

KODEKS ETYKI

SPÓŁKI POD FIRMĄ

MAŁOPOLSKIE DWORCE AUTOBUSOWE

SPÓŁKA AKCYJNA

(tekst z dnia 6 listopada 2025 r.)

Kraków, listopad 2025

Spis treści

Spis treści	2
I. Postanowienia wstępne	3
§ 1. Zakres podmiotowy i przedmiotowy Kodeksu Etyki	3
§ 2. Zakres podmiotowy Kodeksu Etyki.....	3
§ 3. Definicje.....	4
II. Podstawy Kultury Organizacyjnej Spółki	5
§ 4. Kultura Organizacyjna	5
§ 5. Misja Spółki	5
§ 6. Wartości Spółki.....	5
III. Wartości i sposoby ich ochrony	7
§ 7. Uczciwość	7
§ 8. Komunikacja	8
§ 9. Stabilność zatrudnienia	9
§ 10. Profesjonalizm	10
§ 11. Bezpieczeństwo.....	12
§ 12. Zrównoważony rozwój	13
§ 13. Godność i honor	15
IV. Budowanie prawidłowych postaw	17
§ 14. Sposoby budowania prawidłowych postaw	17
§ 15. Szkolenia.....	17
§ 16. Publikacje wewnętrzne	17
§ 17. Przykład z góry	17
§ 18. Uwzględnianie w regulacjach wewnętrznych.....	17
§ 19. Elastyczność narzędzi dla osiągnięcia rezultatów	17
V. Raportowanie, ewaluacja i nadzór	18
§ 20. Raportowanie o stanie Kultury organizacyjnej	18
§ 21. Przegląd Kodeksu Etyki.....	18
§ 22. Nadzór nad stosowaniem Kodeksu Etyki	19
VI. Postanowienia końcowe	20
§ 23. Wejście w życie Kodeksu Etyki	20
§ 24. Publikacja Kodeksu Etyki.....	20
§ 25. Załączniki do Kodeksu Etyki	20

I. Postanowienia wstępne

§ 1. Zakres podmiotowy i przedmiotowy Kodeksu Etyki

1. Spółka pod firmą Małopolskie Dorce Autobusowe S.A. z siedzibą w Krakowie, w celu budowania zdrowej i prawidłowej kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa, sprzyjającej zrównoważonemu rozwojowi Spółki oraz równocześnie jej pracowników, a także pozwalającej na osiągnięcie zamierzonych celów i realizację misji Spółki, przy poszanowaniu uznawanych wartości, przyjmuje Kodeks Etyki Spółki.
2. Kodeks Etyki Spółki określa:
 - 1) zakres podmiotowy jego stosowania,
 - 2) zakres przedmiotowy jego stosowania,
 - 3) podstawy kultury organizacyjnej Spółki,
 - 4) misję Spółki,
 - 5) katalog wartości jakimi Spółka powinna się kierować i jakie powinny znajdować się pod szczególną ochroną Spółki,
 - 6) przepisy merytoryczne i proceduralne służące ochronie wartości wskazanych w pkt 5,
 - 7) sposoby wzmacniania prawidłowych postaw w Spółce,
 - 8) procedurę raportową i ewaluacyjną dotyczącą Kodeksu Etyki Spółki.
3. Podstawą prawną przyjęcia przez Zarząd Spółki Kodeksu Etyki Spółki jest §23 ust. 2 Regulaminu Organizacyjnego Przedsiębiorstwa Spółki.
4. Kodeks Etyki Spółki stosuje się, chyba że co innego wynika z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. W przypadku odmiennych uregulowań Kodeksu Etyki Spółki oraz powszechnie obowiązujących przepisów prawa, pierwszeństwo w stosowaniu mają powszechnie obowiązujące przepisy prawa.

§ 2. Zakres podmiotowy Kodeksu Etyki

1. Do stosowania Kodeksu Etyki Spółki zobowiązany jest Pracodawca i Pracownicy Spółki, w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy, a także członkowie organów Spółki – Zarządu i Rady Nadzorczej.
2. Inne niż wskazane w ust. 1 osoby i podmioty, w tym inni interesariusze, w szczególności jej akcjonariusze, współpracujące ze Spółką, w szczególności świadczące na jej rzecz usługi i wykonujące zlecenia i dzieła, powinny być zobowiązane do zapoznania się z Kodeksem Etyki Spółki i odpowiedniego jego stosowania, na zasadach ustalanych indywidualnie w wiążących strony umowach.
3. Kodeks Etyki Spółki powinien służyć interesariuszom Spółki, w szczególności Pracodawcy i Pracownikom, w procesie zarządzania oraz wykonywania obowiązków służbowych, gdzie zapisy Kodeksu Etyki Spółki takie jak określone w nim misja i wartości, powinny być uwzględniane i stanowić podstawę etyczną przy podejmowaniu decyzji i określaniu sposobu wykonania zadania.
4. Naruszenie postanowień Kodeksu Etyki może stanowić naruszenie podstawowych obowiązków wynikających ze stosunku pracy, w szczególności w przypadku naruszenia Wartości, z którym wiążą się sankcje określone w odrębnych regulacjach wewnętrznych Spółki.

§ 3. Definicje

W rozumieniu niniejszego Kodeksu Etyki Spółki:

- 1) **Kodeksem Etyki** jest niniejszy Kodeks Etyki spółki pod firmą Małopolskie Dworce Autobusowe S.A. z siedzibą w Krakowie,
- 2) **Pracodawcą** lub **Spółką**, jest spółka pod firmą Małopolskie Dworce Autobusowe Spółka Akcyjna z siedzibą w Krakowie, posiadająca NIP 6750001219 i wpis do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000085864, gdzie czynności za Pracodawcę w ramach Kodeksu Etyki wykonuje jej organ zarządzający, chyba, że co innego wynika z Kodeksu Etyki,
- 3) **Pracownikiem** jest osoba pozostająca z Pracodawcą w stosunku pracy, w rozumieniu przepisów Kodeksu pracy,
- 4) **Zarządem** jest organ zarządzający Spółką zgodnie z przepisami ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych oraz zgodnie ze statutem Spółki, tj. zarząd Spółki,
- 5) **Radą Nadzorczą** jest organ nadzoru Spółki zgodnie z przepisami ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych oraz zgodnie ze statutem Spółki, t.j. rada nadzorcza Spółki,
- 6) **Kodeksem pracy** jest ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (tj. Dz. U. z 2025 r. poz. 277 ze zm.),
- 7) **Regulaminem Organizacyjnym** jest regulamin organizacyjny przedsiębiorstwa Spółki przyjęty Uchwałą Nr 8/2025 Zarządu z dnia 12 maja 2025 r. lub inny regulamin organizacyjny przedsiębiorstwa Spółki, który zostanie przyjęty w jego miejsce,
- 8) **Misją** jest funkcja i rola jaką Spółka ma do spełnienia wobec interesariuszy Spółki,
- 9) **Wartościami** są uznawane przez Spółkę wartości, jakimi Spółka powinna się kierować w bieżącej i długofalowej działalności, i które powinny podlegać szczególnej przez nią ochronie,
- 10) **Kulturą organizacyjną** jest sposób funkcjonowania Spółki, wynikający w szczególności z postanowień Regulaminu Organizacyjnego i Kodeksu Etyki,
- 11) **Raportem rocznym** jest informacja, stanowiąca element kontroli organizacyjnej, o ocenie kultury organizacyjnej, w tym zasad wynikających z Kodeksu Etyki, w komórkach organizacyjnych Spółki, sporządzana w oparciu o postanowienia Uchwały Nr 13/2025 Zarządu z dnia 10 lipca 2025 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
- 12) **Ewaluacją** jest ewaluacja Kodeksu Etyki prowadzona przez Pracodawcę na zasadach określonych w Kodeksie Etyki,
- 13) **Procedurą** jest Procedura dokonywania zgłoszeń naruszeń prawa i podejmowania działań następczych w Spółce przyjęta Uchwałą Nr 12/2024 Zarządu z dnia 25 września 2024 r., lub inna procedura przyjęta w jej miejsce.

II. Podstawy Kultury Organizacyjnej Spółki

§ 4. Kultura Organizacyjna

1. Kulturą organizacyjną w Spółce jest sposób jej funkcjonowania, w tym proces zarządzania i prowadzenia przez nią działalności, sprzyjający zrównoważonemu rozwojowi i realizacji interesów Spółki oraz równocześnie jej Pracowników i innych interesariuszy, a także pozwalający na osiąganie zamierzonych celów i realizację Misji Spółki, przy poszanowaniu uznawanych Wartości.
2. Kultura organizacyjna jest w Spółce składową wynikającą z przepisów prawa powszechnie obowiązujących, powszechnie stosowanych praktyk, zasad współżycia społecznego, a w szczególności regulacji wewnętrznych w Spółce takich jak Kodeks Etyki.
3. Kultura organizacyjna powinna być budowana w szczególności poprzez realizację Misji i poszanowanie Wartości Spółki.

§ 5. Misja Spółki

1. Spółka prowadzi działalność na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i poza jej granicami, przy czym w szczególności Spółka prowadzi działalność w Małopolsce, jako wywodząca się z tego regionu i szczególnie z tym regionem związana.
2. Spółka prowadzi działalność w zakresie określonym w Statucie Spółki oraz zgodnie z wpisem do Rejestru Przedsiębiorców KRS.
3. Spółka jest otwarta na współpracę z różnymi podmiotami i interesariuszami, przy czym w szczególności z jej usług i szeroko rozumianej działalności powinni mieć możliwość korzystania Małopolanie.
4. Misją Spółki jest:
„Wspieranie transportu autobusowego dla jego zrównoważonego rozwoju, w szczególności w Małopolsce i dla Małopolan, poprzez świadczenie usług z zastosowaniem nowoczesnych narzędzi oraz z uwzględnieniem najwyższych standardów zgodności i jakości, pozwalające na zaspokajanie potrzeb interesariuszy Spółki, w tym pasażerów, przewoźników, operatorów dworców, pracowników i akcjonariuszy”.
5. Misja Spółki jest jednym z czynników wpływających na budowanie Kultury organizacyjnej i jest jednocześnie realizowana w sposób z nią zgodny.

§ 6. Wartości Spółki

1. Wartości służą w szczególności realizacji Misji Spółki.
2. Wartości wpływają na kształtowanie Kultury organizacyjnej w Spółce, w szczególności poprzez ich poszanowanie i ochronę.
3. Pracodawca i Pracownicy zobowiązani są do poszanowania i ochrony Wartości w procesie zarządzania oraz wykonywania obowiązków służbowych. Wartości powinny być uwzględniane i stanowić podstawę etyczną przy podejmowaniu decyzji i określaniu sposobu wykonania zadania.
4. Do innych interesariuszy Spółki postanowienia ust. 3 stosuje się, w miarę możliwości, odpowiednio.
5. Wartościami są:

- 1) **Uczciwość**, oznaczająca promowanie najlepszych wzorców etycznych w Spółce opartych na bezwzględnej uczciwości wewnętrznej i zewnętrznej, i dążenie do ich urzeczywistnienia w codziennej pracy, a w szczególności zero tolerancji dla mobbingu, dyskryminacji, korupcji i innych niewłaściwych postaw w Spółce, jak również niezgodnego z przeznaczeniem wykorzystywania know-how Spółki i innych informacji objętych tajemnicą przedsiębiorstwa lub tajemnicą prawnie chronioną,
- 2) **Komunikacja**, oznaczająca dążenie do budowania otwartości, sprawnej komunikacji i współpracy w Spółce, gdzie Pracodawca wspiera Pracowników, Pracownicy wspierają Pracodawcę oraz siebie wzajemnie, w zdrowym środowisku pracy opartym na kulturze otwartych drzwi i wspólnego rozwiązywania problemów,
- 3) **Stabilność zatrudnienia**, oznaczająca pewność i stabilność zatrudnienia w Spółce oraz budowanie warunków dla długofalowej współpracy Pracodawcy i Pracowników, w których interesy, ale również prawa i obowiązki, Pracodawcy i Pracowników są równie ważne, a doświadczenie i kompetencje personelu Spółki nieustannie są dzięki temu podnoszone,
- 4) **Profesjonalizm**, oznaczający dążenie do osiągnięcia najlepszej możliwej zgodności (*compliance*) i jakości usług, towarów, wykonywanych obowiązków służbowych i całej działalności Spółki, przy użyciu zgromadzonego przez Spółkę know-how, z poszanowaniem jej dorobku objętego w szczególności tajemnicą przedsiębiorstwa, gdzie Spółka buduje najlepsze wzorce branżowe prowadzenia działalności, a także z dołożeniem należytej staranności w wykonywaniu codziennych obowiązków, w tym w zakresie ochrony danych osobowych, przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy, *know your customer* i *due diligence*,
- 5) **Bezpieczeństwo**, oznaczające dążenie do osiągnięcia, w szczególności dzięki zarządzaniu ryzykiem, najbardziej bezpiecznych warunków funkcjonowania Spółki, na wszystkich polach jej aktywności, w tym w zakresie prowadzonej działalności i zatrudnienia, a także zapewnienie jej niezakłóconego, ciągłego działania w zmieniających się warunkach zewnętrznych,
- 6) **Zrównoważony rozwój**, oznaczający stymulowanie równoczesnego rozwoju Spółki i jej interesariuszy, w szczególności Pracodawcy i Pracowników, zgodnego z Misją i realizowaną strategią Spółki, skorelowanego z rozwojem regionu Małopolski,
- 7) **Godność i honor**, oznaczające odpowiedzialność w prowadzonej działalności za region Małopolski i Małopolan i dążenie do zachowania godności w codziennej pracy oraz budowania poczucia honoru i dumy z pochodzenia i Misji Spółki.

III. Wartości i sposoby ich ochrony

§ 7. Uczciwość

1. Uczciwość jest Wartością podlegającą promocji i ochronie w Spółce.
2. Pracodawca i Pracownicy, oraz – we właściwym zakresie – inni interesariusze Spółki, są zobowiązani do promowania i ochrony Uczciwości co najmniej zgodnie z postanowieniami Kodeksu Etyki, innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce oraz przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
3. Ogólnymi zasadami służącymi promocji i ochronie Uczciwości są:
 - 1) promowanie najlepszych wzorców etycznych w Spółce opartych na bezwzględnej uczciwości wewnętrznej i zewnętrznej, i dążenie do ich urzeczywistnienia w codziennej pracy,
 - 2) zero tolerancji dla mobbingu, dyskryminacji, korupcji i innych niewłaściwych postaw w Spółce na każdym szczeblu zarządzania, w ramach wszystkich realizowanych zadań i we wszystkich obszarach jej działalności, jak również niezgodnego z przeznaczeniem wykorzystywania *know-how* Spółki i innych informacji objętych tajemnicą przedsiębiorstwa lub tajemnicą prawnie chronioną,
 - 3) przejrzystość, rozliczalność podejmowanych działań (zaniechań) przez Pracowników, Pracodawcę i innych interesariuszy Spółki (jeśli dotyczy), w szczególności w obszarze postępowań zakupowych, takich jak przetargi, a także w zakresie prowadzonych negocjacji warunków umów wiążących Spółkę,
 - 4) budowanie świadomości skutków indywidualnych i zbiorowych, w tym dla całej organizacji, braku zachowania Uczciwości w codziennej pracy,
 - 5) budowanie w personelu Spółki poczucia odpowiedzialności za siebie, za innych i za Spółkę,
 - 6) potrzeba reagowania na zaobserwowane niewłaściwe postawy poprzez brak akceptacji dla określonych działań lub zaniechań w możliwy sposób – werbalny lub pozawerbalny, brak angażowania się w takie postawy, brak tolerowania niewłaściwych postaw,
 - 7) potrzeba zgłaszania nieprawidłowych postaw do przełożonych lub – w przypadku prezentacji niewłaściwej postawy przez przełożonego - Pracodawcy, lub korzystania z określonych wewnętrznych kanałów lub procedur zgłoszeniowych,
 - 8) odpowiedzialność, i jej nieuchronność, sprawcy za swoją niewłaściwą postawę, w tym poniesienie przez niego konsekwencji wynikających w szczególności z regulacji wewnętrznych w Spółce i przepisów prawa powszechnie obowiązujących,
 - 9) brak pochopności podejmowania decyzji osobowych, w szczególności bez pełnego wyjaśnienia sprawy przez osoby do tego upoważnione, w tym ochrona do tego czasu potencjalnych sprawców i ofiary niewłaściwych postaw, a także osób z nimi powiązanych, które powinny być objęte podobną ochroną,
 - 10) potrzeba prowadzenia działań prewencyjnych i informacyjnych w zakresie odnoszącym się do promocji i ochrony wskazanej Wartości.
4. Szczegółowe rozwiązania w zakresie promocji i ochrony wskazanej Wartości wynikają w szczególności z:

- 1) **Polityki antymobbingowej**, przyjętej Uchwałą Nr 15/2024 Zarządu z dnia 24 października 2024 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 2) **Polityki antykorupcyjnej**, którą może zostać przyjęta w Spółce, lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 3) **Regulaminu pracy**, przyjętego Uchwałą Nr 14/2023 Zarządu z dnia 28 września 2023 r., lub innego regulaminu pracy przyjętego w jego miejsce,
 - 4) **Regulaminu wynagradzania**, przyjętego Uchwałą Nr 15/2023 Zarządu z dnia 28 września 2023 r., lub innego regulaminu wynagradzania przyjętego w jego miejsce,
 - 5) **Regulaminu wewnętrznego zakupów o wartości szacunkowej przekraczającej równowartości kwoty 30.000 EURO obowiązujący w Spółce**, przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 17/2014 z dnia 28 października 2014 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
 - 6) **Regulaminu wewnętrznego zakupów o wartości szacunkowej nieprzekraczającej równowartości w złotych kwoty 30.000 EURO obowiązujący w Spółce**, przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 18/2014 z dnia 28 października 2014 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
 - 7) **Procedury dochowania należytej staranności** przyjętej Zarządzeniem Zarządu nr 56/2019 z dnia 20 grudnia 2019 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 8) **szczegółowych zasad związanych z prowadzeniem kontroli organizacyjnej w Spółce** przyjętych Uchwałą Nr 13/2025 Zarządu z dnia 10 lipca 2025 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 9) **innych regulacji wewnętrznych w Spółce**,
 - 10) **przepisów prawa powszechnie obowiązujących.**
5. W odpowiednim zakresie formalnym, dotyczącym mobbingu i korupcji, do ochrony Zasady „Zero tolerancji” może służyć system zgłoszeń wewnętrznych w Spółce funkcjonujący w oparciu o **Procedurę dokonywania zgłoszeń naruszeń prawa i podejmowania działań następczych w Spółce** przyjętą Uchwałą Nr 12/2024 Zarządu z dnia 25 września 2024 r., lub inną procedurę przyjętą w jej miejsce.
6. W odpowiednim zakresie formalnym, dotyczącym mobbingu i korupcji, do ochrony Zasady „Zero tolerancji” może służyć system rozpatrywania reklamacji, skarg i wniosków funkcjonujący w oparciu o **Regulamin rozpatrywania reklamacji, skarg i wniosków** przyjęty Zarządzeniem Zarządu nr 63/2019 z dnia 30 grudnia 2019 r., lub inną regulację wewnętrzną przyjętą w jego miejsce.

§ 8. Komunikacja

1. Komunikacja jest Wartością podlegającą promocji i ochronie w Spółce.
2. Pracodawca i Pracownicy, oraz – we właściwym zakresie – inni interesariusze Spółki, są zobowiązani do promowania i ochrony Komunikacji co najmniej zgodnie z postanowieniami Kodeksu Etyki, innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce oraz przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
3. Ogólnymi zasadami służącymi promocji i ochronie Komunikacji są:
 - 1) dążenie do budowania otwartości, sprawnej komunikacji i współpracy w Spółce,
 - 2) wspieranie się wzajemne – Pracodawcy i Pracowników,

- 3) budowanie zdrowego środowiska pracy opartego na kulturze otwartych drzwi i wspólnego rozwiązywania problemów,
 - 4) informowanie się wzajemnie personelu w zakresie niezbędnym do realizacji obowiązków na poszczególnych stanowiskach pracy, o ile informacje te nie stanowią tajemnicy prawnie chronionej lub nie ma innych ograniczeń w ich przekazywaniu wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa lub regulacji wewnętrznych obowiązujących w Spółce,
 - 5) angażowanie do zarządzania personelem osób o właściwych predyspozycjach osobowych, które w szczególności w umiejętny sposób będą potrafiły zarządzać konfliktami, przy stosowaniu zasady „otwartych drzwi”,
 - 6) stosowanie zasady „*tone at the top*”, gdzie dobry przykład powinien płynąć dla pracowników z góry, tj. od przełożonych,
 - 7) dążenie do polubownego rozwiązywania konfliktów przez wszystkie osoby zaangażowane oraz wyciąganie z nich prawidłowych wniosków służących poprawie warunków wykonywania zadań w Spółce, w tym w formie *case studies* dla pozostałego personelu,
 - 8) dążenie do integracji załogi Spółki na możliwe i zasadne sposoby,
 - 9) dostępność Zarządu dla Pracowników i innych interesariuszów Spółki.
4. Szczegółowe rozwiązania w zakresie promocji i ochrony wskazanej Wartości wynikają w szczególności z:
- 1) **Regulaminu Organizacyjnego**, lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 2) **Regulaminu pracy**, przyjętego Uchwałą Nr 14/2023 Zarządu z dnia 28 września 2023 r., lub innego regulaminu pracy przyjętego w jego miejsce,
 - 3) **Polityki antymobbingowej**, przyjętej Uchwałą Nr 15/2024 Zarządu z dnia 24 października 2024 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 4) **szczegółowych zasad związanych z prowadzeniem kontroli organizacyjnej w Spółce** przyjętych Uchwałą Nr 13/2025 Zarządu z dnia 10 lipca 2025 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 5) **innych regulacji wewnętrznych w Spółce.**

§ 9. Stabilność zatrudnienia

1. Stabilność zatrudnienia jest Wartością podlegającą promocji i ochronie w Spółce.
2. Pracodawca i Pracownicy, oraz – we właściwym zakresie – inni interesariusze Spółki, są zobowiązani do promowania i ochrony Stabilności zatrudnienia co najmniej zgodnie z postanowieniami Kodeksu Etyki, innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce oraz przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
3. Ogólnymi zasadami służącymi promocji i ochronie Stabilności zatrudnienia są:
 - 1) pewność i stabilność zatrudnienia w Spółce, gdzie Pracodawcy i Pracownikowi zależy na utrzymaniu nawiązanego stosunku pracy, a w przypadku sytuacji konfliktowych lub problematycznych podejmuje się wysiłek do ich rozwiązania, gdzie zakończenie stosunku pracy powinno być ostatecznością,
 - 2) oparcie pracy w Spółce na doświadczeniu załogi i zbudowanym *know-how* Spółki,
 - 3) budowanie warunków dla długofalowej współpracy Pracodawcy i Pracowników, w których interesy, ale również prawa i obowiązki, Pracodawcy i Pracowników są równie ważne,

- 4) nieustanne podnoszenie kompetencji personelu Spółki poprzez szkolenia i inne formy podnoszenia kwalifikacji, a także przez stymulowanie personelu do samorozwoju,
 - 5) równe traktowanie Pracowników w zatrudnieniu,
 - 6) pełne poszanowanie dla praw Pracowników w zatrudnieniu,
 - 7) docenianie stażu zatrudnienia Pracowników w Spółce, w tym w warunkach wynagradzania, na zasadach dopuszczonych przez przepisy prawa powszechnie obowiązujące oraz regulacje wewnętrzne w Spółce,
 - 8) kreowanie dla Pracowników warunków pracy zgodnych z trendami „*well-being*”, w których balans pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym jest zachowany,
 - 9) utworzenie Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, którego rozwiązania i świadczenia w nim przewidziane będą korzystne dla Pracowników i powszechnie przez nich wykorzystywane w celu poprawy sytuacji socjalnej, bytowej, rodzinnej i innej, zgodnie z postanowieniami właściwych regulacji wewnętrznych i powszechnie obowiązujących przepisów prawa,
 - 10) tworzenie środowiska pracy wolnego od zjawisk niepożądanych, takich jak mobbing i dyskryminacja,
4. Szczegółowe rozwiązania w zakresie promocji i ochrony wskazanej Wartości wynikają w szczególności z:
- 1) **Regulaminu pracy**, przyjętego Uchwałą Nr 14/2023 Zarządu z dnia 28 września 2023 r., lub innego regulaminu pracy przyjętego w jego miejsce,
 - 2) **Regulaminu wynagradzania**, przyjętego Uchwałą Nr 15/2023 Zarządu z dnia 28 września 2023 r., lub innego regulaminu wynagradzania przyjętego w jego miejsce,
 - 3) **Polityki antymobbingowej**, przyjętej Uchwałą Nr 15/2024 Zarządu z dnia 24 października 2024 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 4) **Regulaminu Organizacyjnego**, lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 5) **Regulaminu Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych Spółki**, przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 21/2023 z dnia 29 grudnia 2023 r., lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 6) **innych regulacji wewnętrznych w Spółce**,
 - 7) **przepisów prawa powszechnie obowiązujących.**

§ 10. Profesjonalizm

1. Profesjonalizm jest Wartością podlegającą promocji i ochronie w Spółce.
2. Pracodawca i Pracownicy, oraz – we właściwym zakresie – inni interesariusze Spółki, są zobowiązani do promowania i ochrony Profesjonalizmu co najmniej zgodnie z postanowieniami Kodeksu Etyki, innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce oraz przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
3. Ogólnymi zasadami służącymi promocji i ochronie Profesjonalizmu są:
 - 1) dążenie do osiągnięcia najlepszej możliwej zgodności (*compliance*) i jakości usług, towarów, wykonywanych obowiązków służbowych i całej działalności Spółki,
 - 2) skuteczne i odpowiedzialne używanie zgromadzonego przez Spółkę know-how, z poszanowaniem jej dorobku objętego w szczególności tajemnicą przedsiębiorstwa,

- 3) budowanie przez Spółkę najlepszych wzorców branżowych prowadzenia działalności,
 - 4) dołożenie należytej staranności w wykonywaniu codziennych obowiązków, w tym w zakresie ochrony danych osobowych, przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy, *know your customer* i *due diligence*,
 - 5) dążenie do usprawniania procesów wewnętrznych w Spółce przy użyciu nowoczesnych narzędzi, w tym poprzez automatyzację,
 - 6) poddawanie się kontrolom oraz audytom – wewnętrznym i zewnętrznym,
 - 7) certyfikowanie się w potrzebnym zakresie, w szczególności w obszarze zgodności i jakości, przy użyciu powszechnie stosowanych i akceptowanych norm, takich jak ISO,
 - 8) zapewnienie odpowiedniego wsparcia prawnego Spółce w zakresie realizowanych procesów,
 - 9) ustanowienie funkcji *compliance officer* w Spółce,
 - 10) nieustanne szkolenie i podnoszenie kwalifikacji Pracowników w różnych, adekwatnych do potrzeb formach, w szczególności w zakresie jakości świadczonych usług, wymagań prawnych i zgodności (*compliance*),
 - 11) odpowiedzialne zarządzanie informacjami pozyskanymi od interesariuszy, w tym rzetelna weryfikacja tych danych (w szczególności w ramach procesów *compliance*) oraz zapewnienie ich ścisłej ochrony i poufności zgodnie z przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
4. Szczegółowe rozwiązania w zakresie promocji i ochrony wskazanej Wartości wynikają w szczególności z:
- 1) **Regulaminu Organizacyjnego**, lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 2) **Systemu zarządzania zgodnością (*compliance*)**, przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 21/2024 z dnia 30 grudnia 2024 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
 - 3) **Systemu zarządzania jakością**, który może zostać przyjęty w Spółce, lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
 - 4) **Procedury dochowania należytej staranności** przyjętej Zarządzeniem Zarządu nr 56/2019 z dnia 20 grudnia 2019 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 5) **Polityki ochrony danych osobowych**, przyjętej Uchwałą Nr 20/2023 Zarządu z dnia 28 grudnia 2023 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 6) **Zakładowego Planu Kont dla Spółki** przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 24/2022 z dnia 30 grudnia 2022 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
 - 7) **Regulaminu rozpatrywania reklamacji, skarg i wniosków** przyjętego Zarządzeniem Zarządu nr 63/2019 z dnia 30 grudnia 2019 r., lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 8) **Regulaminu wewnętrznego obiegu reklamacji, skarg i wniosków** przyjętego Zarządzeniem Zarządu nr 63/2019 z dnia 30 grudnia 2019 r., lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 9) **szczegółowych zasad związanych z prowadzeniem kontroli organizacyjnej w Spółce**, przyjętych Uchwałą Nr 13/2025 Zarządu z dnia 10 lipca 2025 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w ich miejsce,

- 10) **innych regulacji wewnętrznych w Spółce,**
- 11) **przepisów prawa powszechnie obowiązujących.**

§ 11. Bezpieczeństwo

1. Bezpieczeństwo jest Wartością podlegającą promocji i ochronie w Spółce.
2. Pracodawca i Pracownicy, oraz – we właściwym zakresie – inni interesariusze Spółki, są zobowiązani do promocji i ochrony Bezpieczeństwa co najmniej zgodnie z postanowieniami Kodeksu Etyki, innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce oraz przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
3. Ogólnymi zasadami służącymi promocji i ochronie Bezpieczeństwa są:
 - 1) dążenie do osiągnięcia najbardziej bezpiecznych warunków funkcjonowania Spółki, na wszystkich polach jej aktywności, w tym w zakresie prowadzonej działalności i zatrudnienia,
 - 2) zapewnianie Spółce niezakłóconego, ciągłego działania w zmieniających się warunkach zewnętrznych,
 - 3) podstawą realizacji procesów w zakresie bezpieczeństwa w Spółce powinno być zarządzanie ryzykiem, w szczególności obejmujące identyfikowanie i minimalizowanie ryzyka związanego z utratą, kradzieżą lub nieuprawnionym ujawnieniem informacji poufnych, tajemnic prawnie chronionych czy danych powierzonych przez interesariuszy,
 - 4) każdy Pracownik i cały personel Spółki jest odpowiedzialny za stosowanie się do zasad bezpieczeństwa w Spółce, a w szczególności za bezpieczeństwo własne,
 - 5) najważniejszymi obszarami, w których wymagane jest stosowanie zasad bezpieczeństwa w codziennej pracy przez personel Spółki są:
 - a) bezpieczeństwo i higiena pracy,
 - b) bezpieczeństwo pożarowe,
 - c) bezpieczeństwo danych osobowych,
 - d) bezpieczeństwo systemów informatycznych,
 - e) bezpieczeństwo fizyczne,
 - 6) możliwość angażowania dodatkowego personelu, w tym w formie outsourcingu, w zakresie bezpieczeństwa, w szczególności do pełnienia roli Inspektora Ochrony Danych,
 - 7) jednym z priorytetów dla Spółki są bieżące inwestycje w obszar związany z bezpieczeństwem, w tym niezbędne zabezpieczenia fizyczne, oprogramowanie, infrastrukturę teletechniczną, wyposażenie, a także zapewnianie wysokiej jakości usług zewnętrznych w tym obszarze,
 - 8) nieustanne szkolenie i podnoszenie kwalifikacji Pracowników w różnych, adekwatnych do potrzeb formach, w szczególności w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy (bhp), bezpieczeństwa danych osobowych, bezpieczeństwa systemów informatycznych, bezpieczeństwa fizycznego w obiektach Spółki,
 - 9) współpraca z innymi instytucjami i jednostkami zewnętrznymi w zakresie bezpieczeństwa, takimi jak Policja, Straż Pożarna, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Małopolski Urząd Wojewódzki w Krakowie, Państwowa Inspekcja Pracy, Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych i in.

4. Szczegółowe rozwiązania w zakresie promocji i ochrony wskazanej Wartości wynikają w szczególności z:
- 1) **Regulaminu Organizacyjnego**, lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 2) **Regulaminu pracy**, przyjętego Uchwałą Nr 14/2023 Zarządu z dnia 28 września 2023 r., lub innego regulaminu pracy przyjętego w jego miejsce,
 - 3) **Polityki ochrony danych osobowych**, przyjętej Uchwałą Nr 20/2023 Zarządu z dnia 28 grudnia 2023 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 4) **Regulaminu użytkownika systemów informatycznych**, przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 29/2018 z dnia 29 listopada 2018 r., lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 5) **Polityki zarządzania infrastrukturą IT**, przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 29/2018 z dnia 29 listopada 2018 r., lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 6) **Procedury ewakuacyjnej Dworca Autobusowego MDA w Krakowie**, przyjęta Zarządzeniem Zarządu nr 25/2019 z dnia 30 sierpnia 2019 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 7) **Procedury ewakuacyjnej Dworca Autobusowego MDA w Nowym Sączu** przyjęta Zarządzeniem Zarządu nr 60/2022 z dnia 14 listopada 2022 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 8) **Zasad i procedury bezpieczeństwa na okoliczność zagrożenia epidemiologicznego**, przyjęte Uchwałą Zarządu Nr 11/2020 z dnia 11 marca 2020 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w ich miejsce,
 - 9) **Zasad zapewniania pracownikom Spółki okularów lub soczewek korygujących wzrok**, przyjęte Zarządzeniem Zarządu nr 40/2022 z dnia 12 lipca 2022 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w ich miejsce,
 - 10) **Procedury realizacji przedsięwzięć wykonywanych w ramach poszczególnych stopni alarmowych i stopni alarmowych CRP oraz zasad postępowania w przypadku wystąpienia zdarzenia o charakterze terrorystycznym**, przyjętej Uchwałą Zarządu Nr 3/2025 z dnia 28 lutego 2025 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce,
 - 11) **innych regulacji wewnętrznych w Spółce**,
 - 12) **przepisów prawa powszechnie obowiązujących.**

§ 12. Zrównoważony rozwój

1. Zrównoważony rozwój jest Wartością podlegającą promocji i ochronie w Spółce.
2. Pracodawca i Pracownicy, oraz – we właściwym zakresie – inni interesariusze Spółki, są zobowiązani do promocji i ochrony Zrównoważonego rozwoju co najmniej zgodnie z postanowieniami Kodeksu Etyki, innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce oraz przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
3. Ogólnymi zasadami służącymi promocji i ochronie Zrównoważonego rozwoju są:
 - 1) stymulowanie równoczesnego rozwoju Spółki i jej interesariuszy, w szczególności Pracodawcy i Pracowników,
 - 2) rozwój zgodny z Misją i realizowaną strategią Spółki, skorelowany z rozwojem regionu Małopolski,

- 3) rozwój zgodny z publicznymi politykami na szczeblu regionalnym, krajowym i kontynentalnym, uwzględniający obszary dotyczące środowiska, społeczne i ładu korporacyjnego,
 - 4) strategiczne podejście do rozwoju Spółki, w oparciu o wieloletnie plany strategiczne, a także o plany rzeczowo-finansowe roczne i inne dokumenty planistyczne, w tym również zewnętrzne,
 - 5) zarządzanie rozwojem Spółki na skoordynowanych poziomach strategicznym, taktycznym i operacyjnym,
 - 6) dążenie do dywersyfikacji przychodów Spółki w celu zapewnienia jej niezakłóconego działania w zmieniających się warunkach zewnętrznych prowadzenia działalności,
 - 7) wprowadzanie nowoczesnych narzędzi pomagających w rozwoju Spółki, w tym automatyzacji,
 - 8) przejrzyste, oszczędne, gospodarne zarządzanie finansowe Spółką, sprzyjające optymalizacji przychodowo-kosztowej i inwestowaniu w obszary sprzyjające zrównoważonemu rozwojowi Spółki,
 - 9) systematyczne budowanie pozycji Spółki jako lidera branży w regionie, kraju i na kontynencie,
 - 10) nieustanne podnoszenie wydajności, jakości, zgodności działalności Spółki,
 - 11) zapewnianie Spółce niezakłóconego, ciągłego działania w zmieniających się warunkach zewnętrznych.
4. Szczegółowe rozwiązania w zakresie promocji i ochrony wskazanej Wartości wynikają w szczególności z:
- 1) **Regulaminu Organizacyjnego**, lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 2) **Strategicznych planów wieloletnich Spółki** przyjętych zgodnie z postanowieniami § 1 ust. 2 lit. „b” Uchwały Nr 398/VII/2017 Rady Nadzorczej Spółki, lub innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce,
 - 3) **Planów rzeczowo-finansowych Spółki**, przyjętych zgodnie z postanowieniami § 1 ust. 2 lit. „a” Uchwały Nr 398/VII/2017 Rady Nadzorczej Spółki, lub innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce,
 - 4) **bieżących decyzji zarządczych w Spółce**, w szczególności w oparciu o cele zarządcze, zakresy obowiązków, podział zadań i bieżące decyzje zarządcze/kierownicze, a także wewnętrzne regulacje w Spółce, w szczególności uchwały i zarządzenia Zarządu,
 - 5) **szczegółowych zasad związanych z prowadzeniem kontroli organizacyjnej w Spółce**, przyjętych Uchwałą Nr 13/2025 Zarządu z dnia 10 lipca 2025 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w ich miejsce,
 - 6) **planów utrzymania ciągłości działania Spółki**, które mogą zostać przyjęte w Spółce, lub innych regulacji wewnętrznych przyjętych w ich miejsce,
 - 7) **Systemu zarządzania zgodnością (compliance)**, przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 21/2024 z dnia 30 grudnia 2024 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
 - 8) **innych regulacji wewnętrznych w Spółce**,
 - 9) **przepisów prawa powszechnie obowiązujących.**

§ 13. Godność i honor

1. Godność i honor są Wartością podlegającą promocji i ochronie w Spółce.
2. Pracodawca i Pracownicy, oraz – we właściwym zakresie – inni interesariusze Spółki, są zobowiązani do promowania i ochrony Godności i honoru co najmniej zgodnie z postanowieniami Kodeksu Etyki, innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce oraz przepisami prawa powszechnie obowiązującymi.
3. Ogólnymi zasadami służącymi promocji i ochronie Godności i honoru są:
 - 1) odpowiedzialność w prowadzonej działalności za region Małopolski i Małopolan,
 - 2) dążenie do zachowania godności w codziennej pracy,
 - 3) budowanie poczucia honoru i dumy z pochodzenia i Misji Spółki, w tym poprzez promocję zasad, wartości, historii, kierunków strategicznych, rozwoju, silnych i konkurencyjnych stron Spółki, Małopolski i instytucji i podmiotów z nimi związanych, w tym zakresie,
 - 4) poszanowanie w wykonywaniu obowiązków służbowych dla godności Pracowników, Pracodawcy, interesariuszy Spółki, Małopolski i Małopolan, jak również samej Spółki, w szczególności poprzez poszanowanie praw człowieka, zasad współżycia społecznego, dobrych obyczajów i przyjętego porządku,
 - 5) nienaruszanie wizerunku Spółki działaniami podejmowanymi służbowo, a także w miarę możliwości w odpowiednim zakresie – mogącym mieć wpływ na Spółkę – prywatnie,
 - 6) kultywowanie tradycji i historii Spółki,
 - 7) kierowanie się troską za region Małopolski i Małopolan – w możliwym i potrzebnym zakresie – w codziennej pracy,
 - 8) reprezentowanie Małopolski w kraju i na kontynencie poprzez budowanie wizerunku profesjonalnej, uczciwej, bezpiecznej jednostki, oferującej najwyższej jakości i zgodności usługi i towary,
 - 9) bieżąca współpraca – w możliwym i potrzebnym zakresie – z instytucjami Małopolski i z Małopolski, oraz podmiotami ściśle związanymi z Małopolską, w szczególności Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego i spółkami wojewódzkimi branżowymi i innymi,
 - 10) angażowanie się w możliwym i potrzebnym zakresie – w projekty, akcje i inne działania związane z zasadami, wartościami, historią, kierunkami strategicznymi, silnymi i konkurencyjnymi stronami, rozwojem Małopolski i instytucji i podmiotów z nią związanych, w tym zakresie.
4. Szczegółowe rozwiązania w zakresie promocji i ochrony wskazanej Wartości wynikają w szczególności z:
 - 1) **Regulaminu Organizacyjnego**, lub innego regulaminu przyjętego w jego miejsce,
 - 2) **Strategicznych planów wieloletnich Spółki** przyjętych zgodnie z postanowieniami § 1 ust. 2 lit. „b” Uchwały Nr 398/VII/2017 Rady Nadzorczej Spółki, lub innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce,
 - 3) **bieżących decyzji zarządczych w Spółce**, w szczególności w oparciu o cele zarządcze, zakresy obowiązków, podział zadań i bieżące decyzje zarządcze/kierownicze, a także wewnętrzne regulacje w Spółce, w szczególności uchwały i zarządzenia Zarządu,

- 4) **Systemu zarządzania zgodnością (*compliance*)**, przyjętego Uchwałą Zarządu Nr 21/2024 z dnia 30 grudnia 2024 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
- 5) **Systemu zarządzania jakością**, który może zostać przyjęty w Spółce, lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jego miejsce,
- 6) **innych regulacji wewnętrznych w Spółce**,
- 7) **przepisów prawa powszechnie obowiązujących.**

IV. Budowanie prawidłowych postaw

§ 14. Sposoby budowania prawidłowych postaw

W celu budowania prawidłowych postaw wśród interesariuszy Spółki, w szczególności wśród Pracodawcy i Pracowników, a także w celu promocji i ochrony Wartości, Spółka może organizować instruktaże, szkolenia lub inne działania.

§ 15. Szkolenia

1. Każdy Pracownik, w pierwszym miesiącu pracy, powinien zapoznać się z Kodeksem Etyki, a odpowiedzialny za umożliwienie tego jest przełożony danego Pracownika.
2. Każdy Pracownik, w pierwszym roku pracy, powinien zostać przeszkolony wewnętrznie ze sposobów realizacji postanowień Kodeksu Etyki, w tym w zakresie uwrażliwiającym na Wartości w nim określone.
3. Pracodawca może organizować szkolenia dedykowane określonym zagadnieniom z Kodeksu Etyki, które mogą być szkoleniami wewnętrznymi lub zewnętrznymi.

§ 16. Publikacje wewnętrzne

Pracodawca, przy pomocy podległego personelu, może publikować w portalu pracowniczym Spółki, lub w inny sposób przyjęty u Pracodawcy, biuletyny, wyjaśnienia i inne informacje pomagające w budowaniu kultury organizacyjnej, wzmacniające prawidłowe postawy, promujące Wartości i wspierające stosowanie Kodeksu Etyki.

§ 17. Przykład z góry

Przełożeni, w tym Pracodawca i osoby kierujące jednostkami organizacyjnymi Spółki na wszystkich szczeblach, mają obowiązek dawania przykładu z góry („tone at the top”) Pracownikom im podlegającym, polegającego na uwzględnianiu w codziennej pracy zasad wynikających z Kodeksu etyki, w tym kierowaniu się Wartościami.

§ 18. Uwzględnianie w regulacjach wewnętrznych

Pracodawca, a jeśli ma to zastosowanie – osoby kierujące jednostkami organizacyjnymi Spółki na określonych szczeblach, przy opracowywaniu regulacji wewnętrznych w Spółce ma obowiązek uwzględniania postanowień Kodeksu Etyki, w tym promocji i ochrony Wartości oraz realizacji Misji, a także stymulowania Kultury Organizacyjnej.

§ 19. Elastyczność narzędzi dla osiągnięcia rezultatów

1. Pracodawca, a także – w zakresie powierzonych obowiązków - osoby kierujące jednostkami organizacyjnymi Spółki na wszystkich szczeblach, mogą podejmować inne działania służące budowaniu prawidłowych postaw, zgodne z Kodeksem Etyki i innymi regulacjami wewnętrznymi w Spółce, w szczególności odnoszącymi się do sposobów promocji i ochrony Wartości.
2. W razie potrzeby, gdy wynika to z regulacji wewnętrznych w Spółce, dobór narzędzi dla osiągnięcia nakreślonych rezultatów podlega akceptacji przełożonego lub Pracodawcy.

V. Raportowanie, ewaluacja i nadzór

§ 20. Raportowanie o stanie Kultury organizacyjnej

1. W Spółce prowadzi się okresowe działania sprawozdawcze w ramach kontroli organizacyjnej, których elementem jest ocena Kultury organizacyjnej ujęta w Raporcie rocznym.
2. Raport roczny jest sporządzany w oparciu o postanowienia Uchwały Nr 13/2025 Zarządu z dnia 10 lipca 2025 r., lub innej regulacji wewnętrznej przyjętej w jej miejsce, przy czym podstawowymi zasadami w tym obszarze zawsze powinno być:
 - 1) ocena Kultury organizacyjnej nie rzadsza niż jeden raz w roku,
 - 2) ocena Kultury organizacyjnej powinna obejmować wszystkie szczeble zarządzania w Spółce,
 - 3) ocena Kultury organizacyjnej powinna być oparta co najmniej o samoocenę personelu Spółki i ocenę osoby odpowiedzialnej za jej sporządzenie,
 - 4) ocena Kultury organizacyjnej powinna zostać przedstawiona Zarządowi Spółki, który powinien dokonać jej przeglądu i – w razie potrzeby lub zasadności – podjąć określone działania organizacyjne, w tym promocyjne, ochronne lub inne, a także korekcyjne w zakresie samego Kodeksu Etyki.

§ 21. Przegląd Kodeksu Etyki

1. Zarząd dokonuje przeglądu (ewaluacji) Kodeksu Etyki najpóźniej do końca roku kalendarzowego, w którym przyjęto wieloletni plan strategiczny na kolejny cykl.
2. Przegląd Kodeksu Etyki powinien uwzględniać oceny wynikające z Raportów rocznych.
3. Kadra zarządcza Spółki na każdym szczeblu organizacyjnym jest odpowiedzialna za ewaluację Kodeksu Etyki, obejmującą w szczególności ocenę prawidłowości, aktualności i adekwatności jego zapisów.
4. Dyrektorzy poszczególnych pionów organizacyjnych są odpowiedzialni za organizację przeprowadzenia i zebrania wyników ewaluacji, o której mowa w ust. 3, w zakresie dotyczącym swojego pionu organizacyjnego i przekazanie wyników ewaluacji Dyrektorowi Administracyjnemu.
5. Dyrektor Administracyjny, z uwzględnieniem przekazanych wyników ewaluacji dokonanej w pozostałych pionach organizacyjnych, dokonuje ewaluacji całego Kodeksu Etyki, obejmującej w szczególności ocenę prawidłowości, aktualności i adekwatności jego zapisów, w szczególności z uwzględnieniem jego zgodności z budowaną w Spółce Kulturą organizacyjną, wewnętrznymi regulacjami w Spółce, powszechnie przyjętymi praktyki, zasadami współżycia społecznego i powszechnie obowiązującymi przepisami prawa.
6. Zarząd odrębną regulacją wewnętrzną określa termin i formę przekazania wyników ewaluacji, o której mowa w ust. 5, przez Dyrektora Administracyjnego.
7. Wyniki ewaluacji, o której mowa w ust. 5, mogą służyć wprowadzeniu przez Zarząd potrzebnych, uzasadnionych lub koniecznych zmian do Kodeksu Etyki.

§ 22. Nadzór nad stosowaniem Kodeksu Etyki

1. Nadzór wierzchni nad stosowaniem Kodeksu Etyki w Spółce pełni Zarząd.
2. Dyrektor Administracyjny jest odpowiedzialny za bieżący nadzór nad stosowaniem Kodeksu Etyki, przy pomocy udostępnionych narzędzi i podległego personelu.
3. Bieżących wyjaśnień Pracownikom co do treści Kodeksu Etyki udzielają przełożeni.
4. Dyrektor Administracyjny może udzielać personelowi Spółki i określonym interesariuszom Spółki potrzebnych wyjaśnień i interpretacji w zakresie stosowania Kodeksu Etyki, w zakresie nieobjętym procedurą określoną w ust. 3.
5. Jeśli w Spółce ustanowiona zostanie funkcja *compliance officer*, którą pełnić będzie osoba inna niż Dyrektor Administracyjny, osoba pełniąca tą funkcję może wykonywać obowiązki wskazane w ust. 2 i 4 w miejsce Dyrektora Administracyjnego.
6. Ostatecznej wykładni Kodeksu Etyki dokonuje Zarząd.

VI. Postanowienia końcowe

§ 23. Wejście w życie Kodeksu Etyki

1. Kodeks Etyki przyjmuje Zarząd.
2. Kodeks Etyki otrzymują wszyscy Pracownicy Spółki.
3. Pozostali interesariusze Spółki otrzymują Kodeks Etyki w miarę potrzeb i możliwości.
4. Wszyscy Pracownicy i pozostali interesariusze Spółki mają obowiązek zapoznania z treścią Kodeksu Etyki samodzielnie.

§ 24. Publikacja Kodeksu Etyki

1. W przypadku zidentyfikowania takiej potrzeby lub zasadności podjęcia takich działań, Zarząd może opublikować Kodeks Etyki na stronie internetowej Spółki, do której dostęp mają interesariusze Spółki.
2. Publikacja Kodeksu Etyki, o której mowa w ust. 1, może obejmować publikację jego skróconej, graficznej wersji, stanowiącej załącznik do Kodeksu Etyki.
3. W przypadku zidentyfikowania takiej potrzeby lub zasadności podjęcia takich działań, Kodeks Etyki może być dołączany do umów zawieranych przez Spółkę w formie skróconej, graficznej wersji, stanowiącej załącznik do Kodeksu Etyki, lub – w razie uzasadnionej potrzeby – całej treści Kodeksu Etyki.
4. Podmioty, z którymi Spółka zawiera umowy, powinny zobowiązać się do akceptacji postanowień Kodeksu Etyki Spółki.

§ 25. Załączniki do Kodeksu Etyki

Załącznikiem do Kodeksu Etyki jest jego skrócona, graficzna wersja.