

Pravila o obnašanju in etika družbe Magna Politika o pazljivi komunikaciji

ETHICS & LEGAL COMPLIANCE | ISSUED: May 1, 2014 – REVISED: December 4, 2024

Namen te politike je pomagati zaposlenim in drugim osebam, ki delujejo v imenu družbe Magna, razumeti pomen pazljivosti in strokovnosti v vseh komunikacijah. Tako se zaščitite pred možnimi negativnimi posledicami slabih komunikacij.

Ta politika se nanaša na družbo Magna International Inc. in na vse njene operativne skupine, divizije, skupna podjetja in druge globalne dejavnosti (skupno »Magna«). Ta politika velja tudi za vse osebe, ki delujejo v imenu družbe Magna, vključno z zaposlenimi, vodstvenimi delavci, direktorji, svetovalci in zastopniki (skupno »zaposleni družbe Magna«).

UVOD

V družbi Magna vse zaposlene družbe Magna spodbujamo, da so profesionalni in jasni v vseh komunikacijah in skrbno preučijo, kakšen je najučinkovitejši način komunikacije na podlagi dejavnikov, kot so zapletenost, nujnost in občutljivost. Za namen te politike načini komuniciranja vključujejo osebne in virtualne sestanke ter telefonsko, elektronsko ali drugačno virtualno komunikacijo na različnih elektronskih platformah. Vsaka vrsta komunikacije je morda primerna za določene namene. Vzemite si čas in razmislite, kakšna vrsta najbolj ustreza razmeram.

Ko komunicirate v pisni obliki, zagotovite, da je komunikacija primerna za izdajo in občinstvo. Razmislite o temi in predvidite, kako bi lahko oblikovali besede (z uglednega stališča, v pravnem postopku ali drugače). Bodite profesionalni, naredite po lastni presoji in se izogibajte pretiravanju ali neustreznim špekulacijam.

PISNA KOMUNIKACIJA

Ko pošljete pisno komunikacijo, se prepričajte, da:

- Spoznate in preverite predvideno občinstvo. Dvakrat preverite prejemnike komunikacije, preverite e-poštno naslove in pazljivo uporabite funkcijo »Odgovori vsem«. Razumite vlogo vsakega prejemnika sporočila in ne pošiljajte več informacij, vključno s prilogami, kot je potrebno. Ohranite interna sporočila z družbo Magna.
- Bodite profesionalni v vseh svojih komunikacijah. Poskrbite, da sta vsebina in ton sporočila ustrezna. Razmislite o morebitnem odzivu, če bi bila komunikacija razkrita zunaj družbe, vključno s tem, če bi bila sporočila vzeta iz konteksta.
- Ste zelo previdni pri komunikacijah s konkurenti. Ne pogovarjajte se o cenah, ponudbah, razdelitvi trgov ali strank oziroma drugih temah, ki niso v skladu s Politiko o protimonopolnih pravilih in konkurenci družbe Magna. Za več informacij si oglejte [Politiko o protimonopolnih pravilih in konkurenci](#) družbe Magna.

- Spoštujete zasebnost, zaupnost in zaupno naravo (ali drugo imuniteto na razkritje), kjer je primerno. Čeprav je to odvisno od jurisdikcije, je komunikacija zaupne narave običajno komunikacija med vami in notranjim ali zunanjim odvetnikom, ki bi lahko bila v povezavi z morebitnim ali trenutnim sodnim postopkom ali z zahtevo ali prejemom pravnega nasveta. Za več informacij o tem, kaj predstavljajo zaupne informacije, glejte [Politiko o zaupnih informacijah](#) družbe Magna.
- Uporabljajte ustrezne komunikacijske platforme. Elektronske poslovne komunikacije se lotite samo prek službenih e-poštnih računov. Bistvene poslovne komunikacije ne začenjajte prek osebnih e-poštnih računov, besedilnih sporočil, aplikacij za besedilna sporočila ali pošiljanje sporočil (kot so WhatsApp, Viber, LINE ali podobne), računov na socialnih medijih (kot je Facebook, LinkedIn ali podobni) ali kakršnih koli platform za kratkotrajne komunikacije (ko so SnapChat, Telegram, Messenger, Wickr ali podobni). Za več informacij glejte Politiko o evidencah in upravljanju informacij družbe Magna.

PODATKI PODJETJA

Ne pozabite, da se skorajda katera koli oblika komunikacije, ki se nanaša na družbo Magna ali delo zaposlenih družbe Magna, šteje za podatke podjetja (ne glede na to, ali je v papirnati, elektronski, zvočni ali drugi obliki). Podatki podjetja so ključnega pomena za poslovanje družbe Magna ter se jih lahko preverja interno in eksterno (vključno z notranjimi in zunanjimi revizorji, vladnimi agencijami ali preiskovalci in odvetniki, ki pregledujejo dokaze v tožbah in drugih pravnih postopkih).

Predpostavljate, da ni »neuradnih« pogovorov ali komunikacij, in da je mogoče obnoviti vse, kar je izbrisano.

RAZKRITJE PODJETJA

Zaposleni družbe Magna ne smejo razpravljati o zadevah podjetja, ki predstavljajo »materialne nejavne informacije« s katero koli osebo (vključno s prijatelji, sorodniki in drugimi zaposlenimi družbe Magna, ki informacije ne potrebujejo), razen če se to zahteva pri opravljanju njihovih dolžnosti. Poleg tega se lahko z mediji, industrijskimi strokovnjaki ali delničarji družbe Magna pogovarjajo samo pooblaščen predstavniki družbe Magna. Za podrobnejše informacije si oglejte [Politiko o razkritju podjetja družbe Magna](#) in [Politiko o medijih družbe Magna](#).

ZASEBNOST IN ZAŠČITA PODATKOV

Varujte osebne informacije, ki jih delite v komunikacijah, pri čemer razkrijte samo tisto, kar je potrebno, in samo pooblaščenemu osebju, da zmanjšate tveganje, da bi prišlo do incidentov glede varstva podatkov, tako kot je določeno v politikah za varovanje podatkov družbe Magna. Za več informacij glejte [Politiko o zasebnosti in zaščiti podatkov](#) družbe Magna in povezane postopke.

KORISTNI NASVETI

BODITE POZORNI NA ...

- Vso komunikacijo, ki vsebuje konkurenčne občutljive podatke ali ki se lahko razlaga kot poskus za usklajevanje s konkurenti na način, ki zmanjšuje konkurenco, kot so komunikacije o določanju cen, pripravi ponudb, razdelitvi trgov ali strank oziroma drugih temah, ki morda kršijo Politiko o protimonopolnih pravilih in konkurenci družbe Magna.
- Komunikacijo, zaradi katere bi lahko prišlo do pravnih težav. Če niste prepričani, ali tema, o kateri komunicirate, odpira pravne težave, vključite skupinskega, regionalnega in/ali korporativnega pravnega svetovalca in po potrebi označite svojo komunikacijo z »privilegirano in zaupno«.
- Komunikacije preko socialnih medijev. Od zaposlenih in drugih oseb, ki delujejo v imenu družbe Magna, se pričakuje, da ne bodo omalovaževali družbe Magna ali razkrili kakršnih koli zaupnih informacij, kar vključuje tudi socialne medije. Komunikacije preko socialnih medijev se ne smejo šteti za zasebne, ne glede na nastavitve uporabnika. Za podrobnejše informacije si oglejte [Globalno politiko o e-pošti, internetu/intranetu in družbenih omrežjih](#) družbe Magna.

NIKOLI NE ...

- Obljublajte preveč, špekulirajte ali pretiravajte. Podajajte dejanske podatke in ne domnevajte!
- Zagotavljajte mnenj zunaj svojega področja znanja ali strokovnega znanja. Jasno navajanje informacij, ki jih poznate iz prve roke. Vključevanje drugih, da obravnavajo področja zunaj vašega področja znanja ali strokovnega znanja.
- Pošiljajte sporočil, kadar ste vznemirjeni; namesto tega shranite osnutek sporočila za določeno časovno obdobje in ga nato pred pošiljanjem preglejte. Razmislite o pridobitvi drugega mnenja.
- Govorite o drugih deležnikih na negativni način.
- Pošljite ali posredujte kakršnih koli sporočil, ki so v naravi diskriminatorna ali nadlegovalna. Če prejmete takšno komunikacijo, poiščite pomoč pri svojem nadzorniku ali vodji, oddelku kadrovske službe, skupinskem ali regionalnem pravnem svetovalcu, notranji reviziji ali oddelku za etiko in skladnost z zakonom.

ZA DODATNE INFORMACIJE

Če želite dodatne informacije ali nasvete, se obrnite na svojega skupinskega ali regionalnega pravnega svetovalca, regionalnega referenta za skladnost, podpredsednika, glavnega vodjo za skladnost in etiko ali podpredsednika, korporativno komunikacijo in odnose z mediji.

Issued:	May 1, 2014
Revised:	December 4, 2024
Next Review:	Q4 2027
Issued By:	Ethics & Legal Compliance
Approved By:	Magna Compliance Council