

ZASADY POLITYKI INFORMACYJNEJ HSBC BANK POLSKA S.A. W ZAKRESIE KONTAKTÓW Z KLIENTAMI

§ 1.

Niniejsze zasady polityki informacyjnej, (dalej „Zasady”), określają sposób prowadzenia przez HSBC Bank Polska S.A. (dalej „Bank”) komunikacji z Klientami, w tym zakres i sposób prowadzenia komunikacji oraz kanały komunikacji i kompetencje w ramach działań informacyjnych.

§ 2.

Użyte w Zasadach określenia oznaczają:

1. Klient – osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, która korzysta lub korzystała z produktów lub usług świadczonych przez Bank, wniosowała o świadczenie produktów lub usług lub była odbiorcą oferty marketingowej Banku,
2. Reklamacja - wystąpienie Klienta odnoszące się do zastrzeżeń dotyczących produktów lub usług świadczonych przez Bank, w tym do zastrzeżeń dotyczących jakości obsługi,
3. 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 nie wpływającym na prawa i obowiązki Klienta wynikające z ubiegania się o zawarcie lub przeprowadzania transakcji,
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 okresowe – sporządzane przez Bank raporty, 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,
6. Zasady Ładu Korporacyjnego - „Zasady Ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych” przyjęte przez Komisję Nadzoru Finansowego,
7. zgłoszenie – reklamacja lub wniosek,
8. 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.

§ 3.

1. Działalność informacyjna Banku prowadzona w odniesieniu do aktualnych oraz potencjalnych Klientów 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. 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.

§ 4.

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

§ 5.

1. Za realizację polityki informacyjnej Banku w stosunku do Klientów odpowiadają jednostki organizacyjne Banku dedykowane obsłudze klienta:
 - Pion Bankowości Komercyjnej i Globalnej,
 - Pion Skarbu,
 - Regionalne Centra Bankowości Korporacyjnej,
 - Zespół ds. Zarządzania Relacjami z Klientem Korporacyjnym oraz
 - HSBCnet helpdesk.

§ 6.

1. Z poszczególnymi jednostkami można skontaktować się za pomocą poniższych adresów:
 - a. Bankowość Korporacyjna (w godzinach od 8:00-17:00):
 - i. Tel.: (+48) 22 354 05 60, Fax: (+48) 22 354 05 70
(dla obecnych Klientów Banku)
 - ii. Tel.: (+48) 22 314 01 44
(dla zainteresowanych ofertą Banku)
 - b. HSBCnet helpdesk (dla użytkowników systemu HSBCnet; w godzinach od 8:00-17:00):
 - i. Tel: (+48) 22 354 05 75 lub (+48) 22 354 05 96

- ii. Email: pl.ebanking@hsbc.com
- c. Regionalne centra bankowości korporacyjnej (w godzinach od 8:00-17:00):
 - i. Warszawa:
 - 1. Tel.: (+48) 22 314 01 44, Fax: (+48) 22 354 05 33
 - 2. 00-124, Rondo ONZ 1 (poczta tradycyjna)
 - ii. Wrocław
 - 1. Tel.: (+48) 71 719 69 00, Fax: (+48) 71 719 69 20
 - 2. 50-062, Pl. Solny 15 (poczta tradycyjna)
 - iii. Katowice
 - 1. Tel.: (+48) 32 730 51 51, Fax: (+48) 32 730 51 70
 - 2. 40-121, ul. Chorzowska 50 (poczta tradycyjna)
 - iv. Gdańsk
 - 1. Tel.: (+48) 58 761 34 33, Fax: (+48) 58 761 34 12
 - 2. 80-244, Al. Grunwaldzka 103A
 - v. Poznań
 - 1. Tel.: (+48) 61 667 83 58, Fax: (+48) 61 667 83 70
 - 2. 61-725, ul. Mielżyńskiego 14
- d. Ogólny email: firmy@hsbc.com

§ 7.

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 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.

§ 8.

1. Budowa wartości Banku poprzez prowadzenie przejrzystej polityki informacyjnej ma na celu w szczególności:
 - a. umacnianie pozycji Banku na rynku instytucji finansowych,
 - b. umacnianie wizerunku Banku, jako instytucji zaufania publicznego,
 - c. zwiększenie zainteresowania Klientów ofertą Banku,

- d. zwiększenie satysfakcji Klientów z usług Banku,
 - e. pozyskiwanie i wykorzystywanie opinii Klientów w celu doskonalenia oferty produktowej Banku i dostosowywania jej do potrzeb Klientów,
 - f. wzmocnienie konkurencyjności Banku na rynku międzybankowym.
2. Komunikacja z Klientami, prowadzona w ramach polityki informacyjnej, powinna:
- a. zawierać rzetelne, kompletne i niewprowadzające w błąd informacje,
 - b. być zrozumiała dla przeciętnego odbiorcy, z pominięciem języka specjalistycznego, z
 - c. zachowaniem właściwej formy komunikacji,
 - d. uwzględniać wolę Klienta w zakresie przetwarzania jego danych dla celów informacyjnych i
 - e. marketingowych.