PO PROSTU FAIR

Raport Społecznej Odpowiedzialności

2012

WERSJA SKRÓCONA

Bank BPH
grupa GE Capital

Po prostu fair

1 milion
klientów indywidualnych

1 z 20
spółek notowanych w RESPECT Index

412
oddziałów i placówek

75 tys.
obsługiwanych małych i średnich firm

2,3 tys.
obsługiwanych przedsiębiorstw

1000
pracowników Banku realizuje unikalną inicjatywę promującą różnorodność (Women's Network)

100%
naszych reklam oparte jest na faktach. Rzetelnie informujemy o naszych produktach

200 ton
odpadów przekazaliśmy do recyklingu w 2012 roku

1700
pracowników działało w naszym wolontariacie pracowniczym w 2012 roku

CO TO ZNACZY DLA BANKU **BYĆ PO PROSTU FAIR** I JAKIE SĄ GŁÓWNE ZAŁOŻENIA **STRATEGII „FAIR PLAY”?**

Społeczna odpowiedzialność biznesu leży u podstaw działań biznesowych Banku BPH. Naszym celem jest działanie uczciwe, rzetelne i odpowiedzialne w stosunku do wszystkich grup interesariuszy. 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. Wytycza ona kierunki naszego działania na najbliższych kilka lat, jest wyrazem troski Banku BPH o zrównoważony rozwój, a realizacja jej kluczowych założeń ma wspierać nasz sukces rynkowy.
W niniejszym Raporcie przedstawiamy Zasady Fair Play, które wdrożyliśmy w 2012 roku. Są one naszą odpowiedzią na oczekiwania interesariuszy Banku, które poznaliśmy dzięki konsekwentnie prowadzonemu z nimi dialogowi.

RICHARD GASKIN
Prezes Zarządu Banku BPH

PO PROSTU FAIR

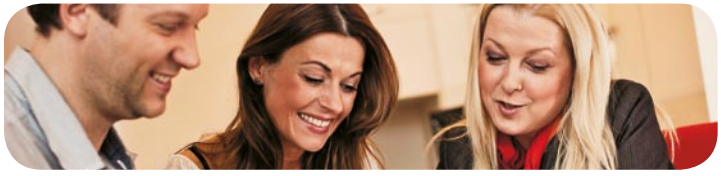
Publikacja, którą trzymają Państwo w ręku, jest skrótem Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) Banku BPH za 2012 rok, którego pełną wersję można znaleźć na stronie: www.bph.pl. Bank BPH opracowuje i publikuje dane z zakresu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu od 2005 roku. Tegoroczna pełna wersja Raportu CSR została opracowana po raz pierwszy według międzynarodowych wytycznych GRI (Global Reporting Initiative). Standardy te z jednej strony określają zawartość raportu, z drugiej zaś – zapewniają istotność, jakość, porównywalność, wiarygodność i przejrzystość jego treści.

MALWINA FIDYK
Menedżer ds. CSR i Różnorodności

STRATEGIA „FAIR PLAY”

Klienci	**Jasne zasady**	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.
	Wsparcie i pomoc	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.
	Otwarty dialog	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.
	Dbanie o bezpieczeństwo finansowe	Bank BPH podejmuje działania służące wspieraniu bezpieczeństwa finansowego klientów, aby czuli się komfortowo i efektywnie zarządzali swoimi finansami, nie zadłużając się powyżej bezpiecznego dla nich poziomu.

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 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.



Pracownicy	**Rozwój kariery**	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.
	Zdrowe i przyjazne miejsce pracy	Bank posiada dedykowane programy promujące wśród pracowników zachowania prozdrowotne i wspierające prowadzenie zdrowego trybu życia.
	Komunikacja i satysfakcja	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.
	Różnorodność	Bank konsekwentnie wspiera różnorodność w środowisku pracy. Realizując Politykę Różnorodności, Bank zachęca pracowników do wykorzystania swojego potencjału, bez względu na płeć, wiek, wyznanie, pochodzenie czy niepełnosprawność.

Społeczeństwo	**Wolontariat pracowniczy**	Bycie fair wobec społeczności lokalnych znajduje swój wyraz przede wszystkim w bezpośrednim angażowaniu się pracowników Banku w działania na rzecz tych społeczności.
	Promowanie postaw fair	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.
	Ochrona środowiska naturalnego	Troska o środowisko naturalne dotyczy nie tylko firm produkcyjnych, ale powinna być też 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.

PO PROSTU FAIR WOBEC KLIENTÓW

Według jakich zasad powinien działać bank, by być instytucją fair i zdobyć zaufanie Polaków? Odpowiadając na to pytanie, obecni i potencjalni klienci Banku BPH wskazali cztery obszary, które stały się głównymi kategoriami jego strategii w odniesieniu do klientów. Znalazło to również odzwierciedlenie w sformułowanych w 2012 roku Zasadach Fair Play. Zgodnie z tym strategia „fair play" zakłada, że Bank BPH będzie oferował przejrzyste produkty, udzielał klientom wsparcia i pomocy, będzie otwarty na ich opinie i sugestie oraz będzie dbał o ich finansowe bezpieczeństwo. Dlatego Bank podejmował, podejmuje i nadal będzie podejmował konkretne inicjatywy służące realizacji tych założeń.

Dążąc do tego, by wszystkie oferowane produkty i usługi były etyczne, a standardy obsługi klienta na jak najwyższym poziomie, Bank przyjął Zasady Odpowiedzialnej Bankowości, które sprzyjają utrzymywaniu korzystnych długoterminowych relacji z klientami i regulatorami. W trosce o to, by zapewnić klientom rzetelną pomoc przy podejmowaniu decyzji finansowych, Bank prowadzi edukację w zakresie finansów osobistych. Przykładowo, klienci mogą skorzystać z bezpłatnej publikacji „Przewodnik od inwestycji do zysków, czyli jak korzystnie inwestować i efektywnie oszczędzać", pomagającej w wyborze produktów odpowiednich do swoich potrzeb.

Aby zapewnić klientom maksymalne bezpieczeństwo, Bank rozpoczął w 2012 roku wdrażanie we wszystkich placówkach nowoczesnego systemu identyfikacji biometrycznej. Dbałość o bezpieczeństwo finansowe to także szereg inicjatyw, które uświadamiają klientom, czym jest bezpieczne zadłużanie się. Jednocześnie Bank prowadzi – poprzez cykliczne spotkania – stały dialog ze wszystkimi grupami klientów: z klientami indywidualnymi, korporacyjnymi oraz z segmentu MSP. Zgłaszane przez nich opinie i postulaty są na bieżąco analizowane i służą usprawnianiu oraz podnoszeniu standardów obsługi, a także dostosowywaniu oferty Banku do potrzeb i oczekiwań klientów. 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.

NASZE DEKLARACJE
WSPIERAMY KONKRETNYMI DZIAŁANIAMI

Strategia „fair play", którą kieruje się Bank BPH, pokazuje, że nasze działania prowadzimy w sposób etyczny. Nie chcemy zaskakiwać klientów dodatkowymi opłatami czy „gwiazdkami", ponieważ zależy nam na tym, by sprzedaż była prowadzona w sposób uczciwy i dopasowany do ich potrzeb. 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.

KRZYSZTOF NOWACZEWSKI
Wiceprezes Zarządu, Pion Sprzedaży

DLACZEGO **BYCIE FAIR WOBEC KLIENTÓW** JEST WAŻNE?

Jednym z najważniejszych działań w ramach strategii „fair play" 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 zamierzamy realizować 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 szczególny sposób wyróżniają nas na rynku i pomagają budować naszą przewagę konkurencyjną.

MARIUSZ KOSTERA
Wiceprezes Zarządu,
Pion Marketingu i Zarządzania Produktami

CO NAS WYRÓŻNIA?

Forum Klientów Indywidualnych

Jedną z inicjatyw służących realizacji idei otwartości na uwagi i potrzeby interesariuszy 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 uwagi są wykorzystywane do optymalizacji działań Banku i dostosowania ich do oczekiwań i potrzeb 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. Omawiane są działania Banku przede wszystkim w obszarze związanym ze strategią „fair play", w tym: jego ofertą, zakresem oraz poziomem świadczonych usług.

DOBRA PRAKTYKA

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 przez Bank rozwiązaniach, portfelu produktów oraz poziomie obsługi. Rada składa się z 80 klientów naszego Banku, którzy reprezentują segment małych i średnich firm oraz korporacji. 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.

DOBRA PRAKTYKA

ZASADY FAIR PLAY

Bank BPH grupa GE Capital Po prostu fair

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 Kapitalnego 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.**

ZASADA FAIR PLAY #7
Asystent Finansowy – **pomoc w zarządzaniu budżetem**

Chcemy wspierać naszych klientów w zarządzaniu finansami osobistymi. W tym celu udostępniliśmy 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 zawsze 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.

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

Wierzymy, 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.

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.

ZASADA FAIR PLAY #15
Świadectwo kredytowe – **ocena indywidualnej zdolności kredytowej**

Chcemy, aby nasi klienci wiedzieli, w jaki sposób podejmujemy 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. Bank przywiązuje dużą wagę do zasad ładu korporacyjnego, które sprzyjają zrównoważonemu rozwojowi i są korzystne dla wszystkich grup interesariuszy. W 2012 roku respektował wszystkie zasady ładu korporacyjnego zawarte w „Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW" w kształcie zatwierdzonym przez Radę Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 19 października 2011 roku. Bank BPH 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". Jednym z priorytetów dla Banku jest dbałość o etyczne postępowanie pracowników. Dlatego z jednej strony nakłada on na nich obowiązek stosowania określonych reguł postępowania (zebranych w opisanym niżej kodeksie postępowania GE „Duch i Litera"), z drugiej – dba o to, by przygotować pracowników do przestrzegania zasad compliance, organizując obowiązkowe szkolenia z tego zakresu. 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 (np. podczas procesu zakupowego). Z drugiej strony konsekwentnie wymaga od dostawców, by prowadzili swoją działalność w sposób etyczny (warunkiem uzyskania statusu kontrahenta Banku BPH jest deklaracja przestrzegania przez dostawcę Etyki Biznesu).

DLACZEGO **ETYCZNE I PRZEJRZYSTE RELACJE Z OTOCZENIEM** SĄ WAŻNE DLA BANKU?

Stałe 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. 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 słusznością przyjętej przez nas strategii współpracy z partnerami biznesowymi, tym bardziej jestem przekonana, że warto podążać wybraną drogą.

GRAŻYNA UTRATA
Wiceprezes Zarządu, Pion Prawny i Relacji Korporacyjnych

CO NAS WYRÓŻNIA?

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 – zobowiązali 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.

DOBRA PRAKTYKA

Duch i Litera – nasz kodeks działania

Zawsze bezkompromisowa uczciwość. Tak brzmi motto, zgodnie z którym powinien postępować codziennie i wszędzie każdy pracownik GE. To właśnie bezwzględnemu podejściu do zasad etycznych firma 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 zobowiązani są wszyscy pracownicy. Kodeks jest 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 niezależnego powiernika Ombudsperson o wszystkich naruszeniach, a nawet podejrzeniach naruszeń zasad etycznych. Kodeks „Duch i Litera" określa zasady postępowania pracowników GE w pięciu obszarach działalności biznesowej: współpraca z dostawcami i klientami, współpraca z władzami, konkurencja na rynku globalnym, społeczności GE i ochrona własności GE.

DOBRA PRAKTYKA

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 rolę odgrywa Ombudsperson – niezależny powiernik, któremu pracownicy Banku mogą zgłaszać wszelkie trudne sprawy związane z pracą w GE. Na życzenie osoby zgłaszającej problem Ombudsperson jest zobowiązany do zachowania informacji, od kogo pochodzi zgłoszenie, w tajemnicy. Grupa Ombudsperson w Banku BPH obecnie składa się z 14 osób reprezentujących wszystkie piony jego działalności.

PO PROSTU FAIR WOBEC PRACOWNIKÓW

Dla Banku jest ważne, by postępować fair wobec pracowników, którzy są najważniejszymi ambasadorami jego strategii, a ich zaangażowanie bezpośrednio warunkuje dalszy rozwój Banku. Bank BPH dba o rozwój pracowników – dzięki prowadzonym działaniom i programom rozwojowym oraz szkoleniowym pracownicy poszerzają kluczowe umiejętności i wiedzę. Ich rozwojowi służą również: rozwój talentów i planowanie sukcesji, efektywny proces zarządzania wynikami pracy oraz wsparcie udzielane w procesie rozwoju kariery. Postawa fair wobec pracowników wyraża się także w dbałości o to, by stworzyć przyjazne miejsce pracy, które umożliwi pracownikom wszechstronny rozwój zawodowy, zaoferuje przejrzyste oraz spójne Polityki Wynagradzania i Premiowania, wzmacniające stabilność zatrudnienia i dobrą atmosferę pracy. Nie mniejsze znaczenie ma dbałość o zdrowie pracowników, wyrażana m.in. poprzez program benefitów czy program HealthAhead, zachęcający do prowadzenia zdrowego trybu życia. Bank przywiązuje szczególną wagę do otwartej komunikacji z pracownikami, wiedząc, że to jeden z warunków budowania trwałej satysfakcji.

Dlatego systematycznie prowadzi badania opinii pracowniczej GEOS – GE Opinion Survey – i na podstawie ich wyników dokonuje analizy potrzeb oraz satysfakcji pracowników. 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. Bank wychodzi z założenia, że najlepsze, najbardziej innowacyjne i efektywne rozwiązania pojawiają się w zróżnicowanym środowisku pracy. Wspiera więc i zachęca pracowników do tego, by w pełni wykorzystywali swój potencjał – bez względu na płeć, wiek, wyznanie, pochodzenie czy niepełnosprawność. W kwietniu 2012 roku Bank ogłosił Politykę Różnorodności, która przewiduje różne formy propagowania różnorodności w miejscu pracy (np. działalność międzynarodowej organizacji GE Women's Network, Program Babymagination, program rozwojowy dla kobiet Future Leaders Program i inne).

JAKIE ZNACZENIE DLA BANKU MA **BYCIE FAIR WOBEC SWOICH PRACOWNIKÓW?**

Bank BPH to „nasza firma", a nie „moja firma". Działamy, wspólnie pokonując wyzwania i współpracując w wysoce wydajnej kulturze pracy, która inspiruje zarówno naszych pracowników, jak i klientów do dzielenia się najlepszymi praktykami, prowadzenia działalności zgodnej z przepisami i wspierania naszych społeczności. 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. Naszym celem jest stworzenie świetnego miejsca pracy, m.in. dzięki działaniom organizacji wewnętrznych, takich jak GE Women's Network, HealthAhead czy GE Volunteers.

VERONIKA IVANOVIC
Dyrektor Wykonawczy Pionu Zasobów Ludzkich

CO NAS WYRÓŻNIA?

AKADEMIA ROZWOJU

LEARN & LEAD

COACH FOR BETTER

E-LEARNING – ZASOBY ON-LINE

MOŻLIWOŚCI ROZWOJOWE DLA NASZYCH PRACOWNIKÓW

FUTURE LEADERS PROGRAM

GLOBAL ENGLISH

EXECUTIVE COACHING

SZKOLENIA ZEWNĘTRZNE

GE GLOBAL LEARNING

DOBRA PRAKTYKA

Troska o zdrowie pracowników i ich rodzin

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: profilaktyki zdrowotnej, zdrowego odżywiania, przywództwa, walki z nałogiem tytoniowym, higieny i bezpieczeństwa, aktywności fizycznej, stresu i zdrowia emocjonalnego oraz nieobecności z powodów zdrowotnych. 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.

PROMUJEMY RÓŻNORODNOŚĆ

PROGRAMY ROZWOJOWE
> GE WOMEN'S NETWORK
> FUTURE LEADERS PROGRAM
> EXECUTIVE COACHING

DOBRE PRAKTYKI
> POLITYKA PRZECIWDZIAŁANIA PRZEMOCY W MIEJSCU PRACY
> BABYMAGINATION
> METRYKI

KOMUNIKACJA
> NEWSLETTERY
> PARTNERSTWO Z FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU
> KARTA RÓŻNORODNOŚCI

PO PROSTU FAIR WOBEC SPOŁECZEŃSTWA

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.

WOLONTARIAT PRACOWNICZY

WOLONTARIAT NASZYM SPOSOBEM NA **ZAANGAŻOWANIE**

W ramach wolontariatu podejmowane są działania społeczne zarówno o zasięgu ogólnopolskim (np. kampania „Bezpieczne i wesołe wakacje"), jak i lokalnym (np. projekt Wspieramy Samotne Mamy). W 2012 roku przeprowadzono w sumie 130 projektów w 50 miastach Polski na rzecz 7,5 tys. beneficjentów. Zaangażowanych w nie było ponad 1,7 tys. pracowników. Akcje realizowane w ramach bankowej organizacji wolontariatu pracowniczego GE Volunteers dotyczą przede wszystkim: działalności na rzecz społeczności lokalnych (domów dziecka, domów opieki społecznej dla osób starszych, ośrodków dziennego pobytu dla osób niepełnosprawnych, świetlic środowiskowych, schronisk

dla bezdomnych, itp.), edukacji oraz działań proekologicznych i prozdrowotnych. Ważnym elementem projektów jest także wspieranie różnorodności i – co za tym idzie – wyrównywanie szans. 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. Na stronie obok prezentujemy wybrane przykłady zrealizowanych projektów w ramach wolontariatu.

PRZYKŁADY PROJEKTÓW WOLONTARIACKICH

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).

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.*

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.

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.*

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

Atrakcyjne i bezpieczne wakacje

Celem kampanii „Bezpieczne i wesołe wakacje" było przygotowanie zestawów upominkowych, dzięki którym dzieci mogły 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. Skompletowanych zostało 3200 zestawów upominkowych, które przekazano ponad stu domom dziecka, ośrodkom pomocy społecznej i świetlicom środowiskowym.

DOBRA PRAKTYKA

PROMOWANIE POSTAW FAIR

DOBRA PRAKTYKA

„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 niezwykłych 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, czyli klientami, partnerami, pracownikami i społecznościami.

„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", łapię się na tym, że często po prostu zazdroszczę 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 wzniosłe hasła czy odgórne strategie – zmieniają ten świat.

SZYMON HOŁOWNIA
Ambasador akcji „Zwykły Bohater"

„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 Święcicki

WOLONTARIUSZ ROKU BANKU BPH

Finałowa gala akcji „Zwykły Bohater" stała się znakomitą okazją do ogłoszenia wyników konkursu „Wolontariusz Roku", przeprowadzonego w Banku BPH. Jego celem było wybranie najbardziej aktywnego i najskuteczniej promującego ideę wolontariatu pracownika. „Wolontariuszem Roku" została Marzena Wietrak z Gniezna, która otrzymała grant w wysokości 10 tys. zł na realizację projektu charytatywnego oraz voucher wycieczkowy. Zwyciężczyni 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. „Otwarta na nowe pomysły i projekty, które realizuje zgodnie z duchem fair play" – tak o Marzenie Wietrak mówią pracownicy, którzy zgłosili ją do konkursu. – „Gdyby takich ludzi jak Marzena zabrakło, świat byłby uboższy".

OCHRONA ŚRODOWISKA NATURALNEGO

DLACZEGO **TROSKA O ŚRODOWISKO NATURALNE** JEST DLA BANKU WAŻNA?

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. Konkretne działania 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 oraz 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. Na stronie obok prezentujemy wybrane przykłady działań EKO.

Wskaźniki pokazujące główne cele i postęp w realizacji	Plan na 2012	Realizacja w 2012	Odchylenie
Redukcja zużycia papieru*	30 t	47 t	56%
Oszczędność energii elektrycznej (emisja CO_2)*	480 t	585 t	22%
Recykling (papier, szkło, plastik)	20 t	37,5 t	87%

*Estymat na podstawie analizy wpływu wprowadzanych projektów i inicjatyw

JAK DZIAŁAMY, ŻEBY:

ZUŻYWAĆ MNIEJ PAPIERU

- Ponownie wykorzystujemy materiały promocyjne poprzez używanie zadrukowanego jednostronnie papieru.
- Stosujemy papier o obniżonej gramaturze (70 g lub 75 g/m^2), który pochodzi z upraw drzew szybko odnawialnych, i posiada certyfikat FSC – Rady Dobrej Gospodarki Leśnej.
- Prowadzimy kampanię informacyjną adresowaną do pracowników oraz konkurs na innowacyjne pomysły przyczyniające się do ochrony lasów.
- Zmieniliśmy wzór blankietu, dzięki czemu zmniejszyliśmy liczbę wykorzystanych w Banku kartek o milion sztuk.

ZUŻYWAĆ MNIEJ ENERGII

- Wdrożyliśmy inicjatywę TurnMeOff – 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, co przełoży się zmniejszenie emisji CO^2 o ok. 140 ton.

GENEROWAĆ MNIEJ ODPADÓW

- Dzięki instalacji filtrów wody pitnej, a zatem ograniczeniu w naszych centralach wody w butlach PET zmniejszyliśmy zużycie plastiku o ok. 1000 kg rocznie.

CHRONIĆ ŚRODOWISKO

- Zachęcamy klientów do korzystania z nowoczesnych kanałów elektronicznego dostępu do usług i produktów, a w szczególności do zastąpienia wyciągów papierowych zestawieniami przesyłanymi drogą elektroniczną.
- Propagujemy postawy proekologiczne wśród klientów także poprzez akcje prowadzone w ramach wolontariatu pracowniczego. W projekcie „Sprzątania lasów z Bankiem BPH", zorganizowanym w okolicach dziewięciu miast, wzięło udział ponad 400 osób, w tym zaproszeni do wzięcia udziału w tej akcji klienci z segmentu bankowości korporacyjnej oraz MSP.
- Wprowadziliśmy 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.

WIĘCEJ O BANKU BPH

Pełna wersja Raportu CSR Banku BPH: www.bph.pl
Zasady Fair Play Banku BPH: http://www.zasadyfairplay.bph.pl/
Znajdź nas na Facebooku – Make Life Fair: https://www.facebook.com/BankBPHpoprostufair

Zapraszam do zadawania pytań i wyrażania opinii dotyczących Raportu CSR Banku BPH.

MALWINA FIDYK
Menedżer ds. CSR i Różnorodności
e-mail: malwina.fidyk@ge.com