

# Kodeks Etyki Zawodowej

## Polityka starannej komunikacji

DZIAŁ DS. ETYKI I ZGODNOŚCI Z PRZEPISAMI | ISSUED: May 1, 2014 – REVISED:  
December 4, 2024

Polityka ta ma na celu pomoc pracownikom i innym osobom działającym w imieniu firmy Magna w zrozumieniu, jak istotne są staranność i profesjonalizm w prowadzeniu każdego rodzaju komunikacji. Stosowanie się do zapisów niniejszej polityki pozwoli zabezpieczyć się przed potencjalnymi negatywnymi skutkami nieodpowiednio prowadzonej komunikacji.

Niniejsza polityka ma zastosowanie do Magna International Inc. oraz wszystkich grup, oddziałów, spółek typu joint venture oraz innych jednostek organizacyjnych firmy na całym świecie („Magna”). Niniejsza polityka dotyczy również wszystkich osób, które działają w imieniu firmy Magna, w tym pracowników, członków zarządu, dyrektorów, konsultantów i przedstawicieli (łącznie zwanych „Ludźmi Magna”).

### WPROWADZENIE

W Magna zachęcamy wszystkie Osoby Magna do profesjonalnych zachowań oraz przejrzystości we wszystkich kontaktach, jak również starannego rozważania najskuteczniejszych sposobów komunikacji w oparciu o takie czynniki, jak złożoność, pilność i wrażliwość. Dla celów tej polityki w sposobach komunikacji uwzględniono spotkania osobiste i wirtualne, rozmowy telefoniczne, korespondencję e-mail oraz inne formy wirtualnej komunikacji z wykorzystaniem różnych platform elektronicznych. Każdy rodzaj komunikacji może być odpowiedni dla określonych celów. Należy poświęcić chwilę uwagi i zastanowić się nad tym, jaki rodzaj komunikacji jest najodpowiedniejszy do danego typu sytuacji.

W przypadku korespondencji pisemnej należy się upewnić, że w określonej kwestii i w przypadku określonej grupy odbiorców taka forma komunikacji jest najwłaściwsza. Należy się dobrze zastanowić nad tematem i ocenić, w jaki sposób słowa będą interpretowane (z punktu widzenia reputacji, w postępowaniu sądowym lub pod innym względem). Należy wykazać się starannością, dyskrecją i unikać przesady i niestosownych spekulacji.

### KOMUNIKACJA PISEMNA

Wysyłając korespondencję na piśmie, należy:

- Upewnić się, że docelowa grupa odbiorców jest znana i zweryfikowana. Dwukrotnie sprawdzić odbiorców korespondencji, przeglądając starannie adresy poczty elektronicznej, oraz ostrożnie korzystać z funkcji „Odpowiedz wszystkim”. Zidentyfikować rolę każdego odbiorcy wiadomości i unikać wysyłania większej ilości informacji (w tym załączników) niż to konieczne. Nie wysyłać wiadomości wewnętrznych poza firmę Magna.
- Należy zachować profesjonalizm we wszystkich formach komunikacji. Upewnić się, że treść i ton wiadomości są stosowne. Należy rozważyć, jaka byłaby reakcja, gdyby korespondencja została ujawniona na zewnątrz, a wiadomości wyjęte z kontekstu.
- Zachować szczególną ostrożność podczas komunikowania się z konkurencją. Nie należy omawiać cen, ofert, podziału rynku czy klientów ani innych tematów, które naruszają politykę antymonopolową i dotyczącą konkurencji firmy Magna. Więcej informacji na ten temat można znaleźć w [Regulaminie postępowania antymonopolowego i ochrony konkurencji](#) firmy Magna.
- Należy przestrzegać zasad prywatności, poufności i tajemnicy prawnej (oraz innych zabezpieczeń przed ujawnieniem) (w stosownych przypadkach). Chociaż jest to zależne od jurysdykcji, komunikacja objęta

tajemnicą prawną to co do zasady taka, która odbywa się między pracownikiem a wewnętrznym lub zewnętrznym prawnikiem i może dotyczyć potencjalnego lub trwającego postępowania sądowego lub ubiegania się o poradę prawną lub jej otrzymywania. Więcej informacji na temat tego, czym są informacje poufne, można znaleźć w [Polityce dotyczącej informacji poufnych](#) firmy Magna.

- Należy korzystać z odpowiednich platform komunikacji. Elektroniczna korespondencja biznesowa może być prowadzona wyłącznie z firmowych kont e-mail. Nie należy angażować się w istotną komunikację biznesową z prywatnych kont e-mail, poprzez wiadomości tekstowe, SMS, aplikacje służące do wysyłania wiadomości (takie jak WhatsApp, Viber, LINE czy podobne), konta w mediach społecznościowych (takich jak Facebook, LinkedIn czy podobnych), ani inne ulotne platformy komunikacyjne (jak Snapchat, Telegram, Messenger, Wickr i podobne). Więcej informacji na ten temat można znaleźć w Polityce firmy Magna dotyczącej zarządzania dokumentacją i informacjami.

## INFORMACJE FIRMOWE

Należy pamiętać, że niemal każda forma komunikacji odnosząca się do firmy Magna lub pracy Osób Magna może być uznana za informacje należące do firmy (niezależnie od tego, czy ma formę pisemną, elektroniczną, dźwiękową, czy istnieje w jakimkolwiek innym formacie). Informacje firmowe mają kluczowe znaczenie dla działalności firmy Magna i mogą być poddawane kontrolom wewnętrznym i zewnętrznym (w tym ze strony wewnętrznych lub zewnętrznych audytorów, organów państwowych lub osób prowadzących dochodzenie, prawników analizujących materiał dowodowy w procesach sądowych czy też innych postępowaniach prawnych).

Należy założyć, że nie istnieją nierejestrowane rozmowy ani korespondencja oraz że wszystkie usunięte dane mogą zostać odzyskane.

## UJAWNIECIE INFORMACJI FIRMOWYCH

Z wyjątkiem wykonywania obowiązków służbowych Osoby Magna nie powinny konsultować spraw firmowych będących „istotnymi informacjami niepublicznymi” z nikim (w tym z przyjaciółmi, krewnymi lub innymi Osobami Magna, dla których posiadanie takich informacji nie jest konieczne). Ponadto tylko upoważnieni rzecznicy firmy Magna mogą utrzymywać kontakty z mediami, przedstawicielami branży lub interesariuszami firmy Magna. [W celu uzyskania szczegółowych informacji należy się zapoznać z zapisami Polityki dotyczącej ujawniania informacji o przedsiębiorstwie](#) oraz [Polityki dotyczącej mediów firmy Magna](#).

## PRYWATNOŚĆ I OCHRONA DANYCH

Należy chronić dane osobowe udostępniane w ramach komunikacji, ujawniając tylko to, co konieczne i wyłącznie upoważnionemu personelowi, aby ograniczyć ryzyko incydentów związanych z bezpieczeństwem danych zgodnie z zapisami polityk firmy Magna dotyczących prywatności danych. Więcej informacji na temat można znaleźć w [Polityce dotyczącej prywatności i ochrony danych](#) i powiązanych procedurach.

## POMOCNE WSKAZÓWKI

### NALEŻY ZACHOWAĆ OSTROŻNOŚĆ PRZY...

- Prowadzeniu wszelkiej komunikacji zawierającej informacje wrażliwe z punktu widzenia konkurencji lub takiej, która może zostać zinterpretowana jako próba koordynacji działań z konkurentami w sposób negatywnie wpływający na konkurencję, jak komunikacja dotycząca cen, ofert, podziału rynków lub klientów albo innych tematów, które mogą naruszać Regulamin postępowania antymonopolowego i ochrony konkurencji firmy Magna.
- Komunikacji, która może prowadzić do problemów prawnych. W przypadku wątpliwości na temat tego, czy poruszany temat wiąże się z kwestiami prawnymi, należy zwrócić się do radcy prawnego Grupy, firmy lub regionalnego radcy prawnego i oznaczyć swoją komunikację z nim jako „poufną i objętą tajemnicą prawną”.
- Komunikacji prowadzonej za pośrednictwem mediów społecznościowych. Oczekuje się, że pracownicy oraz inne osoby działające w imieniu firmy Magna nie podejmą prób jej zdyskredytowania ani ujawniania jakichkolwiek informacji poufnych — obowiązek ten dotyczy również mediów społecznościowych. Komunikacja z użyciem mediów społecznościowych nie powinna być uznawana za prywatną, niezależnie od ustawień użytkownika.

W celu uzyskania szczegółowych informacji należy się zapoznać z zapisami [Globalnej polityki firmy Magna dotyczącej poczty elektronicznej, Internetu i mediów społecznościowych](#).

## NIGDY NIE NALEŻY...

- Obiecywać za dużo, spekulować ani przesadzać. Należy trzymać się faktów i nie czynić założeń!
- Nie wydawać opinii spoza swojego obszaru specjalizacji i wiedzy. Należy przedstawiać w sposób jednoznaczny informacje, w przypadku których dysponuje się wiedzą z pierwszej ręki. W przypadku zajmowania się zagadnieniami spoza obszaru swojej wiedzy lub kompetencji należy zasięgnąć porady innych osób.
- Wysłać wiadomości pod wpływem emocji; zamiast tego należy zachować na jakiś czas roboczą wersję wiadomości, a następnie ponownie ją przeanalizować przed wysłaniem. Warto rozważyć przedstawienie komuś tekstu i poproszenie go o opinię.
- Wyrażać się w nieprzychylny sposób o innych interesariuszach.
- Przekazywać dalej jakiegokolwiek korespondencji noszącej znamiona dyskryminacji lub nękania. W przypadku otrzymania takiej korespondencji należy się zwrócić o pomoc do przełożonego, kierownika, pracownika działu personalnego, radcy prawnego Grupy lub regionalnego radcy prawnego, jednostki Audytu Wewnętrznego lub pracownika działu ds. etyki i zgodności z przepisami.

## WIĘCEJ INFORMACJI

Więcej informacji lub porad można uzyskać kontaktując się z radcą prawnym swojej Grupy lub regionalnym radcą prawnym, regionalnym specjalistą ds. zgodności, wiceprezesem i dyrektorem ds. etyki i zgodności z przepisami lub wiceprezesem ds. komunikacji firmowej i relacji z mediami.

---

Issued:	May 1, 2014
Revised:	December 4, 2024
Next Review:	Q4 2027
Issued By:	Ethics & Legal Compliance
Approved By:	Magna Compliance Council