



Polityka informacyjna

**obowiązująca w Compensa Towarzystwo Ubezpieczeń S.A.
Vienna Insurance Group**



Metryka

Tytuł (CNL/P/12/2016 wersja 01)

Zatwierdzony przez:	Zarząd Compensa Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. Vienna Insurance Group
Uchwała nr:	
Data zatwierdzenia:	
Emitent	Tomasz Gradkowski, Biuro Prawne
Autor zmiany	
Konsultował:	Izabela Niepostyn-Wyskiel, Departament Zarządzania i Kontroli Procesowej, Karolina Szczepaniak, Biuro Marketingu i Public Relations, Katarzyna Podolska, Biuro Zarządu, Anna Kokoczka, Departament Informatyki
Rozdzielnik	Wszystkie jednostki organizacyjne w Centrali

Historia zmian dokumentu

Wersja	Nr uchwały i data podjęcia	Emitent/ Autor zmiany	Opis zmiany
01		Tomasz Gradkowski	Nowy dokument

Spis treści:

1. Wstęp	3
2. Cel	3
3. Podstawowe zasady Polityki informacyjnej	3
4. Organizacja	4
5. Sposób upowszechniania informacji i prowadzenia komunikacji	4
6. Zasady udzielania informacji mediom	4
7. Przekaz reklamowy	5
8. Materiały informacyjne	6
9. Ochrona informacji	6
10. Postanowienia końcowe	7

Polityka informacyjna obowiązująca w Compensa Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. Vienna Insurance Group



1. Wstęp

1.1. Niniejsza Polityka informacyjna (dalej: także PI) określa standardy upowszechniania informacji oraz prowadzenia komunikacji przez COMPENSA TU SA Vienna Insurance Group (dalej: Spółka).

1.2. PI prowadzona przez Spółkę adresowana jest w szczególności do: Akcjonariuszy, aktualnych i potencjalnych Klientów, Pośredników ubezpieczeniowych, Pracowników Spółki oraz instytucji rynku finansowego i opinii publicznej.

2. Cel

2.1. Głównymi celami Spółki w zakresie PI jest ukształtowanie dobrych relacji z adresatami PI oraz utrzymanie pozytywnego wizerunku Spółki.

2.2. Wdrożenie PI stanowi wykonanie zaleceń Komisji Nadzoru Finansowego zawartych w wydanych w 2014 roku *Zasadach ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych*.

3. Podstawowe zasady Polityki informacyjnej

3.1. Spółka prowadząc PI przestrzega najwyższych standardów jakościowych, co wyraża się przejrzystością, rzetelnością, kompletnością oraz terminowością udzielanych informacji.

3.2. Spółka prowadzi PI opartą na zasadzie ułatwiania dostępu do informacji. W szczególności intencją Spółki jest umożliwienie Klientom łatwego dostępu do pełnych informacji na temat oferty produktowej, w sposób pozwalający na wybór ubezpieczenia zgodnego z indywidualnymi potrzebami.

3.3. PI prowadzona jest zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym z przepisami zawartymi w:

- 1) Kodeksie cywilnym,
- 2) Kodeksie spółek handlowych,
- 3) Ustawie o działalności ubezpieczeniowej,
- 4) Ustawie o ochronie danych osobowych,
- 5) Ustawie o prawach konsumenta,
- 6) Ustawie o pośrednictwie ubezpieczeniowym,
- 7) Ustawie prawo prasowe,
- 8) Ustawie o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu konsultacji.

3.4. Prowadząc PI spółka uwzględnia zasady wypracowane w tym zakresie w ramach Vienna Insurance Group.



4. Organizacja

Politykę informacyjną Spółki realizują:

- 1) Prezes Zarządu – w pełnym zakresie,
- 2) Członkowie Zarządu - w zakresie nadzorowanych obszarów,
- 3) Biuro Zarządu – w zakresie, decyzji podejmowanych przez Zarząd,
- 4) Biuro Marketingu i Public Relations - w zakresie: decyzji podejmowanych przez Zarząd, działań promocyjnych i reklamowych oraz administracji stroną internetową,
- 5) inne jednostki organizacyjne Spółki desygnowane do realizacji PI - w zakresie określonym w Regulaminie organizacyjnym oraz innych regulacjach wewnętrznych obowiązujących w Spółce.

5. Sposób upowszechniania informacji i prowadzenia komunikacji

5.1. Komunikacja z Klientem odbywa się pisemnie, za pośrednictwem poczty elektronicznej, strony internetowej, w tym umieszczonych na niej formularzy, jak również poprzez kontakt telefoniczny oraz osobisty w siedzibie Spółki lub jednostkach terenowych.

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

5.3. Na stronie internetowej www.compensa.pl publikowane są najważniejsze informacje dotyczące Spółki, w tym dane kontaktowe. Informacje aktualizowane są na bieżąco, zgodnie z obowiązującymi procedurami.

5.4. Na platformie intranetowej, dostępnej dla Pracowników Spółki, umieszczane są podstawowe regulacje obowiązujące w Spółce.

5.5. W siedzibie Spółki dla osób zainteresowanych dostępny jest Biuletyn Spółek VIG zawierający podsumowanie najważniejszych wydarzeń, prezentacje wyników finansowych oraz nowych osób kluczowych Spółek VIG, otrzymane nagrody i wyróżnienia.

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

6. Zasady udzielania informacji mediom

6.1. Komórką odpowiedzialną za współpracę z mediami w zakresie kształtowania medialnego wizerunku Spółki jest Biuro Marketingu i Public Relations, z zastrzeżeniem ust. 4 i 5.



6.2. Wszelkie zapytania dziennikarskie, jakie wpływają do komórek organizacyjnych Centrali oraz jednostek terenowych Spółki powinny być kierowane do Biura Marketingu i Public Relations w celu przygotowania stosowanego komunikatu dla mediów.

6.3. Zapytania mogą być kierowane w formie elektronicznej na adres: Prasa@compensa.pl.

6.4. Kontakt dla medów znajduje się również na stronie www.compensa.pl w zakładce Biuro Prasowe.

6.5. Pisemne informacje i odpowiedzi dla przedstawicieli mediów przygotowywane są z najwyższą starannością w najkrótszym możliwym czasie.

6.6. Każda informacja pisemna, przed przekazaniem jej przedstawicielowi mediów, podlega akceptacji przez Członka Zarządu Spółki 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.

6.7. Do udzielania wywiadów i ustnych odpowiedzi na zapytania oraz interwencje dziennikarzy mają prawo wyłącznie:

- 1) Prezes Zarządu – w pełnym zakresie,
- 2) Członkowie Zarządu – w zakresie nadzorowanych obszarów,
- 3) 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 i Public Relations.

7.2. Spółka zapewnia, że przekaz reklamowy dotyczący produktów ubezpieczeniowych:

- 1) jest rzetelny,
- 2) nie wprowadza w błąd,
- 3) jest zgodny z przepisami prawa, zasadami uczciwego obrotu oraz dobrymi obyczajami,
- 4) nie eksponuje korzyści w sposób, który powodowałby umniejszenie znaczenia kosztów i ryzyk związanych z nabyciem produktu lub usługi.

7.3. Spółka zapewnia odbiorcom możliwość swobodnego zapoznania się ze wszystkim treściami składającymi się na przekaz reklamowy, a w szczególności ze wszelkiego rodzaju wskazaniami i zastrzeżeniami stanowiącymi jego integralną część.



7. 4. Spółka zapewnia, że rozwiązania graficzne zastosowane w przekazie reklamowym nie będą utrudniały odbiorcy zapoznania się z istotnymi informacjami.

7.5. Spółka podaje źródła prezentowanych informacji, jeżeli przekaz reklamowy odwołuje się do wyników sondaży, badań statystycznych, rankingów, ratingów lub innych danych.

8. Materiały informacyjne

8.1. Spółka udostępnia potencjalnemu Klientowi wszelkie niezbędne informacje dotyczące charakteru i konstrukcji produktu, mające znaczenie dla podjęcia decyzji o zawarciu umowy ubezpieczenia.

8.2. Spółka 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. Spółka 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. Spółka zapewnia ochronę informacji określając mechanizmy kontroli w zakresie bezpieczeństwa przechowywania oraz przetwarzania danych w regulacjach wewnętrznych.

9.2. Specjalista do spraw ochrony danych osobowych odpowiada za bezpieczeństwo danych osobowych w systemach informatycznych Spółki.

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 Danych Osobowych, tajemnicy ubezpieczeniowej określonej w ustawie o działalności ubezpieczeniowej oraz informacji stanowiących tajemnice przedsiębiorstwa



9.5. Zgodnie z umową agencyjną, Agenci Spółki zobowiązani są do przestrzegania przepisów prawa w tym do przestrzegania ustawy z dnia 29.08.1997 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

10.1. Niniejsza PI jest opublikowana na stronie internetowej Spółki.

10.2. Niniejsza PI została uchwalona przez Zarząd Spółki Uchwałą nr _____ z dnia _____ i obowiązuje od dnia _____