



**POLITYKA INFORMACYJNA ALIOR BANK S.A. W ZAKRESIE KOMUNIKACJI Z
KLIENTAMI, UCZESTNIKAMI RYNKU KAPITAŁOWEGO I MEDIAMI**

Spis treści

Definicje

Polityka komunikacji z Klientami Banku	4
Polityka komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego	8
Polityka komunikacji z mediami.....	11

Definicje:

Akcjonariusz	- podmiot posiadający akcje Banku,
Bank	- Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Łopuszańskiej 38D wpisany do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000305178, NIP: 107-001-07-31, REGON: 141387142,
Dobre Praktyki	- Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW lub inaczej nazwane zasady ładu korporacyjnego (<i>corporate governance</i>) obowiązujące na rynku regulowanym, na którym notowane są akcje Banku,
ESPI	- Elektroniczny System Przekazywania Informacji,
Inwestor	- osoba fizyczna lub prawna, będąca akcjonariuszem Banku lub podmiotem zainteresowanym inwestycją swoich środków w papiery wartościowe Banku z zamiarem osiągnięcia zysku w określonej perspektywie czasu,
Klient	- osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej nabywająca produkty bankowe,
Raporty bieżące	- sporządzane przez Bank raporty bieżące, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim,
Raporty okresowe	- sporządzane przez Bank raporty okresowe, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim,
Spółka publiczna	- spółka w rozumieniu przepisów o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych,
Strona internetowa Banku	- www.aliorbank.pl
Uczestnicy rynku kapitałowego	- wszelkiego rodzaju podmioty do których zaliczamy: <ul style="list-style-type: none">- banki,- pozostałe instytucje finansowe, w tym: firmy ubezpieczeniowe, Powszechne Towarzystwo Emerytalne, Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych i przedsiębiorstwa zarządzające funduszami venture capital,- instytucje niefinansowe mające związek z rynkiem z tytułu prowadzonej działalności doradztwa finansowego,- osoby fizyczne inwestujące środki finansowe w papiery wartościowe,
Zasady Ładu Korporacyjnego	- „Zasady Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych” będące zbiorem zasad określających relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji nadzorowanych, w tym relację z udziałowcami i klientami, ich organizację, funkcjonowanie nadzoru wewnętrznego oraz kluczowych systemów i funkcji wewnętrznych, a także organów statutowych i zasad ich współdziałania przyjęty przez Komisję Nadzoru Finansowego.

Alior Bank S.A. jest pierwszym bankiem, który w standardzie oferuje Klientom produkty i usługi wcześniej dostępne jedynie dla nielicznych. Hasło „Wyższa kultura bankowości” wyraża podejście banku do codziennych relacji z Klientami.

Polityka komunikacji z Klientami Banku

§ 1. Przyjazna komunikacja

1. Celem Banku jest przekazywanie informacji o ofercie produktowej oraz zakresie działalności w sposób przystępny, skuteczny i wygodny dla Klientów.
2. Przyjazna i skuteczna komunikacja z Klientami stanowi jeden z kluczowych elementów polityki informacyjnej Banku i przyczynia się do eliminacji sytuacji konfliktowych między Klientem a Bankiem.
3. Komunikaty formułowane są w sposób prosty i umożliwiający ich pełne zrozumienie.
4. Spełniając wymogi Ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Bank szanuje prywatność Klientów, nie wysyłając informacji o charakterze oferty produktowej do osób, które sobie tego nie życzą.
5. Bank prowadzi działalność informacyjną zarówno dla aktualnych jak i potencjalnych Klientów Banku.
6. Bank z wyprzedzeniem informuje o planowanych pracach serwisowych dotyczących Bankowości internetowej, umożliwiając Klientowi zaplanowanie zlecenia dyspozycji w dogodnym dla niego terminie.
7. Odpowiedzi na zapytania i reklamacje Klientów udzielane są w sposób rzetelny i obiektywny.
8. W przypadku nieuznania roszczeń Klienta, odpowiedź zawiera wyczerpujące informacje uzasadniające stanowisko Banku wraz ze wskazaniem regulacji stanowiących podstawę odrzucenia reklamacji.
9. Bank na swojej stronie internetowej, a w przypadku nieuwzględnienia roszczeń Klienta, również bezpośrednio w prowadzonej z Klientem komunikacji, przekazuje informacje o zasadach odwołania się od decyzji Banku, w tym o podmiotach zewnętrznych, do których Klient może się odwołać.
10. Za właściwą realizację polityki informacyjnej Banku odpowiadają jednostki i osoby posiadające zarówno bezpośredni kontakt z Klientem jak i przygotowujące komunikację kierowaną do Klientów i potencjalnych Klientów Banku.

11. Bank wnikliwie analizuje uwagi, wnioski i reklamacje Klientów dotyczące oferowanych produktów i świadczonych usług, wdrażając rozwiązania zapewniające stałe podnoszenie ich jakości.

§ 2. Terminy przekazywania informacji

1. Bank dokłada wszelkich starań, by informacje o zmianach opłat i prowizji oraz zakresie oferty były przekazywane z odpowiednim wyprzedzeniem, umożliwiającym Klientom zapoznanie się z nowymi warunkami przed okresem ich obowiązywania.
2. Informacje dotyczące zmian dla posiadanych przez Klienta produktów, jak również komunikacja dotycząca reklamacji, przekazywana jest niezwłocznie i z zachowaniem terminów ustawowych i regulaminowych.
3. Bank udostępnia informacje o maksymalnych terminach odpowiedzi na dyspozycje i zgłoszenia, umieszczając je w regulacjach dostępnych dla Klienta, takich jak regulaminy czy umowy.
4. W przypadku braku możliwości udzielenia odpowiedzi na zgłoszenie Klienta w terminie, Bank informuje o przewidywanym czasie odpowiedzi i przyczynach opóźnienia.

§ 3. Forma komunikacji z Klientem

1. Bank do komunikacji z Klientem wykorzystuje:
 - a) pocztę elektroniczną
 - b) korespondencję listowną
 - c) Wiadomości SMS
 - d) Bankowość internetową oraz mobilną
 - e) Strony internetowe Banku
 - f) Media społecznościowe
 - g) Materiały reklamowe
 - h) Bezpośredni i telefoniczny kontakt pracowników Banku, w tym pracowników placówek Banku oraz pracowników Infolinii, a także pracowników firm zewnętrznych działających na zlecenie banku
2. Na życzenie Klienta, pisemna odpowiedź na zgłoszenie, może zostać udzielana przy użyciu większej czcionki, umożliwiającej odczytanie korespondencji przez osobę niedowidzącą.

3. W przypadku odpowiedzi na reklamację, Bank umożliwia Klientowi wybór preferowanej formy kontaktu z listy kanałów dostępnych w regulaminie produktów, którego reklamacja dotyczy.
4. Bank komunikuje się z Klientem wykorzystując najbardziej optymalną formę kontaktu, uwzględniając czas dotarcia informacji do Klienta, jej zakres i szczegółowość przekazywanych danych.

§ 4. Zasady dotyczące bezpieczeństwa komunikacji

1. Przekazując dane objęte tajemnicą bankową, Bank zachowuje należyta staranność, by informacje zostały przekazane z zachowaniem najwyższych norm bezpieczeństwa i poufności.
2. Z uwagi na konieczność zachowania bezpieczeństwa przekazywanych informacji, Bank, może ograniczyć kanały kontaktu elektronicznego i formaty załączanych plików do tych, które zapewniają bezpieczeństwo przekazywanych danych.
3. Bank zapewnia Klientowi możliwość ustalenia „hasła do zwrotnej weryfikacji Banku”, dzięki któremu Klient może upewnić się, że osoba kontaktująca się z Nim jest rzeczywiście pracownikiem Banku.
4. Pracownicy Banku nigdy nie proszą Klientów o podawanie haseł, kodów PIN i innych poufnych danych umożliwiających logowanie się do Bankowości internetowej, czy korzystanie z instrumentów płatniczych. Wszelkie tego typu prośby, należy traktować, jako próbę wyłudzenia danych przez osoby niepożądane i niezwłocznie zgłosić, kontaktując się np. z infolinią Banku.
5. Dbając o bezpieczeństwo Klientów, Bank wykorzystuje dostępne kanały komunikacji do zwiększania wiedzy Klientów w zakresie zasad bezpieczeństwa korzystania z usług Bankowych i właściwego posługiwania się instrumentami płatniczymi.
6. W przypadku wykrycia operacji mogących nosić znamiona nieuprawnionych transakcji, Bank podejmuje działania zmierzające do ochrony środków Klienta, jak również dokonuje prób kontaktu z Klientem celem poinformowania o wykrytym zdarzeniu.

§ 5. Komunikacja sprzedażowa

1. Bank zwraca szczególną uwagę, na wyczerpującą i życzliwą komunikację dotyczącą procesu sprzedaży produktów, umożliwiającą Klientowi właściwą ocenę oferty Banku i przydatności produktu.
2. Sprzedaż odbywa się zawsze zgodnie z wewnętrznymi procedurami Banku w szczególności w sposób regulujący formę i zakres informacji niezbędny do przekazania Klientowi.
3. Pracownicy Banku wyjaśniają wątpliwości Klienta dotyczące zasad korzystania z produktu, zapisów regulaminów i umów, czy też taryfy opłat i prowizji.
4. Bank informuje Klientów zarówno o korzyściach z posiadania produktu lub usługi, jak i obowiązkach wynikających z jej zawarcia, w tym opłatach i prowizjach.
5. Bankierzy w oparciu o uzyskane od Klienta informacje, dotyczące potrzeb produktowych, dokładają najwyższej staranności, by proponowane produkty i usługi były dopasowane do indywidualnych potrzeb Klienta.

Polityka komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego

§ 1 Zasady ogólne

Bank dba o regularną, terminową oraz efektywną komunikację z uczestnikami rynku kapitałowego. Będąc spółką publiczną prowadzi aktywne działania mające na celu sprostanie potrzebom informacyjnym interesariuszy Banku zachowując dbałość o powszechny i równy dostęp do informacji zgodnie z najwyższymi standardami rynkowymi oraz obowiązującymi przepisami prawa.

§ 2 Cele

Działania w zakresie komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego mają na celu:

1. zapewnienie najwyższych standardów informacyjnych dla uczestników rynku kapitałowego uwzględniających obowiązujące przepisy prawa i dobre praktyki;
2. utrzymanie zaufania inwestorów poprzez przekazywanie rzetelnych i regularnych informacji ułatwiających wycenę wartości Banku;
3. zwiększenie zainteresowania inwestorów i promowanie transparentnego wizerunku Banku jako spółki publicznej.

§ 3 Działania

1. Wypełnianie obowiązków informacyjnych prowadzone jest w sposób rzetelny i przejrzysty, zgodny z najwyższymi standardami spółek publicznych notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Bank dba, aby przekazywane do publicznej wiadomości raporty bieżące i okresowe publikowane były w terminach wymaganych przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa, a ich treść umożliwia ocenę działalności Banku przez inwestorów.
2. Zwoływanie i odbywanie Walnych Zgromadzeń Banku zgodnie z przepisami dedykowanymi spółkom publicznym oraz Dobrymi Praktykami i Zasadami Ładu Korporacyjnego w zakresie zgodnym z oczekiwaniami Akcjonariuszy Banku.
3. Dialog z uczestnikami rynku kapitałowego prowadzony jest w oparciu o najlepsze standardy rynkowe przez Zarząd Banku przy współpracy Departamentu Relacji Inwestorskich poprzez:
 - 1) przekazywanie informacji za pośrednictwem ESPI,
 - 2) publikację informacji na stronie internetowej Banku,

- 3) przekazywanie informacji zgodnie z żądaniami zgłoszonymi przez Akcjonariuszy podczas obrad walnego zgromadzenia lub poza jego obradami na zasadach i w terminach określonych powszechnie obowiązującymi przepisami prawa,
 - 4) konferencje dla analityków i inwestorów każdorazowo po publikacji wyników finansowych, dające możliwość uczestniczenia w spotkaniach na odległość oraz późniejszego odtworzenia zapisów dostępnych na stronie internetowej Banku, w zakładce: „Relacje Inwestorskie”,
 - 5) chaty inwestorskie z przedstawicielami Zarządu Banku dedykowane inwestorom indywidualnym,
 - 6) regularne spotkania przedstawicieli Zarządu Banku oraz Departamentu Relacji Inwestorskich z inwestorami instytucjonalnymi oraz analitykami rynku (uczestnictwo w konferencjach inwestorskich, spotkaniach w ramach tzw. roadshow, reverse roadshow i specjalnie organizowanych spotkaniach indywidualnych),
 - 7) komunikację mailową oraz telefoniczną za pośrednictwem przedstawicieli Departamentu Relacji Inwestorskich.
4. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom rynku Bank dba, by wszelkie przekazywane informacje dostępne były w języku polskim oraz w języku angielskim.
 5. Strona internetowa Banku funkcjonuje w oparciu o najnowsze narzędzia umożliwiające wykorzystywanie technologii mobilnej.
 6. Dane kontaktowe przedstawicieli Departamentu Relacji Inwestorskich odpowiedzialnych za prowadzenie polityki informacyjnej dostępne są na stronie internetowej Banku w zakładce: „Relacje Inwestorskie”.

Polityka komunikacji z mediami

§ 1 Zasady ogólne

Bank jako instytucja zaufania publicznego prowadzi aktywną politykę informacyjną wobec mediów. Bank przykłada szczególną wagę do zapewnienia równego dostępu do aktualnych i rzetelnych informacji wszystkim przedstawicielom mediów niezależnie od reprezentowanej redakcji. Zasady polityki informacyjnej Banku są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa oraz dobrymi praktykami i odpowiadają najwyższym standardom rynkowym.

§ 2 Cele

Działania Banku w zakresie komunikacji z mediami mają na celu:

1. zapewnienie powszechnego dostępu do bieżących i prawdziwych informacji na temat Banku;
2. utrzymanie transparentności Banku;
3. zapewnienie najwyższych standardów polityki informacyjnej uwzględniającej przepisy prawa i wymagania regulatorów rynku.

§ 3 Organy uprawnione

Za realizację polityki informacyjnej w zakresie komunikacji z mediami odpowiada Rzecznik Prasowy.

W imieniu Banku wypowiedzi mediom udzielają wyłącznie: Zarząd Banku, przedstawiciele Rady Nadzorczej i Rzecznik Prasowy oraz inne osoby upoważnione przez Zarząd Banku lub Rzecznika Prasowego.

§ 4 Działania

Prowadzenie relacji z mediami zgodnie z najwyższymi standardami rynkowymi:

1. oficjalne komunikaty Banku są publikowane przez Biuro Prasowe Alior Banku w specjalnej zakładce na stronie internetowej Banku;
2. Bank dokłada starań, aby bieżące informacje były dostępne zarówno w języku polskim, jak i angielskim;
3. treść i forma komunikatów, oświadczeń i odpowiedzi dla mediów zatwierdzana jest przez Biuro Prasowe Alior Banku oraz Rzecznika Prasowego;

4. Odpowiedzi na zapytania mediów są udzielane zgodnie z zachowaniem najlepszych praktyk rynkowych w możliwie najkrótszym czasie oraz z uwzględnieniem ograniczeń wynikających z obowiązku zachowania tajemnicy Bankowej;
5. Bank utrzymuje regularną komunikację z przedstawicielami mediów za pośrednictwem:
 - a. poczty elektronicznej;
 - b. spotkań bezpośrednich z dziennikarzami;
 - c. konferencji prasowych;
 - d. portali społecznościowych;
 - e. oraz telefonicznie.
6. Kontakt dla przedstawicieli mediów jest dostępny na stronie internetowej Banku w zakładce: „Dla Mediów”.