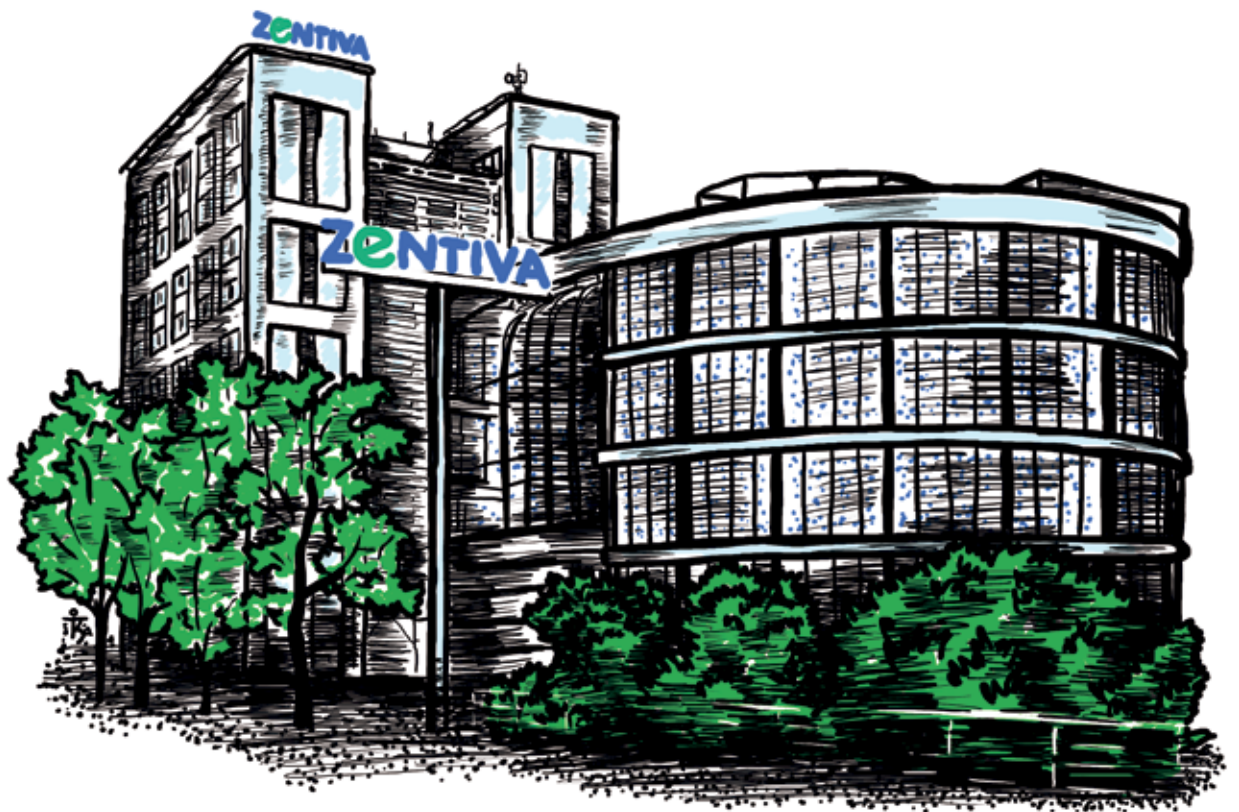


CODE OF COMMON Sense

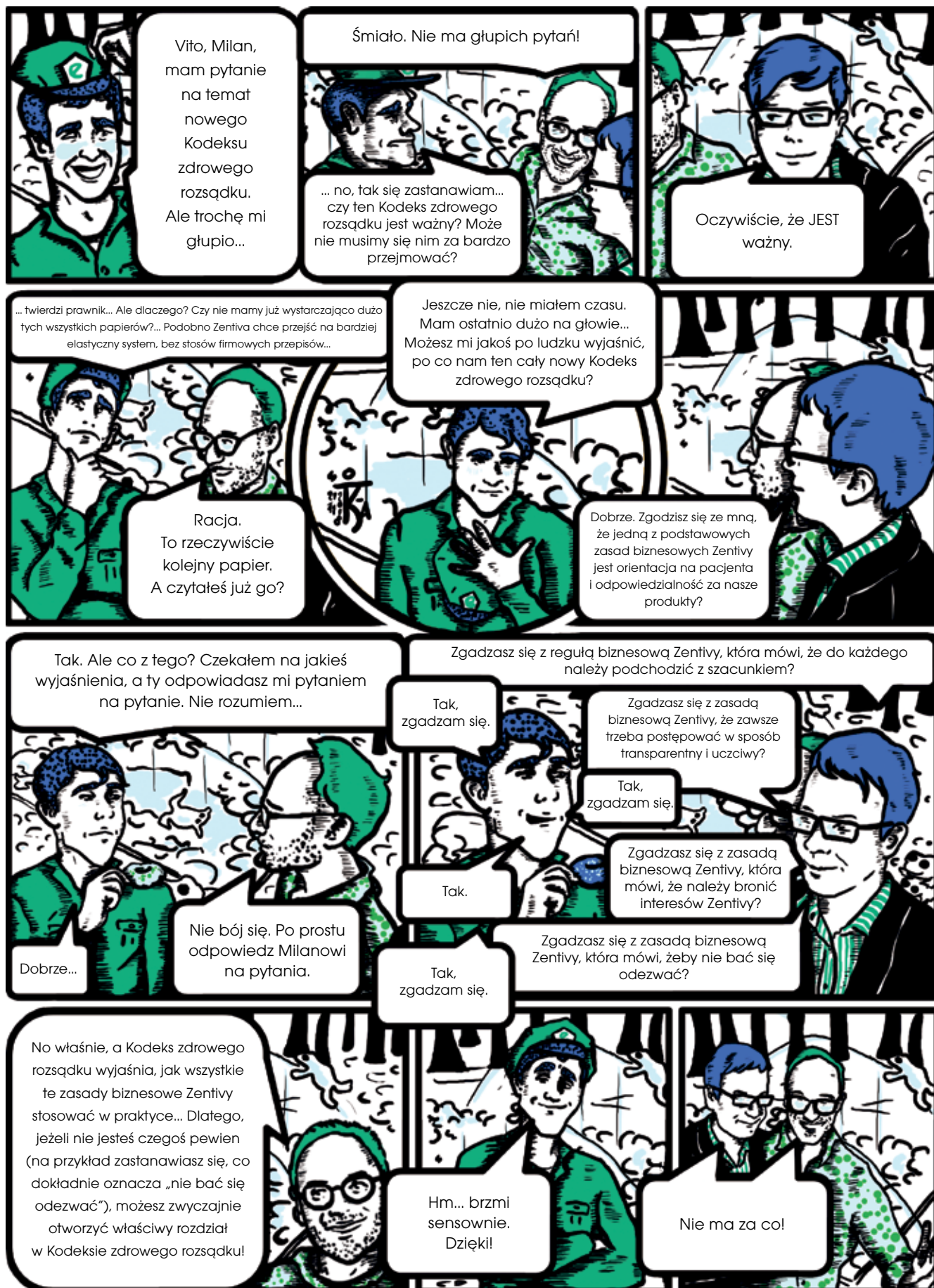


ZENTIVA

PL



Opowieści Zentivy o Kodeksie zdrowego rozsądku — Policjant Zentivy



CODE OF COMMON Sense



Wstęp

My wszyscy tworzymy wspólnie Zentivę – firmę, która stanowi wyjątkowe połączenie ducha biznesu, etyki i zdrowego rozsądku. Codziennie, podejmując kolejne decyzje w imieniu firmy dajemy przykład innym, nieważne, jak małe mogą nam się wydawać nasze konkretne decyzje. W decyzjach opieramy się na szacunku do wspólnie wyznawanych przez nas wartości – na pięciu zasadach biznesowych Zentivy. Zasady te nie ograniczają nas, przeciwnie, dają nam siłę i razem z naszymi własnymi zmysłami kierują nas ku podejmowaniu właściwych decyzji.

Pięć zasad biznesowych Zentivy



Orientacja na pacjenta i odpowiedzialność za produkty



Transparentna i uczciwa działalność



Odwaga, by się odezwać



Traktowanie każdego z szacunkiem



Ochrona spółki

Kultura Zentivy:

Pięć zasad biznesowych Zentivy jest dla nas drogowskazem w codziennych decyzjach służbowych. Podobnie w codziennym życiu drogowskazem w podejmowaniu właściwych decyzji są nasze zmysły. Każdy z naszych pięciu zmysłów może symbolizować jedną z powyższych zasad biznesowych. Ucho i słuch odzwierciedlają naszą orientację na pacjenta i odpowiedzialność za produkty, ponieważ zawsze wsłuchujemy się w głos pacjentów i ich potrzeby. Oko i wzrok to symbol naszej wizji, która mówi, że każdy jest wyjątkowy i każdego należy traktować z szacunkiem. Ręka i dotyk wyrażają nasze uczciwe i transparentne działania biznesowe we wszystkich nawiązywanych przez nas relacjach zawodowych. Nos i węch symbolizują ochronę naszej firmy – pozwalają nam reagować i bronić jej, kiedy tylko pojawiają się jakieś problemy. Usta i smak oznaczają naszą odwagę, by mówić o zauważonych problemach oraz świadomość, że jest to postawa, którą akceptujemy i której oczekujemy w Zentivie.

Jeżeli żadna z pięciu zasad biznesowych nie da nam odpowiedzi na nasze pytanie, wówczas musimy skorzystać z naszego szóstego zmysłu, czyli zdrowego rozsądku.

1) Jaki jest cel Kodeksu?

Kodeks jest narzędziem, które nas prowadzi i pomaga nam, Zespołowi Zentivy w podejmowaniu decyzji pozwalających zachować integralność spółki, zgodnych z pięcioma zasadami Zentivy i naszym zdrowym rozsądkiem. Kodeks został podzielony na 5 części odzwierciedlających 5 zasad biznesowych. W każdej części znajdują się podstawowe rady, jak daną zasadę stosować w praktyce.

2) Jakie są wobec mnie oczekiwania?

Od każdego pracownika oczekuje się etycznego i uczciwego postępowania i kierowania się zdrowym rozsądkiem. Dlatego bardzo ważne jest, by:

- ☑ Dobrze zrozumieć pięć zasad biznesowych
- ☑ Postępować zgodnie z nimi i uwzględniać je we wszystkich decyzjach
- ☑ W razie wątpliwości zadawać pytania
- ☑ Nieustannie się uczyć
- ☑ W razie konieczności – nie obawiać się zabrać głosu



3) Jakie pytania należy zadać sobie przed podjęciem jakiegokolwiek decyzji?

- 🌱 Czy jest to zgodne z prawem?
- 🌱 Czy nawet jeśli jest to zgodne z prawem, to jest to właściwe?
- 🌱 Czy jest to zgodne z zasadami biznesowymi Zentivy?
- 🌱 Czy gdyby ktoś zachował się tak wobec mnie, czułbym/czułabym się dobrze?
- 🌱 Czy rozważyłem(-am) wszystkie rodzaje ryzyka?
- 🌱 Jeżeli istnieje jakieś ryzyko, czy jest akceptowalne albo „uzasadnione”?
- 🌱 Czy może to zaszkodzić dobremu imieniu Zentivy?
- 🌱 Jakie jeszcze informacje potrzebne mi są, zanim podejmę ostateczną decyzję?

4) Co się stanie, jeżeli naruszę Kodeks?

W razie naruszenia kodeksu przez pracownika może zostać wobec niego wszczęte postępowanie karne i/lub dyscyplinarne. W szczególnie poważnych przypadkach może to skutkować nawet rozwiązaniem stosunku pracy i złożeniem zawiadomienia do właściwych organów.

5) Odniesienia do innych źródeł

Przypominamy, że niniejszy kodeks przedstawia wyłącznie podstawowe zasady. Więcej szczegółów można znaleźć na intranecie Zentivy, gdzie znajdują się wszystkie wewnętrzne procedury i przepisy wydane przez Zentivę.



ORIENTACJA NA PACJENTA I ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY



Ucho symbolizuje naszą orientację na pacjenta i odpowiedzialność za produkty. Zawsze wsluchujemy się w głos i potrzeby naszych pacjentów. **Pacjenci i ich bezpieczeństwo są dla nas najważniejsze.** Chcemy być wiarygodnym i rzetelnym partnerem w systemie opieki zdrowotnej, dlatego **zależy nam na najwyższej jakości naszych produktów, ich bezpieczeństwie i minimalizowaniu wpływu na środowisko naturalne** przez cały okres ich cyklu życia. Dlatego wprowadzamy mechanizmy zgłaszania zdarzeń niepożądanych i skarg odnośnie jakości produktów. Możemy **współpracować z pacjentami i organizacjami pacjentów, by lepiej zrozumieć ich potrzeby i wspierać ich działalność** w zakresie dopuszczalnym przez prawo i przepisy wewnętrzne. Przestrzegamy **właściwych procedur naukowych i reklamowych**, uwzględniając wszystkie odnośne przepisy.



A) Zapewnianie najwyższej jakości naszych produktów, ich bezpieczeństwa i minimalizacja wpływu na środowisko naturalne



Wszyscy staramy się, by każda faza cyklu życia produktu leczniczego od opracowania przez produkcję do dystrybucji była zgodna z najwyższymi standardami jakości, bezpieczeństwa i skuteczności, z prawem i przepisami wewnętrznymi.



Dbamy o jakość i bezpieczeństwo wszystkich naszych produktów i regularnie kontrolujemy te parametry. Każdy krok jest możliwy do odtworzenia i udokumentowany, co pomaga nam zagwarantować bezpieczeństwo naszych produktów dla pacjentów.



Pochylamy się nad każdym pytaniem, stwierdzeniem czy uwagą odnoszącą się do naszych produktów, pragnąc chronić i poprawiać zdrowie naszych pacjentów. Dbamy o to, by żadna informacja nie zginęła, aby pytania nie pozostały bez odpowiedzi, a ryzyko było minimalizowane.



Każde opakowanie produktu leczniczego musi zawierać informacje potrzebne, by właściwie go stosować, włącznie ze znanymi skutkami niepożądanymi, które mogą wystąpić w trakcie zwykłego stosowania oraz zalecenie, by pacjent skonsultował się z lekarzem lub farmaceutą, czy też skorzystał z innych możliwości komunikacji w razie wystąpienia jakichkolwiek niepożądanych efektów, niewymienionych w zestawieniu danych na temat preparatu leczniczego.



Zawsze i wszędzie zwracamy uwagę na środowisko naturalne i ograniczamy wpływ naszej działalności na środowisko przez cały cykl życia produktów.

Uwaga:

Do wydziału jakości kontroli i nadzoru nad bezpieczeństwem farmakoterapii należy zgłosić:

Przykłady skarg na jakość produktu:

- nieczytelny tekst na opakowaniu
- niewłaściwe oznaczenie
- uszkodzone tabletki
- niewłaściwa zawartość opakowania

Przykłady zgłoszeń zdarzeń niepożądanych:

- niekorzystne lub niezamierzone symptomy związane ze stosowaniem produktu
- błędne, niewłaściwe zastosowanie, przedawkowanie
- brak efektu
- niezamierzone korzystne działanie

Uwaga:

Więcej informacji na temat komunikacji ze specjalistami opieki zdrowotnej i informacji o reklamie można znaleźć w części *TRANSPARENTNY I UCZCIWY BIZNES* niniejszego kodeksu.

B) Współpraca z pacjentami i organizacjami pacjentów w celu lepszego zrozumienia ich potrzeb i wspierania ich działalności



Uważamy, że interakcje z pacjentami, ich rodzinami, rzecznikami i organizacjami mogą stanowić kluczowy element naszej kultury firmowej i dostosowujemy naszą pracę do potrzeb pacjentów.



W imieniu Zentivy współpracować z pacjentami i organizacjami pacjentów mogą tylko upoważnieni w tym zakresie pracownicy. Pracownicy muszą być przeszkoleni w zakresie nadzoru nad bezpieczeństwem farmakoterapii i nie mogą udzielać żadnych rad w kwestiach prywatnego zdrowia.



Interakcje te mają służyć przede wszystkim kształceniu i/lub wsparciu. Wszystkie usługi w odniesieniu do organizacji pacjentów są świadczone w celu wsparcia opieki zdrowotnej lub badań, np. w ramach udziału w komisjach doradczych lub przez wygłaszanie prelekcji. W żaden sposób nie nadużywamy współpracy w celu promowania lub działania w sposób nietransparentny.



Do współpracy z pacjentami podchodzimy zawsze transparentnie. Dlatego właśnie publikujemy listę organizacji pacjentów, z którymi współpracujemy, a logo organizacji pacjentów używamy wyłącznie za pisemną zgodą.



Nigdy nie staramy się występować jako jedyny podmiot finansujący organizację pacjentów albo jej projekt.



Wsparcie finansowe lub rzeczowe możemy oferować organizacjom pacjentów wyłącznie pod warunkiem pełnego przestrzegania procedur wewnętrznych i reguł takiego wsparcia.



Pacjentom możemy oferować materiały szkoleniowe, które pomogą im przejść na zdrowszy tryb życia podnoszący jego jakość i umożliwiającą im lepiej znosić ich chorobę.



Szanujemy i wspieramy niezależność pacjentów, rzeczników pacjentów i organizacji pacjentów i nigdy nie próbujemy wpływać na brzmienie materiałów przygotowywanych przez organizację pacjentów



C) Przestrzeganie właściwych procedur naukowych i reklamowych w związku z udzielaniem informacji



Wszystkie udzielane przez nas informacje (w formie drukowanej, elektronicznej czy ustnej) są precyzyjne, obiektywne, wyważone, udokumentowane, aktualne pod względem naukowym, taktowne, rzetelne i zgodne z współczesnymi danymi naukowymi oraz zatwierdzonymi wskazaniami, a także właściwymi przepisami prawa, są dostępne w języku lokalnym, w czytelnej formie, zrozumiałej dla odbiorcy, bez żadnych informacji, które mogłyby wprowadzać w błąd.



Wszystkie materiały reklamowe i niereklamowe lub informacje przeznaczone do użytku publicznego, wymagają zatwierdzenia wewnętrznego w firmie i regularnej kontroli. O tym, czy materiał ma charakter reklamowy, czy nie, decyduje przede wszystkim jego cel, kontekst użycia, ogólna treść, format, typ i adresaci.

Ogólne wymogi w zakresie reklamy

-  Zentiva może promować swoją markę firmową, spółkę i branżę przemysłowe zgodnie ze wszystkimi przepisami prawa i wewnętrznymi regulacjami.
-  Jeżeli z lokalnych warunków nie wynika inaczej, promować można wyłącznie produkty lecznicze dopuszczone do obrotu.
-  Promocja produktów leczniczych na receptę może być kierowana jedynie do specjalistów opieki zdrowotnej.
-  Reklama nie może nigdy zachęcać do nieracjonalnego stosowania produktu leczniczego, nie może być nieobiektywna albo wyolbrzymiona.
-  W celu promowania należytego stosowania naszych produktów, możemy udzielać informacji, które są istotne, jasne, wyważone, rzetelne, wystarczająco wyczerpujące i ogólnodostępne.
-  Wszystkie materiały reklamowe muszą być zgodne z ważnym pozwoleniem na dopuszczenie do obrotu lub dokumentami referencyjnymi ważnymi w kraju, w którym dany produkt jest promowany.
-  Wymogi reklamowe obowiązują również w odniesieniu do nieinterwencyjnych studiów i badań rynku.



Specjalne wymagania dla reklam skierowanych do szerokiej opinii publicznej



Reklama produktów leczniczych skierowanych do szerokiej opinii publicznej musi spełnić specjalne dodatkowe wymagania.



Jeżeli z lokalnych uwarunkowań nie wynika inaczej, promować publicznie można wyłącznie produkty dostępne bez recepty.



Reklama musi być zawsze oznaczona jako reklama produktu leczniczego i musi umożliwiać odbiorcy wyrobienie sobie własnej opinii. Reklama musi również zawierać informacje odnośnie właściwego stosowania i odsyłać do ulotki dołączonej do opakowania.



Więcej informacji na temat reklamy skierowanej do specjalistów opieki zdrowotnej można znaleźć w części *TRANSPARENTNY I UCZCIWY BIZNES*.

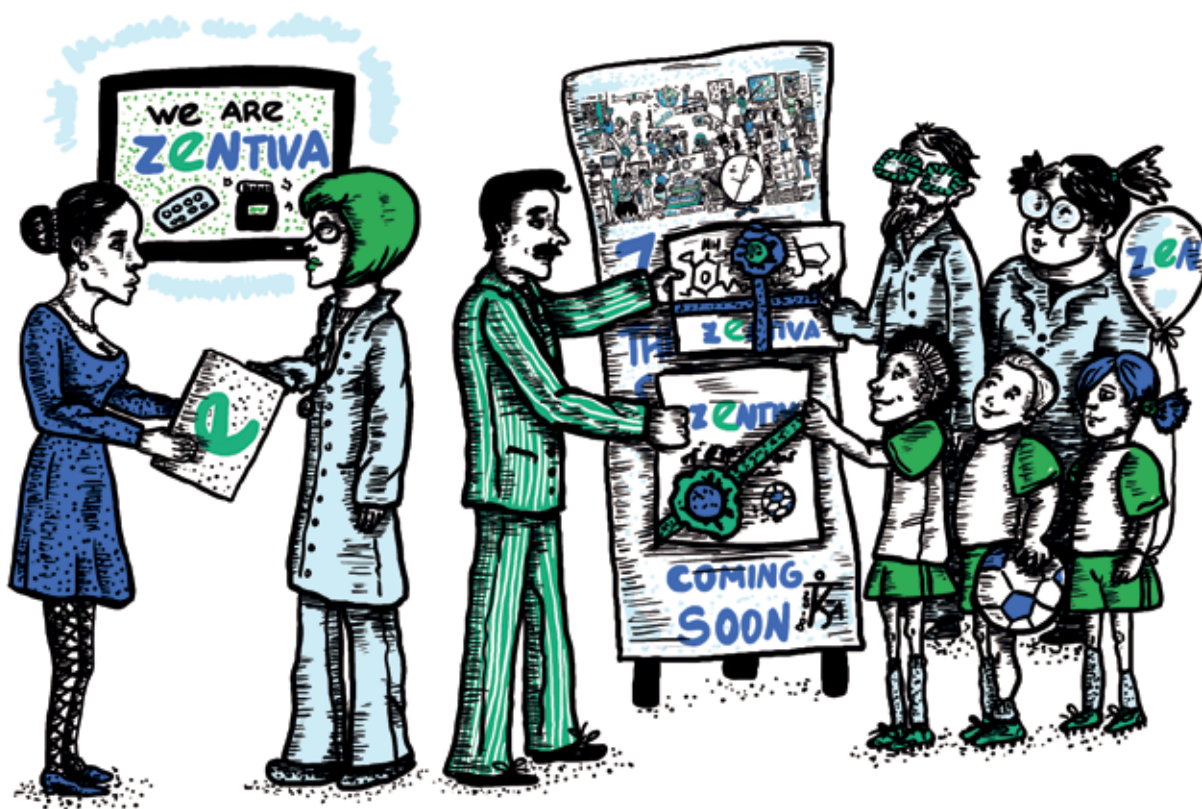


Uwaga:

Co jest zawsze uważane za reklamę?

Każda informacja, próba perswazji lub zachęta, która ma przyczynić się do przepisywania, wydawania, sprzedaży lub stosowania produktów leczniczych, w szczególności zaś:

-  reklama produktów leczniczych skierowana do szerokiej opinii publicznej;
-  reklama produktów leczniczych skierowana do osób uprawnionych do przepisywania lub wydawania tych produktów;
-  wizyty przedstawicieli handlowych z produktami leczniczymi u osób uprawnionych do przepisywania produktów leczniczych,
-  rozdawanie próbek,
-  przyczynianie się do przepisywania lub wydawania produktów leczniczych przez wręczanie prezentów, proponowanie lub przyrzekanie zysku lub korzyści finansowej czy rzeczowej, z wyjątkiem przypadków o minimalnej wartości.
-  sponsorowanie spotkań promocyjnych, w których uczestniczą osoby uprawnione do przepisywania lub wydawania produktów leczniczych, oraz
-  sponsorowanie kongresów naukowych i udziału w nich osób uprawnionych do przepisywania lub wydawania produktów leczniczych, w szczególności zaś pokrywanie ich kosztów podróży.





Uwaga:

Czego nie obejmuje definicja reklamy?

-  oznaczenie i ulotki dołączone do opakowania,
-  korespondencja lub materiały towarzyszące, które nie mają charakteru reklamowego, potrzebne do udzielenia konkretnej odpowiedzi na pytanie dotyczące konkretnego produktu leczniczego.
-  merytoryczne, informacyjne komunikaty i materiały referencyjne dotyczące na przykład zmiany opakowania, ostrzeżenia przed skutkami niepożądanymi w ramach ogólnych informacji na temat leku, katalogi handlowe i cenniki, jeżeli nie zawierają żadnych deklaracji na temat preparatu, oraz
-  dane o ludzkim zdrowiu lub chorobach, jeżeli nie odwołują się nawet pośrednio do produktów leczniczych.



TRAKTOWANIE KAŻDEGO Z SZACUNKIEM

Oko symbolizuje naszą wizję, że do każdego należy odnosić się z szacunkiem i każdy zasługuje na naszą opiekę. **Uznajemy i dostrzegamy odrębność i godność każdego, dlatego chronimy prywatność i dane osobowe wszystkich osób**, z którymi mamy kontakt. Przekłada się to również na nasze podejście do pracowników. **Dbamy o zdrowe i bezpieczne miejsce pracy**, spełniające wszystkie wymogi przepisów prawnych i regulacji wewnętrznych w zakresie bezpieczeństwa oraz **wspieramy rozwój zawodowy i osobisty** naszych współpracowników.



A) Uznanie i poszanowanie odrębności i godności każdej osoby



Uznajemy i szanujemy odrębność każdego człowieka oraz wspieramy różnorodność wśród ludzi. Dlatego nigdy nikogo nie dyskryminujemy z powodu płci, wieku, pochodzenia, wyznania, orientacji seksualnej, wyglądu fizycznego, zdrowia, niepełnosprawności, przynależności związkowej czy poglądów politycznych lub innych.



Szanujemy i chronimy także ludzką godność. Dlatego nie zgadzamy się na żadną formę napastowania ani innego rodzaju poniżające traktowanie.

Uwaga:

Napastowanie oznacza zachowanie, które wywołuje zdenerwowanie, poczucie zagrożenia, niepokój, strach lub polega na wygrażaniu.

Bezpośrednia dyskryminacja oznacza traktowanie danej osoby w inny sposób ze względu na jej wiek, niepełnosprawność, wyznawaną religię, orientację seksualną lub inne cechy danej osoby.

Z **dyskryminacją pośrednią** mamy do czynienia tam, gdzie na pozór neutralna specyfikacja, kryterium lub procedura stawia w szczególnie niekorzystnej sytuacji osobę lub grupę osób o konkretnych cechach.



B) Ochrona prywatności i danych osobowych

 Dane osobowe gromadzimy, wykorzystujemy, udostępniamy lub przechowujemy zawsze w celu, który jest uzasadniony i konieczny, zgodnie z lokalnymi przepisami prawnymi, przez okres nie dłuższy niż to konieczne w celu ich przetwarzania.

 Nigdy nie ukrywamy, jakie przetwarzamy dane i informujemy o tym osoby, których dane dotyczą.

Przestrzegamy najwyższych standardów dla zabezpieczania wszystkich danych osobowych w związku z ich gromadzeniem, używaniem, udostępnianiem, przechowywaniem, przekazywaniem zagranicę lub przetwarzaniem w inny sposób. Podobnego podejścia wymagamy od naszych kontrahentów w Unii Europejskiej i spoza niej.

C) Utrzymywanie bezpieczeństwa i higieny w miejscu pracy

 Chronimy i dbamy o bezpieczeństwo i zdrowie pracowników, zarówno fizyczne, jak i psychiczne, a także przestrzegamy właściwych przepisów, ustaw, rozporządzeń i norm dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy dla naszej branży, tak by każdy czuł się w miejscu pracy bezpiecznie. Posiadamy odpowiednie mechanizmy kontrolne.

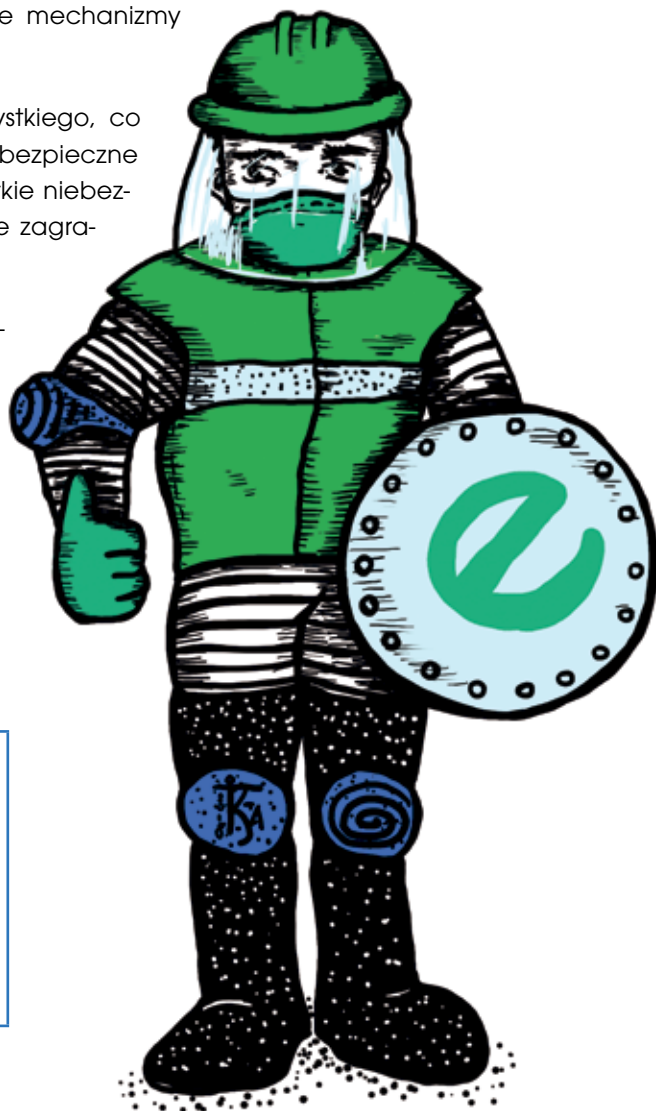
 Działamy w sposób bezpieczny i unikamy wszystkiego, co zgodnie z naszą wiedzą jest lub może być niebezpieczne lub szkodliwe oraz niezwłocznie zgłaszamy wszystkie niebezpieczne lub potencjalnie niebezpieczne sytuacje zagrażające zdrowiu lub bezpieczeństwu.

 Jesteśmy otwarci na propozycje zwiększania bezpieczeństwa w miejscu pracy.

 W naszych zakładach przestrzegamy wszystkich procedur bezpieczeństwa przewidzianych dla konkretnego miejsca pracy. Istotne informacje kontaktowe BHP są zawsze aktualne i łatwo dostępne.

Uwaga:

Szczegółowe informacje można znaleźć na intranecie w sekcji Ochrona zdrowia, bezpieczeństwa i środowiska naturalnego. Naruszenie prawa i przepisów BHP oraz ochrony środowiska naturalnego może być ścigane na gruncie prawa cywilnego i karnego, przy czym środki karne mogą zostać nałożone jak na daną osobę, tak na Zentiv



D) Wspieranie rozwoju zawodowego i osobistego

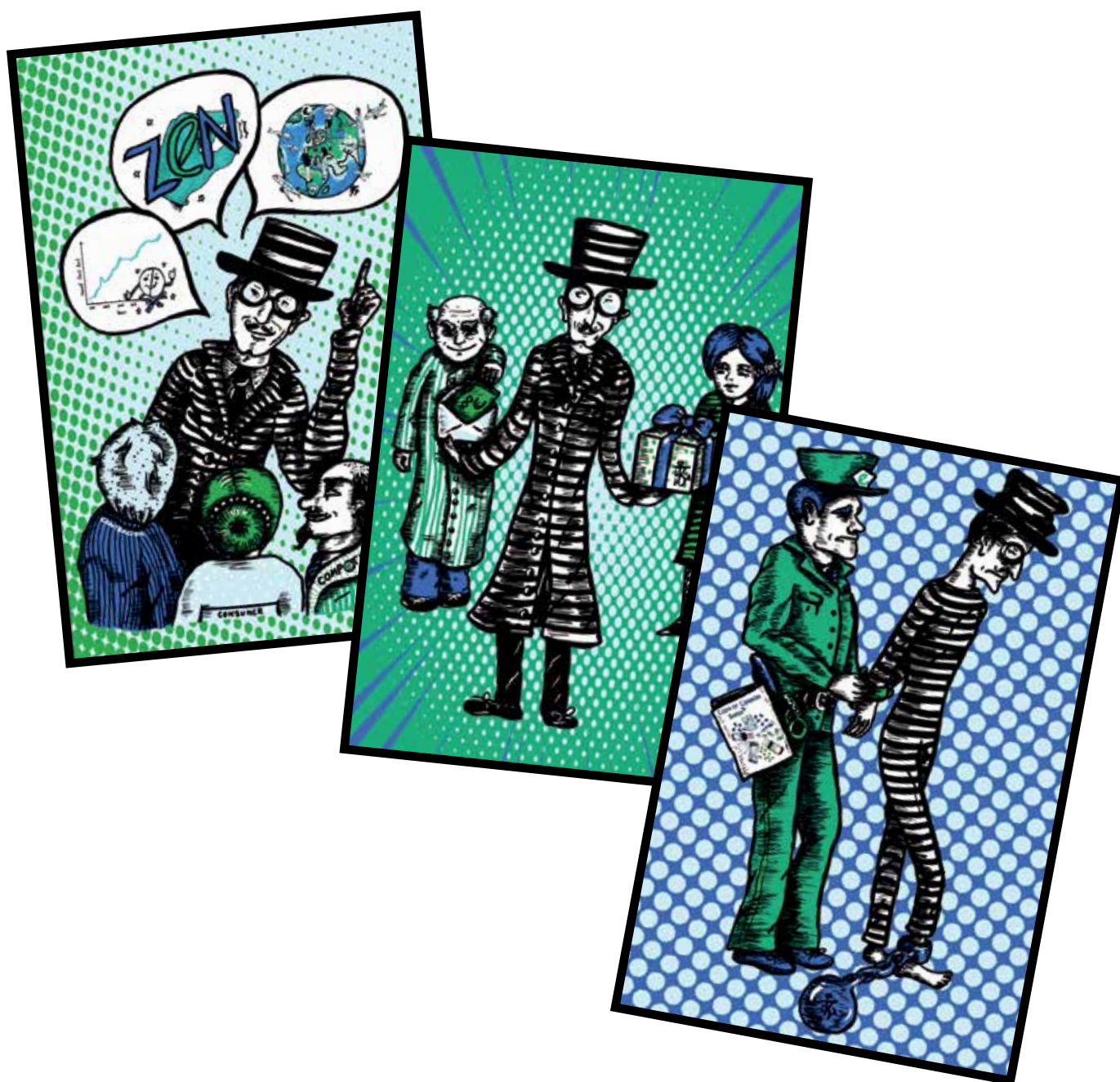
-  Każdemu pracownikowi Zentivy i kandydatowi do pracy oferujemy równe podejście do pracy, rozwoju i wzrostu.
-  Wspieramy pracę zespołową w miejscu pracy i odpowiedzialne udostępnianie informacji w ramach spółki.
-  Każdego pracownika traktujemy indywidualnie.
-  Wspieramy rozwój zawodowy współpracowników. Każdy ma te same szanse na rozwój kariery i dobre referencje.
-  Wspomagamy także rozwój osobisty pracowników przez szkolenia w dziedzinie „miękkich” umiejętności i praktyki.





TRANSPARENTNY I UCZCIWY BIZNES

Ręka odzwierciedla naszą transparentność i uczciwość we wszystkich nawiązywanych przez nas relacjach służbowych. W naszych relacjach w sferze nauki, kształcenia, sprzedaży, współpracy czy konkurencji zawsze **przestrzegamy przepisów prawa ochrony konkurencji i prawa kartelowego**. Obowiązuje u nas **zerowa tolerancja wobec korupcji i łapówkarstwa**. Tego samego podejścia oczekujemy również od drugiej strony. W tym celu prowadzimy *due diligence* u eksponowanych osób trzecich oraz surowo **przestrzegamy zasad podpisywania i zawierania umów, a także zasad postępowania z organami politycznymi i publicznymi**. Ponadto współpracując z naszymi partnerami zawsze przestrzegamy przepisów prawa i regulacji wewnętrznych odnoszących się do danej współpracy. W szczególności **przestrzegamy wszystkich wymogów prawa w zakresie współpracy** ze specjalistami z dziedziny opieki zdrowotnej, dbając, by zawsze była transparentna i nie zawierała żadnej ukrytej lub niezgodnej z prawem reklamy.



A) Przestrzeganie przepisów prawa kartelowego i prawa ochrony konkurencji



Nie dopuszczamy żadnych działań, które wykluczają, ograniczają lub naruszają wolną i uczciwą konkurencję rynkową.



Wobec naszych dostawców i kontrahentów zachowujemy się uczciwie i odpowiedzialnie, oczekując, że odpłacą się nam tym samym.



W naszej działalności nie dyskryminujemy, nie bojkotujemy ani nie stosujemy nielegalnych sankcji, jeżeli dane ograniczenia lub sankcje nie zostaną nam w sposób wiążący narzucone przez władze państwowe.



W pełni przestrzegamy wszystkich właściwych przepisów prawa kartelowego i ochrony konkurencji, zarówno z myślą o naszej działalności, jak i w celu ochrony naszych klientów.



Informacje uzyskujemy zawsze wyłącznie ze źródeł publicznych. Nasze informacje nigdy nie pochodzą z kradzieży, szpiegostwa lub oszustw.



Z osobami naruszającymi wymienione zasady bez wahania zrywamy rozmowy.

Uwaga:

W kontaktach z dostawcą, konkurentem i klientem nigdy:



nie mówimy o naszych cenach, odmawiamy zawierania zmów cenowych,



nie nadużywamy dominującej pozycji na rynku,



nie omawiamy szczegółów na temat podziału rynku, klientów lub terytorium



nie robimy nic, co mogłoby skutkować zmanipulowaniem przetargu lub bojkotem dostawcy, klienta czy dystrybutora oraz



nie omawiamy szczegółowo produktów, danych finansowych, przetargów ani umów z osobami kontaktowymi lub innymi podmiotami.

B) Zero tolerancji dla korupcji i łapówkarstwa



Nie kupujemy zamówień. Nie ma u nas miejsca dla łapówkarstwa ani korupcji w żadnej postaci, bez względu na ewentualne praktyki czy obyczaje przyjęte w danym miejscu. Zawsze przestrzegamy właściwych przepisów prawa.



Systematycznie zwalczamy wszystkie formy korupcji, w tym pośrednie i pasywne, w każdym kraju, w którym działamy.



Nie przyjmujemy ani nie oferujemy bezpośrednio ani pośrednio pieniędzy, upominków, usług ani żadnych innych korzyści urzędnikom, politykom ani partiom politycznym.



Starannie badamy działalność osób trzecich, z którymi rozważamy nawiązanie współpracy, aby w ten sposób upewnić się, że nie postępują one w sposób, który można by ocenić jako łapówkarstwo lub korupcję.



Podobnymi zasadami kierujemy się w przypadku zamówień publicznych.

C) Przestrzeganie zasad dotyczących podpisywania i zawierania umów



Zawsze przestrzegamy wewnętrznych procedur w zakresie zakupów i umów regulujących dobór partnerów, sporządzania i podpisywania umów oraz podziału odpowiedzialności.



Wszystkie negocjacje prowadzimy z właściwą starannością i uwagą tak, by żadna interakcja ustna lub pisemna nie mogła być zinterpretowana jako umowa.



Każda umowa wymaga zatwierdzenia, wewnętrznej kontroli i podpisania w imieniu Zentivy wyłącznie przez osobę upoważnioną w tym zakresie. Preferujemy wzory dokumentów Zentivy.



Od naszych partnerów wymagamy przestrzegania wszystkich właściwych miejscowo przepisów prawa oraz naszych norm firmowych, przede wszystkim w zakresie poszanowania praw człowieka i zapewniania warunków pracy zgodnych z podstawowymi wymogami Międzynarodowej Organizacji Pracy.



Zawsze interesuje nas dobre imię naszych kontrahentów. Przeprowadzamy „due diligence” eksponowanych osób trzecich.



Zachowujemy szczególną ostrożność i jeszcze bardziej surowe reguły, jeżeli Zentiva uczestniczy w przetargu lub stosunku umownym, gdzie drugą stroną jest organ władzy publicznej.

Uwaga:

Niektóre sygnały ostrzegawcze:



reputacja osoby trzeciej



w umowach nie ma jasno określonych obowiązków stron



wysokie, nieuzasadnione zaliczki na prowizje w umowach z przedstawicielami lub doradcami albo



brak konkretnych specyfikacji na fakturach.



Co to jest łapówka?



Łapówka oznacza dowolną rzecz mającą wartość. Jest to oferta, przyrzeczenie lub wręczenie korzyści finansowej lub innej, lub świadczenie na rzecz innej osoby w celu skłonienia jej do niewłaściwego pełnienia funkcji biznesowej lub publicznej, w szczególności, aby zrobiła lub nie zrobiła czegoś w ramach swojego stanowiska lub funkcji, albo w związku z nią.



Zakaz obejmuje również pasywną korupcję



Pasywna korupcja oznacza sytuację, kiedy urzędnik lub inna osoba domaga się lub przyjmuje, proponuje przyjęcie lub domaga się przyrzeczenia, że otrzyma pieniądze, prezent, usługi lub korzyść za to, że zrobi lub nie zrobi czegoś w ramach swojego stanowiska lub funkcji lub w związku z nią.

Uwaga:

Należy zachować szczególną ostrożność w rozmowach z urzędnikami, politykami i partiami politycznymi.



Mamy prawo do tego, by poświęcać swój prywatny czas, środki i udzielać innego rodzaju wsparcia kandydatom, partiom i organizacjom obywatelskim, jednak w swoich działaniach o charakterze politycznym nigdy nie możemy występować jako przedstawiciele Zentivy ani nie możemy do tych celów wykorzystywać zasobów Zentivy.



Nie mamy prawa bezpośrednio ani pośrednio zobowiązać Zentivy w żaden sposób do wsparcia partii politycznej lub kandydata politycznego, ani łączyć działalności politycznej dowolnego stowarzyszenia z Zentivą.

D) Przestrzeganie innych wymogów we współpracy z osobami trzecimi



Współpracując z osobami trzecimi zawsze surowo przestrzegamy wszystkich przepisów prawa i regulacji wewnętrznych, w szczególności w zakresie zakupów, zawierania umów oraz zakazu korupcji i łapówkarstwa.



Przed każdą współpracą należy sprawdzić, czy jest ona dopuszczalna czy nie, a także jakie ograniczenia mogą jej ewentualnie dotyczyć.



Generalnie przekazywanie darów i innych podobnych świadczeń lub sponsorowanie osób nie będących specjalistami opieki zdrowotnej wymaga zatwierdzenia przez centralę. Więcej szczegółów można znaleźć w wewnętrznych przepisach Zentivy.



Oferując osobom trzecim świadczenia o charakterze reprezentacyjnym lub upominki należy postępować tak, by nasze zachowanie nie wydawało się niestosowne i nie narażało Zentivy ani osoby trzeciej na sankcje na gruncie prawa karnego i/lub cywilnego, ani nie skutkowało ściganiem lub naruszeniem dobrego imienia Zentivy i osoby trzeciej.



Do współpracy z osobami trzecimi podchodzimy w sposób transparentny. Jeżeli wymaga tego od Zentivy ustawa lub wewnętrzne przepisy, zawsze udzielamy wszystkich wymaganych informacji na temat danej współpracy.



Nigdy nie organizujemy żadnych imprez dla osób trzecich bez wyraźnego powodu.



Organizując imprezy przestrzegamy wewnętrznych wymogów, w szczególności jeżeli chodzi o interesariuszy, uczestników, zakwaterowanie, transport, miejsce imprezy (np. nie powinny być to miejsca, które są znane przede wszystkim ze względu na swą wartość rozrywkową lub rekreacyjną ani miejsca luksusowe).



Na organizowane przez Zentivę imprezy uczestnicy nie zabierają osób towarzyszących. Ponadto Zentiva nie pokrywa żadnych kosztów ani w żaden sposób nie angażuje się w kwestie logistyczne dotyczące osób towarzyszących.



W przypadku imprez sponsorowanych, organizowanych przez osobę trzecią dbamy o to, by były przestrzegane powyższe reguły organizacyjne.



Uwaga:

We współpracy ze specjalistami opieki zdrowotnej, pacjentami, rzecznikami pacjentów i organizacjami pacjentów mogą być stosowane bardziej rygorystyczne zasady. Por. ustęp *ORIENTACJA NA PACJENTA I ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY*, *część B* i *TRANSPARENTNY I UCZCIWY BIZNES*, *część E* niniejszego Kodeksu.

E) Przestrzeganie bardziej rygorystycznych zasad we współpracy ze specjalistami opieki zdrowotnej



Specjalistów opieki zdrowotnej możemy zatrudniać w celu świadczenia usług na rzecz Zentivy wyłącznie pod warunkiem zaspokojenia wszystkich wymogów ustawowych i wewnętrznych i jeżeli ich usługi są rzeczywiście potrzebne.



Współpracując ze specjalistami opieki zdrowotnej ściśle przestrzegamy wymogów ustawowych i wewnętrznych, w szczególności w zakresie reklamy.



Nigdy nie staramy się wpływać na specjalistów opieki zdrowotnej w sposób, który byłby sprzeczny z przepisami prawa lub naszymi wewnętrznymi regulacjami.



Od czasu do czasu możemy przekazywać specjalistom opieki zdrowotnej materiały szkoleniowe, upominki niewielkiej wartości lub medyczne przedmioty użytkowe, jednak zawsze z zachowaniem odnośnych przepisów i lokalnych wymogów, nigdy jako osobistą korzyść majątkową lub środek niewłaściwego wpływania na specjalistę opieki zdrowotnej.



Z wyjątkiem powyższych przypadków materiałów lub wsparcia naukowego nie możemy wręczać specjalistom opieki zdrowotnej żadnych innych korzyści.



Zabrania się wręczania płatności w gotówce lub jej ekwiwalencie (np. bony upominkowe) i proponowania ich specjalistom opieki zdrowotnej.



Możemy sponsorować finansowo imprezy przeznaczone dla specjalistów opieki zdrowotnej pod warunkiem, że są one użyteczne dla specjalistów opieki zdrowotnej i obszaru terapeutycznego lub interesów handlowych Zentivy, a specjaliści opieki zdrowotnej nie wykorzystują tego sponsoringu do celów rozrywkowych lub rekreacyjnych.



Sponsorowania imprez nigdy nie wykorzystujemy do pośredniego finansowania lub wspierania działań, których specjaliści opieki zdrowotnej nie byłoby w stanie legalnie przedsięwziąć we własnym zakresie.



Możemy wspierać finansowo udział specjalistów opieki zdrowotnej lub naukowców w imprezie zorganizowanej przez osobę trzecią wyłącznie pod warunkiem przestrzegania naszych wymogów etycznych.

Uwaga:

„Niewielka wartość” może mieć różne znaczenie w różnych krajach, w których jest obecna Zentiva.

Uwaga:

Przykłady świadczeń dopuszczalnych pod warunkiem spełnienia wszystkich pozostałych wymogów

Użytkowe przedmioty medyczne, np. model anatomiczny przeznaczony do gabinetu albo podręczniki do medycyny.

Upominki mogą mieć postać pióra lub notesów z logo spółki.

Uwaga:

Usługa może obejmować szereg różnych czynności, jak np.

-  udział w komisjach doradczych
-  wystąpienia na konferencjach
-  udział w badaniach
-  udział w grupie badawczej
-  badania marketingowe
-  szkolenia z produktów i kształcenie
-  oraz doradztwo (np. kwerenda biblioteczna, recenzje przygotowanych w firmie materiałów, użyteczne spotkania, komisje i komitety)



Uwaga:

Więcej informacji na temat współpracy z pacjentami, rzecznikami pacjentów i organizacjami pacjentów można znaleźć w części *ORIENTACJA NA PACJENTA / ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY* niniejszego Kodeksu.



OCHRONA FIRMY

Nos symbolizuje ochronę naszej firmy i to, że my wszyscy chcemy chronić Zentivę przed każdym niebezpieczeństwem zanim jeszcze takowe nastąpi. Chodzi tu jednak o znacznie więcej niż o ochronę mienia Zentivy. Mowa tu bowiem o jej wizerunku i dobrym imieniu. Istotny element każdej ochrony stanowi również prewencja i ograniczanie ryzyka. I to właśnie dlatego wszystkie decyzje i czynności służbowe muszą być zgodne ze **wszystkimi przepisami wewnętrznymi i muszą wpisywać się w interesy Zentivy**, zarówno na płaszczyźnie finansowej, jak i społecznej. Z perspektywy zewnętrznej, nigdy nie udzielamy **informacji poufnych** oraz stosujemy reguły odpowiedzialnej komunikacji, zwłaszcza w mediach społecznościowych, pamiętając, że w imieniu Zentivy mogą zabierać głos jedynie pracownicy posiadający w tym celu specjalne upoważnienie. Z perspektywy wewnętrznej, zależy nam na mądrym wykorzystaniu zasobów Zentivy. Dlatego prowadzimy **dokładne księgi rachunkowe i inne ewidencje**, otwarcie podchodząc do każdego, nawet potencjalnego, **konfliktu interesów**. Znamy własne ograniczenia, jeżeli chodzi o nadużywanie informacji w kontaktach handlowych.





A. Szacunek do poufności informacji



Wiemy, że wrażliwe informacje naukowe, techniczne i handlowe stanowią podstawę działalności gospodarczej Zentivy.



Dlatego o ile dane informacje nie są powszechnie znane, podejmujemy wszystkie możliwe kroki w celu zachowania tajemnicy wobec wszystkich informacji dotyczących Zentivy, jej partnerów handlowych, konkurentów, pracowników itp., bez względu na stopień ich wrażliwości czy poufności.



Kierujemy się zdrowym rozsądkiem i nigdy, nawet nieumyślnie, np. jadąc komunikacją miejską, nie przekazujemy żadnych informacji poufnych lub innych informacji, które nie są znane publicznie poza Zentivą.



W ramach Zentivy również na bieżąco staramy się zapobiegać wszelkiemu unikaniu informacji.



Na wniosek organów publicznych informacji wymaganych przez ustawę mogą udzielić w imieniu Zentivy wyłącznie upoważnione osoby, zawsze na podstawie poprzedniego zezwolenia.



Przełożonym zgłaszamy wszystkie sytuacje mogące stanowić naruszenie lub zmniejszenie, nawet tylko potencjalnie, gwarantowanej tajemnicy jakichkolwiek danych wrażliwych lub poufnych.



W celu należytej ochrony informacji poufnych przestrzegamy zasad regulujących korzystanie z zasobów Zentivy, zabezpieczenia IT, odpowiedzialną komunikację zewnętrzną, prowadzenie ewidencji, ochronę danych oraz innych zasad regulujących ochronę poufnych informacji.



Uwaga:

Informacja poufna to każda informacja, bez względu na jej pochodzenie, która nie jest publicznie znana i która wymaga ochrony przed niewłaściwym wykorzystaniem lub ujawnieniem, ponieważ takie niewłaściwe wykorzystanie lub ujawnienie mogłoby potencjalnie zaszkodzić Zentivie lub osobie trzeciej.



Uwaga:

Przykładowe informacje wymagające ochrony:

-  prawo własności intelektualnej i znaki towarowe
-  warunki handlowe i finansowe Zentivy
-  plany strategiczne/handlowe, w tym informacje odnośnie cen, marketingu i sprzedaży
-  karty pacjentów i akta pracowników
-  dane kliniczne, dane badawcze i techniczne, wynalazki, innowacje
-  procesy produkcyjne
-  trwające spory sądowe
-  relacje z dawnymi, obecnymi i potencjalnymi klientami, w tym warunki odnośnych stosunków umownych oraz
-  wszelkie informacje uzyskane od osób trzecich z klauzulą poufności i ograniczonego wykorzystania, zaakceptowaną przez Zentivę.

B. Odpowiedzialne korzystanie z mediów społecznościowych

Wszyscy rozumiemy jak ważną rolę ogrywają media społecznościowe i inne formy komunikacji medialnej. Jednak tylko zachowując się na tym polu odpowiedzialnie możemy chronić wizerunek i dobre imię Zentivy przed negatywnymi następstwami.

Nie wolno nigdy występować w imieniu Zentivy, jeżeli nie jest się upoważnionym w tym zakresie pracownikiem. Jednak nawet taki pracownik może jedynie wyrazić oficjalne stanowisko zatwierdzone przez Zentivę i pod żadnym pozorem nie może ujawniać informacji poufnych.

Korzystając z dowolnych mediów należy zawsze kierować się zdrowym rozsądkiem i podejmować przynajmniej takie kroki, jakie zastosowalibyśmy w komunikacji w celu ochrony swych własnych interesów, ponieważ mamy świadomość, że wszystkie udostępniane informacje mogą zostać wykorzystane do ataku na bezpieczeństwo lub inny interes Zentivy, zwłaszcza jeżeli nieuważnie dobierzemy słowa.

Znane są nam możliwości i ryzyka związane z mediami społecznościowymi na polu komunikacji, zarówno jeżeli chodzi o komunikację prywatną, jak i służbową (np. kiedy skomentujemy post jakiegoś współpracownika).

Należy pamiętać, że każdy post w mediach społecznościowych jest dostępny na całym świecie przez nieograniczony czas i nie ma gwarancji, że uda się zachować tajemnicę i integralność jakiejkolwiek udostępnianej informacji. Oznacza to, że post dopuszczalny przez lokalne prawo i normy społeczne może zostać uznany za nieprecyzyjny, obraźliwy lub niezgodny z prawem gdzie indziej.

Jednym z elementów odpowiedzialnej komunikacji jest zgłaszanie wszystkich odnośnych postów lub dyskusji internetowych, wobec których Zentiva powinna potencjalnie zająć stanowisko.



Uwaga:

Należy zwracać szczególną uwagę na następujące sytuacje

-  Prośba ze strony mediów o opinię na temat czegoś, co dotyczy Twojego pracodawcy.
-  Wpisanie komentarza na stronie facebookowej kolegi z pracy.
-  Udostępnienie zdjęcia z imprezy firmowej.

C. Przestrzeganie zasad zarządzania ewidencją i procedur finansowych

-  Precyzyjna, zgodna z prawdą i przejrzysta księgowość i wszystkie inne ewidencje służą jako podstawa do podejmowania przyszłych decyzji. Dlatego przestrzegamy wszystkich wewnętrznych procedur odnośnie prowadzenia ewidencji, ze szczególnym naciskiem na ewidencję o charakterze finansowym.
-  Przestrzegamy praw i norm międzynarodowych, które regulują prowadzenie przez Zentivę ewidencji w specjalny sposób.
-  Sporządzając reporty i ewidencję nigdy nie podajemy informacji nieprawdziwych lub mylących.
-  W przypadkach przewidzianych przez ustawę lub międzynarodowe procedury, udzielamy w sposób przejrzysty wszystkich wymaganych informacji.

D. Ochrona aktywów Zentivy

-  Chronimy aktywa Zentivy, zarówno rzeczowe jak i niematerialne, ponieważ korzystamy z nich w naszej codziennej pracy.
-  W celu właściwej ochrony aktywów surowo przestrzegamy wszystkich wewnętrznych procedur w zakresie bezpieczeństwa fizycznego i informatycznego.
-  Nigdy nie używamy aktywów Zentivy do wykonywania czynności niezwiązanych z działalnością Zentivy i nigdy nie pożyczamy ich osobom trzecim bez wcześniejszego uzgodnienia.
-  Kierujemy się zdrowym rozsądkiem i traktujemy wszystkie aktywa Zentivy tak, jakby stanowiły nasz własny majątek.

Uwaga:

Przykładowe aktywa Zentivy

Rzeczowe:

maszyny, pojazdy, sprzęt komputerowy, zasoby, dokumenty, inwentarz, itp.

Niematerialne:

oprogramowanie, własność intelektualna, technologie, informacje itp.

E. Zgłaszanie osobistego konfliktu interesów



Aby chronić Zentivę przed szkodami, starannie analizujemy każdą sytuację i zawsze próbujemy unikać sytuacji, które mogą prowadzić do osobistego konfliktu interesów, przede wszystkim jeżeli mogłoby to naruszyć obiektywność podejmowanych przez nas decyzji służbowych.



Uważamy, że każda wartościowa otrzymana przez rzecz, świadczenie o charakterze reprezentacyjnym lub prezent, bez względu na jego wartość, wymaga zgłoszenia wewnętrznie z pomocą specjalnego formularza, tak by nie można było podważać obiektywności podejmowanych decyzji służbowych danej osoby. Jeżeli prezent jest nieestosowny, należy w uprzejmy, choć zdecydowany sposób, odmówić jego przyjęcia.



Jeżeli nasze interesy prywatne mogą choćby potencjalnie być sprzeczne z interesami Zentivy, należy kierować się zdrowym rozsądkiem, podstępować wobec Zentivy w sposób transparentny i nie naruszać pod żadnym pozorem interesów Zentivy.

Dlatego:

- zawsze zgłaszamy każdy, choćby potencjalny konflikt interesów zgodnie z obowiązującą procedurą wewnętrzną
- staramy się, żeby również nasza działalność niezarobkowa odbywała się zgodnie z wewnętrznymi przepisami Zentivy w zakresie konfliktu interesów
- nigdy nie zobowiązujemy Zentivy do żadnej działalności o charakterze politycznym
- nie uczestniczymy w żaden sposób w procesie decyzyjnym, jeżeli można jakkolwiek podważyć naszą obiektywność
- analizujemy konflikty interesów również w odniesieniu do interesów bliskich osób oraz
- zawsze przestrzegamy prawa, odpowiednich norm i zwyczajów lokalnych.

Uwaga:

Konflikt interesów oznacza każdą sytuację, w której istnieje ryzyko, że Twój interes stanie się sprzeczny lub będzie wydawać się sprzeczny z uzasadnionym interesem gospodarczym Zentivy.

Uwaga:

Przypominamy, że konflikt interesów może oznaczać również sytuację, kiedy sprzeczność interesów wynika z interesów bliskich członków rodziny lub partnerów danej osoby.

F. Przestrzeganie zakazu wykorzystywania informacji niepublicznych w obrocie giełdowym

- 👉 Jak wiadomo, informacje niepubliczne mogą wpływać na cenę instrumentów finansowych, przede wszystkim akcji.
- 👉 Dlatego wszystkie informacje niepubliczne traktujemy jako poufne do czasu zatwierdzenia przez Zentivę innego podejścia.
- 👉 Rozumiemy, że dysponując informacjami niepublicznymi nie możemy w żaden sposób inwestować w dane instrumenty finansowe przez okres tzw. blokady, ogłoszony przez Zentivę, o ile takowy obowiązuje.
- 👉 Przestrzegamy wspomnianych zasad nie tylko w odniesieniu do akcji Zentivy, ale również akcji dowolnej osoby trzeciej, z którą Zentiva współpracuje lub toczy spór.

Uwaga:

Wykorzystywanie informacji niepublicznych w obrocie giełdowym oznacza nabywanie lub zbywanie papierów wartościowych przez sprzedającego/kupującego, który ma dostęp do informacji niepublicznych bezpośrednio lub pośrednio związanych z danym papierem wartościowym, mogących wpłynąć na wartość takich akcji (informacje niepubliczne).

Przykłady informacji niepublicznych

- 👉 wyniki finansowe
- 👉 proponowane akwizycje lub dezinwestycje
- 👉 wyniki istotnych badań
- 👉 wydanie dopuszczenia do obrotu dla nowego produktu
- 👉 utrata lub podpisanie kontraktu na znaczące zamówienie i
- 👉 trwający spór sądowy.

Uwaga:

Więcej informacji można uzyskać w dziale finansowym lub prawnym.





ODWAGA, BY MÓWIĆ

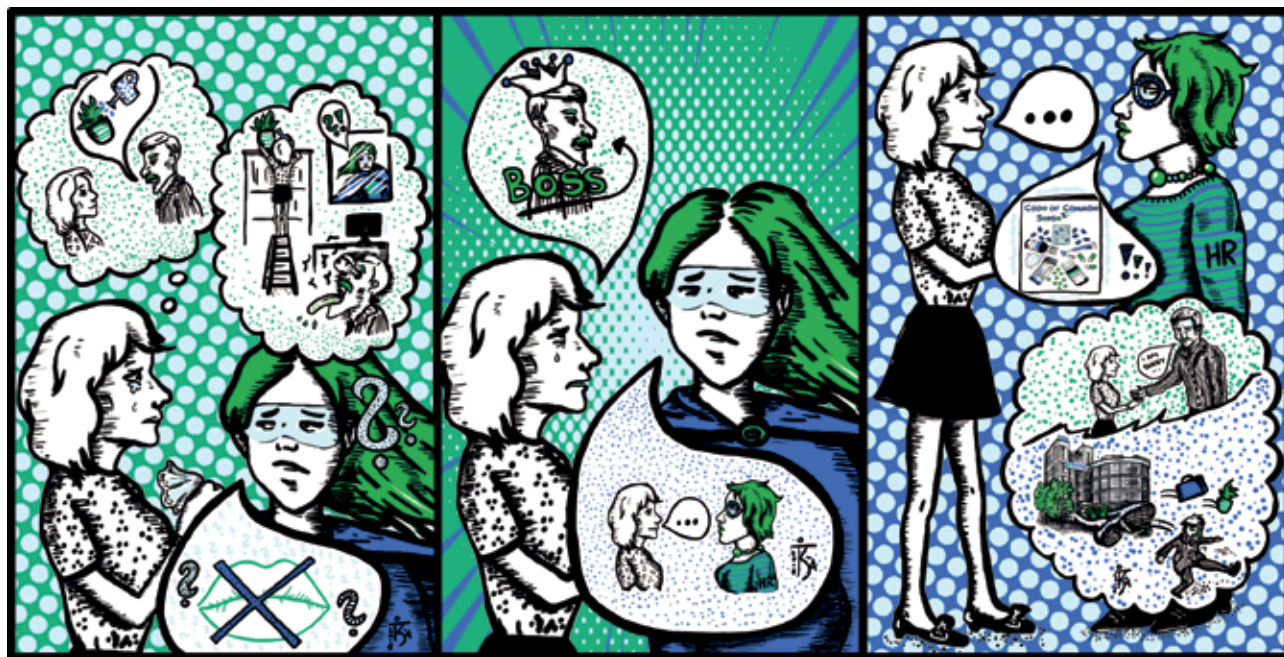
Usta symbolizują naszą odwagę, by się odzywać. Zasady biznesowe Zentivy mają sens tylko, jeżeli nie będziemy się bać mówić o problemach, zadawać pytań, zgłaszać propozycji. Odwaga, by zabrać głos to podstawa w budowaniu zaufania, zarówno w relacjach wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Dlatego Zentiva umożliwia pracownikom zabierać głos w dobrej wierze i bez złych zamiarów. Zgłaszane w dobrej wierze komentarze nigdy nie są przez Zentivę karane.

Co oznaczają problemy (naruszenia)?

Problemy to potencjalnie nielegalne lub nieetyczne sytuacje i zachowania, które wydają się lub co do których należy przypuszczać, że naruszają prawo, przepisy, branżowe kodeksy etyczne, wewnętrzne przepisy i normy Zentivy lub jakiegokolwiek zasady opisane w niniejszym kodeksie. Przykładem jest nękanie, oszustwa, naruszenie ochrony danych, ujawnianie informacji poufnych albo poważne luki w wewnętrznym systemie kontrolnym.

Kiedy należy zabrać głos?

Należy zawsze zabrać głos wówczas, kiedy w dobrej wierze i bez żadnych złych zamiarów zauważysz problem lub jeżeli masz jakiegokolwiek pytania na temat przestrzegania obowiązujących przepisów. Osoby, którym powierzono monitorowanie problemów, muszą dbać o zgłaszanie wszystkich problemów, o których uzyskają wiedzę, pracownikom pełniącym funkcję Compliance Office lub na linii telefonicznej Speak-up Zentivy. W przeciwnym razie tego typu zaniedbanie samo w sobie może być postrzegane jako problem (naruszenie).



Uwaga:

Należy pamiętać, że lepiej jest zgłosić problem, który jedynie grozi lub jest niewielki, co nie pozwoli mu rozrosnąć się do problemu o dużym znaczeniu.

Do kogo należy się zwracać?

Pracownicy mogą kontaktować się ze swoim bezpośrednim przełożonym lub innym pracownikiem na stanowisku kierowniczym lub zgłosić do lokalnego kierownika personalnego, Compliance Officer lub też skorzystać z linii telefonicznej Speak-up Zentivy. Pracownicy mogą również zwrócić się do dyrektora konkretnego działu, którego bezpośrednio dotyczy dany problem. W niektórych bardzo specyficznych sferach można skorzystać również ze środków przewidzianych dla tych konkretnych dziedzin (np. BHP, ochrona środowiska, bezpieczeństwo IT, zarządzanie jakością lub nadzór nad bezpieczeństwem farmakoterapii).

Zalecamy jednak pracownikom zgłaszanie problemów bezpośrednio do działu Compliance za pośrednictwem właściwego Compliance Officer lub przez linię Speak-up Zentivy (kontakty można znaleźć na końcu Kodeksu).

Wszystkie wyżej wymienione osoby mają obowiązek wysłuchać każdego zgłoszenia, niezwłocznie i obiektywnie je rozpatrzyć oraz rozwiązać problem w sposób dyskretny i profesjonalny.

Jaki jest sposób postępowania?

Po zgłoszeniu problemu poinformowana osoba rozpatrzy go i rozwiąże niezwłocznie, dyskretnie i profesjonalnie zgodnie z wewnętrznymi przepisami Zentivy dla zgłaszania problemów. Jeżeli zgłaszający nie zażąda zachowania anonimowości, w celu zwiększenia efektywności całego procesu i powiązanych środków naprawczych zostanie zapisane również jego/jej imię i nazwisko. Osoby, których zachowanie zgłoszono, będą niezwłocznie o tym informowane w celu przeprowadzenia w razie potrzeby niezbędnych wstępnych czynności rozpoznawczych. O współpracę mogą zostać poproszone również inne odnośne działy. W sprawie środków naprawczych rozstrzyga właściwy dział.

Więcej informacji można znaleźć w globalnych wewnętrznych przepisach Zentivy dla zgłaszania problemów.

Na czym polega rola komisji Compliance?

Ogólnie ujmując główne zadanie komisji polega na pośredniczeniu w realizacji i zapewnianiu efektywności wszystkich elementów procesu Compliance w Zentivie i analizie skuteczności powiązanych procedur. W ramach globalnych wewnętrznych przepisów Zentivy odnośnie zgłaszania problemów główne zadanie komisji polega na przyjmowaniu, rozpatrywaniu i rozwiązywaniu zgłaszanych problemów i komentarzy.

Więcej informacji o komisji Compliance można znaleźć w wewnętrznych przepisach Zentivy dotyczących założenia komisji Compliance.

Dlaczego potrzebna nam jeszcze linia telefoniczna Speak-up?

Linia ma służyć jako bezpieczny i zabezpieczony kanał do zadawania pytań lub zgłaszania problemów dotyczących Zentivy. Linia Speak-up to właściwy kanał dla osób, które chcą zachować anonimowość albo nie chcą zajmować się daną sprawą osobiście w ramach firmy.

Czy coś mi grozi za zgłoszenie problemu (naruszenia)?

Zgłaszając problemy i zadając pytania nie trzeba obawiać się odwetu, nawet jeżeli okaże się, że przekazane informacje były niedokładne lub nie doprowadzą do podjęcia żadnych kroków. Warunkiem jest działanie w dobrej wierze i bez złych zamiarów.

Czy stwierdzenie poważnego problemu (naruszenia) skutkuje zastosowaniem środków karnych?

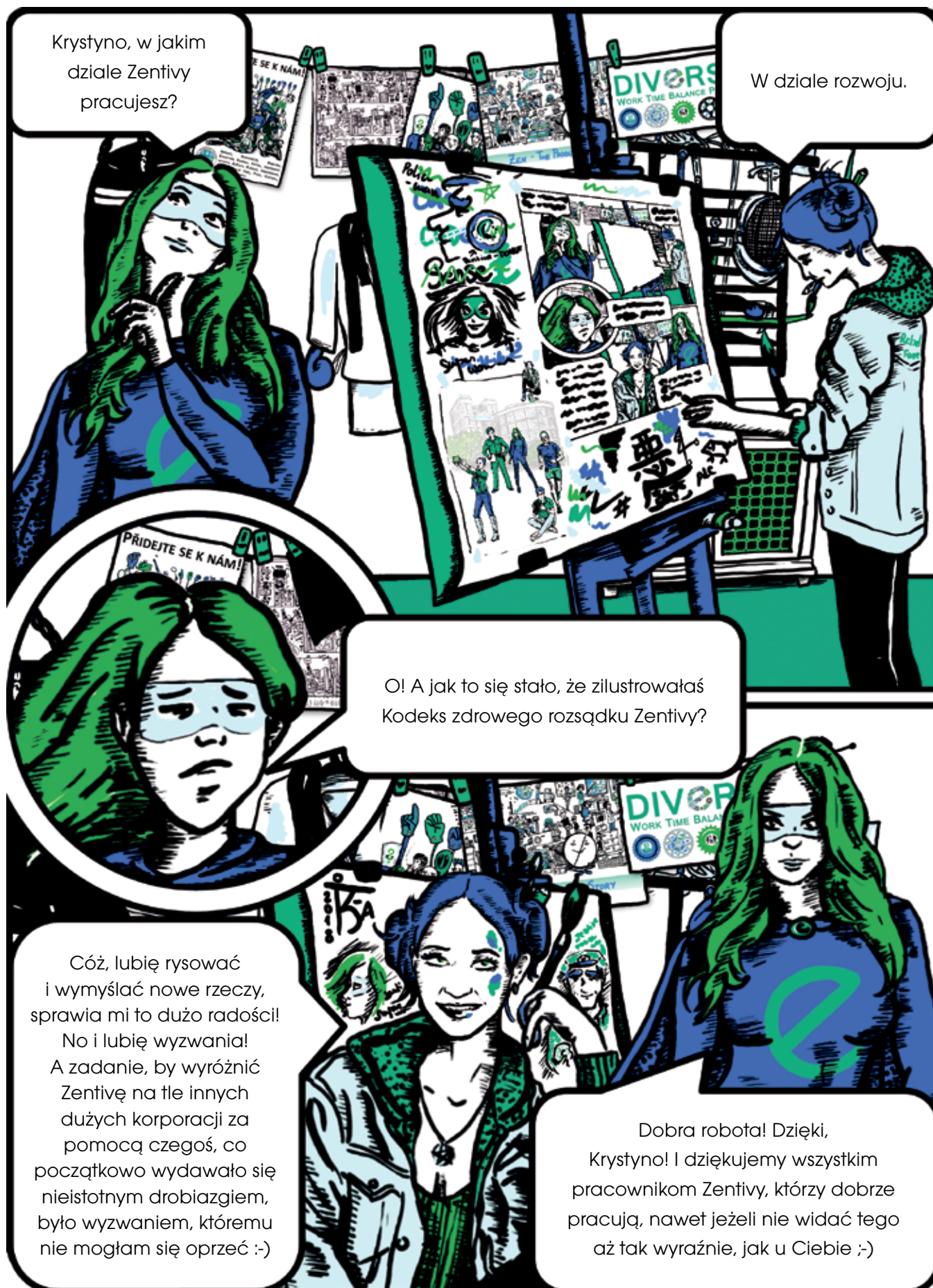
Jeżeli w trakcie śledztwa okaże się, że zgłoszony problem polegał na naruszeniu prawa, przepisów wewnętrznych lub zasad określonych w niniejszym kodeksie lub na działaniu, które mogło narazić Zentivę na niepotrzebne ryzyko, zostaną podjęte środki karne i/lub dyscyplinarne, włącznie z postępowaniem sądowym.



Kontakty do działu Compliance i numer linii Speak-up:
(aktualne w dacie 1 października 2018 r.)

compliance@zentiva.com
numer stacjonarny: +420 267 242 440
kom.: +420 725 986 555

Opowieści Zentivy o Kodeksie zdrowego rozsądku — Superkobieta Zentivy





Vydavatel:

Zentiva Group, a.s., 2018

s podporou:

Kastner & Pieš, advokátní kancelář

Ilustrace:

Kristýna Benediktová

Tisk:

ALFA MEDIMEDIA, s.r.o.