ZASADY LPP

PRZEWODNIK DLA PRACOWNIKÓW

LPP

SPIS TREŚCI

I. WPROWADZENIE **4**
Kogo dotyczy ten dokument i opisane w nim zasady? 4

II. JACY JESTEŚMY? **5**
Nasze wartości 5
Naszych pięć naczelnych zasad 6
Siedem pomocnych pytań 6
Kto pyta, nie błądzi – zawsze możesz wpaść na kawę, by porozmawiać z rzecznikiem etyki 6

III. NASZE ZASADY W MIEJSCU PRACY **7**
3.1 Szacunek do współpracowników i przeciwdziałanie mobbingowi 7
3.2 Różnorodność i równość szans 7
3.3 Zatrudnianie członków rodziny a relacje w pracy 8
3.4 Podróże służbowe 8
3.5 Ochrona środowiska 9
3.6 Rozstrzyganie sporów w miejscu pracy 9

IV. JAK PRZECIWDZIAŁAMY KONFLIKTOM INTERESÓW? **10**
Czym jest konflikt interesów? 10
4.1 Praca dla innych podmiotów wykonywana przez pracowników LPP 10
4.2 Użytkowanie sprzętu elektronicznego i oprogramowania należącego do firmy 11
4.3 Stanowiska pracowników i menedżerów LPP w innych firmach i organizacjach 11
4.4 Aktywność polityczna w miejscu pracy i poza nią 12

V. INFORMACJE POUFNE **13**
5.1 Jakie dane jesteśmy zobowiązani traktować jako poufne? 13
5.2 Informacje poufne a komunikacja między markami 13

VI. NASZE RELACJE Z OTOCZENIEM BIZNESOWYM I KLIENTAMI **14**
6.1 Zasady uczciwej konkurencji 14
6.2 Transparentne zasady polityki zakupowej 14
6.3 Szacunek do różnic kulturowych 15
6.4 Przyjmowanie upominków 16
6.5 Klienci i nasze relacje z nimi 17

VII. KOMUNIKACJA ZEWNĘTRZNA I ETYKA REKLAMY **18**
7.1 Etyka reklamy 18
7.2 Zasady wypowiadania się w imieniu firmy 18
7.3 Wypowiedzi pracowników w mediach społecznościowych 18

VIII. JAK MOŻESZ ZGŁOSIĆ EWENTUALNE NIEPRAWIDŁOWOŚCI? **20**

IX. Z KIM MOŻESZ WYJAŚNIĆ WĄTPLIWOŚCI? **22**

X. KIM JEST RZECZNIK ETYKI LPP **22**

Na każdym etapie rozwoju naszej firmy chcemy dbać o jej wyjątkową atmosferę i podejście do pracy. To nasze wyróżniki.

Nasze sukcesy są możliwe m.in. dzięki temu, że jesteśmy zgranym, ambitnym i skutecznym zespołem, który ceni zawodowe wyzwania. Wspólnym mianownikiem kultury LPP są wyznawane przez nas wartości zebrane w wieloznaczny akronim FAST. Naszą siłą jest to, że pracujemy w firmie rodzinnej – właściciele znają osobiście pracowników, są z pracownikami na „ty" i pracują z nimi przy jednym biurku.

Ważne jest dla nas, CO robimy, ale też JAK i W JAKIM STYLU to robimy. Przypominając o kilku fundamentalnych dla nas zasadach, które określają, jaką firmą jesteśmy i o co dbamy, chcemy tym przewodnikiem ułatwić Wam codzienne działania i podejmowanie właściwych decyzji.

Znajdziecie tutaj zasady i praktyczne rady. Część z nich jest uszczegółowiona, inne mają bardziej ogólny charakter. Łączy je jedno – mają wpływ na to, jak pracujemy i na efekty naszej pracy dziś i w przyszłości.

Liczę na to, że każdy obecny i przyszły pracownik LPP będzie je znał i się z nimi utożsamiał.

Marek Piechocki

I. WPROWADZENIE

KOGO DOTYCZY TEN DOKUMENT I OPISANE W NIM ZASADY?

„Zasady LPP – przewodnik dla pracowników" to dokument, który dotyczy i obowiązuje pracowników **każdego szczebla**. Każdy z nas ma obowiązek zapoznania się z tym dokumentem i przestrzegania określonych w nim zasad.

Nasze naczelne zasady określone w pierwszej części tego „Przewodnika" obowiązują również wszystkie osoby świadczące pracę w naszym imieniu na podstawie umów innych niż umowa o pracę z LPP.

JAK SIĘ NIM POSŁUGIWAĆ?

Celem „Przewodnika" jest dbałość o spójność naszych zasad i praktyczne ułatwienie codziennego działania pracownikom LPP.

Każdy z nas:	Jeżeli jesteś menedżerem, powinnaś/powinieneś dodatkowo:
• Jest zobowiązany do zapoznania się z treścią „Przewodnika" i do przestrzegania jego zasad. • Powinien we wszystkich swoich działaniach stawiać sobie pytanie, czy są one zgodne z naczelnymi zasadami LPP • Gdy pojawią się wątpliwości dotyczące zasad określonych w „Przewodniku" powinniśmy odważnie omawiać je: - ze swoimi bezpośrednimi przełożonymi - z rzecznikiem etyki • Mamy też obowiązek zgłaszania sytuacji łamania określonych w tym dokumencie zasad swojemu bezpośredniemu przełożonemu i/lub rzecznikowi etyki.	• Zadbać o to, aby każdy członek Twojego zespołu/każdy podwładny zapoznał się z tym „Przewodnikiem" • Zwrócić szczególną uwagę na to, czy „Przewodnik" został przekazany każdemu nowemu pracownikowi w zarządzanym przez Ciebie zespole • Na bieżąco korzystać z „Przewodnika" i monitorować na ile działania zarządzanego przez Ciebie zespołu są zgodne z określonymi w „Przewodniku" zasadami • Przypominać minimum raz w roku swoim pracownikom zasady określone w „Przewodniku" • Raz w roku pytać swoich pracowników, czy pojawiły się sytuacje lub wątpliwości dotyczące zasad postępowania w firmie, które warto wyjaśnić i dodać do treści „Przewodnika".

II. JACY JESTEŚMY?

W osiąganiu sukcesów chcemy być zawsze fair, działać ambitnie, skutecznie i z klasą.

Codziennie udowadniamy, że firmy z polskimi korzeniami potrafią dokonać wspaniałych rzeczy.

Jesteśmy firmą rodzinną, która ma długofalową perspektywę rozwoju, stawia na swoich utalentowanych menedżerów i pracowników, dba o potrzeby klientów i inwestorów, o oparte na faktach zaufanie i wiarygodność w ich oczach.

MISJA
Pomagamy naszym klientom w wyrażaniu emocji i spełnianiu marzeń poprzez ich wygląd.

WIZJA
Pasja napędza nasze działanie, sprawiając, że stajemy się najlepszą firmą odzieżową na świecie.

NASZE WARTOŚCI

F

FIRE-FUELLED

Rozpala nas wewnętrzny ogień. Jesteśmy pełni energii. Naszą pasją jest nasz biznes, nasze marki i nasi klienci. Jesteśmy dumni z bycia częścią LPP.

A

AMBITION-DRIVEN

Ambicja napędza nas w działaniu. Szukamy wciąż nowych wyzwań i dążymy do tego, by być najlepsi. Mamy odwagę sięgać po więcej.

S

SOCIALLY RESPONSIBLE

Jesteśmy odpowiedzialni za to, co robimy. Dbamy o nasze bliższe i dalsze otoczenie. Wspieramy pracowników i partnerów. Wsłuchujemy się w ich potrzeby, by działać w zgodzie z naturą.

T

TEAM-ORIENTED

Jako zespół jesteśmy największą siłą. Zdanie każdego członka naszego zespołu jest tak samo ważne. Traktujemy wszystkich tak, jak chcielibyśmy być sami potraktowani. Uczciwość, szacunek, sprawiedliwość i tolerancja to nasze drogowskazy do działania.

NASZYCH PIĘĆ NACZELNYCH ZASAD

Jeżeli jesteś częścią naszego zespołu, we wszystkich swoich działaniach pamiętaj, że:

1. Dbamy o rozwój i dobre imię naszej firmy.
2. Zawsze stosujemy zasadę szacunku dla drugiego człowieka.
   ETHICAL CODE ważniejszy od DRESS CODE – jesteśmy FAIR w stosunku do siebie i innych.
3. Przestrzegamy zasad prawa krajowego i międzynarodowego.
4. Dążymy do pozytywnego wpływu naszych działań na ludzi, gospodarkę i środowisko.
5. Nie akceptujemy łamania praw człowieka w miejscu pracy i poza nim.

Nigdy nie zmuszaj ani nie zachęcaj żadnego innego pracownika LPP do działania wbrew powyższym pięciu naczelnym zasadom, nawet jeżeli złamanie tych zasad mogłoby przynieść naszej firmie korzyści biznesowe. Pamiętaj o tym szczególnie, jeżeli pełnisz jakąkolwiek rolę kierowniczą w naszej firmie.

SIEDEM POMOCNYCH PYTAŃ

Jeżeli masz wątpliwości, czy to co robisz jest słuszne, zadaj sobie następujące pytania:

W pierwszej kolejności przemyśl:

1. Czy Twoja decyzja/Twoje postępowanie łamie którąkolwiek z pięciu naczelnych zasad LPP?
2. Czy Twoja decyzja/Twoje postępowanie mogłoby zostać odebrane jako nieetyczne i/lub jako działanie w złej wierze?
3. Czy Twoja decyzja/Twoje postępowanie może przynieść straty finansowe LPP?
4. Czy Twoja decyzja/Twoje postępowanie może przynieść uszczerbek na reputacji LPP?

Jeżeli nadal masz wątpliwości:

5. Czy wstydziłbyś/wstydziłabyś się tego działania/takiego postępowania, gdyby dowiedziały się o nim osoby, na których szacunku szczególnie Ci zależy?
6. Czy byłabyś/byłbyś dumna/dumny z tej decyzji/takiego postępowania, gdybyś miała/miał go przedstawić w ramach wymiany dobrych praktyk w naszej firmie lub na forum zewnętrznym?
7. Czy chciałbyś/chciałabyś, aby inni zachowali się w ten sposób w stosunku do Ciebie / w relacjach z Tobą?

KTO PYTA, NIE BŁĄDZI – ZAWSZE MOŻESZ WPAŚĆ NA KAWĘ, BY POROZMAWIAĆ Z RZECZNIKIEM ETYKI

Pamiętaj, że zawsze możesz zgłosić jednemu z rzeczników etyki wszelkie swoje wątpliwości czy porozmawiać o każdym temacie związanym z przewodnikiem po zasadach LPP, który chciałbyś lepiej zrozumieć. Nikt poza Wami nie dowie się o Waszej rozmowie, chyba że sam zadecydujesz inaczej i wyraźnie zaznaczysz, że rzecznik może przekazać informację też innej osobie.
Kontakt do Rzeczników: ethics@lppsa.com

III. NASZE ZASADY W MIEJSCU PRACY

Tworzymy przyjazne miejsce pracy, w którym wzajemnie się inspirujemy i wspieramy w ambitnym rozwoju nas samych i naszej firmy.

3.1 SZACUNEK DO WSPÓŁPRACOWNIKÓW I PRZECIWDZIAŁANIE MOBBINGOWI

1. Zasadą, o której pamiętamy każdego dnia i na każdym etapie wykonywania naszej pracy, jest zasada szacunku do drugiego człowieka. W praktyce oznacza to m.in., że staramy się zachowywać wobec naszych współpracowników, podwładnych i przełożonych w sposób, w jaki sami chcielibyśmy być traktowani przez innych – z szacunkiem i życzliwością.

2. W naszej pracy nie akceptujemy łamania prawa, w tym łamania praw człowieka.

3. Nie tolerujemy również żadnego działania w złej wierze, przez które mogliby ucierpieć nasi współpracownicy lub cała firma – jej dobro i reputacja.

4. W LPP nie ma przyzwolenia na mobbing i nękanie pracowników. Każde zgłoszone nieprawidłowości w tym zakresie będą starannie i z dużą uwagą analizowane, przy zachowaniu zasady bezpieczeństwa i anonimowości osoby zgłaszającej taką nieprawidłowość.

5. Potwierdzone sytuacje mobbingu czy też nękania współpracownika, podwładnego lub przełożonego w miejscu pracy będą niosły za sobą surowe konsekwencje. W podejmowaniu decyzji o charakterze takich konsekwencji będzie brał udział Dział HR.

Mobbing: prawo działania lub zachowania dotyczące pracownika lub skierowane przeciwko pracownikowi, polegające na uporczywym i długotrwałym nękaniu go lub zastraszaniu.

3.2 RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ SZANS

1. Cenimy różnorodność w naszym miejscu pracy. LPP daje równe szanse wszystkim pracownikom i ocenia ich pracę wyłącznie w profesjonalny sposób, analizując ich dokonania i postawę w pracy. DIVERSITY jest wartością dodaną.

2. Nie akceptujemy żadnych form dyskryminacji w miejscu pracy (np. ze względu na płeć, wiek, nie-pełnosprawność i stan zdrowia, narodowość, światopogląd czy przekonania religijne) począwszy od etapu rekrutacji poprzez cały okres współpracy z pracownikami, poziom wynagrodzeń, decyzje dotyczące awansów i rozwoju ścieżek kariery.

3.3 ZATRUDNIANIE CZŁONKÓW RODZINY A RELACJE W PRACY

1. Jesteśmy firmą rodzinną, skupiającą wielu utalentowanych ludzi i naturalne jest dla nas, że część z nich może być ze sobą w bliskich relacjach. Zależy nam jednak, aby nie wpływało to na relacje zawodowe w żaden niewłaściwy sposób.

2. Wszelkie sytuacje występowania relacji przełożony-podwładny oraz innych zależności w procesie decyzyjnym, pomiędzy nami a bliskimi nam osobami, zgłaszamy w pierwszej kolejności dyrektorowi działu.

3. Dyrektor działu jest zobowiązany zgłaszać obecne lub potencjalne sytuacje tego typu działowi HR. Dział HR w niektórych sytuacjach, w uzgodnieniu z dyrektorem działu, może zaproponować osobom spokrewnionym takie stanowiska pracy w naszej firmie, które nie będą łączyły ich w bezpośredniej relacji przełożony-podwładny lub innej zależności.

4. Relacje pokrewieństwa lub bliskie relacje osobiste nie mogą mieć wpływu na podejmowane w trakcie wykonywania przez nas pracy decyzje merytoryczne, np. dotyczące wyboru projektu czy usługi, którą wykonała bliska nam osoba.

Czym jest bliska relacja? Bliską relacją jest pokrewieństwo oraz formalne i nieformalne związki o charakterze intymnym. Trzeba je zgłosić dyrektorowi działu, gdy dwie osoby łączy zależność służbowa.

Przykład **Twój bliski przyjaciel z innego działu przygotował projekt grafiki dla naszej firmy. Jest to jeden z kilku branych pod uwagę projektów. Wybierz właściwą ścieżkę postępowania:**

A. Zgłaszasz dyrektorowi działu, że wśród ocenianych projektów jest projekt przygotowany przez Twojego bliskiego przyjaciela i w związku z tym nie możesz brać udziału w procesie decydowania o wyborze projektu.

B. Zgłaszasz dyrektorowi działu i/lub zespołowi Twoich współpracowników, że wśród ocenianych projektów jest projekt przygotowany przez Twojego bliskiego przyjaciela i że w związku z tym nie możesz być jedyną osobą podejmującą decyzję. Prosisz o to, by decyzję podejmowała z Tobą jeszcze jedna osoba z zespołu.

C. Umawiasz się ze swoim przyjacielem, że Twoja decyzja będzie w 100% obiektywna i starasz się tego trzymać. Podejmujesz decyzje tak jak we wszystkich innych sytuacjach, nikomu niczego nie zgłaszasz.

Właściwa odpowiedź: A. Do dyrektora działu należy decyzja, czy i na jakich zasadach możesz w takiej sytuacji brać udział w decyzji o wyborze projektu.

5. Nie wiesz jak postąpić? Wszelkie wątpliwości lub ewentualne nieprawidłowości związane z relacjami prywatnymi pracowników i współpracowników LPP, możesz zgłaszać Twojemu bezpośredniemu przełożonemu, działowi HR lub rzecznikowi etyki.

3.4 PODRÓŻE SŁUŻBOWE

1. W trakcie wyjazdów służbowych zawsze dbamy o dobre imię naszej firmy.

2. Nie przyjmujemy zaproszeń na spotkania, szkolenia, koncerty ani innego typu wydarzenia, które noszą znamiona przekupstwa i nieuczciwych metod wywierania wpływu na nasze decyzje biznesowe.

Przykład **Planując delegację masz do wyboru:**

A. lot samolotem, który potrwa 2 godziny, ale jest droższy od podróży pociągiem,

B. dłuższy o 5 godzin, ale znacznie tańszy przejazd pociągiem.

C. Umawiasz się ze swoim przyjacielem, że Twoja decyzja będzie w 100% obiektywna i starasz się tego trzymać. Podejmujesz decyzje tak jak we wszystkich innych sytuacjach, nikomu niczego nie zgłaszasz.

Wybierz tę opcję, która pozwoli Ci dobrze zagospodarować budżet i czas na podróż. Jeżeli przez tańszą podróż pociągiem będziesz musiał zadbać o dodatkowy nocleg (Twoja podróż będzie przecież dłuższa) albo będziesz bardzo zmęczony, a więc i rozkojarzony, na spotkaniu biznesowym, to rozsądniejszą i bardziej korzystną opcją będzie Twoja podróż samolotem.

3. Planując wyjazd służbowy, w tym wybierając środki transportu i decydując o wszelkich wydatkach, działamy uczciwie wobec firmy i w rozsądny sposób. Wybieramy najbardziej optymalne rozwiązania z punktu widzenia kosztów, czasu i efektów.

4. Możemy łączyć podróże służbowe z prywatnymi i np. przedłużać czas delegacji służbowej o dni urlopu po zakończeniu delegacji, pod warunkiem, że:
   a. sytuacja taka nie wpływa negatywnie na jakość naszej pracy w trakcie podróży służbowej,
   b. nie generuje to dodatkowych kosztów dla LPP,
   c. nasz/a przełożony/a wyrazi na to zgodę.

5. Planując i rozliczając podróże służbowe stosuj określone w odrębnej Polityce Podróży zasady rozliczania delegacji. Znajdziesz ją w intranecie naszej firmy.

3.5 OCHRONA ŚRODOWISKA

1. Pracując w naszej firmie zwracamy uwagę, jak nasze decyzje i codzienne przyzwyczajenia wpływają na stan środowiska naturalnego. To jest fair wobec przyrody i wobec nas samych.

2. Nie marnujemy niepotrzebnie wody, energii ani żadnych innych zasobów naturalnych. Staramy się też minimalizować ilość produkowanych przez nas odpadów.

Co możesz zrobić? Wyłączaj komputer i listwę komputerową na koniec dnia pracy, drukuj dwustronnie, używaj wielorazowych kubków, jadąc na spotkanie służbowe weź z kolegą jeden samochód...to małe rzeczy, które dają dużą zmianę.

3.6 ROZSTRZYGANIE SPORÓW W MIEJSCU PRACY

1. Różnice zdań i spory zdarzają się wszędzie, to naturalne, bo mamy prawo się różnić. Spory rozstrzygamy z osobami zainteresowanymi, ponieważ jesteśmy organizacją otwartą i staramy się komunikować bezpośrednio. Staramy się zrozumieć perspektywę drugiej strony - dlaczego tak myśli, dlaczego tak postępuje. Gdy wyczerpiemy tę ścieżkę, angażujemy bezpośrednich przełożonych.

2. Wszelkie nieprawidłowości i poważne spory związane z relacjami w miejscu pracy, których nie udaje się nam rozstrzygnąć w powyższy sposób, możesz zgłosić działowi HR i/lub rzecznikowi etyki.

IV. JAK PRZECIWDZIAŁAMY KONFLIKTOM INTERESÓW?

Patrząc razem w jedno stronę najlepiej unikniemy konfliktów.

CZYM JEST KONFLIKT INTERESÓW?

Konflikt interesów to sytuacja, w której osobiste interesy Twoje, innego pracownika LPP lub firm/instytucji/organizacji stoją w sprzeczności z interesami LPP lub istnieje ryzyko, że do takiej sytuacji może dojść.

Przykłady konfliktów:
- Projektant pracujący w LPP tworzy jednocześnie projekty odzieży dla małej polskiej marki odzieżowej.
- W przetargu dla LPP bierze udział firma prowadzona przez siostrę menedżera pracującego w dziale zakupów LPP.

Powinniśmy zdecydowanie unikać wszelkich konfliktu interesów. Jeżeli jednak w Twojej pracy wystąpi konflikt interesów lub jego duże ryzyko, masz obowiązek poinformować o tym dyrektora działu.

4.1 PRACA DLA INNYCH PODMIOTÓW WYKONYWANA PRZEZ PRACOWNIKÓW LPP

1. Jeżeli jesteś zatrudniony w LPP na umowę o pracę, możesz w okresie zatrudnienia w naszej firmie świadczyć odpłatną pracę i/lub wykonywać zlecenia dla innych niż LPP podmiotów, jeżeli:
   a. nie są one świadczone na rzecz konkurencji LPP i nie są zbieżne z Twoim stanowiskiem pracy,
   b. zgodę, na piśmie, wyraził Twój dyrektor działu lub członek Zarządu LPP.

   UWAGA Zgoda nie jest wymaga w przypadku prac dorywczych, krótkoterminowych, drobnych zleceń, nie wykonywanych w trybie ciągłym.

2. Możesz też prowadzić własną działalność gospodarczą, niekonkurencyjną dla LPP, jesteś jednak zobowiązany zgłosić to dyrektorowi działu i otrzymać zgodę na piśmie.

3. Jeżeli jesteś przełożonym, powinieneś przekazać informacje o wyżej wymienionych sytuacjach działowi kadr.

4. Wykonywane przez nas prace/zlecenia dla innych podmiotów nie mogą być wykonywane w czasie godzin pracy dla LPP, nie mogą wykorzystywać oprogramowania i/lub innych zasobów LPP ani żadnych danych wewnętrznych LPP, w szczególności danych niejawnych i wrażliwych.

Przykład 1 **Jestem grafikiem w LPP. Zaproszono mnie do opracowania projektów graficznych materiałów promujących kawiarnię moich znajomych. Czy mogę przyjąć to zlecenie?**

A. Tak, jeżeli jest to jednorazowe, krótkie zlecenie, możesz to zrobić bez zgody przełożonego. Jeśli będziesz na stałe obsługiwać kawiarnię w zakresie wsparcia graficznego, możesz to zrobić pod warunkiem, że wcześniej zgłosiłeś to dyrektorowi działu, a on wyraził na to zgodę. Pamiętaj, że to zlecenie możesz wykonywać tylko poza godzinami pracy w LPP i nie możesz wykorzystywać w tym celu sprzętu lub oprogramowania należącego do LPP.

B. Tak, ponieważ nie jest to zlecenie dla konkurencji LPP. Możesz sam zdecydować o tym, nawet jeśli docelowo będziesz przygotowywać codziennie projekty menu kawiarni.

Właściwa odpowiedź: A. Ważną zasadą, o której powinieneś pamiętać, jest Twoje zaangażowanie. Na pracę odpłatną, wykonywaną w sposób cykliczny stały, musisz otrzymać pisemną zgodę dyrektora działu.

Przykład 2 **Jestem informatykiem i właśnie zatrudniłem się w LPP. Do tej pory prowadziłem własną działalność gospodarczą. Czy mogę ją nadal prowadzić i przyjmować zlecenia od innych firm i organizacji pozarządowych, z którymi do tej pory współpracowałem?**

Odpowiedź: Możesz, jeśli zgodzi się na to dyrektor Twojego działu. Pamiętaj też, że pracownicy LPP nie mogą podejmować płatnych prac dla konkurencji LPP.

4.2 UŻYTKOWANIE SPRZĘTU ELEKTRONICZNEGO I OPROGRAMOWANIA NALEŻĄCEGO DO FIRMY

1. Szanujemy dobra materialne i niematerialne naszej firmy i o nie dbamy. Dotyczy to zarówno sprzętu i przedmiotów należących do firmy, jak i jej know-how oraz zasobów intelektualnych.

2. Nie możesz korzystać w celach zarobkowych z oprogramowania lub sprzętu zakupionego z budżetu firmy do świadczenia pracy/realizacji zleceń dla innych podmiotów niż LPP, w szczególności dla innych firm.

3. Możesz jednak, za zgodą swojego przełożonego, korzystać z zasobów firmy w celach społecznych, takich jak wolontariat pracowniczy czy wsparcie ważnych inicjatyw społecznych.

4.3 STANOWISKA PRACOWNIKÓW I MENEDŻERÓW LPP W INNYCH FIRMACH I ORGANIZACJACH

1. Możemy obejmować stanowiska i/lub pełnić role wspierające czy też doradcze w innych niż LPP firmach i organizacjach na takich samych zasadach jak w pkt. 4.1.

2. Nie możesz jednak obejmować stanowisk i/lub ról wspierających czy też doradczych:
   - w firmach konkurencyjnych dla LPP,
   - w innych firmach z branży odzieżowej oraz w firmach dostarczających produkty i/lub świadczonych usług dla LPP.

Jeżeli jesteś członkiem organizacji społecznych lub działasz w ramach ciekawych projektów, daj o tym znać Działowi Komunikacji i Zrównoważonego Rozwoju naszej firmy. Informacje tego typu działaniach mogą pomóc w rozwijaniu naszych działań społecznych. Być może będziemy mogli pomóc organizacji, w której działasz.

4.4 AKTYWNOŚĆ POLITYCZNA W MIEJSCU PRACY I POZA NIĄ

1. Szanujemy prawo każdego z nas do wyznawania różnych poglądów politycznych, nie akceptujemy jednak prowadzenia agitacji politycznej czy też kampanii wyborczych na terenie naszej firmy i/lub w czasie wykonywania przez nas obowiązków służbowych. LPP zawsze było i będzie apolityczne.

2. W LPP szanujemy również nasze prawo do angażowania się w działalność polityczną, o ile robiąc to nie powołujemy się na naszą firmę i nie stwarzamy wrażenia, że to LPP wspiera tę organizację polityczną lub popiera poglądy polityczne, które sami wyznajemy.

3. Jeżeli zamierzasz ubiegać się o stanowisko we władzach lokalnych lub parlamentarnych, powinieneś zgłosić ten zamiar swojemu dyrektorowi działu.

V. INFORMACJE POUFNE

Informacja często ma taką samą, a nawet większą wartość, niż rzecz lub pieniądz.

5.1 JAKIE DANE JESTEŚMY ZOBOWIĄZANI TRAKTOWAĆ JAKO POUFNE?

Informacją poufną jest każda informacja o działaniach firmy i jej pracownikach, której ujawnienie może jej zaszkodzić. Dotyczy to szczególnie informacji o planowanych, a nie komunikowanych jeszcze w oficjalnych przekazach planach i celach firmy.

- Nie przekazuj nikomu nieupoważnionemu żadnej informacji, której nie powinnapoznać nasza konkurencja.
- Nie przekazuj nikomu nieupoważnionemu żadnej informacji, której ujawnienie mogłoby osłabić pozycję LPP i zwiększyć szanse rynkowe konkurencji.

Przykłady poufnych danych: niepublikowane dane sprzedażowe, polityka cenowa, polityka wynagrodzeń, planowane inwestycje, te które nie są jeszcze jawne czy likwidacje salonów.

5.2 INFORMACJE POUFNE A KOMUNIKACJA MIĘDZY MARKAMI

1. Nasze marki powinny traktować się wzajemnie jak mobilizująca i inspirująca „konkurencja".

2. Marki LPP wymieniają się doświadczeniami i współpracują ze sobą w ramach wewnętrznych procesów technicznych i biznesowych. Prowadzimy wspólne projekty i razem wdrażamy nowe rozwiązania.

3. Zdrowa rywalizacja pomiędzy markami LPP pobudza naszą kreatywność, dlatego mimo ścisłej współpracy nie przekazujemy innym naszym markom informacji, które dotyczą projektów i pracy kreatywnej związanej z naszymi produktami i ich marketingiem.

Jeżeli nie masz pewności, czy daną informację możesz przekazać pracownikom innej marki LPP, porozmawiaj o tym z Twoim bezpośrednim przełożonym.

VI. NASZE RELACJE Z OTOCZENIEM BIZNESOWYM I KLIENTAMI

Naszą pozycję rynkową budujemy w oparciu o zasady fair-play.

6.1 ZASADY UCZCIWEJ KONKURENCJI

1. Relacje z konkurencją budujemy w oparciu o zasady uczciwości, szacunku dla innych i działania fair -play.

2 Wstrzymujemy się od publicznego wyrażania negatywnych opinii i komentarzy na temat oferty i/ lub innych działań kierowanych przez firmy konkurencyjne do klientów. Dotyczy to również naszych wypowiedzi na prywatnych profilach w mediach społecznościowych.

3. Szanujemy prawa autorskie i dokładamy wszelkich starań do tego, aby ich przestrzegać zgodnie z literą prawa.

Wszystkie wątpliwości dotyczące przestrzegania praw autorskich powinieneś zgłaszać Twoim przełożonym i z nimi je omawiać. Możesz je również konsultować z rzecznikiem patentowym naszej firmy lub Działem Komunikacji i Zrównoważonego Rozwoju.
Kontakt do rzecznika patentowego: prawaautorskie@lppsa.com

6.2 TRANSPARENTNE ZASADY POLITYKI ZAKUPOWEJ

1. Naszym celem jest budowanie i zachowanie uczciwych, opartych na wysokich standardach prowadzenia działalności biznesowej, relacji z dostawcami i kontrahentami.

2. Stosujemy transparentne zasady polityki zakupowej.

3. Od naszych dostawców i kontrahentów oczekujemy przestrzegania praw człowieka i etycznego prowadzenia działalności gospodarczej.

4. W relacjach z dostawcami i innymi obecnymi lub potencjalnymi partnerami biznesowymi zdecydowanie nie akceptujemy żadnej formy przekupstwa i korupcji.

5. W relacjach z potencjalnymi i aktualnymi dostawcami czy też kontrahentami wystrzegamy się konfliktów interesów i przeciwdziałamy wszelkim nieprawidłowościom, jakie mogą w związku z konfliktem interesu wystąpić.

6. By zachować transparentność, z zasady nie zlecamy usług byłym pracownikom firmy chyba, że Zarząd wyrazi na to zgodę.

   Pamiętaj: Jeżeli masz mieć wpływ na decyzję o wyborze dostawcy, a jednocześnie łączą Cię relacje rodzinne lub przyjacielskie z przedstawicielami naszych potencjalnych dostawców:
   - nie możesz brać udziału w procesie wyboru dostawcy,
   - masz obowiązek zgłosić to swojemu bezpośredniemu przełożonemu, który zadecyduje kto zastąpi Cię w procesie wyboru dostawcy.

DOBRA PRAKTYKA:

Zasada trzeciej pary oczu – wybierając dostawcę usługi albo produktu poproś o opinię przynajmniej jeszcze jedną osobę z Twojego zespołu.

Zasada „rób tak, jakbyś robił to dla siebie" – podejmuj tak dobre i uczciwe decyzje, jakbyś robił to dla samego siebie.

Zasada trzech ofert – fajnie mieć wybór, dbaj o to by porównać trzy oferty przed wyborem.

Przykład **Czy wiesz, jak powinieneś się zachować, jeżeli w biorącej w przetargu udział firmie, na stanowisku kierowniczym, pracuje członek Twojej rodziny lub bliski przyjaciel?**

A. Jeżeli to członek mojej najbliższej rodziny, powinienem to zgłosić mojemu bezpośredniemu przełożonemu. Jeżeli jest to członek mojej dalszej rodziny lub przyjaciel, nie muszę tego zgła-szać. Wystarczy, że w procesie przetargowym będę się starał oceniać tą firmę wg takich samych zasad, jak inne firmy biorące udział w przetargu.

B. Niezależnie, czy w tej firmie pracują bliscy lub dalsi członkowie mojej rodziny lub moi przyjaciele, powinienem zgłosić to mojemu bezpośredniemu przełożonemu i czekać na decyzję, kto zastąpi mnie w tym procesie wyboru dostawcy.

Właściwa odpowiedź: B

Zasady tu przedstawione są zasadami podstawowymi, po więcej zajrzyj do: zasad współpracy z kontrahentami, które znajdziesz w Intranecie.

6.3 SZACUNEK DO RÓŻNIC KULTUROWYCH

1. Szanujemy różnice kulturowe, jakie mogą występować pomiędzy nami a dostawcami i kontrahentami z innych krajów i regionów świata. Oznacza to m.in., że przygotowując się do spotkań staramy się poznać zwyczaje i uwarunkowania kulturowe ich kraju dotyczące sytuacji, jakie mogą mieć miejsce w relacjach biznesowych, rozmowach i spotkaniach, które z nimi odbywasz.

2. Podobnego szacunku dla ważnych dla nas zwyczajów i zasad oczekujemy od naszych dostawców i kontrahentów.

Jeżeli nie jesteś pewien, jak powinieneś się zachować, porozmawiaj o tym ze swoim zespołem i/lub zapytaj o to bardziej doświadczonego pracownika. W szczególności radą posłuży Ci Twój przełożony.

Przykład **Czy wiesz, jakie podstawowe zasady dobrych manier i okazywania elementarnego szacunku nowo poznanym osobom obowiązują w Chinach? Wybierz właściwą opcję:**

A. Wizytówki powinny być przy wręczaniu trzymane oburącz za dwa rogi wizytówki. Powinny być również przyjmowane oburącz i spokojnie przeczytane przy osobie wręczającej wizytówkę. Wizytówkę należy trzymać pomiędzy kciukiem i palcem wskazującym. Gest ten będzie doceniony jako oznaka naszego szacunku dla chińskich norm i zwyczajów.

B. Wizytówki powinny być wręczane oburącz, a przyjmowane zawsze poprzez wyciągnięcie jednej ręki. Po otrzymaniu wizytówki należy się uśmiechnąć i w miarę możliwości położyć ją na blacie biurka lub stołu. Należy trzymać je pomiędzy kciukiem i palcem wskazującym. Gest ten będzie doceniony jako oznaka naszego szacunku dla chińskich norm i zwyczajów.

Właściwa odpowiedź: A*

Informacje o uwarunkowaniach kulturowych kraju pochodzenia dostawcy, z którym się kontaktujesz lub z którym masz się spotkać w ramach spotkań służbowych, możesz poznać:
• rozmawiając z bardziej doświadczonymi pracownikami,
• przechodząc szkolenie on-line LPP na temat różnic kulturowych.

• Źródło: http://www.gochina.gov.pl/index/?id=f457c545a9ded88f18ecee47145a72c0

6.4 PRZYJMOWANIE UPOMINKÓW

1. Mamy prawo przyjmować upominki od zewnętrznych podmiotów (w tym od partnerów społecznych i biznesowych takich jak dostawcy czy kontrahenci) pod warunkiem, że jego wartości nie przekracza 250 zł brutto.

2. Wszystkie przyjęte przez nas upominki zgłaszamy bezpośredniemu przełożonemu.

3. W sytuacji wątpliwości, czy dany upominek możemy traktować jako symboliczny i/lub nieprzekracza-jący wartości 250 zł brutto, konsultujemy możliwość przyjęcia danego upominku ze swoim bezpo-średnim przełożonym, próbujemy wycenić upominek, np. korzystając z zasobów Internetu.

4. Jeżeli wręczony Ci upominek prawdopodobnie przekracza wartość 250 zł brutto musisz go zwrócić/odesłać.

5. Jeżeli odmawiasz przyjęcia upominku, pamiętaj żeby wyrazić wdzięczność osobie, od której go otrzymałeś. Okażesz w ten sposób szacunek osobie obdarowywującej. Przepraszając wyjaśnij, że zgodnie z zasadami firmy nie możesz przyjąć tego upominku, ponieważ jest on zbyt cenny.

GDY DOSTANIESZ UPOMINEK:

Przykład **Upominki przesyłane przez partnerów biznesowych do firmy z okazji Świąt Bożego Narodzenia.**

1. Zgłaszasz otrzymanie upominku swojemu bezpośredniemu przełożonemu.
2. Sprawdzasz, jaka jest wartość upominku.
3. Jeżeli budzi Twoją wątpliwość, czy upominek można traktować jako upominek o charakterze symbolicznym i o wartości do 250 zł brutto lub wiesz, że przekracza on taką kwotę oddajesz go na kolejnym spotkaniu lub odsyłasz do nadawcy.

PAMIĘTAJ: w takiej sytuacji podziękuj za upominek i wyjaśnij, dlaczego nie możesz go przyjąć.

6. Dyrektorzy działów: Inwestycji, Controllingu, Zakupów Centralnych, ze względu na specyfikę swojej pracy, mogą wprowadzić bardziej restrykcyjne zasady.

UWAGA: Te same limity kwotowe dotyczą przekazywania upominków przez nas.

6.5 KLIENCI I NASZE RELACJE Z NIMI

1. We wszystkich naszych działaniach kierujemy się zasadą szacunku do naszych klientów i ich oczekiwań wobec nas.

2. Dążymy do jak najlepszego poznania potrzeb naszych klientów i właściwej na nie naszej reakcji. To od nich i ich zadowolenia z naszej oferty oraz jakości obsługi zależy rozwój naszej firmy.

3. Wystrzegamy się wszelkich przejawów dyskryminacji w relacjach z klientami i komunikacji do nich kierowanej. Oznacza to m.in.:
   a. że rozwijamy rozwiązania, dzięki którym nasze produkty i sklepy są coraz bardziej dostępne dla wszystkich osób, bez względu na wiek czy stopień sprawności.
   b. że nasze komunikaty reklamowe i marketingowe z zasady nie zawierają treści noszących znamiona dyskryminacji i/lub utrwalania krzywdzących stereotypów związanych z płcią, wiekiem, przynależ-nością etniczną i jakimkolwiek innymi cechami.
   c. że naszym priorytetem jest poznawanie potrzeb i oczekiwań naszych klientów, wspieranie ich zarówno na etapie wyboru produktów jak i w obsłudze posprzedażowej oraz reklamacyjnej.

VII. KOMUNIKACJA ZEWNĘTRZNA I ETYKA REKLAMY

7.1 ETYKA REKLAMY

1. W reklamie i wszelkich innych przekazach marketingowych naszej firmy kierujemy się zasadą uczciwości oraz fair-play.

2. Oznacza to m.in., że nie podajemy w ramach reklam i wszelkich innych przekazów marketingowych nieprawdziwych informacji o naszych produktach lub usługach.

3. Jedną z ważnych dla nas zasad jest zasada szacunku, dlatego nie stosujemy w naszych reklamach ani innych przekazach marketingowych treści, które mają znamiona:
   - dyskryminacji jakiejkolwiek grupy ludzi,
   - zachęcania innych do postaw dyskryminujących jakąkolwiek grupę ludzi,
   - utrwalania krzywdzących stereotypów społecznych np. ze względu na płeć, wiek, stan zdrowia czy kolor skóry,
   - redukowania kobiet lub mężczyzn do obiektów seksualnych i uprzedmiotowiania ich ze względu na atrakcyjność seksualną,
   - zachęcania do agresji,
   - zachęcania do nieetycznych, krzywdzących innych postaw i zachowań.

7.2 ZASADY WYPOWIADANIA SIĘ W IMIENIU FIRMY

1. W imieniu naszej firmy mogą wypowiadać się jedynie osoby do tego upoważnione i przeszkolone z zasad komunikacji.

2. Jeżeli ktoś zaprasza Cię do wypowiedzi w imieniu firmy np. w mediach lokalnych lub na konferencji, zgłoś to swojemu bezpośredniemu przełożonemu. Jeżeli Twój przełożony, po konsultacji z działem Komunikacji i Zrównoważonego Rozwoju, wyrazi na to zgodę, możesz wystąpić publicznie i wypowiadać się w imieniu LPP.

7.3 WYPOWIEDZI PRACOWNIKÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

1. Korzystając prywatnie z mediów społecznościowych powinniśmy pamiętać, że nasze komentarze i zachowania mogą mieć wpływ na sposób, w jaki inni postrzegają naszą firmę i akceptowane w niej postawy.

2. Naszą pozycję rynkową budujemy na zasadach fair-play, dlatego unikamy praktyk związanych z krytyką produktów lub usług naszej konkurencji podczas naszej prywatnej aktywności w mediach społecznościowych. Tak samo nie krytykujemy w takich wypowiedziach spółki LPP i innych marek do niej należących, a także w żaden inny sposób nie wpływamy na pogorszenie wizerunku spółki czy poszczególnych jej brandów.

3. Nasze niedociągnięcia lub słabości rozwiązujemy wewnątrz organizacji zgłaszając te kwestie w ramach konstruktywnej krytyki do przełożonych, a nie publikując własne komentarze w mediach społecznościowych.

PAMIĘTAJ, ŻE JESTEŚ AMBASADOREM I WIZYTÓWKĄ LPP.

Powinieneś/powinnaś zatem dbać o to, aby Twoje wypowiedzi i wszelkie materiały zamieszczane w mediach społecznościowych, nawet jeżeli są to wyłącznie Twoje opinie i materiały prywatne:

- nie łamały ogólnie przyjętych zasad dobrych obyczajów,
- nie zawierały informacji, które mogą naruszyć zasadę ochrony danych poufnych LPP.
- nie naruszały dobrego imienia LPP.

VIII. JAK MOŻESZ ZGŁOSIĆ EWENTUALNE NIEPRAWIDŁOWOŚCI?

1. Świadome łamanie przez pracowników lub menedżerów zasad przyjętych przez LPP i opisanych w niniejszym „Przewodniku" może skutkować adekwatnymi do wagi nieprawidłowości konsekwencjami.

2. W każdej sytuacji, w której będziesz uważał, że:
   - nasza firma nie zachowuje zgodności z prawem lub zasadami ujętymi w powyższym dokumencie,
   - któryś z naszych pracowników lub członków kadry zarządzającej nie zachowuje zgodności z prawem albo zasadami ujętymi w powyższym dokumencie dla dobra nas wszystkich i całego LPP powinieneś to zgłosić w wybrany przez siebie sposób.

3. Jeżeli chcesz zgłosić ewentualne nieprawidłowości lub sytuacje wymagające kontroli i wyjaśnienia, możesz to zrobić poprzez:

Kontakt z bezpośrednim przełożonym	Kontakt z rzecznikiem etyki LPP
a. Rozmowa bezpośrednia lub telefoniczna.	a. Rozmowa bezpośrednia.
b. Zgłoszenie drogą mailową.	b. Rozmowa telefoniczna (bezpośrednie numery telefonów do rzeczników etyki są podane w Intranecie).
	c. Zgłoszenie drogą mailową na adres ethics@lppsa.com.
	d. Zgłoszenie drogą mailową bezpośrednio na adres rzecznika etyki LPP (bezpośrednie adresy mailowę do rzeczników etyki są dostępne w Intranecie).
	e. Pocztą tradycyjną na adres: Rzecznik etyki LPP, LPP SA ul. Łąkowa 39/44, 80-769 Gdańsk.

Bezpośredni przełożony pracownika zgłaszającego do niego nieprawidłowość oraz rzecznik etyki, z którym konsultuje się pracownik lub któremu zgłasza nieprawidłowość, mają obowiązek:

a. uszanować prawo pracownika konsultującego zasady/zgłaszającego nieprawidłowość do zachowania anonimowości i nie przekazywać żadnym osobom trzecim jego danych personalnych, jeżeli pracownik ten nie wyraził na to zgody;

b. w ciągu maksymalnie 14 dni od zgłoszenia nieprawidłowości podjąć pierwsze kroki rozpatrywania zgłoszonej nieprawidłowości;

c. podjąć decyzję o ścieżce rozpatrywania zgłoszonej nieprawidłowości;

d. poinformować osobę zgłaszającą nieprawidłowość (jeżeli ujawni ona w trakcie zgłaszania swoje dane kontaktowe) o wynikach rozpatrywania zgłoszonej nieprawidłowości.

To od Ciebie będzie zależało, czy konsultując zasady lub zgłaszając nieprawidłowości będziesz chciał/chciała zachować anonimowość. Uszanujemy Twoją decyzję i dołożymy starań, aby zapewnić Ci komfort konsultacji/zgłaszania interesujących Cię zasad czy też niejednoznacznych dla Ciebie sytuacji.

4. W uzasadnionych przypadkach proces wyjaśniania zgłoszonej nieprawidłowości będzie prowadziła „Komisja etyki LPP". Stałymi członkami Komisji etyki LPP są członkowie Zarządu LPP oraz rzecznicy etyki LPP. Zarząd LPP ma prawo powołać do Komisji etyki LPP innych członków. Członkowie Komisji etyki LPP, podobnie jak rzecznicy etyki, mają obowiązek uszanowania decyzji pracownika zgłaszającego nieprawidłowość o nie przekazywaniu jego danych personalnych osobom trzecim. Oznacza to, że Komisja etyki LPP nie ujawnia danych personalnych osoby zgłaszającej nieprawidłowość nikomu spoza Komisji.

IX. Z KIM MOŻESZ WYJAŚNIĆ WĄTPLIWOŚCI?

1. Jeżeli masz pytania lub wątpliwości dotyczące najwłaściwszego postępowania, chcesz zapytać zasady i tematy ujęte w tym dokumencie, skonsultować konkretne sytuacje, zaproponować uzupełnienia lub formy zwiększania wiedzy pracowników na temat określonych w „Przewodniku" zasad, zapraszamy Cię do:
   a. porozmawiania o tym ze swoim bezpośrednim przełożonym,
   b. kontaktu z rzecznikiem etyki.

2. Podobnie jak w sytuacji zgłaszania nieprawidłowości, informacja o tym, że to Ty zgłaszasz pytanie, ważny temat lub wątpliwość dotyczącą etyki i zasad określonych w „Przewodniku", jest informacją poufną i może zostać przekazana innym osobom wyłącznie za Twoją zgodą.

X. KIM JEST RZECZNIK ETYKI LPP

1 W LPP funkcję rzeczników etyki pełni minimum dwóch pracowników. Są oni co roku, do końca pierwszego kwartału, wybierani na to stanowisko przez Zarząd LPP.

2. Rzecznicy etyki LPP pełnią następującą rolę:
   a. wsparcie merytoryczne - służą oni pracownikom pomocą we wszelkich wątpliwościach związanych z zasadami etycznymi/ zasadami postępowania przyjętymi w LPP za właściwe.

   b. wsparcie w sytuacji zaistnienia nieprawidłowości – mają oni za zadanie przyjąć i wstępnie przeana-lizować wszystkie zgłoszenia nieprawidłowych zachowań w LPP, które wymagają rozpatrzenia i in-gerencji ze strony firmy. Rzecznicy informują pracownika zgłaszającego nieprawidłowość o wyniku jej rozpatrywania i jeżeli pracownik sobie tego życzy – zapewniają mu anonimowość nie przekazu-jąc personaliów zgłaszającej osoby osobom trzecim.

3. Do decyzji rzeczników etyki LPP należy, czy zgłaszana sprawa będzie rozpatrzona przez nich samych, przy pomocy innych osób, czy też wymaga zaangażowania Komisji Etyki LPP.

4 Rzecznicy etyki LPP mają obowiązek zaraportować raz na pół roku Zarządowi LPP skalę i zakres tematyczny zgłaszanych nieprawidłowości a także wyniki ich rozstrzygania na poziomie procesu koordynowanego przez samych rzeczników etyki lub z udziałem Komisji Etyki LPP. Wyniki tego typu raportów będą miały wpływ na działania prewencyjne LPP odnośnie przestrzegania zasad postępo-wania i etyki, w tym na działania edukacyjne kierowane do pracowników.

SCHEMAT ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Pracownik

Pytanie, wątpliwość, chce zgłosić naruszenie etyki

Bezpośredni przełożony

może skonsultować

Rzecznik etyki

- Bezpośrednio
- Telefonicznie
- Anonimowo: ethics@lppsa.com

może skonsultować

Komisja etyki LPP

Rzecznik ma 14 dni na odpowiedź

Rzecznik ma obowiązek zachowania anonimowości zgłoszenia

Photo by OSCAR AGUILAR on Unsplash

LPP