

POLITYKA INFORMACYJNA

InterRisk Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna Vienna Insurance Group

§ 1

Wstęp

Polityka informacyjna InterRisk TU SA Vienna Insurance Group („Spółka”), zwana dalej „Polityką informacyjną”, określa standardy upowszechniania informacji dotyczących Spółki oraz prowadzenia komunikacji w szczególności z pracownikami Spółki, klientami, pośrednikami ubezpieczeniowymi, akcjonariuszami, przedstawicielami mediów jak również pozostałymi uczestnikami rynku finansowego.

§ 2

Cel

1. Wdrożenie Polityki informacyjnej stanowi wykonanie zaleceń Komisji Nadzoru Finansowego zawartych w wydanych w 2014 roku *Zasadach ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych* oraz w wydanych w 2016 roku *Rekomendacji dotyczących systemu zarządzania produktem*.
2. Na zasadach określonych w niniejszej Polityce informacyjnej Spółka podejmuje działania zmierzające do zapewnienia równego dostępu do informacji dotyczących działalności Spółki, polegające w szczególności na:
 - a) prawidłowym wykonywaniu obowiązków informacyjnych, wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa;
 - b) stosowaniu zasad ładu korporacyjnego;
 - c) zapewnieniu komunikacji z klientami, akcjonariuszami oraz innymi podmiotami poprzez prowadzenie działań adresowanych i dostosowanych do potrzeb informacyjnych, w oparciu o najlepsze standardy i praktyki rynkowe.

§ 3

Organizacja

Politykę informacyjną Spółki realizują: Prezes Zarządu, członkowie Zarządu Spółki w zakresie nadzorowanych obszarów, Biuro Marketingu i Public Relations („Biuro”), Biuro Zarządu, Administracji i Projektów oraz inne jednostki organizacyjne Spółki desygnowane do realizacji Polityki informacyjnej w zakresie określonym w Regulaminem organizacyjnym oraz innych regulacjach wewnętrznych obowiązujących w Spółce.

§ 4

Odbiorcy

Polityka informacyjna Spółki adresowana jest w szczególności do:

- 1) wszystkich pracowników Spółki,
- 2) klientów,

- 3) kontrahentów,
- 4) pośredników ubezpieczeniowych,
- 5) akcjonariuszy,
- 6) instytucji rynku finansowego,
- 7) szeroko rozumianej opinii publicznej.

§ 5

Zakres upowszechnianych informacji

1. Zakres ramowy Polityki informacyjnej Spółki wyznacza szereg obowiązujących przepisów prawa, w szczególności:
 - a. ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe;
 - b. ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych;
 - c. ustawa z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks spółek handlowych;
 - d. ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej;
 - e. ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych;
 - f. ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o pośrednictwie ubezpieczeniowym;
 - g. ustawa z dnia 7 kwietnia 2006 r. o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu konsultacji;
 - h. rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 12 kwietnia 2016 r. w sprawie szczególnych zasad rachunkowości zakładów ubezpieczeń i zakładów reasekuracji.
2. Podejmując działania w zakresie Polityki informacyjnej Spółka stosuje również ustalenia dotyczące komunikacji korporacyjnej Vienna Insurance Group.

§ 6

Sposób upowszechniania informacji

1. W ramach prowadzonej Polityki informacyjnej Spółka publikuje informacje za pośrednictwem strony internetowej Spółki, na której zamieszczone są podstawowe informacje o Spółce, dane adresowe oraz formularze zgłoszeniowe. Adres strony to www.interrisk.pl.
2. Informacje zamieszczane na stronie internetowej są aktualizowane na bieżąco przez Biuro.
3. Dla klientów uruchomiono dodatkowo dedykowany portal. Portal zarządzany jest przez Zespół Rozwoju Portalu w ramach Departamentu Organizacji i Wsparcia Sprzedaży.
4. Biuro Zarządu, Administracji i Projektów zarządza dyskiem sieciowym, który dostępny jest dla wszystkich pracowników Spółki i zawiera niezbędne materiały do pracy bieżącej.
5. Dodatkowo raz w miesiącu do wszystkich pracowników Spółki dystrybuowany jest przez Biuro „newsletter” zawierający podsumowanie najważniejszych wydarzeń, prezentacje nowych pracowników Spółki, ranking jednostek terenowych oraz artykuły cykliczne przybliżające wybrane zagadnienia.

6. Przed zawarciem umowy ubezpieczenia Spółka udostępnia klientowi w zrozumiałym sposobie oraz w formie pisemnej lub na innym trwałym nośniku - jeśli klientowi zapewniono wybór formy, informacje dotyczące danego produktu ubezpieczeniowego w zakresie wynikającym z przepisów prawa oraz wytycznych i rekomendacji organu nadzoru, w taki sposób, aby klient miał możliwość swobodnego zapoznania się z ich treścią.

§ 7

Zasady i terminy udzielania odpowiedzi

1. Zasady i terminy udzielania odpowiedzi zarówno akcjonariuszom, klientom jak i pozostałym zainteresowanym wynikają z powszechnie obowiązujących przepisów prawa a także określone są w regulacjach wewnętrznych Spółki, w tym przede wszystkim w:
 - a) Statucie;
 - b) Regulaminie Rady Nadzorczej;
 - c) Regulaminie Komitetu Audytu;
 - d) Regulaminie Zarządu;
 - e) Regulaminie organizacyjnym;
 - f) Instrukcji kancelaryjnej;
 - g) procedurach i instrukcjach dotyczących danego obszaru zapytania w szczególności w Procedurze Likwidacji Szkód.
2. Powyższe regulacje określają zakresy kompetencji osób upoważnionych do udzielania odpowiedzi w zależności od rodzaju zapytania oraz adresata.

§ 8

Zasady udzielania informacji mediom

1. Zgodnie z Regulaminem organizacyjnym Spółki komórką organizacyjną odpowiedzialną za kontakty z mediami jest wyłącznie Biuro w Centrali Spółki, z zastrzeżeniem ust. 6.
2. Biuro odpowiedzialne jest przede wszystkim za prowadzenie spójnej i rzetelnej polityki informacyjnej o Spółce.
3. Do zadań Biura należy w szczególności:
 - a) bieżący kontakt z przedstawicielami mediów;
 - b) przygotowywanie i dystrybucja do środków masowego przekazu informacji na temat Spółki;
 - c) udzielanie odpowiedzi na zapytania i interwencje dziennikarskie;
 - d) organizowanie konferencji prasowych.
4. Informacje i odpowiedzi dla przedstawicieli mediów przygotowywane są z najwyższą starannością w najkrótszym możliwym czasie. Każda informacja przez przekazaniem jej przedstawicielowi mediów podlega akceptacji przez członka Zarządu Spółki zgodnie z kompetencjami.
5. Wszelkie zapytania dziennikarskie, jakie wpływają do innych komórek organizacyjnych Centrali oraz jednostek terenowych Spółki kierowane są do Biura w celu przygotowania stosowanego komunikatu dla mediów.
6. Postępowanie w zakresie tzw. szkód medialnych regulują postanowienia obowiązujące w Spółce Procedury Likwidacji Szkód.

§ 9

Zasady sporządzania materiałów reklamowych i informacyjnych

1. Opracowywany i publikowany przez Spółkę przekaz reklamowy:
 - a) powinien być jasny, uczciwy, rzetelny i nie wprowadzający klienta w błąd, a także zgodny z przepisami prawa, wytycznymi i rekomendacjami organu nadzoru, zasadami uczciwego obrotu, dobrymi obyczajami oraz przyjętymi przez Spółkę regulacjami wewnętrznymi;
 - b) powinien w sposób jasny wskazywać jakiego produktu ubezpieczeniowego dotyczy oraz Spółkę, jako podmiot oferujący produkt;
 - c) nie może eksponować korzyści produktu ubezpieczeniowego w taki sposób, który powodowałby umniejszenie znaczenia kosztów i ryzyk związanych z nabyciem tego produktu;
 - d) nie powinien wprowadzać w błąd, ani stwarzać możliwości wprowadzenia w błąd, w tym w zakresie charakteru działalności, skali działalności lub kraju siedziby Spółki;
 - e) powinien zapewnić odbiorcy możliwość swobodnego zapoznania się ze wszystkimi treściami składającymi się na ten przekaz;
 - f) powinien zapewnić, aby rozwiązania graficzne w nim zastosowane nie utrudniały odbiorcy zapoznania się z istotnymi informacjami dotyczącymi produktu ubezpieczeniowego reklamowanego w tym przekazy, a w szczególności z informacjami wymaganymi przepisami prawa oraz rekomendacjami organu nadzoru;
 - g) powinien podawać źródło prezentowanych informacji, w przypadku gdy odwołuje się do wyników sondaży, badań statystycznych, rankingów, ratingów lub innych danych;
 - h) powinien zapewniać ochronę informacji poufnych, w szczególności dotyczących umów ubezpieczenia;
 - i) jeżeli stosuje porównania, powinny być one oparte na sprawdzonych i rzetelnych faktach lub rozsądnych i uzasadnionych założeniach. Stosowane porównania powinny być przedstawione w sposób uczciwy i zrównoważony, bez pomijania informacji istotnych dla klienta;
 - j) nie może sugerować, że po nabyciu produkt ubezpieczeniowy jest bezkosztowy, jeśli w trakcie życia tego produktu może wystąpić konieczność poniesienia przez klienta dodatkowych kosztów/opłat, konieczność opłacenia dodatkowej składki lub może dojść do materializacji ryzyka, powodującego narażenie klienta na poniesienie strat w odniesieniu do opłaconej składki;
 - k) nie powinien zawierać skrótów literowych lub sformułowań, które mogą być niezrozumiałe dla klienta lub mogą go wprowadzić w błąd.
2. Materiały informacyjne przekazywane przez Spółkę pośrednikom ubezpieczeniowym powinny być wystarczające, aby umożliwić pośrednikom:
 - a) zidentyfikowanie docelowej grupy klientów, dla której produkt jest przeznaczony,
 - b) zidentyfikowanie antygrupy,
 - c) zrozumienie i właściwe zaoferowanie produktu dla docelowej grupy klientów,

- d) przestrzeganie określonych przez Zarząd Spółki limitów akceptacji istotnych elementów warunków umowy ubezpieczenia,
 - e) spełnienie innych obowiązków wynikających z przepisów prawa, a zwłaszcza odpowiednich informacji, które powinny zostać przekazane docelowej grupie klientów.
3. Wszelkie podmioty (w tym pośrednicy ubezpieczeniowi współpracujący ze Spółką) opracowujące materiały informacyjne lub reklamowe dotyczące produktów ubezpieczeniowych oferowanych przez Spółkę są zobowiązane uzyskać akceptację Biura na publikację tych materiałów przed ich wprowadzeniem do obrotu.
4. Co najmniej raz w roku Biuro dokona przeglądu materiałów reklamowych dostarczonych przez podmioty, o których mowa w ust. 3.

§ 10

Ochrona informacji

1. Spółka zapewnia ochronę informacji określając mechanizmy kontroli w zakresie bezpieczeństwa przechowywania oraz przetwarzania danych następującymi regulacjami:
 - a) Polityka bezpieczeństwa InterRisk TU S.A. Vienna Insurance Group;
 - b) Instrukcja zarządzania systemem informatycznym;
 - c) Instrukcja w zakresie realizacji obowiązku identyfikacji klientów uczestniczących w obrocie finansowym, zasad gromadzenia i przekazywania informacji.
2. Administrator Bezpieczeństwa Informacji odpowiada za bezpieczeństwo danych osobowych oraz za przeciwdziałanie dostępowi osób niepowołanych do zbioru danych osobowych.
3. Agenci Spółki zobowiązani są między innymi do przestrzegania tajemnicy ubezpieczeniowej i handlowej, w tym w szczególności w zakresie udzielania informacji dotyczących umów ubezpieczenia i danych osobowych ubezpieczających podpisując umowę agencyjną ze Spółką.

§ 111

Przegląd polityki

1. Przeglądu przestrzegania zasad Polityki informacyjnej dokonuje w okresach rocznych Biuro wraz z osobą pełniącą funkcję zarządzania ryzykiem oraz z Compliance Officerem.
2. Każda zmiana Polityki informacyjnej Spółki wymaga zgody Zarządu Spółki po uprzednim zaopiniowaniu przez osobę pełniącą funkcję zarządzania ryzykiem i osobę pełniącą funkcję zgodności z przepisami.
3. Zakres ujawnianych informacji może ulec zmianie w przypadku:
 - a) zmiany strategii Spółki,
 - b) zmiany profilu ryzyka,
 - c) zmiany obowiązujących przepisów prawnych.

§ 12

Postanowienia końcowe

1. Polityka informacyjna po jej zatwierdzeniu przez Zarząd Spółki podlega ogłoszeniu w formie elektronicznej:

Zatwierdzona uchwałą Nr 03/14/10/2014 z dnia 14.10.2014 r.
Zarządu InterRisk TU S.A. Vienna Insurance Group,
zmieniona uchwałą Nr 04/24/06/2016 z dnia 24.06.2016 r.
Zarządu InterRisk TU S.A. Vienna Insurance Group

- a) we wszystkich komórkach organizacyjnych Spółki – udostępniona na serwerze
 - b) dla akcjonariuszy i klientów – udostępniona na stronie internetowej www.interrisk.pl
2. Polityka informacyjna wchodzi w życie z dniem zatwierdzenia.