

Polityka Informacyjna Santander Bank Polska S.A.

Wersja 3

Santander Bank Polska S.A. („Bank”) prowadzi politykę informacyjną, udzielając jasnych i rzetelnych informacji swoim akcjonariuszom, klientom oraz innym interesariuszom. Bank, udzielając informacji kieruje się przepisami prawa, zasadami ładu korporacyjnego, z zachowaniem zasad tajemnicy bankowej, tajemnicy zawodowej oraz z uwzględnieniem zasad dotyczących zapobieganiu wykorzystywania i ujawniania informacji poufnych.

Bank, jako instytucja zaufania publicznego, poprzez prowadzoną politykę informacyjną buduje zaufanie, zrozumienie oraz umożliwia dokonywanie rzetelnej wyceny akcji Banku, notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Nadzór nad Polityką Informacyjną Banku sprawuje Biuro Prasowe Santander Bank Polska. Polityka jest aktualizowana raz w roku.

Rozdział 1:

PODSTAWOWE ZASADY

1. Podstawową zasadą udzielania informacji przez Bank jest zapewnienie równego dostępu do jasnej, precyzyjnej, prawdziwej i aktualnej informacji o Banku dla wszystkich interesariuszy;
2. Celem realizowanej polityki informacyjnej jest:
 - a) określenie mechanizmów zapewniających efektywną komunikację Banku z uczestnikami rynku, w tym także kapitałowego;
 - b) budowanie zaufania i zrozumienia dla działań podejmowanych przez Bank i jego Grupę Kapitałową;
 - c) kreowanie wizerunku instytucji odpowiedzialnej i rzetelnej;
 - d) zapewnienie równego dostępu do informacji wszystkim grupom interesariuszy;
 - e) wypełnianie obowiązków informacyjnych, w sposób umożliwiający dokonywanie rzetelnej wyceny akcji Banku przez rynek kapitałowy.
3. Informacje dotyczące Banku i jego Grupy przekazywane są w oparciu o:
 - a) obowiązujące regulacje prawne;
 - b) zasady ładu korporacyjnego.
4. Zgodność formalno-prawną przekazywanych informacji nadzoruje Pion Prawny i Zapewnienia Zgodności.
5. Zgodność z wymogami regulatorów przekazywanych publicznie informacji nadzoruje Departament Ładu Korporacyjnego.
6. Informacje finansowe przekazywane są w formie raportów okresowych (kwartalnych, półrocznych i rocznych). Ponadto informacje są umieszczane na stronie internetowej Banku www.santander.pl
7. W strukturze Banku do realizacji Polityki Informacyjnej powołane są:
 - a) w zakresie komunikacji z mediami oraz klientami – Obszar Komunikacji Korporacyjnej i Marketingu oraz właściwe jednostki biznesowe;
 - b) w zakresie komunikacji z inwestorami – dyrektor ds. Relacji Inwestorskich;
 - c) w zakresie realizacji obowiązków informacyjnych spółki giełdowej – Departament Ładu Korporacyjnego;
 - d) w zakresie Public Policy – Departament Public Relations.

Rozdział 2:

Komunikacja z uczestnikami rynku kapitałowego

Bank dba o efektywną, regularną i terminową komunikację swoich wyników wszystkim interesariuszom, w tym uczestnikom rynku kapitałowego. Status spółki publicznej, jak również pozycja rynkowa Banku decydują o aktywnym prowadzeniu działań w celu sprostania potrzebom informacyjnym interesariuszy Banku, zgodnie z najwyższymi standardami rynkowymi oraz obowiązującymi przepisami.

1. Bank zapewnia równy dostęp wszystkim interesariuszom do informacji dotyczącej działalności Banku, zwłaszcza poprzez:
 - a) właściwe wykonanie obowiązków informacyjnych, wynikających z faktu, że akcje Banku są dopuszczone do obrotu na rynku regulowanym, w zakresie i terminach wymaganych przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa;
 - b) stosowanie zasad ładu korporacyjnego;
 - c) zapewnienie dialogu z uczestnikami rynku kapitałowego w ramach wykonywania zadań dyrektora ds. Relacji Inwestorskich oraz Departamentu Ładu Korporacyjnego, prowadząc działania skierowane i dostosowane do potrzeb informacyjnych określonych grup uczestników rynku kapitałowego, w oparciu o najlepsze standardy rynkowe i praktyki.
2. Ogólny zakres Polityki Informacyjnej Banku wynika z przepisów prawa dotyczących działalności spółki publicznej na rynku kapitałowym, w tym w szczególności z przepisów:
 - a) Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE;
 - b) ustawy z dnia 29 lipca 2005r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (Dz.U.2021.1983 t.j. z dnia 2021.11.02);
 - c) ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (Dz.U.2021.328 t.j. z dnia 2021.02.22 z późniejszymi zmianami);
 - d) ustawy z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks spółek handlowych (DZ.U. 2020.1526 t.j. z dnia 2020.09.04 z późniejszymi zmianami).
3. Ponadto, z zastrzeżeniem powyższych przepisów, Bank prowadzi komunikację z uczestnikami rynku kapitałowego dostosowaną do potrzeb określonych grup, w szczególności przeprowadza:
 - a) konferencje wynikowe dla analityków, inwestorów instytucjonalnych oraz inwestorów indywidualnych, z możliwością uczestniczenia w spotkaniu na odległość – każdorazowo po publikacji wyników finansowych oraz doraźnie w miarę potrzeb; Bank przeprowadza transmisję w Internecie na żywo z tych spotkań, a nagrania zamieszczane są w internetowym serwisie Banku na stronach Relacji Inwestorskich;
 - b) spotkania przedstawicieli Zarządu Banku i jednostki Relacji Inwestorskich z inwestorami instytucjonalnymi podczas konferencji inwestorskich organizowanych przez banki inwestycyjne;
 - c) spotkania przedstawicieli Zarządu Banku i jednostki Relacji Inwestorskich z inwestorami indywidualnymi podczas konferencji dla inwestorów indywidualnych;
 - d) spotkania przedstawicieli Zarządu Banku i jednostki Relacji Inwestorskich z analitykami biur maklerskich oraz banków inwestycyjnych – w miarę zgłaszanych potrzeb;
 - e) spotkania „one-on-one” z przedstawicielami Zarządu Banku i jednostki Relacji Inwestorskich w miarę zgłaszanych potrzeb;

- f) telekonferencje przedstawicieli Zarządu Banku z inwestorami instytucjonalnymi, inwestorami indywidualnymi oraz analitykami – w miarę zgłaszanych potrzeb;
 - g) aktualny serwis Relacji Inwestorskich na korporacyjnej stronie internetowej Banku – publikacja informacji na stronach natychmiast po ich ogłoszeniu;
 - h) odpowiedzi na pytania zadawane drogą mailową oraz telefoniczną – Bank dokłada wszelkich starań, aby udzielać odpowiedzi tak szybko jak to możliwe, w przypadku pytań kierowanych drogą mailową w nieprzekraczalnym terminie 48 godzin;
 - i) inne narzędzia komunikacyjne w miarę zgłaszanych potrzeb, w tym dni otwarte dla inwestorów indywidualnych, prezentacje, „newslettery”, „fact-sheets”, krótkie komentarze pisemne lub wideo przedstawicieli Zarządu Banku do wyników finansowych (w miarę potrzeb).
4. Walne Zgromadzenia Banku („WZA”) zwoływane są zgodnie z obowiązującym prawem dotyczącym spółek giełdowych oraz zasadami ładu korporacyjnego. Informacje dotyczące decyzji WZA są podawane do publicznej wiadomości i umieszczane na stronie internetowej. Bank transmituje obrady WZA oraz umożliwia głosowanie on-line. Ponadto Bank umożliwia mediom uczestnictwo w WZA.
5. Komórką odpowiedzialną za zakres i realizację Polityki informacyjnej wobec uczestników rynku kapitałowego jest dyrektor ds. Relacji Inwestorskich oraz Departament Ładu Korporacyjnego.

Rozdział 3: Komunikacja z Klientami

Bank dba o rzetelną, wyczerpującą i terminową komunikację do Klientów, zarówno obecnych jak i potencjalnych w zakresie świadczonych usług i oferowanych produktów oraz informacji o kondycji finansowej Banku. Nadrzędnym celem komunikacji z Klientem jest umożliwienie mu pełnego zrozumienia zasad i oferty Banku, aby mógł świadomie i odpowiedzialnie podejmować decyzje o korzystaniu z konkretnych produktów.

1. Bank prowadzi komunikację z Klientami poprzez:
 - a) korespondencję listowną;
 - b) e-mail – czas odpowiedzi na zapytania do 24 h;
 - c) kanały zdalne video, chat w ramach usługi Doradcy Online oraz obsługę w Polskim Języku Migowym;
 - d) infolinię;
 - e) materiały reklamowe i reklamowo-informacyjne dostępne w placówkach lub dostarczane pocztą;
 - f) reklamy publikowane w mediach;
 - g) informacje przekazywane w systemie bankowości internetowej oraz w aplikacji mobilnej;
 - h) informacje umieszczane na stronie internetowej www.santander.pl;
 - i) pracowników Banku;
 - j) media społecznościowe;
 - k) jednostki rozpatrujące reklamacje oraz Biuro Rzecznika Klienta.
2. Bank informuje Klientów o zmianach w posiadanych produktach i usługach, z zachowaniem terminów ustawowych i umownych, ofercie Banku, zasadach korzystania z produktów i usług oraz odpowiada na zapytania i wątpliwości Klientów.
3. Przygotowując materiały informacyjno-reklamowe Bank kieruje się zasadą uczciwego i kompletnego informowania o produktach Banku i Grupy Kapitałowej Santander Bank Polska. Bank formułuje komunikację do klientów w sposób jasny, prosty i zrozumiały, z uwzględnieniem charakterystyki grupy docelowej, zamieszczając w niej wszystkie obligatoryjne informacje

wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa oraz standardów określonych przez organy nadzoru finansowego. Materiały informacyjne i reklamowe dotyczące produktów i usług oferowanych przez Bank przygotowywane są i udostępniane zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz z uwzględnieniem zasad uczciwej konkurencji.

4. Obowiązujące w Banku standardy oraz procedury dotyczące procesu zarządzania i obsługi reklamacji, w tym w zakresie terminów odpowiedzi na reklamacje, są zgodne z zewnętrznymi regulacjami:
 - ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 roku o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku finansowym (Dz. U. z 2019 r. poz. 2279 t.j. z dnia 2019.11.19 z późniejszymi zmianami),
 - ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 roku o usługach płatniczych (Dz.U.2021.1907 t.j. z dnia 2021.10.21 z późniejszymi zmianami).
5. Klienci mogą składać reklamacje osobiście w dowolnej placówce Banku, elektronicznie za pomocą Santander internet i mobile, telefonicznie, za pomocą połączenia Video (usługa dla osób niesłyszących) oraz listownie
6. Bank powołał funkcję Rzecznika Klienta, który reprezentuje interesy klientów w sprawach reklamacyjnych i jest instytucją odwoławczą. Jeśli Klient nie zgadza się z decyzją dotyczącą swojego zgłoszenia, może odwołać się do Rzecznika Klienta.
7. W ramach procesu zarządzania reklamacjami Bank monitoruje liczbę reklamacji oraz prowadzi ich analizę, na podstawie której rekomendowane są działania usprawniające procesy, produkty i usługi, a także eliminowane źródłowe przyczyny reklamacji.
8. Komórką odpowiedzialną za zakres i realizację Polityki informacyjnej wobec Klientów jest Departament Marketingu oraz wybrane jednostki Banku. Obszar Zapewnienia Zgodności odpowiada za nadzór nad standardem rozpatrywania reklamacji w Banku.

Rozdział 4 **Komunikacja z mediami**

Bank prowadzi jednolitą, skoordynowaną politykę informacyjną wobec mediów. Jest ona zgodna z przepisami prawa, w tym w zakresie zachowania tajemnicy bankowej, oraz dobrymi praktykami oraz wymaganiami regulatorów rynku.

1. Podstawową zasadą udzielania informacji mediom przez Bank jest zapewnienie równego dostępu do jasnej, precyzyjnej, prawdziwej i aktualnej informacji o Banku dla dziennikarzy.
2. W imieniu Banku wypowiada się Zarząd Banku, przedstawiciele Rady Nadzorczej, Rzecznik Prasowy oraz pracownicy Biura Prasowego, a także inne osoby upoważnione przez Zarząd Banku lub Rzecznika Prasowego.
3. Komunikaty, stanowiska, oświadczenia i odpowiedzi dla mediów są wydawane w języku polskim przez Biuro Prasowe Banku.
4. Informacje przekazywane są mediom poprzez:
 - a) informacje prasowe;
 - b) oświadczenia;
 - c) odpowiedzi na zapytania;
 - d) wywiady;
 - e) bezpośrednie spotkania i konferencje;
 - f) kanały social media Banku;
 - g) stronę internetową www.santander.pl.

5. Odpowiedzi na pytania mediów udzielane są w możliwie jak najkrótszym terminie. W przypadku potrzeby zebrania bardziej złożonych informacji czas udzielania odpowiedzi jest uzgadniany z dziennikarzem.
6. Kontakt do mediów dostępny jest na stronie internetowej Banku www.santander.pl
7. Komórką odpowiedzialną za zakres i realizację Polityki informacyjnej wobec mediów jest Biuro Prasowe.