Polityka informacyjna
w zakresie kontaktów z klientami i inwestorami

§ 1
DEFINICJE

Na potrzeby niniejszej polityki, użyte w niej określenia pisane z wielkiej litery oznaczają:

1) **Dobre Praktyki** – należy przez to rozumieć dokument „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021" stanowiący załącznik do uchwały nr 13/1834/2021 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 29 marca 2021 r. w sprawie uchwalenia „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2021" oraz każdy dokument, który go zastąpi;
2) **Grupa** – Spółka, Caspar Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. oraz F-Trust S.A;
3) **Polityka Informacyjna** - polityka informacyjna w zakresie upowszechniania informacji związanych z adekwatnością kapitałową;
4) **Spółka** – Caspar Asset Management Spółka Akcyjna z siedzibą w Poznaniu;
5) **Walne Zgromadzenie** – Walne Zgromadzenie Spółki;
6) **Zasady ładu korporacyjnego-** zbiór zasad określających relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji wprowadzonych przez Komisję Nadzoru Finansowego i podlegających jej nadzorowi.

§ 2
ZASADY OGÓLNE

1. Niniejsza polityka określa standardy upowszechniania informacji dotyczących sytuacji Spółki oraz prowadzenia komunikacji z klientami i inwestorami.
2. Celem niniejszej polityki i wykonywanych na jej podstawie działań jest zagwarantowanie sprawnej, rzetelnej komunikacji z klientami i inwestorami stanowiącej wyraz poszanowania przez Spółkę zasady powszechnego i równego dostępu do informacji.

§ 3
KOMUNIKACJA Z INWESTORAMI

1. Działalność informacyjna Spółki w odniesieniu do aktualnych i potencjalnych inwestorów stanowi ważny element komunikacji Spółki z jej otoczeniem zewnętrznym, która wspiera realizację celów biznesowych w ramach przyjętej przez Spółkę strategii, kształtowanie pożądanych relacji Spółki z jej inwestorami oraz pozytywny wizerunek Spółki jako spółki publicznej notowanej na Głównym Rynku Giełdy Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie.
2. Głównym celem prowadzonych działań informacyjnych jest zagwarantowanie wysokich standardów komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego stanowiących wyraz poszanowania przez Spółkę zasady powszechnego i równego dostępu do informacji. W ramach podejmowanych działań informacyjnych Spółka bierze pod uwagę interesy wszystkich inwestorów.
3. Celem polityki informacyjnej jest również wskazanie mechanizmów komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego gwarantujących właściwy, rzetelny i kompletny dostęp do informacji o Spółce dla wszystkich inwestorów bez preferowania któregokolwiek z nich. Celem prowadzenia komunikacji z inwestorami jest także budowanie wartości i pozytywnego wizerunku Spółki oraz wypełnianie w sposób przejrzysty i rzetelny

obowiązków informacyjnych nałożonych na Spółkę jako podmiot, którego akcje są notowane na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie oraz zapewnienie przekazywania inwestorom rzetelnych i aktualnych informacji o sytuacji Spółki w trybie i z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa oraz regulacji rynku, na którym akcje Spółki są notowane.

4. Działalność informacyjna Spółki wobec inwestorów jest realizowana na podstawie obowiązujących przepisów prawa z uwzględnieniem, w zakresie przyjętym przez Spółkę do stosowania, Dobrych Praktyk oraz Zasad ładu korporacyjnego.

§ 4

METODY KOMUNIKACJI Z INWESTORAMI

1. Prowadzona przez Spółkę działalność informacyjna względem inwestorów obejmuje zarówno działania obligatoryjne, w tym publikacje raportów bieżących i okresowych, których zakres i terminy przekazywania określone są przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa i regulacje rynku, na którym notowane są akcje Spółki, jak i działania dodatkowe.
2. Z zastrzeżeniem wyjątków przewidzianych w przepisach powszechnie obowiązującego prawa, Spółka publikuje raporty bieżące niezwłocznie po zaistnieniu zdarzenia powodującego powstanie obowiązku informacyjnego, nie później jednak niż w terminie 24 godzin od zaistnienia ww. zdarzenia.
3. Spółka publikuje raporty okresowe zgodnie z właściwymi przepisami prawa i regulacjami rynków oraz w terminach podanych w harmonogramie przekazanym w formie raportu bieżącego, określającym terminy przekazywania informacji okresowych w danym roku kalendarzowym.
4. Działalność informacyjna Spółki względem inwestorów realizowana jest w szczególności za pośrednictwem:
   a) przekazywania informacji przy użyciu elektronicznego systemu przekazywania informacji (EBI- Elektroniczna Baza Informacji, ESPI – Elektroniczny System Przekazywania Informacji);
   b) przekazywania informacji dotyczących Spółki na żądanie zgłoszone przez akcjonariusza podczas Walnego Zgromadzenia lub poza Walnym Zgromadzeniem w terminach i na zasadach określonych w przepisach powszechnie obowiązującego prawa;
   c) strony internetowej, na której znajduje się zakładka przeznaczona dla inwestorów;
   d) konferencji związanych z prezentacją Spółki przed inwestorami;
   e) odpowiedzi na pytania zadawane w formie pisemnej, drogą telefoniczną lub drogą elektroniczną.
5. Zakładka Relacji inwestorskich dostępna jest na stronie internetowej Spółki pod adresem https://www.caspar.com.pl/relacje-inwestorskie
6. Na stronie internetowej w zakładce Relacji inwestorskich publikowane są informacje o Spółce, w szczególności dokumenty korporacyjne Spółki, raporty bieżące i okresowe oraz informacje finansowe. Informacje zamieszczone w zakładce Relacji Inwestorskich aktualizowane są niezwłocznie i systematycznie w związku z zachodzącymi zdarzeniami oraz ciążącymi na Spółce obowiązkami informacyjnymi.
7. Inwestor może wystąpić z wnioskiem o udzielenie informacji:
   a) w formie pisemnej na adres korespondencyjny Spółki: ul. Półwiejska 32, 61-888 Poznań;
   b) w formie elektronicznej:

- przesyłając wiadomość elektroniczną na adres e-mail: am@caspar.com.pl;
- przez formularz kontaktowy dostępny na stronie: https://www.caspar.com.pl/relacje-inwestorskie/kontakt-dla-inwestora .

8. Spółka w zakresie swoich obowiązków i w ramach obowiązujących przepisów prawa udziela odpowiedzi na pytania zadawane przez inwestorów. Z zastrzeżeniem terminów przewidzianych w przepisach powszechnie obowiązującego prawa, odpowiedzi na pytania udzielane są niezwłocznie po ich otrzymaniu, jednak nie później niż w terminie dwóch tygodni.
9. Spółka zapewnia inwestorom możliwość uzyskania pełnych i rzetelnych informacji przekazywanych w ramach odpowiedzi na pytania skierowane do Spółki z uwzględnieniem ograniczeń wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.

§ 5

KOMUNIKACJA Z KLIENTAMI

1. Działalność informacyjna prowadzona w odniesieniu do aktualnych i potencjalnych klientów stanowi ważny element komunikacji Spółki z jej otoczeniem zewnętrznym, która wspiera realizację celów biznesowych określonych w ramach przyjętej przez Spółkę strategii, kształtowanie pożądanych relacji Spółki z jej klientami oraz wizerunek Spółki jako uczciwej i rzetelnej instytucji finansowej oferującej produkty i usługi dostosowane do potrzeb i sytuacji klientów.
2. Komunikacja Spółki z klientami ma na celu również zapewnienie klientom dostępu do informacji na temat przysługujących im środków ochrony w relacjach ze Spółką oraz minimalizowanie występowania sytuacji konfliktowych.
3. Głównym celem realizowanej polityki informacyjnej względem klientów jest umożliwienie klientom uzyskania dostępu do pełnych informacji na temat oferty produktowej Spółki w celu wyboru produktów i usług dopasowanych do indywidualnych potrzeb oraz pełna realizacja obowiązków informacyjnych wynikających z przepisów prawa.
4. Spółka dokłada niezbędnych starań, aby informacje przekazywane klientom były przejrzyste, rzetelne i kompletne oraz aby były przekazywane klientom we właściwym terminie.
5. Spółka nagrywa rozmowy telefoniczne prowadzone z klientami oraz sporządza protokoły, notatki lub nagrania rozmów przeprowadzonych w bezpośredniej obecności klienta lub potencjalnego klienta w związku ze świadczonymi usługami.
6. Spółka informuje klientów lub potencjalnych klientów o nagrywaniu rozmów telefonicznych lub zapisywaniu prowadzonej korespondencji elektronicznej, w wyniku których dochodziłoby lub mogłoby dojść do świadczenia usługi, przed rozpoczęciem takiego nagrania lub zapisu.
7. Spółka rejestruje, przechowuje i archiwizuje dokumenty, nagrania rozmów telefonicznych, korespondencję elektroniczną oraz inne informacje sporządzane, przekazywane lub otrzymywane w związku ze świadczonymi usługami maklerskimi przez okres przewidziany w przepisach powszechnie obowiązującego prawa.
8. 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.
9. Celem prowadzenia komunikacji z klientami przez Spółkę jest w szczególności budowanie wartości i pozytywnego wizerunku Spółki, wypełnianie w sposób rzetelny obowiązków

informacyjnych nałożonych na Spółkę przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa oraz wynikających z zawartych z klientami umów, informowanie klientów o aktualnej ofercie produktowej oraz zwiększenie satysfakcji klientów z usług świadczonych przez Spółkę.

10. Komunikacja z klientami, prowadzona w ramach polityki informacyjnej, powinna:
    1) zawierać rzetelne, kompletne i niewprowadzające w błąd informacje,
    2) być zrozumiała dla przeciętnego odbiorcy.
11. Polityka informacyjna Spółki w zakresie skarg klientów realizowana jest poprzez zapewnienie klientom informacji dotyczących trybu wnoszenia i rozpatrywania skarg, w szczególności sposobów złożenia skargi, jak również terminu udzielenia odpowiedzi na złożoną przez klienta skargę oraz poinformowania o możliwości wystąpienia do sądu powszechnego i wskazania instytucji sprawującej nadzór nad działalnością Spółki.

§ 6

METODY KOMUNIKACJI Z KLIENTAMI

1. Komunikacja z klientami dotyczy:
    1) informowania klientów w terminach zgodnych z przepisami o zmianach wzorców umownych i funkcjonalności oferowanych produktów,
    2) informowania klientów o ofercie produktowej Spółki,
    3) przekazywania klientom informacji o warunkach bezpiecznego korzystania z usług elektronicznych,
    4) przekazywania informacji o posiadanych produktach i usługach, oraz realizowanych dyspozycjach,
    5) udzielania odpowiedzi, wyjaśnień, komentarzy na zgłoszenia klientów składane w formie: pytań, wniosków, skarg.
2. Komunikacja z klientem odbywa się za pośrednictwem:
    1) serwisu telefonicznego,
    2) poczty elektronicznej,
    3) korespondencji listowej,
    4) rozmów z pracownikami- opiekunami poszczególnych klientów.
3. Komunikacja z klientem odbywa się za pośrednictwem kanału preferowanego przez klienta, chyba że obowiązujące przepisy prawa, postanowienia umów zawartych z klientami lub przyjęte regulaminy przewidują obowiązek komunikacji w określonej formie.
4. Spółka dokłada należytych starań, aby:
    a) skargi były rozpatrywane z należytą starannością, rzetelnie i wnikliwie,
    b) z zachowaniem obiektywizmu oraz z poszanowaniem powszechnie obowiązujących przepisów prawa,
    c) skargi rozpatrywane były niezwłocznie, nie później jednak niż w terminie 30 dni od dnia otrzymania skargi przez Spółkę,
    d) odpowiedź na skargę powinna być sformułowana w sposób zrozumiały i zawierać uzasadnienie.
5. Klient, który ma zastrzeżenia co do sposobu załatwiania przez Spółkę skargi, jak również po wyczerpaniu w Spółce drogi postępowania skargowego, może wystąpić z powództwem przeciwko Spółce do właściwego rzeczowo i miejscowo sądu powszechnego, a Klient będący konsumentem w rozumieniu właściwych przepisów, również może zwrócić się do właściwego miejscowo Powiatowego (Miejskiego)

Rzecznika Konsumenta. Klient będący osobą fizyczną może także zwrócić się z wnioskiem o rozpatrzenie sprawy do Rzecznika Finansowego.

6. Szczegółowe postanowienia dotyczące procedury składania skarg zawarte są w regulaminach świadczenia poszczególnych usług maklerskich.

§ 7

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Niniejsza polityka zatwierdzana jest przez Zarząd Spółki.
2. Polityka podlega weryfikacji nie rzadziej niż raz w roku, w szczególności pod względem zgodności z bieżącym profilem działalności Spółki oraz obowiązującymi przepisami prawa.
3. Informacje przekazywane w ramach wykonania obowiązków wynikających z niniejszej polityki przekazywane są w języku polskim.
4. Zakres, miejsce, formę, a także sposób zatwierdzania i weryfikacji upowszechnianych informacji w zakresie adekwatności kapitałowej określa Polityka Informacyjna zamieszczona na stronie internetowej Spółki.