
	PROCEDURA	ESG-3
	METAL-PLAST Sp. z o.o.	Wydanie 2 Data: 13.05.2026
KODEKS ETYKI		

ZATWIERDZONO
ZARZĄD
 Metal-Plast Sp. z o.o.
 13.05.2026 – wersja 2

KODEKS ETYKI

Zawartość

1. WPROWADZENIE	2
2. MISJA, WIZJA I WARTOŚCI GRUPY	2
3. ZAPOBIEGANIE PRZEKUPSTWU I KORUPCJI	2
4. SYTUACJE KONFLIKTU INTERESÓW	3
5. PREZENTY I GOŚCINNOŚĆ	3
6. DZIAŁANIA W LOBBY	5
7. DAROWIZNY I SPONSORING	5
8. UDZIAŁ W ŻYCIU POLITYCZNYM.....	6
9. ZAMÓWIENIA I BADANIA PARTNERÓW	6
10. OBOWIĄZKI I ODPOWIEDZIALNOŚĆ.....	7
11. PROCEDURY RAPORTOWANIA.....	7
12. KONSEKWENCJE NARUSZENIA.....	8
13. INNE KWESTIE	8

	PROCEDURA	ESG-3
	METAL-PLAST Sp. z o.o.	Wydanie 2 Data: 13.05.2026
KODEKS ETYKI		

1. Wprowadzenie


- 1.1. Kodeks Etyki jest standardem profesjonalnego postępowania w firmie Metal-Plast Sp. z o.o.
- 1.2. Kodeks Etyki ma na celu zapewnienie praktyk biznesowych opartych na zasadach etycznego zarządzania i wartościach Spółki we wszystkich obszarach jej działalności.
- 1.3. Kodeks Etyki ma zastosowanie do wszystkich pracowników Spółki, w tym Dyrektorów, członków Zarządu i Rady Nadzorczej, w wykonywaniu ich obowiązków, w kontaktach między sobą oraz z instytucjami rządowymi, samorządowymi i pozarządowymi, klientami i partnerami biznesowymi.
- 1.4. Kodeks Etyki określa minimalne wymagania. Jeśli obowiązujące wewnętrzne lub zewnętrzne przepisy prawa lub regulacje nakładają surowsze warunki lub wymogi w danej sytuacji, należy przestrzegać surowszych wymogów.
- 1.5. Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za wdrożenie Kodeksu Etyki i przestrzeganie jego wymogów.

2. Misja, wizja i wartości grupy

- 2.1. Grupa opiera się na takich **wartościach** jak determinacja, kreatywność, postawa gospodarza, umiejętność dostrzegania i wykorzystywania szans, a także odwaga i przedsiębiorczość.
- 2.2. **Wizją** Grupy jest bycie globalnym liderem w dziedzinie gospodarki o obiegu zamkniętym, koncentrującym się na rozwoju zrównoważonego środowiska dla całego społeczeństwa.
- 2.3. **Naszą misją** jest znajdowanie wartości we wszystkim.

3. Zapobieganie przekupstwu i korupcji

- 3.1. Spółka nie toleruje żadnych działań związanych z przekupstwem i korupcją.
- 3.2. Pracownikom Spółki zabrania się wręczania, oferowania, nakłaniania, żądania lub przyjmowania, bezpośrednio lub pośrednio, czegokolwiek, co może zostać uznane za łapówkę i wpłynąć na bezstronność odbiorcy w procesie decyzyjnym.
- 3.3. Spółka nie może dokonywać żadnych płatności w gotówce, niezależnie od kwoty i uzasadnienia, na rzecz swoich kontrahentów będących osobami prawnymi i fizycznymi.
- 3.4. Łapownictwo i korupcja w Spółce obejmuje wszelkie działania obejmujące łapówkarstwo, nielegalne prowizje, sprzeniewierzenie łapówek, pośrednictwo łapówkarskie i wszelkie inne działania osób, którym powierzono obowiązki w sektorze prywatnym lub publicznym, które naruszają swoje obowiązki lub podejmują działania mające na celu uzyskanie niezastąpionych korzyści dla siebie, innych osób lub Spółki.
- 3.5. Podobnie, tak zwane płatności ułatwiające - niewielkie łapówki lub prezenty wręczone w celu uzyskania lub przyspieszenia działania na korzyść dającego - oraz faworyzowanie - gdy osoby powiązane rodzinnie lub przyjaźnie z decydentami otrzymują preferencyjny dostęp do zasobów lub usług - są również formami korupcji.
- 3.6. Korzyścią może być każde materialne lub niematerialne dobro lub usługa.
- 3.7. Spółka określa obszary, które mogą stwarzać wysokie ryzyko korupcji, występujące podczas następujących sytuacji:
 - 3.7.1. Sytuacje konfliktu interesów;
 - 3.7.2. Prezenty i gościnność;
 - 3.7.3. Działania w lobby;
 - 3.7.4. Darowizny i sponsoring;
 - 3.7.5. Udział w życiu politycznym;
 - 3.7.6. Zamówienia i wybór partnerów.
- 3.11. Przestrzeganie ww. wytycznych jest bezwzględnie obowiązkowe.
- 3.12. W przypadku jakichkolwiek wątpliwości, pracownik jest proszony o skonsultowanie się z wyznaczonym przez Zarząd konsultantem.

	PROCEDURA	ESG-3
	METAL-PLAST Sp. z o.o.	Wydanie 2 Data: 13.05.2026
KODEKS ETYKI		

4. Sytuacje konfliktu interesów


- 4.1. Konflikt interesów to sytuacja, w której interesy osobiste lub majątkowe pracownika mogą nie być zbieżne lub nie są zbieżne z interesami Spółki, a decyzje lub działania podjęte przez pracownika mogą być szkodliwe dla Spółki.
- 4.2. Konflikt interesów może powstać pomiędzy:
 - 4.2.1. Spółka i jej pracownicy;
 - 4.2.2. Spółka i jej partnerzy;
 - 4.2.3. Partnerzy biznesowi pracowników i Spółki;
 - 4.2.4. Między pracownikami.
- 4.3. Na przykład, następujące sytuacje mogą stanowić konflikt interesów:
 - 4.3.1. Osobisty stosunek pracy - sytuacje, w których dana osoba jest zatrudniona lub zatrudniona pod bezpośrednim nadzorem osoby, która pozostaje w bliskim lub rodzinnym stosunku lub w innym stosunku osobistej korzyści z zatrudniającym lub bezpośrednim przełożonym.
 - 4.3.2. Specjalne przysługi/prezenty - sytuacje, w których partner biznesowy otrzymuje specjalne przysługi w zamian za osobistą korzyść. Na przykład gotówka, prezenty rzeczowe, otrzymanie obniżonej ceny za towary lub usługi w przypadku korzystnej decyzji dla dostawcy.
 - 4.3.3. Promowanie osobistych interesów finansowych - sytuacje, w których pracownik lub członekowie jego rodziny czerpią osobiste korzyści z możliwości biznesowych, do których Spółka jest uprawniona, lub w których pracownik wykorzystuje posiadane przez siebie informacje biznesowe w celu osiągnięcia osobistych korzyści, a nie w interesie Spółki.
 - 4.3.4. Zatrudnienie równoległe - sytuacje, w których pracownik jest zatrudniony przez inną spółkę oprócz pracy dla Spółki, bez pisemnej zgody pracodawcy, lub działa na rzecz innej spółki na zasadzie pełnomocnictwa jako udziałowiec, członek lub na zasadzie wolontariatu, chyba że dana spółka upoważniła pracownika do reprezentowania jej interesów w innej spółce.
 - 4.3.5. Podejrzane transakcje - sytuacje, w których pozornie niekorzystna wymiana towarów lub usług wskazuje, że pracownik odniósł korzyść finansową lub inną, lub sytuacje, w których pracownik zawiera transakcje z firmami, organizacjami lub innymi osobami prawnymi i porozumieniami, które są bezpośrednio lub pośrednio powiązane z członkami rodziny pracownika.
- 4.4. Zarządzanie sytuacjami konfliktu interesów jest zorganizowane zgodnie z następującymi podstawowymi zasadami:
 - 4.4.1. Pracownik Spółki ma obowiązek lojalności wobec pracodawcy i jego interesów.
 - 4.4.2. Pracownicy są w stanie rozpoznać sytuacje konfliktu interesów i w miarę możliwości ich unikać.
 - 4.4.3. Uniknięcie sytuacji konfliktu interesów może nie zawsze być możliwe (lub właściwe) dla pracowników. W takich przypadkach obowiązkiem pracownika jest zgłoszenie (ujawnienie) sytuacji konfliktu interesów swojemu bezpośredniemu przełożonemu, Zarządowi Spółki.
 - 4.4.4. Konflikt interesów należy zgłosić, gdy tylko pracownik poweźmie najmniejsze podejrzenie, że taki konflikt może wystąpić, a jeśli to możliwe, przed zaangażowaniem się w niego.
 - 4.4.5. Nowi pracownicy Spółki są zobowiązani do zgłaszania potencjalnych sytuacji konfliktu interesów podczas okresu próbnego, aby można je było odpowiednio omówić z odpowiedzialnymi przedstawicielami firmy.
 - 4.4.6. Spółka polega na prawdziwości informacji przekazywanych przez pracowników.
- 4.5. Każdy konflikt interesów musi zostać zgłoszony na piśmie.
- 4.6. W razie wątpliwości pracownik może skonsultować się z działem Kadr.
- 4.7. Więcej informacji na temat zarządzania konfliktem interesów można znaleźć w [Procedurze zarządzania konfliktem interesów Spółki](#).

5. Prezenty i gościnność

- 5.1. "**Prezent**" oznacza każdy wartościowy przedmiot przekazany lub zaoferowany dla osobistej korzyści członka personelu lub członków jego rodziny, zarówno nieodpłatnie, jak i za cenę niższą niż jego rzeczywista wartość.
- 5.2. "**Gościnność**" oznacza każdą ofertę podróży, zakwaterowania, jedzenia, napojów lub zaproszenie na jakiegokolwiek wydarzenie (np. koncert, wydarzenie sportowe – jako widza lub uczestnika) od

KODEKS ETYKI

- jakiegokolwiek partnera biznesowego, klienta lub innej spółki będącej stroną trzecią, którą pracownik Spółki otrzymał lub której złożono mu ofertę w związku z jego zatrudnieniem w Spółce.
- 5.3. Wszelkie prezenty lub gesty gościnności wręczane, otrzymywane lub oferowane w związku lub w imieniu dowolnej spółki **MUSZĄ BYĆ**:
- 5.3.1. Uzasadnione, rozsądne uprzejmości biznesowe, które nie mogą być bezpośrednio lub pośrednio związane z uzyskaniem jakiegokolwiek przewagi lub innej korzyści od osób trzecich;
 - 5.3.2. Przedstawione w otwarty sposób;
 - 5.3.3. Z jasnym celem, bez wywoływania wrażenia, że pracownik lub firma da lub otrzyma coś w zamian;
 - 5.3.4. Sprawiedliwe i proporcjonalne, bez naruszania limitów wartości;
 - 5.3.5. Rozliczone i zatwierdzone zgodnie z wymogami proceduralnymi.
- 5.4. Wszelkie prezenty lub gesty gościnności **NIE BĘDĄ** akceptowane:
- 5.4.1. Wpływanie lub sprawianie wrażenia wpływania na niezależność odbiorcy w podejmowaniu decyzji;
 - 5.4.2. Przekazanie, otrzymanie lub zaoferowanie partnerowi biznesowemu, klientowi w trakcie negocjacji biznesowych lub umowy, gdy może to potencjalnie wpłynąć na decyzję biznesową lub negocjację;
 - 5.4.3. Uwzględniać gotówkę lub jej ekwiwalenty, takie jak monety okolicznościowe, bony, karty płatnicze lub upominkowe, udziały w spółkach itp. bez względu na kwotę;
 - 5.4.4. Wyglądać pompatycznie, obraźliwie lub niestosownie albo naruszać ogólnie przyjęte normy etyczne.
- 5.5. Po otrzymaniu upominku, wyrazu gościnności lub oferty gościnności każdy pracownik powinien rozważyć, czy otrzymany lub przekazany upominek, wyraz gościnności lub oferta gościnności są zgodne z niniejszymi wymogami, a w razie wątpliwości nie powinien ich wręczać ani odrzucać.
- 5.6. W razie wątpliwości pracownik może skonsultować się z Zarządem Spółki.
- 5.7. We wszystkich przypadkach, w których:
- 5.7.1. Wartość nominalna prezentu jest równa lub przekracza **75 EUR** (z VAT);
 - 5.7.2. Wartość usługi hotelarskiej przypadająca na jednego uczestnika (z wyłączeniem przedstawicieli spółek Grupy) jest równa lub wyższa niż **100 EUR** (z VAT),
- a podarowany, otrzymany lub odrzucony prezent lub gest gościnności nie spełnia wyjątków określonych w punkcie 5.8, **pracownik jest zobowiązany do poinformowania** Zarządu Spółki.
- 5.8. Obowiązek informacyjny nie ma zastosowania do:
- 5.8.1. Prywatne prezenty i gesty gościnności między pracownikami Spółki lub między pracownikami a Spółką (np. z okazji urodzin, świąt Bożego Narodzenia i Nowego Roku, rozgrywek sportowych, itp.);
 - 5.8.2. Niektóre przedmioty reprezentacyjne o niskiej wartości - upominki zawierające znak towarowy, logo lub inne informacje Grupy lub spółki należącej do Grupy (np. długopisy, kalendarze, koszulki, kubki itp. jako pamiątki);
 - 5.8.3. Niektóre rodzaje gościnności dla gości spółek Grupy, partnerów biznesowych, klientów i oferowane na terenie Spółki (np. napoje, przekąski, słodczyce serwowane klientom w poczekalni, podczas spotkania lub wspólnego wydarzenia).
- 5.9. W przypadku, gdy upominki i formy gościnności dla pracowników są przekazywane i finansowane w całości lub w części przez Spółkę, należy przestrzegać wymogów Polityki rachunkowości.
- 5.10. Oferowanie lub wręczanie prezentów i wyrazów gościnności, w tym wszelkich korzyści materialnych lub innych, takich jak usługi, przyznanie lub przeniesienie praw, zwolnienie z obowiązku, zrzeczenie się prawa i inne działania, które bezpośrednio lub pośrednio przynoszą korzyść funkcjonariuszowi publicznemu i mogą skutkować korzyścią korporacyjną i/lub osobistą, są zabronione.
- 5.11. Więcej informacji na temat dawania, otrzymywania i w celu zapoznania się z wymogami księgowymi można znaleźć w [Procedurze dotycząca prezentów i gościnności](#).


	PROCEDURA	ESG-3
	METAL-PLAST Sp. z o.o.	Wydanie 2 Data: 13.05.2026
KODEKS ETYKI		

6. Działania w lobby

- 6.1. "**Lobbing**" to celowa i systematyczna komunikacja z instytucjami rządowymi i samorządowymi w celu wywarcia wpływu na proces decyzyjny, aby wspierać interesy określonych sektorów lub segmentów biznesowych.
- 6.2. Lobbing może być prowadzony w państwowych i samorządowych instytucjach i organach, które w ramach wykonywania swoich funkcji administracji publicznej i ustawodawczych przyjmują ustawy i rozporządzenia lub decyzje lub zatwierdzają dokumenty planowania polityki, jak również w instytucjach, które przygotowują te dokumenty, a także w stowarzyszeniach i towarzystwach biznesowych oraz w instytucjach i stowarzyszeniach Unii Europejskiej. Lobbing może obejmować zarówno przyjmowanie decyzji, jak i odmowę ich przyjęcia.
- 6.3. Legalny lobbing jest legalny, a także pożądaný, ponieważ może mieć pozytywny wpływ na wszystkie zaangażowane strony.
- 6.4. Następujące podstawowe zasady muszą być przestrzegane przez pracowników Spółki podczas prowadzenia działalności lobbingowej:
 - 6.4.1. Działalność lobbingowa nie może przynosić nienależnych korzyści urzędnikom państwowym i samorządowym, ich krewnym, stowarzyszeniom, firmom i partiom politycznym powiązanym z nimi lub ich krewnymi, zapewniać innego wsparcia politycznego, wspierać handlu wpływami ani angażować się w jakiegokolwiek praktyki korupcyjne;
 - 6.4.2. Lobbing jest otwarty, etyczny i przejrzysty; jest prowadzony formalnie bez naruszania praw innych interesariuszy do równego traktowania;
 - 6.4.3. Cele i korzyści płynące z określonej działalności lobbingowej dla interesów spółki i społeczeństwa są zawsze jasne i uzasadnione;
 - 6.4.4. Spółka nie przekazuje darowizn na cele polityczne w imieniu spółek Grupy ani nie prosi o to swoich pracowników i członków ich rodzin;
 - 6.4.5. Jeśli jakikolwiek pracownik lub krewny pracownika spółki należącej do Grupy jest spokrewniony z urzędnikiem państwowym lub samorządowym zaangażowanym w podejmowanie decyzji dotyczących spółki należącej do Grupy, musi on niezwłocznie powiadomić o tym fakcie zarządanie swoją spółką i podejmowanie dalszych działań zgodnie z wymogami Procedury dotyczącej konfliktu interesów.
- 6.5. W przypadku jakichkolwiek wątpliwości co do tego, czy działania lobbingowe są zgodne z wymogami prawa, procedurami lub Kodeksem Postępowania, przed ich podjęciem należy skonsultować się z Zarządem Spółki.
- 6.6. Działania lobbingowe są koordynowane przez pracowników wyznaczonych w opisie stanowiska.
- 6.7. Więcej informacji na temat planowania, koordynowania i prowadzenia działań lobbingowych można znaleźć w [Procedurze lobbingowej](#).

7. Darowizny i sponsoring

- 7.1. "**Darowizna**" oznacza majątek lub środki finansowe, które osoba (darczyńca) przekazuje organizacji, bez wynagrodzenia, na podstawie wzajemnej umowy, na realizację celów określonych w statucie i bez obowiązku wykonywania czynności o charakterze wynagrodzenia, i które kwalifikują się do ulg podatkowych.
- 7.2. "**Sponsoring**" to obopólnie korzystna transakcja między organizacją otrzymującą fundusze a firmą zapewniającą wsparcie marketingowe konkretnej organizacji lub budżet reklamowy Sponsoring skutkuje reklamą. W przypadku sponsoringu nie przysługują żadne ulgi podatkowe.
- 7.3. W procesie oceny i przekazywania darowizn i sponsoringu należy przestrzegać następujących podstawowych zasad:
 - 7.3.1. Przekazywanie darowizn lub sponsorowanie nie wiąże się z żadnymi nienależnymi korzyściami, wsparciem politycznym ani praktykami korupcyjnymi;
 - 7.3.2. Pracownicy nie dokonują wpłat na cele polityczne w imieniu Spółki;
 - 7.3.3. Żadne darowizny lub sponsoring nie będą przekazywane pracownikom, członkom kadry kierowniczej lub ich krewnym spółki, z wyjątkiem działań społecznych zatwierdzonych przez Spółkę (np. wspieranie pracowników lub ich krewnych, którzy są przyszłymi sportowcami) lub

	PROCEDURA	ESG-3
	METAL-PLAST Sp. z o.o.	Wydanie 2 Data: 13.05.2026
KODEKS ETYKI		

w przypadku, gdy jedna z tych osób została dotknięta nieszczęściem i postanowiono ją wesprzeć;


- 7.3.4. Jeśli jakikolwiek pracownik lub krewny pracownika spółki należącej do Spółki jest związany z odbiorcą darowizny lub sponsoringu, musi on niezwłocznie zgłosić ten fakt kierownictwu swojej spółki i podjąć dalsze działania zgodnie z wymogami Procedury dotyczącej konfliktu interesów;
- 7.3.5. Proces ten musi być przejrzysty, uczciwy, społecznie odpowiedzialny i etyczny;
- 7.3.6. Darowizna lub sponsoring muszą być zgodne z wymogami przepisów prawa i regulacji;
- 7.3.7. Darowizny lub sponsoring muszą zostać zatwierdzone przez Zarząd Spółki.
- 7.4. Istnieją dwa sposoby przekazania darowizny lub sponsoringu:
 - 7.4.1. Projektowanie - ustalanie wytycznych i kryteriów dotyczących darowizn, wsparcia marketingowego i reklamy dla Spółki;
 - 7.4.2. Na żądanie - gdy organizacja lub osoba fizyczna poprosi o przekazanie darowizny lub wsparcie wydarzenia lub inicjatywy.
- 7.5. Dział Marketingu Spółki jest odpowiedzialny za realizację działań związanych z darowiznami i sponsoringiem oraz ich odpowiednią koordynacją i zatwierdzanie.
- 7.6. Więcej informacji na temat planowania, przeglądu, zatwierdzania i wdrażania darowizn i sponsoringu można znaleźć w [Procedurze dotyczącej darowizn i sponsoringu](#).

8. Udział w życiu politycznym

- 8.1. Niezależnie od zakazu dokonywania wpłat na cele polityczne i/lub darowizn na cele polityczne w imieniu spółki, Spółka nie ogranicza prawa swoich pracowników do angażowania się w prywatną działalność polityczną, z zastrzeżeniem uprzedniego powiadomienia Zarządu Spółki.
- 8.2. Działalność polityczna oznacza członkostwo pracowników spółki w partiach politycznych oraz działalność polityczną w rozumieniu przepisów ustawowych i wykonawczych regulujących działalność partii politycznych w kraju, w którym spółka prowadzi działalność, w tym:
 - 8.2.1. wziąć udział w kampanii wyborczej
 - 8.2.2. w nominowaniu kandydatów do Parlamentu
 - 8.2.3. uczestniczyć w wyborach parlamentarnych lub lokalnych lub w ich pracach
 - 8.2.4. zaangażować się w tworzenie administracji publicznej.
- 8.3. Działalność polityczna musi być prowadzona poza godzinami pracy lub, jeśli nie jest to możliwe, w godzinach pracy, w porozumieniu z bezpośrednim przełożonym.
- 8.4. W przypadku jakichkolwiek wątpliwości co do tego, czy proponowana działalność jest zgodna z wymogami Kodeksu Postępowania, przed jej rozpoczęciem należy skonsultować się z Zarządem Spółki.

9. Zamówienia i badania partnerów

- 9.1. Aby zapewnić efektywne wykorzystanie zasobów i ograniczyć ryzyko partnerskie, reputacyjne i finansowe, Spółka ustanowiła wspólne zasady dotyczące zamówień.
- 9.2. Ramy Zakupów mają zastosowanie do wszystkich pracowników Spółki oraz do wszystkich zamówień między którąkolwiek ze spółek Grupy a innymi osobami fizycznymi lub prawnymi, a także do udziału w zamówieniach publicznych przez władze państwowe lub lokalne oraz spółki kapitałowe.
- 9.3. Proces udzielania zamówień musi spełniać następujące kryteria:
 - 9.3.1. Proces udzielania zamówień musi być przejrzysty, uczciwy, obiektywny i mieć na celu przyciągnięcie jak najszerszego i najbardziej zróżnicowanego grona oferentów;
 - 9.3.2. Żadne korupcyjne lub nielegalne praktyki nie są dozwolone przy wyborze oferentów lub w zamówieniach publicznych;
 - 9.3.3. Zamówienia muszą być zgodne z dobrymi praktykami biznesowymi, biorąc pod uwagę interesy i doświadczenie firmy;
 - 9.3.4. Zamówienie musi być zgodne z wymogami przepisów ustawowych i wykonawczych;
 - 9.3.5. Zamówienia muszą być spójne ze społecznie odpowiedzialnymi, zróżnicowanymi i etycznymi działaniami i praktykami biznesowymi;

	PROCEDURA	ESG-3
	METAL-PLAST Sp. z o.o.	Wydanie 2 Data: 13.05.2026
KODEKS ETYKI		

9.3.6. Wybór kandydatów opiera się na przejrzystych i obiektywnych kryteriach, niezwiązanych z osobistymi interesami, uprzedzeniami, wpływami politycznymi lub innymi czynnikami jakiegokolwiek pracownika spółki;

9.3.7. Proces zamówień nie obejmuje transakcji gotówkowych.

10. Obowiązki i odpowiedzialność

10.1. Wszyscy pracownicy Spółki są podzieleni na dwie grupy ryzyka, w zależności od ich obowiązków, odpowiedzialności i uprawnień decyzyjnych:

10.1.1. Grupa wysokiego ryzyka - obejmująca kadrę kierowniczą, członków Zarządu i Rady Nadzorczej spółki, akcjonariuszy, a także innych pracowników, którzy są narażeni na wyższe ryzyko zaangażowania w istotne naruszenia Kodeksu Etyki, takich jak pracownicy zaangażowani w zakup i sprzedaż towarów i usług oraz podejmowanie istotnych decyzji.

10.1.2. Grupa niskiego ryzyka - obejmująca pozostałych pracowników Grupy.

10.2. Odpowiedzialność za klasyfikację i informowanie pracowników w tych grupach ryzyka spoczywa na pracowniku ds. zasobów ludzkich firmy.

10.3. **Obowiązkiem każdego pracownika Spółki jest:**

10.3.1. Przestrzegać obowiązków i wymogów określonych w Kodeksie Etyki i jego procedurach pomocniczych;

10.3.2. Niezwłoczne zgłaszanie wszelkich znanych, podejrzewanych lub zaobserwowanych naruszeń Kodeksu Etyki, procedur pomocniczych lub innych obowiązujących przepisów prawa i regulacji.

10.4. **Obowiązkiem Zarządu Spółki i każdego Dyrektora oraz Kierownika jest:**

10.4.1. Jak najszersze rozpowszechnianie Kodeksu Etyki w firmie i poza nią, podnoszenie świadomości na temat praktyk biznesowych Spółki wśród pracowników, klientów i partnerów biznesowych;

10.4.2. Niezbędne zasoby, systemy i możliwości raportowania w celu właściwego wdrożenia obowiązków i wymogów określonych w Kodeksie Etyki;

10.4.3. Odpowiednie i regularne szkolenia dla pracowników w celu poprawy ich wiedzy i zrozumienia Kodeksu Etyki;

10.4.4. Regularna wymiana informacji między pracownikami a kierownictwem w sprawach, które dotyczą lub mogą dotyczyć zakresu Kodeksu Etyki.

10.4.5. Kompletność, dokładność i dostępność do wewnętrznego i zewnętrznego przeglądu dokumentacji związanej z Kodeksem Etyki.

10.5. Wprowadzenie pracowników do zagadnień Kodeksu Etyki odbywa się na stronie zgodnie z wymogami procedur HR, w tym:

10.5.1. Każdy pracownik, niezależnie od grupy ryzyka, do której jest przypisany, jest zobowiązany do zapoznania się z Kodeksem Etyki i jego zmianami w sposób określony w regulaminie pracowniczym;

10.5.2. Nowi pracownicy są zapoznawani z Kodeksem Etyki po rozpoczęciu zatrudnienia w Spółce;

10.5.3. Specjaliści ds. kadr informują pracownika, jeśli znajduje się on w grupie wysokiego ryzyka;


10.5.4. W zależności od grupy ryzyka mogą być stosowane dodatkowe szkolenia i regularne testy wiedzy.

10.5.5. Dalsza komunikacja na temat Kodeksu Etyki i jego zmian odbywa się w ramach ogólnej działalności biznesowej - szkolenia pracowników, wewnętrzne spotkania firmowe.

10.6. Kodeks Postępowania jest uzupełniany w różnych obszarach działalności przez inne szczegółowe wewnętrzne polityki i procedury Spółki niewymienione tutaj.

11. Procedury raportowania

11.1. Zachęca się pracowników, którzy posiadają informacje lub podejrzewają naruszenie Kodeksu Etyki, jego procedur pomocniczych lub innych obowiązujących przepisów prawa i regulacji, do niezwłocznego zgłaszania takich przypadków.

	PROCEDURA	ESG-3
	METAL-PLAST Sp. z o.o.	Wydanie 2 Data: 13.05.2026
KODEKS ETYKI		

- 11.2. Dostępnych jest kilka kanałów zgłaszania nieprawidłowości. Zazwyczaj bezpośredni przełożony pracownika lub Zarząd spółki będzie najlepiej przygotowany do zapewnienia niezbędnego wsparcia, ale w przypadku jego braku zachęca się pracownika do kontaktu na adres mailowy: sygnalista@metal-plast.pl
- 11.3. Po otrzymaniu takiego zgłoszenia obowiązkiem każdego kierownika jest niezwłoczne poinformowanie Zarządu Spółki o treści zgłoszenia.
- 11.4. W zależności od dostępności wsparcia, pracownik może swobodnie dokonać zgłoszenia na piśmie i/lub ustnie, identyfikując się lub anonimowo.
- 11.5. Każdy pracownik, który przekaze takie informacje, otrzyma pełne wsparcie kierownictwa Spółki i niezależnie od tego, czy informacje zawarte w raporcie zostaną potwierdzone, nie będzie podlegał żadnym sankcjom ani innym ograniczeniom.
- 11.6. Żadne z powyższych postanowień nie ogranicza prawa i możliwości pracowników do zgłaszania nieprawidłowości za pośrednictwem wewnętrznych systemów informowania o nieprawidłowościach Spółki lub bezpośrednio do odpowiednich organów publicznych.

12. Konsekwencje naruszenia

- 12.1. Wszelkie naruszenia Kodeksu Etyki lub procedur pomocniczych mogą skutkować podjęciem działań dyscyplinarnych, włącznie z rozwiązaniem stosunku pracy.
- 12.2. Następujące działania mogą zostać uznane za naruszenie Kodeksu Etyki:
- 12.2.1. Naruszanie, ułatwianie lub zachęcanie do naruszania Kodeksu Postępowania, jego procedur pomocniczych lub innych odpowiednich przepisów prawa i regulacji;
 - 12.2.2. Sankcje lub inne ograniczenia nałożone na pracownika, który zgłosił wątpliwości lub domniemane niewłaściwe postępowanie;
 - 12.2.3. Niezgłoszenie znanego lub podejrzanego naruszenia;
 - 12.2.4. Unikanie współpracy w dochodzeniach dotyczących naruszeń;
 - 12.2.5. Niedopełnienie przez kierownika obowiązku zapewnienia zgodności spółki lub jednostki biznesowej z wymogami Kodeksu postępowania.
- 12.3. Zgłoszenia naruszeń lub domniemanych naruszeń Kodeksu Etyki, jego procedur pomocniczych lub innych obowiązujących przepisów prawa i regulacji będą gromadzone przez Dział Kadr.
- 12.4. Zarząd Spółki zbada okoliczności i, w razie potrzeby, zorganizuje odpowiednie dochodzenie w celu zweryfikowania informacji zawartych w zgłoszeniu oraz, w razie potrzeby, poinformuje Radę Nadzorczą Spółki o naruszeniu oraz wymaganych środkach naprawczych i zapobiegawczych.
- 12.5. Wewnętrzna procedura dochodzeniowa określa wewnętrzne procedury dochodzeniowe w spółkach Grupy.
- 12.6. Zarząd Spółki podejmuje decyzję o nałożeniu sankcji dyscyplinarnych na sprawcę lub podjęcie innych działań mających na celu zapobieżenie podobnym naruszeniom w przyszłości, lub skierowanie sprawy na posiedzenie Rady Nadzorczej w celu dalszego rozpatrzenia.
- 12.7. Rada Nadzorcza może zdecydować o wadze naruszenia i polecić Zarządowi danej spółki Grupy nałożenie kary dyscyplinarnej lub zwolnienie i/lub podjęcie innych działań w celu zapobieżenia podobnemu naruszeniu w przyszłości.

13. Inne kwestie

- 13.1. Kodeks Etyki podlega przeglądowi co najmniej raz w roku.
- 13.2. Przegląd Kodeksu Etyki dokonywany jest zgodnie z przyjętymi w Spółce zasadami aktualizacji procedur.
- 13.3. Zmiany w Kodeksie Etyki są uzgadniane i zatwierdzane przez Zarząd Spółki.