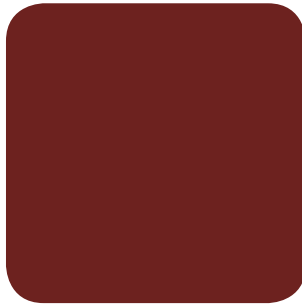


# PO PROSTU FAIR

Raport Społecznej Odpowiedzialności

## 2012



Bank BPH  
grupa GE Capital

Po prostu fair

# 1. PO PROSTU FAIR WOBEC KLIENTÓW / STR. 15

- 1.1** JASNE ZASADY – PRZEJRZYSTE  
PRODUKTY I PROCESY, ŁATWY  
KONTAKT Z BANKIEM / str. 18
- 1.2** WSPARCIE I POMOC  
NA KAŻDYM ETAPIE WSPÓŁPRACY  
KLIENTA Z BANKIEM / str. 23
- 1.3** DIALOG – OTWARTOŚĆ  
NA UWAGI KLIENTÓW / str. 26
- 1.4** BEZPIECZEŃSTWO  
FINANSOWE NASZYCH KLIENTÓW  
/ str. 29

# 2. PO PROSTU FAIR WOBEC PARTNERÓW / STR. 31

- 2.1** PRZEJRZYSTE ZASADY DZIAŁANIA  
/ str. 33
- 2.2** DIALOG Z OTOCZENIEM / str. 37
- 2.3** ETYCZNE I PARTNERSKIE  
RELACJE Z DOSTAWCAMI / str. 41

# 3. PO PROSTU FAIR WOBEC PRACOWNIKÓW / STR. 43

- 3.1** ROZWÓJ PRACOWNIKÓW / str. 46
- 3.2** ZDROWE I PRZYJAZNE MIEJSCE  
PRACY / str. 49
- 3.3** KOMUNIKACJA I SATYSFAKCJA  
/ str. 50
- 3.4** WSPIERANIE RÓŻNORODNOŚCI  
/ str. 54

# 4. PO PROSTU FAIR WOBEC SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH I ŚRODOWISKA NATURALNEGO / STR. 57

- 4.1** WOLONTARIAT PRACOWNICZY  
– ZAANGAŻOWANIE W ROZWÓJ  
SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH / str. 59
- 4.2** PROMOWANIE POSTAW FAIR / str. 65
- 4.3** OCHRONA ŚRODOWISKA  
NATURALNEGO / str. 67



## LIST PREZESA ZARZĄDU BANKU BPH

### Szanowni Państwo, Interesariusze Banku BPH,

Konsekwentnie budujemy naszą kulturę korporacyjną, opartą na trwałych wartościach, takich jak: uczciwość, rzetelność, zaufanie, odpowiedzialność. Chcemy, aby stały się one swoistym kodem DNA Banku i kierunkowskazem dla każdego pracownika. Wiemy, dokąd zmierzamy i co chcemy osiągnąć. Podstawową dewizą naszego działania jest motto: *zawsze z bezkompromisową uczciwością*. Jest ono filarem kodeksu etycznego „Duch i Litera” – wypracowanego przez GE, naszego większościowego akcjonariusza. Do przestrzegania kodeksu zobowiązani są wszyscy pracownicy Grupy na całym świecie.

Chcemy stać się Bankiem numer 1 pod względem zaufania na polskim rynku. Temu celowi ma służyć strategia „fair play”, którą konsekwentnie wdrażamy od 2011 roku.

Strategia wytycza kierunki naszego działania na najbliższych kilka lat, a realizacja jej kluczowych projektów ma wspierać nasz rynkowy sukces. Strategia „fair play” jest wyrazem troski Banku BPH o zrównoważony rozwój. Jest naszą odpowiedzią na wyzwania, przed jakimi stoi dziś branża finansowa w Polsce i na świecie. Za najważniejsze z nich uważamy potrzebę odbudowania zaufania społeczeństwa wobec banków, rozwiązanie problemów nadmiernego zadłużania się, a także konieczność oferowania przejrzystych produktów, w oparciu o zrozumiałe procesy, prowadzenie klarownej komunikacji z rynkiem oraz poprawę standardów ładu korporacyjnego w aspekcie zarządzania ryzykiem. Dlatego obszar zmian, jakie wprowadziliśmy w Banku w ramach tej strategii, jest rozległy i odnosi się do naszych relacji z klientami, inwestorami, pracownikami, partnerami biznesowymi i społeczeństwem. Zmiany obejmują także kwestie ochrony środowiska, zgodnie z przyjętą przez Zarząd Banku Polityką Środowiskową. W niniejszym Raporcie CSR przedstawiliśmy wdrożone w 2012 roku Zasady Fair Play. Są one naszą reakcją na oczekiwania interesariuszy Banku, które poznaliśmy dzięki konsekwentnie prowadzonemu z nimi dialogowi. Realizację tych zasad postrzegamy jako nasz sukces, ale także jako jedno z największych, wciąż stojących przed nami wyzwań w kolejnych latach. Uczyniliśmy wiele, by nasze relacje z otoczeniem układały się w duchu dialogu i zaufania, ale wciąż mamy przed sobą wiele do zrobienia. Musimy się jeszcze bardziej skoncentrować na uproszczeniu procesów

i poprawie naszej efektywności wewnątrz Banku, a także na oczekiwaniach klienta i utrzymywaniu z nim lojalnych więzi. Zdajemy sobie sprawę, że tylko w ten sposób możemy zdobyć przewagę konkurencyjną i zapewnić długoterminowy rozwój naszego Banku. Ważnym elementem w realizacji naszej strategii „fair play” będzie cykliczny proces niezależnej certyfikacji zobowiązań składanych klientom. Wyniki pierwszej certyfikacji obejmującej I półrocze 2013 r. zostaną przez nas opublikowane we wrześniu 2013 roku. Chcemy nie tylko przekonać się, w jakim stopniu wywiązujemy się z zasad, których stosowania oczekują od nas klienci, ale również otwarcie o tym informować wszystkich naszych interesariuszy. Niniejszy raport został po raz pierwszy przygotowany w oparciu o standardy Global Reporting Initiative (GRI), największej organizacji zajmującej się zagadnieniami raportowania danych pozafinansowych. W ten sposób Bank BPH nawiązuje do najlepszych światowych i europejskich wzorców raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju, które są bardzo istotne dla kształtowania naszych relacji względem wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy w duchu dialogu i zaufania. Cieszę się, że nasze wysiłki w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu zostały dostrzeżone przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie, o czym świadczy ponowna obecność akcji Banku BPH w Indeksie RESPECT, który skupia polskie spółki giełdowe wyróżniające się pod względem przestrzegania standardów ekologicznych, społecznych oraz ładu korporacyjnego. Z dumą mogę stwierdzić, że Bank BPH wyznacza najlepsze na rynku standardy etycznego działania i cieszę się, że mamy już naśladowców wśród banków w Polsce. Uważam, że etyczny biznes jest kluczem do odbudowy zaufania i przełamania kryzysu na globalnym rynku. Dlatego nie będziemy ustawać w wysiłkach, aby podążać wyznaczoną drogą w zakresie społecznej odpowiedzialności Banku i zrównoważonego rozwoju.

Z poważaniem,  
Richard Gaskin  
Prezes Zarządu Banku BPH

## Kluczowe informacje o Banku BPH

Bank BPH powstał w 1989 roku na skutek podziału struktur Narodowego Banku Polskiego. Od stycznia 1995 roku akcje Banku są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i Bank BPH SA jest spółką akcyjną. W 2008 roku jego większościowym akcjonariuszem zostało GE, dzięki czemu jest on częścią jednej z największych korporacji na świecie – Grupy GE. Struktura własności na koniec 2012 roku przedstawiała się następująco: GE Investments Poland (General Electric Company), Selective American Financial Enterprise (General Electric Company), DRB Holdings B.V. (General Electric Company) – do których należało łącznie 89,16% akcji spółki – oraz pozostali akcjonariusze. (Więcej o strukturze akcjonariatu Banku BPH w raporcie „Ład korporacyjny w Banku BPH 2012”). Na koniec 2012 roku Bank BPH – jako podmiot dominujący – wchodził w skład Grupy Banku BPH, którą tworzyły także: BPH PBK Zarządzanie Funduszami Sp. z o.o. (spółka bezpośrednio zależna) oraz BPH Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych SA (BPH TFI, spółka pośrednio zależna poprzez BPH PBK Zarządzanie Funduszami Sp. z o.o.).

Siedzibą prawną Banku jest Kraków. Centrala i główne centra operacyjne znajdują się w Warszawie, Gdańsku i Krakowie. Bank działa i świadczy usługi na terenie Polski, oferując produkty i usługi klientom indywidualnym, małym i średnim przedsiębiorstwom (MSP) oraz klientom korporacyjnym. Prowadzi również działalność w zakresie usług maklerskich, bankowości skarbowej oraz zarządzania aktywami poprzez spółkę zależną BPH TFI. W 2012 roku Bank uruchomił 10 nowych oddziałów, zmodernizował 26 placówek oraz przeprowadził uniwersalizację 55 oddziałów, które wcześniej nie prowadziły obsługi gotówkowej. W efekcie w końcu minionego roku klienci Banku BPH mogli korzystać z sieci składającej się z 412 oddziałów, w tym 284 oddziałów własnych i 128 placówek partnerskich, a także z bankowości internetowej oraz telefonicznej. Dodatkowo produkty i usługi Banku były oferowane przez ponad 550 pośredników finansowych. Szczegółowa lista placówek znajduje się na stronie: [http://www.bph.pl/pl/placowki\\_i\\_bankomaty](http://www.bph.pl/pl/placowki_i_bankomaty).

**1 mln**  
klientów  
indywidualnych

**2300**  
klientów  
korporacyjnych

**75 000**  
klientów  
firm MSP

**284**  
oddziały  
własne

+

**128**  
placówek  
partnerskich

=

**412**  
oddziałów

stan na koniec grudnia 2012

## PRODUKTY I USŁUGI

Klienci indywidualni	
<b>konta osobiste</b>	Kapitałne Konto, Maksymalne Konto, Lokata nocna, Lubię to! Konto, Dopasowane Konto, Cool Konto, Konto walutowe, Limit na Koncie
<b>oszczędności</b>	lokaty terminowe (lokata standardowa, eLok@ta, Lokata Lojalnościowa Plus, Autoinwestycja, lokata negocjowana), Pracowite Konto Oszczędnościowe
<b>karty</b>	karty do konta Debit MasterCard Gold, Visa Classic Walutowa, Visa payWave, Maestro Sezam, wydawane do rachunku Dopasowanego, Cool, Maestro Sezam dla Konta Kapitałnego, Maestro Sezam Max, Visa Classic Silver, karty kredytowe: klasyczne, złote, partnerskie, prestiżowe
<b>kredyty</b>	gotówkowe (w tym zabezpieczone), hipoteczne, linia kredytowa odnawialna dla inwestora giełdowego
<b>inwestycje</b>	fundusze inwestycyjne, programy oszczędnościowe, polisy inwestycyjne, produkty strukturyzowane, produkty Biura Maklerskiego
<b>ubezpieczenia</b>	komunikacyjne, w kredycie hipotecznym, w karcie kredytowej, w kredycie gotówkowym, do konta osobistego
<b>bankowość elektroniczna</b>	system Bankowości internetowej Sez@m, bankowość telefoniczna, bankowość mobilna, samoobsługowe terminale transakcyjne

Firmy (wybrane produkty)	
<b>konta</b>	Biznes Symetria Direct, Biznes Symetria, Biznes Symetria Pro
<b>inwestycje</b>	rachunek pomocniczy: Symetria Profit, lokaty standardowe, lokaty negocjowane, Automatyczne Inwestowanie Środków, produkty skarbowe
<b>karty</b>	karty obciążeniowe (charge): MasterCard Business, MasterCard Business Gold, Visa Business Gold; karty debetowe: MasterCard Business, MasterCard Business Access
<b>kredyty dla klientów z segmentu Średnich Firm</b>	finansowanie bieżące: linia kredytowa/wielocelowa, kredyt obrotowy odnawialny/nieodnawialny, kredyt w rachunku bieżącym, finansowanie długoterminowe: kredyt inwestycyjny (w tym z premią technologiczną lub z poręczeniem EFI lub z poręczeniem BGK), kredyt inwestycyjny Euro Ekspres, kredyt inwestycyjny dla Wspólnot Mieszkaniowych (w tym z premią termomodernizacyjną lub remontową), kredyt inwestycyjny dla deweloperów, pożyczka hipoteczna Ekspres Kapitał
<b>kredyty dla klientów z segmentu Mikro- i Małych Firm</b>	Prosty Kredyt Inwestycyjny, Auto Sezam (w tym PKI z poręczeniem BGK oraz AS z poręczeniem BGK lub EFI), Pożyczka Hipoteczna, Kredyt Rewolwingowy, Limit Debetowy
<b>produkty finansowania handlu</b>	akredytywa dokumentowa i zabezpieczająca, inkaso dokumentowe i finansowe, gwarancja bankowa i linia gwarancji bankowych, bankowość internetowa TradeNet

<b>faktoring</b>	nabywanie, finansowanie i obsługa wierzytelności handlowych klientów Banku; faktoring realizowany jest w wariantach z regresem i bez regresu (czyli z przejęciem ryzyka niewypłacalności odbiorców) oraz dla transakcji krajowych i zagranicznych
<b>bankowość elektroniczna</b>	bankowość internetowa BusinessNet, a w tym między innymi wersja mobilna BusinessNet Lite, DealingNet, Moduł Prawny II, BankConnect, eWyciągi
<b>bankowość transakcyjna</b>	obsługa gotówkowa TransCash, identyfikacja płatności masowych TransCollect, TransPay – elektroniczne zlecenia wypłaty gotówki w kasach Banku, TransDebit (Polecenie Zapłaty)

### Klienci korporacyjni (wybrane produkty):

<b>konta</b>	rachunek bieżący
<b>inwestycje</b>	depozyty, lokaty, produkty skarbowe
<b>karty</b>	karty do konta (MasterCard Corporate Debit, Visa Business Electron), karty obciążeniowe (VISA Business Gold, VISA Business, MasterCard Corporate Executive, MasterCard Corporate) oraz karty obciążeniowe z odroczoną spłatą (VISA Business Gold, VISA Business, MasterCard Corporate Executive, MasterCard Corporate)
<b>kredyty</b>	finansowanie bieżące: linia kredytowa/wielocelowa (wielowalutowa), kredyt w rachunku bieżącym, kredyt obrotowy odnawialny i nieodnawialny, Linia kredytowa/wielocelowa, finansowanie długoterminowe: kredyty inwestycyjne (w tym z premią technologiczną, poręczeniem EFI), kredyt z zabezpieczeniem hipotecznym Ekspres Kapitał, kredyty konsorcjalne
<b>produkty finansowania handlu</b>	akredytywa dokumentowa i zabezpieczająca, inkaso dokumentowe i finansowe, finansowanie wierzytelności – TransFinancing i Forfaiting, gwarancja bankowa i linia gwarancji bankowych, kredyt dyskontowy, bankowość internetowa TradeNet, bankowość internetowa TransFinancing
<b>faktoring</b>	nabywanie, finansowanie i obsługa wierzytelności handlowych klientów Banku; faktoring realizowany jest w wariantach z regresem i bez regresu (czyli z przejęciem ryzyka niewypłacalności odbiorców) oraz dla transakcji krajowych i zagranicznych
<b>usługi powiernicze</b>	rachunki papierów wartościowych, rozliczenia i rozrachunek transakcji, obsługa zdarzeń korporacyjnych, usługi depozytariusza funduszy inwestycyjnych, pełnienie funkcji agenta emisji oraz usługi dla podmiotów niebędących bezpośrednimi uczestnikami izb rozliczeniowych lub centralnych depozytów papierów wartościowych
<b>bankowość elektroniczna</b>	bankowość internetowa BusinessNet, a w tym między innymi wersja mobilna BusinessNet Lite, DealingNet, Moduł Prawny II, BankConnect, eWyciągi
<b>bankowość transakcyjna</b>	obsługa gotówkowa TransCash, identyfikacja płatności masowych TransCollect, TransPay – elektroniczne zlecenia wypłaty gotówki w kasach Banku, TransDebit (Polecenie Zapłaty), TransDepozyt – usługa zarządzania rachunkiem sum depozytowych dla sądów

## Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielonych zysków oraz wypłat dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych

w tys. zł	2012	2011
Wynik na działalności bankowej*	1 743 063	1 907 880
Koszty operacyjne**	296 455	322 137
Wynagrodzenia i świadczenia pracownicze	676 858	660 486
Płatności na rzecz inwestorów	268 448	279 141
Podatki z kosztów działania plus podatek bieżący	58 978	-2012
Inwestycje w społeczność***	758	328
<b>Wartość ekonomiczna zatrzymana</b>	<b>442 324</b>	<b>648 128</b>

\* wynik z tyt. odsetek + wynik z tyt. prowizji + wynik na instrumentach finansowych wycenianych do wartości godziwej przez rachunek zysków i strat i z tytułu różnic kursowych + wynik na aktywach finansowych dostępnych do sprzedaży

\*\* wynik z tyt. pozostałych przychodów i kosztów + koszty administracyjne + amortyzacja

\*\*\* kwoty ujmują darowizny finansowe oraz kwoty przekazane na realizację projektów wolontariatu (bez darowizn rzeczowych)

Przychody ze sprzedaży w tys. zł	od 01.01.2012 do 31.12.2012	od 01.01.2011 do 31.12.2011
Wynik z tyt. odsetek	1 239 145	1 336 069
Wynik z tyt. prowizji	473 075	553 902
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>1 712 220</b>	<b>1 889 971</b>

Liczba pracowników	na 31.12.2012	na 31.12.2011
Centrala	3680	4521
Oddziały i filie	2120	1849
<b>Liczba pracowników (w etatach)</b>	<b>5800</b>	<b>6370</b>

Wybrane dane finansowe (w tys. zł)	od 01.01.2012 do 31.12.2012	od 01.01.2011 do 31.12.2011
Wynik z tyt. odsetek	1 239 145	1 336 069
Wynik z tyt. prowizji	473 075	553 902
Koszty działania i koszty ogólnego zarządu	-1 296 614	-1 276 875
Odpisy z tytułu utraty wartości	-119 948	-385 601
Zysk brutto	321 618	262 199
Zysk netto	252 963	205 833

W celu podniesienia efektywności działania Bank BPH w 2012 roku przeprowadził restrukturyzację zatrudnienia. Szczegółowa analiza sytuacji Banku wykazała, iż poziom kosztów jest niewspółmierny do obecnych i prognozowanych w kolejnych latach przychodów. W związku z tym Zarząd Banku zdefiniował inicjatywy, których celem było trwałe obniżenie kosztów do poziomu przychodów Banku m.in. poprzez uproszczenie struktury organizacyjnej Banku, dostosowanie liczby pracowników wchodzących w skład

kadry menedżerskiej do jego skali oraz konsolidację i optymalizację procesów zaplecza. Pierwotnie przewidywano łączną redukcję zatrudnienia na poziomie nie większym niż 600 pracowników w okresie od maja 2012 do końca listopada 2012 roku, z czego ostatecznie restrukturyzacją objęto 500 pracowników. Proces ten przeprowadzony został w ramach zwolnień grupowych, na zasadach uzgodnionych ze związkami zawodowymi.

## Nagrody dla Banku BPH

<b>Bank BPH ponownie w giełdowym Indeksie RESPECT</b>	Bank BPH znalazł się w elitarnym gronie 20 firm, które weszły w skład portfela Indeksu RESPECT w jego V oraz VI edycji. Indeks obejmuje spółki zarządzane w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, cechujące się atrakcyjnością inwestycyjną.
<b>Godło Inwestor w Kapitał Ludzki</b>	Bank BPH znalazł się w gronie laureatów Godła Inwestor w Kapitał Ludzki. Godła uzyskały te firmy, które prowadzą politykę kadrową na najwyższym poziomie.
<b>„Zwykły Bohater” nagrodzony w konkursie Media Trendy 2012</b>	Kampania „Zwykły Bohater”, zrealizowana przez Bank BPH, TVN oraz Onet, otrzymała prestiżową nagrodę w kategorii „Best use of content” w konkursie Media Trendy 2012.
<b>Bank BPH w Rankingu Odpowiedzialnych Firm</b>	Bank BPH uzyskał trzecie miejsce w kategorii: bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy w VI edycji Rankingu Odpowiedzialnych Firm, opracowanego przez „Dziennik Gazetę Prawną”. W rankingu ogólnym Bank BPH został sklasyfikowany na 13. miejscu wśród wszystkich przedsiębiorstw w Polsce (wobec 29. miejsca w 2011 roku).
<b>Bank BPH laureatem konkursu „Innowacja Roku 2012”</b>	Dwa innowacyjne rozwiązania wprowadzone przez Bank BPH w 2012 roku – Finger Vein, tj. biometryczna metoda identyfikacji klienta, oraz Asystent Finansowy – uzyskały tytuł „Innowacja Roku 2012” przyznawany w konkursie realizowanym pod patronatem Wydziału Nauk Technicznych Polskiej Akademii Nauk.



## O STRATEGII „FAIR PLAY” Dlaczego fair play?

Misją Banku BPH jest stworzenie bezpiecznego i przyjaznego dla klientów Banku, który oferuje produkty i usługi finansowe w duchu zaufania i zgodnie z Zasadami Fair Play. Realizacji tej misji służy przyjęta w 2011 roku strategia „fair play”, zgodnie z którą Bank BPH ma być bankiem nr 1 pod względem Zasad Fair Play i zaufania. Wyznacza ona kierunki działania Banku tak, by mógł on osiągać trwałą przewagę konkurencyjną na rynku. Działania te znajdują odzwierciedlenie w zobowiązaniach wobec klientów, pracowników, partnerów, społeczeństwa i stanowią odpowiedź Banku na ich oczekiwania. Strategia Banku BPH jest budowana zgodnie z wartościami, które od 125 lat są podstawą działania i międzynarodowej reputacji Grupy GE. Fundamentem tej filozofii są: odpowiedzialność, uczciwość, transparentność działań oraz budowanie relacji korzystnych dla każdej ze stron, czyli elementy, które składają się na istotę firmy odpowiedzialnej społecznie. Fakt, że Bank BPH został ponownie włączony

do Indeksu RESPECT, który obejmuje spółki zarządzane w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, potwierdza, że Bank BPH – poprzez realizację strategii „fair play” – wdraża jednocześnie strategię społecznej odpowiedzialności. W 2012 roku Bank przyjął Politykę Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, opartą na strategii „fair play” i ściśle zintegrowaną z celami biznesowymi. Główne założenia tej Polityki są następujące:

- > przypisanie jednoznacznej odpowiedzialności za nadzór i realizację inicjatyw CSR z wiodącą rolą Prezesa Zarządu jako sponsora strategii,
- > prowadzenie otwartego dialogu i komunikacji z interesariuszami w sposób klarowny i czytelny,
- > zapewnienie pełnej przejrzystości we wszystkich działaniach i funkcjach,
- > roczny cykl wyznaczania zadań i bieżące monitorowanie stopnia ich realizacji,
- > raportowanie działalności CSR.

## Jakie znaczenie dla Banku ma strategia „fair play”?



**RICHARD GASKIN**  
Prezes Zarządu Banku BPH

*Strategia „fair play” określa azymut naszego działania. Chcemy rozwijać Bank w sposób etyczny i odpowiedzialny, z poszanowaniem interesów wszystkich grup interesariuszy. Ważny jest dla nas nie tylko cel, do którego zmierzamy, ale i sposób jego realizacji. Strategia ma dla nas bardzo ważną rolę integracyjną i motywacyjną. Nasi pracownicy wiedzą, że tylko postępując uczciwie, możemy uzyskać trwałą przewagę na rynku i wzmocnić zaufanie do Banku. Strategia jest także ważna dla naszych menedżerów, którzy cele rozwoju osobistego opierają na Zasadach Fair Play.*

## Dlaczego wybraliśmy takie podejście? Jaką rolę w budowaniu strategii odegrał głos interesariuszy?



**BEATA ŻMUDZKA-HINDHAUGH**  
Menedżer ds. Projektu Wdrożenia Nowej Strategii Pozycjonowania Banku

*Strategia „fair play” ma fundamentalne znaczenie dla działalności i kierunku rozwoju Banku, a osiągnięcie pozycji lidera pod względem fair play i zaufania jest jednym z przyjętych przez Bank celów strategicznych. Wybór tego*

*podejścia wpisuje się w zestaw wartości reprezentowanych przez Grupę GE i jest odpowiedzią na zmiany zachodzące na rynkach światowych, a w szczególności pogłębiający się kryzys zaufania do instytucji sektora finansowego. Strategia „fair play” to nasza odpowiedź na oczekiwania interesariuszy odnośnie do sposobu, w jaki powinien działać bank. Klienci – w każdym aspekcie – oczekują od banku transparentności rozumianej jako jasne zasady, przejrzysta oferta i przedstawienie pełnej i zrozumiałej informacji, prezentującej zarówno zalety, jak i koszty wybranego rozwiązania. Ogłaszając Zasady Fair Play, postawiliśmy przed sobą bardzo ambitne cele – realizujemy projekty z różnych obszarów, które angażują wiele komórek Banku, a stopień ich realizacji zostanie zweryfikowany przez niezależnego audytora i podany do publicznej wiadomości.*

## Strategia „fair play”

Cztery obszary strategii „fair play”	
<b>Klienci</b>	<p><b>JASNE ZASADY</b> Bank BPH dokłada starań, aby oferowane przez niego produkty i usługi nie wprowadzały klientów w błąd, były przejrzyste, zrozumiałe i korzystne dla każdej ze stron.</p> <p><b>WSPARCIE I POMOC</b> Bank BPH działa tak, by jego klienci mieli pewność, że decyzje, które podejmują, są zgodne z ich potrzebami i oczekiwaniami. Pracownicy zapewniają klientom rzetelną pomoc przy podejmowaniu decyzji finansowych na każdym etapie współpracy z Bankiem i w każdej sytuacji.</p> <p><b>OTWARTY DIALOG</b> Bank BPH jest otwarty na uwagi i opinie ze strony klientów. Dzięki otrzymanej informacji zwrotnej Bank może nieustannie poprawiać jakość usług i dostosowywać ofertę do oczekiwań klientów.</p> <p><b>DBANIE O BEZPIECZEŃSTWO FINANSOWE</b> Bank BPH podejmuje działania służące wspieraniu bezpieczeństwa finansowego klientów, tak żeby czuli się komfortowo i bezpiecznie oraz efektywnie zarządzali swoimi finansami, nie zadłużając się powyżej bezpiecznego dla nich poziomu.</p>
<b>Pracownicy</b>	<p><b>ROZWÓJ KARIERY</b> Bank BPH przywiązuje dużą wagę do rozwoju i szkoleń pracowników. Dzięki temu wzmacnia kluczowe umiejętności, wiedzę i postawy pracowników, ale także pomaga im wykorzystywać tkwiący w nich potencjał i buduje ich zaangażowanie.</p> <p><b>ZDROWE I PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY</b> Poprzez oferowanie pracownikom różnorodnych możliwości rozwoju zawodowego i przygotowanie do wykonywania zadań na danym stanowisku, Bank stwarza przyjazne miejsce pracy, a dzięki atrakcyjnemu programowi benefitów zachęca pracowników do zachowań prozdrowotnych i prowadzenia zdrowego trybu życia.</p> <p><b>KOMUNIKACJA I SATYSFAKCJA</b> Otwarta i proaktywna komunikacja z pracownikami to jeden z priorytetów Polityki Personalnej Banku i warunek budowania satysfakcji pracowników, a co za tym idzie – utrzymania ich w organizacji.</p> <p><b>RÓŻNORODNOŚĆ</b> Bank BPH konsekwentnie wspiera różnorodność w środowisku pracy. Realizując Politykę Różnorodności, Bank zachęca pracowników do wykorzystywania potencjału, bez względu m.in. na płeć, wiek, wyznanie, pochodzenie czy niepełnosprawność.</p>
<b>Społeczeństwo</b>	<p><b>WOLONTARIAT PRACOWNICZY</b> Bycie fair Banku BPH wobec społeczności lokalnych znajduje swój wyraz przede wszystkim w angażowaniu się pracowników Banku w ramach wolontariatu pracowniczego w działania na rzecz tych społeczności.</p> <p><b>PROMOWANIE POSTAW FAIR</b> Strategia oparta na Zasadach Fair Play oznacza nie tylko obowiązek postępowania zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi, ale także podejmowanie działań służących promowaniu postaw fair w społeczeństwie.</p> <p><b>OCHRONA ŚRODOWISKA NATURALNEGO</b> Troska o środowisko naturalne dotyczy nie tylko firm produkcyjnych, ale powinna być istotna dla każdej instytucji odpowiedzialnej społecznie. Dlatego Bank BPH, w ramach strategii „fair play”, dba o najwyższe standardy w zakresie zarządzania wpływem na środowisko naturalne i podejmuje działania służące jego ochronie.</p>

## Partnerzy

### PRZEJRZyste ZASADY DZIAŁANIA

Bank przywiązuje dużą wagę do tego, by jego działalność była zgodna zarówno z obowiązującymi przepisami prawa, jak i kodeksami dobrych praktyk. Dodatkowo – chcąc zapewnić etyczne działanie wewnątrz organizacji – opracował i przyjął szereg regulacji, które obowiązują wszystkich pracowników Banku.

### ETYCZNE I PARTNERSKIE RELACJE Z DOSTAWCAMI

Dla Banku istotne jest, by jego relacje z dostawcami kształtowane były na zasadzie partnerstwa, w oparciu o jasne zasady współpracy. Nie mniejsze znaczenie ma także to, by Bank współpracował z dostawcami, którzy swoją działalność prowadzą w sposób etyczny.

### DIALOG Z OTOCZENIEM

Bank BPH prowadzi dialog ze wszystkimi grupami interesariuszy – pozyskuje, analizuje i wykorzystuje opinie klientów, partnerów, społeczności i pracowników na temat swojej działalności w celu poprawy jakości usług i doskonalenia współpracy z partnerami biznesowymi. Komunikacja ta prowadzona jest w sposób klarowny i czytelny.

## Strategia „fair play” w odpowiedzi na oczekiwania społeczne i sytuację w sektorze finansowym

W dzisiejszych niespokojnych czasach, przy utrzymujących się zawirowaniach na światowych rynkach finansowych, klienci – którzy często nie mają wiedzy o coraz liczniejszych produktach i usługach bankowych oraz czasu, by stale weryfikować słuszność swoich decyzji finansowych – oczekują, że to eksperci wskażą im najlepszą ofertę, dopasowaną do ich potrzeb i możliwości. Dlatego muszą mieć zaufanie do profesjonalizmu pracowników, przejrzystości działań i uczciwości swojego banku. Tymczasem nie zawsze są pewni, czy mogą bankom ufać. Wyzwania, przed którymi stoi branża finansowa na świecie i w Polsce w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu, to m.in. nadzór i ład organizacyjny, zarządzanie ryzykiem, etyczna postawa pracowników, standard obsługi klientów, wykluczenie finansowe. Świadome tych wyzwań banki podejmują działania z zakresu otwartej komunikacji, transparentności i edukacji konsumenckiej. Dlatego szczególnego znaczenia dla banków nabiera ich troska o zrównoważony rozwój. Jest on szansą na poprawę efektywności funkcjonowania – transparentność procedur i lepsze zarządzanie ryzykiem wpływają na polepszenie ogólnej kondycji banku. Odpowiedzialna firma pozyskuje i bada więcej wskaźników związanych z jakością zarządzania spółką, co pozwala

jej lepiej oszacować ryzyko biznesowe oraz inwestycyjne. W efekcie może się to przełożyć na większe zainteresowanie inwestorów. Społeczna odpowiedzialność biznesu stwarza także warunki do wprowadzania produktów i usług, które mogą uwzględniać elementy środowiskowe czy społeczne, co tym samym może zaowocować wzrostem liczby klientów. Wzmocnienie zaufania, poprawa jakości obsługi, zróżnicowany portfel produktów i usług wpływają na większe zadowolenie i lojalność obecnych klientów, a także pozyskanie nowych. Odpowiedzią Banku BPH na te wyzwania oraz na oczekiwania klientów i społeczeństwa jest strategia „fair play”, dzięki której chce on się stać bankiem, któremu Polacy ufają najbardziej. Oznacza to, że Bank działa w sposób odpowiedzialny społecznie, przestrzega wysokich standardów etycznych, oferuje przejrzyste produkty i usługi, a jego pracownicy zapewniają klientom rzetelną pomoc przy podejmowaniu decyzji finansowych, zarówno w warunkach korzystnej sytuacji makroekonomicznej, jak i dekonunktury gospodarczej. Praktycznym wyrazem tych obietnic jest program inicjatyw wdrożonych przez Bank, który obejmuje produkty, usługi i procesy.

## Strategia „fair play” – rola dialogu z interesariuszami

Według jakich zasad powinien działać bank, by być instytucją fair i zdobyć zaufanie Polaków? Odpowiedzi na to pytanie udzieliłi obecni i potencjalni klienci Banku BPH podczas badań ilościowych przeprowadzonych metodą CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) oraz pogłębianych wywiadów w ramach grup fokusowych. Wskazali oni, że taki bank powinien przede wszystkim oferować przejrzyste produkty, udzielać klientom wsparcia i pomocy, być otwartym na ich opinie i sugestie oraz dbać o ich finansowe bezpieczeństwo. Wszystkie te zagadnienia stały się głównymi kategoriami strategii Banku w odniesieniu do klientów (obszary kluczowe w opinii klientów w rozdziale „Po prostu fair wobec klientów”). Znalazło to również odzwierciedlenie w Zasadach Fair Play, potwierdzających zobowiązanie Banku BPH do bycia bankiem numer 1 pod

względem zaufania. W ramach strategii „fair play” Bank, w oparciu o informacje pozyskiwane dzięki prowadzonemu dialogowi, formułuje zagadnienia kluczowe dla poszczególnych grup interesariuszy. Dlatego jednym z głównych obszarów strategii „fair play” jest otwarty dialog. Dzięki niemu Bank uzyskuje od interesariuszy informacje m.in. na temat tego, które zagadnienia CSR powinien traktować jako priorytetowe i włączając je do swoich działań (więcej o dialogu i jego formach w rozdziale dotyczącym partnerów). Dialog jest procesem ciągłym, dlatego lista Zasad Fair Play będzie nieustannie poszerzana, zgodnie z oczekiwaniami klientów i innych grup interesariuszy. W ślad za tym poszerzana będzie lista konkretnych działań potwierdzających zobowiązanie Banku BPH do bycia bankiem numer 1 pod względem zaufania i fair play.



## Zarządzanie strategią „fair play”

Zarządzanie strategią „fair play” polega na zarządzaniu działaniami (projektami), u podstaw których leżą Zasady Fair Play i obietnice złożone interesariuszom przez Bank BPH, oraz na identyfikacji nowych działań, które potwierdzą zobowiązanie Banku do bycia instytucją numer 1 pod względem zaufania i fair play. Sponsorem strategii jest Prezes Banku BPH. Poszczególni Członkowie Zarządu są odpowiedzialni za realizację tych projektów, które są powiązane z ich celami rocznymi. Wszyscy Członkowie Zarządu mają wpisane w cele Zasady Fair Play. Postęp w realizacji zadań jest raportowany do Lidera strategii

„fair play” przez każdego właściciela projektu w cyklach miesięcznych. Z myślą o działaniach już wdrożonych stworzono systemy kontrolne, które umożliwiają monitorowanie ich prawidłowego przebiegu. Zbiorcze raporty są przekazywane Zarządowi Banku. Lider strategii „fair play” przeprowadził w 2012 roku spotkania warsztatowe ze wszystkimi Członkami Zarządu, które koncentrowały się na Zasadach Fair Play (wypracowywanie nowych zasad, utrzymywanie zaangażowania pracowników w realizację strategii, utrzymanie najwyższego priorytetu dla strategicznych działań fair play).

## O RAPORTOWANIU

### Podejście do raportowania

Historia raportowania CSR przez Bank BPH sięga 2005 roku, kiedy to Bank po raz pierwszy opracował i opublikował dane z zakresu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR – Corporate Social Responsibility). Od tego czasu Bank przygotował w sumie 6 tego rodzaju publikacji, przy czym od 2008 roku do 2011 ukazywały się one w cyklu rocznym. Kolejny raport, za 2012 rok, który trzymają Państwo w ręku, został opracowany po raz pierwszy według międzynarodowych wytycznych GRI (Global Reporting Initiative). Standardy te z jednej strony określają zawartość treści raportu, z drugiej zaś – zapewniają istotność, jakość, porównywalność, wiarygodność i przejrzystość treści publikacji. Kolejne raporty CSR wg wytycznych GRI będą ukazywały się w cyklu dwuletnim. Podstawowym kryterium doboru zagadnień do zaprezentowania w raporcie są kwestie wskazywane przez interesariuszy i firmę jako kluczowe do zaadresowania przez strategię „fair play” Banku

BPH. Znajduje to odzwierciedlenie zarówno w zawartości, jak i układzie tej publikacji. Prezentowane w raporcie dane odnoszą się do 2012 roku i dotyczą spółki BPH SA – centrali Banku BPH oraz wszystkich jego oddziałów działających na terenie Polski. Raportowaniem nie są objęte spółki BPH PBK Zarządzanie Funduszami Sp. z o.o. (spółka bezpośrednio zależna) oraz BPH Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych SA (BPH TFI, spółka pośrednio zależna poprzez BPH PBK Zarządzanie Funduszami Sp. z o.o.). Niniejszy raport został sporządzony w zgodzie ze standardem GRI 3.1 na poziomie aplikacji B. Bank BPH uwzględnił również w procesie definiowania kluczowych obszarów raportowania suplement sektorowy GRI dla sektora finansowego. Pytania dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu i raportowania Banku BPH prosimy kierować do Malwiny Fidyk, Menedżera ds. CSR i Różnorodności (e-mail: malwina.fidyk@ge.com).



#### JADWIGA ZARĘBA

Doradca ds. Relacji Zewnętrznych  
w Departamencie Relacji Korporacyjnych

*Publikowanie raportów CSR uwiarygodnia spółkę giełdową w oczach wszystkich grup interesariuszy, zwiększa jej atrakcyjność inwestycyjną oraz podnosi wartość na rynku kapitałowym. Przybywa inwestorów, którzy – podejmując decyzję o zaangażowaniu kapitału w daną firmę – zwracają uwagę nie tylko na dane finansowe, ale także na ład korporacyjny, aspekty środowiskowe i społeczne. Dlatego już 90% spółek włączonych do Indeksu RESPECT przygotowuje raporty CSR, a ponad połowa spółek z tego Indeksu przygotowała raporty według wytycznych GRI. Bank BPH opublikował swój pierwszy Raport CSR jako pionier w branży. Dotyczył on 2004 roku, przełomowego w związku z akcesją Polski do UE. Wierzymy, że po upublicznieniu tegorocznego raportu, przygotowanego po raz pierwszy według standardów GRI, nasi interesariusze docenią, że stajemy się spółką coraz bardziej transparentną i wiarygodną.*



## JAK DZIAŁAMY

### Władze spółki

Działalnością Banku kieruje i reprezentuje go na zewnątrz Zarząd powoływany przez Radę Nadzorczą, przy czym w wypadku Członków Zarządu odbywa się to na wniosek lub po zasięgnięciu opinii Prezesa Zarządu. Zarząd odpowiada m.in.: za przyjmowanie strategii oraz zasad ostrożnego i stabilnego zarządzania Bankiem, za zapewnienie przejrzystości jego działania i prawidłowy system kontroli wewnętrznej, a także za podejmowanie decyzji w zakresie sprawowania kontroli nad efektywnością oraz skutecznością procesu zarządzania ryzykiem.

Co najmniej połowa Członków Zarządu, w tym jego Prezes, powinna dobrze znać rynek bankowy w Polsce (tzn. stale mieszkać w Polsce, posługiwać się językiem polskim oraz mieć stosowne doświadczenie w zakresie polskiego rynku, które może być wykorzystane podczas zarządzania działalnością Banku). Skład Zarządu Banku jest zróżnicowany. Połowa jego Członków posiada obywatelstwo polskie, pozostali mają obywatelstwo amerykańskie, brytyjskie i niemieckie. Do Zarządu Banku w 2011 roku została powołana kobieta. Kobiety reprezentowane są również w składzie kluczowej kadry kierowniczej (23%), do której należą, oprócz Członków Zarządu, dyrektorzy najważniejszych funkcji Banku bezpośrednio raportujący do Prezesa Zarządu.

Wysokość wynagrodzeń Członków Zarządu zatwierdza Rada Nadzorcza (RN) po zapoznaniu się z opinią działającego w ramach niej Komitetu ds. Wynagrodzeń. Łączne wynagrodzenie Członków Zarządu Banku składa się z części stałej oraz części ruchomej (premiowej), która jest uzależniona od stopnia realizacji indywidualnie określonych celów, ustalanych w związku z przyjętą w danym okresie strategią Banku. Wszyscy Członkowie Zarządu mają wpisane w cele Zasady Fair Play. Oceny poprzedzonej analizą wyników osiągniętych przez poszczególnych Członków Zarządu dokonuje i o wysokości premii decyduje Rada Nadzorcza. Funkcje Prezesa Zarządu i Przewodniczącego Rady Nadzorczej są rozdzielone, co oznacza, że przewodniczący najwyższego organu nadzorczego nie jest równocześnie dyrektorem zarządzającym Banku.

Zgodnie z wymogami Komisji Nadzoru Finansowego Bank wdrożył Politykę Zmiennych Składników Wynagrodzeń Osób Zajmujących Stanowiska Kierownicze w Banku BPH SA, w tym również kadry zarządzającej. Celem dokumentu jest wspieranie realizacji strategii działalności oraz prawidłowego i skutecznego zarządzania ryzykiem, zniechęcanie do podejmowania nadmiernego ryzyka, wykraczającego poza limity zaakceptowane przez Radę Nadzorczą, a także ograniczanie konfliktu interesów.

Nowa Polityka zakłada m.in., że część wynagrodzenia zmiennego osób zajmujących stanowiska kierownicze w Banku BPH jest odroczone w czasie oraz wypłacana w gotówce w równowartości ceny akcji Banku ustalonej jako mediana średnich dziennych cen akcji w okresie 3 miesięcy poprzedzających dzień przeliczenia.

Stały nadzór nad działalnością Banku sprawuje Rada Nadzorcza. Do jej kompetencji należy w szczególności: nadzór nad zgodnością Polityki Banku w zakresie podejmowania ryzyka ze Strategią i Planem Finansowym Banku, ocena działania Zarządu w zakresie skuteczności kontroli wewnętrznej w Banku i zgodności z przyjętą Polityką, występowanie do odpowiedniej komórki organizacyjnej Banku o przeprowadzenie przeglądu lub kontroli określonych zakresów jego działalności, a także wybór biegłego rewidenta dla badania sprawozdań finansowych Banku. Zgodnie ze Statutem Banku co najmniej połowa Członków Rady Nadzorczej, w tym jej Przewodniczący, powinna posiadać dobrą znajomość rynku bankowego w Polsce. Skład Rady Banku BPH jest zróżnicowany. Połowa Członków ma obywatelstwo polskie. W zakresie wykształcenia przeważa ekonomiczne. Udział kobiet w Radzie Nadzorczej Banku wynosił na koniec 2012 roku 30%.

Zasady wynagradzania Członków Rady Nadzorczej, wynikające z uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Banku BPH, służą motywowaniu do aktywnego i efektywnego angażowania się w pełnienie funkcji. Wysokość wynagrodzenia jest związana z wyzwaniem stojącymi przed Bankiem i odpowiedzialnością Członków Rady. Ich wynagrodzenie składa się z części podstawowej i dodatku funkcyjnego, związanego z funkcją pełnioną w ramach Rady Nadzorczej Banku. (Skład Zarządu i Rady Nadzorczej oraz schemat organizacyjny znajduje się w Sprawozdaniu Zarządu Banku z działalności Grupy Banku BPH SA w 2012 roku, a aktualne informacje na stronie: [http://www.bph.pl/pl/relacje\\_inwestorskie/lad\\_korporacyjny/zarząd\\_bankul](http://www.bph.pl/pl/relacje_inwestorskie/lad_korporacyjny/zarząd_bankul)). W ramach Rady Nadzorczej funkcjonują 4 komitety: Komitet Audytu, Komitet ds. Ryzyka, Komitet ds. Wynagrodzeń oraz Komitet ds. Inwestycji. (Aktualne składy Komitetów RN zamieszczone są na stronie internetowej Banku: [http://www.bph.pl/pl/relacje\\_inwestorskie/lad\\_korporacyjny/rada\\_nadzorcza/komitety](http://www.bph.pl/pl/relacje_inwestorskie/lad_korporacyjny/rada_nadzorcza/komitety)). Najwyższym organem spółki, poprzez który wszyscy akcjonariusze realizują na równych prawach swoje uprawnienia i podejmują kluczowe decyzje dotyczące funkcjonowania Banku, jest Walne Zgromadzenie.

## Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności

Skład organów Banku w podziale na płeć (w składzie zarządu i rady nadzorczej)			
Rok 2011		Rok 2012	
Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
21%	79%	21%	79%
4	15	4	15

Skład kadry pracowniczej w podziale na płeć (z wyłączeniem organów Banku)			
Rok 2011		Rok 2012	
Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
69%	31%	70%	30%
4558	2096	4208	1845

Skład organów Banku w podziale na grupy wiekowe (w składzie zarządu i rady nadzorczej)					
Rok 2011			Rok 2012		
<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
0%	63%	37%	0%	68%	32%
0	12	7	0	13	6

Skład kadry pracowniczej w podziale na grupy wiekowe (z wyłączeniem organów Banku)					
Rok 2011			Rok 2012		
<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
34%	60%	6%	31%	63%	6%
2249	4033	372	1863	3854	336



## PO PROSTU FAIR WOBEC KLIENTÓW



Zgodnie ze strategią „fair play” Bank BPH dąży do tego, by stać się bankiem, któremu klienci ufają najbardziej. Dlatego Bank dokłada wszelkich starań, aby jego produkty i usługi były przejrzyste, zrozumiałe, oparte na jasnych zasadach oraz korzystne dla każdej ze stron. Strategia ta wyróżnia Bank na rynku i pomaga budować przewagę konkurencyjną.

## Co to znaczy być bankiem „Po prostu fair” dla klientów?

<b>Jasne zasady</b>	Bank BPH dokłada starań, aby oferowane przez niego produkty i usługi nie wprowadzały klientów w błąd, były przejrzyste, zrozumiałe i korzystne dla każdej ze stron.
<b>Wsparcie i pomoc</b>	Bank BPH działa tak, by jego klienci mieli pewność, że decyzje, które podejmują, są zgodne z ich potrzebami i oczekiwaniami. Pracownicy zapewniają klientom rzetelną pomoc przy podejmowaniu decyzji finansowych na każdym etapie współpracy z Bankiem i w każdej sytuacji.
<b>Otwarty dialog</b>	Bank BPH jest otwarty na uwagi i opinie ze strony klientów. Dzięki otrzymywanej informacji zwrotnej Bank może nieustannie poprawiać jakość usług i dostosowywać ofertę do oczekiwań klientów.
<b>Dbanie o bezpieczeństwo finansowe</b>	Bank BPH podejmuje działania służące wspieraniu bezpieczeństwa finansowego klientów, tak żeby czuli się komfortowo i bezpiecznie oraz efektywnie zarządzali swoimi finansami, nie zadłużając się powyżej bezpiecznego dla nich poziomu.

### **CERTYFIKACJA ZASAD FAIR PLAY**

Dwa razy w roku audytorzy niezależnej firmy będą dokonywali przeglądu i weryfikacji zobowiązań Banku wobec klientów. Pierwsza weryfikacja Zasad Fair Play Banku BPH będzie dotyczyła ich realizacji w pierwszej połowie 2013 roku, a jej wyniki zostaną opublikowane w trzecim kwartale 2013 roku.

## Dlaczego bycie fair wobec klientów jest ważne?



**MARIUSZ KOSTERA**  
Wiceprezes Zarządu,  
Pion Marketingu i Zarządzania Produktami

Osiągnięcie pozycji banku numer 1 pod względem zaufania i fair play jest kluczowym elementem strategii Banku BPH. Od 2011 roku stale wdrażamy produkty, usługi, nowe

rozwiązania, które uwiarygodniają obietnicę złożoną naszym interesariuszom. Jednym z najważniejszych działań w tym obszarze są ogłoszone przez nas Zasady Fair Play Banku BPH. Odzwierciedlają one oczekiwania klientów odnośnie do sposobu, w jaki powinien postępować Bank, i koncentrują się wokół czterech kluczowych kategorii: jasne zasady, wsparcie na każdym etapie współpracy z Bankiem, bezpieczeństwo finansowe i otwarty dialog. Każda z tych kategorii zawiera szereg zobowiązań istotnych z punktu widzenia klientów, które realizujemy w codziennej pracy. Zdajemy sobie sprawę, że sama deklaracja nie wystarczy, dlatego niezależny audytor dwa razy w roku zweryfikuje to, w jakim stopniu realizujemy obietnice dane naszym klientom. Dzięki temu Zasady Fair Play w szczególności sposób wyróżniają nas na rynku i pomagają budować naszą przewagę konkurencyjną.

## Nasze deklaracje wspieramy konkretnymi działaniami



**KRZYSZTOF NOWACZEWSKI**  
Wiceprezes Zarządu,  
Pion Sprzedaży

Strategia „fair play” pokazuje, że nasze działania prowadzimy w sposób etyczny. Nie chcemy zaskakiwać dodatkowymi opłatami czy „gwiazdkami”, ponieważ zależy nam na tym, by sprzedaż była prowadzona w sposób uczciwy i dopasowany do potrzeb klientów. Nie są to tylko słowa, za nimi idą konkretne działania, które wprowadza Bank. W Pionie Sprzedaży zostały wdrożone Standardy Fair Play skutkujące tym, że niezależnie od tego, w której placówce naszego banku znajdzie się klient, zostanie obsłużony w sposób profesjonalny i z takim samym zaangażowaniem.

# „To musi być sposób, w jaki robimy biznes”

Bill Cary, Prezes GE Capital

## 1.1 JASNE ZASADY – PRZEJRZYSTE PRODUKTY I PROCESY, ŁATWY KONTAKT Z BANKIEM

Dokładamy wszelkich starań, aby nasze produkty i usługi nie wprowadzały w błąd, były przejrzyste, jasne i korzystne dla każdej ze stron – bez żadnych niemiłych niespodzianek.

### Odpowiedzialna Bankowość

Realizację strategii „fair play” Banku BPH wspierają zasady Odpowiedzialności Bankowej, które sprzyjają utrzymaniu korzystnych długoterminowych relacji z klientami i regulatorami. Także dzięki nim Bank buduje swój wizerunek jako instytucji odpowiedzialnej, godnej zaufania i otwartej na dialog z klientami, czyli „Po prostu fair”.

Odpowiedzialna Bankowość Banku BPH to program, który nawiązuje bezpośrednio do realizowanej w biznesach GE Capital korporacyjnej inicjatywy nastawionej na podniesienie standardów obsługi klienta. Inicjatywa ta obejmuje produkty oraz usługi dostępne dla klientów detalicznych, małych i średnich firm.

Odpowiedzialna Bankowość Banku BPH oparta jest na czterech założeniach:

Projektować	Sprzedawać	Wiedzieć	Słuchać
produkty spełniające potrzeby klientów i przynoszące im korzyści	nasze produkty w sposób jasny i przejrzysty tak, aby pomóc klientowi zrozumieć cechy produktu i umożliwić świadomy wybór	czego oczekują od nas klienci oraz otoczenie rynkowe i regulatorzy	naszych klientów i być wrażliwym na ich potrzeby

### Nasze produkty i usługi „odpowiedzialne” w każdym aspekcie i na każdym etapie

Strategia Banku BPH wymaga szczególnego zaangażowania pracowników, którzy są ambasadorami Banku i oferowanych przez niego produktów. Dlatego Bank w 2012 roku opracował Kodeks Odpowiedzialnej Bankowości Banku BPH – zbiór zasad, którymi powinni kierować się pracownicy Banku. Zasady i standardy Odpowiedzialnej Bankowości powinni stosować wszyscy pracownicy Banku, zarówno w relacjach ze współpracownikami, jak i przy sprzedaży i oferowaniu produktów dla klientów indywidualnych oraz klientów sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MSP). Wszystkie produkty kredytowe, ubezpieczeniowe, depozytowe oraz inwestycyjne są opracowywane, a potem oferowane zgodnie z zasadami Kodeksu. Zawarte w Kodeksie Odpowiedzialnej Bankowości Banku BPH zasady są przełożonymi na praktykę zapisami Polityki Programu Odpowiedzialnej Bankowości, która obejmuje założenia konstrukcji produktów, procesu sprzedaży, obsługi posprzedażowej klienta, działań kontrolnych itp. Ten obowiązujący w Banku zbiór zasad wspiera budowanie

wizerunku instytucji godnej zaufania, nastawionej na tworzenie długoterminowych relacji z klientami i instytucjami nadzorczymi.

#### ZASADY, KTÓRYMI KIERUJE SIĘ BANK BPH

U podstaw Odpowiedzialnej Bankowości leżą ogólne zasady, które określają relacje między Bankiem a jego klientami, zachodzące na każdym etapie cyklu życia produktu, od ich opracowywania, przez sprzedaż, aż po spłatę (np. kredytu). Po pierwsze, Bank tak konstruuje procesy i produkty, aby były przejrzyste i zrozumiałe dla klientów, a także uwzględnia uzasadnione opinie i sugestie dotyczące poprawy produktów i procesów bankowych. Po drugie, jasno komunikuje korzyści i ryzyka związane z danym produktem, zapewnia kompletną i rzetelną informację na temat warunków oferowanych produktów i usług, kosztów, opłat i zasad ich naliczania, zarówno przed, jak i po skorzystaniu z oferty. Informuje także klientów o zmianie produktu lub o nowych warunkach przed wprowadzeniem

zmiany. Po trzecie, zapewnia kontrolę procesu sprzedaży pod względem kompletności dokumentacji oraz monitoring pod kątem jasnej komunikacji i zrozumienia przez klientów kluczowych cech produktu. Po czwarte, traktuje klientów profesjonalnie, uczciwie i z szacunkiem oraz jest wrażliwy na zmianę ich sytuacji finansowej i w razie problemów finansowych wspiera ich w spłacie kredytów w ramach wypracowanych procedur.

#### **PRODUKT „ODPOWIEDZIALNY” OD POCZĄTKU DO KOŃCA**

Kodeks Odpowiedzialnej Bankowości Banku BPH zawiera szczegółowe wytyczne dla pracowników odpowiedzialnych za oferowane produkty na każdym etapie cyklu ich życia, poczynając od wprowadzania nowych produktów, ustalania strategii cenowej, tworzenia dokumentacji produktowej i materiałów marketingowych, przez proces oceny zdolności kredytowej, komunikację z klientem, udzielanie odpowiedzi na reklamacje, sprzedaż produktów bankowych, aż do kontroli i monitoringu oraz procesu windykacji należności Banku i restrukturyzacji zadłużenia. Na każdym z tych etapów produkty, usługi czy procedury są sprawdzane pod kątem zgodności z przepisami prawa i wewnętrznymi regulacjami Banku. Wszystkie nowe produkty i zmiany w już istniejącej ofercie wymagają konsultacji i oceny zarówno przez Departament Compliance, jak i Pion Prawny i Relacji Korporacyjnych. Oznacza to, że 100% produktów Banku BPH objętych jest procedurą ryzyka NPI (New Product Introduction), która dotyczy procesu wdrażania nowych i modyfikacji już istniejących produktów. Chcąc zagwarantować klientom najwyższy poziom ochrony oraz wysoki standard obsługi, Bank BPH podjął decyzję o objęciu procesem MiFID (ang. Markets in Financial Instruments Directive – regulacji Unii Europejskiej dotyczącej sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz dostarczania informacji o ryzyku inwestycyjnym, firmie inwestycyjnej i zasadach świadczenia przez nią usług) wszystkich produktów wiążących się z ryzykiem inwestycyjnym, również tych, dla których obowiązujące przepisy prawa nie stawiają takich wymogów np. produkty ubezpieczeniowe typu unit-linked. Dodatkowo Bank przygotował dla doradców broszurę „Ankieta MiFID w pigułce, czyli jak łatwo wypełnić ankietę MiFID z klientem”, która ułatwia wyjaśnienie klientowi w sposób przystępny celu i istoty

procesu MiFID oraz odpowiada na najczęściej powtarzające się pytania. Działania te mają na celu pomoc klientom w zrozumieniu istoty oferowanych przez Bank produktów i usług oraz związanych z nimi ryzyk, a w konsekwencji prowadzić do podejmowania odpowiedzialnych i świadomych decyzji inwestycyjnych.

#### **ETYCZNA REKLAMA I PROMOCJA**

Odpowiedzialność w obszarze PR, marketingu i reklamy jest również ważnym aspektem kierowania oferty do klienta. Podobnie jak inne obszary, także ten podlega szczegółowym regulacjom obowiązującym w Banku, w tym – przewidzianym przez Kodeks Odpowiedzialnej Bankowości Banku BPH. Pracownicy marketingu kładą szczególny nacisk na to, by w materiałach doręczanych klientom znalazły się wszystkie niezbędne informacje przedstawione w przejrzysty sposób i w czytelnej formie, tak by ułatwić klientom zapoznanie się z warunkami finansowymi produktu, a w przypadku kredytu – ze sposobem zaliczania jego spłat (tzw. alokacja wpłat). Materiały marketingowe dla produktów kredytowych, oprócz opiniowania przez Departament Compliance oraz Pion Prawny i Relacji Korporacyjnych, podlegają ocenie także przez wyznaczonych Pracowników Pionu Operacji, którzy dbają o jasność i przejrzystość przekazu. Dzięki przestrzeganiu wskazanych wytycznych w raportowanym okresie nie zanotowano niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu, oraz przypadków niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach. Nie zanotowano również kar pieniężnych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostawy i użytkowania produktów i usług. W 2012 roku klauzulę zamieszczoną w umowach o karty kredytowe dotyczącą stwierdzenia, że Bank jest właścicielem karty kredytowej, w wyniku postępowania sądowego przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (SOKiK) z powództwa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) wpisano do rejestru klauzul niedozwolonych. W wyniku tej decyzji zmieniono w Banku BPH wzory umów o kartę. Nie zanotowano w raportowanym okresie pieniężnych kar oraz innych poza wymienioną powyżej sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami.

## **Nowa platforma komunikacyjna**

Nowa kampania reklamowa Banku BPH, wprowadzona w 2012 roku, jest spójna ze strategią „fair play”. Komunikacja z klientami oparta jest – zgodnie z hasłem

przewodnim kampanii „Sztuczki zero procent – fakty 100%” – na czystych faktach i informacjach o produktach.

## Krótko i przejrzysto o produkcie

Idea bycia fair wobec klientów oznacza także przejrzystą, jasną i prostą komunikację o produktach. W celu jej zapewnienia Bank BPH przygotował z myślą o klientach przewodniki produktowe – jednostronicowe dokumenty, które w sposób zwięzły, przejrzysty i zrozumiały opisują najważniejsze cechy danego produktu (konta osobistego

i produktów z nim powiązanych, produktów oszczędnościowych, funduszy inwestycyjnych i programów ubezpieczeniowo-inwestycyjnych), ułatwiając dzięki temu klientowi podjęcie świadomej decyzji w sprawie ewentualnego zakupu.

## Sprzedaż i Obsługa Fair

Bank BPH dba o to, by najwyższe standardy obowiązywały także w procesie sprzedaży i obsługi klienta. Temu celowi służy inicjatywa Sprzedaż i Obsługa Fair, którą można uznać za jedno z najważniejszych przedsięwzięć wpisujących się w strategię „fair play”, ponieważ to właśnie doświadczenia klienta w oddziale własnym i placówce partnerskiej Banku, a także jego relacja z doradcą mają duży wpływ na to, w jaki sposób postrzegany jest Bank BPH. Realizacji inicjatywy Sprzedaż i Obsługa Fair służą nowe standardy sprzedaży i obsługi klienta, które powstały w oparciu o doświadczenia doradców z oddziałów i placówek partnerskich Banku. Stosowane przez nich na co dzień w obsłudze klienta najlepsze praktyki stały się podstawą opracowania „Księgi standardów sprzedaży i obsługi Klienta w Oddziałach Banku BPH”. Zebrane w ten sposób standardy sprzedaży i obsługi klienta, dostępne w formie elektronicznej i drukowanej, obowiązują każdego doradcę Banku BPH.

### GOTOWE ROZWIĄZANIA I WSKAZÓWKI

Księga zawiera pięć obszarów standardów, które dotyczą: wizerunku pracownika oraz oddziału i placówki partnerskiej, sprzedaży i obsługi klienta (od jego powitania aż po zakończenie wizyty), komunikacji zdalnej z klientem, obsługi osób z niepełnosprawnością oraz obsługi klienta w różnych sytuacjach spotykanych w codziennej pracy w oddziałach i placówkach. W opisie standardów znajdują się szczegółowe wytyczne, modele postępowania w różnych sytuacjach zachodzących podczas procesu sprzedaży i obsługi klienta oraz dobre praktyki do zastosowania przez doradcę. Dzięki ich wykorzystaniu może on dokładniej poznać potrzeby i oczekiwania klienta, a także lepiej na nie odpowiedzieć. Rolę standardów dobrze ilustruje Zasada 4P, mająca zastosowanie w sytuacjach trudnych („Pokazuję, że rozumiem sprawę klienta; poznaję jej szczegóły; pokazuję możliwe rozwiązania; potwierdzam akceptację”). Znający Zasadę 4P doradca wie, jak postąpić, i szybko znajduje rozwiązanie problemu, wzmacniając tym samym wizerunek Banku BPH jako wiarygodnej instytucji. Księga uczyła także doradców Banku BPH, by w rozmowie z klientem pamiętali o Słowniku Przyjaznej Bankowości. W praktyce oznacza to konieczność posługiwania się językiem, który jest zrozumiały dla klienta, unikania – w miarę możliwości – żargonu bankowego, a także wyjaśniania znaczenia i definicji istotnych zwrotów, pojęć i skrótów (niektóre z nich, np. BIK, scoring, WIBOR, zostały zebrane i określone w Księdze).

### SZKOLENIA WSPIERAJĄCE WDROŻENIE STANDARDÓW

Opracowanie i wdrożenie „Księgi standardów sprzedaży i obsługi Klienta w Oddziałach Banku BPH” to tylko jeden z elementów sprzyjających poprawie jakości obsługi klienta. Drugim jest program szkoleń, adresowanych do doradców pracujących zarówno w oddziałach, jak i placówkach partnerskich Banku. Aby pomóc im we wdrożeniu standardów opisanych w Księdze, Bank prowadzi szkolenia e-learningowe i stacjonarne. Razem z Biurem Informacji Kredytowej (BIK) Bank BPH – realizując program Akademia Wiedzy BIK – organizuje także działania edukacyjne (w tym szkolenia e-learningowe) służące poszerzeniu wiedzy pracowników na temat roli biura kredytowego w procesie oceny ryzyka klienta oraz zwiększaniu bezpieczeństwa sektora bankowego.

### PRZYJAZNE ODDZIAŁY I PLACÓWKI ORAZ BANKOMATY

Poprawie jakości sprzedaży i obsługi klientów Banku BPH służą także dwa programy związane z modernizacją sieci dystrybucji Banku BPH. Pierwszy ma na celu uczynienie przyjaznymi wszystkich oddziałów i placówek partnerskich oraz bankomatów. Bank wprowadził jednolite pod względem infrastruktury standardy obsługi w całej sieci dystrybucyjnej i udostępnił obsługę gotówkową we wszystkich oddziałach i placówkach. Oddziały Banku zyskują na wyglądzie i komforcie obsługi poprzez przeprowadzane w nich modernizacje, które w 2012 roku objęły 115 placówek i oddziałów. Również w ramach tego programu na ekranach bankomatów, w przypadku ich awarii, pojawiła się informacja o najbliższych urządzeniach tego typu, należących do sieci Banku BPH i Euronetu. Dzięki informacjom o lokalizacji umieszczonym na stronie WWW klient może szybciej i łatwiej dotrzeć do wybranego oddziału czy placówki. Drugi program obejmuje działania zmierzające do ujednoczenia procesów, produktów i systemów w sieci placówek partnerskich tak, by korzystający z niej klienci mieli dostęp do takich samych produktów i byli obsługiwani zgodnie z tymi samymi standardami, co klienci oddziałów własnych Banku BPH. Przykładem jest zakup multisejfów w celu zapewnienia prawidłowej obsługi kasowej i zwiększenia bezpieczeństwa.

## Przewodnik produktowy dla klienta – produkty oszczędnościowe

### Produkty Oszczędnościowe Przewodnik Klienta

Przekonaj się, ile możesz zyskać dzięki produktom oszczędnościowym Banku BPH. Jeśli cenisz elastyczne i atrakcyjne warunki, będziesz mógł u nas wybrać produkt, który spełni Twoje oczekiwania.

Poniżej znajdziesz informacje, które pomogą Ci dokonać wyboru najkorzystniejszego produktu oszczędnościowego.

	Rachunek oszczędnościowy Sezam Oszczędzam PLUS	Lokata Pracowita	Lokata standardowa
Opis produktu	Nowoczesne konto oszczędnościowe sprawia, że pomnażanie kapitału nie wymaga zamrażania pieniędzy, a odsetki naliczane są codziennie, maksymalizując zysk.	Produkt oszczędnościowy z dzienną kapitalizacją odsetek, który pozwala osiągać większe zyski niż na tradycyjnych lokatach.	Lokata standardowa zapewnia atrakcyjne oprocentowanie, przewyższające to, które jest dostępne na kontach osobistych.
Zalety produktu	>>elastyczny dostęp do oszczędności >>efektywne zyski dzięki dziennej kapitalizacji odsetek >>możliwość założenia wspólnego rachunku dla 2 osób	>>efektywne zyski dzięki dziennej kapitalizacji odsetek >> pewność wypracowanych zysków >>niski próg rozpoczęcia oszczędzania (1000 zł) >>możliwość założenia wspólnego rachunku dla 2 osób	>>szeroka gama dostępnych terminów lokowania >>możliwość lokowania środków zarówno w złotych, jak i w walutach obcych >>możliwość założenia wspólnego rachunku dla 2 osób >>niski próg rozpoczęcia oszczędzania (1000 zł)
Czas trwania umowy	rachunek bezterminowy	3, 6, 12 lub 24 miesiące	>>lokaty złotowe – oprocentowanie stałe: 3, 6, 12, 24 lub 36 miesięcy >>lokaty walutowe – oprocentowanie stałe: 1, 3, 6, 12, 24 lub 36 miesięcy >>lokaty walutowe – oprocentowanie zmienne: 6, 12, 24 lub 36 miesięcy
Opcja automatycznego odnowienia	rachunek bezterminowy	dostępna	dostępna
Rodzaj oprocentowania: stałe/zmienne; warunki odnowienia, wysokość oprocentowania w tabeli oprocentowania depozytów Banku	zmienna	stałe; lokaty z opcją automatycznego odnowienia, odnawiają się na oprocentowaniu obowiązującym w dniu odnowienia	stałe lub zmienne; lokaty z opcją automatycznego odnowienia, odnawiają się na oprocentowaniu obowiązującym w dniu odnowienia
Częstotliwość kapitalizacji odsetek	codziennie	codziennie	na koniec okresu
Kwota minimalna	brak	1000 zł	1000 zł, 250 euro, 500 dolarów
Kwota maksymalna	brak	10 000 zł (na jedną lokatę)	brak
Limit liczby rachunków dla Klienta	2	8	brak
Dostępne waluty	PLN	PLN	PLN, EUR, USD
Gwarancja kapitału	tak	tak	tak
Dopłaty	bez ograniczeń	wyłącznie w dniu odnowienia	wyłącznie w dniu odnowienia
Wpłaty przed upływem okresu umownego (przed odnowieniem), bez zerwania umowy	tak w dowolnym momencie, patrz pozycja „Opłaty za wypłatę z rachunku” poniżej	wyłącznie części kapitału w dniu odnowienia lub odsetek do 5 dni po odnowieniu	wyłącznie części kapitału w dniu odnowienia lub odsetek do 5 dni po odnowieniu
Gwarancja odsetek	ak, oprocentowanie nie może być niższe niż jeden punkt procentowy powyżej stopy procentowej NBP	tak, pełne odsetki należne przy utrzymaniu lokaty do momentu jej zapadalności	>>tak, pełne odsetki należne przy utrzymaniu lokaty do momentu jej zapadalności >>dla oprocentowania zmiennego brak gwarancji stałego poziomu odsetek
Opłata za otwarcie rachunku Opłata za prowadzenie rachunku Opłata za zasilenie rachunku	brak	brak	brak
Opłata za wypłatę z rachunku/zamknięcie/likwidację rachunku przed upływem terminu zapadalności	>>bez opłat za 2 pierwsze przelewy wychodzące w miesiącu na rachunki osobiste osób fizycznych w Banku BPH >>przelewy na rachunek własnej działalności gospodarczej i przelewy zewnętrzne płatne 7,99 zł >>opłata za wypłaty z konta w kasie Banku wynosi 7,99 zł >>przelew SORBNET do 1 mln zł opłata – 30 zł, powyżej 1 mln – 10 zł >>brak opłat za zamknięcie rachunku	>>brak opłat za wypłatę odsetek lub częściową wypłatę kapitału w dniu odnowienia lokaty >> prowizja za zerwanie lokaty przed terminem w wysokości 90% odsetek naliczonych od dnia wypłaty	>>brak opłat za wypłatę odsetek lub częściową wypłatę kapitału w dniu odnowienia lokaty >> przy zerwaniu lokaty przed terminem Bank wypłaci odsetki w wysokości 0% (zerwanie do 30 dni od otwarcia) lub 0,1% (jeśli zerwanie następuje później) w skali roku
Kanały dostępu: 1. Oddziały 2. Serwis bankowości internetowej 3. Teleserwis	1. tak 2. tak, serwis Sez@m 3. tak	1. tak 2. tak, serwis Sez@m 3. tak	1. tak 2. tak, serwis Sez@m 3. tak
Konieczność posiadania konta osobistego w Banku BPH do założenia rachunku	nie	nie	nie

Pełne i szczegółowe informacje znajdują się w Taryfie Opłat i Prowizji (TOIP) dostępnej w Oddziałach i Placówkach Banku na stronie [www.bph.pl](http://www.bph.pl).

pl.

Jeśli masz jakiegokolwiek uwagi, pytania lub sugestie dotyczące funkcjonowania naszych produktów, podziel się z nami swoją opinią. Napisz na adres: [pytanie@ge.com](mailto:pytanie@ge.com).

## WYRÓŻNIAJĄ NAS ZASADY FAIR PLAY

### ZASADA FAIR PLAY #1 Konta osobiste – jedna opłata miesięczna bez dodatkowych kosztów

**Dbamy o to, aby nasi klienci nie byli zaskakiwani dodatkowymi kosztami.** Dlatego osoby korzystające z Konta Kapitałnego lub Konta Maksymalnego, w ramach jednej opłaty miesięcznej, dokonują wszystkich transakcji krajowych, nie ponosząc dodatkowych kosztów.

### ZASADA FAIR PLAY #2 Kredyty – wydłużony czas na odstąpienie od umowy

**Chcemy, aby nasi klienci mieli czas na przemyślenie podjętych decyzji.** Dlatego w przypadku kredytów gotówkowych, kart kredytowych i limitów w saldzie debetowym przedłużamy możliwość skorzystania z ustawowego prawa do odstąpienia od umowy z 14 aż do 21 dni, bez żadnych kosztów. Warunkiem odstąpienia od umowy bez ponoszenia kosztów jest zwrot kwoty udostępnionego kredytu w ciągu 21 dni od daty jej zawarcia lub, w przypadku kart kredytowych, zwrot kwoty dokonanych transakcji w ciągu 30 dni od daty złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

### ZASADA FAIR PLAY #3 Kredyty – czytelne warunki umowy

**Zależy nam, aby nasi klienci dobrze znali warunki zawieranych umów.** Dlatego do każdej umowy kredytowej dodajemy jednostronicowy dokument, który w przejrzysty sposób przedstawia najważniejsze informacje dotyczące danego produktu oraz warunki umowy kredytowej.

### ZASADA FAIR PLAY #4 Ubezpieczenia – możliwość bezpłatnej rezygnacji

**Dbamy o to, aby nasi klienci mieli czas na przemyślenie podjętych decyzji.** Dlatego każdy klient ma możliwość rezygnacji z ochrony ubezpieczeniowej powiązanej z dowolną kartą kredytową lub kredytem gotówkowym w ciągu 30 dni od dnia przystąpienia do ubezpieczenia – bez ponoszenia żadnych kosztów.

### ZASADA FAIR PLAY #5 Infolinia – natychmiastowe połączenie

**Szanujemy czas naszych klientów,** dlatego 8 na 10 osób dzwoniących na nasze infolinie w godzinach ich funkcjonowania, nie czeka dłużej niż 20 sekund od wyboru opcji „Operator” na połączenie z konsultantem.

### ZASADA FAIR PLAY #6 Gotówka on-line – szybka wstępna decyzja kredytowa

Wszyscy klienci, którzy wypełnią wniosek o kredyt gotówkowy za pośrednictwem internetu w godzinach pracy systemu Biura Informacji Kredytowej, **otrzymają wstępną decyzję kredytową w czasie średnio 1 minuty.**



## 1.2 WSPARCIE I POMOC NA KAŻDYM ETAPIE WSPÓŁPRACY KLIENTA Z BANKIEM

Działamy tak, aby nasi klienci mieli pewność, że podejmowane przez nich decyzje są zgodne z ich potrzebami i oczekiwaniami. Nasi pracownicy zapewniają klientom rzetelną pomoc przy podejmowaniu decyzji finansowych, zarówno w dobrych, jak i w trudnych czasach.

### Wspieramy klienta nowoczesnymi rozwiązaniami i edukacją

Bank BPH, jako instytucja godna zaufania, stawia na edukację klientów, by mogli podejmować decyzje zgodne ze swoimi potrzebami i oczekiwaniami, a także wprowadza różnego rodzaju funkcjonalności, które ułatwiają korzystanie z usług finansowych. Dlatego jako jeden z pierwszych banków w Polsce wprowadził – w ramach bankowości internetowej Sez@m – narzędzie pod nazwą Asystent Finansowy (<http://www.youtube.com/watch?v=MKcEWDO-a8HE>). Dostępny dla wszystkich klientów indywidualnych Banku, pomaga im lepiej i efektywniej zarządzać domowym budżetem, obserwować i analizować swoją sytuację finansową oraz podnosi ich świadomość w zakresie

bieżących wydatków. Jest to możliwe dzięki wielu przydatnym funkcjonalnościom Asystenta Finansowego, m.in. automatycznemu pobieraniu i grupowaniu informacji o wydatkach i wpływach, możliwości szczegółowej analizy wydatków w zakresie struktury i zmienności w czasie czy ustawiania ostrzegawczych limitów dotyczących wydatków. Dzięki temu użytkownik narzędzia zyskuje przejrzysty obraz swoich finansów. Innowacyjność Asystenta Finansowego doceniło jury konkursu prowadzonego pod patronatem Wydziału Nauk Technicznych Polskiej Akademii Nauk, które przyznało temu narzędziu tytuł Innowacja Roku 2012.

### Edukacja w zakresie oszczędzania

Z myślą o klientach, którzy chcieliby oszczędzać lub inwestować, ale czują, że brakuje im wiedzy, jak zacząć, lub którzy czują się zagubieni w ofercie produktowej, Bank BPH przygotował broszurę edukacyjną „Przewodnik od inwestycji do zysków, czyli jak korzystnie inwestować i efektywnie oszczędzać”, która wprowadza w świat finansów i ofertę

produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych. Czytelnik znajdzie tu zasady, którymi powinien się kierować, oszczędzając, pozna podstawowe terminy związane z inwestowaniem, pytania pomocne do wyznaczenia celu inwestycyjnego i krótką charakterystykę podstawowych produktów oferowanych przez Bank.

### Od inwestycji do zysków z Bankiem BPH

Kierując się przedstawionymi w przewodniku wskazówkami, klient może określić oczekiwany przez siebie poziom zysku, akceptowalny poziom ryzyka i przewidywany okres oszczędzania,

a następnie – korzystając z prostego narzędzia „koło inwestycyjne” – wybrać odpowiednie dla jego sytuacji rodzaje produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych.

Produkty oszczędnościowo-inwestycyjne

## PRZEWODNIK

### OD INWESTYCJI DO ZYSKÓW

CZYLI JAK **KORZYSTNIE** INWESTOWAĆ  
I **EFEKTYWNIE** OSZCZĘDZAĆ.

## Dostępność usług dla osób z niepełnosprawnością

Bank BPH zwraca uwagę na potrzebę zapewnienia dostępności swoich usług i najwyższego standardu obsługi osobom z niepełnosprawnością. Jeden z rozdziałów „Księgi standardów sprzedaży i obsługi Klienta w Oddziałach Banku BPH” zawiera standardy obowiązujące doradcę podczas obsługi klienta z niepełnosprawnością. Wskazane tu zasady opisują, krok po kroku, wymagane zachowanie pracownika Banku wobec osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności. Dostępność usług dla osób z niepełnosprawnością wymusza przede wszystkim likwidację barier architektonicznych, zarówno przy wejściu, jak i w salach

operacyjnych. Choć kwestia osób z niepełnosprawnością, jako jednego z aspektów strategii różnorodności, będzie rozwijana w 2013 roku, to jednak działania zmierzające do przystosowania oddziałów i placówek dla tych klientów są już realizowane. Dzięki temu mają oni dostęp do 282 oddziałów i placówek. Podjazdy lub podesty dla wózków znajdują się w 73 lokalizacjach, a obniżone lamy – w 186 salach operacyjnych. 265 bankomatów jest wyposażonych w klawiaturę dla osób niewidomych. Bank BPH uznaje dostępność usług dla osób z niepełnosprawnością za jeden z obszarów, który będzie rozwijany w przyszłości.

## WYRÓŻNIAJĄ NAS ZASADY FAIR PLAY

### ZASADA FAIR PLAY #7

Asystent Finansowy – pomoc w zarządzaniu budżetem

**Chcemy wspierać naszych klientów w zarządzaniu finansami osobistymi.** W tym celu udostępniłmy

Asystenta Finansowego – narzędzie w systemie bankowości internetowej dla klientów indywidualnych, dzięki któremu można lepiej planować i kontrolować domowy budżet.

### ZASADA FAIR PLAY #8

Reklamacje – informacja o etapie wyjaśniania sprawy

**Chcemy, aby nasi klienci wiedzieli, co dzieje się z reklamacją, którą złożyli za pośrednictwem faksu, e-maila lub w formie pisemnej.** Dlatego po wpłynięciu takiej reklamacji wysyłamy do klienta SMS lub e-mail potwierdzający jej otrzymanie oraz kolejny – po zakończeniu jej rozpatrywania.

### ZASADA FAIR PLAY #9

Produkty oszczędnościowo-depozytowe – przypomnienia SMS

**Chcemy wspierać naszych klientów w zarządzaniu finansami osobistymi,** dlatego wysyłamy informacje o zbliżającym się wygaśnięciu nieodnawialnych: lokat terminowych z minimalnym miesięcznym okresem zapadalności, lokat inwestycyjnych SCD oraz polis Optima Profit. Komunikat w formie SMS jest wysyłany przynajmniej na 1 dzień przed wygaśnięciem umowy.

### ZASADA FAIR PLAY #10

Przewodnik klienta – pomoc w wyborze produktów bankowych

**Chcemy, aby nasi klienci dokonywali wyboru produktów w sposób świadomy.** Dlatego na naszej stronie internetowej udostępniamy materiały umożliwiające łatwe porównanie najważniejszych cech poszczególnych produktów.

## Wsparcie rozwoju przedsiębiorczości

Bank BPH, dążąc do wzmocnienia wizerunku banku godnego zaufania także wśród klientów firmowych, wspomaga rozwój przedsiębiorczości. Czyni to na dwa sposoby: poprzez ofertę skierowaną do sektora MSP oraz poprzez działalność informacyjną i szkoleniową na temat funduszy unijnych i możliwości ich pozyskania. W 2012 roku Bank współorganizował siedem czatów, m.in. na temat możliwości pozyskania Kredytu Technologicznego, kredytów inwestycyjnych z poręczeniem UE oraz finansowania potrzeb firm z sektora MSP. Wzięło w nich udział ponad pół tysiąca osób, głównie właścicieli i pracowników MSP. „Miejscem” e-spotkań był portal współorganizującego je dwumiesięcznika „Fundusze Europejskie”, a w każdym z nich uczestniczył – obok ekspertów z Banku Gospodarstwa Krajowego (BGK) czy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości – ekspert Banku BPH. W ramach rządowego programu Wspieranie Przedsiębiorczości z Wykorzystaniem Poręczeń

i Gwarancji BGK Bank BPH podpisał umowę współpracy z BGK w zakresie Portfelowej Linii Poręczeniowej. Poręczeniem BGK mogą być objęte kredyty inwestycyjne i obrotowe, udzielane klientom komercyjnym mającym status mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw. Bank BPH, jako Pośrednik Finansowy unijnego Programu Ramowego na rzecz Konkurencyjności i Innowacji na lata 2007-2013, z którego środki przeznaczone zostały na gwarancje kredytowe udzielane przez Europejski Fundusz Inwestycyjny (EFI) dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorców, oferuje produkty kredytowe objęte poręczeniami EFI (Auto Sezam, Kredyt Inwestycyjny w ofercie dla klienta biznesowego, Kredyt Inwestycyjny w ofercie dla klienta korporacyjnego). Bank oferuje również produkty kredytowe dostosowane do zasad korzystania z funduszy pomocowych (Euro Ekspres Kredyt, Kredyt Technologiczny).

## W 2012 roku Bank współorganizował siedem czatów dla przedsiębiorców

### Elektroniczny kreator umowy dla klientów biznesowych

Bank BPH, chcąc usprawnić i skrócić proces obsługi klientów z sektora MSP, przygotował elektroniczny kreator umowy. Dzięki specjalnemu modułowi, tzw. Modułowi Prawnemu II, w portalu finansowym BusinessNet otwieranie rachunku odbywa się automatycznie (automatyczny mechanizm rezerwacji numerów rachunków i elektro-

niczny proces przygotowania umowy), a klient MSP może podpisać umowę i otworzyć rachunek podczas jednej wizyty w oddziale. Wprowadzenie kreatora umów dla klientów MSP pozwoliło na skrócenie czasu przygotowywania umowy o 40 minut.

### Powiadomienia z transakcji w BusinessNet

Bank dba o to, by dostarczać klientom z sektora MSP jasną i transparentną informację. Dlatego opracował i wdrożył system powiadomień o transakcjach w portalu finansowym BusinessNet. Powiadomienia mają formę komunika-

tów SMS lub e-maili i dostarczają klientowi kluczowe dla niego informacje transakcyjne o saldzie oraz o zmianie salda rachunku, a także o wpływie środków na rachunek.

## 1.3 DIALOG – OTWARTOŚĆ NA UWAGI KLIENTÓW

Jesteśmy zawsze otwarci na uwagi, ocenę naszej pracy i wszelkie opinie o Banku ze strony naszych klientów. Dzięki takim sygnałom możemy nieustannie poprawiać jakość naszych usług i dostosowywać ofertę do oczekiwań klientów.

### Rozmawiamy, żeby doskonalić nasze podejście

Bank BPH, jako bank godny zaufania, przykładą wagę do tego, by klient dysponował informacjami na temat zalet produktu, z którego skorzystał, sposobu jego działania, zasad spłaty, a także dostępnych kanałów kontaktu i serwisu internetowego. Bankowi zależy także na weryfikacji transparentności procesów sprzedaży w oddziale. Zadania te realizowane były w 2012 roku poprzez telefony powitalne do klientów lub telefony posprzedażowe.

Bank działający zgodnie z filozofią fair play do dialogu z klientem wykorzystuje również reklamacje. Podczas ich przyjmowania pracownicy Banku BPH postępują zgodnie z Zasadą 4P („Pokazuję, że rozumiem sprawę klienta, poznaję jej szczegóły, pokazuję możliwe rozwiązania, potwierdzam akceptację”).

### Jakość naszego działania ma znaczenie

W 2012 roku w Banku BPH kontynuowano badanie jakości sprzedaży i obsługi klienta metodą tajemniczego klienta (Mystery Shopper) w oddziałach oraz placówkach partnerskich. Audytorzy zewnętrznej firmy odbyli ponad tysiąc wizyt. Uzyskane na tej podstawie wyniki potwierdziły trend wzrostowy w zakresie poziomu realizacji standardów opisanych w „Księdze standardów sprzedaży i obsługi Klientów w Oddziałach Banku BPH”, który jest obserwowany od 2011 roku (więcej na temat Księgi w tekście Sprzedaż i Obsługa Fair). Bank BPH wie, że dla klientów liczy się czas. Dlatego stale usprawnia procesy bankowe kładąc nacisk na to, by jak najwięcej spraw, z którymi klient zwraca się do Banku, było rozwiązanych w trakcie pierwszego kontaktu.

Bank BPH regularnie mierzy kondycję marki i poziom zadowolenia klientów. Co miesiąc odbywa się pomiar kluczowych parametrów, w tym wskaźnika NPS (ang. Net Promoter Score) – uniwersalnego wskaźnika mierzącego satysfakcję i lojalność klientów wyrażoną przez skłonność do polecenia usług Banku rodzinie lub znajomym. Badanie NPS realizowane jest przez zewnętrzną firmę na próbie stu klientów – posiadaczy rachunków osobistych w Banku BPH. Średni wskaźnik NPS za rok 2012 wyniósł 37 (wzrost o 7 punktów w porównaniu z rokiem 2011) i wskazuje na rosnącą przewagę udziału klientów skłonnych polecać usługi Banku nad udziałem klientów niewyrażających takich chęci.



## WYRÓŻNIAJĄ NAS ZASADY FAIR PLAY

### ZASADA FAIR PLAY #11

#### Kwartalne konferencje dotyczące wyników Banku

**Chcemy, aby wszyscy zainteresowani mieli dostęp do aktualnych informacji dotyczących kondycji Banku.**

Dlatego każdą konferencję na temat wyników finansowych przeprowadzamy w formie transmisji na żywo przez internet, a nagrania ze spotkań zamieszczamy na stronie internetowej Banku.

### ZASADA FAIR PLAY #12

#### Jakość obsługi – budowana w oparciu o oczekiwania klientów

**Chcemy sprzedawać nasze produkty w sposób odpowiedzialny i przejrzysty.** Dlatego regularnie dzwonimy do naszych klientów z prośbą o ocenę poziomu jakości obsługi w naszych oddziałach.

### ZASADA FAIR PLAY #13

#### Forum Klientów Indywidualnych

**Wierzimy, że dzięki spostrzeżeniom naszych klientów możemy wdrażać rozwiązania, które najlepiej odpowiadają ich potrzebom.** Dlatego organizujemy spotkania w ramach Forum Klientów Indywidualnych. Każdą propozycję analizujemy, odpowiadamy na nią, a następnie wykorzystujemy do usprawniania naszych działań.

#### Forum Klientów Indywidualnych

Jedną z inicjatyw, służących realizacji idei otwartości na uwagi i potrzeby interesariuszy, w tym klientów, jest Forum Klientów Indywidualnych – cykl bezpośrednich spotkań przedstawicieli Banku (w tym Członków Zarządu) z klientami, które są okazją do uzyskania opinii o oferowanych przez Bank produktach i usługach. Otrzymane tą drogą uwagi są wykorzystywane do optymalizacji działań Banku i dostosowania ich do oczekiwań oraz potrzeb jego klientów. Forum gromadzi zaproszonych przez Bank klientów, którzy aktywnie korzystają z różnych produktów i usług oraz zostali wskazani przez doradców jako osoby

opiniotwórcze, często kontaktujące się z Bankiem, zgłaszające pomysły i inicjatywy. Odbywające się w ramach Forum spotkania przedstawicieli Banku z klientami są organizowane co najmniej cztery razy w roku w wybranych miastach Polski, a każdorazowo bierze w nich udział co najmniej 10 osób. Będące istotą spotkań dyskusje dotyczą aktualnej bądź przyszłej działalności Banku BPH, związanej ze strategią „fair play”, w tym: jego oferty, zakresu oraz poziomu świadczonych usług oraz innych kwestii zgłoszonych przez Bank lub klientów.

#### W 2012 roku:

**81 klientów wzięło udział** w spotkaniach

**Liczba spotkań – 5:** kwiecień – Gdańsk, czerwiec – Czeladź k. Katowic, wrzesień – Kraków, październik – Poznań, grudzień – Warszawa

## OCZEKIWANIA KLIENTÓW – NASZA ODPOWIEDŹ

Klient	Bank BPH
Oczekuję jednej osoby, która będzie mnie obsługiwać – obsługujący mnie dotychczas doradca odszedł, a nowy doradca nie skontaktował się ze mną do tej pory.	<i>Prowadzimy projekt polegający na przypisywaniu klientów do grupy klientów bankowości osobistej, w wyniku którego od drugiego kwartału 2013 roku każdy klient będzie obsługiwany przez przypisanego mu opiekuna.</i>
Przeszkadzają mi długie kolejki do kasy oraz brak bardziej intymnych miejsc do wpłacania środków. Przychodząc z dużymi kwotami, czuję się niekomfortowo, gdy inni klienci zaglądną mi przez ramię.	<i>W 2012 roku wprowadziliśmy obsługę kasową do niemal wszystkich oddziałów Banku BPH. Wierzymy, że te zmiany wpłyną na komfort obsługi naszych klientów i przyczynią się do skrócenia czasu oczekiwania na obsługę kasową. W oddziałach, w których odbywa się obsługa klientów segmentu bankowości osobistej lub biznesowych, istnieją wydzielone pokoje przeznaczone na spotkania z klientami.</i>
Nie ma oferty dla klienta zamożnego.	<i>W 2013 roku pojawi się nowa oferta bankowości osobistej oparta na przeznaczonym dla tego segmentu Maksymalnym Koncie wraz z Pakietem Korzyści.</i>
Za każdym razem kontaktuję się z inną osobą na infolinii i muszę wyjaśniać sprawę od początku.	<i>Trwają prace nad zmianą sposobu rejestrowania zgłoszeń. Ponadto pracujemy nad tym, aby doradca miał dostęp do każdej otwartej sprawy.</i>

## Rada Klientów Biznesowych

Rada Klientów Biznesowych jest nowatorskim podejściem do budowania relacji między klientami a Bankiem. Jej celem jest poznanie opinii przedsiębiorców – klientów Banku, o proponowanych rozwiązaniach, portfelu produktów oraz poziomie obsługi. Rada składa się z 80 klientów naszego Banku, którzy reprezentują segment małych i średnich firm oraz korporacji. Posiedzenia Rady odbywają się co kwartał,

a przewodniczy im Wiceprezes Zarządu Banku BPH, odpowiedzialny za Pion Bankowości Korporacyjnej Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Jej Członkowie mają możliwość wyrażania opinii na tematy ważne dla Banku niezależnie od kalendarza spotkań. Swoimi uwagami mogą dzielić się również w formie elektronicznej na specjalnie stworzonej stronie internetowej: [www.radaklientowbiznesowych.pl](http://www.radaklientowbiznesowych.pl).

## Bank, który słucha i reaguje

### OLGA MALINOWSKA

Dyrektor ds. Zarządzania Ryzykiem,  
Magellan SA

*Bank może skorzystać z dobrych rad od klientów, którzy są zadowoleni ze współpracy, a tym samym mogą oni przekazać pewne sugestie, informacje i życzenia.*

## 1.4 BEZPIECZEŃSTWO FINANSOWE NASZYCH KLIENTÓW

Zależy nam na tym, by nasi klienci czuli się komfortowo i bezpiecznie oraz efektywnie zarządzali swoimi finansami i nie zadłużali się powyżej bezpiecznego dla nich poziomu.

### Bezpieczeństwo klientów to podstawa dla odpowiedzialnego banku

Bank godny zaufania to przede wszystkim bank dbający o to, by jego klienci czuli się bezpiecznie. Ten postulat ma dwa wymiary – z jednej strony chodzi o zapewnienie im (także poprzez ich edukację w tym zakresie) bezpieczeństwa przy korzystaniu z usług finansowych, z drugiej – o dbałość o ich bezpieczeństwo finansowe. Dziś, wobec zawirowań na światowych rynkach finansowych i kryzysu zaufania do instytucji finansowych, szczególnego znaczenia nabiera ten drugi aspekt. Bank BPH jest tego świadomy, dlatego inicjuje różne działania, które wzmacniają zaufanie klientów.

Bank BPH wdrożył unikalną na rynku biometryczną technologię potwierdzania tożsamości klientów Finger Vein. Technologia ta znalazła zastosowanie w procesie identyfikacji klienta, a w 2013 roku będzie wykorzystywana w procesie autoryzacji transakcji dokonywanych w oddziałach Banku. Technologia Finger Vein wykorzystuje fakt, że przepływ krwi w naczyńkach krwionośnych ludzkiego

palca jest unikalny dla każdego człowieka. W ramach projektu każde stanowisko w każdym z 284 oddziałów Banku BPH zostało wyposażone w czytnik biometryczny (potwierdzenie tożsamości klienta odbywa się poprzez umieszczenie palca w czytniku biometrycznym) oraz monitor kliencki (służący do wyświetlania danych, które klient będzie akceptował poprzez przyłożenie palca do czytnika). W trosce o bezpieczeństwo finansowe klientów Bank dba także o to, by utrzymywali oni swoje zadłużenie na bezpiecznym poziomie. (Więcej w części dotyczącej odpowiedzialności w procesie udzielania kredytu).

W celu zwiększenia bezpieczeństwa przy korzystaniu z usług finansowych Bank przygotowuje materiały edukacyjne dla klientów (np. sekcja: bezpieczeństwo na stronie internetowej Banku, zawierająca wskazówki dla klientów korzystających z bankowości elektronicznej, Vademecum dla karty kredytowej lub karty do konta).

## WYRÓŻNIAJĄ NAS ZASADY FAIR PLAY

### ZASADA FAIR PLAY #14

Identyfikacja biometryczna – bezpieczna weryfikacja tożsamości

**Pragniemy zapewniać najwyższy poziom bezpieczeństwa transakcji dokonywanych przez klientów.**

Dlatego od 1 lutego 2013 roku udostępniamy w naszych oddziałach nowoczesną technologię identyfikacji biometrycznej, która umożliwia weryfikację tożsamości poprzez przyłożenie palca do specjalnego czytnika. Identyfikacja biometryczna uzyskała tytuł Innowacji Roku 2012 w konkursie prowadzonym pod patronatem Wydziału Nauk Technicznych Polskiej Akademii Nauk.

### ZASADA FAIR PLAY #15

Świadectwo kredytowe – ocena indywidualnej zdolności kredytowej

**Chcemy, aby nasi klienci wiedzieli, w jaki sposób podejmuje decyzję kredytową oraz jak dbać o bezpieczeństwo finansowe.** Dlatego osoby wnioskujące o niezabezpieczone produkty kredytowe mają możliwość uzyskania świadectwa kredytowego przedstawiającego istotne elementy oceny kredytowej.





## PO PROSTU FAIR WOBEC PARTNERÓW



Realizacja strategii „fair play” Banku BPH przejawia się w jego uczciwości i transparentności w relacjach ze wszystkimi grupami interesariuszy, także partnerami, dostawcami, franczyzobiorcami i agentami czy organizacjami Członkowskimi. Bank, jako instytucja odpowiedzialna i godna zaufania, prowadzi otwarty dialog z otoczeniem, zmienia się i udoskonala, by zdobyć przewagę konkurencyjną na rynku.

## Co to znaczy być bankiem „Po prostu fair” dla partnerów

<p><b>PRZEJRZyste ZASADY DZIAŁANIA</b></p>	<p>Bank przywiązuje dużą wagę do tego, by jego działalność była zgodna zarówno z obowiązującymi przepisami prawa, jak i kodeksami dobrych praktyk. Dodatkowo – chcąc zapewnić etyczne działanie wewnątrz organizacji – opracował i przyjął szereg regulacji, które obowiązują wszystkich pracowników Banku. Wypracowane dotychczas przejrzyste zasady postępowania w odniesieniu do naszych partnerów będą konsekwentnie przez Bank rozwijane, stosownie do zmian zachodzących w otoczeniu oraz wniosków płynących z dialogu z interesariuszami. Chcemy, aby stanowiły one o DNA Banku BPH i wyróżniały nas na rynku.</p>
<p><b>DIALOG Z OTOCZENIEM</b></p>	<p>Bank prowadzi dialog ze wszystkimi grupami interesariuszy – pozyskuje, analizuje i wykorzystuje opinie klientów, partnerów, społeczności i pracowników na temat swojej działalności w celu poprawy jakości usług i doskonalenia współpracy z partnerami biznesowymi. Komunikacja ta prowadzona jest w sposób klarowny i czytelny. Kontynuowanie dialogu z otoczeniem jest naszym strategicznym celem w relacjach z partnerami. Dzięki temu lepiej się rozumiemy i budujemy wzajemne zaufanie.</p>
<p><b>ETYCZNE I PARTNERSKIE RELACJE Z DOSTAWCAMI</b></p>	<p>Dla Banku istotne jest, by jego relacje z dostawcami kształtowane były na zasadzie partnerstwa, w oparciu o jasne zasady współpracy. Nie mniejsze znaczenie ma także to, by Bank współpracował z dostawcami, którzy swoją działalność prowadzą w sposób etyczny.</p>

## Dlaczego etyczne i przejrzyste relacje z otoczeniem są ważne dla Banku?



**GRAŻYNA UTRATA**  
Wiceprezes Zarządu,  
Pion Prawny i Relacji Korporacyjnych

*Stale doskonalenie i stosowanie najwyższych standardów etycznych wobec wszystkich grup interesariuszy Banku jest procesem ciągłym i zarazem naturalnym, wpisanym w naszą kulturę korporacyjną. Zapewniamy poszanowanie zasady fair we współpracy z naszymi partnerami biznesowymi oraz prowadzimy biznes w sposób przejrzysty, oparty na stosowaniu najlepszych praktyk rynkowych. Dzięki temu budujemy wzajemne zaufanie i solidne relacje z partnerami. Wszystko to wspiera zrównoważony rozwój biznesu, którego działalność koncentruje się nie tylko na osiągnięciu korzyści finansowych, ale również na budowaniu trwałych i harmonijnych relacji z otoczeniem. Wsłuchiwanie się w głos partnerów i odpowiednie na niego reagowanie wpływa na utrwalanie wizerunku Banku, bezkonfliktowe prowadzenie działalności, wzrost konkurencyjności oraz prestiż wśród interesariuszy. Im dłużej zastanawiam się nad słusnością przyjętej przez nas strategii współpracy z partnerami biznesowymi, tym bardziej jestem przekonana, że warto podążać wybraną drogą.*

## 2.1 PRZEJRZYSTE ZASADY DZIAŁANIA

W trosce o transparentność Bank BPH prowadzi działalność w sposób zgodny z przepisami prawa, ale także z poszanowaniem zasad ładu korporacyjnego oraz zbioru dobrych praktyk, które dotyczą branży finansowej. Wyrazem dbałości o zapewnienie etycznych zachowań są opracowane i przyjęte przez Bank regulacje, do których przestrzegania zobowiązani są wszyscy pracownicy.

### Działamy etycznie i przejrzysto

Bank BPH jest spółką publiczną, notowaną od 1995 roku na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, i jako taka przywiązuje dużą wagę do zasad ładu korporacyjnego, które sprzyjają zrównoważonemu rozwojowi i są korzystne dla wszystkich grup interesariuszy. W 2012 roku Bank re-spektował wszystkie zasady ładu korporacyjnego, zawarte w „Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW” w kształcie zatwierdzonym przez Radę GPW w Warszawie 19 października 2011 roku. Bank przywiązuje szczególną wagę do przejrzystości działania oraz otwartej komunikacji prowadzonej w duchu dialogu i zaufania, co składa się – wraz z zasadami ładu korporacyjnego – na dobre praktyki spółek giełdowych. Wyrazem uznania wysokich standardów obowiązujących w Banku BPH w tym zakresie było włączenie jego akcji do Indeksu RESPECT, grupującego spółki wyróżniające się pod względem zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Dodatkowo w 2012 roku Bank znalazł się w gronie trzech najlepszych spółek giełdowych pod względem jakości raportowania danych pozafinansowych w rankingu opublikowanym przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych w ramach projektu „Analiza ESG spółek w Polsce”. Bank BPH został wyróżniony w dwóch kategoriach: „Spółki polskie należące do indeksu SWIG80” oraz „Sektor finansowy”. (Więcej informacji w oświadczeniu „Ład korporacyjny w Banku BPH 2012”, stanowiącym załącznik do Sprawozdania Finansowego za rok 2012).

#### RELACJE INWESTORSKIE

Aby sprostać wyzwaniom stawianym spółkom publicznym notowanym na GPW w Warszawie, Bank przestrzega określonych zasad w komunikacji z inwestorami i innymi uczestnikami rynku kapitałowego. Polityka komunikacyjna Banku w tym zakresie jest prowadzona przy zachowaniu wysokich standardów oraz zgodnie z zasadami: przejrzystości, rzetelności, wiarygodności i równego dostępu do informacji dla wszystkich uczestników rynku. Regularną formą komunikacji Banku BPH z analitykami rynku kapitałowego i inwestorami w 2012 roku były konferencje organizowane w dniu publikacji wyników finansowych spółki. Konferencje wynikowe są organizowane w formie tzw. webcastów, czyli wideokonferencji transmitowanych na żywo przez internet, co znacznie ułatwiało akcjonariuszom Banku dostęp do informacji. Podobny cel miała uchwała Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia, podjęta 30 maja 2012 roku, zgodnie z którą Bank zapewnia akcjonariuszom możliwość udziału w Walnym Zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Pytania z zakresu relacji inwestorskich otrzymują merytoryczną odpowiedź w ciągu 2 dni roboczych lub tygodnia, jeśli do udzielenia odpowiedzi wewnętrznych. wymagana jest dodatkowa ekspertyza.

**KONTROLA I ZARZĄDZANIE RYZYKIEM**  
Jednym z istotnych aspektów etycznego i przejrzystego działania jest kontrola i zarządzanie ryzykiem, w tym przede wszystkim – ryzykiem rynkowym i kredytowym. Sposób zarządzania ryzykiem reguluje szereg polityk i zasad, z których pierwszorzędne znaczenie ma zatwierdzona przez Radę Nadzorczą Polityka Inwestycyjna oraz Zarządzania Aktywami i Pasywami Banku BPH. Określa ona najważniejsze zasady oraz opisuje zarządzanie ryzykiem płynności i ryzykiem rynkowym na poziomie ogólnym. Na podstawie Polityki Bank opracowuje szczegółowe procedury w formie dokumentów wewnętrznych zatwierdzonych przez właściwe organy Banku (Zarząd Banku, Komitet Zarządzania Aktywami i Pasywami – ALCO, który jest odpowiedzialny za okresową kontrolę zarządzania ryzykiem rynkowym, oraz poszczególnych Członków Zarządu w zakresie ich kompetencji). Podstawowym celem Banku w zakresie zarządzania ryzykiem kredytowym jest utrzymanie tego ryzyka na bezpiecznym poziomie przy jednoczesnym zapewnieniu odpowiedniej dochodowości operacji kredytowych, zapewniającej stały wzrost zysków. Dzięki szerokiej i elastycznej palecie produktów kredytowych dostosowanych do potrzeb klientów, Bank alokuje kapitał w najbardziej ekonomiczny sposób, zapewniając odpowiednią kontrolę ryzyka kredytowego. (Więcej informacji na temat opisu istotnych czynników ryzyka: ryzyko stóp procentowych, ryzyko płynności, ryzyko wymiany walut, ryzyko operacyjne, ryzyko kredytowe, znajduje się w „Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Banku BPH za rok 2012”).

**W ZGODZIE Z DOBRZYMI PRAKTYKAMI BRANŻY FINANSOWEJ**  
Bank BPH, będąc od 1991 roku Członkiem Związku Banków Polskich, jest także sygnatariuszem „Zasad Dobrej Praktyki Bankowej”, czyli zbioru zasad postępowania, jakimi powinny kierować się banki w sześciu obszarach. Dwa z nich dotyczą relacji: banku wobec klientów oraz banków w stosunku do siebie nawzajem. Trzeci obszar określa wytyczne odnośnie do postępowania pracowników banku, czwarty – zasady przetwarzania danych osobowych. Dwa ostatnie obszary wiążą się z reklamą i sposobem postępowania ze skargami i reklamacjami klientów. Bank przestrzega również „Kanonu Dobrych Praktyk Rynku Finansowego”, które zostały opracowane przez Komisję Nadzoru Finansowego w 2008 roku. Zawarte w nim wytyczne, związane m.in. z komunikacją marketingową i reklamą, sposobem wdrażania produktów czy określające zasady współpracy z dostawcami, Bank uwzględnił w swoich regulacjach

## Duch i Litera

Zawsze bezkompromisowa uczciwość. Tak brzmi motto, zgodnie z którym powinien postępować codziennie i wszędzie każdy pracownik GE. To właśnie bezwzględnie i wszędzie do zasad etycznych GE zawdzięcza swoją czołową pozycję w światowym rankingu uczciwości i ładu korporacyjnego. Wyrazem tego jest kodeks postępowania GE „Duch i Litera” („The Spirit & The Letter”) – zbiór zasad etycznych, do przestrzegania których – nie tylko zgodnie z ich literą, ale także zgodnie z ich duchem – zobowiązani są wszyscy pracownicy.

O znaczeniu kodeksu w Banku BPH najlepiej świadczy to, że jest on wręczany każdemu pracownikowi z chwilą podpisania umowy o pracę. Jest to równoznaczne z przyjęciem przez niego Deklaracji Uczciwości i zapisów kodeksu. Zgodnie z nimi wszyscy zatrudnieni w Banku BPH, ale także osoby trzecie reprezentujące Bank, czyli np. franczyzobiorcy, muszą przestrzegać wytycznych GE oraz informować przełożonego, audytora, prawnika, pracownika compliance czy Ombudsperson o wszystkich naruszeniach, a nawet podejrzaniach naruszeń zasad etycznych. Na liderach spoczywa również obowiązek wzmocnienia kultury compliance w organizacji oraz zapobiegania, wykrywania i reagowania na ewentualne problemy.

### PIĘĆ OBSZARÓW UCZCIWOŚCI

Kodeks „Duch i Litera” określa zasady postępowania pracowników GE w pięciu obszarach działalności biznesowej:

#### WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI I KLIENTAMI

Wytyczne zawarte w tej części dotyczą niedozwolonych korzyści materialnych, relacji z dostawcami, ograniczeń w handlu międzynarodowym, przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy i ochrony danych osobowych. Wszyscy pracownicy i wszystkie jednostki Banku podlegają ścisłej kontroli pod względem stosowania wytycznych kodeksu,

także w zakresie przeciwdziałania korupcji. W raportowanym okresie nie odnotowano przypadków korupcji w organizacji.

#### WSPÓŁPRACA Z WŁADZAMI

Ta część kodeksu reguluje kwestie związane z kontaktami z agencjami rządowymi, urzędnikami oraz organizacjami międzynarodowymi.

#### KONKURENCJA NA RYNKU GLOBALNYM

Wytyczne zawarte w tym rozdziale dotyczą konieczności przestrzegania przepisów dotyczących konkurencji i przepisów antymonopolowych. W 2012 roku nie odnotowano przypadków podjęcia kroków prawnych w stosunku do Banku w obszarze naruszeń zasad wolnej konkurencji.

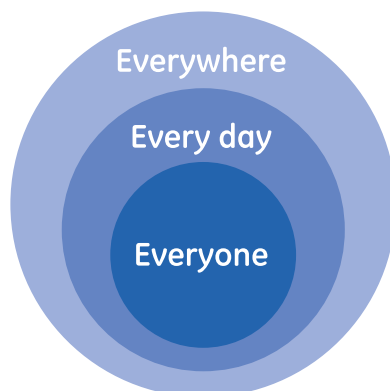
#### SPOŁECZNOŚCI GE

Wytyczne jasno określają obowiązek dbania o ochronę środowiska, bezpieczeństwo i higienę pracy, zapewnienia bezpieczeństwa i zarządzania sytuacjami kryzysowymi oraz stworzenia równych szans zatrudnienia, które w GE znaczą więcej niż tylko przestrzeganie przepisów prawa pracy i praw pracowników (w tym tak podstawowych jak: niezatrudnianie nieletnich, dobrowolność zatrudnienia). Wszędzie tam, gdzie GE prowadzi działalność, stara się tworzyć środowisko uwzględniające potrzeby wszystkich pracowników. Wszystkie decyzje i działania związane z zatrudnieniem podejmowane są bez względu na kolor skóry, kraj pochodzenia, płeć, orientację seksualną, wiek, niepełnosprawność lub inne cechy danej osoby. We wskazanym okresie nie odnotowano zgłoszeń dotyczących dyskryminacji w miejscu pracy.

#### OCHRONA WŁASNOŚCI GE

Zasady precyzują sposób postępowania z własnością intelektualną, kontrolą finansową, konfliktami interesów, a także przekazywaniem poufnych informacji mających wpływ na kurs akcji oraz obrót nimi.

**Everywhere, Every day, Everyone, czyli wszędzie, codziennie, każdy. Codziennie każdy pracownik GE ma możliwość wpływu na reputację naszej firmy – wszędzie tam, gdzie prowadzimy działalność.**



## Całkowita liczba godzin szkoleniowych z obszaru etyki biznesu w 2012 roku to 21 527

### Szkolenia dotyczące etyki

Kodeks „Duch i Litera”, precyzujący zasady etyczne, do przestrzegania których zobowiązany jest każdy pracownik GE, zachęca także do odwiedzenia strony intranetowej, na której znajdują się m.in. informacje o szkoleniach w zakresie przestrzegania określonych w kodeksie wytycznych. Bank z jednej strony nakłada na pracowników obowiązek stosowania określonych reguł postępowania, z drugiej – dba o to, by przygotować ich do przestrzegania zasad compliance.

Lista obowiązkowych szkoleń compliance w Banku BPH obejmuje 21 pozycji. Niektóre są przeznaczone dla wszystkich pracowników (np. przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu), pozostałe dla osób zatrudnionych w określonych pionach czy na wybranych stanowiskach (np. przestrzeganie przepisów dotyczących ochrony konkurencji, niedozwolone korzyści majątkowe, prawo autorskie, relacje z dostawcami, wytyczne dla windykacji, rola liderów w tworzeniu kultury compliance).

Odsetek pracowników, którzy zostali przeszkoleni w zakresie zwalczania korupcji: w 2012 roku to 99,8%, w 2011 roku 98,6%.

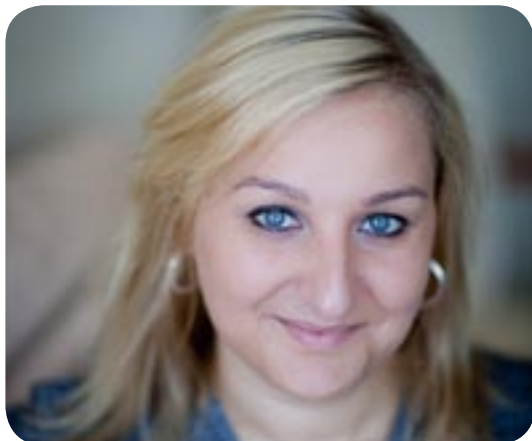
Podstawowym szkoleniem w tym zakresie, w którym musi wziąć udział każdy pracownik Banku BPH, nie później niż w ciągu 45 dni od daty zatrudnienia, jest e-learningowe szkolenie Compliance w GE (The Spirit and The Letter). Jego program obejmuje m.in. elementy przestrzegania praw człowieka i odpowiedzialnej bankowości (Responsible Banking). Dzięki temu, że w 2012 roku uczestniczyli w nim wszyscy nowo przyjęci pracownicy, 100% zatrudnionych w Banku zapoznało się z tematyką polityk i procedur regulujących kwestie przestrzegania praw człowieka w zakresie prowadzonej działalności, a liczba godzin szkoleniowych w ramach szkolenia Compliance w GE wyniosła 2836 w 2011 roku i 1446 w 2012 roku (łącznie w ciągu dwóch lat 4282).

## Compliance Champions Network

- Przestrzeganie zasad compliance jest kluczowym elementem strategii Banku BPH, bo to dzięki nim Bank jest instytucją fair play. Dlatego tak ważne jest, by pracownicy angażowali się w działania, które wspierają i rozwijają efektywną kulturę compliance oraz uwzględniają najwyższe standardy etyczne. Odpowiedzią na tę potrzebę są Compliance Champions, czyli pracownicy, którzy – poza wykonywaniem swoich obowiązków służbowych – zobo-

wiązali się wspierać kulturę compliance poprzez dzielenie się swoim doświadczeniem i wiedzą na temat stosowania na co dzień najwyższych standardów etycznych, a także poprzez dawanie przykładu swoją postawą. Compliance Champions mają pomagać innym pracownikom Banku w zrozumieniu i stosowaniu zasad compliance, a także wyjaśniać wątpliwości w tym zakresie oraz wspierać w rozwiązywaniu problemów.

## Jaka jest rola Compliance Championa w organizacji?



**MONIKA HYBZA**  
Menedżer ds. Efektywności Procesów i Komunikacji w Departamencie Zarządzania Francyzami, Compliance Champion dla Pionu Sprzedaży

*Stosowanie zasad i wartości etycznych oraz przestrzeganie przepisów prawa i procedur na co dzień powinno być czymś naturalnym i zrozumiałym. To spore wyzwanie ze względu na znaczną liczbę wytycznych, procedur i różnych regulacji, które nas, jako pracowników Banku, obowiązują. Moją rolą jako Compliance Championa jest wspieranie współpracowników, podpowiadanie im, jak rozwiązać daną sprawę, gdzie uzyskać odpowiedź lub jaką ścieżkę postępowania zastosować. Istotną rolę odgrywają też regularna komunikacja i szkolenia, w których przypominamy najważniejsze zasady i postawy zgodne z etyką, jak np. Tydzień Świadomości Compliance, podczas którego przypomnieliśmy m.in. naszym franczyzobiorcom o najważniejszych wytycznych dotyczących ochrony danych osobowych czy przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu. Duże znaczenie ma także wyróżnianie i docenianie postaw compliance. Dlatego już po raz trzeci w naszym Departamencie będziemy organizować Plebiscyt Wartości GE, w ramach którego, poprzez wzajemne nominacje, wyłonimy i nagrodzimy osoby wyróżniające się na co dzień określonymi wartościami.*

## OMBUDSPERSON

### Powiernicy pracowników

Bank BPH przywiązuje szczególną wagę do tego, by wszyscy pracownicy przestrzegali zasad kodeksu etycznego „Duch i Litera”, a w przypadku ich naruszenia mieli możliwość zgłaszania tego faktu właściwym osobom w Banku, bez obawy o to, że spotkają się z negatywnymi skutkami. Taką funkcję pełni Ombudsperson – niezależny powiernik, któremu pracownicy Banku mogą zgłaszać (bezpośrednio, listownie, telefonicznie, e-mailem lub pośrednio poprzez korporacyjnego Ombudsperson, działającego w strukturach GE) wszelkie trudne sprawy związane z pracą w GE i który jest zobowiązany do udzielenia pomocy w sytuacji, gdy zasady i wytyczne obowiązujące w kodeksie etycznym GE zostaną naruszone. Sprawy kierowane od Ombudsperson powinny znaleźć rozstrzygnięcie w terminie 45 dni od daty zgłoszenia, choć nigdy dążenie do terminowego rozwiązania nie powinno odbywać się kosztem jakości analizy. Ombudsperson działa poza hierarchią służbową, dzięki czemu zachowuje bezstronność

i niezależność. Niezależność Ombudsperson polega na braku zależności służbowej od organów Banku w obszarze pełnionej funkcji. Na życzenie osoby zgłaszającej problem jest zobowiązany zachować informację, od kogo pochodzi zgłoszenie, w tajemnicy.

Grupa Ombudsperson w Banku BPH obecnie składa się z 14 osób reprezentujących wszystkie pionierskie działalności. Dzięki realizowanym od 2011 roku działaniom komunikacyjnym 95% pracowników Banku jest świadome tej roli – jak wynika z ankiety Ombuds Awareness, przeprowadzonej w Banku w 2012 roku. W 2011 i w 2012 roku zgłosili oni odpowiednio: 109 i 55 spraw. Spośród 55 zapytań z 2012 roku trzy dotyczyły łamania zapisów kodeksu „Duch i Litera”, 15 było związanych z obowiązującymi politykami, natomiast 37 odnosiło się do spraw pracowniczych (niedotyczących kodeksu „Duch i Litera”). Niektóre ze zgłoszeń przyczyniły się do usprawnienia istniejących w Banku procedur oraz mechanizmów kontrolnych.

### Grupa Ombudsperson w Banku BPH składa się z 14 osób



### Jaka jest rola Ombudsperson w organizacji, jakie stoją przed nim wyzwania?



**PAWEŁ JEMIOŁ**

Dyrektor Departamentu Zarządzania Zmianą Systemu Centralnego, Główny Ombudsperson

*Program Ombudsperson to taki „alarm przeciwpożarowy, którego nieuzasadnione użycie nie będzie karane”. Z założenia ma być łatwo dostępny dla każdego pracownika. Najczęściej bywa uruchomiony, gdy jeden pracownik lub niewielka ich grupa czują się poszkodowani lub uważają, że naruszane są ich prawa. Ombudsperson włączony w taki problem ma za zadanie doprowadzić do oceny sytuacji przez obiektywnych ekspertów z danej dziedziny. Tym sposobem pomagamy dusić w zarodku problemy związane z ryzykiem wszelkiego rodzaju nieprawidłowości i nadużyć wewnętrznych, dzięki czemu chronimy Bank.*

*Rola Ombudsperson jest o tyle trudna, że nikt nie kontaktuje się z nami w celu podzielenia się satysfakcją z realizowanej przez siebie pracy. Zawsze jest to dzielenie się problemem, czasami negatywnymi emocjami. Jednak najbardziej motywujące dla Ombudsperson są sytuacje, w których udaje nam się doprowadzić do trwałego ulepszenia istniejących w firmie rozwiązań i mieć swój wkład w budowanie kultury firmy opartej na transparentności oraz praworządności.*

### 95% pracowników wie, czym zajmuje się Ombudsperson

## Wprowadzamy rozwiązania, dzięki którym pracownicy mogą działać skutecznie i w zgodzie z procedurami

<b>BAZA WEWNĘTRZNYCH AKTÓW PRAWNYCH</b>	Dzięki niej pracownicy Banku mają łatwy dostęp do bazy danych, zawierającej wszystkie aktualne oraz archiwalne wewnętrzne akty prawne. Takie rozwiązanie zapewnia prawidłową realizację wszelkich procesów.
<b>LEGAL HELP DESK</b>	Zestaw pytań i odpowiedzi, dzięki któremu doradcy Banku mają szybki dostęp do gotowych rozwiązań powtarzalnych problemów prawnych, co z jednej strony ułatwia im obsługę klientów, a z drugiej – dzięki dostarczaniu natychmiastowej odpowiedzi na większość problemów prawnych, z jakimi borykają się klienci i pracownicy oddziałów – wzmacnia wizerunek Banku jako instytucji profesjonalnej i godnej zaufania.
<b>UPROSZCZENIE WEWNĘTRZNEGO PROCESU LEGISLACYJNEGO</b>	Wprowadzenie poprawek do Statutu Banku, przyznających grupie Dyrektorów prawa do wydawania rozporządzeń wraz z wprowadzeniem nowego systemu elektronicznego przepływu dokumentów, spowodowało uproszczenie procesu i obniżenie liczby przypadków wymagających wspólnej decyzji Zarządu, co przełożyło się na szybsze podejmowanie decyzji.

## 2.2 DIALOG Z OTOCZENIEM

Bank BPH jest otwarty na dialog z otoczeniem, czyli każdą z czterech grup interesariuszy: klientów, pracowników, partnerów biznesowych i społeczeństwo. W ten sposób nie tylko buduje trwałe relacje, ale także zyskuje możliwość wysłuchania uwag i opinii na temat swoich produktów, usług oraz działalności. Dzięki temu wie, co zmieniać i usprawniać, by utrwać pozycję Banku godnego zaufania.

Realizacja strategii „fair play” Banku BPH opiera się na wdrażaniu inicjatyw stworzonych z myślą o czterech grupach interesariuszy: klientach, pracownikach, partnerach i społeczności. Inicjatywy te mają potwierdzić, że Bank BPH jest instytucją godną zaufania i transparentną, czyli działającą fair. Wzmacnianie zaufania całego otoczenia wymaga ciągłych zmian. W takim podejściu niezbędna jest otwarta i konsekwentna komunikacja z interesariuszami – tylko dzięki niej Bank wie, jakie są ich potrzeby i oczekiwania. I jedynie w oparciu o otrzymane w dialogu informacje może wdrażać i usprawniać rozwiązania tak, by sprostać oczekiwaniom otoczenia, a w efekcie – stać się Bankiem po prostu fair. Dialog nie może pomijać żadnej z grup

interesariuszy. Szczególną rolę odgrywa komunikacja z klientami, ponieważ to oni – jako bezpośredni odbiorcy usług i produktów Banku – wskazują główne kierunki działań i ewentualnych zmian.

Otwarta komunikacja z pracownikami służy nie tylko włączaniu ich w proces doskonalenia organizacji, ale też jest jednym z elementów budowania satysfakcji z bycia częścią zespołu Banku. To zaś jest niezbędne do tego, by stali się naturalnymi ambasadorami strategii „fair play”. Nie mniej istotny jest dialog z partnerami biznesowymi, którzy współpracując z Bankiem – jak np. franczyzobiorcy czy dostawcy – mają wpływ na jakość oferowanych przez niego usług i zachodzących w nim procesów,

a tym samym na sposób jego postrzegania przez klientów. Dlatego słuchanie opinii i reagowanie na postulaty jest również elementem realizowania strategii „fair play”.

#### **DIALOG W RAMACH ORGANIZACJI CZŁONKOWSKICH**

Ugruntowaniu pozycji Banku BPH jako instytucji godnej zaufania służy także dialog z organizacjami Członkowskimi. Bank prowadzi go poprzez udział w pracach izb gospodarczych, organizacji biznesowych i handlowych oraz stowarzyszeń, których jest Członkiem. Dzięki tej współpracy Bank ma nie tylko okazję do zaprezentowania swojej opinii w sprawach istotnych dla sektora bankowego (podatek bankowy, CRD3, ochrona danych osobowych itd.), ale także promowania reguł fair play wśród tej grupy interesariuszy. Bank BPH bierze udział w blisko 20 radach, komitetach i grupach roboczych Związku Banków Polskich (m.in. Radzie Prawa Bankowego, Radzie Arbitra Bankowego, Komitecie Bezpieczeństwa, Radzie ds. Bankowości Elektronicznej, Grupie ds. Funduszy UE i innych). Uczestniczy również w posiedzeniach Sekcji Banków Dużych ZBP, a także w Walnych Zgromadzeniach Związku, gdzie jest reprezentowany przez Grażynę Utratę, Wiceprezesa Zarządu Banku BPH. W 2012 roku Bank BPH miał możliwość zaprezentowania na Forum Komisji Etyki Bankowej swoich standardów etycznych, ujętych w Kodeksie Odpowiedzialnej Bankowości.

Bank równie aktywnie działa w Konfederacji Lewiatan. Uczestniczy w dyskusjach programowych Polskiego Związku Pracodawców Prywatnych Banków i Instytucji Finansowych oraz w spotkaniach organizowanych przez Konfederację. Opiniuje projekty aktów prawnych, inicjowanych na szczeblu Unii Europejskiej oraz na poziomie krajowym. W 2012 roku Bank przekazał Konfederacji 45 opinii, dotyczących m.in.: nowelizacji prawa bankowego i Kodeksu postępowania cywilnego w zakresie mocy urzędowej dokumentów bankowych, propozycji likwidacji Bankowego Tytułu Egzekucyjnego, ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także – na poziomie europejskim – regulacji w zakresie podatku od transakcji finansowych oraz ochrony danych osobowych.

W 2012 roku Bank BPH uczestniczył w ważnych wydarzeniach współorganizowanych przez Polsko-Amerykańską Izbę Handlową, m.in. w uroczystości związanej z 20. rocznicą obecności GE w Polsce, a także w Forum Ekonomicznym w Krynicy, gdzie przedstawił historię swojej obecności na polskim rynku oraz inicjatywy związane ze strategią „fair play”. Jako Członek Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych Bank brał udział w organizowanych przez SEG konferencjach, których celem było podniesienie wiedzy z zakresu standardów etycznych, odpowiedzialnego inwestowania oraz raportowania danych pozafinansowych. Poprzez Członkostwo swojej kadry menedżerskiej w radach dwóch instytucji Bank uczestniczył w wypracowaniu inicjatyw programowych i planów działania tych organizacji.

#### **WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI REPREZENTUJĄCYMI KONSUMENTÓW**

Bank przywiązuje szczególną wagę do reklamacji klientów, traktując je jako cenne źródło opinii i sygnałów o działalności Banku, możliwościach usprawnień i obszarach wymagających dalszych prac w dążeniu do podnoszenia jakości obsługi. Temu celowi służą również relacje Banku z instytucjami i organizacjami reprezentującymi konsumentów oraz występującymi do Banku w ich imieniu – w szczególności z Komisją Nadzoru Finansowego, Generalnym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych, Arbitrem Bankowym przy Związku Banków Polskich, Powiatowymi i Miejskimi Rzecznikami Konsumentów oraz Federacją Konsumentów. Wyjaśniając wątpliwości, stanowiące przyczynę interwencji wspomnianych instytucji i organizacji, Bank stara się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom klientów, uwzględniając prawa i obowiązki obu stron zawartych umów, obowiązujące przepisy oraz standardy wynikające z realizacji strategii fair play. Mimo że – jak wynika ze sprawozdań z działalności KNF i Arbitra Bankowego – przybywa reklamacji dotyczących banków, liczba wystąpień kierowanych do Banku BPH z roku na rok maleje. Potwierdza to skuteczność działań Banku na rzecz podnoszenia satysfakcji klientów z obsługi w ramach umów z nim zawartych.



## Dialog i zaangażowanie interesariuszy

<p><b>KLIENCI INDYWIDUALNI I BIZNESOWI</b></p>	<p><b>FORUM KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH</b> To cykl bezpośrednich spotkań przedstawicieli Banku z klientami indywidualnymi, w czasie których klienci mają możliwość przekazania uwag o produktach i usługach Banku, a Bank – w oparciu o te opinie – może dostosować ofertę do potrzeb i oczekiwań klientów. (Więcej w rozdziale „Klienci”, w części poświęconej dialogowi z klientami).</p> <p><b>RADA KLIENTÓW BIZNESOWYCH</b> Opinie i sugestie klientów są dla nas niezwykle ważne, dlatego Zarząd Banku wraz z przedstawicielami linii biznesowych spotyka się cyklicznie z klientami z segmentu MSP i korporacyjnego, aby poznać ich opinię na temat proponowanych produktów i usług, a następnie lepiej dopasować ofertę do ich potrzeb. Spotkania te są również okazją do wzajemnego poznania się przedsiębiorców, wymiany doświadczeń, a także nawiązania współpracy biznesowej. (Więcej w rozdziale „Klienci”, w części poświęconej dialogowi z klientami).</p> <p><b>ŚNIADANIA INWESTYCYJNE Z KLIENTAMI ZAMOŻNYMI</b> Spotkania w tej formule umożliwiają klientom nawiązanie bezpośredniego kontaktu z ekspertami Banku zajmującymi się rynkiem kapitałowym, poznanie ich opinii o aktualnej sytuacji, a także oferty dopasowanej do zmieniających się trendów. Bank zwiększa swą obecność w tym segmencie, buduje trwałe relacje z klientami oraz wzmacnia ich lojalność.</p> <p><b>TELEFONY POWITALNE I POSPRZEDAŻOWE DO KLIENTÓW</b> Dzięki tej formie dialogu klienci otrzymują informacje o zaletach produktu, z którego skorzystali, sposobie jego działania, zasadach spłaty, a także kanałach kontaktu i serwisie internetowym. (Więcej w rozdziale „Klienci”, w części poświęconej dialogowi z klientami).</p>
<p><b>PARTNERZY</b> AGENCI, PARTNERZY PROWADZĄCY PLACÓWKI NA ZASADZIE FRANCZYZY, REGULATORZY ORAZ INSTYTUCJE RYNKU KAPITAŁOWEGO, AKCJONARIUSZE, ANALITYCY RYNKU KAPITAŁOWEGO ORAZ FIRMY RATINGOWE, STOWARZYSZENIA I JEDNOSTKI PRZETWARZANIA INFORMACJI, DOSTAWCY</p>	<p><b>RADA PARTNERÓW (FRANCZYZOBORCÓW)</b> Dzięki swej opiniotwórczo-doradczej funkcji Rada wspiera Bank w zakresie współpracy z partnerami biznesowymi (franczyzobiorcami). (Więcej w części poświęconej dialogowi z otoczeniem).</p> <p><b>KWARTALNE KONFERENCJE DOTYCZĄCE WYNIKÓW BANKU</b> Wszyscy zainteresowani (w tym szczególnie inwestorzy, analitycy, media) mają dostęp do aktualnych informacji dotyczących kondycji Banku, który w ten sposób wzmacnia swoją pozycję instytucji transparentnej i godnej zaufania, czyli działającej fair.</p> <p><b>FORUM DOSTAWCÓW</b> Cykl regularnych spotkań z wybranymi największymi dostawcami Banku buduje długotrwałe relacje i służy doskonaleniu współpracy między partnerami biznesowymi. (Więcej w części poświęconej etycznym i partnerskim relacjom z dostawcami).</p> <p><b>DIALOG Z REGULATORAMI</b> Komisja Nadzoru Finansowego (KNF) na bieżąco w 2012 roku kierowała do Banku BPH korespondencję, wynikającą ze sprawowania nadzoru finansowego. Przedmiotem szczególnej troski KNF były sprawy z obszaru zarządzania ryzykiem, m.in. badanie oceny skutków światowego kryzysu gospodarczego z wykorzystaniem testów warunków skrajnych, oceny ryzyka prania pieniędzy i finansowania terroryzmu. Znacząca część korespondencji dotyczyła realizacji zadań pionspekcyjnych z obszaru zarządzania ryzykiem oraz zadań zarekomendowanych przez KNF w związku z przeglądem przez nadzór finansowy systemów zarządzania ryzykiem (BION). Ponadto w 2012 roku odbywały się cykliczne spotkania Zarządu Banku z przedstawicielami władz KNF, na których omawiany był postęp w realizacji celów biznesowych Banku BPH.</p>

<p><b>PRACOWNICY</b></p>	<p><b>GEOS – GE OPINION SURVEY</b> Badania opinii pracowniczej z jednej strony wzmacniają satysfakcję pracowników, z drugiej dostarczają Bankowi informacji o ich potrzebach oraz poziomie zadowolenia z pracy, a także służą do tworzenia inicjatyw, które mają wspierać zaangażowanie pracowników (więcej o innych formach dialogu z pracownikami w rozdziale „Pracownicy”, w części poświęconej komunikacji i satysfakcji).</p>
<p><b>SPOŁECZNOŚCI</b> SPOŁECZNOŚCI LOKALNE, DOMY DZIECKA, ORGANIZACJE POŻYTKU PUBLICZNEGO, ŚRODOWISKO NATURALNE</p>	<p><b>WOLONTARIAT PRACOWNICZY</b> Pracownicy Banku BPH, działając w ramach wolontariatu pracowniczego, przeprowadzili w 2012 roku ponad 130 akcji, które były odpowiedzią na oczekiwania i potrzeby konkretnych placówek i społeczności lokalnych – domów dziecka, organizacji pożytku publicznego, środowiska. (Więcej w rozdziale „Społeczeństwo”, w części poświęconej wolontariatowi pracowniczemu).</p>

## Dlaczego dla spółki giełdowej i instytucji finansowej ważne jest prowadzenie dialogu z interesariuszami?

**DR MIROŚLAW KACHNIEWSKI**  
Prezes Zarządu Stowarzyszenia  
Emitentów Giełdowych

*Spółki giełdowe powinny dawać przykład, że można dążyć do maksymalizacji zysku, działając w sposób społecznie odpowiedzialny i uwzględniając opinie swoich interesariuszy, biorąc także pod uwagę wpływ firmy na środowisko czy społeczność lokalną. Instytucje finansowe mają przed sobą dodatkowe wyzwania, w tym zwłaszcza w obszarze edukacji finansowej społeczeństwa i uczciwej reklamy produktów finansowych, choć obie te kwestie stają się coraz trudniej-*

*sze z uwagi na postępującą złożoność rynku. W przypadku instytucji finansowych bardzo istotne jest oddziaływanie pośrednie – poprzez uwzględnienie czynników ESG (E – Environmental, S – Social, G – Governance) w procesie analizy wniosków kredytowych i podejmowania decyzji inwestycyjnych. Takie działanie daje obopólną korzyść – na przedsiębiorcach wymusza przeanalizowanie projektów także pod kątem środowiskowym i społecznym, a Bankowi umożliwia lepsze oszacowanie ryzyka (wszak bezpieczniej jest finansować np. budowę obwodnicy uzgodnionej z lokalną społecznością niż forsowanej wbrew niej).*

## Członkostwo w stowarzyszeniach – ważny element dialogu z interesariuszami

<p><b>AMERYKAŃSKA IZBA HANDLOWA W POLSCE</b></p>	<p>Najwyższa kadra menedżerska Banku uczestniczy w konferencjach organizowanych przez AmCham.</p>
<p><b>KONFEDERACJA LEWIATAN</b></p>	<p>Przedstawiciele Banku BPH biorą udział w pracach Polskiego Związku Pracodawców Prywatnych Banków i Instytucji Finansowych Konfederacji Lewiatan.</p>
<p><b>ZWIĄZEK BANKÓW POLSKICH</b></p>	<p>Reprezentanci Banku zasiadają w radach, komitetach, grupach roboczych ZBP, m.in. w: Radzie Prawa Bankowego, Radzie Arbitra Bankowego, Komitecie Bezpieczeństwa, Radzie ds. Bankowości Elektronicznej, Radzie Usług Płatniczych, Grupie ds. Funduszy UE.</p>
<p><b>STOWARZYSZENIE EMITEN- TÓW GIEŁDOWYCH</b></p>	<p>Wiceprezes Zarządu Banku BPH był w 2012 roku Członkiem Rady Nadzorczej SEG.</p>
<p><b>IZBA DOMÓW MAKLERSKICH</b></p>	<p>Dyrektor Biura Maklerskiego Banku BPH zasiada w Radzie IDM.</p>
<p><b>POLSKIE STOWARZYSZENIE DEALERÓW BANKOWYCH</b></p>	<p>Przedstawiciele Banku BPH angażują się w edukację ekonomiczną i promowanie standardów etycznych na rynku finansowym, co jest jednym ze statutowych celów ACI.</p>

## Rada Partnerów

Doradztwo i opiniowanie działań Banku w zakresie współpracy między Bankiem i franczyzobiorcami – to główne zadanie Rady, która reprezentując interesy wszystkich partnerów franczyzowych Banku, zgłasza w ich imieniu uwagi i postulaty dotyczące wzajemnych relacji. O tym, jak skuteczną formą dialogu są spotkania Rady, świadczy fakt, że wiele z tych pomysłów już wdrożono, co przyczyniło się do usprawnienia współpracy i różnych procesów. Tylko w 2012 roku spośród 65 postulatów zgłoszonych w ramach Rady spełniono 35, a 9 z nich znajduje się w trakcie analiz i realizacji.

Utworzona w 2008 roku Rada Partnerów działa od 2012 roku w nowej formule, określonej w regulaminie działalności Rady. Tworzy ją sześciu Partnerów, reprezentujących trzy makroregiony, Członek Honorowy i Przewodniczący. O randze prowadzonego z Radą, czyli partnerami biznesowymi, dialogu świadczy fakt, że w jej kwartalnych spotkaniach stacjonarnych uczestniczy Wiceprezes Zarządu Banku odpowiedzialny za Pion Sprzedaży, raz w miesiącu odbywają się robocze telekonferencje z Członkami Rady, a zgłaszane przez nią postulaty są poddawane codwutygodniowym przeglądom wewnętrznym.



**GRZEGORZ WASILEWSKI**  
Partner Banku BPH,  
Przewodniczący Rady Partnerów

*Współpraca Banku BPH z franczyzobiorcami wspierana jest przez Radę Partnerów, unikalne w skali kraju ciało doradcze składające się z partnerów reprezentujących interesy*

*wszystkich franczyzobiorców zainteresowanych dobrą, partnerską wymianą informacji. Budowane od kilku lat relacje z Zarządem Banku pozwoliły wypracować skuteczną komunikację w zakresie oferty i procedur bankowych, a także rozwiązywania problemów związanych z biznesowym zarządzaniem placówkami przez partnerów. Jako przewodniczący Rady uważam, że Zarząd Banku dobrze wykorzystuje wiedzę partnerów odnośnie do spraw operacyjnych i lokalnych potrzeb klientów Banku, a jednocześnie wspiera przedsiębiorczość partnerów i motywuje do osobistego rozwoju. To pozytywne wartości, które w ciągu wieloletniej współpracy sprawiły, że relacje między Członkami Rady Partnerów i Zarządem Banku zbliżyły wielowymiarowo sposób postrzegania biznesu po obu stronach.*

## 2.3 ETYCZNE I PARTNERSKIE RELACJE Z DOSTAWCAMI

Dla Banku BPH bardzo istotne jest, by również jego relacje z dostawcami oparte były na Zasadach Fair Play. Dlatego traktuje ich po partnersku i we współpracy z nimi stosuje jasne zasady. Z drugiej strony konsekwentnie wymaga od dostawców, by prowadzili swoją działalność w sposób etyczny, czyli w zgodzie z wartościami, które leżą u podstaw strategii Banku.

### Po prostu fair proces zakupowy

Partnerskie podejście do dostawców, jako wyraz postawy fair Banku BPH, najlepiej obrazuje sposób przeprowadzania procesu przetargowego przez Bank. Proces zakupowy jest transparentny dla wszystkich jego uczestników, co w praktyce oznacza, że dostawcy na każdym etapie otrzymują informację dotyczącą przebiegu, wyników i podjętych decyzji – zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, oraz ewentualnych opóźnień. W celu zapewnienia równego i przejrzystego sposobu traktowania wszystkich dostawców do dokumentacji przetargowej (już na etapie zapytania ofertowego) został dodany nowy paragraf, opisujący

filozofię „fair play”. Bank BPH zobowiązał się tym samym wobec wszystkich uczestników procesu zakupowego, że będzie traktował ich w sposób równy i bezstronny, że zapewni im podobny czas na przygotowanie i przesłanie ofert oraz że podda otrzymane oferty handlowe bezstronnej i obiektywnej ocenie merytorycznej. W zapytaniu ofertowym znajduje się także jasno opisany cały proces wyboru dostawcy, harmonogram, role i odpowiedzialności poszczególnych osób z zespołu negocjacyjnego. Podobne zapisy, dotyczące Zasad Fair Play, umieszczono również w procedurze zakupowej.

## Etyka Biznesu naszych dostawców jest dla nas ważna

Podstawą współpracy Banku z dostawcami jest Etyka Biznesu – deklaracja jej przestrzegania przez dostawcę jest warunkiem uzyskania statusu kontrahenta GE. Zapisy dotyczące Etyki Biznesu są integralną częścią procesu ofertowego już na etapie zapytania ofertowego. Formułując one oczekiwania Banku wobec kontrahentów. Najważniejsze z nich mówią o zakazie zatrudniania osób nieletnich i dyskryminacji pracowników, konieczności stosowania przepisów prawa w zakresie minimalnych wynagrodzeń i godzin pracy oraz ochrony środowiska, a także zapewnienia pracownikom bezpiecznych i zdrowych warunków pracy. Inne zapisy mają na celu przeciwdziałanie korupcji i praniu pieniędzy, a także przestrzeganie przepisów doty-

czących ochrony konkurencji i konsumentów, standardów rachunkowych oraz prawa własności intelektualnej osób trzecich. Dodatkowo każdy nowy dostawca, podwykonawca i inny partner biznesowy jest weryfikowany pod kątem obecności na listach podmiotów objętych sankcjami międzynarodowymi, które zawierają również informacje o podmiotach łamiących prawa człowieka. Wszyscy dostawcy i partnerzy biznesowi są również weryfikowani w mediach, a także w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). W 2011 i 2012 roku procedurze tej poddano odpowiednio: 382 i 243 nowo zawarte umowy. Weryfikacja taka jest również wykonywana okresowo dla całej bazy dostawców Banku.

## Forum Dostawców

Spotkania z wybranymi, największymi dostawcami Banku doskonale wpisują się w tak istotny element odpowiedzialnego biznesu, jakim jest otwarty dialog z interesariuszami. Służą przede wszystkim trwałej i otwartej komunikacji między Bankiem a jego partnerami biznesowymi, której celem jest udoskonalenie współpracy. Podczas każdego ze spotkań zarówno przedstawiciele Banku, jak i dostawcy oceniają wzajemne relacje i przedstawiają pomysły, które mogą przełożyć się na jakość współpracy. W efekcie powstaje zbiór działań, które mają zostać wdrożone

i przeanalizowane podczas kolejnego spotkania. Ustalenia dotyczą np. konsolidacji zamówień, wypracowania nowego modelu cenowego czy konieczności przypisania jednej osoby kontaktowej w celu poprawy jakości komunikacji. Nowa inicjatywa Banku spotkała się z pozytywną reakcją ze strony dostawców, którzy docenili możliwość bezpośredniej wymiany uwag i pomysłów służących wypracowaniu optymalnego modelu współpracy. W 2012 roku odbyło się 11 spotkań w ramach Forum Dostawców.



**DOROTA BUCZMA**  
Dyrektor Biura Zakupów

*Forum Dostawców stanowi okazję do wspólnego omówienia najważniejszych spraw dotyczących bieżącej współpracy i zastanowienia się nad innymi, nowymi możliwościami. Jest to także dobra okazja do zbudowania trwałej relacji z dostawcą.*

## Jaką wartość dla dostawcy mają spotkania z Bankiem? Czy są wiarygodne i skuteczne?

**PAWEŁ CZAJKOWSKI**, Prezes Zarządu  
Hewlett-Packard Polska Sp. z o.o.

*Chciałbym bardzo podziękować za spotkanie, które z jednej strony dało nam możliwość podsumowania wyników Forum Dostawców, a z drugiej stworzyło platformę do*

*prezentacji nowych obszarów przyszłych rozmów i potencjalnej współpracy. Jestem przekonany, że dzięki wspólnym rozmowom i zaangażowaniu obu stron wskażemy tematy, które będą podstawą kolejnych działań.*

## PO PROSTU FAIR WOBEC PRACOWNIKÓW



Strategia „fair play” wspiera Bank BPH w dążeniu do bycia instytucją społecznie odpowiedzialną w relacjach ze wszystkimi kluczowymi grupami interesariuszy, w tym pracownikami. Bank postępuje fair wobec pracowników, którzy są najważniejszymi ambasadorami jego strategii, a ich zaangażowanie bezpośrednio warunkuje dalszy rozwój Banku. Działania wobec pracowników koncentrują się wokół obszarów, które są powiązane z kluczowymi zobowiązaniami w tym zakresie.

## Co to znaczy być bankiem „Po prostu fair” dla pracowników?

<b>ROZWÓJ KARIERY</b>	Bank BPH przywiązuje dużą wagę do rozwoju i szkoleń pracowników. Dzięki temu wzmacnia kluczowe umiejętności, wiedzę i postawy, ale także pomaga pracownikom wykorzystywać tkwiący w nich potencjał i buduje ich zaangażowanie.
<b>ZDROWE I PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY</b>	Poprzez oferowanie pracownikom różnorodnych możliwości rozwoju zawodowego i przygotowanie do wykonywania zadań na danym stanowisku pracy Bank stwarza przyjazne miejsce pracy, a dzięki atrakcyjnemu programowi benefitów zachęca pracowników do zachowań prozdrowotnych i prowadzenia zdrowego trybu życia.
<b>KOMUNIKACJA I SATYSFAKCJA</b>	Otwarta i proaktywna komunikacja z pracownikami to jeden z priorytetów Polityki Personalnej Banku i warunek budowania satysfakcji pracowników, a co za tym idzie – utrzymania ich w organizacji.
<b>WSPIERANIE RÓŻNORODNOŚCI</b>	Bank BPH konsekwentnie wspiera różnorodność w środowisku pracy. Realizując Politykę Różnorodności, Bank zachęca pracowników do wykorzystania swojego potencjału, bez względu m.in. na płeć, wiek, wyznanie, pochodzenie czy niepełnosprawność.

## Jakie znaczenie dla Banku ma postępowanie fair wobec swoich pracowników?



**VERONIKA IVANOVIC**  
Dyrektor Wykonawczy Pionu Zasobów Ludzkich

Bank BPH to „nasza firma”, a nie „moja firma”. Działamy, wspólnie pokonując wyzwania i współpracując w wysoce wydajnej kulturze pracy, która inspirowuje zarówno naszych pracowników, jak i klientów do dzielenia się najlepszymi praktykami, prowadzenia działalności zgodnej z przepisami i wspierania naszych społeczności poprzez szeroko zakrojone działania filantropijne. Pracujemy nad umocnie-

niem więzi z pracownikami w ramach różnych programów. Słuchamy ich, przeprowadzając okresowe ankiety opinii pracowników, tworzymy Zasady Fair Play, dzięki którym wdrażamy nasze wartości i programy. Wciąż inwestujemy w rozwój osobisty naszych pracowników. Angażujemy się w budowanie silnej, zdywersyfikowanej kultury i dajemy równe szanse naszym zróżnicowanym talentom w kraju i na świecie. Naszym celem jest stworzenie świetnego miejsca pracy, a poprzez organizacje wewnętrzne, takie jak GE Women’s Network, HealthAhead czy GE Volunteers, pracujemy nad zapewnieniem zrównoważonego i otwartego na innych środowiska pracy. Podstawowym czynnikiem dla naszych pracowników jest bycie dobrym i odpowiedzialnym obywatelem. Jest to także kluczowe w kreowaniu wartości dla Banku BPH i wielu naszych akcjonariuszy. Bank BPH oferuje swoim pracownikom narzędzia niezbędne do świadczenia usług zgodnie z naszymi obietnicami w tym złożonym i szybko zmieniającym się środowisku.

## Nasze podejście do pracowników

Polityka Personalna Banku jest ściśle powiązana z jego strategią biznesową, opartą na filozofii „fair play”. Dlatego działania Pionu Zasobów Ludzkich, odpowiedzialnego za realizację tej Polityki, z jednej strony oparte są na bezkompromisowej uczciwości, której wyznacznikiem są zasady compliance, czyli zgodności z wewnętrznym kodeksem etycznym oraz przepisami prawa i regulacjami, a z drugiej – dotyczą tak ważnych kategorii, jak rozwój kariery, zdrowie i przyjazne miejsce pracy, komunikacja i satysfakcja oraz różnorodność. W 2012 roku Bank rozpoczął prace nad nową Polityką Personalną, która została przyjęta przez Zarząd, a określone w niej cele są na bieżąco monitorowane. Podejście to wskazuje kluczowe obszary zarządzania zasobami ludzkimi, nawiązując do podziału opartego na cyklu funkcjonowania pracownika w organizacji:

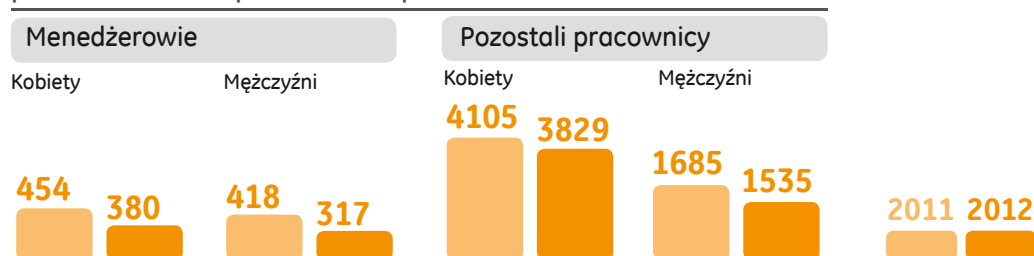
- > zatrudnianie i pozyskiwanie talentów,
- > rozwój,
- > zarządzanie,
- > utrzymywanie.

W każdym z tych obszarów znajdują się elementy istotne z punktu widzenia realizacji celów biznesowych Banku. Polityka podkreśla rolę przejrzystej komunikacji

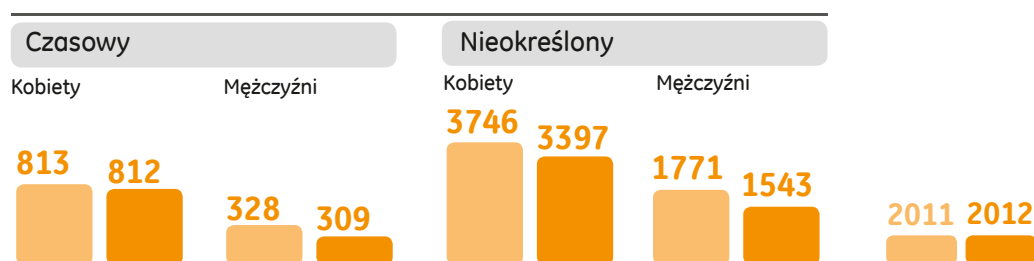
wewnętrznej, a także wysokich standardów procesów HR i wskazuje, że dopiero połączenie tych wszystkich elementów przynosi efekt w postaci zaangażowania w realizację celów biznesowych oraz satysfakcji pracowników. Zarządzanie zasobami ludzkimi w Banku BPH we wszystkich sferach działalności uwzględnia obowiązujące w Polsce regulacje prawne w zakresie prawa pracy oraz zasady z zakresu praw człowieka i standardów pracy ujęte w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka. Ponadto jest ono oparte na najwyższych standardach etycznych, w tym na wypracowanych przez wiele lat narzędziach i procesach GE. Korporacja ta znana jest m.in. z wysokiej kultury rozwoju kadry menedżerskiej, co jest efektem wielu zaawansowanych procesów HR. Bank czerpie z tej wiedzy i doświadczenia. Starania Banku podejmowane w obszarze zasobów ludzkich znalazły uznanie zarówno wśród kadry, jak i na zewnątrz organizacji. Na przełomie 2012 i 2013 roku Bank, po przeprowadzeniu niezależnego audytu Polityki Personalnej, ponownie został wyróżniony przez Fundację Obserwatorium Zarządzania prestiżowym tytułem Inwestor w Kapitał Ludzki.

## Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę (w podziale na płeć)

Łączna liczba pracowników w rozbiciu na kierowników i pozostałych pracowników w podziale na płeć



Łączna liczba zatrudnionych w podziale na rodzaje umów o pracę i płeć



Łączna liczba osób zatrudnionych na stałe w podziale na rodzaje zatrudnienia i płeć



## 3.1 ROZWÓJ PRACOWNIKÓW

Poszerzanie kluczowych umiejętności i wiedzy oraz kreowanie pożądanych postaw to efekty prowadzonych przez Bank działań i programów rozwojowych oraz szkoleniowych, służących realizacji strategii „fair play” w odniesieniu do pracowników. Ich rozwój zapewniają również: rozwój talentów i planowanie sukcesji, efektywny proces zarządzania wynikami pracy oraz wsparcie udzielane w procesie rozwoju kariery.

### Jesteśmy fair na każdym etapie

Najważniejsze filary Polityki Personalnej, opisanej w ramach strategii „fair play”, są związane z cyklem funkcjonowania pracownika w organizacji: zatrudnianiem i pozyskiwaniem talentów, rozwojem, zarządzaniem oraz budowaniem zaangażowania prowadzącego do zatrzymania pracowników w organizacji. Na każdym etapie rozwoju kariery każdy może liczyć na indywidualne, dopasowane do tego etapu i swoich potrzeb, rozwiązania rozwojowe oferowane przez Bank.

Pozyskiwanie talentów odbywa się nie tylko w ramach regularnego procesu rekrutacji, ale także jest wspierane poprzez programy staży i praktyk – m.in. Program Absolwent (indywidualne plany rocznych staży dla studentów i absolwentów wyższych uczelni) oraz konkurs „Grasz o staż”, w którym stawką jest praktyka ufundowana przez Bank. Narzędziem, które ułatwia identyfikację wewnętrznych talentów do bieżących lub przyszłych możliwości rozwoju w GE, jest Internal Talent Pool, dzięki któremu każdy pracownik może zamieścić swoje CV w globalnej bazie. W roku 2012 rozpoczęła się kampania edukacyjna, skierowana do pracowników Banku,

przedstawiająca ideę Career Navigation, której celem jest budowanie świadomości dotyczącej zarówno procesu i narzędzi wspierających rozwój, jak i roli pracownika oraz Banku w tym procesie. Istotą programu Career Navigation jest badanie możliwości rozwojowych, wspieranie nauki i codziennego rozwoju, a jego główne założenia oparte są na czterech filarach:

1. Zrozum, czym jest dla ciebie sukces.
2. Poznaj GE i Bank BPH.
3. Osiągaj cele i rozwijaj się każdego dnia.
4. Buduj i dbaj o relacje.

Kluczowym elementem podejścia do zarządzania zasobami ludzkimi Banku jest system zarządzania wynikami. Jednym z jego elementów jest roczna ocena pracowniczka, dokonywana w oparciu o wyniki pracy i przejawiane wartości. Jest ona prowadzona według unikatowej metodologii opracowanej przez GE – EMS (Employee Management System). Ocenie tej podlegają wszyscy pracownicy, którzy są zatrudnieni minimum 3 miesiące i nie przebywają na długotrwałym zwolnieniu.

### Samodzielność plus wsparcie



**MARCIN TOCZYŃSKI**

Stażysta 17. edycji konkursu „Grasz o staż” w Pionie Marketingu i Zarządzania Produktami

*Jeśli myślisz o stażu jako o formie pracy, podczas której podejmujesz zadania mało odpowiedzialne, to znaczy, że nie uczestniczyłeś w stażu w Banku BPH. Podczas praktyk miałem okazję podejmować takie same zadania, za jakie odpowiadają pracownicy zatrudnieni na stałe w Banku. Realizowałem również samodzielny projekt. Przez cały ten czas miałem zapewnione wsparcie i opiekę, co na początku kariery zawodowej jest szczególnie ważne.*



## Transparentnie i obiektywnie – cykl zarządzania wynikami pracy w GE

Cykl zarządzania wynikami w Banku rozpoczyna się na początku roku procesem wyznaczania celów indywidualnych i zespołowych. Istotnym narzędziem w cyklu zarządzania wynikami jest ocena pracownicza – EMS (Employee Management System), transparentny i obiektywny globalny system oceny rocznej, któremu podlegają wszyscy pracownicy GE na świecie. Ocena jest prowadzona według unikatowej metodologii, stworzonej dzięki wieloletnim doświadczeniom zgromadzonym przez GE. Podstawą oceny są wyniki pracy i zgodność obserwowanych zachowań z Wartościami GE. Stwarza ona pracownikowi możliwość

podzielenia się z bezpośrednim przełożonym swoimi osiągnięciami, planami rozwoju, a także wskazania mocnych stron czy zainteresowań zawodowych. Dzięki ocenie pracownik otrzymuje informację zwrotną na temat oceny wyników swojej pracy, oceny Wartości GE i możliwości rozwoju zawodowego oraz swojej postawy, tak by móc sprostać oczekiwaniom współpracowników. Kontynuacją oceny jest tzw. sesja C, która jest strategiczną dyskusją liderów biznesu na temat potencjału pracowników, wyników ich pracy i dalszych kroków w karierze.

## Możliwości rozwojowe dla naszych pracowników. Podsumowanie aktywności rozwojowych w 2012 roku

### AKADEMIA ROZWOJU

Inicjatywa promująca budowanie kultury dzielenia się wiedzą, obejmująca szkolenia prowadzone „przez pracowników dla pracowników” (1418 uczestników).

### LEARN & LEAD

Cykl szkoleń adresowanych do kadry kierowniczej Banku, prowadzonych przez wewnętrznych trenerów, którzy otrzymali certyfikat wydawany przez centrum szkoleniowe GE Crotonville Learning Center (218 uczestników).

### FUTURE LEADERS PROGRAM

Program rozwojowy uruchomiony w 2012 roku dla utalentowanych kobiet zajmujących stanowiska kierownicze, wspierający rozwój strategicznego myślenia oraz umiejętności menedżerskie (12 uczestniczek).

### COACH FOR BETTER

Coaching menedżerski prowadzony przez grupę certyfikowanych wewnętrznych coachów (162 uczestników, 673 godziny coachingu).

### EXECUTIVE COACHING

Program rozwojowy, zainicjowany w 2011 roku, przeznaczony dla utalentowanych kobiet tworzących kadre menedżerską wyższego szczebla (16 uczestniczek).

### GLOBAL ENGLISH

Program nauki języka angielskiego on-line (490 uczestników).

### SZKOLENIA ZEWNĘTRZNE

Szkolenie zewnętrzne skoncentrowane na budowaniu kompetencji związanych z Wartościami GE (236 uczestników).

### SZKOLENIA KORPORACYJNE (GE GLOBAL LEARNING)

Korporacyjne szkolenia dla menedżerów ze wszystkich biznesów GE prowadzone przez certyfikowanych trenerów GE Crotonville Learning Center (42 uczestników).

### E-LEARNING – ZASOBY ON-LINE

Rozwój to nie tylko formalne szkolenia i programy rozwojowe, ale również możliwość korzystania z dużej liczby szkoleń e-learning oraz zasobów on-line, które są dostępne dla każdego pracownika.

W oparciu o uwagi i wskazówki pracowników Bank stale doskonali wszystkie propozycje rozwojowe.

## Tydzień dla rozwoju

Your Growth Week to podejmowana rokrocznie wewnętrzna inicjatywa Banku BPH, będąca częścią globalnego projektu, organizowanego przez GE Capital. Podstawą Your Growth Week są trzy filary: rozwój zawodowy, zaangażowanie oraz przywództwo, a jego istotą jest aktywne uczestnictwo Członków Zarządu poprzez dzielenie się wiedzą i doświadczeniem. W ramach tej inicjatywy podejmowane są różnorodne działania rozwojowe: m.in. szkolenia, warsztaty, spotkania, czaty, przygotowywane z myślą zarówno o pracownikach centrali, jak i oddziałów Banku. W ramach Your Growth Week w 2012 roku odbyło się 17 szkoleń, w których udział wzięło ponad 900 pracowników.

## Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia i płci

### ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W PODZIALE NA KATEGORIE ZATRUDNIENIA W 2012 ROKU

#### MENEDŻEROWIE



#### POZOSTALI PRACOWNICY



### ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W PODZIALE NA PŁEĆ W 2012 ROKU

#### KOBIETY



#### MĘŻCZYŹNI



## 3.2 ZDROWE I PRZYJAZNE MIEJSCA PRACY

Strategia „fair play” wymaga stworzenia miejsca pracy przyjaznego zatrudnionym, czyli takiego, które umożliwi pracownikom wszechstronny rozwój zawodowy, oferuje przejrzyste oraz spójne zasady wynagradzania i premiowania, wzmacniające stabilność zatrudnienia i dobrą atmosferę pracy. Bycie fair wobec pracowników to także dbałość o ich zdrowie, wyrażana m.in. poprzez program benefitów zachęcających kadrę Banku do prowadzenia zdrowego trybu życia.

### Dbamy o pracowników

Polityka Wynagrodzeń i Benefitów Banku BPH obejmuje działania na rzecz wszystkich pracowników. Każdy pracownik ma zapewnioną bezpłatną opiekę medyczną w prywatnej klinice. Istnieje także możliwość objęcia podobną opieką członków rodziny pracownika. Rodzaj pakietu, a co za tym idzie, skala opieki, zależy od szczebla zaszerogowania organizacyjnego pracownika.

Wszyscy pracownicy GE są także uczestnikami Programu Ubezpieczenia Chubb, który obejmuje ubezpieczenie na wypadek śmierci lub inwalidztwa w wyniku wypadku oraz ubezpieczenie w podróżach służbowych.

Pracownicy i ich rodziny oraz emeryci i renciści, zatrudnieni nigdy w Banku BPH, mogą liczyć na dofinansowywanie wypoczynku w ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Z Funduszu finansowane są także karnety wstępu do obiektów rekreacyjno-sportowych (MultiSport)

lub kulturalno-rozrywkowych (zgodnie z wyborem pracownika). Pochodzące stąd środki, podobnie jak te zgromadzone w specjalnym Funduszu Pomocy, przeznaczone są również na wsparcie pracowników, którzy znaleźli się w wyjątkowo trudnej sytuacji (pokrycie kosztów leczenia, finansowanie turnusów rehabilitacyjnych, wypłata rent dla dzieci zmarłych pracowników itd.). Działalność socjalna Banku obejmuje również pożyczki na cele mieszkaniowe dla osób, które nie mają mieszkania własnościowego (jednorazowo w okresie zatrudnienia) oraz pożyczki na remont mieszkania (raz na cztery lata).

Bank BPH przyznaje – w dowód uznania swoim pracownikom – nagrodę specjalną za staż pracy w ramach Grupy GE. Wysokość Nagrody Long Service Award, wypłacanej w formie bonów upominkowych, zależy od stażu pracy i zwiększa się co pięć lat.

### Nowatorski Program Wyróżniania i Nagradzania

Nowatorski Program Wyróżniania i Nagradzania Above & Beyond stwarza pracownikom Banku BPH wyjątkową szansę nagradzania i bycia nagradzonym. Każdy może zostać nominowany i każdy może nominować do nagrody swoich współpracowników czy przełożonych. Służy temu specjalna strona intranetowa, na której wystarczy się zalogować i zaproponować osobę, którą chcemy

nagrodzić lub wyróżnić, wysokość tej nagrody oraz podać jej uzasadnienie. Przyznane w ramach programu Above & Beyond nagrody finansowe o różnej wysokości są formą docenienia pracowników za niezwykle i znaczące osiągnięcia wykraczające poza standardowe obowiązki służbowe.

### Jesteśmy fair do końca

Program Kontynuacji Kariery realizowany był od czerwca do końca 2012 roku – i później do marca 2013 roku – w związku z przeprowadzaną przez Bank restrukturyzacją zatrudnienia. Udział w nim zaproponowano wszystkim pracownikom odchodzącym z firmy w ramach zwolnień grupowych. Program tzw. outplacementu został przygotowany i prowadzony przez wyspecjalizowaną firmę zewnętrzną, przy wsparciu HR Menedżerów z Banku BPH. Podejmowane w ramach programu działania (Warsztaty Kontynuacji Kariery i Warsztaty Przedsiębiorczości oraz indywidualne konsultacje) polegały na udzieleniu pracownikom kompleksowego wsparcia. Dotyczyło ono zarówno

osób chcących kontynuować swoją karierę zawodową w korporacjach, jak i tych, które rozwały możliwość rozpoczęcia działalności gospodarczej. Wsparcie obejmowało również pomoc w dotarciu do headhunterów i potencjalnych pracodawców (rekomendacje) oraz do ofert pracy i informacji rynkowych (monitoring ofert, wyszukiwarka ofert na specjalnej platformie, raporty płacowe). Odbywające się w ramach programu Warsztaty Kontynuacji Kariery zostały ocenione bardzo wysoko przez uczestników. Bardzo dużym zainteresowaniem i uznaniem cieszyły się również Warsztaty Przedsiębiorczości.

## WSPÓLNIE TROSCZYMY SIĘ O ZDROWIE NASZE I NASZYCH RODZIN

### Program HealthAhead



#### **ANNA HRUSZKA**

Lider HealthAhead w Banku BPH,  
Dyrektor Departamentu ds. Weryfikacji  
Kontroli Procesów Operacyjnych

#### **PRZYWÓDZTWO**

organizacja Pikników Rodzinnych HealthAhead, spotkania dla rodzin pracowników, Kampania Małych Kroków

#### **ZAPOBIEGANIE I BADANIA PROFILAKTYCZNE**

konsultacje medyczne, szczepienia, warsztaty oraz czaty z ekspertami, szkolenia e-learningowe z zakresu zdrowia, koordynacja programu „Strażnicy Wagi”

#### **ZDROWIE ODŻYWIANIE**

oznaczenie zdrowych produktów w punktach gastronomicznych na terenie Banku, edukacja dotycząca zdrowego odżywiania, zapewnienie oferty zdrowego cateringu, koordynacja dotacji do zdrowych posiłków na terenie Banku

#### **WALKA Z NAŁOGIEM TYTONIOWYM**

miejsce pracy wolne od tytoniu, Program Rzucenia Palenia – Program dla Pracowników i ich Rodzin, konsultacje i badania medyczne, warsztaty i kampanie informacyjne

*W trosce o zdrowie pracowników i ich rodzin Bank BPH dołączył do korporacyjnego programu HealthAhead, który ma na celu promowanie kultury zdrowia. Program koncentruje się na najważniejszych elementach zdrowego trybu życia. Jednym ze zrealizowanych w 2012 roku celów było utrzymanie certyfikatu HealthAhead (potwierdzającego realizację wysokich standardów w zakresie promocji zdrowego trybu życia). Wszystkie elementy, na których koncentruje się program, mają pozytywny wpływ na zdrowie pracowników, ich efektywność w pracy i spędzanie czasu wolnego. Potwierdzają to też otrzymywane od pracowników informacje – wiele osób zdecydowało się zmienić swoje przyzwyczajenia na zdrowsze albo zaczęło aktywnie spędzać czas wolny.*

#### **AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA**

organizacja Lig Sportowych: koszykówki, siatkówki, piłki nożnej, promocja aktywności fizycznej, Pokój Gier w lokalizacjach – gry ruchowe typu Wii etc., parkingi dla rowerów i ścieżki zdrowia

#### **STRES I ZDROWIE EMOCJONALNE**

warsztaty i infolinia – telefoniczna pomoc psychologiczna dla pracowników, szkolenia z zarządzania stresem, Pokoje Relaksu w lokalizacjach

#### **NIEOBECNOŚCI Z POWODÓW ZDROWOTNYCH**

szkolenia i warsztaty z zakresu nieobecności w pracy spowodowanych problemami zdrowotnymi, szkolenia dla pracowników call center z emisji głosu

#### **HIGIENA I BEZPIECZEŃSTWO**

zapewnienie urządzeń AED (defibrylatorów) w obiektach, szkolenia z zakresu pierwszej pomocy i AED



#### **PIOTR GRUSZCZYŃSKI**

Lider HealthAhead dla Warszawy,  
Dyrektor Departamentu Usług

*Kierowanie inicjatywą HealthAhead w Warszawie to dodatkowe zajęcia, będące uzupełnieniem moich regularnych obowiązków, które daje mi radość i satysfakcję. Cieszę się, że w codziennym pośpiechu możemy się choć na chwilę zatrzymać i zastanowić nad własnym zdrowiem. Nasz Bank nam w tym pomaga. Dzięki temu wielu z nas wprowadziło w swoim życiu zmiany – od małych po bardzo duże. Niektórzy zaczęli się zdrowo odżywiać, inni biegać, kolejni rzucili palenie. Nawet ściskanie gumowej, czerwonej piłeczki przynosi efekty. Ja staram się jak najczęściej korzystać ze schodów zamiast z windy i dowiedziałem się, jak smaczna jest kalarepa. W wolnym czasie gram w tenisa, a zimą jeżdżę na snowboardzie.*

## 3.3 KOMUNIKACJA I SATYSFAKCJA

Prowadzenie otwartego dialogu z pracownikami jest jednym z priorytetów Polityki Personalnej Banku BPH. Komunikacja jest bowiem warunkiem koniecznym do tego, by pracownicy rozumieli kierunek działań swojej firmy, czerpali satysfakcję z pracy i chcieli na stałe związać się z organizacją.

### Jesteśmy otwarci na dialog z pracownikami

Bank BPH przywiązuje szczególną wagę do prowadzenia otwartej komunikacji z pracownikami, wiedząc, że to jeden z warunków budowania trwałej satysfakcji. Dialog to także świetny sposób na włączenie pracowników w proces doskonalenia organizacji tak, by proponowane zmiany były zgodne z ich oczekiwaniami i służyły faktycznej poprawie

klimatu organizacyjnego oraz warunków pracy. Otwarta komunikacja jest jednym z podstawowych elementów kultury Banku, który podejmuje liczne działania w tym obszarze. Wiele z nich powstaje w porozumieniu lub jest zainspirowanych przez samych pracowników.

### Jaka jest rola komunikacji z pracownikami w Polityce Personalnej Banku ?



**PAWEŁ SMARDZ**  
Dyrektor Departamentu Relacji Pracowniczych i Rekrutacji

*Rola komunikacji w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi jest jednym z kluczowych elementów Polityki Personalnej. Wzmocnieniu komunikacji z pracownikami służy m.in. powołana w 2012 roku inicjatywa – tzw. Otwarty*

*HR (Open HR). W ramach niej przeprowadzono szereg działań prezentujących funkcjonowanie Pionu Zasobów Ludzkich, w których mogli uczestniczyć pracownicy. Jednym z elementów inicjatywy było badanie satysfakcji kadry menedżerskiej z działań Pionu Zasobów Ludzkich przeprowadzone z wykorzystaniem metodologii Net Promoter Score (NPS).*

*Bank przywiązuje również dużą wagę do dialogu społecznego, prowadzonego z pięcioma organizacjami związkowymi działającymi w Banku. Efektem takiego dialogu było osiągnięcie w 2012 roku porozumienia w zakresie restrukturyzacji. W poprzednich latach ze związkami zawodowymi omawiano także zmiany Regulaminu Wynagradzania, który wprowadzono w miejsce Układu Zbiorowego Pracy. Określone w regulaminie zasady wynagradzania obejmują wszystkich pracowników Banku zatrudnionych na podstawie umowy o pracę. Wraz z rozpoczęciem negocjacji są oni informowani o procesie, a o wszystkich zmianach zgodnie z prawem pracownicy informowani są najpóźniej 14 dni przed ich wprowadzeniem.*

### Spotkania poza hierarchią

Spotkania poza hierarchią to spotkania Członków Zarządu z pracownikami poszczególnych pionów z pominięciem poziomu bezpośredniego przełożonego. W przebiegających pod tym hasłem spotkaniach uczestniczą pracow-

nicy, którzy reprezentują wszystkie obszary działalności i poziomy organizacji Banku. Zaproszenia do udziału w spotkaniach kierują do wybranych pracowników przełożeni wspierani przez HR Menedżera.

## Efektywnie zarządzamy pytaniami pracowników

Portal Samoobsługi Personalnej jest narzędziem mającym ułatwić pracownikom kontakt we wszystkich sprawach kadrowo-płacowych. Innowacyjną różnicą pomiędzy standardowym portalem obsługi personalnej jest podział spraw pod kątem najczęściej zadawanych zapytań pracowniczych (zmiana danych osobowych, narodziny dziecka itp.). Na każde pytanie pojawia się odpowiedź uproszczona pod kątem procesu i formularzy. Gdy informacje zamieszczone na stronie są niewystarczające, pracownicy mogą za pośrednictwem portalu skontaktować się z właściwą jednostką Pionu Zasobów Ludzkich. Pytania wysłane tą drogą trafiają bezpośrednio do odpowiedniego eksperta. Dzięki zastosowanym w portalu rozwiązaniom technicznym (m.in. możliwości sprawdzania statusu zadanego pytania) pracownicy sprawnie załatwiają sprawy kadrowe.

Integralną częścią Portalu Samoobsługi Personalnej jest Infolinia Departamentu Kadr. Dzwoniąc pod jeden numer, należy wybrać temat rozmowy, która zostanie przekierowana do odpowiedniego eksperta kadrowo-płacowego. Infolinia dedykowana jest nie tylko pracownikom, ale też byłym pracownikom i instytucjom zewnętrznym zadającym pytania Departamentowi Kadr. Działanie Infolinii jest opomiarowane i monitorowane pod kątem uzupełnienia informacji zawartych na portalu. Opisany model obsługi zapytań pracowników znakomicie sprawdził się w tak dużej jak Bank BPH organizacji. Szybka dostępność informacji daje możliwość sprawnej obsługi kadrowo-płacowej, co spotyka się z dużą aprobatą pracowników.

## Dobra komunikacja to także umiejętność słuchania

Bank systematycznie prowadzi badania opinii pracowniczek GEOS – GE Opinion Survey – i na podstawie ich wyników dokonuje analizy potrzeb oraz satysfakcji pracowników. Wnioski z tych analiz są wskazówkami do tworzenia inicjatyw, które mają wspierać zaangażowanie pracowników. Najlepszym przykładem takiej praktyki jest powołanie w 2011 roku Rady GEOS – zespołu mającego opracować listę inicjatyw, których wdrożenie przyniesie zmiany zgodne z oczekiwaniami pracowników. Jego ideę oddaje najlepiej hasło, które przyświeca badaniu GEOS: „Pracownicy dla pracowników”.

W 2011 – pierwszym roku działania, Rada GEOS skupiła się na wdrażaniu inicjatyw ogólnobankowych (takich jak SuperNOVA, Above & Beyond). W roku 2012 Rada wzmacniała inicjatywy realizowane w poszczególnych Pionach. Przyjęta strategia przyniosła wymierne efekty – oceny pracowników w każdej kategorii poprawiły się – podsumował Piotr Karnkowski, Lider Rady GEOS 2011-2012. W roku 2013 Bank skupi się na dalszej poprawie wyników w kategoriach takich jak: upraszczanie, ukierunkowanie na klienta, rozwój pracowników, strategia i przywództwo.

## Co poprawiliśmy po badaniu satysfakcji pracowniczek?

Po każdym badaniu opinii pracowniczek (zarówno badaniu GEOS, jak i innych badaniach, w których Bank uczestniczy) dokonywana jest analiza informacji zwrotnych przekazanych przez pracowników. Przykładowo, w wyniku przeprowadzonego w 2012 roku badania Inwestor w Kapitał Ludzki wprowadzono m.in. inicjatywę Otwarty HR,

wzmacniającą komunikację o działaniach Pionu Zasobów Ludzkich do pracowników, a także zmieniono zasady zapisów na szkolenia wewnętrzne, zapewniając większą przejrzystość i efektywność. Trwają również prace nad szkoleniem z zakresu technik rekrutacyjnych dla menedżerów, na potrzebę którego wskazali oni w jednym z badań.

## Szukamy innowacyjnych pomysłów i usprawnień

W 2012 roku w ramach programu SuperNOVA pracownicy Banku BPH zgłosili wiele ciekawych pomysłów. Spośród ponad 270 propozycji 62 otrzymały status „do wdrożenia”, a kolejnych dwanaście już zrealizowano. Propozycje dotyczyły zarówno małych, jak i dużych zmian: m.in. usprawnienia procesu zapisu na szkolenia do Akademii Rozwoju, zastosowania nowych rozwiązań technologicznych przy drukowaniu i wysyłce korespondencji masowej czy też wdrożenia globalnej książki teled adresowej dla całego Banku BPH. Autorzy pomysłów, które zostały lub zostaną wprowadzone w życie, otrzymują nagrody w ramach programu Above & Beyond.

Program SuperNOVA stał się inspiracją do powołania kolejnej idei – Tygodnia Walki z Absurdami. W czasie jego trwania pracownicy zgłaszają propozycje usprawnień, które mają istotny wpływ na funkcjonowanie procesów w całym Banku. Efektem Tygodnia Walki z Absurdami w 2012 roku było 389 konkretnych pomysłów, które dotyczyły stu różnych procesów przebiegających w firmie. Wdrożenie niektórych przyniosło wymierne korzyści dla Banku (np. idea „Bez spisu treści, bez pieczętek, bez niepotrzebnych kopert” spowodowała, że czas potrzebny na przygotowanie korespondencji skrócił się o dwie trzecie).



## 3.4 WSPIERANIE RÓŻNORODNOŚCI

Bank BPH uznaje różnorodność i równość szans za istotne przewagi konkurencyjne, pozwalające zdobyć i utrzymać utalentowanych pracowników. Uwolnienie potencjału tkwiącego w twórczych zespołach pracowników różniących się płcią, wiekiem, pochodzeniem, wykształceniem czy doświadczeniem sprzyja dobrej atmosferze, większej wydajności, innowacyjności, a w konsekwencji – większej skuteczności działania.

### Polityka Różnorodności

Czerpiąc z doświadczeń GE, Bank BPH wychodzi z założenia, że najlepsze, najbardziej innowacyjne i efektywne rozwiązania pojawiają się w zróżnicowanym środowisku pracy. Wspieranie i zachęcanie pracowników do tego, by w pełni wykorzystywali swój potencjał – bez względu na

płeć, wiek, wyznanie, pochodzenie czy niepełnosprawność – przybiera w Banku różnorodne formy. Wszystkie one skupiają się w ogłoszonej w kwietniu 2012 roku Polityce Różnorodności, która koncentruje działania Banku w tym zakresie wokół czterech obszarów:

PROGRAMY ROZWOJOWE	DOBRE PRAKTYKI
<p>Z jednej strony wzmocniają zdolności Banku do konkurencyjności na rynku, z drugiej – są bardzo ważnym elementem rozwoju i źródłem motywacji pracowników:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; GE Women's Network</li> <li>&gt; Future Leaders Program</li> <li>&gt; Executive Coaching</li> </ul>	<p>Rozwiązania, które w praktyczny sposób pozwalają realizować ideę różnorodności:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Polityka Przeciwdziałania Przemocy w Miejscu Pracy</li> <li>&gt; Program Babymagination</li> <li>&gt; Wskaźniki różnorodności</li> </ul>
KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA	KOMUNIKACJA ZEWNĘTRZNA
<p>Działania z zakresu różnorodności są na bieżąco przekazywane wszystkim pracownikom w ramach komunikacji wewnętrznej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Newsletter (cykl artykułów „Piątki z Różnorodnością”)</li> <li>&gt; Skrzynka pomysłów</li> <li>&gt; Cotygodniowy newsletter What's up</li> </ul>	<p>Bank stara się promować ideę różnorodności i upowszechniać swój wizerunek firmy będącej fair, czyli dbającej także o różnorodność, poprzez takie inicjatywy, jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Partner Forum Odpowiedzialnego Biznesu przy programie Karta Różnorodności</li> <li>&gt; Budowanie wizerunku pracodawcy dbającego o różnorodność w miejscu pracy</li> <li>&gt; Wymiana dobrych praktyk z GE</li> </ul>

Działania wspierające różnorodność są realizowane również poprzez programy wolontariatu oraz działalność filantropijną.

### Na czym polega zarządzanie różnorodnością?



**MALWINA FIDYK**  
Menedżer ds. CSR i Różnorodności

Na podstawie analizy dotychczasowych działań oraz potrzeb w 2012 roku powstała Polityka obejmująca cztery obszary działań (programy rozwojowe, dobre praktyki, komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna). Prowadzenie inicjatyw równoległe w każdym z tych obszarów pozwala firmie w sposób kompleksowy podchodzić do tematyki różnorodności i konsekwentnie budować świadomość korzyści wynikających z zarządzania różnorodnością. Powołany do tego celu Zespół ds. Różnorodności opracowuje programy rozwojowe, wdraża polityki (dotyczące m.in. dyskryminacji, przeciwdziałania mobbingowi) i prowadzi działania komunikacyjne (do wszystkich pracowników lub dedykowane menedżerom). Uwzględniane są przy tym aspekty różnorodności przede wszystkim ze względu na płeć, wiek i niepełnosprawność, ale także aspekty specyficzne dla Banku BPH (takie jak lokalizacja czy doświadczenie zawodowe).

Diversity





## Sieć wspierająca kobiety

Założenia idei różnorodności propaguje i realizuje działająca w Banku BPH, podobnie jak w innych biznesach należących do GE, międzynarodowa organizacja GE Women's Network. Jej działania koncentrują się na promowaniu rozwoju kobiet, doskonaleniu ich umiejętności menedżerskich i planowaniu ścieżki kariery oraz nawiązywaniu współpracy z innymi kobietami.

GE Women's Network realizuje swoje cele przez szkolenia i warsztaty, a także spotkania z kadrą menedżerską wyższego szczebla oraz kobietami, które odniosły sukces w korporacji. Dzięki inicjatywie myConnections, czyli regularnym spotkaniom w małych grupach, członkowie organizacji mogą dzielić się wiedzą, zdobywać kontakty i poszerzać swoje horyzonty.

Rok 2012 był rokiem dużej aktywności GE Women's Network, która przeprowadziła 75 różnego rodzaju spotkań. Były one nakierowane głównie na rozwój zawodowy i osobisty, podnoszenie umiejętności menedżerskich oraz budowanie relacji i własnego wizerunku.

Obecnie do organizacji należy ponad tysiąc pracowników Banku, w tym ok. 100 mężczyzn. To nie tylko podkreślenie wagi różnorodności, ale także dbałość o to, by członkowie organizacji mogli budować relacje i sieci kontaktów w ramach całej korporacji.

Za swoje dokonania w 2012 roku działający w Banku BPH oddział organizacji otrzymał nagrodę dla jednego z najlepszych oddziałów GE Women's Network na świecie.

## Jest nas coraz więcej



**REGINA STAWNICKA**  
Współkierująca GE Women's Network

*Cieszę się, że działalność GE Women's Network w 2012 roku spotkała się z uznaniem osób należących do tej organizacji. Dowodem na to jest nie tylko 38-procentowy wzrost liczby członków, ale także ich rosnące zadowolenie z naszej oferty. Nasza aktywność przyczynia się do szerzenia idei różnorodności w całym Banku oraz motywuje pracowników do aktywnego dbania o rozwój własnej kariery zawodowej. Szczególnie dumni jesteśmy z uczestnictwa w projekcie „Wiedzieć, Rozumieć, Wzmacniać”, prowadzonym przez Miejskie Świetlice Socjoterapeutyczne w Gnieźnie, gdyż mogliśmy okazać wsparcie kobietom spoza naszej firmy, które znajdują się w trudnej sytuacji życiowej.*

## Przyszłość należy do kobiet

Celem rocznego programu rozwojowego Future Leaders Program (FLP) jest wsparcie rozwoju zawodowego uczestniczek poprzez wszechstronne kształcenie ich umiejętności, wiedzy i kompetencji. Do FLP zostało nominowanych 12 kobiet o wysokim potencjale rozwojowym. Program składa się z kilku modułów szkoleniowych, obejmujących takie zagadnienia, jak efektywne przywództwo, skuteczne zarządzanie sobą, analiza finansowa czy zarządzanie strategią. Program rozpoczyna i kończy diagnoza, która obejmuje m.in. kwestionariusz inteligencji emocjonalnej oraz stylu przywództwa.

Inną inicjatywą Banku BPH jest roczny program rozwojowy Executive Coaching (EC), skierowany do kobiet o wysokim potencjale rozwojowym. Rolę coachów uczestniczek EC odgrywają ich bezpośredni przełożeni. Program składa się z takich elementów, jak: indywidualne diagnozy na początku oraz po zakończeniu programu, sesje feedbackowe i coachingowe oraz warsztaty. O efektach programu najlepiej świadczą to, że już w jego trakcie wiele uczestniczek podjęło nowe role zawodowe. One same zaś uważają, że udział w EC pozytywnie wpłynął na ich samoświadomość, pewność siebie i umiejętność komunikacji.

## Babymagination

Odpowiedzią Banku na potrzeby zgłaszane przez pracowników, którzy właśnie zostali rodzicami, oraz tych, którzy mają nimi zostać wkrótce, jest program Babymagination. Ważną jego częścią jest „Podręcznik Pracownika-Rodzica”, czyli zbiór praktycznych porad i rozwiązań przydatnych wszystkim przyszłym i obecnym rodzicom. Znajdą w nim oni m.in. informacje na temat uprawnień, jakie im przysługują. Podręcznik zawiera również wszystkie przydatne załączniki, adresy i numery telefonów, jakie mogą być potrzebne pracownikom mającym małe dzieci. Analogiczny podręcznik został stworzony dla menedżerów, których pracownicy zostaną wkrótce rodzicami.

Wyróżnikiem programu Babymagination jest platforma e-learningowa, dzięki której osoby przebywające na urlopie macierzyńskim bądź wychowawczym mogą stale rozwijać swoje umiejętności i kompetencje. Korzystając z tego rozwiązania, młode mamy i ojcowie mogą, nie wychodząc z domu, wziąć udział w ponad 90 różnorodnych szkoleniach. Bank dba również o to, by świeżo upieczeni rodzice nie czuli się odizolowani od firmowego życia i mieli możliwość śledzenia na bieżąco najważniejszych wydarzeń oraz dostęp do informacji kadrowych. W tym celu stworzona została strona [www.babymagination.bph.pl](http://www.babymagination.bph.pl), dostępna (po wpisaniu loginu i hasła) z każdego komputera.

## Jesteśmy pionierami idei różnorodności w Polsce

Bank jest sygnatariuszem i polskim partnerem Karty Różnorodności, czyli międzynarodowej inicjatywy promowanej przez Komisję Europejską, która zobowiązuje organizacje do prowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością, zapewnienia równości w zakresie dostępu do awansów i szkoleń, a także aktywnego przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy. W 12 krajach Unii Europejskiej Kartę podpisały już tysiące firm, organizacji i instytucji. Bank BPH był jednym z pionierów i pierwszych propagatorów tej inicjatywy

w Polsce, gdzie Karta Różnorodności dopiero zdobywa należne jej znaczenie. Grono partnerów liczy 15 firm, przy czym Bank BPH jest jedynym bankiem w tej grupie. Inicjatorem i koordynatorem Karty Różnorodności w Polsce jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu, a patronat honorowy nad projektem objęły Minister Agnieszka Kozłowska-Rajewicz, Pełnomocnik Rządu do spraw Równego Traktowania, oraz prof. Irena Lipowicz, Rzecznik Praw Obywatelskich.



**Richard Gaskin,**  
Prezes Zarządu  
i **Veronika Ivanovic,**  
Dyrektor Wykonawczy  
Pionu Zasobów Ludzkich,  
podpisali Kartę Różnorodności

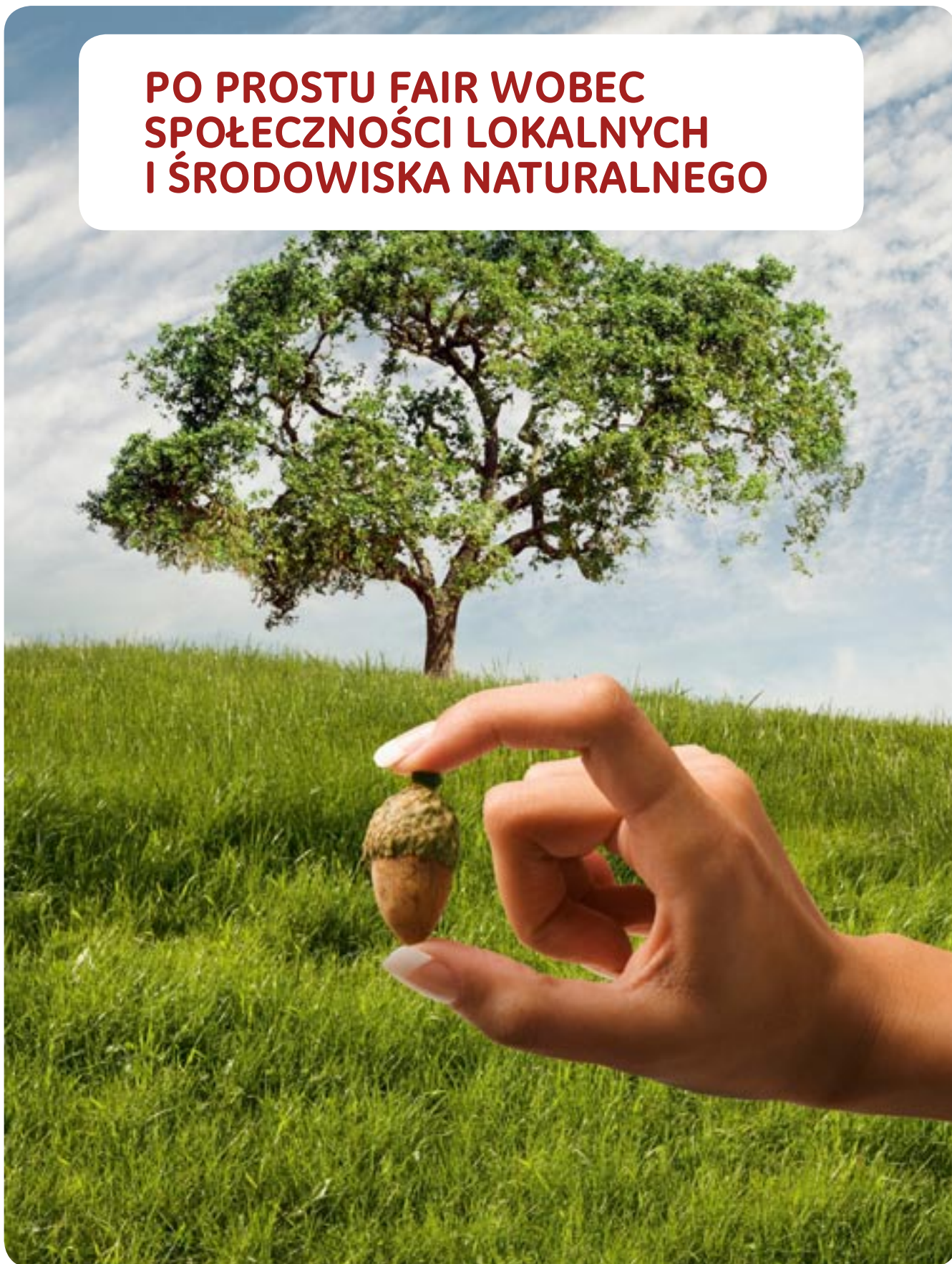
## Śledzimy inicjatywy Banku BPH dotyczące różnorodności



**MAGDALENA ANDREJCZUK**  
Koordynatorka Karty Różnorodności w Polsce, członkini Europejskiej Platformy Kart Różnorodności przy Komisji Europejskiej, pracuje w Forum Odpowiedzialnego Biznesu

*Zarządzanie różnorodnością jest nowoczesną strategią biznesową, która opiera się na uniwersalnych zasadach szacunku i tolerancji dla drugiego człowieka, ale także efektywnego wykorzystania potencjału swoich pracowników i pracownic. Polega na stworzeniu takiego miejsca pracy, w którym wszyscy, bez względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, orientację seksualną, status rodzinny czy styl życia, czują się doceniani i mogą się w pełni rozwijać. Bank BPH, poprzez podpisanie Karty Różnorodności oraz udział w programie edukacyjnym Karty, dołączył do grona liderów zarządzania różnorodnością w Polsce. Tym samym, jako jedyny bank wśród partnerów, nie tylko upowszechnia temat równego traktowania i różnorodności w swoim miejscu pracy, ale też wspiera i aktywnie przyczynia się do rozwoju idei zarządzania różnorodnością w Polsce. Z wielkim zainteresowaniem śledzimy inicjatywy Banku BPH w kwestiach różnorodności, zarówno w formie Polityki Różnorodności, jak i akcji skierowanych np. do „świeżo upieczonych” rodziców.*

**PO PROSTU FAIR WOBEC  
SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH  
I ŚRODOWISKA NATURALNEGO**



Celem strategii „fair play” jest dążenie Banku BPH do bycia instytucją społecznie odpowiedzialną, co powinno znaleźć wyraz w jego relacjach ze wszystkimi grupami interesariuszy, w tym społeczeństwem. W praktyce oznacza to odpowiedzialność i dbałość Banku nie tylko o lokalne społeczności, ale także o środowisko naturalne, które pośrednio wpływa na jakość życia tych społeczności i całego społeczeństwa.

## Co to znaczy być bankiem „Po prostu fair” dla społeczności lokalnych i środowiska naturalnego

<b>WOLONTARIAT PRACOWNICZY</b>	Bycie fair wobec społeczności lokalnych znajduje swój wyraz przede wszystkim w angażowaniu się pracowników Banku w ramach wolontariatu pracowniczego w działania na rzecz tych społeczności.
<b>PROMOWANIE POSTAW FAIR</b>	Strategia oparta na Zasadach Fair Play oznacza nie tylko obowiązek postępowania zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi, ale także podejmowanie działań służących promowaniu postaw fair w społeczeństwie.
<b>OCHRONA ŚRODOWISKA NATURALNEGO</b>	Troska o środowisko naturalne dotyczy nie tylko firm produkcyjnych, ale też powinna być istotna dla każdej instytucji odpowiedzialnej społecznie. Dlatego Bank BPH, w ramach strategii „fair play”, dba o najwyższe standardy w zakresie zarządzania wpływem na środowisko naturalne i podejmuje działania służące jego ochronie.

## Dlaczego społeczności lokalne są dla Banku ważne?



**SYLWIA DOKUDOWICZ**  
Koordynator Projektów Wolontariatu  
w Banku BPH

*Jako instytucja odpowiedzialna społecznie Bank BPH nie ogranicza swoich działań do podstawowej aktywności, jaką jest świadczenie usług bankowych, ale także wspiera społeczności lokalne, wśród których funkcjonuje. Jest to*

*dla nas ważne, ponieważ poprzez sieć oddziałów jesteśmy obecni w wielu miejscowościach kraju. Jedną z form wsparcia społeczności lokalnych jest angażowanie pracowników Banku w działalność w ramach funkcjonującej w Banku organizacji wolontariatu pracowniczego GE Volunteers. Pracownicy-wolontariusze angażują się w wiele działań charytatywnych, zarówno indywidualnie, jak i w ramach akcji zorganizowanych przez Bank. To właśnie pracownicy wychodzą z inicjatywą realizacji projektów wolontariatu na rzecz lokalnych instytucji lub osób potrzebujących w ich najbliższym otoczeniu. Pomagają szpitalom, domom dziecka, świetlicom środowiskowym, seniorom. To właśnie wolontariusze wiedzą najlepiej, która z lokalnych instytucji potrzebuje wsparcia i w jaki sposób mogą go najskuteczniej udzielić.*



**MALWINA FIDYK**  
Menedżer ds. CSR i Różnorodności

*Niezwykle istotnym czynnikiem tego typu działań jest poparcie i osobisty w nich udział członków najwyższej kadry menedżerskiej. W Banku BPH wszyscy Członkowie Zarządu angażują się osobiście w projekty charytatywne, dając tym samym dobry przykład i poparcie swoim pracownikom. Dzięki temu działania wolontariackie stały się jednym z filarów kultury organizacyjnej firmy.*

## 4.1 WOLONTARIAT PRACOWNICZY – ZAANGAŻOWANIE W ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

Bycie fair wobec społeczeństwa to w pierwszej kolejności bycie fair w stosunku do lokalnych społeczności, w sąsiedztwie których zlokalizowane są oddziały i placówki Banku. Oznacza to angażowanie się w rozwój tych społeczności i wspieranie go poprzez działania realizowane w ramach wolontariatu pracowniczego.

### Wolontariat naszym sposobem na zaangażowanie

Relacje ze społecznościami lokalnymi, tworzącymi najbliższe otoczenie oddziałów i placówek, mają dla Banku, jako instytucji odpowiedzialnej społecznie, pierwszorzędne znaczenie. Postawa Banku BPH w tym zakresie wpływa na to, w jaki sposób jest postrzegany przez tych interesariuszy, którzy żyją w jego bezpośrednim sąsiedztwie. W trosce o te relacje Bank rozwija, w ramach działającej w nim organizacji GE Volunteers, wolontariat pracowniczy, który jest idealnym narzędziem zaangażowania społecznego dla instytucji o tak szerokiej sieci oddziałów i placówek w całej Polsce. W ramach wolontariatu podejmowane są działania społeczne zarówno o zasięgu ogólnopolskim (np. kampania „Bezpieczne i wesołe wakacje”), jak i lokalnym (budowa placu zabaw w Horodle, sprzątanie lasu w Otominie itd.). Akcje realizowane w ramach GE Volunteers dotyczą następujących obszarów tematycznych: działalności na rzecz społeczności lokalnych (w szczególności: domów dziecka, domów opieki społecznej dla osób starszych, ośrodków dziennego pobytu dla osób z niepełnosprawno-

ścią, świetlic środowiskowych, schronisk dla bezdomnych), edukacji (nauki języków lub edukacji ekonomicznej dzieci i młodzieży), działań proekologicznych (sprzątanie lasów) i prozdrowotnych (np. nauki nordic walking dla seniorów). Ważnym elementem projektów jest także wspieranie różnorodności i – co za tym idzie – wyrównywanie szans. Przynależność do jednego z tych obszarów tematycznych stanowi podstawowe kryterium, które muszą spełniać wszystkie akcje charytatywne realizowane w ramach wolontariatu pracowniczego i finansowane z funduszy Banku BPH. Projekty są wyłaniane w ramach konkursu „Wiosna z GE Volunteers”, ogłaszanego co roku wśród pracowników, oraz na podstawie selekcji zgłoszeń wolontariuszy i realizowane w dwóch kampaniach: wiosennej oraz jesienno-zimowej. Dobrą praktyką, związaną z programem GE Volunteers, jest wydawanie raportów, które podsumowują działania Banku podejmowane w tym zakresie. W minionym roku ukazały się dwa raporty: „2012 GE Volunteers wiosną” i „2012 GE Volunteers jesienią i zimą”.

### Wolontariat w 2012 roku w liczbach



## WSPIERANIE SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH – PRZYKŁADY PROJEKTÓW CHARYTATYWNYCH

### Wspieramy Samotne Mamy

**BENEFICJENCI:** Dom Dziecka im. J. Brzechwy w Krakowie, Pomorskie Centrum Pomocy Bliźniemu MONAR-MARKOT – Ośrodek dla Matek z Dziećmi i Osób Starszych w Gdańsku, Specjalistyczny Ośrodek Wsparcia dla Ofiar Przemocy w Rodzinie w Warszawie. Remont i wyposażenie 3 ośrodków dla samotnych matek z dziećmi przeprowadzone przez wolontariuszy z Pionu Zasobów Ludzkich.

**Teresa Karasińska**, lider projektu: *Pomagamy nie tylko materialnie, ale głównie poprzez swoją postawę, która staje się wzorem do naśladowania i celem, do którego będą dążyć młode matki, wychowując swoje dzieci – to inwestycja w przyszłe pokolenia.*

**Magdalena Pietrowska**, kierownik Ośrodka Wsparcia dla Ofiar Przemocy w Rodzinie: *Z pełnym zrozumieniem pracownicy wyszli naprzeciw potrzebom mieszkanek, uzgadniając wszystkie działania i potrzeby oraz realizując je z bardzo dużym zaangażowaniem i oddaniem.*



### Robotyka – spełnij marzenie – zbuduj robota

**BENEFICJENCI:** Podopieczni Miejskich Świetlic Socjoterapeutycznych w Gnieźnie, wychowankowie Domu Dziecka w Gnieźnie. Warsztaty wprowadzające dzieci w świat nowoczesnej techniki – budowa i samodzielne programowanie robotów z zestawów LEGO MINDSTORMS. Na zakończenie zajęć każde dziecko otrzymało minirobota HEXBUG.

**Daniel Curul**, lider projektu: *Robotyka w takiej formie to nie tylko zabawa, ale i nauka patrzenia na otaczający nas świat z innej perspektywy. Chciałem przekazać tym dzieciom, że w życiu, podobnie jak w budowaniu z klocków LEGO, można coś zmienić, ulepszyć, a ograniczają nas tylko wyobrażenia i chęci.*

**Zofia Komosińska**, Miejskie Świetlice Socjoterapeutyczne: *Zajęcia okazały się strzałem w dziesiątkę, a dzieci były zachwycone i rozemocjonowane! Szczególnie zapadło mi w pamięć doskonałe przygotowanie wolontariuszy, którzy tłumaczyli wszystko tak przystępnie, że każdy zrozumiał i nadążył za resztą zespołu, słodki poczęstunek, konkurs z nagrodami na najszybszego robota oraz to, że absolutnie każde dziecko wyszło z zajęć z upominkiem.*

### Plac zabaw w Horodle

**BENEFICJENCI:** Dzieci uczęszczające do Zespołu Szkół w Horodle. Pomoc w budowie placu zabaw dla dzieci.

**Tomasz Kozar**, lider projektu: *Dzięki wolontariatowi zaczynamy widzieć rzeczy, problemy czy potrzeby, których do tej pory nie widzieliśmy tuż obok miejsca pracy czy zamieszkania.*

**Beneficjent:** *To wręcz niewiarygodne, że ktoś „obcy” dostrzegł nasze problemy i się nimi zainteresował. Wolontariusze z Banku BPH sprawili naszym dzieciom ogromny prezent i są naszymi bohaterami.*

## Działania edukacyjne

### Uczymy oszczędzać

**BENEFICJENCI:** Uczniowie klas 1-3 Szkoły Podstawowej nr 42 w Gdańsku. Przeprowadzenie warsztatów edukacyjnych na temat potrzeby oszczędzania ze wskazaniem roli banku w życiu rodziny.

*Karolina Kubiak-Wasilewska, lider projektu: Ciężko znaleźć inne działanie, które tak wzbogaca emocjonalnie, intelektualnie i duchowo, jak pomaganie innym. Można o nim rozmawiać, podkreślać społeczną wartość, ale o jego prawdziwej sile można się przekonać wyłącznie na własnej skórze.*

*Jolanta Wilkowska, Wicedyrektor Szkoły Podstawowej nr 42 w Gdańsku: Cieszymy się, że nasi uczniowie poznali sposób długofalowego planowania i wynikające z tego korzyści.*

### Moja przyszłość, mój wybór

**BENEFICJENCI:** Uczniowie 9 gimnazjów i szkół średnich w Gdańsku, Gdyni, Pruszczu Gdańskim, Krakowie i Warszawie. Cykl warsztatów, których celem było pokazanie młodzieży, jak może wpływać na swoją przyszłość oraz zaplanować i osiągać swoje cele.

*Jarosław Łojewski, lider projektu: Lubię angażować się w działania wolontariatu, bo wspieranie innych sprawia mi przyjemność i daje energię do realizacji codziennych obowiązków.*

*Jolanta Błaszczak, Dyrektor Pomorskich Szkół Rzemiosł w Gdańsku: Podczas zajęć uczniowie ćwiczyli kreatywność, dostosowywanie się do okoliczności, odnajdywanie i wykorzystywanie możliwości, jak przećku porażkę w sukces i zwiększyć pewność siebie. Zajęcia zostały bardzo wysoko ocenione przez uczniów.*

### Angielski z Bankiem BPH

**BENEFICJENCI:** Wychowankowie Zespołu Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych „Dobra Chata” w Kielcach. Pomoc dzieciom w nauce języka angielskiego.

*Gabriela Chmiel, lider projektu: Robię to, bo mogę – i myślę, że to najszczersza odpowiedź. Nie będę dorabiać do tego żadnej filozofii. Uśmiechy na twarzach dzieci są cudne, a umożliwienie im rozwoju to mała cegiełka dołożona przez nas do ich lepszej przyszłości.*

*Elżbieta Kozyra, Dyrektor ZPOW „Dobra Chata”: Każda pomoc i inicjatywa jest bezcenna, daje wiele satysfakcji i poczucie, że coś dzięki wolontariuszom może się zmienić na lepsze.*



## Działania proekologiczne i prozdrowotne

### Sprzątanie lasów z Bankiem BPH

**BENEFICJENCI:** Nadleśnictwa: Wojanowo, Niepołomice, Jabłonna, Wigwam Cielimowo. Akcja sprzątania lasów i sadzenia drzew zorganizowana z okazji Światowego Dnia Ziemi.

**Jakub Nastaga**, lider projektu: *Kilka godzin spędzonych w lesie uświadomiło nam, jak wiele jest śmieci rozrzuconych w różnych miejscach, a sam las jest bezbronny w walce z plastikowymi i szklanymi odpadami.*

**Gerard Hoja**, leśniczy, Nadleśnictwo Jabłonna: *Składam serdeczne podziękowania Pracownikom Banku BPH i ich rodzinom za udział w akcji sprzątania lasu. Dziękujemy i liczymy na kolejne edycje w naszym nadleśnictwie.*

### Spacer po zdrowie

**BENEFICJENCI:** Emeryci i renciści – członkowie Klubu Seniora „Złota Jesień” i „Pogodny Uśmiech” z Mławy i okolic. Integracja z seniorami i poprawa ich kondycji fizycznej (kurs nordic walking).

**Lidia Hałyno-Bielska**, lider projektu: *Dlaczego to robię? Dlatego, że cudownie jest widzieć radość innego człowieka. Dlatego, że tak zostałam nauczona przez moich przodków. Pewnie wiedzieli, co mówią – „nie żyjesz tylko dla siebie, a dobro, które czynisz innemu, zawsze do Ciebie wróci”. I tego po prostu się trzymam.*

**Henryk Kacprzak**, Prezes Klubu Seniora „Pogodny Uśmiech”: *Wspaniały projekt. Dzięki temu, że pomysł został zrealizowany, 80 osób z mojego Klubu może rekreacyjnie korzystać z tej formy ruchu. Dziękujemy wszystkim, którzy przyczynili się do odnowy naszego zdrowia.*

### Sprzątanie lasu w Otominie

**BENEFICJENCI:** Nadleśnictwo Kolbudy. Sprzątanie lasu w Otominie przez wolontariuszy z Pionu Ryzyka z Gdańska.

**Tomasz Skubich**, lider projektu: *Robię to, aby nie pozostawać w tyle i aktywnie przyłączać się lub organizować ciekawe akcje tematyczne, dzięki którym nie tylko integrujemy się poza pracą, ale również pomagamy innym.*

**Monika Sabalińska**, Nadleśnictwo Kolbudy: *Dzięki zapalowi i zaangażowaniu uczestników (w tym dzieci, które pod okiem rodziców angażowały się we wspólną akcję dla dobra lasów) udało się zebrać aż 10 m<sup>3</sup> (dwukrotnie więcej niż przed rokiem) śmieci z terenów leśnych w okolicy jeziora. Uczestnikom akcji jeszcze raz dziękujemy. I do zobaczenia!*





## KAMPANIA „BEZPIECZNE I WESOŁE WAKACJE”

### Z myślą o atrakcyjnych i bezpiecznych wakacjach

Celem kampanii „Bezpieczne i wesołe wakacje” było przygotowanie zestawów upominkowych dla dzieci, dzięki którym mogły one bezpiecznie i atrakcyjnie spędzić nadchodzące wakacje. Skala i rozmach ogólnopolskiej akcji spowodowały, że w jej realizację zaangażowało się kilkuset wolontariuszy z sześćdziesięciu oddziałów i centrali Banku BPH, a wśród nich Członkowie Zarządu Banku: Richard Gaskin, Grażyna Utrata i Grzegorz Jurczyk. 15 czerwca skompletowanych zostało 3200 zestawów upominkowych, które składały się z m.in. z gier i zabawek edukacyjnych

oraz gadżetów służących poprawie bezpieczeństwa: odblasków, peleryn przeciwdeszczowych, plastrów opatrunkowych. Wszystkie zestawy zostały przekazane przed zakończeniem roku szkolnego ponad stu placówkom edukacyjnym i opiekuńczym, wytypowanym przez wolontariuszy jako najbardziej potrzebujące. Wśród obdarowanych znalazły się dzieci z domów dziecka, a także podopieczni ośrodków pomocy społecznej czy świetlic środowiskowych.

### Bezcenne doświadczenie

**JACEK POPROCH**, lider projektu:

*Patrzeć na radość dzieci podczas wręczania upominków i później przy rozpakowywaniu – bezcenne.*

### Liderzy kampanii „Bezpieczne i wesołe wakacje”



## Dzielimy się z innymi

Zaangażowanie w rozwój lokalnych społeczności to także wsparcie finansowe. Zarówno Bank BPH, jak i jego pracownicy – czy to w ramach wolontariatu pracowniczego, czy też organizacji GE Women's Network – wspierali swoje najbliższe otoczenie poprzez darowizny rzeczowe i finansowe. Podobnie jak rok wcześniej, także w 2012 roku Bank zrezygnował z utylizacji zbędnych mebli, by – choć jest to działanie znacznie bardziej pracochłonne – przekazać je różnym organizacjom ze swojego najbliższego otoczenia: domom pomocy społecznej, ośrodkom szkolno-wychowawczym, szpitalom, szkołom i przedszkolom itd., wspierając w ten sposób lokalne organizacje w ich działaniach prowadzonych na rzecz społeczności. W 2012 roku zawarto łącznie 85 umów darowizn, na podstawie których przekazano ponad 3400 mebli o wartości przekraczającej 200 tys. zł.

### NA ROK SZKOLNY, ZIMĘ I ŚWIĘTA

W 2012 roku kontynuowano ogólnopolską akcję „Witaj Szkoło”, w ramach której wolontariusze zebrali wśród pracowników Banku kilkadziesiąt kartonów piórników, zeszytów, kredek, bloków, farb i innych artykułów szkolnych. Dzięki temu i zakupionym przez Bank przyborom szkolnym udało się skompletować kilkaset zestawów dla dzieci, które przekazano na początku roku szkolnego do wytypowanych wcześniej placówek wychowawczych i opiekuńczych w różnych miastach Polski.

Z myślą o wybranych bibliotekach i czytelnich publicznych w Warszawie, Krakowie i Gdańsku wolontariusze z Pionu Zarządzania Ryzykiem zorganizowali zbiórkę książek i audiobooków. W efekcie akcji „Podziel się książką” trzy biblioteki publiczne zyskały w sumie ponad 1700 pozycji literatury polskiej i obcojęzycznej.

Wolontariusze z centrali Banku w Warszawie, którzy od trzech lat wspierają jedno z warszawskich Ognisk prowadzonych przez Towarzystwo Przyjaciół Dzieci Ulicy, przed zbliżającą się zimą przeprowadzili wśród pracowników Pionu Zasobów Ludzkich oraz Pionu Prawnego i Relacji Korporacyjnych zbiórkę odzieży i obuwia dla podopiecznych Ogniska. Dzięki tej akcji udało się zebrać kilka kartonów ciepłych ubrań i butów dla sześćdziesięciorga dzieci uczęszczających do Ogniska.

Również w Gnieźnie już od kilku lat trwa coroczna jesienno-zimowa akcja zbiórki ciepłej odzieży i artykułów noclegowych oraz żywności. Wolontariusze z gnieźnieńskiej lokalizacji Banku wspierają w ten sposób Powiatowe Stowarzyszenie na rzecz Pomocy Bezdomnym i Integracji Społecznej w Gnieźnie „DOM”. Dzięki tej akcji kolejna zima, podczas której w schronisku jest więcej potrzebujących niż miejsc, nie była tak sroga dla jego mieszkańców i osób przychodzących tam w mroźne noce po ciepły posiłek, ubranie czy nocleg.

Zgodnie z bankową tradycją także w 2012 roku organizacja GE Women's Network przeprowadziła trwającą trzy dni Świąteczną Akcję Charytatywną, której celem – jak co roku – było zebranie wśród pracowników Banku jak największej sumy pieniędzy, która została przekazana na rzecz Obywatelskiej Fundacji Pomocy Dzieciom, zajmującej się ciężko chorymi dziećmi. Konto Fundacji wzbogaciło się o 38 621 zł. Dodatkowo Zarząd Banku wsparł taką samą kwotą wybrane świetlice socjoterapeutyczne, pomagające dzieciom z rodzin znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej.

### NA RZECZ RÓŻNORODNOŚCI I NIE TYLKO

W 2012 roku Bank przekazał w sumie niemal 838 tys. zł, by wesprzeć konkretne organizacje pozarządowe i inne instytucje, a także projekty charytatywne, realizowane w ramach programu GE Volunteers czy GE Women's Network. Bezpośrednie darowizny finansowe przekazano m.in. fundacjom: Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową, Dzieci Niczyje, stowarzyszeniom: Pomocy Rodzinie i Dzieciom „Szansa”, Serduszko Dla Dzieci, Krakowskiemu Stowarzyszeniu „Ocalić Szansę” oraz Towarzystwu Przyjaciół Dzieci: Zarządowi Dzielnicy Warszawa-Białołęka i Oddziałowi Miejsko-Gminnemu w Obornikach Śląskich. Wśród podmiotów, na rzecz których Bank przekazał darowizny finansowe, nie zabrakło tych, które wspierają idee różnorodności. Są to m.in.: Fundacja Centrum Promocji Kobiet, Fundacja „Centrum Praw Kobiet”, Stowarzyszenie Równych Szans „Bona Fides”, Gmina Miasta Gdynia – Centrum Aktywności Seniora – Jednostka Budżetowa, Stowarzyszenie Olimpiady Specjalne Polska.

## Wspieramy społeczności lokalne przez wolontariat pracowniczy i darowizny

	rok 2011	rok 2012
	<b>423 590,69 zł</b>	<b>838 452,90 zł</b>
Darowizny rzeczowe	95 588,26 zł	80 565,29 zł
Darowizny finansowe	197 195,86 zł	412 868 zł
Kwota przeznaczona na realizację projektów wolontariatu	130 806,57 zł	345 019,61 zł

## 4.2 PROMOWANIE POSTAW FAIR

Bank BPH, będąc firmą odpowiedzialną społecznie i realizując strategię „fair play”, nie tylko postępuje zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi, ale także podejmuje działania, które promują takie postawy w społeczeństwie.

### Zwykły Bohater

W 2012 roku Bank BPH, wspólnie z telewizją TVN i portalem Onet, zorganizował drugą edycję kampanii „Zwykły Bohater”. Celem akcji, która została zainicjowana rok wcześniej przez Bank, jest promowanie wartości fair play w społeczeństwie, poprzez poszukiwanie i wyróżnianie ludzi, którzy zachowali się uczciwie, wykazali się spontaniczną chęcią niesienia pomocy bądź byli po prostu fair. W obu edycjach akcji zgłoszono niemal trzy tysiące historii osób, które w swoim codziennym życiu wspierają lokalne społeczności, niestrudzenie działając na rzecz potrzebujących.

Bohaterowie historii, wybrani przez jury konkursu, wzięli udział w gali finałowej akcji „Zwykły Bohater”, emitowanej na antenie TVN, a widzowie w głosowaniu internetowym i SMS wskazali trzech zwycięzców, z których każdy otrzymał tytuł „Zwykłego Bohatera 2012” oraz nagrodę w wysokości 200 tys. zł. Akcja „Zwykły Bohater” wspiera realizowaną przez Bank BPH filozofię bankowości fair play, opartej na zaufaniu, przejrzystości i partnerskich relacjach ze wszystkimi grupami interesariuszy Banku.

### Zwykły Bohater – zwycięzcy z 2012 roku



Kategoria Inicjatywy  
Konstruktor z wielkim sercem  
– Grzegorz Piątek



Kategoria Bohaterstwo  
Drugie życie...  
– Paweł Bożym



Kategoria Uczciwość  
4 tysiące euro oddane bez wahania  
– Damian Świącicki

### Podsumowanie działań w 2012 roku

**24 000** fanów profilu na Facebooku

**ponad 540 000** unikalnych użytkowników strony akcji

**ponad 1100** historii opublikowanych na stronie

## Szymon Hołownia o akcji „Zwykły Bohater”



**SZYMON HOŁOWNIA**  
Ambasador akcji „Zwykły Bohater”

*„Zwykły Bohater” to fantastyczna akcja, bo przypomina, że wielkie rzeczy zaczynają się od małych, podejmowanych każdego dnia decyzji. Że świat (i siebie) można zmieniać, nie czekając (często bezskutecznie) na pojedyncze okazje*

*do wykazania się wielkim heroizmem, ale dostrzegając milion codziennych szans na to, by zachować się po prostu przyzwoicie.*

*Żartuję, że w „Zwykłego Bohatera” warto zaangażować się nawet z egoizmu. O ile łatwiej będzie się nam żyło, pracowało, prowadziło interesy wśród ludzi po prostu przyzwoitych – oddających mi moją zgubę, zwracających uwagę, że pomyliłem się na ich korzyść, potrafiących zatrzymać się na ulicy, gdy ktoś potrzebuje pomocy, zauważających, że na tym świecie jest jeszcze ktoś poza nimi.*

*Zapoznając się z historiami zgłaszanymi do „Zwykłego Bohatera”, łąpię się na tym, że często po prostu zazdroścę tym ludziom tego, jacy są. Po tych dwóch edycjach mogę spokojnie powiedzieć, że ta akcja ma wielki sens. Realnie modeluje zachowania, zmienia ludzi. A to ludzie – a nie wzniósłe hasła czy odgórne strategie – zmieniają ten świat.*

## Wolontariusz Roku Banku BPH

Finałowa gala akcji „Zwykły Bohater”, transmitowana 2 grudnia 2012 roku na antenie telewizji TVN, stała się znakomitą okazją do ogłoszenia wyników wewnętrznego konkursu „Wolontariusz Roku”, przeprowadzonego w Banku BPH na przełomie października i listopada. Jego celem było wybranie najbardziej aktywnego i najsukcesyjniej promującego ideę wolontariatu pracownika. „Wolontariuszem Roku” Banku BPH została Marzena Wietrak z Gniezna, która otrzymała grant w wysokości 10 tys. zł na realizację projektu charytatywnego oraz voucher

wycieczkowy. Zwycięzcy szczególnie wyróżniła się na tle 80 kandydatów zgłoszonych do konkursu przez pracowników Banku. Jury doceniło liczbę, skalę i stopień trudności projektów charytatywnych koordynowanych przez zwyciężczynię, a także jej zaangażowanie w propagowanie idei wolontariatu. „Otwarta na nowe pomysły i projekty, które realizuje zgodnie z duchem fair play” – tak o Marzenie Wietrak mówią pracownicy Banku BPH, którzy zgłosili ją do konkursu „Wolontariusz Roku”. – „Gdyby takich ludzi jak Marzena zabrakło, świat byłby uboższy”.



## Make Life Fair

We wrześniu 2012 roku Bank BPH uruchomił na Facebooku profil pod nazwą „Make Life Fair”, który promuje pozytywne zachowania i postawy fair w życiu codziennym oraz w biznesie. Celem profilu jest jednocześnie ludzi wokół idei bycia fair – zgodnej ze strategią „fair play” Banku BPH – i pobudzanie dyskusji na ten temat oraz poruszanie zagadnień promujących uczciwość, zaufanie i postawy fair. Są one bliskie inicjatywom, które podejmuje Bank: akcji „Zwykły Bohater” czy wspieraniu różnorodności oraz rozwoju zawodowego kobiet. Hasła promujące pozytywne postawy życiowe oraz zachowania fair, które

zamieszczali na profilu użytkownicy, trafiły następnie z internetu do realnego świata i znalazły się na wielkoformatowym muralu tuż obok jednej ze stacji warszawskiego metra.

Aby budować społeczność ludzi faktycznie zaangażowanych w promowanie postaw fair, Bank świadomie zrezygnował z konkursów i nagród. Mimo to po 6 miesiącach działalności profil „Make Life Fair” zyskał ponad 18 tys. fanów i utrzymywał się w czołówce według wskaźników interaktywności.

## 4.3 OCHRONA ŚRODOWISKA NATURALNEGO

Każda firma odpowiedzialna społecznie, niezależnie od branży, w której działa, ma obowiązki wobec lokalnych społeczności, w tym także wobec środowiska naturalnego, które wywiera niebagatelny wpływ na jakość życia społeczności lokalnych, jak i całego społeczeństwa. Dlatego Bank BPH, w ramach swojej strategii, dba o najwyższe standardy w zakresie zarządzania wpływem na środowisko naturalne i podejmuje działania służące jego ochronie.

### Bycie fair wobec środowiska naturalnego – bycie fair wobec każdego z nas

Troska o środowisko naturalne nie dotyczy jedynie firm produkcyjnych, ale powinna być istotna dla każdej firmy odpowiedzialnej społecznie. Także od instytucji finansowych, takich jak Bank BPH, zależy jakość środowiska naturalnego, na które oddziałuje on w sposób bezpośredni i pośredni. Bank, świadomy tej odpowiedzialności, realizuje przyjętą przez Zarząd Politykę Środowiskową, której celem jest budowanie świadomości ekologicznej w Banku i wdrażanie działań zmierzających do ochrony środowiska oraz propagowanie idei dbania o środowisko naturalne wśród wszystkich grup interesariuszy. Konkretnie działania,

opisane w załączniku do tej Polityki, stanowią element Programu EKO BPH, który funkcjonuje w Banku od 2010 roku. Program ten, inicjujący i wprowadzający w życie zmiany pozytywnie wpływające na środowisko naturalne, stał się częścią strategii Banku BPH i wyrazem jego odpowiedzialności i dbałości o środowisko naturalne oraz lokalne społeczności. Działania realizowane w ramach Programu EKO BPH prowadzone są w kilku kluczowych obszarach: EKO kultura, energia, woda, papier, podróże służbowe, promowanie postaw ekologicznych w otoczeniu.

### Nasz EKO Plan – nasze EKO zobowiązania

Ramowy plan działań w ramach Programu EKO BPH na rok 2012, stanowiący załącznik do przyjętej przez Zarząd Banku BPH Polityki Środowiskowej, wyznaczającej kierunki działania Banku w zakresie ekologii i ochrony środowiska.

- > Monitorowanie przestrzegania przepisów i norm w zakresie ochrony środowiska\*
- > Szerzenie wśród pracowników świadomości ekologicznej oraz promowanie ograniczania zużycia surowców i mediów (papier, energia elektryczna, woda)
- > Doskonalenie monitoringu zużycia surowców i mediów
- > Ograniczenie zużycia surowców i materiałów poprzez optymalizację korespondencji wysyłanej do klientów
- > Promowanie elektronicznych zestawień transakcji

- > Segregowanie odpadów i przekazywanie ich do specjalistycznych firm zewnętrznych
- > Sukcesywne modernizacje pod kątem racjonalizacji zużycia mediów
- > Utylizacja odpadów i materiałów budowlanych
- > Zobowiązanie dostawców do przestrzegania przyjętych norm ekologicznych i środowiskowych
- > Nadzór nad realizacją podróży służbowych
- > Prowadzenie działań zmierzających do racjonalizacji zużycia paliwa

\*W raportowanym okresie nie zanotowano kar za nieprzebranie prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska.

	PLAN na 2012	REALIZACJA w 2012	ODCHYLENIE
<b>REDUKCJA ZUŻYCIA PAPIERU*</b>	<b>30 t</b>	<b>47 t</b>	<b>56%</b>
<b>OSZCZĘDNOŚĆ ENERGII ELEKTRYCZNEJ (EMISJA CO<sub>2</sub>)*</b>	<b>480 t</b>	<b>585 t</b>	<b>22%</b>
<b>RECYKLING (PAPIER, SZKŁO, PLASTIK)</b>	<b>20 t</b>	<b>37,5 t</b>	<b>87%</b>

\*Estymat na podstawie analizy wpływu prowadzonych projektów i inicjatyw

## Nasza EKO kultura

EKO kultura to przede wszystkim promowanie postaw proekologicznych wśród pracowników i klientów Banku. Edukacja ekologiczna w firmach to nie tylko modny trend, ale także opłacalne działania, które przynoszą oszczędności i przekładają się na wyniki finansowe przedsiębiorstwa. Świadomość ekologiczną wśród pracowników i klientów Banku buduje m.in. promocja elektronicznych wyciągów i wniosków, ekologiczny papier do wydruków czy zachęcanie do mniejszego zużycia prądu.

## EKO Społeczność Banku BPH

W czerwcu 2011 roku, z inicjatywy pracowników, powstała EKO Społeczność, która zrzesza ponad 20 osób, reprezentujących obszar Operacji, Ryzyka, Finansów, Sprzedaży, Marketingu oraz IT. Celem zespołu jest promowanie EKO kultury zarówno wśród pracowników, jak i klientów Banku poprzez inicjowanie i wspieranie działań służących ochronie środowiska. Efekty inicjatyw, prowadzonych w 2012 roku, to m.in.: uratowanie blisko 1800 drzew, przekazanie

niemal 200 ton odpadów (w tym proces niszczenia i utylizacji dokumentacji) do recyklingu, ograniczenie zużycia plastiku (z butli PET) na skutek instalacji filtrów do wody w centralach Banku, zebranie ponad 200 kg zużytych baterii, zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub> o ok. 260 ton rocznie dzięki ograniczeniu zużycia energii poprzez oszczędne użytkowanie sprzętu elektrycznego.

### EkoBPH



## Działania EKO w naszym Banku

## Drobne działania – wielkie efekty



### MONIKA GODZIŃSKA

Pełniąca funkcję Kontrolera Operacyjnego i Szefa Departamentu Rachunkowości Operacyjnej, Liderka EKO Społeczności Banku BPH

*Z pozoru drobne działania i codzienne przyzwyczajenia w naszej pracy mają olbrzymi wpływ na środowisko. Już od 2010 roku w Banku funkcjonuje program, którego celem jest inicjowanie i wdrażanie zmian, mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne. Filarem tej inicjatywy są sami pracownicy Banku, którzy przekazali koordynatorom programu bardzo wiele pomysłów. Najciekawsze z wdrożonych projektów i prowadzonych akcji to m.in. sprzątanie lasów, stosowanie papieru ekologicznego produkowanego z celulozy pochodzącej z eukaliptusów, recykling czy filtry wody. W Banku została wdrożona Polityka Środowiskowa, której celem jest ciągły monitoring wpływu Banku na środowisko naturalne.*

**400 osób** – naszych pracowników i klientów – wzięło udział w projekcie

„Sprzątania lasów z Bankiem BPH”, zorganizowanym w okolicach Gdańska, Gniezna, Warszawy, Krakowa, Poznania, Wrocławia, Katowic, Zielonej Góry i Rzeszowa przez Pion Bankowości Korporacyjnej oraz Małych i Średnich Przedsiębiorstw

**Ponad 1300 pracowników** Banku wzięło udział w konkursie „Prześiądź się na rower”, promującym ten zdrowy i ekologiczny środek transportu

Otrzymaliśmy **ponad 120 pomysłów** dotyczących ekologii i ochrony środowiska, które będziemy sukcesywnie realizować

## Nasza kultura EKO – promocja EKO podejścia wśród pracowników

- EKO Społeczność Banku prowadzi wiele inicjatyw, które mają na celu tworzenie wśród pracowników EKO kultury, dzięki czemu wspierają oni Bank w jego odpowiedzialnym podejściu do ochrony środowiska i lokalnej społeczności.
- Wspólnie z wolontariatem pracowniczym organizuje akcję „Sprzątania lasów z Bankiem BPH”. Uczestniczą w niej zarówno pracownicy Banku wraz z rodzinami, jak i zaproszeni klienci. (Więcej w części dotyczącej wolontariatu pracowniczego).
- Okazją do promowania EKO kultury jest także odbywający się we wrześniu, organizowany wspólnie z zespołem HealthAhead, Wielki Doroczny Piknik. W 2012 roku jego uzupełnieniem była tzw. strefa proekologiczna, w ramach której organizatorzy zaprezentowali proste i ekologiczne formy aktywności przeznaczone dla dzieci, dorosłych i całych rodzin.

Szczególną formą promowania postaw proekologicznych wśród pracowników Banku jest skrzynka pomysłów, dzięki której – w ramach programu SuperNOVA – można zgłaszać inicjatywy mające usprawnić funkcjonowanie Banku w zakresie ochrony środowiska. Dodatkowo organizowane są konkursy tematyczne, których zwycięzcy nie tylko otrzymują nagrody, ale także współuczestniczą we wdrażaniu zgłoszonych przez siebie propozycji. Ważnym elementem działań EKO Społeczności była przeprowadzona wśród pracowników w marcu 2012 roku EKO ankieta, pozwalająca ocenić ich świadomość ekologiczną.

## EKO ankieta

W 2012 roku 29% (26% w 2011 roku) ankietowanych pracowników zadeklarowało, że zmieniło swoje codzienne przyzwyczajenia dzięki inicjatywom EKO Społeczności.

W 2012 roku 94% (97% w 2011 roku) ankietowanych odpowiedziało, że dbanie o środowisko w domu i w pracy jest dla nich ważne. Jako najczęściej stosowane w życiu codziennym działania związane z troską o środowisko wskazali: wyłączenie zbędnych odbiorników prądu, oszczędzanie wody oraz segregację odpadów i ograniczenie zużycia papieru.

Działalność EKO Społeczności została pozytywnie oceniona przez 79% (55% w 2011 roku) ankietowanych.

## Energia

Odpowiedzialność społeczna Banku wyraża się także w jego trosce o to, by racjonalnie gospodarować energią elektryczną. Nie tylko prowadzimy edukację wśród pracowników w zakresie konieczności oszczędzania energii, ale przede wszystkim podejmujemy działania, które przynoszą wymierne efekty w postaci jej mniejszego zużycia przez Bank. Dlatego zobowiązujemy się do racjonalnego wykorzystania energii elektrycznej w centrali oraz oddziałach i placówkach Banku i prowadzimy sukcesywną modernizację urządzeń pod kątem racjonalizacji zużycia mediów.

### Jak działamy, żeby zużywać mniej energii?

<p><b>ZMIENIAMY URZĄDZENIA I WPROWADZAMY PROEKOLOGICZNE ROZWIĄZANIA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; W siedzibie Banku przy ul. Towarowej w Warszawie przeprowadzono modernizację łączą elektrycznego, dzięki czemu zmniejszono zużycie energii elektrycznej w budynku centrali o 252 MWh w skali roku.</li> <li>&gt; TurnMeOff – Bank wprowadził mechanizm wyłączający o zadanej porze komputery włączone lub pozostawione w trybie stand-by.</li> </ul>
<p><b>PROWADZIMY DZIAŁANIA BUDUJĄCE ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNĄ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Przeprowadzono kampanię promującą oszczędzanie energii „Nie bądź prądoholikiem!”, która zachęcała do wyłączania nieużywanych urządzeń elektrycznych, tj. komputerów, klimatyzatorów, oświetlenia.</li> <li>&gt; W centrali oraz oddziałach i placówkach Banku przeprowadzono EKO zawody w oszczędzaniu prądu poprzez wyłączanie komputerów po skończonej pracy. Inicjatywa EKO społeczności Banku w ciągu tygodnia trwania zawodów przyczyniła się do zmniejszenia zużycia energii elektrycznej i ograniczenia emisji CO<sub>2</sub> o blisko 1 tonę.</li> </ul>

Szacujemy, że **ZMNIĘSZYMY EMISJĘ CO<sub>2</sub> O 260 TON ROCZNIE**, dzięki ograniczeniu zużycia energii poprzez oszczędne użytkowanie sprzętu elektrycznego.

### TurnMeOff

- Tylko jeden komputer stacjonarny, pozostawiony na noc w trybie gotowości, zużywa miesięcznie ok. 22 kWh prądu i przyczynia się do emisji ponad 20 kg CO<sub>2</sub> do atmosfery. Z badań przeprowadzonych w Banku wynikało, że niemal jedna trzecia komputerów w centrali i oddziałach pozostaje włączona po godzinach pracy.

Dlatego w 2012 roku wprowadzono system automatycznie wyłączający komputery, które pozostawiono na noc włączone lub w trybie stand-by. Szacujemy, że inicjatywa TurnMeOff pozwoli na ograniczenie zużycia energii o blisko 150 tys. kWh w skali roku.

dobra praktyka

#### Pośrednie zużycie energii (w dżulach lub ich wielokrotności)\*

rok 2011	rok 2012
<b>72 000 000 MJ</b>	<b>73 800 000 MJ</b>

\*Dane w tabeli obrazują zakup energii elektrycznej dla lokalizacji banku, które mają podpisaną bezpośrednią umowę z zakładem energetycznym, nie jest prowadzony zakup energii z odnawialnych źródeł energii.



## Woda

Postawa fair play Banku BPH wobec społeczeństwa to także troska o ograniczone zasoby naturalne, w tym wodę. Dlatego podejmujemy działania służące jej racjonalnemu wykorzystywaniu poprzez edukację proekologiczną pracowników oraz wprowadzanie rozwiązań, które spowodują spadek zużycia wody w centrali oraz oddziałach i placówkach Banku. Również w trosce o zasoby wody ograniczamy zużycie innych surowców oraz prowadzimy recykling – dzięki zaoszczędzonej ryzie papieru nie musimy zużywać 3 litrów wody wykorzystywanych w procesie produkcyjnym.

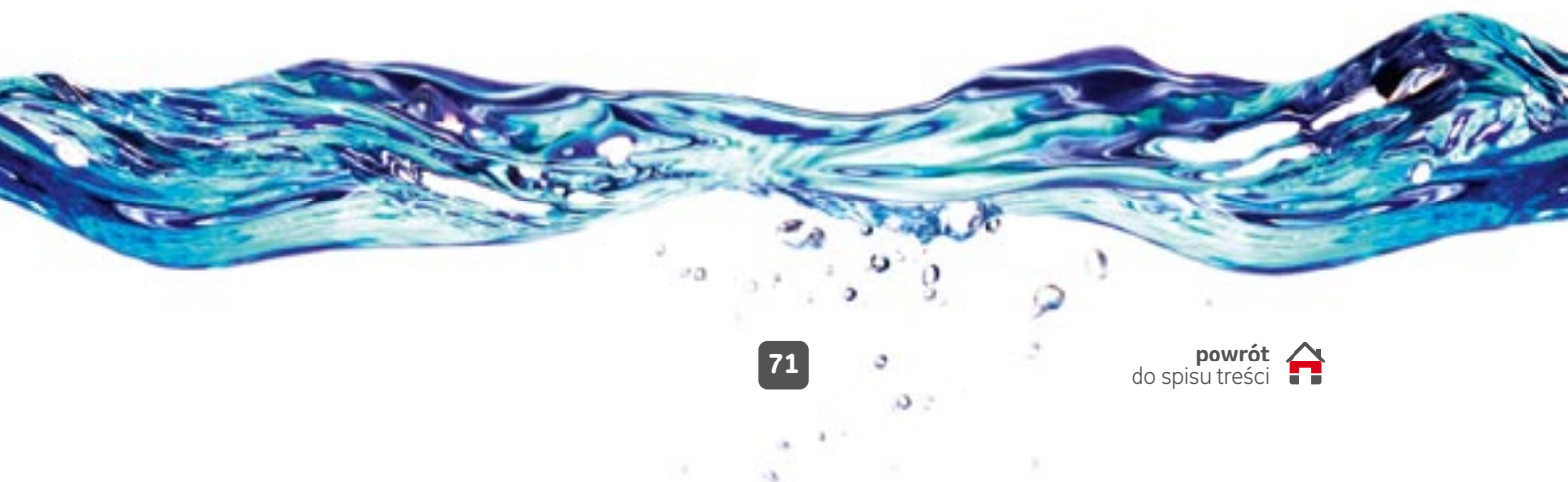
<p><b>ZMIENIAMY URZĄDZENIA I WPROWADZAMY PROEKOLOGICZNE ROZWIĄZANIA</b></p>	<p>Instalacja filtrów wody pitnej w centrali Banku przyczyniła się do ograniczenia ilości wody dostarczanej w plastikowych butlach PET, a to wiąże się także z oszczędnością wody używanej do mycia butli przed ich ponownym napełnieniem i w procesie produkcji PET.</p>
<p><b>ZAPOCZĄTKOWALIŚMY KAMPANIĘ SKIEROWANĄ DO PRACOWNIKÓW NA TEMAT OSZCZĘDNOŚCI WODY</b></p>	<p>Akcja – analogiczna do kampanii „Nie bądź prądoholikiem!” – zainaugurowana została przez rozsyłanie komunikatów podnoszących świadomość ekologiczną pracowników w tym obszarze.</p>

## Łączny pobór wody w podziale na źródła (w m<sup>3</sup>/rok)

	<b>Rok 2012*</b>
Gdańsk Elżbietańska	<b>645</b>
Kraków Helców	<b>100</b>
Kraków Boh. Września	<b>1035</b>
Warszawa Towarowa	<b>4963</b>
Razem	<b>6743 m<sup>3</sup>**</b>

\*Monitoring rozpoczęto w 2012 roku.

\*\*Dot. wybranych budynków Banku – siedzib centrali, w których możliwy jest monitoring zużycia wody; woda pozyskiwana jest z sieci miejskiej.



## Papier

Społeczna odpowiedzialność Banku BPH i jego troska o środowisko naturalne, którego stan ma zasadniczy wpływ na jakość życia społeczeństwa, przejawia się także w podejmowaniu działań na rzecz oszczędnego używania papieru w centrali i placówkach Banku oraz jego recyklingu. Inicjatywy te, podejmowane w ramach programu EKO, przynoszą wymierne korzyści w postaci ocalonych drzew.

### Jak działamy, żeby zużywać mniej papieru?

<b>ZMIENILIŚMY WZÓR BLANKIETU</b>	Wprowadzenie prostej innowacji w postaci zmienionego wzoru blankietu przyniosło wymierne korzyści, czyli zmniejszenie liczby wykorzystanych w Banku kartek o milion sztuk, co przekłada się na uratowanie blisko 92 drzew.
<b>STOSUJEMY PAPIER O OBNIŻONEJ GRAMATURZE</b>	W Banku zaczęto wykorzystywać papier o obniżonej gramaturze (70 g lub 75 g/m <sup>2</sup> ), który pochodzi z upraw drzew szybko odnawialnych (eukaliptusa) i posiada certyfikat FSC – Rady Dobrej Gospodarki Leśnej. Aż 76% papieru stosowanego do użytku biurowego w Banku w 2012 roku spełniało te parametry.
<b>PONOWNIE WYKORZYSTUJEMY MATERIAŁY PROMOCYJNE</b>	Pracownicy Banku oszczędzają papier poprzez używanie zadrukowanego jednostronnie papieru. Wykorzystują także papier ze starym logo Banku, drukując kody kreskowe w procesie skanowania dokumentacji. Koperty ze starym logo Banku stosowane są w wewnętrznej korespondencji.
<b>PROWADZIMY KAMPANIĘ INFORMACYJNĄ NA TEN TEMAT ADRESOWANĄ DO PRACOWNIKÓW</b>	Dzięki akcji komunikacyjnej pracownicy Banku dowiadują się, jakie znaczenie dla ochrony środowiska ma oszczędność papieru i jakie działania mogą podjąć, by chronić lasy.
<b>PRZEPROWADZILIŚMY KONKURS WŚRÓD PRACOWNIKÓW</b>	W marcu 2012 roku pracownicy Banku mogli zgłaszać swoje pomysły na to, jakie rozwiązania wprowadzone w Banku przyczynią się do ochrony lasów. Najlepsze propozycje zostały nagrodzone i wcielone w życie.
<b>ZACHĘCAMY KLIENTÓW DO REZYGNACJI Z PAPIEROWYCH WYCIĄGÓW I ZESTAWIEŃ TRANSAKCYJ</b>	Prowadzona jest promocja blokad wyciągów papierowych. Akcja jest organizowana cyklicznie w formie SMS oraz papierowych deklaracji dołączonych do wyciągu. Na kopertach umieszczony jest QR Kod, który po zeskanowaniu odsyła do strony <a href="http://www.bph.pl/EKO">www.bph.pl/EKO</a> , gdzie klient znajdzie informacje, w jaki sposób może zrezygnować z papierowego zestawienia na rzecz elektronicznej obsługi.

**1 392 500 SZTUK PAPIERU ZE STARYM LOGO BANKU NIE ZOSTAŁO ZNISZCZONE, TYLKO PONOWNIE WYKORZYSTANE DO DRUKOWANIA BAR KODÓW DO PRZEKŁADEK W PROCESIE SKANOWANIA DOKUMENTACJI ORAZ W PROCESIE DEKRETA PISM.**



## Wykorzystane surowce/materiały wg wagi i objętości

Łączne zużycie papieru (zużycie wewnętrzne i szacunkowe zużycie w procesie masowym)	
rok 2011	rok 2012
<b>458 ton</b>	<b>396 ton</b>

Liczba zakupionych tonerów w sztukach	
rok 2011	rok 2012
<b>4719</b>	<b>1566*</b>

\*Bank pod koniec 2011 roku w jednostkach terenowych zmienił sposób wykonywania wydruków na opłaty za kopię, w związku z tym zmniejszyła się liczba kupowanych tonerów

## Uratowaliśmy blisko **1800 drzew**

Liczba wydrukowanych kartek	
rok 2011	rok 2012
<b>32 633 970</b>	<b>19 719 072</b>

Liczba przekazanych przesyłek	
rok 2011	rok 2012
<b>1 186 037</b>	<b>953 002</b>

## Podróże służbowe

Jako firma odpowiedzialna społecznie, dla której troska o środowisko naturalne ma praktyczny wymiar, Bank BPH podejmuje działania, dzięki którym ogranicza emisję dwutlenku węgla do atmosfery. Odbywa się to poprzez scentralizowane zarządzanie podróżami służbowymi, ograniczenie podróży służbowych na rzecz tele- i wideokonferencji, a także promowanie wśród pracowników carpoolingu.

## Jak działamy, żeby mniej jeździć samochodami?

<p><b>PROMUJEMY CARPOOLING, CZYLI DOJAZDY KILKU OSÓB JEDNYM SAMOCHODEM DO PRACY LUB WYJAZDY W DELEGACJĘ</b></p>	<p>To jeden z ponad stu pomysłów zgłoszonych przez pracowników w ramach EKO Programu, wprowadzony w życie w 2011 roku. W 2012 roku na tablicy informacyjnej pojawiło się 40 ogłoszeń z propozycją wspólnych dojazdów do pracy (rok wcześniej – 9 ogłoszeń).</p>
<p><b>WYKORZYSTUJEMY TECHNOLOGIĘ TELEPRESENCE ORAZ POŁĄCZENIA ZDALNE, NP. WEBEX, PODCZAS SPOTKAŃ PRACOWNIKÓW Z RÓŻNYCH LOKALIZACJI</b></p>	<p>Jest to prosty i efektywny sposób na ograniczenie podróży służbowych, a więc także na zmniejszenie zużycia paliwa i ograniczenie emisji CO<sub>2</sub> do atmosfery.</p>
<p><b>ZACHĘCAMY PRACOWNIKÓW, BY JEŹDZILI DO PRACY ROWERAMI</b></p>	<p>Służyła temu kampania informacyjna „Dzień bez samochodu”, połączona z konkursem „Przesiądź się na rower”, przeprowadzona wspólnie przez EKO Społeczność i zespół HealthAhead Banku.</p>

## Ile ton paliwa zakupiono dla samochodów Banku w latach 2011-2012?

rok 2011	rok 2012
1767,36 t	1039,69 t

## Dzień bez samochodu – kampania informacyjna połączona z konkursem

„Przesiądź się na rower” – to wspólne przedsięwzięcie EKO Społeczności i zespołu HealthAhead, które miało na celu promowanie zdrowego stylu życia i postaw proekologicznych wśród pracowników Banku BPH. Przez trzy dni czerwca mogli oni odpowiadać na pytania dotyczące zdrowia, sportu i ekologii, zamieszczane na stronie konkursu.

Trzy osoby, które wykazały się największą wiedzą z tego zakresu i zdobyły największą liczbę punktów, otrzymały rowery. Nagroda miała zachęcić zwycięzców do tego, by „przesiedli się na rowery”, a wśród pracowników Banku promować ten sposób poruszania się po mieście jako sprzyjający zdrowiu i ekologii.

## Odpady

Troska o środowisko naturalne oznacza również prowadzenie odpowiedzialnej gospodarki odpadami. Dlatego Bank BPH zobowiązuje się do segregowania zużytych urządzeń elektronicznych w centrali oraz w oddziałach i placówkach, w celu ich utylizacji lub powtórnego przetworzenia, a także – do centralnego zarządzania ich logistyką.

### Jak działamy, żeby promować segregację odpadów i recykling?

<b>SEGREGUJEMY ŚMIECI</b>	Od listopada 2011 roku w budynkach własnych centrali Banku znajdują się pojemniki służące do zbiórki selektywnej. Dzięki temu od stycznia do grudnia 2012 roku z budynków centrali Banku przekazano 37,5 ton odpadów podlegających recyklingowi.
<b>PROWADZIMY RECYKLING ZUŻYTYCH TONERÓW I DBAMY O UTYLIZACJĘ BATERII</b>	Również w listopadzie 2011 roku w budynkach własnych centrali rozmieszczone zostały pojemniki umożliwiające utylizację zużytych baterii.
<b>PROWADZIMY KOMUNIKACJĘ ADRESOWANĄ DO WSZYSTKICH PRACOWNIKÓW BANKU DOTYCZĄCĄ M.IN. RECYKLINGU</b>	Komunikacja uświadamiająca pracownikom potrzebę recyklingu prowadzona jest w sposób podobny do innych kampanii informacyjnych, dotyczących konieczności oszczędzania energii elektrycznej, wody itp.

### Ilość odpadów przekazana do recyklingu

	Liczba kg w roku 2011	Liczba kg w roku 2012
<b>SPRZĘT BIUROWY - WIELKOGABARYTOWY</b>	<b>170 940</b>	<b>71 428</b>
<b>SPRZĘT ELEKTRO</b>	<b>86 949</b>	<b>55 784</b>
<b>PAPIER MAKULATURA</b>	<b>281 805</b>	<b>198 300</b>
<b>ZŁOM</b>	<b>35 490</b>	<b>12 720</b>
<b>TONERY</b>	Liczba tonerów zwróconych do recyklingu w sztukach <b>5071</b>	Liczba tonerów zwróconych do recyklingu w sztukach <b>2230</b>

Przekazaliśmy blisko **200 TON ODPADÓW DO RECYKLINGU** (w tym proces niszczenia i utylizacji zniszczonej dokumentacji), **zebraliśmy ponad 200 kg zużytych baterii**

Od czerwca 2012 roku w Dziale Korespondencji Bankowej (Pion Operacji) **100% MAKULATURY POWSTAJĄCEJ PODCZAS ROZPAKOWYWANIA KORESPONDENCJI** trafiającej do Banku przekazywane jest do recyklingu

### Instalacja filtrów wody pitnej

W lipcu 2012 roku rozpoczęto instalację filtrów wody pitnej w centrali Banku. Ograniczenie liczby butli PET to jeden ze sposobów dbania o środowisko. (Podczas produkcji jednej butli PET do atmosfery emitowanych jest ok. 3 kg gazów cieplarnianych; taka butla może być przetworzona zaledwie w 13-23%, reszta trafia na wysypisko, gdzie potrzebuje

od 100 do 1000 lat, by ulec rozkładowi). Instalowane filtry molekularne mają elementy wymienne, wykonane z materiałów odnawialnych, głównie z polipropylenu PP, dzięki czemu stanowią dużo mniejsze niż butle PET obciążenie dla środowiska.



## Promowanie postaw ekologicznych w otoczeniu

Społeczna odpowiedzialność i dbałość o środowisko naturalne oraz lokalne społeczności Banku BPH wyraża się także poprzez działania promujące postawę EKO wśród klientów Banku. Są oni informowani o możliwości rezygnacji z papierowych wyciągów na rzecz wyciągów elektronicznych.

<b>ZACHĘCAMY KLIENTÓW DO POSTAW PROEKOLOGICZNYCH</b>	Chroń z nami środowisko i bądź EKO – nawołuje Bank na swojej stronie internetowej, zachęcając jednocześnie klientów do korzystania z nowoczesnych kanałów elektronicznego dostępu do usług i produktów Banku, a w szczególności do zastąpienia wyciągów papierowych zestawieniami przesyłanymi drogą elektroniczną. Informacje o takiej możliwości zamieszczone są również na kopertach wysyłanych do klientów.
<b>PROMUJEMY EKOLOGIĘ WŚRÓD PRACOWNIKÓW</b>	Realizujemy wiele inicjatyw promujących zachowania i postawy ekologiczne wspólnie z GE Volunteers.
<b>PROMUJEMY EKOLOGIĘ WŚRÓD DOSTAWCÓW</b>	W załączniku umowy z dostawcami Banku znajduje się zapis o konieczności przestrzegania przepisów dotyczących ochrony środowiska i niewywieraniu negatywnego wpływu na bezpośrednie sąsiedztwo.

### Konkurs ekologiczny Planet Hero

Przez trzy miesiące 2012 roku pracownicy call center propagowali wśród klientów Banku bankowość elektroniczną i zachęcali ich do zablokowania wysyłki papierowych zestawień transakcji i korzystania z wyciągów

elektronicznych za pośrednictwem serwisu internetowego Sez@m. Najbardziej skuteczny pracownik, który przekonał największą liczbę klientów, otrzymał pieniężną nagrodę główną.

Liczba zablokowanych wysyłek papierowych zestawień transakcji w 2012 roku – **3 980 828 szt.**

### Ekologiczny kredyt hipoteczny w ofercie

Bank BPH wprowadził do oferty kredyt EKOhipoteczny, mający zachęcać kredytobiorców niebędących specjalistami w dziedzinie technologii energooszczędnych do zainteresowania się tą tematyką i wykorzystania elementów poprawiających energooszczędność w swoich domach. Produkt ten powstał z myślą o klientach chcących mieszkać w domu, który zużywa mniej energii niż standardowy i dzięki temu przynosi wymierne oszczędności i emituje mniej gazów cieplarnianych.

Warunkiem ubiegania się o kredyt EKOhipoteczny Banku BPH jest dołączenie do wniosku kredytowego certyfikatu energetycznego lub projektu technicznego domu energooszczędnego z bilansem cieplnym budynku. O zakwalifikowaniu nieruchomości do kredytu EKOhipotecznego Banku BPH będzie decydował, ujęty w bilansie cieplnym, wskaźnik energii niezbędnej do ogrzania budynku (c.o.) oraz do przygotowania ciepłej wody użytkowej (c.w.u.). Powinien być on niższy niż 100 kWh/m<sup>2</sup>/rok.

## Ekologiczny kredyt hipoteczny

<b>KORZYŚCI DLA KLIENTA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; możliwość sfinansowania zakupu/budowy domu energooszczędnego</li><li>&gt; niższe koszty utrzymania – comiesięczne oszczędności</li><li>&gt; mniejsza wrażliwość na zmiany cen energii</li><li>&gt; wyższa wartość nieruchomości</li><li>&gt; lepszy komfort życia</li><li>&gt; niższa prowizja</li></ul>
<b>KORZYŚCI DLA ŚRODOWISKA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; mniejsze zużycie nieodnawialnych źródeł energii, takich jak węgiel, gaz, ropa</li><li>&gt; niższa emisja CO<sub>2</sub></li><li>&gt; używanie mniej szkodliwych dla środowiska źródeł energii – energii odnawialnej</li></ul>
<b>KORZYŚCI DLA BANKU</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; lepszy stan techniczny nieruchomości stanowiącej zabezpieczenie kredytu</li><li>&gt; mniejsza wrażliwość na spadek cen nieruchomości</li><li>&gt; Bank BPH rozpoznawany jako Bank przyjazny dla środowiska</li></ul>





# Indeks GRI

	Opis wskaźnika	Stopień raportowania	Strony
1,1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla (np. dyrektora wykonawczego, prezesa zarządu lub innej osoby o równoważnej pozycji) na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii.	pełny	4
1,2	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk.	pełny	4, 12
<b>Profil organizacyjny</b>			
2,1	Nazwa organizacji.	pełny	5
2,2	Główne marki, produkty i/lub usługi.	pełny	6-7
2,3	Struktura operacyjna organizacji, z wyróżnieniem głównych działów, spółek zależnych, podmiotów powiązanych oraz przedsięwzięć typu joint venture.	pełny	5
2,4	Lokalizacja siedziby głównej organizacji.	pełny	5
2,5	Liczba krajów, w których działa organizacja, oraz podanie nazw tych krajów, gdzie zlokalizowane są główne operacje organizacji, lub tych, które są szczególnie adekwatne w kontekście treści raportu.	pełny	5
2,6	Forma własności i struktura prawna organizacji.	pełny	5
2,7	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów.	pełny	5
2,8	Skala działalności.	pełny	5, 8-9
2,9	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury lub formy własności.	pełny	5
2,10	Nagrody otrzymane w raportowanym okresie.	pełny	9
<b>Parametry Raportu</b>			
<b>Profil Raportu</b>			
3,1	Okres raportowania.	pełny	14
3,2	Data publikacji ostatniego raportu.	pełny	14
3,3	Cykl raportowania.	pełny	14
3,4	Osoba kontaktowa.	pełny	14
<b>Zakres i zasięg Raportu</b>			
3,5	Proces definiowania zawartości raportu.	pełny	13, 14
3,6	Zasięg raportu (np. kraje, oddziały, jednostki zależne, dzierżawione obiekty, przedsięwzięcia typu joint venture, dostawcy).	pełny	14
3,7	Oświadczenie w sprawie jakichkolwiek ograniczeń w zakresie i zasięgu raportu.	pełny	14
3,8	Informacja o przedsięwzięciach typu joint venture, podmiotach zależnych, obiektach dzierżawionych, operacjach outsoursowanych i innych jednostkach, które w znaczący sposób mogą wpłynąć na porównywalność działań organizacji w poszczególnych okresach i/lub w stosunku do innych organizacji.	pełny	14
3,9	Techniki i przyjęte założenia odnośnie do szacunków i kalkulacji wskaźników i innych informacji zawartych w raporcie.	pełny	14
3,10	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu (np. fuzje, przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakteru działalności, metod pomiaru).	pełny	14
3,11	Znaczące zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie.	pełny	14

<b>Indeks treści GRI</b>			
3,12	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia Standardowych Informacji w raporcie.	pełny	82-85
<b>Weryfikacja</b>			
3,13	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu. Jeśli nie zawarto takich danych w niezależnym raporcie poświadczającym, wyjaśnienie zakresu i podstaw zewnętrznej weryfikacji oraz relacji pomiędzy organizacją i zewnętrznym podmiotem poświadczającym.		nie dotyczy
<b>Nadzór, zobowiązania i zaangażowanie</b>			
<b>Nadzór</b>			
4,1	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania, jak na przykład tworzenie strategii czy nadzór nad organizacją.	pełny	16
4,2	Wskazanie, czy przewodniczący najwyższego organu nadzorczego jest również dyrektorem zarządzającym (a jeśli tak, to jakie funkcje pełni w ramach zarządu wraz z uzasadnieniem takiej struktury).	pełny	16
4,3	Liczba i płeć Członków najwyższego organu nadzorczego z wyróżnieniem niezależnych i/lub niewykonawczych Członków (dotyczy organizacji posiadających monistyczną strukturę rady nadzorczej/organu nadzorczego).	pełny	17
4,4	Mechanizmy umożliwiające akcjonariuszom i pracownikom zgłaszanie rekomendacji i wskazówek dla najwyższego organu nadzorczego.	pełny	36
4,5	Związek pomiędzy poziomem wynagrodzeń najwyższego organu nadzorczego, wyższej kadry menedżerskiej oraz zarządu (obejmując system odpraw) a wynikami organizacji (obejmując wyniki społeczne i środowiskowe).	pełny	16
4,6	Procesy pozwalające na uniknięcie konfliktu interesów Członków najwyższego organu nadzorczego.	pełny	16
4,7	Proces weryfikacji składu, kwalifikacji i doświadczenia Członków najwyższego organu nadzorczego oraz komitetów, rozważając przy tym płeć i inne wskaźniki różnorodności.	pełny	16
4,8	Wewnętrznie sformułowana misja lub wartości organizacji, kodeks postępowania oraz zasady odnoszące się do aspektów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych funkcjonowania organizacji oraz poziom ich implementacji.	pełny	10
4,9	Procedury najwyższego organu nadzorczego dotyczące nadzoru identyfikacji i zarządzania kwestiami ekonomicznymi, środowiskowymi i społecznymi, włączając stosowne ryzyka i szanse oraz dostosowanie się lub zgodność z uznanymi międzynarodowymi standardami, kodeksami postępowania i zasadami.	pełny	13, 16
4,10	Proces ewaluacji wyników działań najwyższego organu nadzorczego w odniesieniu do kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych.	pełny	13, 16
<b>Zaangażowanie w inicjatywy zewnętrzne</b>			
4,11	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności.	pełny	36
4,12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy.	pełny	36, 59
4,13	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych/międzynarodowych organizacjach rzeczniczych.	pełny	43
<b>Angażowanie interesariuszy</b>			
4,14	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację.	pełny	42-43
4,15	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy.	pełny	40-41
4,16	Podejście do angażowania interesariuszy, włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy.	pełny	42-43

4,17	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie.	pełny	13, 31
<b>PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA</b>			
EC	Podójście do zarządzania – wskaźniki EKONOMICZNE		5, 8, 61-62
EN	Podójście do zarządzania – wskaźniki ŚRODOWISKOWE		70-71, 73-75, 77-78, 80
LA	Podójście do zarządzania – wskaźniki SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI W ZAKRESIE PRAKTYK DOTYCZĄCYCH ZATRUDNIENIA I GODNEJ PRACY		47-48, 49, 54, 57
HR	Podójście do zarządzania – wskaźniki SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI W ZAKRESIE RESPEKTOWANIA PRAW CZŁOWIEKA		36-37, 44-45
SO	Podójście do zarządzania – wskaźniki SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI WPŁYWU NA SPOŁECZEŃSTWO		27, 36-37, 61-62
PR	Podójście do zarządzania – wskaźniki SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI W ZAKRESIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA PRODUKT		21-22
<b>WSKAŹNIKI EKONOMICZNE</b>			
EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielonych zysków oraz wypłat dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych.	pełny	8
EC 8	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa poprzez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro-bono. Wpływ tych działań na społeczeństwo.	pełny	61, 62, 67
<b>WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE</b>			
EN1	Wykorzystane surowce/materiały według wagi i objętości.	częściowo	76
EN4	Pośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii.	pełny	73
EN6	Inicjatywy podjęte w celu dostarczenia produktów i usług efektywnych energetycznie lub opartych na energii odnawialnej oraz wynikające z tych rozwiązań redukcje zapotrzebowania na energię.	pełny	80-81
EN7	Inicjatywy podjęte w celu zmniejszenia pośredniego zużycia energii z uwzględnieniem osiągniętego stopnia redukcji.	pełny	73
EN8	Łączny pobór wody według źródła.	pełny	74
EN18	Inicjatywy podjęte w celu redukcji emisji gazów cieplarnianych i uzyskane efekty.	pełny	70, 73, 77
EN22	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem.	częściowo	78
EN28	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych za nieprzestrzeganie prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska.	pełny	70
<b>WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI W ZAKRESIE PRAKTYK DOTYCZĄCYCH ZATRUDNIENIA I GODNEJ PRACY</b>			
LA1	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu (w podziale na płeć).	pełny	48
LA4	Odsetek zatrudnionych objętych umowami zbiorowymi.	pełny	54
LA5	Minimalne wyprzedzenie, z jakim informuje się o istotnych zmianach operacyjnych, wraz ze wskazaniem, czy okresy te są określone w umowach zbiorowych.	pełny	54
LA10	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia i płci.	pełny	51
LA12	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądów rozwoju kariery zawodowej według płci.	pełny	49
LA13	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności.	pełny	17

<b>WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI W ZAKRESIE RESPEKTOWANIA PRAW CZŁOWIEKA</b>			
HR2	Procent znaczących dostawców, podwykonawców i innych partnerów biznesowych poddanych weryfikacji pod kątem przestrzegania praw człowieka oraz działania podjęte w tej kwestii.	pełny	45
HR3	Całkowita liczba godzin szkoleniowych na temat polityk i procedur regulujących kwestie przestrzegania praw człowieka w zakresie prowadzonej działalności oraz procent przeszkolonych pracowników.	pełny	38
HR4	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz działania naprawcze podjęte w tej kwestii.	pełny	37
HR6	Działania zidentyfikowane w organizacji i u znaczących dostawców jako niosące ze sobą istotne ryzyko wykorzystywania pracy dzieci oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków.	pełny	37, 45
HR7	Działania zidentyfikowane w organizacji i u znaczących dostawców jako niosące za sobą istotne ryzyko wystąpienia pracy przymusowej lub obowiązkowej oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków.	pełny	37, 45
<b>WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI WPŁYWU NA SPOŁECZEŃSTWO</b>			
SO2	Procent i całkowita liczba jednostek biznesowych poddanych analizie pod kątem ryzyka związanego z korupcją.	pełny	37
SO3	Procent pracowników przeszkolonych w zakresie polityk i procedur antykorupcyjnych organizacji.	pełny	38
SO4	Działania podjęte w odpowiedzi na przypadki korupcji.	pełny	37
SO7	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki.	pełny	37
SO8	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami.	pełny	22
FS14	Inicjatywy mające na celu zwiększenie dostępności usług dla osób zagrożonych wykluczeniem.	pełny	27
<b>WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: WSKAŹNIKI W ZAKRESIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA PRODUKT</b>			
PR1	Etapy cyklu życia produktu, na których ocenia się wpływ produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo w celu poprawy wskaźników oraz procent istotnych kategorii produktów i usług podlegających takim procedurom.	pełny	21
PR3	Rodzaj informacji o produktach i usługach wymaganych na mocy procedur oraz procent znaczących produktów i usług podlegających takim wymogom informacyjnym.	pełny	21-22
PR4	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach według skutków.	pełny	22
PR5	Praktyki związane z zapewnieniem satysfakcji klienta, w tym wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta.	pełny	29
FS16	Inicjatywy mające na celu wzrost świadomości kwestii finansowych według rodzaju beneficjenta.	pełny	26, 64
PR6	Programy dotyczące przestrzegania prawa, standardów i dobrowolnych kodeksów regulujących kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu.	pełny	21-22, 36
PR7	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu według rodzaju skutków.	pełny	22
PR9	Wartość pieniężna istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostawy i użytkowania produktów i usług.	pełny	22
FS15	Polityka dotycząca projektowania i sprzedaży produktów i usług finansowych na Zasadach Fair Play.	pełny	21-22



## Oświadczenie o weryfikacji poziomu aplikacji GRI

GRI niniejszym oświadcza, iż **Bank BPH SA** złożyło swój raport zatytułowany „RAPORT PO PROSTU FAIR - Raport Społecznej Odpowiedzialności 2012” w dziale raportów GRI, który uznał, iż raport ten spełnia wymogi aplikacji poziomu B.

Poziomy aplikacji GRI ukazują stopień, w jakim zawartość wytycznych G3.1 GRI została zastosowana w złożonym raporcie zrównoważonego rozwoju. Weryfikacja potwierdza, iż dla tego poziomu aplikacji w raporcie została przedstawiona wymagana ilość standardowych informacji i wskaźników oraz, że Indeks treści GRI prezentuje wymagane informacje według wytycznych G3.1 GRI. Aby zapoznać się z metodologią, proszę kliknąć w link: [www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Poziomy aplikacji nie informują o wydajności danej organizacji w zakresie adresowania kwestii zrównoważonego rozwoju, ani też o jakości informacji zawartych w jej raporcie.

Amsterdam, 23 lipca 2013



**Nelmara Arbex**  
Zastępca Dyrektora Naczelnego

*Global Reporting Initiative (GRI) jest organizacją sieciową, która zapoczątkowała rozwój najbardziej rozpowszechnionych ramowych zasad raportowania GRI i która dba o to, by były one wciąż ulepszone i stosowane na całym świecie. Wytyczne GRI określają zasady i wskaźniki, które organizacje mogą wykorzystać do mierzenia i raportowania ekonomicznych, środowiskowych oraz społecznych aspektów swojego funkcjonowania. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

*Wyłączenie odpowiedzialności: Tam, gdzie dany raport zrównoważonego rozwoju zawiera linki zewnętrzne (również materiał audio-wizualny), oświadczenie to odnosi się wyłącznie do materiałów zgłoszonych do GRI w czasie weryfikacji dnia 4 lipca 2013. GRI wyraźnie zaznacza, iż oświadczenie to nie odnosi się do ewentualnych późniejszych zmian w materiałach.*