

# Politika o očekivanom ponašanju na društvenim medijima

## 1. Svrha i područje primjene propisa

OTP Banka Plc. ("OTP banka" ili "Banka") potiče organizacije, rukovoditelje i radnike Banke da aktivno koriste društvene medije kako bi promovirali ugled Banke na lokalnoj, državnoj i međunarodnoj razini te komunicirali s postojećim i budućim klijentima, radnicima i ostalim ključnim akterima. Društveni mediji skupni su pojam za web stranice, početne stranice i aplikacije koje su usmjerene na komunikaciju, interakciju u zajednici, dijeljenje sadržaja i suradnju.

Kada se koriste odgovorno, stranice društvenih medija su učinkovit alat za promociju Banke i dijeljenje vijesti i informacija o Banci i njezinim uslugama.

Svrha Politike o očekivanom ponašanju na društvenim medijima („Politika“) je definirati pravila za korištenje platformi OTP banke na društvenim medijima te omogućiti transparentnu, ujednačenu i usklađenu komunikaciju OTP banke.

Politika se primjenjuje na rukovoditelje i radnike Banke koji su zaduženi za upravljanje službenim platformama OTP banke na društvenim medijima ili službeno predstavljaju OTP banku na društvenim medijima

Osim toga, namjena Politike je radnicima dati smjernice za korištenje stranica društvenih medija bilo u profesionalne ili privatne svrhe, pri čemu se štiti ugled i radnika i Banke te sam brend OTP .

Politika daje smjernice svim radnicima za etično korištenje društvenih medija u cilju zaštite ugleda radnika i Banke te brenda OTP. Pravila koja se odnose na nečije ponašanje na društvenim medijima pokrivaju i osobnu i profesionalnu komunikaciju. Ova Politika daje smjernice za tumačenje i praktičnu upotrebu načela navedenih u Bančinom Etičkom kodeksu.

## 2. Načela komunikacije banke na društvenim medijima

### 2.1. Ujednačen stav prema platformama društvenih medija koje koristi OTP Banka

Banka nastoji uspostaviti istovjetnu komunikaciju na svim svojim platformama društvenih medija.

Bez odobrenja radnici se ne smiju registrirati u ime Banke i ne smiju kreirati profil u ime Banke ili bilo kojeg njezinog društva kćeri ili unutarnje organizacijske jedinice na bilo kojoj platformi društvenih medija.

Banka osigurava ispravnost sadržaja vlastitih stranica na društvenim medijima redovitim ažuriranjem sadržaja, kontinuiranim moderiranjem komentara i pravovremenim odgovorima na pitanja.

Svi sadržaji objavljeni na bilo kojoj platformi na društvenim medijima smatraju se intelektualnim vlasništvom OTP banke d.d.

### 2.2. Temeljni zahtjevi koji se odnose na sadržaje OTP banke

Prilikom objavljivanja bilo kojeg sadržaja na svojim stranicama na društvenim medijima, Banka uvijek uzima u obzir javnu prirodu i dugoročno trajanje komentara.

Banka koristi nepristranu, poštenu i transparentnu komunikaciju; sadržaj je uvijek u skladu s Etičkim kodeksom, ne krši prava pojedinca i poslovne te bankovne tajne te ne daje političke izjave.

Sadržaj objava je uvijek usklađen s brendom OTP banke, logotipi i elementi brenda prikazani na platformi društvenih medija usklađeni su s bančnim standardima korporativnog identiteta, a svi sadržaji su legitimni ili se mogu slobodno koristiti.

### 2.3. Redoslijed izjava

Izjave u ime Banke mogu davati samo ovlašteni radnici.

Novosti Banke mogu dijeliti i radnici, ali tek nakon priopćenja na službenoj platformi društvenih medija ili nakon objave komunikacije od strane Uprave.

U kriznim situacijama ili u slučaju sustavnog problema u radu Banke ili OTP Grupe, svim radnicima Banke ili OTP Grupe zabranjeno je davanje bilo kakvih izjava, uključujući odgovaranje na upite zaprimljene na društvenim medijima.

## **2.4. Upravljanje i moderiranje platformama društvenih medija OTP banke**

Politika objavljena na Facebook profilu OTP banke odnosi se na sve posjetitelje stranica društvenih medija OTP banke i obvezna je za sve korisnike.

Banka kontinuirano prati komentare objavljene na društvenim medijima kako bi osigurala da svi potencijalno nastali problemi budu riješeni. Kada se na stranicama društvenih medija OTP banke objave konkretne pritužbe ili negativni komentari, osoblje Odjela korporativnih komunikacija prosljeđuje predmet nadležnom stručnjaku i odgovara u razumnom roku.

Sadržaji izravnih poruka na stranicama društvenih medija OTP banke smatraju se informacijama objavljenim u ime Banke; u skladu sa zahtjevima iz Etičkog kodeksa u pogledu oblika i tona.

## **2.5. Komercijalna komunikacija posrednika**

Banka posebnu pozornost posvećuje tome da osigura da se partneri koji posreduju u njezinim uslugama u potpunosti pridržavaju pravila zaštite potrošača i odredbi Etičkog kodeksa OTP banke u svim marketinškim materijalima vezanim uz proizvode i usluge OTP banke d.d., uključujući sadržaje na društvenim medijima.

## **2.6. Partnerstva**

Isto tako, u slučaju partnerstava zasnovanih u komercijalne svrhe, Banka posebnu pozornost posvećuje provođenju pravila zaštite potrošača i odredbi Etičkog kodeksa OTP banke. Banka zahtijeva od svojih partnera da transparentno naznače da je objavljivanje sadržaja podržala OTP banka te da prezentiraju točno, fer i vjerodostojno viđenje proizvoda i usluga Banke.

Banka kontinuirano prati pojavljivanja svojih partnera i suradnika na društvenim medijima kako bi potvrdila da su u skladu sa zahtjevima poštene komercijalne komunikacije i zahtjevima Etičkog kodeksa OTP banke.

# **3. Smjernice radnicima za korištenje društvenih medija**

## **3.1. Razdvajanje osobnih i profesionalnih mišljenja**

Radnici mogu, prema vlastitom nahođenju, navesti svoje radno mjesto i zaposlenje na svojim profilima na društvenim medijima. Međutim, ako se na to odluče, Banka od svojih radnika očekuje da informacije uvijek budu točne i ažurne. Ako osobni profil radnika vodi Banku ili bilo kojeg drugog člana OTP Grupe, on ili ona moraju biti posebno oprezni u pogledu sadržaja: čak i privatno mišljenje, objava ili komentar radnika mogu utjecati na reputaciju Banke.

Banka očekuje od svojih radnika da u svim komentarima na društvenim medijima koriste prvo lice jednine, čime pokazuju da izražavaju svoje osobno mišljenje. Što se tiče komentara u vezi Banke, preporučuje se da jasno navedu unutar svoga osobnog profila izjavu da „Svaki tekst objavljen putem [xy blog/kanal] predstavlja moje osobno mišljenje i ne odražava službeni stav OTP banke d.d.“.

## **3.2. Budite otvoreni i pristojni, gradite čvrste profesionalne odnose**

Vezno za objave na društvenim medijima, sadržaje i mišljenja profesionalne prirode, Banka preporučuje svim radnicima da uzmu u obzir sljedeće aspekte:

- Držite se svog područja stručnosti i pišite samo o temama koje dobro poznajete.
- Navedite svoje izvore i još jednom provjerite sve informacije prije objavljivanja.
- Budite iskreni; nikada nemojte davati pogrešne ili neistinite izjave o svojim aktivnostima ili postignućima u Banci.
- Ako ste pogriješili, odmah ispravite pogrešku i jasno naznačite ispravak.
- Budite pristojni; poštujujte svoje bivše i sadašnje suradnike, svog poslodavca, kao i partnere i konkurente Banke.

U pogledu vijesti ili sadržaja koji se odnose na Banku ili bilo koju drugu članicu OTP Grupe, Banka zahtijeva od svojih radnika da se suzdrže od objavljivanja povjerljivih poslovnih informacija prije objave službenog priopćenja ili komunikacije od strane Uprave Banke.

Kada dijelite objavu drugog radnika Banke, posebno pazite na poštivanje intelektualnog vlasništva i precizno navođenje izvora.

## **3.3. Budite odgovorni – pridržavajte se Etičkog kodeksa**

Tijekom svojih pojavljivanja na društvenim medijima, naši se radnici trebaju suzdržati od bilo kakve komunikacije koja može biti štetna ugledu Banke. Čak i kada komuniciraju na društvenim medijima kao privatna osoba, Banka očekuje od svojih radnika da se ponašaju na način koji dolikuje i koji je u skladu s etičkim standardima Banke, posebno ako su oni ili

njihova djelatnost na bilo koji način povezani s Bankom ili izgleda kao da djeluju ili izražavaju mišljenje u ime Banke.

Sukladno tome, u pogledu bilo kakve aktivnosti na društvenim medijima, Banka želi upozoriti svoje radnike na sljedeće zahtjeve propisane Etičkim kodeksom:

- Poštujte vjerska uvjerenja, nacionalno i etničko podrijetlo, seksualnu orijentaciju, političke i filozofske stavove drugih.
- Suzdržite se od pozivanja na nasilje ili mržnju i dijeljenja sadržaja koji pozivaju na nasilje ili mržnju usmjerenu prema skupini ljudi ili pripadniku skupine zbog njihove političke, rasne, nacionalne, etničke, kulturne, vjerske ili druge pripadnosti, jezika, podrijetla, boje kože, spola, spolnog opredjeljenja, rodnog identiteta, invaliditeta ili kakvih drugih osobina te objave nezakonitih materijala ili materijala koji potiču druge na nezakonite aktivnosti.
- Na društvenim medijima suzdržite se od vulgarnih, ponižavajućih, ocrnjujućih, klevetničkih ili oskrvnjujućih izraza i ne objavljujte lažni zvučni zapis ili video zapis koji može nanijeti štetu ugledu drugih. Štoviše, izbjegavajte sve uvredljive ili pretjerano osobne komentare. Imajte na umu da isti komentar netko može smatrati prihvatljivim ili čak smiješnim, dok ga netko drugi može smatrati uvredljivim.
- Također, suzdržite se od korištenja naziva OTP banke u svrhu promicanja ili zagovaranja bilo kojeg proizvoda, pitanja, vjerskog uvjerenja, političke stranke, kandidata itd.

### 3.4. Zaštita povjerljivih podataka i dobrog ugleda

Ključni zadatak radnika Banke je kontinuirano voditi računa o poslovnim interesima i ugledu Banke. Sukladno tome, ne smiju objavljivati, bilo tijekom profesionalne ili osobne komunikacije, dolje navedene sadržaje:

- Bankovnu tajnu (svaka činjenica, informacija, rješenje ili podatak u posjedu financijske institucije o klijentima u vezi s identitetom klijenta, financijskim stanjem, stanjem i prometom na njegovom ili njezinom računu koji drži kod financijske institucije, kao i njegovim ili njezinim ugovorima sklopljenim s financijskom institucijom);
- Poslovna tajna, tehnička i administrativna znanja (svaka činjenica, informacija ili drugi podatak u vezi s gospodarskom djelatnošću ili skup navedenog koji je tajna – u smislu da nije, kao tijelo ili kao skup njegovih sastavnica, općepoznat ili lako dostupan – [i kao takav posjeduje novčanu vrijednost], i čije je neobjavljivanje temeljni interes Banke); dakle, posebno:
  - povjerljive financijske ili operativne informacije, informacije koje se odnose na financijsko poslovanje Banke, prihode ili cijene dionica, te sve druge informacije koje mogu utjecati na cijenu dionica matične banke na burzi
  - informacije o ugovornim partnerima i dobavljačima;
  - strateške planove, akvizicije, proizvode i usluge koji će se uvoditi u budućnosti;
  - pravna pitanja, sporove ili komentare o temi koja se odnosi na stranku protiv koje može biti u tijeku sudski spor koji uključuje Društvo;
  - informacije o kriznoj situaciji;
- Nelicencirane sadržaje koji krše autorska prava ili intelektualno vlasništvo;
- Osobne podatke, sadržaje koji krše prava pojedinca (povjerljivi, zaštićeni ili proturječni podaci o Banci, podaci privatne prirode o klijentima Banke ili sadašnjim ili bivšim radnicima i rukovoditeljima).

### 3.5. Kad ste u nedoumici, pitajte!

Sve objave i sadržaji objavljeni na društvenim medijima mogu se dohvatiti, distribuirati ili sačuvati kao slika zaslona ili u bilo kojem drugom formatu, bez obzira na postavke zaštite podataka koje koristi vlasnik profila.

Radi zaštite svog ugleda i poslovnih interesa, Banka može pratiti sve sadržaje i informacije na društvenim medijima koje objavljuju radnici Banke.

Stoga OTP banka preporuča svojim radnicima da se suzdrže od objavljivanja bilo kakvog sadržaja ili mišljenja na društvenim medijima koji se odnose na Banku osim ako se prije objave u potpunosti uvjere da je sadržaj ili mišljenje u skladu s odredbama ove Politike i Etičkog kodeksa.

OTP banka pruža kontinuiranu pomoć i podršku svojim radnicima za konzultacije u vezi sa sadržajem društvenih medija i rješavanjem osjetljivih pitanja ili negativnih komentara tijekom korištenja društvenih medija.

Odjel za usklađenost dostupan je na [eticki.kodeks@otpbanka.hr](mailto:eticki.kodeks@otpbanka.hr) za primanje obavijesti radnika ukoliko otkriju bilo kakvo ponašanje ili sadržaj na društvenim medijima koji krše odredbe ove Politike ili Etičkog kodeksa. Banka istražuje sve dostavljene obavijesti i nedoumice u vezi sa sadržajem na društvenim medijima.

Kršenje Etičkog kodeksa tijekom korištenja platformi društvenih medija može rezultirati posljedicama prema radnom i građanskom pravu. Svaki sadržaj tijekom korištenja društvenih medija koji ugrožava reputaciju Banke ili sigurnost njezinog poslovanja, ili krši etička načela i/ili je nezakonit ili krši propise ili politike Banke može rezultirati disciplinskim mjerama.