



Nazwa jednostki organizacyjnej tworzącej regulację	Wydział Prawny
Tytuł regulacji	Zasady prowadzenia polityki informacyjnej w TFI Allianz Polska S.A.
Adresaci	Pracownicy TFI Allianz Polska S.A.
Data wydania	30 grudnia 2014 r.
Data wejścia w życie	30 grudnia 2014 r.
Regulacja uchylona/zmieniona	nowa

Zasady Prowadzenia Polityki Informacyjnej w TFI Allianz Polska S.A.

§1

Wstęp

1. Zasady Prowadzenia Polityki Informacyjnej, nazywane dalej „Polityką Informacyjną”, przez TFI Allianz Polska S.A., zwane dalej „Spółką”, określają standardy upowszechniania informacji dotyczących działalności Spółki oraz prowadzenia przejrzystej polityki informacyjnej uwzględniającej potrzeby i oczekiwania akcjonariuszy oraz klientów.
2. Nadrzędnym celem opracowania Polityki informacyjnej w Spółce jest podejmowanie działań zmierzających do zwiększenia efektywności procesu przekazywania informacji i zagwarantowanie wysokich standardów komunikacji z akcjonariuszami i klientami, co stanowi wyraz poszanowania zasady powszechnego i równego dostępu do informacji.
3. Treść dokumentu Polityki Informacyjnej wyraża wartości wskazane w rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego w zakresie przyjęcia i stosowania „Zasad ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych”, a określone w niej informacje potwierdzają, że Spółka prowadzi działalność z zachowaniem najwyższej staranności, która służy budowie właściwych relacji oraz przyczynia się do wzrostu zaufania społecznego wobec Spółki, jej akcjonariuszy, pracowników, klientów i partnerów biznesowych.

§2

Zasady nadrzędne Polityki Informacyjnej

Wprowadzenie Polityki Informacyjnej przyczynia się do zwiększenia efektywności i przejrzystości działania Spółki, umożliwiając budowanie właściwych relacji, w szczególności poprzez ułatwianie



dostępu do informacji zarówno klientom, jak i akcjonariuszom, a także poprzez realizację następujących zasad:

- 1) równego dostępu – zapewniającego wszystkim akcjonariuszom oraz klientom równe warunki dostępu do informacji oraz równy jej zakres;
- 2) przejrzystości – realizowanej za pomocą raportów bieżących i okresowych, zawierających wszystkie wymagane prawem informacje, usystematyzowane, przedstawione w formie przyjaznej w odbiorze;
- 3) rzetelności – gwarantującej, że na pytania kierowane do Spółki akcjonariusze i klienci otrzymają rzetelne, wyczerpujące (w granicach obowiązującego prawa) i prawdziwe odpowiedzi;
- 4) wiarygodności – zapewniającej publiczny dostęp do informacji o zdarzeniach mających bezpośredni lub pośredni istotny wpływ na finansowy stan Spółki.

§3

Organizacja Polityki Informacyjnej

1. Politykę Informacyjną przyjmuje w drodze uchwały Zarząd Spółki.
2. Aby zapewnić efektywną komunikację z akcjonariuszami oraz klientami, Spółka prowadzi okresową weryfikację Polityki Informacyjnej pod kątem zgodności z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, wytycznymi i rekomendacjami organów nadzoru oraz innymi regulacjami dotyczącymi funkcjonowania Spółki na rynku regulowanym.

§4

Adresaci Polityki Informacyjnej

Adresatami Polityki Informacyjnej prowadzonej przez Spółkę są w szczególności:

- 1) akcjonariusze;
- 2) klienci;
- 3) partnerzy biznesowi;
- 4) organy i instytucje nadzorcze odpowiadające na organizację rynku regulowanego, w tym Komisja Nadzoru Finansowego;
- 5) media.

§5

Zakres upowszechnianych informacji

1. Polityka Informacyjna dotyczy obowiązków informowania akcjonariuszy i klientów Spółki o zdarzeniach, które mają bezpośredni istotny wpływ na bieżącą działalność Spółki. Podstawową zasadą Polityki Informacyjnej jest zapewnienie równego dostępu do prawdziwych, rzetelnych oraz kompletnych informacji dotyczących bieżącej działalności Spółki, w tym jej sytuacji finansowej.
2. Prawidłowe realizowanie obowiązku, wskazanego w ust. 1, wymaga podawania do wiadomości publicznej danych, których zakres obejmuje:
 - 1) informacje o bieżącej sytuacji finansowej Spółki (w terminach oraz formie i na zasadach określonych przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa),
 - 2) wiadomości o wydarzeniach mających istotny wpływ na sytuację finansową Spółki,
 - 3) wewnętrzną organizację Spółki, obejmującą podstawową strukturę organizacyjną,
 - 4) zarządzanie ryzykiem w zakresie aktywów klienta,



- 5) zasady i terminy udzielania odpowiedzi klientom,
 - 6) zasady i terminy udzielania odpowiedzi akcjonariuszom,
 - 7) informację o stosowaniu Zasad Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych,
 - 8) inne informacje, wymagane zgodnie przepisami powszechnie obowiązującego prawa.
3. Spółka, podając powód nieujawnienia informacji, może nie upowszechniać informacji określonej niniejszą Polityką Informacyjną, jeżeli informacja ta zawiera elementy, których ujawnienie może mieć niekorzystny wpływ na pozycję Spółki na rynku właściwym w rozumieniu przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów lub stanowić tajemnicę prawnie chronioną.
4. Prowadząc aktywne działania w zakresie Polityki Informacyjnej, Spółka stosuje się również do zasad z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, określonych w szczególności w Kodeksie Etyki – zatwierdzonym przez Zarząd – którego celem jest utrzymanie wysokiej jakości usług oraz zbudowanie wspólnej świadomości korporacyjnej wśród pracowników w oparciu o zbiór jednolitych zasad etycznych i norm moralnych.

§6

Zasady i terminy udzielania odpowiedzi klientom

W trosce o zapewnienie wysokiej jakości świadczonych usług, mając jednocześnie na uwadze należytą ochronę interesów klientów, Spółka dba o wysokie standardy składania i rozpatrywania reklamacji klientów, w terminie nie dłuższym niż 30 dni.

§7

Zasady i terminy udzielania odpowiedzi akcjonariuszom

Spółka przekazuje informacje akcjonariuszom zgodnie z zasadami określonymi przepisami powszechnie obowiązującego prawa, w zgodnych z nim terminach, a w innych przypadkach w terminie 7 dni, kierując się dobrymi praktykami działania wypracowanymi w zakresie wzajemnej współpracy. Bierze także pod uwagę potrzeby akcjonariuszy i zapewnia im równy dostęp do wszystkich przekazywanych informacji.

§8

Zasady udzielania informacji mediom

Spółka przekazuje mediom informacje o wynikach, nowych produktach, kampaniach reklamowych. Odpowiada też na pytania przedstawicieli mediów dotyczące funkcjonowania Spółki, wyjaśnia także sprawy interwencyjne klientów, jeśli media zgłaszają taką potrzebę.

§9

Miejsce i terminy upowszechnianych informacji

1. Spółka upowszechnia informacje wskazane w niniejszej Polityce Informacyjnej przez upublicznienie ich na swojej stronie internetowej www.allianz.pl/tfi
2. W ramach wykonywania obowiązków informacyjnych, Spółka przekazuje do publicznej wiadomości informacje w języku polskim, w nim również komunikuje się z klientami.
3. Publikacja danych, do których ujawniania obowiązana jest Spółka, następuje w terminach wyznaczonych przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa. Informacje o czynnikach i



zdarzeniach o charakterze istotnym, które mają wpływ na sytuację finansową Spółki przekazywane są niezwłocznie po ich zajściu.