

KODEKS ETYKI

(Przyjęty Uchwałą NR 3/2026 Zarządu CREDE TEAM POLSKA spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z dnia 13.03.2026r.)

I. Postanowienia ogólne

1. Cel Kodeksu

1. Kodeks Etyki („Kodeks”) określa wartości, zasady i standardy postępowania obowiązujące w CREDE TEAM POLSKA spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (dalej jako: „Spółka”).
2. Celem Kodeksu jest:
 - a) zapewnienie zgodności działania Spółki z przepisami prawa, normami etycznymi oraz dobrymi praktykami biznesowymi,
 - b) ochrona reputacji Spółki oraz budowanie zaufania w relacjach z klientami, kontrahentami, pracownikami i innymi interesariuszami,
 - c) wyznaczenie minimalnych standardów postępowania dla wszystkich osób działających w imieniu lub na rzecz Spółki.

2. Zakres podmiotowy

1. Kodeks obowiązuje:
 - a) członków organów Spółki,
 - b) kadre kierowniczą,
 - c) wszystkich pracowników bez względu na podstawę zatrudnienia i zajmowane stanowisko,
 - d) osoby współpracujące ze Spółką na podstawie umów cywilnoprawnych,
 - e) podwykonawców, przedstawicieli, pośredników, konsultantów oraz inne podmioty działające w imieniu lub na rzecz Spółki („Partnerzy biznesowi”), w zakresie wynikającym z charakteru współpracy.
2. Spółka oczekuje zapoznania się z Kodeksem oraz przestrzegania jego zasad przez wszystkich Partnerów biznesowych.

3. Charakter Kodeksu

1. Kodeks stanowi podstawowy dokument etyczny i compliance Spółki.
2. Postanowienia Kodeksu uzupełniają obowiązujące przepisy prawa, umowy, regulaminy wewnętrzne oraz procedury szczegółowe (m.in. politykę antykorupcyjną, politykę ochrony danych osobowych, regulamin pracy, procedurę zgłaszania naruszeń).
3. W razie wątpliwości interpretacyjnych pierwszeństwo mają przepisy prawa powszechnie obowiązującego.

II. Wartości i zasady ogólne

4. Podstawowe wartości Spółki

Działalność Spółki opiera się w szczególności na następujących wartościach:

1. **uczciwość i rzetelność,**

2. **poszanowanie prawa i zasad współżycia społecznego,**
3. **odpowiedzialność za podejmowane decyzje,**
4. **szacunek dla ludzi i ich godności,**
5. **transparentność i wiarygodność,**
6. **profesjonalizm i jakość,**
7. **bezpieczeństwo informacji oraz danych,**
8. **troska o środowisko i otoczenie społeczne.**

5. Zasada legalizmu i prymatu zgodności

1. Spółka prowadzi działalność wyłącznie w granicach prawa i zgodnie z dobrymi obyczajami.
2. Żadne cele biznesowe, presja wyników, oczekiwania klientów lub przełożonych nie usprawiedliwiają działań sprzecznych z prawem lub Kodeksem.
3. Każdy pracownik jest zobowiązany znać podstawowe regulacje prawne dotyczące jego stanowiska i uczestniczyć w szkoleniach organizowanych przez Spółkę.

III. Zgodność z prawem, uczciwa konkurencja i antykorupcja

6. Zgodność z przepisami prawa

1. Osoby objęte Kodeksem mają obowiązek:
 - a) przestrzegać przepisów prawa polskiego, prawa Unii Europejskiej oraz innych przepisów mających zastosowanie do działalności Spółki,
 - b) stosować się do wewnętrznych regulaminów, polityk i procedur,
 - c) niezwłocznie zgłaszać przełożonemu lub odpowiedniej komórce organizacyjnej istotne wątpliwości co do zgodności planowanych działań z prawem.
2. W razie braku pewności co do legalności określonego działania, należy powstrzymać się od jego podjęcia do czasu uzyskania stosownej opinii (np. działu prawnego/compliance).

7. Prawo konkurencji i zakaz praktyk antykonkurencyjnych

1. Spółka prowadzi działalność z poszanowaniem przepisów o ochronie konkurencji i zakazie praktyk ograniczających konkurencję.
2. Zabronione jest w szczególności:
 - a) zawieranie formalnych lub nieformalnych porozumień z konkurentami mających na celu lub skutek ograniczenie konkurencji (np. zmywy cenowe, podział rynku, uzgadnianie warunków ofert),
 - b) wymiana z konkurentami informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa, w szczególności dotyczących cen, marż, polityki rabatowej, planów inwestycyjnych, danych o klientach,
 - c) nadużywanie pozycji rynkowej, jeżeli Spółka taką pozycję posiada,
 - d) świadome korzystanie z poufnych informacji uzyskanych od konkurentów w sposób nieuprawniony.

3. Uczestnicząc w spotkaniach branżowych lub organizacjach zrzeszających przedsiębiorców pracownicy są zobowiązani zachować szczególną ostrożność i przerwać udział w rozmowach, które mogą mieć charakter antykonkurencyjny, dokumentując ten fakt i informując przełożonego.

8. Polityka „zero tolerancji” dla korupcji i nadużyć

1. Spółka stosuje zasadę **zerowej tolerancji** dla wszystkich form korupcji i nadużyć, niezależnie od ich skali, formy oraz miejsca wystąpienia.
2. Zabronione jest w szczególności:
 - a) oferowanie, obiecywanie, wręczanie lub przyjmowanie jakichkolwiek korzyści majątkowych lub osobistych w zamian za działanie lub zaniechanie stanowiące naruszenie obowiązków służbowych lub mające na celu wywarcie wpływu na decyzję,
 - b) oferowanie lub przyjmowanie „prowizji” lub „wynagrodzeń sukces fee” służących zamaskowaniu łapówki,
 - c) finansowanie, zlecenie lub tolerowanie działań osób trzecich, które w imieniu lub na rzecz Spółki dopuszczają się praktyk korupcyjnych.
3. Szczególną ostrożność należy zachować przy kontaktach z osobami pełniącymi funkcje publiczne lub pracownikami jednostek sektora finansów publicznych, niedopuszczalne jest oferowanie im korzyści mogących być postrzeganymi jako próba wywarcia wpływu na ich decyzje.
4. Naruszenie zasad antykorupcyjnych stanowi ciężkie naruszenie podstawowych obowiązków i może skutkować rozwiązaniem współpracy oraz zawiadomieniem organów ścigania.

9. Prezenty, gościnność i inne korzyści

1. Pracownikom oraz przedstawicielom Spółki nie wolno:
 - a) domagać się prezentów, korzyści lub zaproszeń o charakterze osobistym,
 - b) przyjmować lub wręczać świadczeń, które mogłyby zostać uznane za próbę wywarcia wpływu na bezstronność decyzji.
2. Dopuszczalne są:
 - a) drobne upominki o wartości symbolicznej, typowo reklamowej, zgodnej z praktyką rynkową,
 - b) zwyczajowe poczęstunki i zaproszenia o umiarkowanym charakterze, bez przesadnej wartości, związane z relacjami biznesowymi.
3. Prezenty i zaproszenia:
 - a) nie mogą mieć formy gotówki ani jej ekwiwalentu (bony, karty przedpłacone, kryptowaluty itp.),
 - b) nie mogą być przyjmowane/udzielane w czasie trwających negocjacji lub postępowań przetargowych, jeżeli mogłyby to budzić wątpliwości co do bezstronności.

4. W przypadku wątpliwości co do dopuszczalności przyjęcia lub wręczenia prezentu pracownik jest zobowiązany skonsultować się z przełożonym lub wyznaczoną osobą ds. compliance.

10. Transparentność działań i przeciwdziałanie praniu pieniędzy

1. Spółka współpracuje wyłącznie z podmiotami o niebudzącej wątpliwości reputacji, dążąc do identyfikacji beneficjentów rzeczywistych oraz źródeł pochodzenia środków.
2. Zabronione jest uczestniczenie w transakcjach, które mogą mieć na celu pranie pieniędzy, finansowanie terroryzmu lub inne nadużycia.
3. Wszelkie płatności powinny być dokonywane wyłącznie na podstawie prawidłowo udokumentowanych transakcji i na rachunki bankowe wskazane w umowach lub oficjalnych dokumentach kontrahenta.

IV. Konflikt interesów

11. Pojęcie konfliktu interesów

1. Konflikt interesów zachodzi w sytuacji, gdy interes osobisty pracownika, członka organu lub Partnera biznesowego może pozostawać w sprzeczności z interesem Spółki lub wywoływać wrażenie takiej sprzeczności.
2. Do sytuacji szczególnego ryzyka należą m.in.:
 - a) zaangażowanie finansowe lub osobiste w działalność konkurencyjną,
 - b) prowadzenie działalności gospodarczej kolidującej z interesami Spółki,
 - c) udział w podejmowaniu decyzji dotyczących podmiotów powiązanych rodzinnie lub kapitałowo,
 - d) wykonywanie czynności na rzecz kontrahenta Spółki przy jednoczesnym udziale w decyzjach dotyczących tego kontrahenta.

12. Zasady postępowania w przypadku konfliktu interesów

1. Osoby objęte Kodeksem mają obowiązek:
 - a) unikać sytuacji konfliktu interesów,
 - b) niezwłocznie ujawniać przełożonemu lub właściwemu organowi wszelkie istniejące lub potencjalne konflikty interesów,
 - c) powstrzymać się od podejmowania decyzji lub udziału w procesie decyzyjnym w sprawach, w których występuje konflikt interesów do czasu rozstrzygnięcia tej sytuacji.
2. Członkowie organów Spółki ujawniają konflikty interesów zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych oraz regulacjami wewnętrznymi.

V. Relacje z klientami, kontrahentami i otoczeniem

13. Relacje z klientami

1. Klienci są traktowani w sposób uczciwy, rzetelny i niedyskryminujący.
2. Pracownicy są zobowiązani:

- a) zapewniać klientom rzetelną, kompletną i zrozumiałą informację,
- b) nie składać obietnic niemożliwych do spełnienia, w szczególności co do parametrów świadczonych usług, terminów i cen,
- c) dotrzymywać przyjętych zobowiązań umownych,
- d) reagować na skargi i reklamacje w sposób profesjonalny oraz w rozsądnym terminie.

14. Relacje z kontrahentami i dostawcami

1. Wybór kontrahentów i dostawców następuje w oparciu o obiektywne kryteria, takie jak cena, jakość, terminowość, rzetelność, wiarygodność oraz zgodność z zasadami etycznymi.
2. Zabronione jest faworyzowanie jakiegokolwiek kontrahenta ze względów osobistych.
3. Spółka dąży do budowania długotrwałych relacji opartych na wzajemnym szacunku, przejrzystości i terminowym regulowaniu zobowiązań.

15. Relacje z organami i administracją publiczną

1. Kontakty z organami administracji publicznej, organami nadzoru i kontroli prowadzone są w sposób zgodny z prawem, transparentny i rzetelny.
2. Spółka udziela organom wymaganych informacji w granicach przepisów, zachowując poufność tajemnic prawnie chronionych.
3. Niedopuszczalne jest jakiegokolwiek wywieranie niedozwolonego wpływu na decyzje organów, w szczególności poprzez korzyści majątkowe, obietnice zatrudnienia czy inne formy nacisku.

VI. Ochrona majątku, informacji i danych osobowych

16. Majątek Spółki

1. Majątek Spółki, w tym środki finansowe, sprzęt, materiały, pojazdy, programy komputerowe, prawa własności intelektualnej oraz know-how, powinien być wykorzystywany wyłącznie do celów służbowych, chyba że Spółka wyraźnie postanowi inaczej.
2. Pracownicy oraz Partnerzy biznesowi są zobowiązani chronić majątek przed utratą, uszkodzeniem, zniszczeniem, kradzieżą oraz niewłaściwym użyciem.
3. Zabronione jest wykorzystywanie majątku Spółki do prywatnych celów zarobkowych.

17. Tajemnica przedsiębiorstwa i poufność informacji

1. Informacje niepubliczne dotyczące Spółki, jej klientów i kontrahentów stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa i podlegają ochronie.
2. Zabronione jest ujawnianie osobom nieuprawnionym:
 - a) informacji handlowych (w tym danych o klientach, cenników, strategii sprzedażowych),
 - b) informacji finansowych i organizacyjnych,

- c) danych technicznych, technologicznych i know-how,
 - d) innych informacji, które mogłyby narazić Spółkę lub jej kontrahentów na szkodę.
3. Obowiązek zachowania poufności trwa również po zakończeniu współpracy ze Spółką.

18. Ochrona danych osobowych

1. Spółka przetwarza dane osobowe zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności z przepisami RODO oraz ustawą o ochronie danych osobowych.
2. Osoby, które w ramach obowiązków służbowych mają dostęp do danych osobowych, są zobowiązane do:
 - a) przetwarzania danych zgodnie z nadanymi upoważnieniami i poleceniami administratora,
 - b) podejmowania środków mających na celu zapewnienie poufności, integralności i dostępności danych,
 - c) nieujawniania danych osobom nieupoważnionym oraz do bezpiecznego ich przechowywania.
3. Naruszenia ochrony danych osobowych należy niezwłocznie zgłaszać zgodnie z obowiązującymi w Spółce procedurami.

19. Korzystanie z systemów IT, poczty elektronicznej i Internetu

1. Systemy informatyczne, poczta elektroniczna oraz dostęp do Internetu służą przede wszystkim do wykonywania obowiązków służbowych.
2. Zabronione jest wykorzystywanie systemów IT Spółki do:
 - a) działań niezgodnych z prawem,
 - b) rozpowszechniania treści obraźliwych, dyskryminujących lub naruszających dobra osobiste innych osób,
 - c) instalowania nielegalnego oprogramowania lub omijania zabezpieczeń.
3. Spółka może, z poszanowaniem przepisów prawa, monitorować korzystanie z systemów IT w celu ochrony swoich uzasadnionych interesów.

VII. Poszanowanie pracownika i środowiska pracy

20. Równe traktowanie i brak dyskryminacji

1. Spółka zapewnia równe traktowanie pracowników w zatrudnieniu, w szczególności w zakresie nawiązywania i rozwiązywania stosunku pracy, warunków zatrudnienia, awansowania oraz dostępu do szkoleń.
2. Niedopuszczalna jest jakakolwiek dyskryminacja ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, pochodzenie etniczne, narodowość, wyznanie, światopogląd, orientację seksualną, poglądy polityczne, przynależność związkową lub inne kryteria niezwiązane z wykonywaną pracą.

21. Mobbing, molestowanie i nękanie

1. Spółka nie toleruje mobbingu, molestowania seksualnego ani żadnych form nękania lub przemocy psychicznej lub fizycznej.
2. Pracownicy są zobowiązani do reagowania na przypadki naruszania godności innych osób, w tym poprzez zgłaszanie takich zachowań odpowiednim osobom lub organom w Spółce.

22. Bezpieczeństwo i higiena pracy

1. Spółka prowadzi działania z uwzględnieniem wymogów BHP i dąży do zapewnienia bezpiecznego i higienicznego środowiska pracy.
2. Każdy pracownik ma obowiązek:
 - a) przestrzegać przepisów i zasad BHP,
 - b) korzystać z przewidzianych środków ochrony indywidualnej,
 - c) niezwłocznie zgłaszać zagrożenia oraz wypadki przy pracy,
 - d) powstrzymać się od pracy w stanie po użyciu alkoholu lub innych środków odurzających.
3. Zakazane jest posiadanie, spożywanie, rozprowadzanie alkoholu (z wyjątkiem incydentalnych, zatwierdzonych sytuacji) oraz jakichkolwiek środków odurzających na terenie Spółki.

23. Relacje wewnętrzne i kultura organizacyjna

1. Wzajemne relacje w Spółce powinny opierać się na szacunku, uczciwości, lojalności i współpracy.
2. Przełożeni pełnią szczególną rolę wzoru postępowania i są odpowiedzialni za promowanie kultury zgodności z prawem i Kodeksem.
3. Konflikty należy rozwiązywać w sposób rzeczowy, z poszanowaniem godności wszystkich stron.

VIII. Odpowiedzialność społeczna i ochrona środowiska

24. Odpowiedzialność społeczna

1. Spółka jest świadoma swojej roli w środowisku lokalnym i dąży do budowania relacji z otoczeniem, opartych na zaufaniu i wzajemnym szacunku.
2. Spółka może wspierać inicjatywy społeczne, edukacyjne, kulturalne czy charytatywne, z zachowaniem przejrzystości i zgodności z prawem.
3. Działalność sponsoringowa nie może stanowić formy obejścia zakazu korupcji lub prób wywierania niedozwolonego wpływu na decyzje osób pełniących funkcje publiczne.

25. Ochrona środowiska

1. Spółka dąży do ograniczania negatywnego wpływu swojej działalności na środowisko naturalne.
2. W miarę możliwości Spółka:

- a) racjonalnie gospodaruje zasobami (energia, woda, surowce),
 - b) minimalizuje wytwarzanie odpadów i zapewnia ich właściwą utylizację,
 - c) przestrzega przepisów dotyczących ochrony środowiska oraz zaleceń organów właściwych w tym zakresie.
-

IX. Zgłaszanie naruszeń (whistleblowing) i sankcje

26. Obowiązek reagowania i zgłaszania naruszeń

1. Każda osoba objęta Kodeksem, która poweźmie uzasadnione podejrzenie naruszenia przepisów prawa, niniejszego Kodeksu lub obowiązujących procedur wewnętrznych, powinna niezwłocznie zgłosić ten fakt:
 - a) swojemu bezpośredniemu przełożonemu,
 - b) wyznaczonej osobie ds. compliance,
 - c) członkowi Zarządu odpowiedzialnemu za obszar zgodności,
 - d) lub za pośrednictwem dedykowanego kanału zgłoszeń, jeżeli został ustanowiony (np. skrzynka e-mail, system zgłoszeń wewnętrznych).
2. Dopuszcza się zgłoszenia imienne oraz zgłoszenia anonimowe.

27. Ochrona zgłaszających

1. Spółka nie dopuszcza do stosowania wobec osób zgłaszających w dobrej wierze potencjalne lub rzeczywiste naruszenia – jakichkolwiek działań odwetowych (w szczególności rozwiązania umowy, degradacji, szykanowania, wykluczenia).
2. Tożsamość osoby dokonującej zgłoszenia oraz treść zgłoszenia podlegają ochronie, stosownie do obowiązujących przepisów prawa i regulacji wewnętrznych.
3. Zgłoszenia dokonywane w złej wierze, świadomie fałszywe, mogą skutkować odpowiedzialnością dyscyplinarną osoby zgłaszającej.

28. Konsekwencje naruszeń Kodeksu

1. Naruszenie Kodeksu może skutkować zastosowaniem środków przewidzianych prawem oraz regulacjami wewnętrznymi, w tym:
 - a) sankcji dyscyplinarnych,
 - b) rozwiązania umowy o pracę lub współpracy,
 - c) dochodzenia odszkodowania za wyrządzoną szkodę,
 - d) zawiadomienia właściwych organów państwowych (prokuratury, organów nadzoru itp.).
2. Ocena naruszenia oraz wybór sankcji następuje z uwzględnieniem jego wagi, skutków, stopnia zawinienia oraz dotychczasowej postawy danej osoby.

X. Postanowienia końcowe

29. Szkolenia i upowszechnianie Kodeksu

1. Kodeks jest publikowany w sposób zapewniający dostęp wszystkim osobom objętym jego zakresem, w szczególności poprzez udostępnienie w siedzibie Spółki oraz w systemach wewnętrznych (np. intranecie).
2. Nowozatrudnieni pracownicy oraz nowi Partnerzy biznesowi powinni zostać zapoznani z Kodeksem przed rozpoczęciem wykonywania obowiązków.
3. Spółka może prowadzić cykliczne szkolenia z zakresu Kodeksu i compliance.

30. Zmiany Kodeksu

1. Kodeks może być zmieniany uchwałą właściwego organu Spółki.
2. Zmiany wchodzi w życie z dniem wskazanym w treści uchwały i są niezwłocznie komunikowane osobom objętym Kodeksem.

31. Wejście w życie

1. Kodeks wchodzi w życie z dniem 13.03.2026 na mocy uchwały nr 3/2026 Zarządu Spółki.
2. Z dniem wejścia w życie Kodeksu traci moc wszelka wcześniejsza dokumentacja Spółki regulująca zasady etyczne w zakresie, w jakim jest sprzeczna z niniejszym Kodeksem.