



COMPENSA TOWARZYSTWO UBEZPIECZEŃ S.A. VIENNA INSURANCE GROUP

Polityka informacyjna

Nr i data uchwały Zarządu:

2/06/2020 z dnia 02.06.2020r.

Nr regulacji:

CNL/P/12/2016



SPIS TREŚCI

1.	Definicje.....	3
2.	Wprowadzenie.....	3
2.1	Cel	3
2.2	Zakres.....	3
2.3	Przegląd i aktualizacja.....	3
2.4	Odniesienia do innych Regulacji wewnętrznych	3
3.	Podstawowe zasady Polityki informacyjnej.....	4
4.	Organizacja	4
5.	Sposób upowszechniania informacji i prowadzenia komunikacji.....	5
6.	Zasady udzielania informacji mediom.....	6
7.	Przekaz reklamowy	6
8.	Materiały informacyjne	7
9.	Ochrona informacji.....	8
10.	Postanowienia końcowe	8
11.	Kontakt	8



1. Definicje

- a) **KIWI** – Platforma komunikacji dla pracowników Towarzystwa
- b) **Polityka** – Polityka informacyjna
- c) **Towarzystwo** – Compensa Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. Vienna Insurance Group

2. Wprowadzenie

2.1 Cel

2.1.1. Polityka określa standardy upowszechniania informacji oraz prowadzenia komunikacji przez Towarzystwo.

2.1.2. Polityka prowadzona przez Towarzystwo adresowana jest w szczególności do:

Akcjonariuszy, aktualnych i potencjalnych Klientów, Pośredników ubezpieczeniowych, Pracowników Towarzystwa oraz instytucji rynku finansowego i opinii publicznej.

2.1.3. Głównymi celami Towarzystwa w zakresie Polityki jest kształtowanie dobrych relacji z adresatami Polityki oraz tworzenie i utrzymywanie pozytywnego wizerunku Towarzystwa.

2.1.4. Wdrożenie Polityki stanowi wykonanie zaleceń Komisji Nadzoru Finansowego zawartych w wydanych w 2014 roku „Zasadach ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych”.

2.2 Zakres

Polityka obejmuje swoim zakresem wszystkie jednostki organizacyjne Towarzystwa, które są zobowiązane do jej stosowania.

2.3 Przegląd i aktualizacja

Polityka podlega przeglądowi co najmniej raz w roku i powinna być aktualizowana, jeśli wymagają tego zmiany w otoczeniu prawnym lub organizacyjnym Towarzystwa. Za dokonywanie przeglądów i aktualizacji odpowiada kierujący Biurem Marketingu, CRM i PR.

2.4 Odniesienia do innych Regulacji wewnętrznych

Polityka zawiera odniesienia do:

- Regulaminu organizacyjnego,
- Regulaminu Pracy,
- Polityki bezpieczeństwa systemu informacyjnego,



- Procedury obsługi posiedzeń i obiegu uchwał Zarządu,
- Procedury rozpatrywania reklamacji oraz skarg wpływających od klientów,
- Procedury System regulacji wewnętrznych,
- Procedury: Wytyczne dotyczące dystrybucji ubezpieczeń oraz relacji z Klientem,
- Facebook – Dobre praktyki obecności Pracowników w mediach społecznościowych.

3. Podstawowe zasady Polityki informacyjnej

- 3.1. Towarzystwo prowadząc Politykę przestrzega najwyższych standardów jakościowych, co wyraża się przejrzystością, rzetelnością, kompletnością oraz terminowością udzielanych informacji.
- 3.2. Towarzystwo prowadzi Politykę opartą na zasadzie ułatwiania dostępu do informacji. W szczególności intencją Towarzystwa jest umożliwienie Klientom łatwego dostępu do pełnych informacji na temat oferty produktowej, w sposób pozwalający na wybór ubezpieczenia zgodnego z indywidualnymi potrzebami.
- 3.3. Polityka prowadzona jest zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym z przepisami zawartymi w:
 - a) Kodeksie cywilnym,
 - b) Kodeksie spółek handlowych,
 - c) Ustawie o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej,
 - d) Ustawie o ochronie danych osobowych,
 - e) Ustawie o prawach konsumenta,
 - f) Ustawie o dystrybucji ubezpieczeń,
 - g) Ustawie prawo prasowe,
 - h) Ustawie o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu konsultacji.
- 3.4. Prowadząc Politykę Towarzystwo uwzględnia zasady wypracowane w tym zakresie w ramach Vienna Insurance Group.

4. Organizacja

Politykę informacyjną Towarzystwa realizują:

- a) Prezes Zarządu – w pełnym zakresie,
- b) Członkowie Zarządu – w zakresie nadzorowanych obszarów,
- c) Biuro Zarządu – w zakresie, decyzji podejmowanych przez Zarząd zgodnie z „Procedurą obsługi posiedzeń i obiegu uchwał Zarządu”,



- d) Biuro Marketingu, CRM i PR – w zakresie: decyzji podejmowanych przez Zarząd, działań promocyjnych i reklamowych oraz administracji stroną internetową,
- e) inne jednostki organizacyjne Towarzystwa desygnowane do realizacji Polityki – w zakresie określonym w „Regulaminie organizacyjnym” oraz innych regulacjach wewnętrznych obowiązujących w Towarzystwie.

5. Sposób upowszechniania informacji i prowadzenia komunikacji

5.1. Komunikacja z Klientem odbywa się:

- pisemnie,
- za pośrednictwem poczty elektronicznej,
- za pośrednictwem mediów społecznościowych, w tym portalu społecznościowego Facebook, przy uwzględnieniu ograniczeń wynikających z przepisów prawa (w szczególności dotyczących ochrony danych osobowych i tajemnicy ubezpieczeniowej) oraz szczegółowych regulacji wewnętrznych Towarzystwa, w tym w szczególności dotyczących zasad rozpatrywania reklamacji przez Towarzystwo,
- za pośrednictwem strony internetowej www.compensa.pl, w tym umieszczonych na niej formularzy,
- poprzez kontakt telefoniczny oraz osobisty w siedzibie Towarzystwa lub jednostkach terenowych.

5.2. Przed zawarciem przez Klienta umowy ubezpieczenia Towarzystwo udostępnia mu wszelkie informacje wymagane przez obowiązujące przepisy prawa.

5.3. Na stronie internetowej www.compensa.pl oraz w mediach społecznościowych, w tym na portalu społecznościowym Facebook, publikowane są najważniejsze informacje dotyczące Towarzystwa, w tym dane kontaktowe. W mediach społecznościowych mogą być zamieszczane również informacje związane z ofertą produktową Towarzystwa. Informacje aktualizowane są na bieżąco, zgodnie z obowiązującymi procedurami.

5.4. Na KIWI, dostępnej dla Pracowników Towarzystwa, umieszczane są wybrane regulacje wewnętrzne obowiązujące w Towarzystwie zgodnie z zasadami wskazanymi w „Procedurze System regulacji wewnętrznych”.

5.5. W cyklu miesięcznym do pracowników Towarzystwa przesyłany jest newsletter zawierający podsumowanie najważniejszych wydarzeń, prezentacje wyników finansowych, otrzymanych nagród i wyróżnień, a także informacje o nowych pracownikach w Towarzystwie.

5.6. Towarzystwo prowadząc Politykę przestrzega wszelkich terminów, które wynikają z przepisów prawa, zaleceń organu nadzoru oraz regulacji wewnętrznych.



6. Zasady udzielania informacji mediom

- 6.1. Jednostką odpowiedzialną za współpracę z mediami w zakresie kształtowania medialnego wizerunku Towarzystwa jest Biuro Marketingu, CRM i PR.
- 6.2. Wszelkie zapytania dziennikarskie, jakie wpływają do jednostek organizacyjnych Centrali oraz jednostek terenowych Towarzystwa powinny być kierowane do Biura Marketingu, CRM i PR w celu przygotowania stosowanego komunikatu dla mediów.
- 6.3. Zapytania mogą być także kierowane w formie elektronicznej na adres: prasa@compensa.pl.
- 6.4. Kontakt dla mediów znajduje się również na stronie www.compensa.pl w zakładce „Dla Mediów” (Biuro Prasowe).
- 6.5. Kontakt dla akcjonariuszy znajduje się również na stronie www.compensa.pl w sekcji „Dla akcjonariuszy” w zakładce „Compensa”.
- 6.6. Pisemne informacje i odpowiedzi dla przedstawicieli mediów przygotowywane są z najwyższą starannością w najkrótszym możliwym czasie.
- 6.7. Każda informacja pisemna, przed przekazaniem jej przedstawicielowi mediów, podlega akceptacji przez Członka Zarządu Towarzystwa odpowiedzialnego za obszar działalności, którego dane zagadnienie dotyczy, z wyłączeniem informacji dotyczących produktów ubezpieczeniowych oraz obsługi zawartych umów ubezpieczenia, które to informacje podlegają akceptacji osoby kierującej daną jednostką organizacyjną odpowiedzialną za obszar działalności, którego dane zagadnienie dotyczy.
- 6.8. Do udzielania wywiadów i ustnych odpowiedzi na zapytania oraz interwencje dziennikarzy mają prawo wyłącznie:
 - a) Prezes Zarządu – w pełnym zakresie,
 - b) Członkowie Zarządu – w zakresie nadzorowanych obszarów,
 - c) inna osoba w zakresie ustalonym przez Zarząd, na mocy odrębnej decyzji Zarządu.

7. Przekaz reklamowy

- 7.1. Komórką odpowiedzialną za opracowywanie materiałów promocyjno-reklamowych jest Biuro Marketingu, CRM i PR.
- 7.2. Towarzystwo zapewnia, że przekaz reklamowy dotyczący produktów ubezpieczeniowych:
 - a) jest rzetelny,
 - b) nie wprowadza w błąd,



- c) jest zgodny z przepisami prawa, zasadami uczciwego obrotu oraz dobrymi obyczajami,
 - d) nie eksponuje korzyści w sposób, który powodowałby umniejszenie znaczenia kosztów i ryzyk związanych z nabyciem produktu lub usługi.
- 7.3. Towarzystwo zapewnia odbiorcom możliwość swobodnego zapoznania się ze wszystkim treściami składającymi się na przekaz reklamowy, a w szczególności ze wszelkiego rodzaju wskazaniemi i zastrzeżeniami stanowiącymi jego integralną część.
- 7.4. Towarzystwo zapewnia, że rozwiązania graficzne zastosowane w przekazie reklamowym nie będą utrudniały odbiorcy zapoznania się z istotnymi informacjami.
- 7.5. Towarzystwo podaje źródła prezentowanych informacji, jeżeli przekaz reklamowy odwołuje się do wyników sondaży, badań statystycznych, rankingów, ratingów lub innych danych.

8. Materiały informacyjne

- 8.1. Towarzystwo udostępnia potencjalnemu Klientowi wszelkie niezbędne informacje dotyczące charakteru i konstrukcji produktu, mające znaczenie dla podjęcia decyzji o zawarciu umowy ubezpieczenia zgodnie z zapisami „Procedury: Wytyczne dotyczące dystrybucji ubezpieczeń oraz relacji z Klientem”.
- 8.2. Towarzystwo dokłada wszelkich starań, aby przekazywane Klientom materiały informacyjne były sformułowane w sposób jednoznaczny, rzetelny i nie zawierały informacji wprowadzających w błąd. Zakres przekazywanych informacji uwzględnia istniejące wyłączenia i ograniczenia dotyczące wysokości odszkodowania i sposobu ich ustalania, i innych tym podobnych kwestii.
- 8.3. Towarzystwo dokłada wszelkich starań, aby osoby uczestniczące w procesie dystrybucji ubezpieczeń oraz osoby wykonujące czynności związane z obsługą umowy ubezpieczenia posiadały wystarczającą wiedzę z zakresu problematyki rynku finansowego i specyfiki danego ubezpieczenia m.in. poprzez umożliwienie udziału w szkoleniach, w tym w zakresie nowych produktów, oraz poprzez weryfikowanie poziomu wiedzy osób uczestniczących w procesie dystrybucji ubezpieczeń na podstawie analizy zgłaszanych skarg i wniosków Klientów.



9. Ochrona informacji

- 9.1. Towarzystwo zapewnia ochronę informacji określając mechanizmy kontroli w zakresie bezpieczeństwa przechowywania oraz przetwarzania danych w regulacjach wewnętrznych.
- 9.2. Inspektor Ochrony Danych odpowiada za bezpieczeństwo danych osobowych w systemach informatycznych Towarzystwa.
- 9.3. Zgodnie z „Regulaminem Pracy” do obowiązków kierującego komórką organizacyjną należy zapewnienie w komórce organizacyjnej właściwej ochrony informacji chronionej (w tym danych osobowych).
- 9.4. Zgodnie z „Regulaminem Pracy” pracownik ma obowiązek przestrzegać zasad określonych w „Polityce bezpieczeństwa systemu informatycznego”, tajemnicy ubezpieczeniowej określonej w ustawie o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej oraz informacji stanowiących tajemnice przedsiębiorstwa.
- 9.5. Zgodnie z umową agencyjną, Agenci Towarzystwa zobowiązani są do przestrzegania przepisów prawa w tym do przestrzegania ustawy z dnia 10.05.2018 r. o ochronie danych osobowych, ustawy z dnia 16.02.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz nieujawniania osobom trzecim informacji zawartych we wnioskach o ubezpieczenie i polisach ubezpieczeniowych.

10. Postanowienia końcowe

Niniejsza Polityka jest opublikowana na stronie internetowej Towarzystwa.

11. Kontakt

W przypadku jakichkolwiek pytań dotyczących niniejszej Polityki i zawartych w niej postanowień, prosimy o kontakt z Biurem Marketingu, CRM i PR.