

Polityka Informacyjna Santander Bank Polska S.A.

Santander Bank Polska S.A. (zwany dalej Bankiem) prowadzi politykę informacyjną, udzielając jasnych i rzetelnych informacji swoim akcjonariuszom, klientom oraz innym interesariuszom. Bank, udzielając informacji kieruje się 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 Santander Bank Polska S.A., notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Rozdział 1:

PODSTAWOWE ZASADY

1. Podstawową zasadą udzielania informacji przez Santander Bank Polska WBK S.A. 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 Santander Bank Polska z uczestnikami rynku, w tym także kapitałowego;
 - b) budowanie zaufania i zrozumienia dla działań podejmowanych przez Bank i 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 Grupy Santander Bank Polska S.A. przekazywane są w oparciu o:
 - a) obowiązujące regulacje prawne;
 - b) zasady ładu korporacyjnego.
4. Zgodność formalno-prawną oraz z zgodność z wymogami regulatorów przekazywanych publicznie informacji nadzoruje Pion Prawny i Zapewnienia Zgodności
5. Informacje finansowe przekazywane są w formie raportów okresowych (kwartalnych, półrocznych i rocznych). Ponadto informacje są umieszczane na stronie internetowej Santander Bank Polska S.A. www.santander.pl
6. 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 – Biuro ds. Relacji Inwestorskich

Rozdział 2:

Komunikacja z uczestnikami rynku kapitałowego

Santander Bank Polska S.A. dba o efektywną, regularną i terminową komunikację swoich wyników wszystkim interesariuszom, w tym uczestnikom rynku kapitałowego. Status spółki publicznej, jak również pozycja rynkowa Santander Bank Polska decydują o aktywnym prowadzeniu działań w

celu sprostania potrzebom informacyjnym interesariuszy Banku, zgodnie z najwyższymi standardami rynkowymi oraz obowiązującymi przepisami.

1. Santander Bank Polska zapewnia równy dostęp wszystkim interesariuszom do informacji dotyczącej działalności Spółki zwłaszcza poprzez:
 - a) właściwe wykonanie obowiązków informacyjnych, wynikających z faktu, że akcje Santander Bank Polska są dopuszczone do obrotu na rynku regulowanym, w zakresie i terminach wymaganych przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa;
 - b) stosowanie zasad nadzoru korporacyjnego;
 - c) zapewnienie dialogu z uczestnikami rynku kapitałowego w ramach wykonywania zadań Biura ds. Relacji Inwestorskich oraz Obszaru Prawnego i Obszaru Zapewnienia Zgodności, 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 Santander Bank Polska wynika z przepisów prawa dotyczących działalności spółki publicznej na rynku kapitałowym, w tym w szczególności z przepisów:
 - a) ustawy z dnia 29 lipca 2005r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (Dziennik Ustaw z 2009r. nr 185, poz. 1439 z późniejszymi zmianami);
 - b) ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (Dziennik Ustaw z 2010r. nr 211, poz. 1384 z późniejszymi zmianami);
 - c) ustawy z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks spółek handlowych (Dziennik Ustaw z 2000r. nr. 94, poz. 1037 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 Santander Bank Polska na stronach Relacji Inwestorskich;
 - b) regularne spotkania przedstawicieli Zarządu Banku i jednostki Relacji Inwestorskich z inwestorami instytucjonalnymi podczas konferencji inwestorskich organizowanych przez banki inwestycyjne;
 - c) regularne spotkania przedstawicieli Zarządu Banku i jednostki Relacji Inwestorskich z inwestorami indywidualnymi podczas konferencji dedykowanych inwestorom indywidualnym;
 - d) regularne 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 Akcjonariuszy 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. Zgodnie z rekomendacjami Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych 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 Biuro ds. Relacji Inwestorskich.

Rozdział 3: Komunikacja z Klientami

Santander Bank Polska S.A. 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. Santander Bank Polska S.A. prowadzi komunikację z Klientami poprzez:
 - a) korespondencję listowną i e-mail;
 - b) materiały reklamowe i reklamowo-informacyjne dostępne w placówkach lub dostarczane pocztą;
 - c) reklamy publikowane w mediach;
 - d) informacje przekazywane w systemie bankowości internetowej oraz w aplikacji mobilnej;
 - e) informacje umieszczane na stronie internetowej www.santander.pl;
 - f) infolinię;
 - g) pracowników Banku;
 - h) media społecznościowe;
 - i) jednostki rozpatrujące reklamacje oraz Biuro Rzecznika Klienta.
2. Santander Bank Polska S.A. informuje Klientów o zmianach w posiadanych produktach, 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. 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 są zgodne z zewnętrznymi regulacjami oraz dostosowane do wytycznych Komisji Nadzoru Finansowego.
5. Klienci mogą składać reklamacje ustnie w siedzibie Banku, dowolnej jednostce organizacyjnej Banku, zajmującej się obsługą klienta, pisemnie na adres Banku lub jego dowolnej jednostki

organizacyjnej, zajmującej się obsługą Klienta, telefonicznie lub w formie elektronicznej.

6. Santander Bank Polska S.A. podchodząc do reklamacji nowatorsko, powołał funkcję Rzecznika Klienta, który nadzoruje proces zarządzania reklamacjami, jest reprezentantem interesów Klienta w Banku oraz pełni rolę wewnętrznej funkcji odwoławczej w procesie reklamacyjnym.
7. W ramach procesu zarządzania reklamacjami monitorowana jest w Banku ilość reklamacji oraz prowadzona jest analiza reklamacji, na podstawie której określone są i rekomendowane działania zmierzające do usprawniania działających w Banku procesów, produktów i usług, a także eliminowania przyczyn źródłowych reklamacji.
8. Komórką odpowiedzialną za zakres i realizację Polityki informacyjnej wobec Klientów jest Departament Marketingu oraz wybrane jednostki Banku. Rzecznik Klienta Santander Bank Polska nadzoruje proces zarządzania reklamacjami w Banku.

Rozdział 4: Komunikacja z mediami

Santander Bank Polska 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 Santander Bank Polska S.A. jest zapewnienie równego dostępu do jasnej, precyzyjnej, prawdziwej i aktualnej informacji o Banku dla dziennikarzy, niezależnie od redakcji, którą reprezentują.
2. W imieniu Santander Bank Polska 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 Santander Bank Polska S.A. Informacje te powinny zawsze być rzetelne i odpowiednio sformułowane.
4. Informacje przekazywane są mediom poprzez:
 - a) korespondencję listową;
 - b) pocztę elektroniczną;
 - c) telefonicznie;
 - d) podczas bezpośrednich spotkań;
 - e) za pośrednictwem portali społecznościowych.
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.