

**Kodeks Etyczny**  
**Członków Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów**  
**(PZWLP)**

*Kodeks Etyczny obowiązuje wszystkich Członków PZWLP [Związku]. Jest to zbiór zasad, według których Członkowie prowadzą działalność w zakresie wynajmu i leasingu pojazdów lub zarządzania flotą samochodów osobowych i pojazdów komercyjnych. Kodeks nie podaje szczegółowych reguł postępowania w każdym przypadku – wyznacza jedynie standardy i ogólne zasady, których przestrzegają Członkowie. Jednocześnie jest wyrazem wartości wyznawanych przez PZWLP: uczciwości oraz wysokiej jakości usług.*

**Definicja Członka PZWLP**

**Członek** – firma działająca w branży wynajmu i leasingu pojazdów lub zarządzania flotami pojazdów, bezpośrednio świadcząca usługi klientom, w tym również świadcząca usługi typu „rent a car”.

**Preambuła**

Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów został utworzony w 2005 r., w celu kształtowania i wpływania na rozwój branży wynajmu i leasingu pojazdów oraz zarządzania flotami pojazdów.

PZWLP jest wiodącym podmiotem przedstawicielskim firm, świadczących przedsiębiorstwom i klientom indywidualnym usługi krótko-, średnio- i długoterminowego wynajmu aut osobowych, ciężarowych i dostawczych oraz zarządzania flotami samochodowymi.

W chwili powstania Związek liczył 10 Członków – firm różnej wielkości, które łącznie dysponowały flotą ponad 33.000 pojazdów.

Członkowie PZWLP świadczą usługi niezwykle istotne dla polskiego przemysłu i handlu, ułatwiając transport towarów i osób, niezbędny dla prowadzenia wszelkiego typu działalności gospodarczej.

Zrzeszone firmy, poprzez znaczny udział w zakupach nowych pojazdów, wspierają przemysł motoryzacyjny, wnosząc znaczący wkład w polską gospodarkę.

PZWLP działa w celu tworzenia i upowszechniania standardów etycznych prowadzenia działalności i świadczenia usług, w oparciu o Kodeks, który obejmuje w szczególności standardy dotyczące bezpieczeństwa użytkowników aut, jakości świadczonych usług.

Związek przykłada szczególną wagę do zapewnienia klientom pojazdów w stanie technicznym zapewniającym bezpieczeństwo.

Przestrzeganie postanowień Kodeksu Etycznego jest warunkiem członkostwa w Związku. Stałe lub poważne naruszanie postanowień Kodeksu oraz lekceważenie znaczenia, jakie przywiązuje on do bezpieczeństwa i jakości usług, spowoduje usunięcie Członka ze Związku.

Pełna lista Członków PZWLP jest jawna, publikowana na stronie internetowej Związku lub udostępniana na życzenie.

## **Rozdział I**

### **Postanowienia ogólne**

#### **1. Kodeks Etyczny – cele**

Kodeks Etyczny ustala standardy dobrych praktyk dla podmiotów zajmujących się wynajmem i leasingiem samochodów i pojazdów komercyjnych oraz zarządzaniem flotą. Jego celem jest zagwarantowanie klientom korzystającym z usług Członków PZWLP, że są to usługi najwyższej jakości, świadczone w sposób uczciwy, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i dobrymi obyczajami.

#### **2. Bezpieczeństwo pojazdów**

Działania Członków zmierzają do jak najlepszego zapewnienia, aby pojazdy oferowane klientom były w stanie zapewniającym bezpieczne użytkowanie oraz aby były serwisowane co najmniej w stopniu zalecanym przez ich producentów.

#### **3. Poważne uszkodzenia pojazdów**

Celem Związku jest zapewnienie przejrzystości historii użytkowanych pojazdów oraz działanie na rzecz ochrony klientów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi poprzez popularyzowanie zasad niniejszego Kodeksu w codziennej działalności gospodarczej Członków Związku.

#### **4. Znaki, logotypy i materiały graficzne**

Związek rekomenduje Członkom umieszczanie logotypu PZWLP na dokumentacji, papierze firmowym i materiałach firmowych związanych z ich działalnością, a także umieszczanie materiałów PZWLP, w tym kopii niniejszego Kodeksu w swoich placówkach, w celu popularyzacji wśród klientów faktu przynależności danego Członka do Związku i jego zobowiązania do przestrzegania zasad określonych w niniejszym Kodeksie.

W razie powzięcia przez Członka informacji o nieuprawnionym wykorzystywaniu logotypu lub innych oznaczeń PZWLP przez podmioty niezrzeszone w Związku, niezwłocznie poinformuje on o tym fakcie Związek, w celu umożliwienia Związkowi podjęcia kroków prawnych przeciw podmiotom bezprawnie powołującym się na członkostwo i wykorzystującym oznaczenia PZWLP.

## **5. Utrzymanie stabilności finansowej**

Członkowie zobowiązani są do zachowania najwyższej dbałości o utrzymywanie stabilności finansowej.

## **Rozdział II Relacje Członków z Klientami**

### **1. Wysoka jakość usług**

- 1.1. Obowiązkiem Członków jest przestrzeganie zasad Kodeksu Etycznego, w tym ochrona interesów wszystkich klientów, poprzez zapewnianie oczekiwanego standardu usług.
- 1.2. Członkowie zobowiązują się do uczciwego i odpowiedzialnego prowadzenia działalności na rzecz klientów korzystających z ich usług. W tym celu Członkowie będą:
- 1.3. prowadzić działalność zgodnie z wszelkimi wymogami prawa i dobrymi obyczajami, w tym przestrzegać wszystkich przepisów i decyzji sądów oraz postępować uczciwie i odpowiedzialnie we wszelkich swoich kontaktach z klientami;
  - a. przestrzegać zasad niniejszego Kodeksu oraz brać pod rozwagę rekomendacje wydane przez PZWLP;
  - b. pomagać klientom w uzyskaniu wszelkich potrzebnych informacji i porad w zakresie świadczonych na ich rzecz usług;
  - c. działać zawsze uczciwie oraz upewniać się, że wszystkie podmioty, z którymi Członek współpracuje postępują podobnie;
  - d. unikać świadomego podawania klientom nieprawdziwych informacji dotyczących jakiegokolwiek aspektu transakcji wynajmu, leasingu lub zarządzania flotą.

### **2. Działalność**

Członkowie zobowiązują się do:

- 2.1. prowadzenia swojej działalności pod stałym adresem;
- 2.2. prowadzenia wszystkich swoich placówek w profesjonalny sposób oraz dbania o ich estetyczny wygląd;
- 2.3. przestrzegania w prowadzonej działalności przepisów prawa, dobrych obyczajów i w miarę możliwości zwyczajów lokalnych;
- 2.4. prowadzenia dokumentacji dotyczącej prowadzonej działalności w sposób przejrzysty i określony przepisami prawa, a na każdorazowe wezwanie Związku – do przedstawienia oficjalnych dokumentów potwierdzających ich uprawnienia do prowadzenia działalności.

### **3. Zarządzanie flotą - informacje dla klientów**

- 3.1. Członkowie, którzy świadczą usługi zarządzania flotą, są zobowiązani do zapewnienia sprawnego przepływu informacji dotyczących stanu pojazdów klienta.
- 3.2. Członkowie upewnią się, że wszelkie informacje dotyczące pojazdów przechowywane w imieniu klienta, takie jak historia serwisowania, dokumentacja pojazdu, itp. są przekazane uprawnionej osobie sprawnie i na czas.
- 3.3. Członkowie dołożą najwyższej dbałości o przestrzeganie zakazu ujawniania informacji klienta stanowiących jego tajemnicę handlową.
- 3.4. Członkowie powinni przestrzegać zasad dobrych praktyk we wszelkich swoich umowach dotyczących zarządzania flotą.

### **4. Reklama**

Na Członkach ciąży obowiązek zachowania najwyższej dbałości o to, żeby wszelkie ich materiały reklamowe pozbawione były stwierdzeń nieprawdziwych lub wprowadzających klientów w błąd.

### **5. Dostęp klientów do Kodeksu**

Aktualny Kodeks jest dostępny na stronie internetowej PZWLP.

## **Rozdział III**

### **Relacje Członków z Pracownikami**

#### **1. Bezpieczeństwo i zdrowie pracowników**

Członkowie dbają o bezpieczeństwo, zdrowie i godziwe warunki pracy i płacy pracowników, przestrzegając zasad bezpieczeństwa i higieny pracy.

#### **2. Równość szans dla pracowników**

- 2.1. Członkowie stwarzają równe szanse wszystkim swoim pracownikom w związku z wykonywaną pracą, w szczególności w zakresie rekrutacji, rozwoju zawodowego, szkoleń i awansów, a ponadto podchodzą do każdego pracownika indywidualnie, zgodnie z jego możliwościami spełnienia zawodowych oczekiwań.
- 2.2. Pracownicy mają równe prawa z tytułu jednakowego wypełniania takich samych obowiązków; dotyczy to w szczególności równego traktowania mężczyzn i kobiet w zatrudnieniu.

- 2.3. Jakakolwiek dyskryminacja w zatrudnieniu, bezpośrednia lub pośrednia, w szczególności ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy - jest niedopuszczalna.

### **3. Poszanowanie godności i prywatności pracowników**

- 3.1. Członkowie zobowiązani są do zapewnienia poszanowania godności i prywatności każdego pracownika.
- 3.2. Członkom przysługuje uprawnienie do zbierania danych osobowych pracowników, na potrzeby i w związku z ich zatrudnieniem w zakresie dozwolonym przepisami prawa.
- 3.3. Na Członkach ciąży obowiązek poinformowania pracowników odnośnie do rodzaju zbieranych i przetwarzanych danych osobowych i uzyskania stosownych zgód wymaganych przepisami prawa. Należy zapewnić pracownikom możliwość systematycznego wglądu do ich akt osobowych.
- 3.4. Dane osobowe pracowników o charakterze poufnym, nie mogą być ujawniane bez zgody pracowników, których dotyczą, z wyjątkiem wypadków określonych przepisami prawa.

### **4. Udzielanie informacji**

- 4.1. Pracownikom należy na bieżąco udzielać w sposób jasny wszelkich informacji niezbędnych do prawidłowego wykonywania przez nich obowiązków służbowych i realizacji celów niniejszego Kodeksu.
- 4.2. Każdemu pracownikowi powinno się zapewnić możliwość zwrócenia się do przełożonego lub członka kierownictwa z wszelkimi problemami lub uwagami istotnymi dla funkcjonowania Członka lub realizacji postulatów niniejszego Kodeksu.

### **5. Rozwój i wynagrodzenie pracowników**

- 5.1. Członkowie stworzą swoim pracownikom twórcze warunki pracy, stymulujące ich rozwój oraz dostosowany do ich potrzeb i możliwości system szkoleń, zgodny ze standardami branży.
- 5.2. Płace pracowników powinny, w ramach możliwości Członków, odzwierciedlać indywidualne możliwości, osobisty wkład i efekty pracy pracowników.

## **Rozdział IV**

### **Relacje Członków z kontrahentami i podmiotami z branży**

#### **1. Procedury wyboru kontrahentów**

- 1.1. Członkowie rozwijają i dbają o relacje z kontrahentami, które winny opierać się na wzajemnym szacunku i zaufaniu.
- 1.2. Wybór towarów i usług powinien być uzależniony wyłącznie od ceny, jakości i potrzeb Członków, przy dopuszczeniu maksimum konkurencji.
- 1.3. Członkowie stwarzają, w miarę możliwości, mechanizmy monitorowania i kontroli wewnętrznej mające na celu wykrycie i zapobieganie korupcji, oszustwom i innym nadużyciom w procesie pozyskiwania kontrahentów.

#### **2. Płatności**

Członkowie wykażą się dbałością o to, by regulować swoje wszelkie zobowiązania finansowe w należyтым terminie i zgodnie z uzgodnionymi warunkami.

#### **3. Uczciwa konkurencja**

- 3.1. Członkowie popierają i stosują uczciwą konkurencję.
- 3.2. Spotkania i wymiana informacji z podmiotami z branży, w tym z innymi Członkami, nie może prowadzić do zakazanych przepisami prawa antymonopolowego porozumień, w szczególności mających na celu:
  - a. ustalanie cen,
  - b. wymianę poufnych informacji handlowych, takich jak wysokość kosztów, wolumen biznesu, planowane strategie, dzielenie się rynkiem, itd.
- 3.3. W przypadku zamiaru uczestniczenia przez Członka w spotkaniu z udziałem innych podmiotów z branży, w miarę możliwości rekomendowane jest:
  - a. zapoznanie się agendą spotkania przed wzięciem w nim udziału i odmowa udziału w spotkaniu budzącym uzasadnione wątpliwości;
  - b. w razie pojawienia się przypuszczenia w trakcie spotkania, że poruszane tematy mogą naruszać zasady uczciwej konkurencji, zgłoszenie przez Członka sprzeciwu oraz upewnienie się, że został on udokumentowany;
  - c. w przypadku sporządzania protokołu z przebiegu spotkania, zweryfikowanie, czy protokół odzwierciedla w sposób poprawny przebieg spotkania oraz uwzględnia wszystkie poczynione ustalenia.
- 3.4. Członkowie upewnią się, że rozdawane w czasie spotkań z podmiotami z branży dokumenty/statystyki zawierają dane generalne, historyczne, zagregowane i nie zawierają elementów ryzykownych z punktu widzenia prawa antymonopolowego.

- 3.5. Każdy Członek wyrazi aktywny sprzeciw, jeżeli w jego obecności podmioty z branży podejmą zachowania ryzykowne z punktu widzenia prawa konkurencji lub prawa antymonopolowego, a w przypadku kontynuowania takich działań, bezzwłocznie opuści spotkanie i upewni się, że sprzeciw i odejście zostały odnotowane w protokole spotkania.
- 3.6. Wszelkie rekomendacje kierowane przez PZWLP do swoich Członków na spotkaniach oraz poza spotkaniem są przygotowane i przekazywane w taki sposób aby ani ich celem, ani skutkiem nie było ograniczenie konkurencji między Członkami, w szczególności w zakresie cen, jakości lub innowacyjności oferowanych produktów przez Członków.

## **Rozdział V**

### **Relacje z otoczeniem i społecznością lokalną**

#### **1. Ochrona środowiska**

Troska o środowisko naturalne jest jednym z istotnych obowiązków Członków, dlatego wszystkie ich działania muszą być zgodne z obowiązującym prawem i uregulowaniami oraz podejmowane bez zagrożenia dla zdrowia ludzi i środowiska.

#### **2. Wspieranie społecznej aktywności**

- 2.1. Członkowie rozpropagują wśród swoich pracowników i współpracowników podejmowanie aktywności na rzecz lokalnej społeczności i inicjatyw obywatelskich.
- 2.2. Członkowie mogą wspierać organizacje charytatywne oraz zachęcać do takiego postępowania swych pracowników i innych przedsiębiorców. Zasady udzielania wsparcia powinny być zdefiniowane w sposób zapewniający transparentność procesu.

## **Rozdział VI**

### **Postanowienia końcowe**

1. Członkowie zadbają o popularyzację postanowień niniejszego Kodeksu wśród swoich pracowników.
2. Problemy, które pojawiają się w związku z wdrażaniem i interpretacją Kodeksu oraz wszelkie komentarze i sugestie odnośnie do możliwych usprawnień będą zgłaszane Związkowi.
3. Zadaniem Związku jest monitorowanie przestrzegania przez Członków postanowień niniejszego Kodeksu, a w razie stwierdzenia naruszeń, zastosowania adekwatnych środków prowadzących do ich wyeliminowania.
4. Niniejszy Kodeks wchodzi w życie w terminie 7 dni od dnia jego uchwalenia przez Walne Zebranie Członków Związku.