

POLITYKA INFORMACYJNA DOMU MAKLERSKIEGO INC S.A.

ROZDZIAŁ 1. Postanowienia ogólne

§ 1

1. Niniejsza polityka informacyjna została sporządzona w celu:
 - a) określenia jednoznacznych i przejrzystych zasad prowadzenia polityki informacyjnej Spółki,
 - b) prawidłowego, terminowego wypełnienia obowiązków sprawozdawczych ciążyących na Spółce, w tym obowiązków sprawozdawczych związanych z prowadzoną działalnością maklerską
 - c) określenia mechanizmów gwarantujących prowadzenie przez Spółkę spójnej i rzetelnej komunikacji oraz przestrzegania w Spółce Zasad Ładu korporacyjnego,
 - d) zasady publikacji i udzielania zgody na publikację Informacji Marketingowych, w tym Informacji Marketingowych publikowanych na stronach internetowych Domu Maklerskiego.
2. Polityka informacyjna ma na względzie zaspokojenie potrzeb informacyjnych akcjonariuszy oraz klientów Domu Maklerskiego w zakresie równego dostępu do informacji. W tym celu Dom Maklerski dokłada wszelkich starań, aby dostęp do informacji w zakresie obowiązujących Spółkę przepisów prawa był równy i aby każda z zainteresowanych grup była traktowana pod względem dostępu do tych informacji z jednakową troską i zaangażowaniem.
3. Użyte w Polityce określenia mają następujące znaczenie:
 - a) **Dom Maklerski** lub **Spółka** – Dom Maklerski INC S.A. z siedzibą w Poznaniu,
 - b) **Informacje Marketingowe** – przekaz reklamowy dotyczący usługi lub produktu oferowanego przez Dom Maklerski,
 - c) **Inspektor Nadzoru** – osoba, do której obowiązków należy wykonywanie zadań z zakresu kontroli wewnętrznej oraz nadzoru zgodności działalności z prawem w Domu Maklerskim,
 - d) **Klienci** – klienci oraz potencjalni klienci Domu Maklerskiego,
 - e) **Podmioty Zobowiązane** – wszystkie podmioty wchodzące w skład grupy kapitałowej INC S.A. oraz podmioty współpracujące z Domem Maklerskim w zakresie usług lub produktów oferowanych przez Dom Maklerski, w tym agencje marketingowe, emitenci i oferujący, a także podmioty wykonujące czynności na rzecz emitentów i oferujących,
 - f) **Polityka informacyjna** lub **Polityka** – niniejsza Polityka informacyjna Domu Maklerskiego INC S.A.,
 - g) **Rozporządzenie 2017/565** – rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniające dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy,
 - h) **Zasady Ładu korporacyjnego** – Zasady Ładu Korporacyjnego przyjęte przez Komisję Nadzoru Finansowego uchwałą nr 218/2014 z dnia 22 lipca 2014 r. (Dziennik Urzędowy Komisji Nadzoru Finansowego z dn. 30 października 2014 r., poz. 17).

ROZDZIAŁ 2. Ochrona informacji oraz zasady i terminy ich ujawniania

§ 2

1. Polityka informacyjna określa zakres informacji, które Spółka przekazuje do publicznej wiadomości oraz do Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego, jak również zasady kontaktów ze Spółką. Spółka, o ile będzie to konieczne, zapewni ochronę udostępnianych informacji.

2. Podstawową zasadą Polityki informacyjnej jest zapewnienie uprawnionym podmiotom równego dostępu do prawdziwych, rzetelnych oraz kompletnych informacji dotyczących bieżącej działalności Spółki, w tym jej sytuacji finansowej.
3. Spółka zapewnia równy dostęp do informacji dotyczących działalności Spółki, w szczególności poprzez stosowanie Zasad ładu korporacyjnego.
4. Dom Maklerski ogłasza informacje, których ujawnienie jest obowiązkowe na podstawie przepisów prawa lub wynika z jego wewnętrznych regulacji, na stronie internetowej Domu Maklerskiego, w terminach wskazanych odpowiednio w przepisach prawa, regulacjach wewnętrznych Domu Maklerskiego lub w niniejszej Polityce.
5. Do głównych mechanizmów gwarantujących efektywną komunikację prowadzoną przez Dom Maklerski z uczestnikami rynku kapitałowego należą przede wszystkim:
 - a) prawidłowa realizacja obowiązków informacyjnych spoczywających na Spółce;
 - b) organizacja walnych zgromadzeń;
 - c) okresowa weryfikacja Polityki informacyjnej pod kątem zgodności z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa.
6. Informacje ujawniane są w języku polskim lub języku angielskim, w zależności od potrzeb.

§ 3

1. Dom Maklerski wypełnia obowiązki informacyjne wynikające z postanowień:
 - a) rozporządzenia ministra finansów z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie zakresu, trybu i formy oraz terminów przekazywania informacji przez firmy inwestycyjne, banki, o których mowa w art. 70 ust 2 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, i banki powiernicze;
 - b) rozporządzenie parlamentu europejskiego i rady (UE) nr 575/2013 z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie wymogów ostrożnościowych dla instytucji kredytowych i firm inwestycyjnych;
 - c) rozporządzenia wykonawczego komisji (UE) nr 680/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. ustanawiające wykonawcze standardy techniczne dotyczące sprawozdawczości nadzorczej instytucji zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 575/2013;
 - d) ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi;
 - e) ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o rzeczniku finansowym;
 - f) ustawy o statystyce publicznej z dn. 29 czerwca 1995 r.;
 - g) regulaminu funkcjonowania systemu rekompensat Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych S.A.;
 - h) rozporządzenia Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 25 kwietnia 2017 r. w sprawie kapitału wewnętrznego, systemu zarządzania ryzykiem, programu oceny nadzorczej oraz badania i oceny nadzorczej, a także polityki wynagrodzeń w domu maklerskim;
 - i) rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 maja 2018 r. w sprawie szczegółowych warunków technicznych i organizacyjnych dla firm inwestycyjnych, banków, o których mowa w art. 70 ust.2 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, i banków powierniczych.
2. Za prawidłowe wypełnianie obowiązków informacyjnych wskazanych w §3 pkt 1 odpowiadają Inspektor Nadzoru oraz Wiceprezes Zarządu pierwszy.
3. Raporty wynikające z §3 pkt 1 archiwizowane są w formie elektronicznej lub na trwałym nośniku informacji przez okres 5 lat od końca roku, w którym zostały sporządzone.
4. Za archiwizowanie raportów odpowiada Inspektor Nadzoru.

5. Podejmując działania w zakresie polityki informacyjnej, Spółka stosuje również Zasady ładu korporacyjnego.

§4

1. Dostęp do Elektronicznego Systemu Przekazywania Informacji (ESPI) posiadają:
 - 1) Wiceprezes Zarządu pierwszy,
 - 2) Wiceprezes Zarządu drugi,
 - 3) Inspektor Nadzoru,
 - 4) Risk Manager.
2. Dostęp do systemu Portal posiadają:
 - 1) Wiceprezes Zarządu pierwszy,
 - 2) Wiceprezes Zarządu drugi,
 - 3) Inspektor Nadzoru.
3. Po zakończeniu każdego kwartału roku kalendarzowego Inspektor Nadzoru w ciągu 5 dni roboczych dokonuje weryfikacji zmian w zakresie formularzy sprawozdawczych udostępnionych na stronie <https://espi.knf.gov.pl> w katalogu PRDM.
4. W ramach działań wskazanych w ust. 3 Inspektor Nadzoru weryfikuje, czy nie zostały udostępnione nowe formularze sprawozdawcze.
5. Wynikiem weryfikacji jest pisemna notatka skierowana do Zarządu Domu Maklerskiego, informująca czy zostały zidentyfikowane nowe obowiązki raportowe.
6. Inspektor Nadzoru prowadzi bieżący monitoring zmian w zakresie przepisów prawa regulujących sprawozdawczość Domu Maklerskiego wskazanych w § 3 ust 1. W przypadku wystąpienia zmian Inspektor Nadzoru monitoruje stronę <https://espi.knf.gov.pl> do momentu pojawienia się formularza odpowiadającego zmianom w rozporządzenia lub innych przepisach prawa regulujących sprawozdawczość Domu Maklerskiego wskazanych w § 3 ust 1.
7. Raz do roku Inspektor Nadzoru dokonuje pisemnej następczej weryfikacji terminowości wypełniania obowiązków raportowych określonych w przepisach prawa regulujących sprawozdawczość Domu Maklerskiego wskazanych w § 3 ust 1.
8. Podmiot wykonujący czynności z zakresu księgowości Domu Maklerskiego zobowiązany jest, poza wysłaniem wiadomości e-mail, poinformować ustnie o zawarciu transakcji, których wartość godziwa przekracza 5% funduszy własnych z jednostkami powiązаныmi w rozumieniu ustawy o rachunkowości.
9. Risk Manager, przed wysłaniem danych do kancelarii Systemu, weryfikuje treść formularzy ESPI dotyczących raportów, za których sporządzenie odpowiada.
10. Risk Manager raz w miesiącu weryfikuje czy plik dotyczący adekwatności jest przygotowywany na prawidłowym szablonie Excel.

§ 5

1. W ramach prowadzonej polityki informacyjnej, Spółka przekazuje informacje za pośrednictwem:
 - a) strony internetowej oraz poprzez udostępniony na niej adres mailowy;
 - b) odpowiedzi kierowanych do akcjonariuszy i klientów na ich pisemny wniosek o ujawnienie informacji, skierowany do Spółki drogą elektroniczną lub pocztową na adres siedziby Domu Maklerskiego.

2. Odpowiedź, o której mowa w ust. 1 pkt. b powyżej, jest udzielana w formie pisemnej lub elektronicznej, na adres wskazany przez podmiot wnioskujący o informację, pod warunkiem, że jej udzielenie jest możliwe bez naruszania informacji prawnie chronionych oraz informacji o charakterze cenotwórczym, które winny być ujawniane w trybie określonym przez przepisy szczególne.
3. Odpowiedzi, o których mowa w ust. 1 pkt b) będą ujawniane akcjonariuszom i klientom w terminie 30 dni od otrzymania przez Spółkę wniosku i ujawnienie informacji.
4. W sprawach szczególnie skomplikowanych termin wskazany w ust. 3 może ulec wydłużeniu do 60 dni.
5. W przypadku korespondencji pisemnej, terminy wskazane w ust. 3 i 4 uważa się za zachowane, jeśli przed ich upływem odpowiedź zostanie nadana do wnioskodawcy listem poleconym lub wysłana za pomocą poczty elektronicznej.

ROZDZIAŁ 3. Kontrola i weryfikacja upowszechnianych informacji dotyczących działalności Spółki

§ 6

1. Procedura kontroli i weryfikacji upowszechnianych informacji dotyczących działalności Spółki została sporządzona w celu:
 - a) określenia jednoznacznych i przejrzystych zasad przekazu reklamowego dotyczącego Domu Maklerskiego,
 - b) przekazywania informacji do Klientów niewprowadzających w błąd,
 - c) określenia mechanizmów gwarantujących prowadzenie przez Dom Maklerski spójnej i rzetelnej komunikacji publicznej.
2. Procedura określa zasady kontroli i weryfikacji informacji odnoszących się do działalności Domu Maklerskiego.
3. Podmioty Zobowiązane mają obowiązek do uzyskania uprzedniej zgody na zakres, treść i rodzaj rozpowszechnianych informacji odnoszących się do działalności Domu Maklerskiego, w tym Informacji Marketingowych. Dom Maklerski zapewnia w ramach relacji umownych z Podmiotami Zobowiązanymi zobowiązanie ich oraz pracowników i współpracowników Podmiotów Zobowiązanych do przestrzegania zasad określonych w rozdziale 3 Polityki.

§ 7

1. Informacje Marketingowe powinny być rzetelne i nie powinny wprowadzać w błąd oraz powinny cechować się poszanowaniem powszechnie obowiązujących przepisów prawa, w tym w szczególności art. 44 Rozporządzenia 565/2017 oraz § 20 Rozporządzenia Ministra Finansów z 30 maja 2018 r. w sprawie trybu i warunków postępowania firm inwestycyjnych, banków, o których mowa w art. 70 ust. 2 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, oraz banków powierniczych, zasad uczciwego obrotu jak również dobrych obyczajów.
2. Informacje Marketingowe powinny w sposób jasny wskazywać, jakiego produktu lub usługi dotyczą.
3. Informacje Marketingowe nie mogą eksponować korzyści w taki sposób, który powodowałby umniejszenie znaczenia kosztów i ryzyk związanych z nabyciem produktu lub usługi.
4. Informacje Marketingowe nie mogą wprowadzać w błąd, ani stwarzać możliwości wprowadzenia w błąd, w szczególności co do:
 - a) charakteru prawnego usług, których dotyczą, w tym praw i obowiązków Klientów.
 - b) tożsamości Domu Maklerskiego,
 - c) istotnych cech usług, których dotyczą,
 - d) korzyści, które można osiągnąć nabywając lub korzystając z usług, których dotyczą Informacje Marketingowe, oraz okresu, w którym powstają,

- e) ponoszonych przez Klientów całkowitych kosztów związanych z nabyciem lub korzystaniem z usług, których dotyczą Informacje Marketingowe oraz okresu, którego te koszty dotyczą,
 - f) czasu, wartości i terytorialnej dostępności usług, których dotyczą Informacje Marketingowe,,
 - g) ryzyka związanego nabyciem lub korzystaniem z usług, których dotyczą Informacje Marketingowe.
5. Przy tworzeniu oraz publikacji Informacji Marketingowych Dom Maklerski:
- a) czuwa nad charakterem i konstrukcją przekazów reklamowych przygotowywanych i publikowanych w jego imieniu lub na jego rzecz,
 - b) zapewnia odbiorcy możliwość swobodnego zapoznania się ze wszystkimi treściami składającymi się na przekaz, w szczególności ze wszelkiego rodzaju wskazaniami i zastrzeżeniami stanowiącymi integralną część przekazu reklamowego,
 - c) zapewnia, aby rozwiązania graficzne zastosowane w przekazie reklamowym nie utrudniały odbiorcy zapoznania się z istotnymi informacjami przedmiotu reklamowanego w tym przekazie, w szczególności z informacjami wymaganymi przepisami prawa oraz rekomendacjami nadzorczymi,
 - d) podaje źródło prezentowanych informacji, jeżeli przekaz reklamowy odwołuje się do wyników sondaży, badań statystycznych, rankingów, ratingów lub innych danych,
 - e) zapewnia, że proces oferowania produktów lub usług finansowych prowadzony jest przez odpowiednio przygotowane osoby w celu zapewnienia rzetelności przekazywanych klientom informacji oraz udzielania im zrozumiałych wyjaśnień.
6. Wszelkie niezbędne informacje dotyczące charakteru i konstrukcji produktu lub usługi finansowej, mające znaczenie dla podjęcia przez Klientów decyzji, powinny być udostępniane Klientom w taki sposób, aby w odpowiednim czasie przed zawarciem umowy mieli oni możliwość swobodnego zapoznania się z ich treścią.

§ 8

1. Podmiot Zobowiązany zamierzający upowszechniać w jakiegokolwiek formie Informacje Marketingowe, musi uzyskać zgodę Domu Maklerskiego na wskazanych poniżej zasadach.
2. Wniosek w zakresie udzielenia przez Dom Maklerski zgody na upowszechnienie Informacji Marketingowych Podmioty Zobowiązane mogą złożyć drogą elektroniczną na adres e-mail: biuro@dminc.pl, wskazując w szczególności:
 - a) miejsce publikacji informacji,
 - b) termin publikacji informacji,
 - c) cel publikacji.
 - d) treści przekazywanych informacji.
3. Wniosek należy złożyć, z co najmniej 7-dniowym wyprzedzeniem przed planowaną publikacją Informacji Marketingowych
4. Dom Maklerski może zażądać od Podmiotu Zobowiązanego składającego wniosek dodatkowych wyjaśnień.
5. Treść Informacji Marketingowych oraz planowanego sposobu i uwarunkowań ich upowszechnienia jest weryfikowana i opiniowana przez Inspektora Nadzoru.
6. Ostateczną decyzję w zakresie rozstrzygnięcia wniosku podejmuje Wiceprezes Zarządu.
7. Dom Maklerski wyraża zgodę na upowszechnienie Informacji Marketingowych, a jeżeli są one zgodne ze stanem faktycznym, oraz spełniają wszelkie wymogi prawa oraz rozdziału 3 Polityki. Wyrażenie przez Dom Maklerski zgody może mieć formę warunkową, wskazującą na niezbędne modyfikacje Informacji Marketingowych lub planowanego sposobu i uwarunkowań ich upowszechnienia.

8. Odmowa wyrażenia przez Dom Maklerski zgody na upowszechnienie Informacji Marketingowych nie wymaga uzasadnienia.
9. Dom Maklerski wyraża zgodę na upowszechnienie Informacji Marketingowych drogą elektroniczną na adres e-mail Podmiotu Zobowiązanego, wskazany we wniosku.
10. Dom Maklerski jest uprawniony do kontroli upowszechniania Informacji Marketingowych pod kątem zgodności z warunkami stanowiącymi podstawę wyrażenia przez Dom Maklerski zgody na ich upowszechnienie.
11. Dom Maklerski ma prawo do natychmiastowego wycofania zgody na upowszechnianie Informacji Marketingowych bez uzasadnienia.

ROZDZIAŁ 4. Publikowanie Informacji Marketingowych na stronach internetowych Domu Maklerskiego

§ 9

1. Publikacja Informacji Marketingowych na stronach internetowych należących do Domu Maklerskiego, w szczególności dotyczących promocji i reklamy usług Domu Maklerskiego oraz dokumentów i materiałów dotyczących ofert publicznych, w których Dom Maklerski świadczy usługi oferowania instrumentów finansowych, wymaga uzyskania uprzedniej pisemnej lub elektronicznej zgody Wiceprezesa Zarządu. Wiceprezes Zarządu przed wydaniem zgody może zasięgnąć opinii Inspektora Nadzoru lub kancelarii prawnej świadczącej usługi na rzecz Domu Maklerskiego.
2. Informacje Marketingowe, o których mowa w ust. 1, przygotowywane są przez wyznaczonych pracowników Domu Maklerskiego we współpracy z klientami usługi oferowania instrumentów finansowych.
3. Po uzyskaniu zgody Wiceprezesa Zarządu, wyznaczony pracownik Domu Maklerskiego zleca zamieszczenie Informacji Marketingowych na stronie internetowej pracownikowi lub podmiotowi zewnętrznemu wykonującemu czynności w zakresie obsługi informatycznej strony internetowej Domu Maklerskiego. Wyznaczony pracownik Domu Maklerskiego weryfikuje, czy Informacje Marketingowe zostały zamieszczone w sposób prawidłowy, w szczególności czy nie zostały one zniekształcone lub uszczuplone.

ROZDZIAŁ 5. Publikowanie zasad polityki informacyjnej

§ 10

Dom Maklerski publikuje wyciąg z Polityki obejmujący zakres i miejsce publikowania informacji oraz tryb składania zapytań przez akcjonariuszy i klientów Spółki na stronie internetowej Spółki.

§ 11

Polityka informacyjna i określone w niej zasady nie mają zastosowania do informacji, które Dom Maklerski ogłasza na podstawie przepisów szczególnych.

§ 12

Statut Spółki, podstawowe regulacje wewnętrzne, informacje i dokumenty związane z walnymi zgromadzeniami, a także sprawozdania finansowe Zarząd udostępnia w siedzibie Spółki lub na jej stronach internetowych.

§ 13

1. W Spółce, oprócz niniejszej Polityki, obowiązują wewnętrzne akty normatywne regulujące obowiązki informacyjne Spółki.

2. Biorąc pod uwagę otoczenie rynkowe, w jakim funkcjonuje Spółka, Spółka może odmówić udzielenia informacji w następujących zakresach:
 - a) planów strategicznych Spółki,
 - b) prognozowania wyników finansowych Spółki,
 - c) perspektyw rozwoju,
 - d) spraw sądowych w toku,
 - e) na temat akcjonariuszy Spółki,
 - f) informacji objętych tajemnicą zawodową lub, co do których Spółka jest na innej podstawie zobowiązana do zachowania poufności.
3. Ostateczny zakres merytoryczny i formę informacji udzielanych na zewnątrz zatwierdza Prezes Zarządu Spółki, a w przypadku jego nieobecności Wiceprezes Zarządu pierwszy.

ROZDZIAŁ 6. Postanowienia końcowe

§ 14

1. Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za wdrożenie i aktualizację Polityki.
2. Zmiany Polityki wymagają uchwały Zarządu.

§ 15

Polityka informacyjna została przyjęta uchwałą Zarządu Domu Maklerskiego.