

ZAŁĄCZNIK DO

UCHWAŁY RADY NADZORCZEJ 165/21 Z 3 GRUDNIA 2021

# **Polityka informacyjna mBanku S.A**

## **w zakresie komunikacji z inwestorami, mediami oraz klientami**

---

**Warszawa**

**Styczeń**

**2022 r.**

## Spis treści

1. Postanowienia ogólne .....	3
2. Zakres ujawnianych informacji.....	4
3. Realizacja polityki informacyjnej .....	5
<b>3.1 Komunikacja z inwestorami oraz innymi uczestnikami rynku kapitałowego</b> .	<b>5</b>
<b>3.2 Komunikacja z przedstawicielami mediów</b> .....	<b>6</b>
<b>3.3 Komunikacja z klientami</b> .....	<b>7</b>
4. Postanowienia końcowe.....	9

**Załącznik:** Zakres informacji podlegających ujawnianiu

## 1. Postanowienia ogólne

### § 1.

1. mBank S.A. („bank”) jako instytucja zaufania publicznego prowadzi politykę informacyjną („polityka”) na zasadach otwartej i przejrzystej komunikacji. Uwzględnia ona potrzeby wszystkich interesariuszy. Zapewnia im powszechny i równy dostęp do informacji zgodnie z najwyższymi standardami rynkowymi oraz obowiązującymi przepisami prawa.
2. Politykę kierujemy do:
  - 1/ inwestorów instytucjonalnych, indywidualnych, pośredników finansowych i analityków rynku papierów wartościowych,
  - 2/ akcjonariuszy banku,
  - 3/ instytucji nadzorczych i organizatorów rynku papierów wartościowych (m.in. Komisja Nadzoru Finansowego („KNF”), Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. („GPW”), Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A.(„KDPW”)),
  - 4/ agencji ratingowych,
  - 5/ przedstawicieli mediów i klientów banku.

### § 2

1. Działalność informacyjna banku to istotny element szeroko rozumianej komunikacji zewnętrznej, która:
  - wspiera realizację celów biznesowych określonych w strategii banku,
  - kształtuje pożądane relacje z inwestorami<sup>1</sup>, mediami i klientami
  - kształtuje pozytywny wizerunek banku jako renomowanej spółki publicznej oraz uczciwej i rzetelnej instytucji, która oferuje wysokiej jakości produkty i usługi dostosowane do potrzeb i sytuacji klientów.
2. Dokładamy starań, aby informacje, które przekazujemy były aktualne, rzetelne, przydatne, spójne w czasie i porównywalne między bankami. Przedstawiamy je w sposób zrozumiały i przejrzysty. Chcemy, aby akcjonariusze, klienci oraz inne zainteresowane strony mogły się z nimi z łatwością zapoznać i przeprowadzić niezbędne analizy.
3. Postanowienia polityki są zgodne z przepisami prawa, dotyczącymi poufności i bezpieczeństwa informacji, które spoczywają na banku jako spółce publicznej oraz instytucji nadzorowanej.

### § 3

1. Politykę realizuje zarząd banku przy wsparciu odpowiednich jednostek organizacyjnych banku. Właścicielami polityki są:
  - Departament Marketingu Bankowości Detalicznej,
  - Departament Komunikacji i Strategii Marketingowej oraz
  - specjaliści ds. relacji inwestorskich,

---

<sup>1</sup> **Inwestor** rozumiany jest jako akcjonariusz banku (inwestor instytucjonalny lub indywidualny) lub analityk rynku papierów wartościowych

którzy wspólnie z jednostkami organizacyjnymi banku, odpowiedzialnymi za realizację polityki, uczestniczą w jej opracowaniu i aktualizacji.

2. Zasady ujawniania informacji o adekwatności kapitałowej określa odrębna „Polityka informacyjna mBanku S.A. w zakresie adekwatności kapitałowej”.

## 2. Zakres ujawnianych informacji

### § 4.

1. Realizujemy obowiązki informacyjne spółki publicznej. Przekazujemy do publicznej wiadomości informacje bieżące i okresowe, zgodnie z wymogami przepisów prawa<sup>2</sup>, włącznie z informacjami poufnymi w rozumieniu MAR<sup>3</sup>.
2. Niezależnie od wymienionych postanowień, publikujemy informacje wymagane innymi obowiązującymi przepisami prawa powszechnego, w szczególności przepisami:
  - Kodeksu spółek handlowych<sup>4</sup>,
  - Prawa bankowego<sup>5</sup>,
  - ustawy o obrocie instrumentami finansowymi<sup>6</sup> oraz
  - innych regulacji i przepisów dotyczących instytucji finansowych oraz spółek publicznych notowanych na GPW.
3. Stosujemy również zasady polityki informacyjnej i komunikacji z inwestorami zawarte w Zasadach Ładu Korporacyjnego, „Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW 2021”<sup>7</sup> („Dobre Praktyki”) oraz Kodeksie Etyki Bankowej<sup>8</sup>.

### § 5.

Ponadto ujawniamy informacje dotyczące przyjętej „Polityki zarządzania konfliktem interesów”, w tym:

- sposobów zarządzania przez bank istotnymi konfliktami interesów oraz konfliktami, które mogłyby powstać z powodu przynależności banku do grupy<sup>9</sup> lub
- transakcji zawieranych przez bank z innymi podmiotami w grupie (zgodnie z rekomendacją 13.6 Rekomendacji Z).

---

<sup>2</sup> **Ustawa o ofercie publicznej** - Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych

<sup>3</sup> **Rozporządzenie MAR** – Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE

<sup>4</sup> **Kodeks spółek handlowych** – ustawa z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks spółek handlowych

<sup>5</sup> **Prawo bankowe** - Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe

<sup>6</sup> **Ustawa o obrocie instrumentami finansowymi** - ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi

<sup>7</sup> **Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021** - [tekst dostępny jest na stronie internetowej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie](#)

<sup>8</sup> **Kodeks Etyki Bankowej** – [tekst dostępny na stronie internetowej Związku Banków Polskich](#)

<sup>9</sup> **Grupa** oznacza Bank oraz podmioty zależne Banku objęte konsolidacją zgodnie z obowiązującymi w Banku zasadami rachunkowości

Na potrzeby polityki uznajemy, że istotne konflikty interesów to konflikty, które dotyczą członków rady nadzorczej i zarządu banku. Kwestie te opisaliśmy w rozdziale C. 4 „Polityki zarządzania konfliktami interesów”.

#### § 6.

1. W załączniku do tej polityki, zamieściliśmy zakres ujawnianych przez bank informacji objętych polityką. Ma on postać listy publikowanych przez bank informacji i dokumentów, zawiera on miejsce publikacji i częstotliwość.
2. Jednostki organizacyjne banku monitorują przepisy prawa dotyczące ujawnianych przez bank informacji. Zgłaszają właścicielom polityki potrzebę wprowadzania zmian w załączniku do polityki.

### **3. Realizacja polityki informacyjnej**

#### **3.1 Komunikacja z inwestorami oraz innymi uczestnikami rynku kapitałowego**

#### § 7.

Relacje z inwestorami oraz innymi uczestnikami rynku kapitałowego koordynują specjaliści ds. relacji inwestorskich. Na stronie internetowej banku, w zakładce: Relacje Inwestorskie, umieszczamy informacje, w jaki sposób inwestorzy mogą kontaktować się z bankiem.

#### § 8.

1. Działania, które dotyczą komunikacji z inwestorami oraz innymi uczestnikami rynku kapitałowego mają:
  - 1/ zapewnić najwyższe standardy informacyjne dla inwestorów i innych uczestników rynku kapitałowego, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i dobrymi praktykami,
  - 2/ budować zaufanie inwestorów dzięki rzetelnym i regularnym informacjom, które ułatwiają wycenę wartości banku,
  - 3/ zwiększyć zainteresowanie inwestorów i promować pozytywny wizerunek banku jako spółki publicznej.
2. Obowiązki informacyjne wypełniamy w sposób rzetelny i przejrzysty, zgodny z najwyższymi standardami spółek publicznych notowanych na GPW. Dbamy, aby przekazywane do publicznej wiadomości raporty bieżące i okresowe publikować w terminach zgodnych z przepisami prawa, a ich treść umożliwia ocenę działalności banku przez inwestorów.

#### § 9.

1. Aby realizować działalność informacyjną w stosunku do inwestorów:
  - 1/ przekazujemy informacje elektronicznym systemem przekazywania informacji (EBI/ESPI),
  - 2/ prowadzimy stronę internetową banku. Zamieszczamy na niej, zgodnie z przepisami prawa oraz dobrymi praktykami, informacje dotyczące relacji z inwestorami (serwis relacji inwestorskich),

- 3/ organizujemy spotkania, telekonferencje i wideokonferencje z interesariuszami – bezpośrednio, indywidualne lub grupowe,
- 4/ organizujemy konferencje inwestorskie, konferencje prasowe, seminaria tematyczne.
2. Prowadzimy również komunikację z akcjonariuszami banku w trakcie Walnych Zgromadzeń Akcjonariuszy („WZ”) za pomocą komunikacji elektronicznej (e-walne), m.in.:
  - 1/ przekazujemy akcjonariuszom informacje i wyjaśnienia oraz udzielamy odpowiedzi podczas WZ,
  - 2/ zapewniamy powszechnie dostępną transmisję z obrad WZ w czasie rzeczywistym,
  - 3/ umożliwiamy mediom udział w obradach WZ.
3. Specjaliści ds. relacji inwestorskich, zgodnie ze swoimi obowiązkami i przepisami prawa oraz wynikających z nich ograniczeń, udzielają odpowiedzi na pytania inwestorów. Robią to nie później niż w ciągu 14 dni. W uzasadnionych przypadkach mogą odpowiedzieć po upływie 14 dni (uprzedzają wcześniej inwestora o wydłużonym terminie odpowiedzi).

### 3.2 Komunikacja z przedstawicielami mediów

#### § 10.

1. Za relacje z przedstawicielami mediów odpowiada biuro prasowe. Na stronie internetowej banku, w zakładce: Biuro Prasowe, umieszczamy informacje, w jaki sposób przedstawiciele mediów mogą kontaktować się z bankiem.
2. Za realizację polityki w zakresie komunikacji z mediami odpowiada rzecznik prasowy oraz podległe mu biuro prasowe.
3. W imieniu banku wypowiedzi dla mediów udzielają wyłącznie:
  - członkowie zarządu banku,
  - członkowie rady nadzorczej,
  - rzecznik prasowy i członkowie biura prasowego oraz
  - inne osoby upoważnione przez zarząd banku lub rzecznika prasowego.

#### § 11.

1. Bank utrzymuje regularną komunikację z przedstawicielami mediów za pośrednictwem m.in.:
  - 1/ konferencji prasowych,
  - 2/ informacji prasowych,
  - 3/ spotkań bezpośrednich z dziennikarzami,
  - 4/ portali społecznościowych,
  - 5/ poczty elektronicznej.
2. Odpowiedzi na pytania mediów udzielamy zgodnie z najlepszymi praktykami rynkowymi w możliwie najkrótszym czasie. Uwzględniamy ograniczenia, które wynikają z obowiązku zachowania:
  - tajemnicy bankowej,
  - tajemnicy przedsiębiorstwa,
  - informacji poufnych lub innych informacji, które mogłyby w jakikolwiek sposób przyczynić się do osłabienia pozycji konkurencyjnej banku.

3. Oficjalne komunikaty banku publikujemy na stronie internetowej: [www.mbank.pl](http://www.mbank.pl) w zakładce: Biuro Prasowe.
4. W zakresie przekazywanych informacji finansowych biuro prasowe wspierają specjaliści ds. relacji inwestorskich, by zapewnić spójność informacji udzielanych:
  - mediom,
  - inwestorom oraz
  - innym uczestnikom rynku kapitałowego.

### 3.3 Komunikacja z klientami

#### § 12.

Za realizację polityki w stosunku do klientów odpowiadają jednostki organizacyjne banku, które:

- uczestniczą w bezpośredniej obsłudze i kontaktach z klientami oraz
- przygotowują komunikację skierowaną do obecnych i potencjalnych klientów banku.

#### § 13.

1. Bank prowadzi działalność informacyjną dla obecnych i potencjalnych klientów banku.
2. Działania w zakresie komunikacji z klientami mają:
  - 1/ budować wizerunek banku jako banku relacyjnego oraz instytucji zaufania publicznego,
  - 2/ zwiększyć zainteresowanie klientów ofertą i rozwiązaniami banku,
  - 3/ zwiększyć satysfakcję klientów z korzystania z usług i rozwiązań banku,
  - 4/ wykorzystywać opinię klientów do budowania banku relacyjnego oraz
  - 5/ doskonalić działań banku, aby dopasować ofertę produktową do potrzeb klientów,
  - 6/ zapewnić klientom dostęp do informacji na temat przysługujących im sposobów ochrony w relacjach z bankiem oraz eliminować sytuacje konfliktowe
  - 7/ być zgodne z prawem oraz regulacjami dla rynku bankowego i ubezpieczeniowego.
3. Wysyłamy informacje do klientów możliwie szybko. Zachowujemy przy tym wysokie standardy jakościowe. Nasza komunikacja jest przejrzysta, rzetelna i wyczerpująca. Piszemy prosto, aby nasze komunikaty były dla wszystkich zrozumiałe (stosujemy zasady mKanonu).
4. Jeśli nie możemy przekazać klientowi informacji, których potrzebuje, wskazujemy powody naszej decyzji (chyba, że prawo nam tego zabrania).
5. Dla osób ze szczególnymi potrzebami dostarczamy informacje w takich formach jak:
  - nagranie audio,
  - nagranie wizualne treści w polskim języku migowym,
  - wydruk w alfabecie Braille'a lub
  - wydruk z wielkością czcionki wygodną do czytania.Robimy to do 7 dni od zgłoszenia takiej potrzeby (Ustawa z 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami).

## § 14.

1. Działalność informacyjna banku w zakresie kontaktów z klientami dotyczy przede wszystkim:
  - 1/ oferty produktowej,
  - 2/ zmiany wzorów umów (w terminach zgodnych z przepisami prawa i postanowieniami zawartych umów),
  - 3/ produktów i usług klienta oraz realizowanych dyspozycji klienta,
  - 4/ warunków bezpiecznego korzystania z usług bankowych,
  - 5/ zasad przetwarzania danych osobowych,
  - 6/ odpowiedzi i wyjaśnień na zgłoszenia klientów składanych w formie pytań, wniosków, skarg, reklamacji oraz odwołań,
  - 7/ innych okoliczności wymaganych przepisami prawa.
2. Do komunikacji z klientem wykorzystujemy:
  - 1/ bezpośredni i telefoniczny kontakt pracowników banku, w tym pracowników placówek, Contact Center oraz firm zewnętrznych, które działają na zlecenie banku,
  - 2/ bankowość internetową oraz mobilną,
  - 3/ wiadomości SMS,
  - 4/ pocztę elektroniczną,
  - 5/ pocztę tradycyjną,
  - 6/ stronę internetową banku,
  - 7/ media społecznościowe,
  - 8/ materiały reklamowe.
3. Komunikacja z klientem odbywa się w sposób wybrany przez klienta. Wyjątkiem są sytuacje, w których obowiązujące przepisy prawa, postanowienia umów zawartych z klientem lub regulaminy produktowe przewidują obowiązek komunikacji w określonej formie, np. przez kanały rejestrowane.
4. Podstawowym źródłem informacji o banku jest strona internetowa [www.mbank.pl](http://www.mbank.pl). Zamieszczamy na niej wymagane przepisami prawa dokumenty i informacje oraz inne materiały.

## § 15.

1. Spełniamy wymogi Ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Szanujemy prywatność klientów i nie wysyłamy informacji o charakterze oferty produktowej do osób, które sobie tego nie życzą.
2. Z wyprzedzeniem przekazujemy klientom informacje o planowanych pracach serwisowych, które dotyczą bankowości internetowej. Robimy to, by klienci mogli zaplanować zlecenie dyspozycji w dogodnym dla nich terminie.
3. Dbamy, aby informacje o zmianach opłat i prowizji oraz zakresie oferty przekazywać z odpowiednim wyprzedzeniem. Umożliwiamy w ten sposób klientom zapoznanie się z nowymi warunkami, zanim zaczną one obowiązywać.
4. Zwracamy szczególną uwagę na wyczerpującą i życzliwą komunikację, która dotyczy sprzedaży produktów. Umożliwiamy klientom właściwą ocenę naszej oferty i przydatności produktu.



5. Pracownicy banku na podstawie informacji od klientów, starają się im proponować produkty i usługi dopasowane do ich potrzeb.

§ 16.

1. Odpowiadamy na reklamacje klientów w sposób rzetelny i obiektywny. Zachowujemy przy tym terminy ustawowe i regulaminowe.
2. Jeśli nie uznamy roszczeń klienta, przekazujemy mu odpowiedź, która zawiera wyczerpujące uzasadnienie oraz regulacje, która stanowi podstawę odrzucenia reklamacji.

§ 17.

1. Gdy przekazujemy klientowi dane objęte tajemnicą bankową, zachowujemy staranność oraz postępujemy zgodnie z najwyższymi standardami bezpieczeństwa i poufności. By zachować bezpieczeństwo przekazywanych informacji, możemy ograniczyć kanały kontaktu elektronicznego i formaty załączanych plików na takie, które zapewniają bezpieczeństwo przekazywanych danych.

#### **4. Postanowienia końcowe**

§ 19

1. Politykę przyjmuje zarząd banku, a rada nadzorcza ją zatwierdza.
2. Zmiany w polityce wymagają zachowania takiego samego trybu jak jej wdrożenie. Przy czym rada nadzorcza upoważnia zarząd banku do aktualizacji załącznika do polityki. Określa on zakres informacji podlegających ujawnianiu. Jeżeli w trakcie roku kalendarzowego zajdą istotne zmiany w przepisach prawa, które mają wpływ na zakres ujawnianych informacji, zarząd banku może zdecydować o zmianie załącznika. Zmiany, które wprowadzi zarząd banku akceptuje rada nadzorcza (pod koniec danego roku kalendarzowego, w ramach rocznego przeglądu polityki).

\*\*\*