGLE PARTICULIÈRE / GRATUITÉS

### a) Objet

L'octroi à titre gratuit ou à une fraction du prix de tout produit ou service offert par la Société est appelé, aux fins de la présente politique « Gratuités ». L'objet de cette politique est de définir les niveaux de responsabilité et d'approbation requis, le traitement comptable et les procédures administratives à suivre.

### b) Champ d'application

S'applique à toute catégorie de gratuités.

### c) Catégories

Les gratuités peuvent être classées en quatre catégories, à savoir : promotion de produit, relation avec la clientèle et organismes, relation de presse et formation des employés. Le tableau qui suit indique l'objectif poursuivi concernant chaque catégorie de gratuités ainsi que les niveaux de responsabilité et d'approbation requis.

CATÉGORIES	OBJECTIFS POURSUIVIS	ENVELOPPE BUDGÉTAIRE	AUTORISATION DE LA GRATUITÉ
Promotion de produit	<p>Offrir en totalité ou en partie une activité de promotion comprenant plus spécifiquement une gratuité offerte à un organisme, à un individu pouvant avoir un effet de levier sur les ventes et offrir de la visibilité.</p> <p><u>Exemple :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Offrir un séjour de pêche, pour un événement bénéfique, à un organisme qui n'est pas un partenaire de la Société dans le cadre de ses activités courantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposée par le directeur de l'établissement</li> <li>Révisée par le vice-président du secteur concerné</li> <li>Autorisée par le PDG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directeur de l'établissement</li> <li>Vice-président respectif &gt; 500 \$</li> <li>Vice-président – Commercialisation &gt; 500 \$</li> <li>PDG &gt; 500 \$</li> </ul>
Relation avec la clientèle et organismes	<p>Entretenir de bonnes relations avec les clients (insatisfaits et fidélisation), les organismes locaux, régionaux et nationaux.</p> <p><u>Exemples :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Offrir un produit de boutique à un client fidèle en guise de remerciement.</li> <li>Offrir un repas à un client insatisfait en guise de compensation, car son site de camping n'est pas prêt à l'heure convenue.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposée par le directeur de l'établissement</li> <li>Révisée par le vice-président du secteur concerné</li> <li>Autorisée par le PDG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directeur de l'établissement</li> <li>Vice-président respectif &gt; 500 \$</li> <li>PDG &gt; 500 \$</li> </ul>
Relation de presse	<p>Faire découvrir nos produits et services au public par l'intermédiaire d'un média afin de favoriser la visibilité de la Société, notamment dans les médias imprimés, électroniques, numériques, sociaux, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposée par le vice-président – Commercialisation</li> <li>Autorisée par le PDG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directeur de l'établissement</li> <li>Vice-président respectif &gt; 500 \$</li> <li>Vice-président – Commercialisation &gt; 500 \$</li> <li>PDG &gt; 500 \$</li> </ul>

Sépaq

Politiques et procédures administratives

P.-D.G. : « Original signé »

Émission	1995-04-26
Mises à jour	N <sup>os</sup> : 5, 8, 49, 63
Dernière mise à jour	N° 64 2016-04-12
Approuvé par PDG	2016-03-21
Entrée en vigueur	2016-03-21

CATÉGORIES	OBJECTIFS POURSUIVIS	ENVELOPPE BUDGÉTAIRE	AUTORISATION DE LA GRATUITÉ
	<p><u>Exemples :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir un séjour de camping à un journaliste, à un blogueur.</li> <li>• Offrir un séjour de pêche à une entreprise pour le tournage d'une émission de télévision.</li> </ul>		
Formation des employés	<p>Familiarisation des employés avec les produits offerts par la Société permettant de développer des arguments de vente et augmenter la qualité du service à la clientèle.</p> <p><u>Exemple :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir un séjour en tente Huttopia à une préposée du centre de contact client, dans le but de mieux lui faire connaître le produit, pour améliorer la qualité de la vente auprès de la clientèle.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directeur concerné</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directeur concerné</li> <li>• Vice-président – Commercialisation &gt; 500 \$</li> <li>• PDG &gt; 500 \$</li> </ul>

#### d) Particularités

##### 1° Formation des employés

Cette catégorie de gratuité s'applique pendant la formation, les périodes de vacances ou de congés hebdomadaires des employés.

Les dépenses admissibles sont l'hébergement, les forfaits et les autres services, incluant la location d'équipement. Les produits suivants sont exclus : boutique et dépanneur.

Les dépenses admissibles peuvent être limitées par un directeur ou un vice-président. Les réservations peuvent se faire quatre jours ou moins avant le début du séjour. Un rapport de familiarisation doit être produit par l'employé au retour.

#### e) Traitement comptable et procédures administratives

##### 1° Saisie des informations

Le demandeur doit saisir les informations requises selon la catégorie de gratuité et obtenir les autorisations requises.

Sauf dans le cas de la formation des employés, le bénéficiaire d'une gratuité doit être une personne externe à la Société. Par exemple, un employé, un groupe d'employés, un établissement, une vice-présidence ou une direction de la Société ne peuvent être bénéficiaires d'une gratuité.

Émission	1995-04-26
Mises à jour	N <sup>os</sup> : 5, 8, 49, 63
Dernière mise à jour	N <sup>o</sup> 64 2016-04-12
Approuvé par PDG	2016-03-21
Entrée en vigueur	2016-03-21

2° Traitement comptable

Les gratuités sont considérées comme des transactions sans contrepartie monétaire. Elles doivent néanmoins être inscrites aux revenus de l'établissement qui rend le service comme une vente régulière lorsque le produit est acheté ou que le service est consommé. La contrepartie doit être inscrite à la dépense pour l'établissement ou le secteur qui reçoit le service selon la nature de cette dépense.

3° Établissement de la valeur de la gratuité et de la contrepartie

Aux fins d'inscription des revenus et des dépenses, la valeur monétaire attribuée aux transactions de gratuités doit être établie selon le prix vendant régulier du produit ou service octroyé, moins la partie payée par le bénéficiaire, le cas échéant.

Les dépenses de gratuités doivent s'effectuer en conformité avec les politiques administratives de la Société.

4° Inscription aux livres

Les gratuités octroyées dans un établissement à la demande d'un autre établissement ou d'une autre direction sont payées par le demandeur.

Les gratuités octroyées dans un établissement à la demande de cet établissement sont inscrites aux revenus et aux dépenses à partir du formulaire d'inscription des revenus.

Émission	1995-04-26
Mises à jour	N <sup>os</sup> : 5, 8, 49, 63
Dernière mise à jour	N° 64 2016-04-12
Approuvé par PDG	2016-03-21
Entrée en vigueur	2016-03-21