

Polityka Reklamowa Towarzystwa Ubezpieczeń Wzajemnych CUPRUM

§ 1

Zasady prowadzenia polityki reklamowej TUV-CUPRUM oparte są na działaniach związanych z popularyzacją oferty ubezpieczeniowej Towarzystwa oraz krzewieniem idei ubezpieczeń wzajemnych.

§ 2

Cel Polityki reklamowej

1. Celem Polityki reklamowej jest skuteczna identyfikacja Towarzystwa na rynku ubezpieczeniowym, w tym uwzględnienie relacji kapitałowych z KGHM PM S.A.

§ 3

Organizacja Polityki reklamowej

1. Politykę reklamową przyjmuje Zarząd.
2. Komórką właściwą merytorycznie w sprawach z zakresu organizacji i prowadzenia Polityki reklamowej jest Biuro Zarządu i Administracji.

§ 4

Przekaz reklamowy

1. Przekaz reklamowy powinien w sposób jasny wskazywać, jakiego produktu lub usługi dotyczy.
2. Przekaz reklamowy nie może eksponować korzyści w taki sposób, który powodowałby umniejszenie znaczenia kosztów i ryzyk związanych z nabyciem produktu lub usługi.
3. Przekaz reklamowy nie powinien wprowadzać w błąd, ani stwarzać możliwości wprowadzenia w błąd, w szczególności co do:
 - charakteru prawnego przedmiotu reklamowanego, w tym praw i obowiązków klienta,
 - tożsamości podmiotu reklamującego,
 - istotnych cech przedmiotu reklamowanego,
 - korzyści, które można osiągnąć nabywając lub korzystając z przedmiotu reklamowanego oraz okresu, w którym powstają,
 - ponoszonych przez klienta całkowitych kosztów związanych z nabyciem lub korzystaniem z przedmiotu reklamowanego oraz okresu, którego te koszty dotyczą,
 - czasu, wartości i terytorialnej dostępności przedmiotu reklamowanego,
 - ryzyka związanego z nabyciem lub korzystaniem z przedmiotu reklamowanego.
4. Publikowany przekaz reklamowy powinien :
 - zapewnić odbiorcy możliwość swobodnego zapoznania się ze wszystkimi treściami składającymi się na przekaz, w szczególności ze wszelkimi wskazaniem i zastrzeżeniami stanowiącymi integralną część przekazu reklamowego,
 - zapewnić, 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),
- podawać źródło prezentowanych informacji, jeżeli przekaz reklamowy odwołuje się do wyników sondaży, badań statystycznych, rankingów, ratingów lub innych danych.

§ 5

Upowszechnianie informacji

Reklama realizowana jest przede wszystkim poprzez :

- publikację materiałów informacyjnych i reklamowych za pośrednictwem własnej strony internetowej www.tuw-cuprum.pl ,
- publikacje prasowe lub wywiady,
- udział w konferencjach lub sympozjach naukowych integrujących środowisko klientów i ubezpieczycieli.