
POLITYKA INFORMACYJNA

METRYCZKA	
Nazwa dokumentu	POLITYKA INFORMACYJNA
Rodzaj dokumentu	POLITYKA
Jednostka organizacyjna	DZIAŁ BIURO ZARZĄDU i BIURO OBSŁUGI KLIENTA
Data powstania	24.09.2024 r.
Poufność	NIE
Organ akceptujący/osoba akceptująca	ZARZĄD

POLITYKA INFORMACYJNA					
Wersja	Osoba odpowiedzialna	Obowiązuje od dnia	Jednostka wprowadzająca	Autor	Zakres zmian
1	Małgorzata Taracha	24.09.2024 r.	Zarząd	Katarzyna Grzybowska, Małgorzata Taracha	Nowe brzmienie dokumentu

Postanowienia ogólne

§ 1

1. Polityka określa cele, zadania, zakres przepływu informacji w zakresie kontaktów z Klientami i Udziałowcami PayPo;
2. Jeśli w Polityce jest mowa o:
 - a) **Polityce/Polityce informacyjnej** – rozumiemy przez to Politykę informacyjną w zakresie kontaktów z Klientami i Udziałowcami PayPo;
 - b) **Spółce albo PayPo** – rozumiemy przez to PayPo sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
 - c) **Zarządzie** - rozumiemy przez to Zarząd PayPo sp. z o.o.
 - d) **Radzie Nadzorczej** - rozumiemy przez to Radę Nadzorczą PayPo sp. z o.o.
 - e) **Spółkach zależnych** - rozumiemy przez to podmioty gospodarcze, które są kontrolowane przez PayPo, która jest spółką nadrzędną lub spółką dominującą. W przypadku spółki zależnej, spółka dominująca posiada dostateczny udział akcji lub udziałów, aby miała kontrolę nad decyzjami i działaniami spółki zależnej. Oznacza to, że spółka dominująca ma wpływ na zarządzanie, politykę finansową i operacyjne aspekty spółki zależnej;
 - f) **Klientach** – rozumiemy przez to podmioty gospodarcze oraz osoby fizyczne, które korzystają, korzystały lub będą korzystały z usług świadczonych przez Spółkę;
 - g) **Udziałowcach** – rozumiemy przez to wspólników PayPo sp. z o.o. posiadających udziały w PayPo;
 - h) **Kodeksie Spółek Handlowych** -rozumiemy przez to ustawę z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych;
 - i) **Umowie Spółki**- rozumiemy przez to Umowę Spółki Paypo sp. z o.o. z dnia 20 sierpnia 2015 roku z późn. Zmianami;
 - j) **Stronie internetowej** – rozumiemy stronę Paypo znajdującą się pod adresem www.paypo.pl

Zakres i cel Polityki informacyjnej

§ 2

1. Polityka informacyjna obejmuje wszystkie działania Spółki związane z komunikacją z Klientami oraz Udziałowcami. W relacjach z Udziałowcami, dotyczy zarówno formalnych, jak i nieformalnych form komunikacji, w tym przekazywania informacji poprzez spotkania, raporty, korespondencję elektroniczną, stronę internetową Spółki, a także inne kanały komunikacji. W relacjach z Klientami dotyczy formalnych komunikacji, w tym przekazywania informacji poprzez korespondencję elektroniczną, telefoniczną, stronę internetową Spółki.
2. Polityka obejmuje wszystkie aspekty działalności Spółki, które mogą być przedmiotem zainteresowania Udziałowców, w tym:
 - **Informacje finansowe:** wyniki finansowe, plany budżetowe, raporty kwartalne i roczne.
 - **Informacje operacyjne:** bieżące operacje, strategie rozwoju, istotne projekty i inwestycje.
 - **Informacje korporacyjne:** zmiany w strukturze zarządu, polityki i procedury zarządzania, decyzje strategiczne.

- **Informacje dotyczące produktów i usług:** innowacje, zmiany w ofercie, aktualizacje produktów, aktualizacje Regulaminów, aktualizację wzorów umów z Klientami usług kwestie związane z obsługą Klienta.
3. Celem Polityki Informacyjnej jest zapewnienie transparentności w kontaktach z Klientami i Udziałowcami, co ma na celu budowanie i utrzymanie zaufania do Spółki. Spółka zobowiązuje się do przekazywania informacji w sposób jasny, rzetelny i kompletny.
 4. Polityka informacyjna ma na celu zagwarantowanie wysokich standardów komunikacji, służących kształtowaniu wizerunku Spółki jako uczciwej i rzetelnej instytucji płatniczej.
 5. Polityka informacyjna ma na celu zapewnienie zgodności działań Spółki z obowiązującymi przepisami prawa oraz regulacjami dotyczącymi praw konsumentów oraz obowiązków informacyjnych wobec Udziałowców.
 6. Celem Polityki jest także zapewnienie efektywnej i dwukierunkowej komunikacji między Spółką a jej Klientami oraz Udziałowcami. Spółka dąży do tego, aby wszystkie strony były na bieżąco informowane o istotnych sprawach dotyczących działalności Spółki oraz mogły w łatwy sposób przekazywać swoje uwagi, pytania i sugestie.

Zadania organów Spółki w zakresie Polityki Informacyjnej

§ 3

1. Zarząd Spółki jest głównym organem odpowiedzialnym za wdrażanie i realizację Polityki informacyjnej Spółki. Do jego zadań należy opracowanie, aktualizacja oraz monitorowanie przestrzegania zasad Polityki w kontaktach z Klientami i Udziałowcami.
2. Zarząd Spółki zapewnia, że wszystkie istotne informacje dotyczące działalności Spółki są przekazywane Klientom i Udziałowcom w sposób terminowy i zrozumiały. Dotyczy to zarówno regularnych raportów finansowych, jak i informacji o zmianach strategicznych, produktach, usługach oraz innych kwestiach mających wpływ na relacje z Klientami i Udziałowcami.
3. Zarząd Spółki dba o to, aby wszystkie działania komunikacyjne były zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, w tym regulacjami dotyczącymi ochrony danych osobowych, obowiązków informacyjnych wobec Udziałowców oraz przepisami dotyczącymi komunikacji z Klientami.
4. Zarząd Spółki koordynuje działania komunikacyjne między różnymi działami Spółki, aby zapewnić spójność i jednolitość przekazu w kontaktach z Klientami i Udziałowcami.
5. Rada Nadzorcza zatwierdza uchwaloną przez Zarząd Politykę informacyjną.

§ 4

Zasady Polityki Informacyjnej w zakresie kontaktów z Klientami

1. Spółka jest zobowiązana do zapewnienia Klientom równego dostępu do informacji, w tym celu udostępnia różne kanały komunikacji, aby ułatwić kontakt ze Spółką osobom ze szczególnymi potrzebami.
2. Spółka udostępnia na swojej stronie internetowej informacje na temat ofert produktowej, w tym regulaminy usług oraz informacje o przetwarzaniu danych osobowych.

3. Informacje dotyczące świadczonych usług są przekazywane za pośrednictwem komunikatów wyświetlanych w procesie wnioskowania o usługę, a dodatkowo umowy przekazywane są za pośrednictwem wiadomości mailowych.
4. Klient może również założyć konto użytkownika, z którego może korzystać w panelu klienta lub aplikacji. Konto użytkownika zawiera informacje na temat usług, z których korzysta Klient.
5. W zakresie rozpatrywania skarg i reklamacji Klientów Spółka przestrzega powszechnie obowiązujących przepisów prawa, a informacje na temat terminów oraz kanałów zgłaszania reklamacji znajdują się bezpośrednio w regulaminach usług.
6. Bieżąca komunikacja z Klientami odbywa się następującymi kanałami:
 - a. listownie: na adres siedziby Spółki ul. Domaniewska 39, 02-672 Warszawa;
 - b. e-mailowo: na adres bok@paypo.pl;
 - c. telefonicznie: pod nr. +22 333 74 60 (opłata zgodna z taryfą operatora);
 - d. przez doręczenie elektroniczne: na adres AE:PL-48263-64036-THSCJ-22.

§ 5

Zasady polityki informacyjnej w zakresie kontaktów z Udziałowcami

1. Spółka jest zobowiązana do zapewnienia Udziałowcom równego dostępu do informacji.
2. Zarząd zobowiązany jest do udzielania udziałowcom informacji w sposób przejrzysty i terminowy. Informacje powinny być udostępniane w formie pisemnej, ustnej lub elektronicznej, w zależności od preferencji udziałowców i zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.
3. Udziałowcom przekazywane są informacje dotyczące bieżącej działalności Spółki, jej wyników finansowych, strategii rozwoju, a także istotnych wydarzeń mogących mieć wpływ na działalność Spółki. Informacje obejmują również sytuację w spółkach zależnych, jeżeli ma to znaczenie dla działalności głównej Spółki.
4. Informacje powinny być przekazywane Udziałowcom w terminach wynikających z obowiązujących przepisów prawa, w szczególności z Kodeksu Spółek Handlowych, Umowy Spółki oraz w odpowiedzi na ich uzasadnione zapytania. W przypadku zdarzeń nadzwyczajnych, mogących znacząco wpłynąć na sytuację Spółki, Zarząd zobowiązany jest do niezwłocznego poinformowania udziałowców.
5. Zarząd dba o utrzymywanie stałej i regularnej komunikacji między Zarządem a Radą Nadzorczą oraz Zgromadzeniem Wspólników. Celem tej komunikacji jest zapewnienie płynnego przepływu informacji niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organów Spółki.
6. Zarząd udziela Radzie Nadzorczej oraz Zgromadzeniu Wspólników wszelkich informacji dotyczących działalności Spółki, a także jej spółek zależnych, które są niezbędne do wykonywania ich obowiązków. Informacje te obejmują zarówno dane finansowe, jak i operacyjne, strategiczne oraz dotyczące ryzyk związanych z działalnością Spółki.
7. Komunikacja odbywa się w formie pisemnej (raporty, sprawozdania) oraz podczas regularnych spotkań i posiedzeń organów Spółki. W razie potrzeby, Zarząd może również organizować nadzwyczajne spotkania, w celu omówienia kluczowych kwestii.
8. Zarząd dba o zapewnienie dwukierunkowego przepływu informacji między Zgromadzeniem Wspólników a Zarządem i Radą Nadzorczą. Wszelkie uwagi, pytania oraz propozycje zgłaszane przez udziałowców są niezwłocznie przekazywane odpowiednim organom Spółki, które zajmują się ich analizą i wdrażaniem ewentualnych działań.

Ochrona informacji

§ 6

1. Wszelkie informacje przekazywane w ramach polityki informacyjnej z Klientami i Udziałowcami, zarówno o charakterze osobowym, jak i nieosobowym, są objęte ścisłą ochroną zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym w szczególności z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych (RODO).
2. Spółka zobowiązana jest do stosowania odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych w celu zapewnienia ochrony informacji.
3. Spółka podejmuje również wszelkie działania, aby zapewnić, że informacje przekazywane Klientom i Udziałowcom są wykorzystywane wyłącznie w celach zgodnych z ich zamierzonym przeznaczeniem, a ich przetwarzanie odbywa się w sposób bezpieczny i zgodny z obowiązującymi standardami ochrony danych i tajemnicą przedsiębiorstwa

Postanowienia końcowe

§ 7

1. Spółka jest obowiązana zapewnić zapoznanie się z postanowieniami Polityki wszystkich pracowników zatrudnianych przez Spółki oraz opublikować jej postanowienia na stronie internetowej. Obowiązek ten powierza się pracownikom działu Biura Zarządu.
2. Zmiana Polityki wymaga uchwały Zarządu.
3. W sprawach nieokreślonych w Polityce stosuje się w szczególności przepisy Kodeks Spółek Handlowych, Ustawa o Kredycie Konsumenckim oraz aktów wykonawczych wydanych na ich podstawie, jak również inne właściwe przepisy prawa.