

Prilog 7

## IZVOD IZ PRAVILA DRUŠTVENIH MEDIJA

### 1. Svrha i područje primene

OTP banka Srbija a.d Novi Sad (u daljem tekstu Banka) podstiče organizacije, rukovodioce i zaposlene da aktivno koriste društvene medije u cilju promovisanja lokalne, nacionalne i međunarodne reputacije Banke i u cilju komuniciranja sa postojećim i budućim klijentima, zaposlenima i drugim ključnim igračima. Društveni mediji predstavlja zbirni pojam za internet lokacije, početne stranice i aplikacije koje se fokusiraju na komunikaciju, interakciju zasnovanu na zajednici, razmenu sadržaja i saradnju.

Kada se odgovorno koriste, lokacije društvenih medija pružaju jedan efikasan alat za promovisanje Banke i podelu novosti i informacija o Banci i njenim uslugama.

Svrha Pravila je da definiše pravila za korišćenje sopstvenih platformi Banke na društvenim medijima i olakša transparentnu, jednoobraznu komunikaciju Banke koja je usaglašena sa njenim brendom. Pravila se primenjuju na rukovodioce i zaposlene Banke koji su zaduženi za upravljanje zvaničnim platformama Banke na društvenim medijima ili koji zvanično predstavljaju Banku na društvenim medijima.

Pored toga, Pravila su namenjena i za davanje smernica zaposlenima za korišćenje lokacija društvenih medija, bilo da je u profesionalne ili privatne svrhe, pri čemu se štiti ugled kako zaposlenih tako i Banke, i samog OTP brenda.

Pravilima se svaki zaposleni Bankarske grupe usmerava da društvene medije koristi na etički način u cilju zaštite ugleda zaposlenog i Banke i samog OTP brenda. Pravila koja se odnose na ponašanje pojedinca na društvenim medijima obuhvataju kako ličnu, tako i profesionalnu komunikaciju. Ovim Pravilima pružaju se smernice za tumačenje i praktičnu upotrebu principa navedenim u Etičkom kodeksu Banke.

### 2. Principi komunikacije na društvenim medijima Banke

#### 2.1. Jedinstveno postupanje sa platformama društvenih medija koje koristi Banka

Banka teži da uspostavi jednoobraznu komunikaciju na platformama društvenih medija Banke. Bez odobrenja, zaposleni ne smeju izvršiti registraciju u ime Banke i ne smeju kreirati profil u ime Banke ili nekog njenog supsidijara ili interne organizacione jedinice na nijednoj platformi društvenih medija.

Banka obezbeđuje konstantnu ažurnost njenih lokacija na društvenim medijima kroz redovno ažuriranje sadržaja (najmanje jednom nedeljno), kroz kontinuirano uređivanje komentara i pružanje blagovremenih odgovora na pitanja.

Svaki sadržaj koji se objavljuje na bilo kojoj platformi Banke na društvenim mrežama smatra se intelektualnom svojinom Banke.

## **2.2. Osnovni zahtevi za sopstveni sadržaj Banke**

Pri objavljivanju bilo kog sadržaja na svojim lokacijama na društvenim medijima, Banka uvek uzima u obzir javnu prirodu i dugoročan životni ciklus komentara.

Banka teži da učestvuje u pravičnoj, poštenoj i transparentnoj komunikaciji; sadržaj je uvek usklađen sa Etičkim kodeksom, ne dovodi do povrede prava ličnosti ili povrede poslovne ili bankarske tajne, i ne predstavlja političke izjave.

U skladu sa relevantnim procedurama, Direkcija za kontrolu usklađenosti poslovanja učestvuje u davanju preliminarnog mišljenja o komercijalnoj praksi i komunikacijama, gde nisu sadržani standardni elementi i formuliše predloge za izbegavanje zabrinutosti i rizika zaštite klijenata.

Sadržaj objava uvek je usaglašen sa brendom Banke kao i sa relevantnim uputstvima.

Elementi logoa i brenda koji su prikazani na platformi društvenih medija u skladu su sa relevantnim uputstvima

## **2.3. Redosled izjava**

Samo ovlašćeni zaposleni mogu davati izjave u ime Banke.

Zaposleni takođe mogu da dele vesti Banke, ali tek nakon komunikacije na zvaničnoj platformi društvenih medija ili nakon objavljivanja izvršne komunikacije.

U slučaju kriznih situacija ili sistemskog problema kojim je obuhvaćena aktivnost Banke, svakom zaposlenom zabranjeno je davanje bilo kakve izjave, uključujući odgovaranje na upite koje primi na društvenim medijima.

## **2.4. Upravljanje i uređivanje platformi Banke na društvenim medijima**

Pravila objavljena na Facebook profilu Banke važe za sve posetioce društvenih medija Banke i obavezna su za sve korisnike.

Zaposleni u Odeljenju kontakt centra i digitalnih kanala prodaje i podrške kontinuirano prate komentare koji se objavljuju na lokacijama društvenih medija kako bi se osiguralo da nijedan

od potencijalno nastalih problema ne ostane nerešen. Kada se određene žalbe ili negativni komentari objave na lokacijama Banke na društvenim medijima, navedeni zaposleni nastoje da proslede problem nadležnom stručnom licu i da pruže odgovor u razumnom vremenskom roku.

Sadržaj direktnih poruka koje se šalju na lokacijama Banke na društvenim medijima smatra se informacijom koja se objavljuje u ime Banke, poštuju se zahtevi utvrđeni Etičkim kodeksom, kako u smislu forme, tako i tona.

## **2.5. Komercijalna komunikacija posrednika**

Banka posebnu pažnju posvećuje tome da partneri koji posreduju u njenim uslugama se u potpunosti pridržavaju pravila zaštite korisnika i odredbi Etičkog kodeksa Banke u slučaju svakog reklamnog materijala koji se odnosi na proizvode i usluge Banke, uključujući i sadržaj društvenih medija.

## **2.6. Partnerstva**

Isto tako, u slučaju partnerstava koja su uspostavljena u komercijalne svrhe, Banka posebnu pažnju posvećuje sprovođenju pravila o zaštiti korisnika i odredbi Etičkog kodeksa Banke. Banka zahteva da njeni partneri sa kojima saraduje naznače na transparentan način (jasnim prikazivanjem haštaga #otpbanka ili drugog haštaga u skladu sa preporukom) da je sadržaj objavljen uz podršku Banke, kao i da tačno, pošteno i verodostojno prikažu proizvode i usluge Banke.

Banka kontinuirano prati pojavljivanje partnera sa kojima saraduje na društvenim medijima kako bi proverila da poštuju principe poštene komercijalne komunikacije i odredbe Etičkog kodeksa Banke.

## **3. Smernice za upotrebu društvenih medija od strane zaposlenih**

### **3.1. Razdvajanje ličnog od profesionalnog mišljenja**

Zaposleni mogu na svojim profilima na društvenim medijima, po sopstvenom nahođenju, da naznače svoje radno mesto i posao koji obavljaju. Ukoliko se pak odluče da to i učine, Banka očekuje da njeni zaposleni obezbede da su informacije uvek tačne i ažurirane. Ukoliko lični profil zaposlenog uključuje Banku ili nekog drugog člana Bankarske Grupe, od zaposlenog se očekuje poseban oprez u pogledu sadržaja: čak i privatno mišljenje, objava ili komentar zaposlenog može imati uticaj na reputaciju Banke.

Banka očekuje da njeni zaposleni koriste prvo lice jednine u komentarima koje postavljaju na društvenim medijima, čime ukazuju da izražavaju sopstveni lični stav. Što se tiče komentara u vezi sa Bankom, preporuka je da zaposleni jasno unesu na svom ličnom profilu izjavu koja glasi 'Svaki tekst javno objavljen preko [xy blog/kanal] predstavlja moje lično mišljenje i ne odražava zvaničan stav Banke'.

### **3.2. Budite otvoreni i učtivi, izgradite čvrst profesionalni odnos**

U vezi sa objavama, sadržajem i mišljenjima profesionalne prirode na društvenim medijima, preporuka Banke je da svaki zaposleni uzme u obzir sledeće aspekte:

- Držite se vaše stručne oblasti i pišite samo o temama koje su vam dobro poznate.
- Navedite vaše izvore i još jednom proverite svaku informaciju pre objavljivanja iste.
- Budite iskreni; nemojte nikada davati obmanjujuće ili neistinite izjave o vašim aktivnostima ili dostignućima u Banci.
- Ukoliko ste pogrešili, odmah ispravite grešku i jasno naznačite ispravku.
- Budite učtvi; poštujujte vaše pređašnje i sadašnje kolege, vašeg poslodavca, kao i partnere i konkurente Banke.

U vezi sa novostima ili sadržajem koji se odnosi na Banku ili nekog drugog člana Bankarske Grupe, Banka zahteva da se njeni zaposleni uzdrže od objavljivanja poverljivih poslovnih informacija pre objavljivanja zvanične ili izvršne komunikacije Banke.

Kada delite objavu drugog zaposlenog Banke, posebno vodite računa o poštovanju intelektualne svojine kao i da ste precizno naveli izvor.

### **3.3. Budite odgovorni - poštujujte etički kodeks**

Kada se pojavljuju na društvenim medijima, naši zaposleni treba da se uzdrže od bilo kakve komunikacije koja može da šteti reputaciji Banke. Čak i kada na društvenim medijima komuniciraju kao fizičko lice, Banka očekuje da se njeni zaposleni ponašaju na način koji dolikuje i odgovara etičkim standardima Banke, naročito ako njihova ličnost ili aktivnost može da se poveže sa Bankom na bilo koji način ili se čini da postupaju ili izražavaju mišljenje u ime Banke.

Shodno tome, u vezi sa bilo kojom aktivnošću na društvenim medijima, Banka želi da skrene pažnju svojih zaposlenih na sledeće zahteve iz Etičkog kodeksa:

- Poštujujte verska uverenja, nacionalno i etničko poreklo, seksualno opredeljenje, političke i filozofske stavove drugih.
- Uzdržite se od rasističkog govora ili govora mržnje ili deljenja sadržaja pogodnih za podsticanje rasizma ili mržnje, kao i od objavljivanja nezakonitih materijala ili materijala koji podstiču druge da se upuste u nezakonite aktivnosti. Uzdržite se naročito od radnji koje su predmet krivičnog zakonika: podstrekavanje protiv neke zajednice, otvoreno negiranje nacističkih zločina i komunističkih zločina, huljenje nacionalnog simbola, upotreba simbola totalitarizma, podstrekavanje protiv dekreta vlasti, izazivanje straha, pretnja po ugrožavanje javnosti.
- Na društvenim medijima uzdržite se od vulgarnih, ponižavajućih, klevetajućih, uvredljivih ili sknavljujućih izraza i ne objavljujte lažni zvučni ili video snimak koji može da naruši ugled drugih. Štaviše, izbegavajte sve uvredljive ili preterano lične

komentare. Imajte na umu da neki mogu shvatiti komentar kao prihvatljiv ili čak smešan, dok isti može drugog da povredi.

- Dodatno, uzdržite se od korišćenja naziva Banke u cilju promocije ili zagovaranja bilo kog proizvoda, pitanja, verskog uverenja, političke stranke, kandidata itd.

### 3.4. Štitite poverljive podatke i dobru reputaciju Banke

Ključan zadatak zaposlenih Banke je da stalno imaju na umu poslovne interese i reputaciju Banke. Shodno tome, bilo za vreme profesionalne ili lične komunikacije, ne smeju objavljivati dole naveden sadržaj:

- Bankarska tajna (bilo koja činjenica, informacija, rešenje ili podatak u posedu finansijske institucije o klijentu, a u vezi sa klijentovim identitetom, finansijskim stanjem, stanjem i prometom po računu koji klijent ima kod finansijske institucije, kao i u vezi sa ugovorima klijenta koje je zaključio sa finansijskom institucijom);
- Poslovna tajna, know-how (bilo koja činjenica, informacija ili drugi podatak u vezi sa privrednom aktivnošću ili njenim delom koji predstavlja tajnu – u smislu da nije opšte poznato ili lako dostupno kao telo ili deo – [i kao takvo poseduje novčanu vrednost], i čije neobelodanjivanje je u osnovnom interesu Banke); stoga, naročito:
  - poverljive finansijske ili operativne informacije, informacije koje se odnose na finansijski učinak Banke, prihode ili cene akcija, kao i sve druge informacije koje mogu uticati na cenu akcija Kompanije na berzi;
  - informacije o ugovorenim partnerima i dobavljačima;
  - strateški planovi, nabavke, proizvodi i usluge koje će se uvoditi u budućnosti;
  - pravna pitanja, sudski sporovi ili komentari na temu koja se odnosi na stranku protiv koje može da se vodi sudski spor koji uključuje Kompaniju;
  - informacije o kriznoj situaciji;
- Nelicencirani sadržaji koji krše autorska prava ili intelektualnu svojinu;
- Podaci o ličnosti, sadržaji kojima se krše prava ličnosti (poverljive, zaštićene ili kontradiktorne informacije o Banci, informacije privatne prirode o klijentima Banke, sadašnjim ili bivšim zaposlenima i rukovodiocima).

### 3.5. Pitajte kada imate nedoumice!

Svi postovi i sadržaji objavljeni na društvenim medijima mogu se preuzeti, distribuirati ili sačuvati bilo kao snimak ekrana (screenshot) ili u nekom drugom formatu, bez obzira na postavke zaštite podataka koje koristi vlasnik profila.

Radi zaštite svoje reputacije i poslovnih interesa, Banka može pratiti svaki sadržaj i informaciju na društvenim medijima koju objave zaposleni Banke.

Stoga, preporuka Banke je da se njeni zaposleni uzdrže od objavljivanja sadržaja ili mišljenja na društvenim medijima u vezi sa Bankom, osim ukoliko su u potpunosti konstatovali, pre objavljivanja, da je sadržaj ili mišljenje u skladu sa odredbama ovih Pravila i Etičkog kodeksa.

Banka pruža kontinuiranu pomoć i podršku svojim zaposlenima u vidu konsultacija u vezi sa sadržajem na društvenim medijima i postupanjem sa osetljivim pitanjima ili negativnim komentarima za vreme korišćenja društvenih medija.

Direkcija za kontrolu usklađenosti poslovanja Banke dostupna je na adresi [etickapitanja@otpbanka.rs](mailto:etickapitanja@otpbanka.rs) radi prijema obaveštenja od zaposlenih ukoliko uoče bilo koje ponašanje ili sadržaj na društvenim medijima kojim se krše odredbe ovih Pravila ili Etičkog kodeksa. Banka ispituje svako obaveštenje i zabrinutost koja je podneto u vezi sa sadržajem na društvenim medijima.

Svaka povreda Etičkog kodeksa pri korišćenju platformi društvenih medija može dovesti do posledica prema Zakonu o radu i Krivičnom zakoniku. Svaki sadržaj tokom korišćenja društvenih medija koji ugrožava reputaciju banke ili bezbednost njenog poslovanja, ili narušava etička načela i/ili je nezakonit ili krši propise ili politike Banke, može dovesti do disciplinskih mera, uključujući prekid radnog odnosa.