

Polityka marki i marketingu

Cele i zakres dokumentu

„Polityka marki i marketingu” wyznacza jednolite w Grupie Kapitałowej zasady, odpowiedzialność oraz kluczowe procesy w obszarze zarządzania marką, marketingu oraz komunikacji.

Jakie zagadnienia związane z ESG opisuje polityka?

W zakresie komunikacji dotyczącej swoich produktów i usług Grupa Kapitałowa kieruje się zasadą dostarczania uczciwych i kompletnych informacji na ich temat. Komunikację do klientów formułuje w sposób jasny, prosty i zrozumiały, z uwzględnieniem charakterystyki grupy docelowej. Zamieszcza w niej wszystkie wymagane informacje wynikające z przepisów i obowiązujących standardów.

Polityka określa też zasady działań sponsoringowych. Projekty sponsorskie muszą otrzymać pozytywną rekomendację Panelu Sponsorskiego, który jest podstawowym forum podejmującym decyzje w tym zakresie.

Najwyższy szczebel zarządzania, który odpowiada za politykę

Realizację polityki w Banku nadzoruje dyrektor Obszaru Komunikacji i Doświadczenia Marki. Wybrane inicjatywy sponsoringowe wymagają dodatkowo zgody prezesa Zarządu Banku.

Stosowanie w spółkach zależnych Banku

Polityka obowiązuje w Grupie Kapitałowej.