

ZASADY
POLITYKI INFORMACYJNEJ PKO BANKU POLSKIEGO S.A. W ZAKRESIE KONTAKTÓW
Z INWESTORAMI I KLIENTAMI

§ 1.

Niniejsze zasady polityki informacyjnej, zwane dalej „Zasadami”, określają sposób prowadzenia przez PKO Bank Polski S.A. („Bank”) komunikacji z inwestorami i Klientami, w tym zakres i sposób prowadzenia komunikacji oraz kanały komunikacji i kompetencje w ramach działań informacyjnych.

§ 2.

Użyte w Zasadach określenia oznaczają:

- 1) Dobre Praktyki – „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” (zbiór zasad ładu korporacyjnego - *corporate governance*), obowiązujące na rynku regulowanym, na którym notowane są akcje Banku lub inne papiery wartościowe wyemitowane przez Bank,
- 2) inwestor - inwestora instytucjonalnego (m.in.: fundusz emerytalny, fundusz inwestycyjny, podmiot zarządzający aktywami (*asset management company*), bank inwestycyjny), inwestora indywidualnego,
- 3) Klient – osobę fizyczną (rozumianą jako konsumenta, rozumianego zgodnie z Kodeksem Cywilnym oraz osobę fizyczną prowadzącą działalność zarobkową, w szczególności: rolnika indywidualnego, wspólników spółki cywilnej - każdego z osobna, będącego osobą fizyczną), osobę prawną lub jednostkę organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, która korzysta lub korzystała z produktów lub usług świadczonych przez Bank, lub wnioskuje o świadczenie produktów lub usług, lub była odbiorcą oferty marketingowej Banku, lub korzysta lub korzystała z usług pośrednictwa ubezpieczeniowego świadczonych przez Bank, w zakresie niezwiązanym z udzielaną ochroną ubezpieczeniową,
- 4) Kodeks Etyki Bankowej – „Kodeks Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej)” w brzmieniu uchwalonym na XXV Walnym Zgromadzeniu Związku Banków Polskich w dniu 18 kwietnia 2013 r. przyjęty do stosowania w Banku na mocy uchwały nr 509/C/2014 Zarządu Banku z dnia 28 sierpnia 2014 r.,
- 5) raporty – publikowane przez Bank raporty zawierające informację poufną w rozumieniu Rozporządzenia MAR,
- 6) raporty bieżące - publikowane przez Bank informacje, sporządzone w formie i zakresie określonym w rozporządzeniu w sprawie informacji bieżących i okresowych,
- 7) raporty okresowe – publikowane przez Bank informacje, sporządzane w formie i zakresie określonym w rozporządzeniu w sprawie informacji bieżących i okresowych,
- 8) reklamacja - wystąpienie Klienta odnoszące się do zastrzeżeń dotyczących produktów lub usług świadczonych przez Bank oraz do zastrzeżeń dotyczących jakości obsługi,
- 9) 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 dyrektywę Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE,

- 10) rozporządzenie w sprawie informacji bieżących i okresowych – rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 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,
- 11) Rzecznik Finansowy – organ podejmujący działania w zakresie ochrony klientów podmiotów finansowych zgodnie z ustawą z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym,
- 12) Rzecznik Klienta – przedstawiciela Banku, którego zadaniem jest wsparcie klientów w kontaktach z Bankiem oraz rozpatrywanie odwołań od przekazanych im odpowiedzi na zgłoszenia, udzielonych przez inne jednostki organizacyjne Banku,
- 13) ustawa o obrocie instrumentami finansowymi – ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi,
- 14) ustawa o ofercie publicznej – ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzenia instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych,
- 15) wniosek – wystąpienie Klienta dotyczące ogólnego usprawnienia organizacji pracy w Banku, poprawy jakości oraz dostępności produktów lub usług świadczonych przez Bank lub oferty Banku w zakresie niewpływającym na prawa i obowiązki Klienta wynikające z ubiegania się o zawarcie lub przeprowadzanie transakcji,
- 16) Zasady Ładu Korporacyjnego – „Zasady Ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych” przyjęte uchwałą nr 218/2014 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 22 lipca 2014 r.,
- 17) zgłoszenie – reklamacja lub wniosek.

§ 3.

Działalność informacyjna Banku prowadzona w odniesieniu do aktualnych oraz potencjalnych inwestorów stanowi ważny element szeroko rozumianej komunikacji zewnętrznej Banku, która wspiera realizację celów biznesowych w ramach przyjętej strategii Banku, kształtuje pożądane relacje z inwestorami oraz pozytywny wizerunek Banku jako renomowanej spółki publicznej, której akcje (lub inne papiery wartościowe) notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. („GPW”).

§ 4.

1. Nadrzędnym celem Banku w zakresie podejmowania działań informacyjnych jest zagwarantowanie wysokich standardów komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego będących wyrazem poszanowania zasad powszechnego i równego dostępu do informacji.
2. W ramach prowadzenia polityki informacyjnej Bank bierze pod uwagę interesy wszystkich inwestorów, o ile nie są one sprzeczne z interesami Banku.
3. Celem polityki informacyjnej jest określenie mechanizmów komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego gwarantujących właściwy, rzetelny i kompletny dostęp do informacji o Banku dla wszystkich inwestorów, nie stosując preferencji w stosunku do któregośkolwiek z nich.

§ 5.

1. Celem prowadzenia komunikacji z inwestorami przez Bank, jest w szczególności:
 - 1) budowanie wartości oraz pozytywnego wizerunku Banku,
 - 2) wypełnianie w sposób przejrzysty i rzetelny obowiązków informacyjnych nałożonych na Bank jako spółkę, której akcje notowane są na GPW,
 - 3) zapewnienie przekazywania inwestorom rzetelnych i aktualnych informacji o sytuacji Banku w trybie i z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa.
2. Budowa wartości Banku poprzez prowadzenie przejrzystej polityki informacyjnej ma na celu w szczególności:
 - 1) zwiększenie zaufania inwestorów oraz podmiotów funkcjonujących na rynku kapitałowym do Banku,
 - 2) zwiększenie zainteresowania inwestorów Bankiem,
 - 3) osiągnięcie korzystnego wizerunku i postrzegania Banku przez inwestorów.
3. Komunikacja z inwestorami powinna zapewnić:
 - 1) transparentność działania Banku,
 - 2) dotarcie do wszystkich grup inwestorów z informacjami o Banku i budowanie zaufania do Banku,
 - 3) ułatwienie wyceny wartości Banku, dzięki spójnym i aktualnym informacjom przekazywanym rynkowi kapitałowemu.

§ 6.

1. Działalność informacyjna Banku wobec inwestorów realizowana jest zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym w szczególności przepisami:
 - 1) Kodeksu spółek handlowych,
 - 2) Rozporządzenia MAR,
 - 3) ustawy o obrocie instrumentami finansowymi,
 - 4) ustawy o ofercie publicznej,
 - 5) rozporządzenia w sprawie informacji bieżących i okresowych.

2. Działalność informacyjna Banku uwzględnia również postanowienia Dobrych Praktyk, Zasad Ładu Korporacyjnego oraz Kodeksu Etyki Bankowej.

§ 7.

1. Za realizację polityki informacyjnej Banku w stosunku do inwestorów odpowiada Biuro Relacji Inwestorskich („BRI”).
2. BRI w szczególności odpowiada za:
 - 1) planowanie i organizację działań informacyjnych,
 - 2) dobór i organizację kanałów komunikacji,
 - 3) przekazywanie lub udostępnianie inwestorom informacji z wykorzystaniem przygotowanych nośników komunikacji.

§ 8.

1. Działalność informacyjna Banku w stosunku do inwestorów obejmuje:
 - 1) działania obowiązkowe wynikające z obowiązujących przepisów prawa, w tym w szczególności publikowanie raportów, raportów bieżących i okresowych, oraz
 - 2) działania dodatkowe.
2. Publikacja raportów zawierających informacje poufne następuje niezwłocznie po zaistnieniu zdarzenia powodującego powstanie obowiązku raportowego z wyłączeniem sytuacji, w których ze względu na decyzje Banku, podjęte na podstawie przepisów prawa, informacja o zdarzeniu przekazywana jest w terminie późniejszym niż wystąpienie zdarzenia.
3. Publikacja raportów bieżących, następuje niezwłocznie po zaistnieniu zdarzenia powodującego powstanie obowiązku raportowego lub powzięcia o nim informacji przez Bank, z zastrzeżeniem wyjątków przewidzianych w obowiązujących przepisach prawa.
4. Publikacja raportów okresowych następuje zgodnie z właściwymi przepisami prawa, w ramach harmonogramu opublikowanego w raporcie bieżącym określającym terminy publikacji tego typu raportów ujawnionym jednocześnie na stronie internetowej Banku. Bank podejmuje starania, aby publikowane dane finansowe udostępniane na stronie internetowej zawierały rozwiązania ułatwiające czytelnikowi zapoznanie się i skorzystanie z zamieszczonych informacji (raporty interaktywne).
5. Działalność informacyjna Banku w stosunku do inwestorów jest realizowana w szczególności poprzez:
 - 1) przekazywanie informacji za pośrednictwem elektronicznego systemu przekazywania informacji (ESPI),
 - 2) prowadzenie strony internetowej Banku, w zakresie zamieszczania na niej, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz Dobrymi Praktykami, informacji wymaganych w zakresie relacji Banku z inwestorami (serwis relacji inwestorskich),

- 3) przekazywanie informacji dotyczących Banku na żądanie zgłoszone przez akcjonariusza podczas walnego zgromadzenia lub poza walnym zgromadzeniem na zasadach i w terminach określonych powszechnie obowiązującymi przepisami prawa oraz w Dobrych Praktykach,
- 4) telekonferencje lub wideokonferencje organizowane po opublikowaniu raportu okresowego,
- 5) konferencje związane z prezentacją raportów okresowych – organizowane w siedzibie Banku po opublikowaniu raportu okresowego,
- 6) prezentacje towarzyszące raportom okresowym przygotowywane i publikowane po opublikowaniu raportu okresowego,
- 7) przekazywanie informacji, wyjaśnień i komentarzy dotyczących bieżącej działalności Banku, w tym wyników finansowych oraz działalności biznesowej i pozabiznesowej,
- 8) cykliczne, indywidualne spotkania inwestorów z przedstawicielami Banku,
- 9) konferencje wyjazdowe związane z prezentacją Banku, w gronie inwestorów oraz analityków rynku kapitałowego,
- 10) udzielanie odpowiedzi na pytania inwestorów zadawane pisemnie, drogą elektroniczną lub telefonicznie,
- 11) czaty inwestorskie z przedstawicielami Zarządu dedykowane inwestorom indywidualnym.

§ 9.

1. Strona internetowa relacji inwestorskich Banku dostępna jest pod adresem: www.pkobp.pl/grupa-pko-banku-polskiego/relacje-inwestorskie/.
2. Na stronie internetowej relacji inwestorskich Banku publikowane są podstawowe informacje o Banku, w tym w szczególności dokumenty korporacyjne Banku, a także sprawozdania finansowe. Witryna relacji inwestorskich jest aktualizowana niezwłocznie i regularnie w związku z zaistniałymi zdarzeniami oraz obowiązkami informacyjnymi.
3. Inwestorzy mogą kontaktować się z BRI w następujący sposób:
 - 1) w formie pisemnej na adres: Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A. Biuro Relacji Inwestorskich ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa,
 - 2) telefonicznie pod numerem telefonu: + 48 22 521 91 82 w dni robocze w godz. 8.00 – 16.00,
 - 3) za pośrednictwem poczty elektronicznej pod adresem: ir@pkobp.pl.
4. BRI w zakresie swoich obowiązków i w ramach obowiązujących przepisów udziela odpowiedzi na pytania inwestorów. Odpowiedzi na pytania inwestorów udzielane są niezwłocznie po ich otrzymaniu, nie później jednak niż w terminie 14 dni, a w szczególnie uzasadnionych przypadkach po upływie 14 dniowego terminu, po uprzednim poinformowaniu inwestora o planowanym terminie udzielenia odpowiedzi.

§ 10.

Obowiązkiem BRI jest zapewnienie inwestorom możliwości uzyskania pełnych i rzetelnych informacji przekazywanych w ramach odpowiedzi na pytania skierowane do Banku z uwzględnieniem ograniczeń wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.

§ 11.

Przy prowadzeniu działań informacyjnych skierowanych do inwestorów, Bank zapewnia:

- 1) rzetelną i przejrzystą informację o Banku,
- 2) równy dostęp do informacji,
- 3) przestrzeganie Dobrych Praktyk oraz Zasad Ładu Korporacyjnego w zakresie przyjętym przez Bank do stosowania,
- 4) przestrzeganie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu,
- 5) zaangażowanie kadry zarządzającej Banku w spotkaniach z inwestorami,
- 6) istnienie strony internetowej Banku zawierającej informacje z zakresu relacji inwestorskich,
- 7) odpowiedni standard przekazu informacyjnego,
- 8) wiarygodność informacji przekazywanych podczas konferencji i spotkań z inwestorami, przeprowadzanych z udziałem członków kadry zarządzającej,
- 9) porównywalność danych – Bank stosuje w swojej sprawozdawczości przepisy Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF),
- 10) w ramach publikacji danych finansowych instrumenty umożliwiające inwestorom interaktywne narzędzia umożliwiające analizę danych.

§ 12.

Działalność informacyjna prowadzona w odniesieniu do aktualnych i potencjalnych Klientów stanowi ważny element szeroko rozumianej komunikacji zewnętrznej Banku, która wspiera realizację celów biznesowych określonych w ramach przyjętej strategii Banku, kształtuje pożądane relacje z Klientami oraz wizerunek Banku jako uczciwej i rzetelnej instytucji oferującej wysokiej jakości produkty i usługi dostosowane do potrzeb i sytuacji Klientów. Komunikacja Banku z Klientami ma na celu również zapewnienie Klientom dostępu do informacji na temat przysługujących im środków ochrony w relacjach z Bankiem oraz eliminowanie sytuacji konfliktowych.

§ 13.

1. Nadrzędnym celem w zakresie realizowanej polityki informacyjnej względem Klientów jest umożliwienie Klientom łatwego uzyskania dostępu do pełnych informacji na temat oferty produktowej Banku w celu wyboru produktów i usług dopasowanych do indywidualnych potrzeb oraz pełna realizacja obowiązków informacyjnych wynikających z obowiązujących przepisów prawa.

2. W zakresie realizowanej działalności informacyjnej wobec Klientów Bank przestrzega wysokich standardów jakościowych, wyrażających się przejrzystością, rzetelnością, kompletnością oraz terminowością udzielanych informacji.
3. W przypadku, gdy z powodu ograniczeń prawnych nie jest możliwe przekazanie Klientowi informacji, którymi jest zainteresowany, komunikacja powinna wskazywać przyczyny niemożności ich przekazania, chyba że udzielenie takiego wyjaśnienia jest zabronione przepisami prawa.

§ 14.

1. Celem prowadzenia komunikacji z Klientami przez Bank jest w szczególności:
 - 1) budowanie wartości i pozytywnego wizerunku Banku,
 - 2) wypełnianie w sposób rzetelny obowiązków informacyjnych nałożonych na Bank przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa oraz wynikających z zawartych z Klientami umów,
 - 3) informowanie Klientów o aktualnej ofercie produktowej Banku.
2. Budowa wartości Banku poprzez prowadzenie przejrzystej polityki informacyjnej ma na celu w szczególności:
 - 1) umacnianie pozycji Banku na rynku instytucji finansowych,
 - 2) umacnianie wizerunku Banku, jako instytucji zaufania publicznego,
 - 3) zwiększenie zainteresowania Klientów ofertą Banku,
 - 4) zwiększenie satysfakcji Klientów z usług Banku,
 - 5) pozyskiwanie i wykorzystywanie opinii Klientów w celu doskonalenia oferty produktowej Banku i dostosowywania jej do potrzeb Klientów,
 - 6) wzmocnienie konkurencyjności Banku na rynku międzybankowym.
3. Komunikacja z Klientami, prowadzona w ramach polityki informacyjnej, powinna:
 - 1) zawierać rzetelne, kompletne i niewprowadzające w błąd informacje,
 - 2) być zrozumiała dla przeciętnego odbiorcy, z pominięciem języka specjalistycznego, z zachowaniem właściwej formy komunikacji,
 - 3) uwzględniać wolę Klienta w zakresie przetwarzania jego danych osobowych dla celów informacyjnych i marketingowych.

§ 15.

1. Polityka informacyjna Banku w zakresie zgłoszeń tj. reklamacji i wniosków oraz odwołań Klientów realizowana jest poprzez:
 - 1) zapewnienie Klientowi prawa do złożenia zgłoszenia oraz umożliwienie jego złożenia w jednostce organizacyjnej prowadzącej obsługę Klientów lub przy wykorzystaniu innych dedykowanych kanałów komunikacji,
 - 2) zapewnienie Klientowi prawa do złożenia do Rzecznika Klienta odwołania od stanowiska zawartego w odpowiedzi na zgłoszenie,
 - 3) przekazanie Klientowi w zawieranej umowie informacji na temat składania i rozpatrywania reklamacji Klientów w Banku,

- 4) dostarczenie Klientowi, który składa reklamację, i który nie zawarł z Bankiem umowy, w ciągu 7 dni od dnia, w którym nastąpiło zgłoszenie roszczeń Klienta, informacji na temat składania i rozpatrywania reklamacji Klientów w Banku,
 - 5) zapewnienie Klientowi wsparcia Rzecznika Klienta w kontaktach z Bankiem,
 - 6) poinformowanie Klienta o przysługującym mu prawie:
 - a) skorzystania z instytucji polubownego rozwiązywania sporów wskazanej w umowie lub regulaminie produktowym, m.in. Bankowy Arbitraż Konsumentcki,
 - b) wystąpienia z wnioskiem do Rzecznika Finansowego (w zakresie reklamacji złożonej przez Klienta będącego osobą fizyczną),
 - c) wystąpienia z powództwem do sądu powszechnego,
 - d) wystąpienia do właściwych organów podatkowych,
 - e) zwrócenia się o pomoc do właściwego miejscowo Powiatowego (Miejskiego) Rzecznika Konsumenta (w zakresie reklamacji złożonej przez Klienta będącego konsumentem).
2. Bank na stronie internetowej oraz w placówkach Banku udostępnia Klientom informację na temat składania i rozpatrywania reklamacji, w szczególności o:
- 1) miejscu i formie składania reklamacji,
 - 2) terminach rozpatrzenia reklamacji,
 - 3) sposobie powiadomienia o rozpatrzeniu reklamacji,
 - 4) podleganiu Banku nadzorowi Komisji Nadzoru Finansowego,
 - 5) akceptowanej przez Bank formie pozasądowego rozwiązywania ewentualnych sporów.

§ 16.

1. Komunikacja z Klientami dotyczy:
 - 1) informowania Klientów w terminach zgodnych z obowiązującymi przepisami prawa o zmianach wzorców umownych i funkcjonalnościach posiadanych produktów i usług,
 - 2) informowania Klientów o ofercie produktowej Banku,
 - 3) przekazywania Klientom informacji o warunkach bezpiecznego korzystania z produktów i usług bankowych,
 - 4) przekazywania informacji o posiadanych produktach i usługach, oraz realizowanych dyspozycjach,
 - 5) udzielania odpowiedzi, wyjaśnień, komentarzy na zgłoszenia Klientów składane w formie: pytań, wniosków, reklamacji oraz odwołań.
2. Komunikacja z Klientem odbywa się za pośrednictwem:
 - 1) serwisu telefonicznego,
 - 2) serwisu internetowego i aplikacji mobilnej,
 - 3) poczty elektronicznej,
 - 4) mediów społecznościowych,
 - 5) korespondencji listowej,
 - 6) spotkań w siedzibie Klienta,
 - 7) rozmów z pracownikami prowadzonych w placówkach Banku.

3. Komunikacja z Klientem odbywa się za pośrednictwem kanału preferowanego przez Klienta, chyba że obowiązujące przepisy prawa, postanowienia umów zawartych z Klientem lub regulaminy produktowe przewidują obowiązek komunikacji w określonej formie.

§ 17.

1. Zgłoszenia Klientów przyjmuje się w formie:
 - 1) pisemnej – przekazane osobiście w oddziałach Banku lub agencjach Banku albo przesyłką pocztową,
 - 2) ustnej – przekazane w kontakcie osobistym do protokołu podczas wizyty w oddziale lub agencji Banku lub telefonicznym,
 - 3) elektronicznej – w serwisie internetowym w usłudze bankowości elektronicznej lub za pomocą innych środków komunikacji elektronicznej, wskazanych w umowie lub regulaminie produktu.
2. Każde zgłoszenie rozpatrywane jest z należytą starannością, rzetelnie, wnikliwie i terminowo.
3. Bank rozpatruje zgłoszenia i udziela odpowiedzi niezwłocznie, z zastrzeżeniem ust. 4 i 5, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia otrzymania zgłoszenia przez Bank. W szczególnie skomplikowanych przypadkach, uniemożliwiających rozpatrzenie zgłoszenia i udzielenie odpowiedzi w terminie, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym, Bank informuje Klienta o przewidywanym terminie udzielenia odpowiedzi, który nie może przekroczyć 60 dni od dnia otrzymania zgłoszenia w przypadku Klientów – osób fizycznych, a dla pozostałych Klientów termin ten nie może przekroczyć 90 dni od dnia otrzymania zgłoszenia.
4. Odpowiedzi na reklamację w zakresie dotyczącym praw i obowiązków wynikających z ustawy z 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych Bank udziela w terminie nie dłuższym niż 15 dni roboczych od dnia jej otrzymania. W szczególnie skomplikowanych przypadkach, uniemożliwiających rozpatrzenie reklamacji i udzielenie odpowiedzi w ww. terminie, Klient jest informowany o przewidywanym terminie udzielenia odpowiedzi, który nie może przekroczyć 35 dni roboczych od dnia otrzymania reklamacji.
5. Reklamacje dotyczące czynności agencyjnych wykonywanych przez Bank w zakresie niezwiązanym z udzielaną ochroną ubezpieczeniową, Bank rozpatruje w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia ich otrzymania. W szczególnie skomplikowanych przypadkach, uniemożliwiających rozpatrzenie reklamacji i udzielenie odpowiedzi w ww. terminie, Klient jest informowany o przewidywanym terminie udzielenia odpowiedzi, który nie może przekroczyć 60 dni od dnia otrzymania reklamacji.
6. Bank, zawiadamiając klienta o przedłużeniu terminu przekazania odpowiedzi, zgodnie z ust. 3-5, podaje przyczynę opóźnienia, wskazuje okoliczności wymagające ustalenia oraz przewidywany termin rozpatrzenia zgłoszenia oraz udzielenia odpowiedzi.
7. Odpowiedź na odwołanie Klienta udzielana jest niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie 30 dni. W wyjątkowych przypadkach, w szczególności ze względu na złożony charakter sprawy i konieczność przeprowadzenia postępowania wyjaśniającego, gdy ww. termin nie może być dotrzymany, Klient jest

informowany o przewidywanym terminie udzielenia odpowiedzi, który nie może przekroczyć 90 dni od dnia otrzymania odwołania.

§ 18.

1. Odpowiedź na reklamację sformułowana jest w sposób jasny i zrozumiały oraz zawiera:
 - 1) uzasadnienie faktyczne i prawne, chyba że reklamacja została rozpatrzona zgodnie z wolą Klienta;
 - 2) wyczerpującą informację na temat stanowiska Banku w sprawie skierowanych zastrzeżeń, w tym wskazanie odpowiednich fragmentów umowy lub wzorca umowy;
 - 3) imię i nazwisko osoby udzielającej odpowiedzi ze wskazaniem jej stanowiska służbowego;
 - 4) określenie terminu, w którym roszczenie podniesione w reklamacji rozpatrzonej zgodnie z wolą Klienta zostanie zrealizowane, nie dłuższego niż 30 dni od dnia sporządzenia odpowiedzi.
2. W przypadku nieuwzględnienia roszczeń wynikających z reklamacji Klienta, treść odpowiedzi zawiera również pouczenie o możliwości:
 - 1) odwołania się od stanowiska zawartego w odpowiedzi, jeżeli Bank przewiduje tryb odwoławczy, a także o sposobie wniesienia tego odwołania;
 - 2) skorzystania z instytucji polubownego rozwiązywania sporów wskazanej w umowie lub regulaminie produktowym, m.in. Bankowy Arbitraż Konsumencki,
 - 3) wystąpienia z wnioskiem o rozpatrzenie sprawy do Rzecznika Finansowego (w zakresie reklamacji złożonej przez Klienta będącego osobą fizyczną);
 - 4) wystąpienia z powództwem do sądu powszechnego ze wskazaniem podmiotu, który powinien być pozwany i sądu miejscowo właściwego do rozpatrzenia sprawy.
3. Odpowiedź na wniosek sformułowana jest w sposób jasny i zrozumiały, zawiera uzasadnienie, jeżeli wymaga tego charakter zgłoszonej sprawy oraz informację na temat stanowiska Banku.

§ 19.

Za realizację polityki informacyjnej Banku w stosunku do Klientów odpowiadają jednostki Banku uczestniczące w bezpośredniej obsłudze i kontaktach z Klientami oraz przygotowujące komunikację skierowaną do Klientów.