



2014

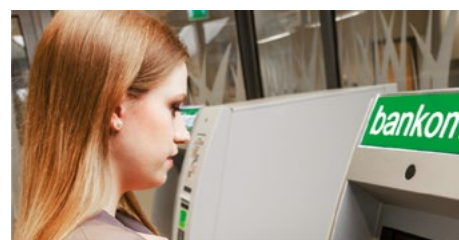
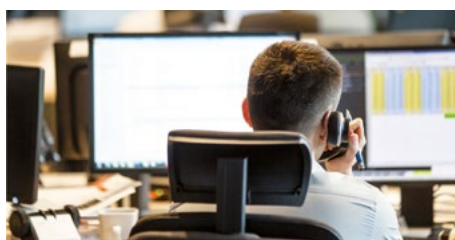
RAPORT SPOŁECZNEJ
ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Bank Zachodni WBK

 Grupa Santander

Spis treści

1. 2.



Wywiad z Mateuszem Morawieckim, Prezesem Zarządu Banku Zachodniego WBK ... 2

Kluczowe dane o Banku Zachodnim WBK5

Klient i rynek27

Kim jesteśmy?.....8

Czym zajmuje się Bank Zachodni WBK jako instytucja zaufania publicznego?.....12

W jaki sposób Bank Zachodni WBK rozwija podstawy CSR w dialogu z otoczeniem?19

W jaki sposób staramy się dostosować nasz sposób działania, infrastrukturę, produkty i sposób obsługi do potrzeb klientów?.....30

Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?.....37

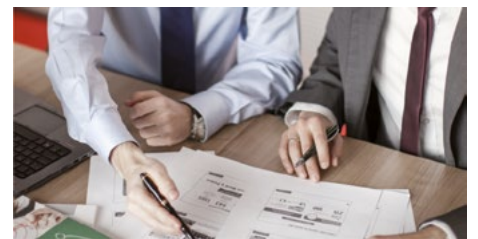
W jaki sposób staramy się odpowiedzieć na potrzeby nowoczesnych klientów poprzez doskonalenie bankowości mobilnej i internetowej?.....50

W jaki sposób wpływamy na rozwój rynku?.....55

3.

4.

5.



Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne63

Inwestycje społeczne101

O raporcie131

W jaki sposób rzetelność i odpowiedzialność wpisujemy w podstawy zarządcze i kulturę organizacyjną?65

Jacy jesteśmy?
Troska o pracowników, nakierowanie na dialog i kształtowanie kultury organizacyjnej, by lepiej odpowiadać na potrzeby klientów76

Jak rozumiemy minimalizację naszego wpływu na środowisko naturalne?92

W jaki sposób wspieramy edukację i rozwój nauki?105

W jaki sposób dbamy o pełny udział osób z niepełnosprawnością w codziennym życiu i wyrównywanie szans?117

W jaki sposób budujemy społeczeństwo obywatelskie?122

Metodyka132

Raport z niezależnej usługi atestacyjnej133

GRI Content Index134

Słownik142



Wywiad z **Mateuszem Morawieckim**, Prezesem Zarządu Banku Zachodniego WBK

[G4-1]

Co dla Banku Zachodniego WBK oznacza strategia zrównoważonego rozwoju? Jak komercyjna instytucja finansowa, z założenia nastawiona na maksymalizację zysków, rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu?

Przyznam, że zapoznając się nieraz z CV kandydatów na kluczowe stanowiska w naszej organizacji, zawsze bacznie przyglądam się tej części, w której mają oni okazję zaprezentować swoją aktywność pozazawodową, zwłaszcza tę o charakterze prospołecznym. Działania na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz społeczna odpowiedzialność biznesu są wiarygodne i efektywne jedynie wtedy, gdy realizowane są przez ludzi w ramach organizacji, a nie tylko przez organizację za pomocą ludzi.

Budowanie wartości i wiarygodności banku nie tylko poprzez pryzmat osiągniętych wyników finansowych, ale także poprzez działania z szeroko definiowanej społecznej odpowiedzialności biznesu, to zarówno powinność, jak i obowiązek takich instytucji jak nasza.



**Oczekiwania
interesariuszy**

Prośba o przedstawienie, w jaki sposób bank rozumie swoją rolę względem otoczenia (uczestników rynku, klientów, społeczności i środowiska).

Dlatego właśnie, priorytetowe znaczenie mają takie kwestie jak budowanie zaufania klientów, ład korporacyjny i informacyjny – w tym etyka w biznesie, dobre relacje z pracownikami, partnerskie stosunki z interesariuszami, odpowiedzialność za otoczenie, w którym funkcjonujemy, oraz współudział w rozwoju społeczno-gospodarczym Polski. Jestem dumny z tego, że wszystkim, co robimy w wymienionych obszarach, moglibyśmy obdzielić nie jedną, a kilka dużych instytucji życia gospodarczego w naszym kraju.

To drugi raport społeczny banku. Jakie cele postawione w raporcie za poprzedni rok udało się zrealizować? Które z nich okazały się najtrudniejsze i najbardziej wymagające?

Poprzedni, pierwszy raport CSR był dla nas raportem otwarcia – podsumowywał i pokazywał nasze dotychczasowe działania. W Banku Zachodnim WBK wychodzimy z założenia, że jeśli w coś się angażujemy, robimy to po to, aby współtworzyć wartość z naszym otoczeniem społeczno-gospodarczym. Tego oczekujemy sami od siebie, tego oczekują od nas klienci, akcjonariusze, nasi pracownicy. Przeprowadzone w drugiej połowie ubiegłego roku przez Komisję Nadzoru Finansowego „stress-testy” sektorowe oraz raportowane co kwartał przez Bank Zachodni WBK główne wskaźniki finansowe dowodzą, że utrzymujemy formę powyżej średniej rynkowej.

Podobnie jest w obszarze CSR – nie tylko zrealizowaliśmy wszystko, co zakładaliśmy, ale także dołożyliśmy kilka nowych cegiełek, które stawiają nas w szeregu liderów rynku. Potwierdza to pozytywna weryfikacja, a co za tym idzie – obecność w Respect Index, czyli indeksie spółek odpowiedzialnych społecznie, notowanych na GPW. Od lat poddajemy się także weryfikacji w Rankingu Odpowiedzialnych Firm i odnotowujemy w nim stały wzrost. W ubiegłym roku najbardziej wymagające okazały się nowe i ambitne zadania oraz cele, które sobie postawiliśmy, takie jak idea budowania Banku Nowej Generacji czy projekt mierzenia wpływu naszych największych programów społecznych. Nasze osiągnięcia pokazują rozpiętość, rozmach i potencjał tkwiący w naszej organizacji, zwłaszcza w jej pracownikach.

Ubiegły rok i początek 2015 przyniosły kilka dużych zmian regulacyjnych i nadzorczych. Które z nich w największym stopniu wpływają na działalność banku – także z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu?

Wyzwania zawsze warto traktować jako szansę, a nie zagrożenie. Szanse na rozwój organiczny, wzmacnianie wartości firmy i utrwalanie jej pozycji również poprzez aktywność w działaniach o charakterze prospołecznym. Mamy historycznie najniższe stopy procentowe i nowe regulacje w obszarach mających istotny wpływ na wyniki finansowe sektora. Są też niepokoje związane z systemowym rozwiązaniem w sprawie kredytów walutowych oraz zapowiedzi wprowadzenia podatku bankowego.

Jeśli dziś polski sektor bankowy jest uznawany za wzór stabilności i efektywności, to dzięki temu, że potrafił wyciągnąć wnioski z doświadczeń minionych lat globalnego kryzysu gospodarczego. Zdolność zarządzania ryzykiem oraz umiejętność generowania nowych linii przychodowych jest pozytywną cechą charakteryzującą polski sektor bankowy, co znajduje wyraz w licznych raportach. Polski rynek bankowy uznawany jest jako najzdrowszy i najsilniejszy w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Dla wielu firm wyzwaniem może być nowa dyrektywa unijna dotycząca raportowania danych pozafinansowych, którą będą objęte wszystkie banki. My jednak, wyprzedzając zobowiązania prawne, rozpoczęliśmy już cykliczny proces raportowania pozafinansowego.

Jak widać, jest wiele wyzwań zarówno tych wewnętrznych, jak i tych wynikających z dynamicznie zmieniającego się otoczenia zewnętrznego, ale – przynajmniej w przypadku Banku Zachodniego WBK – nie mają one istotnego wpływu na zaplanowane i realizowane przez naszą organizację zadania z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu.

Jaki wkład w budowanie strategii CSR przez bank mają interesariusze? W jaki sposób angażujecie interesariuszy w dialog z bankiem?

Dialog oraz partnerskie stosunki z szeroko definiowanymi interesariuszami naszego banku mają swoje odzwierciedlenie w realizowanych przez nas priorytetach zarówno z obszaru zrównoważonego rozwoju, jak i odpowiedzialnego biznesu. W 2014 roku nie było w zasadzie tygodnia, w którym nie rozmawialibyśmy z przedstawicielami naszych interesariuszy o wielu kluczowych z naszego punktu widzenia obszarach aktywności banku – od spraw związanych z naszym core businessem po programy realizowane przez Fundację Banku Zachodniego WBK, projekty wdrażane w ramach Santander Universidades czy plany dotyczące rozwoju „Karty Szkolnej”. W ubiegłym roku po raz pierwszy skorzystaliśmy z narzędzia do dialogu, jakim jest standard AA1000SE5. Zrealizowaliśmy w sumie trzy sesje, każda z nich była dla naszej organizacji doświadczeniem bardzo rozwijającym.

Co z punktu widzenia odpowiedzialności społecznej jest najważniejszym celem i zadaniem banku na kolejny rok oraz w dalszej perspektywie, czyli najbliższych 3-5 lat?

Planów, zadań i celów – zarówno tych krótko-, średnio-, jak i długookresowych – mamy bardzo dużo. Z mojego punktu widzenia najistotniejsze jest, abyśmy byli instytucją wiarygodną, rzetelną i przejrzystą dla siebie, naszych akcjonariuszy, naszych klientów i dla rynku. Drugim, równie ważnym celem jest umocnienie przez Bank Zachodni WBK działań przyczyniających się do rozwoju społeczno-gospodarczego Polski – od wspierania społeczeństwa obywatelskiego poprzez edukację ekonomiczną Polaków, po projekty pozwalające tworzyć trwałą i długofalową przewagę konkurencyjną polskiej gospodarki.

Jaką rolę w strategii CSR banku odgrywa fakt, że Bank Zachodni WBK jest częścią Grupy Santander?

Przynależność do jednej z największych globalnych grup finansowych, aktywnej na kilku kontynentach, jest dla nas sposobnością do funkcjonowania w świecie najlepszych praktyk i najwyższych standardów. Dużo satysfakcji daje nam fakt, że z roku na rok coraz więcej pomysłów oraz idei – w tym z obszaru CSR – autorstwa pracowników Banku Zachodniego WBK zostaje zaimplementowanych w Grupie Santander.

Cechą charakteryzującą naszego głównego akcjonariusza jest prowadzenie działań w taki sposób, żeby przyczyniać się do rozwoju społecznego i gospodarczego krajów, w których Grupa Santander jest obecna. Zatem duża aktywność Banku Zachodniego WBK na polu społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju ma swoje uzasadnienie również w strategii działania całej Grupy Santander.



4,2mln

klientów



884

oddziały
(769 własnych
i 115 partnerskich)



11 838

pracowników

1.

Kluczowe dane o Banku Zachodnim WBK

Kim jesteśmy?

Czym zajmuje się
Bank Zachodni WBK jako
instytucja zaufania publicznego?

W jaki sposób Bank Zachodni WBK
rozwija podstawy CSR
w dialogu z otoczeniem?

Kluczowe dane o Banku Zachodnim WBK

[G4-5, G4-6, G4-8, G4-9]

Trzeci co do wielkości
bank w Polsce z aktywami

121,6 mld zł



4,2 mln

klientów

7 255 410 tys. zł

przychody
ze sprzedaży*

3 mln (+2,7% r/r)

użytkowników serwisu
bankowości elektronicznej
BZWBK24

0,5 mln (+102,1% r/r)

klientów z dostępem
do usług mobilnych

4 centrale banku

Warszawa, Poznań,
Lublin, Wrocław (siedziba rejestrowa)

884 oddziały

(769 własnych
i 115 partnerskich**)

1 388

bankomatów**

11 838

pracowników

37,2 mld zł

kapitalizacja giełdowa Grupy

7,5%

udział
w rynku
kredytów

8,8%

w rynku
depozytów
w Polsce

4,3 mln

kart
debetowych
(+15,8%**)

0,7 mln

kart
kredytowych
(+9,0%**)

20%

udział w liczbie
udzielonych
gwarancji
„de minimis”

15%

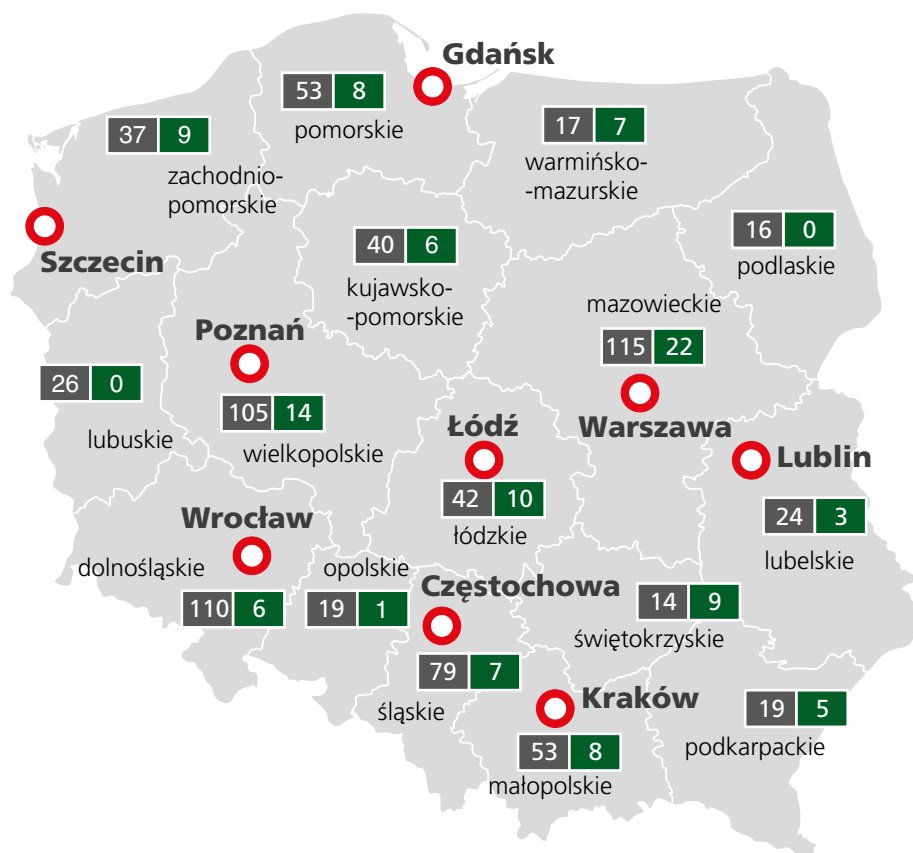
oraz
udział
w ich wartości

* jako suma przychodów odsetkowych, prowizyjnych, z tytułu dywidend oraz pozostałych przychodów operacyjnych

** stan na 30 czerwca 2015 roku

[G4-8]

Rozmieszczenie oddziałów i placówek partnerskich Banku Zachodniego WBK w Polsce (stan na 30.06.2015 r.)



884
placówki



1 388
bankomatów

oddziały Banku Zachodniego WBK,
Razem 769

oddziały Banku Zachodniego WBK Partner,
Razem 115



[G4-EC1, DMA wyniki ekonomiczne]

Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	2014 tys. zł	2013 tys. zł
Koszty operacyjne (po uwzględnieniu wyłączeń ujętych)	1 798 735	1 728 425
Wynagrodzenia i świadczenia	1 122 092	1 210 645
Płatności na rzecz inwestorów	1 000 932	710 943
Płatności na rzecz państwa	884 610	311 614
Inwestycje w społeczność	21 231	20 952*
Wartość zatrzymana	229 293	680 126*

* korekta danych z Raportu CSR za 2013 rok

Kim jesteśmy?

[G4-4, G4-8]

Bank Zachodni WBK jest trzecią siłą sektora bankowego w Polsce. Coraz mocniejszą pozycję zawdzięcza dynamicznemu rozwojowi, dobrym produktom, innowacyjności, konsekwentnemu budowaniu marki i stałemu dążeniu do perfekcji w relacjach z klientami.

Bank od wielu lat wspiera i promuje nie tylko te projekty, które rozwijają jego działalność biznesową. Kieruje się szeroko pojętym interesem wspólnym, wierząc, że prowadzenie z sukcesem działalności biznesowej wiąże się z obowiązkiem wspierania kultury, edukacji i dziedzictwa narodowego.

Od 2011 roku jest częścią międzynarodowej Grupy Santander, która obsługuje ponad **100 mln klientów w 30 krajach świata**. Jest obecna m.in. w Hiszpanii, Polsce, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Portugalii, USA, Chile, Brazylii, Argentynie, Portoryko, Peru i Meksyku.

Dzięki różnorodności rynków jest to jedna z największych grup finansowych świata i największa instytucja finansowa w strefie euro.



Sprawozdanie Zarządu
Banku Zachodniego WBK
za 2014 rok



Ofertę usług i produktów bankowych uzupełniają propozycje podmiotów zależnych

[G4-17, G4-7, G4-3]

Jesteśmy trzecim co do wielkości bankiem w Polsce pod względem sumy bilansowej oraz funduszy własnych. Bank Zachodni WBK ma stabilne źródła finansowania oraz solidną bazę kapitałową i płynnościową. Klarowna, spójna i konsekwentnie realizowana wizja, skuteczny i prosty model biznesowy umacniają pozycję banku jako jednego z liderów branży w Polsce.

Odzwierciedleniem stabilnej sytuacji banku jest ocena agencji ratingowej **Fitch Ratings**, a także wyniki badań jakości aktywów (**Asset Quality Review**) oraz testów warunków skrajnych potwierdzających, że bank ma wskaźniki kapitałowe na poziomie znacząco przekraczającym wymagania regulatora.

Jednostki zależne

Na dzień 31 grudnia 2014 r. Bank Zachodni WBK tworzył Grupę Kapitałową z następującymi jednostkami zależnymi

Santander Consumer Bank S.A. (SCB S.A.)
Santander Consumer Finanse S.A. – podmiot zależny od SCB S.A.
AKB Marketing Services Sp. z o.o. – podmiot zależny od SCB S.A.
Santander Consumer Multirent Sp. z o.o. – podmiot zależny od SCB S.A.
S.C. Poland 2014-1 Limited – podmiot zależny od SCB S.A.
BZ WBK Asset Management S.A.
BZ WBK Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. – podmiot zależny od BZ WBK Asset Management S.A.
BZ WBK - Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń Ogólnych S.A.
BZ WBK - Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A.
BZ WBK Finanse Sp. z o.o.
BZ WBK Faktor Sp. z o.o. – podmiot zależny od BZ WBK Finanse Sp. z o.o.
BZ WBK Leasing S.A. – podmiot zależny od BZ WBK Finanse Sp. z o.o.
BZ WBK Lease S.A. – podmiot zależny od BZ WBK Finanse Sp. z o.o.
Lizar Sp. z o.o. – podmiot zależny od BZ WBK Lease S.A.
BZ WBK Inwestycje Sp. z o.o.
BZ WBK Nieruchomości S.A.
Gieldokracja Sp. z o.o.

[DMA wyniki ekonomiczne]

Rating i ocena banku przez wyspecjalizowane agencje mają obecnie duże znaczenie na rynku finansowym. Dla wielu inwestorów oceny te odgrywają ważną rolę przy podejmowaniu decyzji o zaangażowaniu środków w określoną operację.

Rodzaje ratingu Fitch Ratings oraz skala ocen

Następujące szczeble w klasyfikacji:

AAA, AA, A i BBB oraz F1, F2, F3, są uznawane za inwestycyjne papiery wartościowe, w których dług, odsetki i świadczenia dodatkowe będą regulowane w terminie.

Rating wsparcia jest oszacowaniem stopnia prawdopodobieństwa udzielenia wsparcia zewnętrznego – bądź to przez państwo, bądź przez właściciela instytucjonalnego – w sytuacji zbliżającego się zagrożenia niewywiązania się banku z zobowiązań.

Kapitał akcyjny i akcjonariusze:

na dzień 31 grudnia 2014 roku kapitał zakładowy Banku Zachodniego WBK wynosił

992 345 340 zł

i dzielił się na

99 234 534

akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 10 zł każda.



Oczekiwania interesariuszy

Pokazać interakcję z Grupą Santander, opisać relację Banku Zachodniego WBK z głównym akcjonariuszem.

My i Grupa Santander

Korzystamy z synergii wynikającej z przynależności do międzynarodowej Grupy Santander, której tradycje liczą ponad

160 lat.

Ratingi międzynarodowe

Rodzaj ratingu Fitch Ratings	Ratingi podwyższone/ potwierdzone w komunikacie z dnia 2.06.2014 r. i potwierdzone w komunikacie z dnia 26.11.2014 r.	Ratingi podwyższone/ potwierdzone w komunikacie z dnia 4.12.2013 r.
Rating długoterminowy podmiotu (Long-term IDR)	BBB+	BBB
Perspektywa utrzymania oceny długoterminowej	stabilna	stabilna
Rating krótkoterminowy podmiotu (Short-term IDR)	F2	F3
Rating indywidualny VR (Viability Rating)	bbb	bbb
Rating wsparcia	2	2

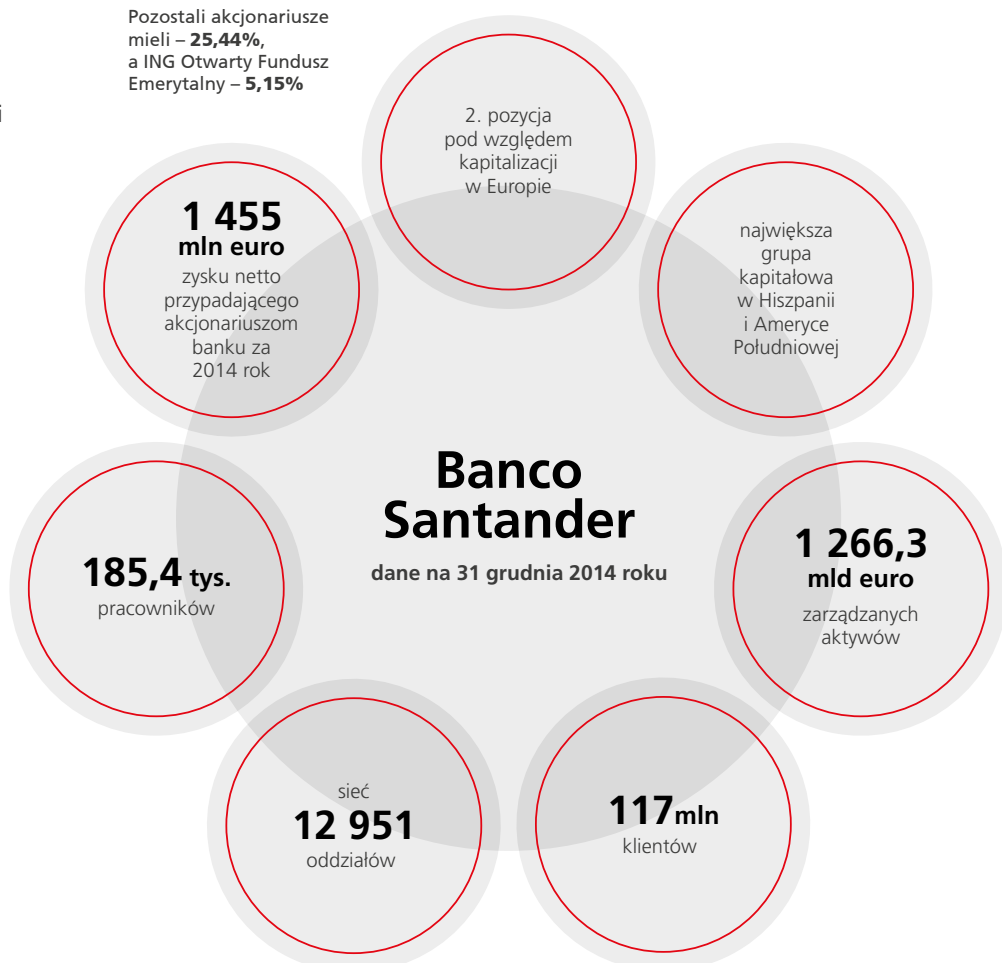
Na dzień 31 grudnia 2014 roku **Banco Santander** posiadał

69,41%

akcji Banku Zachodniego WBK.

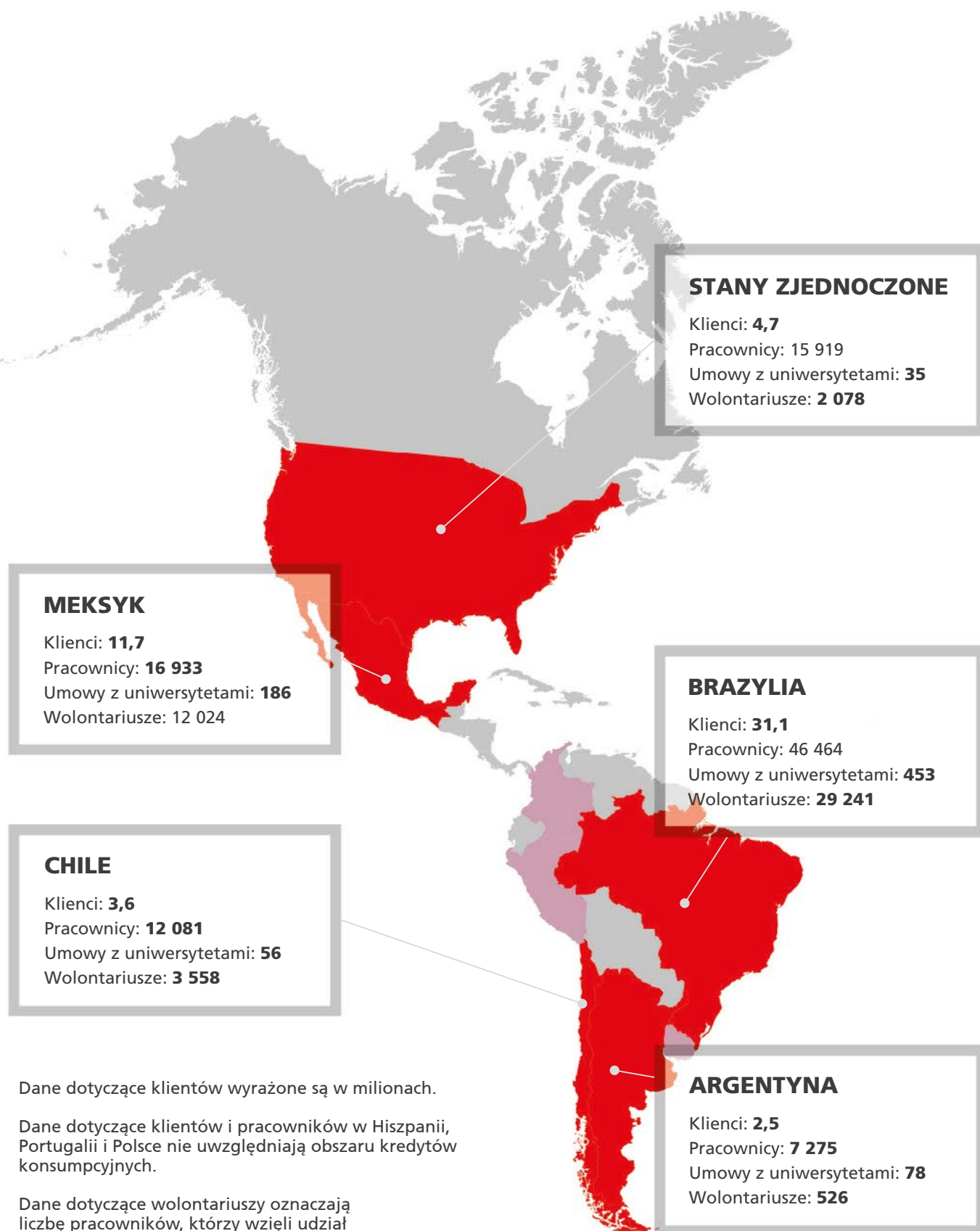
[G4-7]

Pozostali akcjonariusze mieli – **25,44%**, a ING Otwarty Fundusz Emerytalny – **5,15%**



Grupa **SANTANDER**

[G4-9]



Dane dotyczące klientów wyrażone są w milionach.

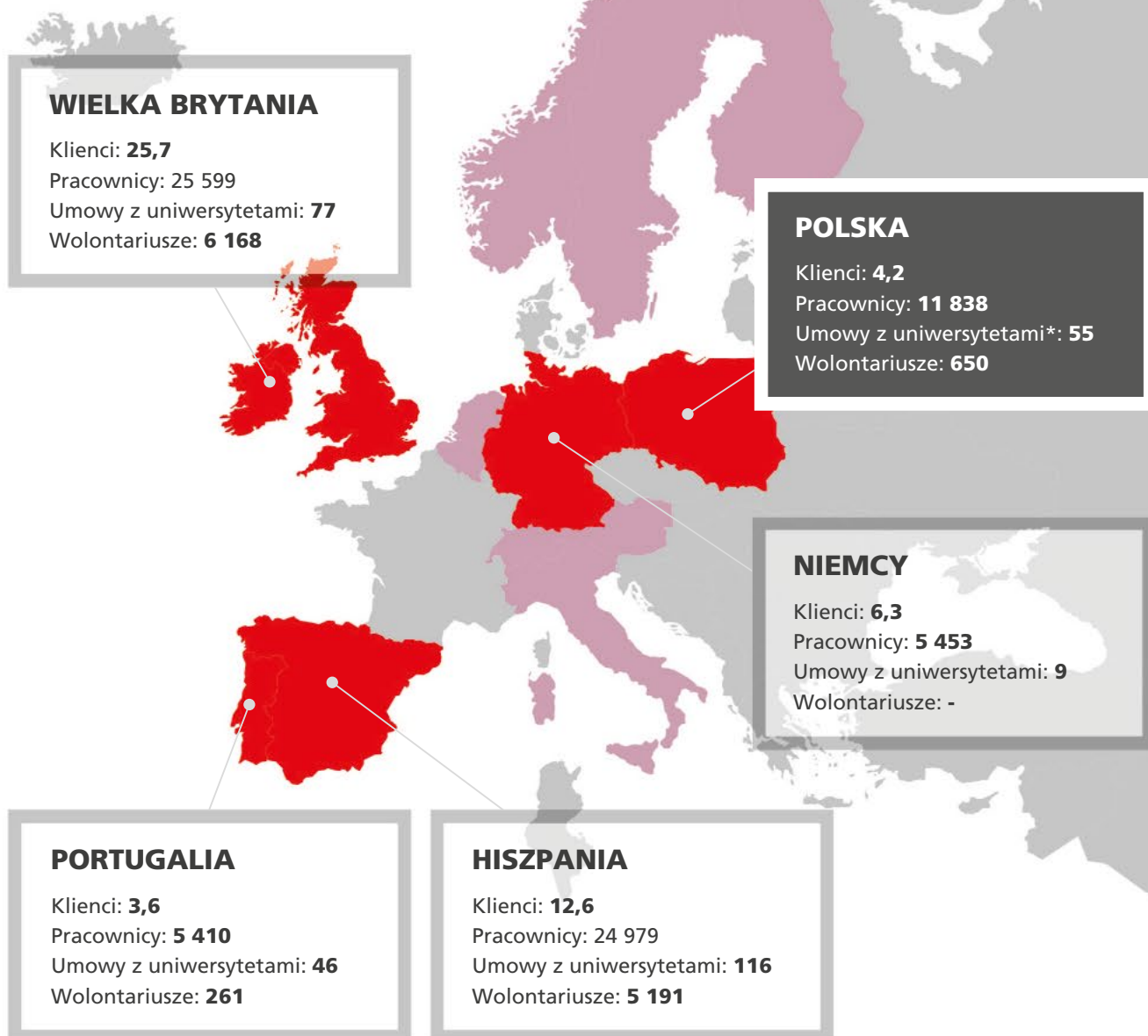
Dane dotyczące klientów i pracowników w Hiszpanii, Portugalii i Polsce nie uwzględniają obszaru kredytów konsumpcyjnych.

Dane dotyczące wolontariuszy oznaczają liczbę pracowników, którzy wzięli udział w programach wolontariatu.

Dywersyfikacja geograficzna Grupy Santander zapewnia odpowiednią równowagę pomiędzy rynkami dojrzałymi i wschodzącymi, których udział w zyskach wypracowanych przez Grupę w 2014 roku wyniósł odpowiednio 47% oraz 53%.

Działalność banku koncentruje się na dziesięciu głównych rynkach: Hiszpanii, Niemczech, Polsce, Portugalii, Wielkiej

Brytanii, Brazylii, Meksyku, Chile, Argentynie i Stanach Zjednoczonych. Ponadto, bank posiada istotny udział w rynku Urugwaju oraz Portoryko, udziela kredytów konsumpcyjnych w innych krajach europejskich, a także jest obecny w Chinach, gdzie rozwija bankowość korporacyjną oraz biznes kredytów konsumpcyjnych.



 Główne rynki

 Pozostałe kraje, w których Banco Santander prowadzi działalność w zakresie bankowości komercyjnej to: Peru, Portoryko, Urugwaj, Kolumbia, Norwegia, Szwecja, Finlandia, Dania, Holandia, Belgia, Austria, Szwajcaria oraz Włochy.

Zmiany w zakresie struktury organizacyjnej

[G4-13]

Finalizacja procesu połączenia z dawnym Kredyt Bankiem

Ostatnim ważnym etapem Programu UNO, związanego z integracją Banku Zachodniego WBK z Kredyt Bankiem, był weekend migracyjny (25–26 października 2014 r.). Wówczas przeniesiono dane, produkty i usługi klientów z systemów dawnego KB do systemu informatycznego Banku Zachodniego WBK (łącznie około 1,33 mln klientów oraz około 3 mln produktów). Użytkownikom KB24 i KBNet udostępniono nowoczesną bankowość elektroniczną BZWBK24/ /Moja Firma Plus/Mini Firma. Tym samym od 27 października 2014 roku ujednolicona została oferta i obsługa wszystkich klientów banku.

Włączenie Domu Maklerskiego BZ WBK w struktury banku

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Banku Zachodniego WBK 30 września 2014 roku zatwierdziło podział Domu Maklerskiego BZ WBK i część zajmująca się świadczeniem usług maklerskich została włączona w struktury banku. Pozostała działalność związana m.in. z edukacją i prowadzeniem portali internetowych została przeniesiona do spółki Giełdokracja Sp. z o.o. Zmiany te wpłynęły na zakres prezentowanych danych w tegorocznym raporcie. Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu obejmuje Bank Zachodni WBK, w tym Dom Maklerski BZ WBK.

Nabycie 60% kapitału zakładowego Santander Consumer Bank

Od 1 lipca 2014 roku Grupa Kapitałowa Banku Zachodniego WBK powiększyła się o Santander Consumer Bank. Nabycie akcji SCB ma charakter długoterminowej inwestycji, która wzmocni pozycję Banku Zachodniego WBK jako trzeciej instytucji bankowej w Polsce.

Czym zajmuje się Bank Zachodni WBK jako instytucja zaufania publicznego?



Oczekiwania interesariuszy

Odpowiedzieć na pytanie, na czym opiera się istota banku, jako instytucji zaufania publicznego.

Sektor bankowy jest krwioobiegiem gospodarki. Główną rolą i funkcją banku jest przyjmowanie środków osób prywatnych i firm w formie depozytów oraz udzielanie kredytów.



Jako deponent oszczędności klientów, bank jest instytucją zaufania publicznego i podlega ścisłym, szczegółowym regulacjom prawnym oraz nadzorowi Komisji Nadzoru Finansowego czuwającej nad stabilnym funkcjonowaniem banków w Polsce i dbającej o bezpieczeństwo depozytów.

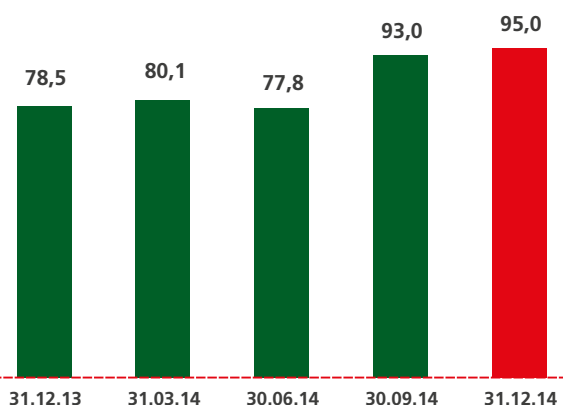
Środki osób prywatnych do kwoty będącej równoważnością **100 tys. euro** ulokowane w polskich bankach są dodatkowo chronione przez **Bankowy Fundusz Gwarancyjny**.



Oczekiwania interesariuszy

Pokazanie istoty przedsiębiorstwa, jakim jest bank.

Depozyty mld PLN



+31%
r/r

depozyty
terminowe

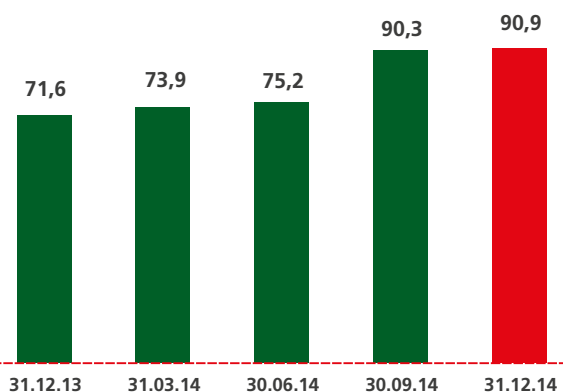
+21%
r/r

depozyty
detaliczne

+21%
r/r

depozyty
firm

Kredyty brutto mld PLN

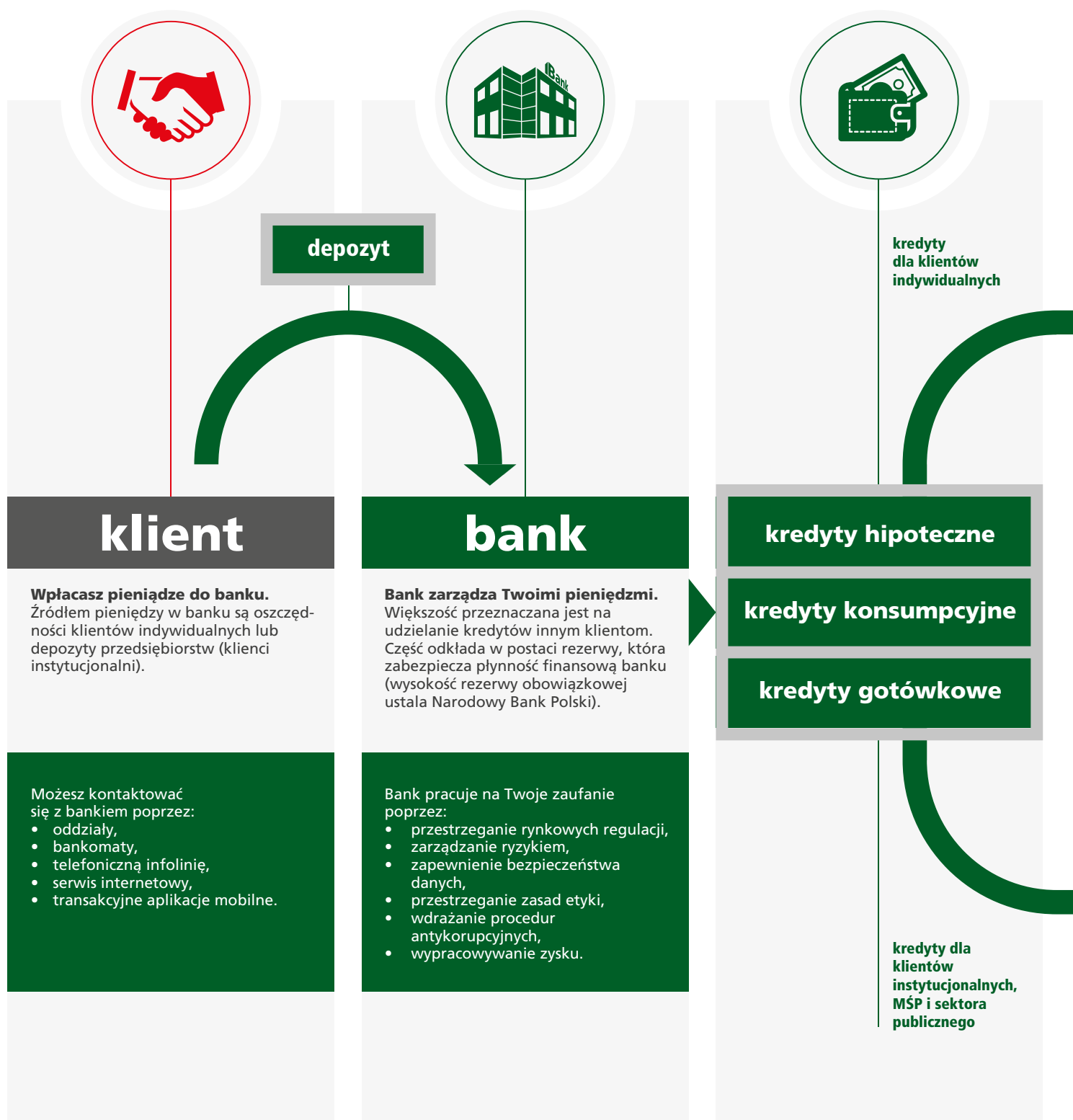


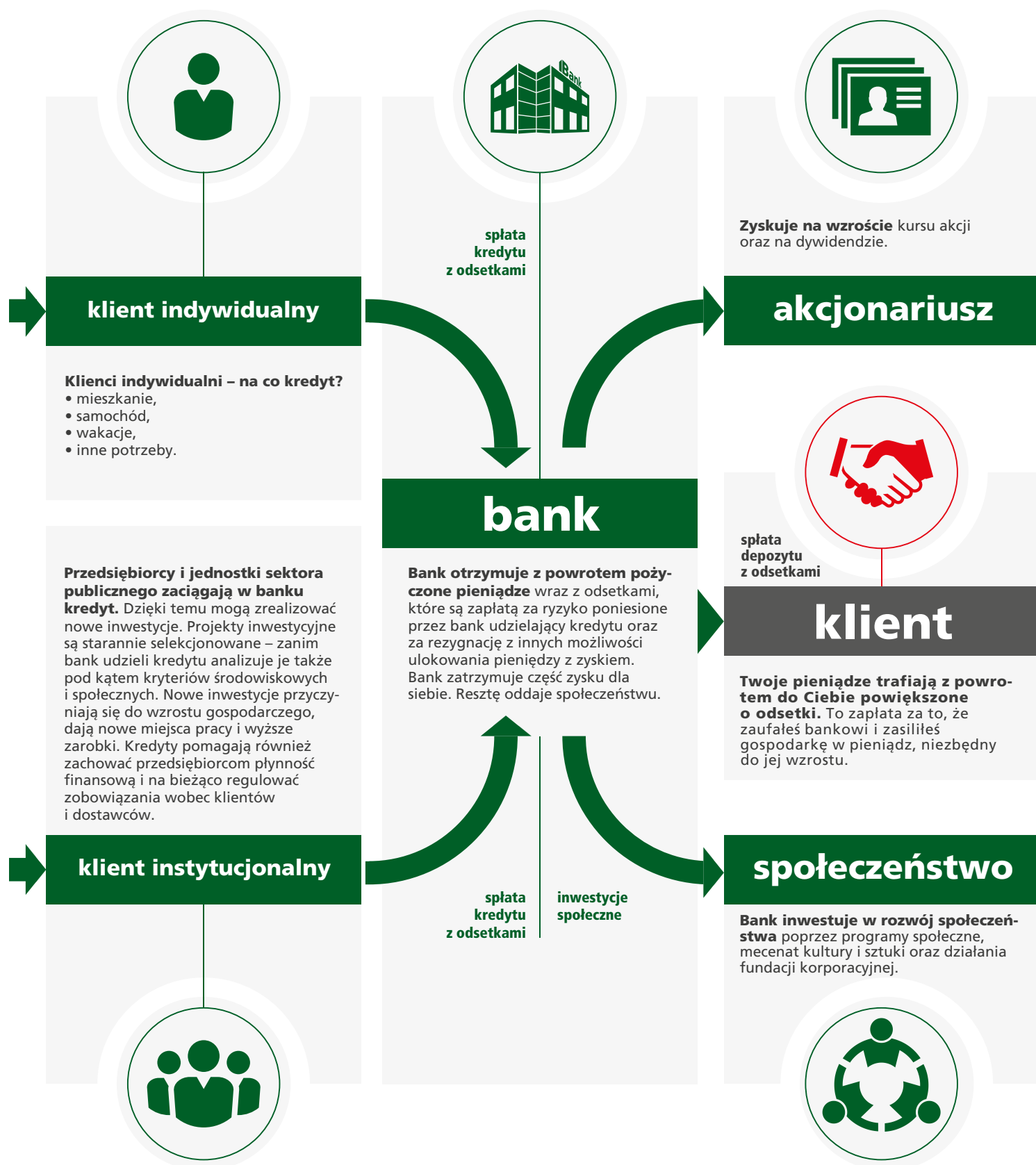
+40%
r/r

kredyty
detaliczne

+15%
r/r

kredyty
biznesowe







Oczekiwania interesariuszy

Pokazanie, że bank jest szczególnym rodzajem umowy łączącym podatników z deponentami, z tymi, którzy wykonują operacje, zaciągają kredyty, z inwestorami – „takim rodzajem umowy i porozumienia”, który realizuje wiele zadań łączących różne grupy interesariuszy. Bank to wspólnota interesów, interesariuszy i społeczności lokalnych.

Strategia Banku Zachodniego WBK

W 2014 roku dotychczasowa strategia banku została poddana weryfikacji w celu wypracowania kolejnej trzyletniej strategii (2015–2017) z uwzględnieniem nowych wyzwań. Strategia ta jest kontynuacją przyjętych wcześniej kierunków działania i opiera się na tych samych wartościach i założeniach. Istotną jej częścią pozostaje projekt **Bank Nowej Generacji** promujący klientocentryczną orientację w zarządzaniu biznesem.

Koncentrujemy uwagę na oczekiwaniach i potrzebach klientów oraz sprawnej współpracy jednostek banku, gwarantującej najwyższą jakość obsługi.

Bank Zachodni WBK – zgodnie z przyjętą wizją – zamierza być najlepszym bankiem detalicznym i biznesowym, który dba o lojalność pracowników, klientów, akcjonariuszy i społeczności lokalnych.

Rozumiemy prawdziwe znaczenie rozwoju i jak ważne są te wszystkie małe rzeczy, które pomagają go osiągać w codziennym życiu.

Dlatego pomagamy ludziom i firmom w rozwoju w prosty, rzetelny i spersonalizowany sposób.

Upraszczamy każdy produkt, usługę i każdy krok w procesie obsługi.

Tworzymy rozwiązania, które są transparentne i dostępne dla naszych klientów.

oraz słuchamy i rozumiemy naszych pracowników, klientów, akcjonariuszy i społeczności.





NASZA MISJA
pomoc klientom
w rozwoju

NASZA WIZJA
być najlepszym bankiem detalicznym i biznesowym, który dba o lojalności:
pracowników, klientów, akcjonariuszy i społeczności lokalnych

**przyjazny
(Simple)**

chcemy oferować naszym klientom usługi na miarę ich potrzeb,
dbamy o prostotę produktów i procedur

**rzetelny
(Fair)**

działamy w sposób przejrzysty i zgodny z prawem, traktując innych tak,
jak sami chcielibyśmy być traktowani

**dla Ciebie
(Personal)**

chcemy tworzyć trwałe relacje z naszymi klientami, oferując im produkty
i usługi dopasowane do ich indywidualnych potrzeb i oczekiwań

Sukcesy w zakresie społecznej odpowiedzialności

Bank Zachodni WBK od wielu lat działa zgodnie z filozofią społecznej odpowiedzialności biznesu, która jest wyrazem troski o najbliższe otoczenie. Zgodnie z obowiązującą od 2012 roku „Polityką społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju Banku Zachodniego WBK”, staramy się w swojej działalności uwzględniać interes społeczny oraz kryteria etyczne i środowiskowe.

Podejście to stanowi integralną część zarządzania biznesem, długoterminowe zobowiązanie oraz inwestycję w przyszły rozwój. Potwierdzeniem odpowiedzialnego prowadzenia biznesu jest fakt udziału banku w indeksie spółek giełdowych odpowiedzialnych społecznie – **RESPECT Index**.

Aktywność w branżowych inicjatywach oraz inicjatywach CSR

Bank Zachodni WBK w ramach współpracy ze Związkiem Banków Polskich był zaangażowany w prace następujących zespołów: Rada Banków Depozytariuszy, Rada ds. Public Relations, Zespół roboczy ds. rolnictwa i wsi, Zespół roboczy ds. finansowania przemysłu energetycznego, SEPA Polska, Komitet ds. Finansowania Nieruchomości, Zespół roboczy ds. inicjatywy LEADER, Komitet ds. Jakości Usług Finansowych, Rada Prawa Bankowego, Komitet ds. Kadr Bankowych i Szkolenia, Zespół roboczy ds. finansowania komunikacji i infrastruktury, Komitet ds. Kredytu Konsumentckiego, Zespół roboczy ds. funduszy europejskich, Komitet ds. Standardów Kwalifikacyjnych.

[G4-16]



Aktywnie działamy w ramach polskich i międzynarodowych inicjatyw branżowych z zakresu CSR

Bank Zachodni WBK jest partnerem strategicznym **Forum Odpowiedzialnego Rozwoju**, sygnatariuszem **Deklaracji polskiego biznesu na rzecz zrównoważonego rozwoju** w ramach projektu „Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050”, a także – „**Dobrej Praktyki Bankowej**” oraz „**Kanonu Dobrych Praktyk Rynku Finansowego**”.

Jest również sygnatariuszem międzynarodowej inicjatywy **Equator Principles** w ramach Grupy Santander, także w ramach Grupy Santander raportuje wskaźniki środowiskowe do CDP. Bank jest członkiem Polskiego Instytutu Dyrektorów, Konfederacji Lewiatan (dawniej Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan) oraz Związku Banków Polskich.

[G4-15]

W jaki sposób Bank Zachodni WBK rozwija podstawy CSR w dialogu z otoczeniem?

Zarządzanie relacjami z otoczeniem

Zarządzanie relacjami z interesariuszami służy udoskonalaniu organizacji i praktyk zarządczych. Angażowanie interesariuszy oraz przygotowanie raportu CSR są kluczowymi elementami tego procesu.

[G4-25]

Kluczowi interesariusze Banku Zachodniego WBK, zostali zidentyfikowani z perspektywy strategii biznesowej, wpływów bezpośrednich i pośrednich organizacji oraz sposobu prowadzenia dialogu z nimi.



Oczekiwania interesariuszy

W polskich warunkach (kraju „na dorobku”) misją banku uniwersalnego jest realizacja strategii wspólnego wzrastania z interesariuszami i dbanie, by żaden z nich nie był szczególnie uprzywilejowany.



klienci

wzmacnianie wśród klientów percepcji banku jako godnego zaufania partnera, który zapewnia innowacyjne i wysokiej jakości rozwiązania;



pracownicy

dbałość o rozwój i zaangażowanie pracowników;
tworzenie przyjaznego miejsca pracy;



społeczności

dbałość o dobro i rozwój lokalnych społeczności w kraju;



akcjonariusze

maksymalizacja wartości dla akcjonariuszy.

Mapa interesariuszy

[G4-24]

Najważniejsi interesariusze Banku Zachodniego WBK

Rozdziały, w których opisujemy tematy związane z danymi interesariuszami lub sposób, w jaki na nich oddziałujemy:

udziałowcy

1. Kluczowe dane o Banku Zachodnim WBK

Kim jesteśmy?

W jaki sposób Bank Zachodni WBK rozwija podstawy CSR w dialogu z otoczeniem?

małe i średnie przedsiębiorstwa

2. Klient i rynek

W jaki sposób staramy się dostosować nasz sposób działania, infrastrukturę, produkty i sposób obsługi do potrzeb klientów?

Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?

W jaki sposób staramy się odpowiedzieć na potrzeby nowoczesnych klientów poprzez doskonalenie bankowości mobilnej i internetowej?

W jaki sposób wpływamy na rozwój rynku?

regulator, instytucje nadzorujące

2. Klient i rynek

Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?

3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne

W jaki sposób rzetelność i odpowiedzialność wpisujemy w podstawy zarządcze i kulturę organizacyjną?

społeczności, władze lokalne, organizacje pozarządowe

4. Inwestycje społeczne

W jaki sposób wspieramy edukację i rozwój nauki?

W jaki sposób dbamy o pełen udział osób niepełnosprawnych w codziennym życiu i wyrównywanie szans?

W jaki sposób budujemy społeczeństwo obywatelskie?

klienci indywidualni, w tym grupy m.in. takie jak:

- młodzi
- rodziny
- single
- studenci
- osoby starsze
- osoby z niepełno-sprawnością
- najbardziej zamożni

1. Kluczowe dane o Banku Zachodnim WBK

Czym zajmuje się Bank Zachodni WBK będąc instytucją zaufania publicznego?

2. Klient i rynek

W jaki sposób staramy się dostosować nasz sposób działania, infrastrukturę, produkty i sposób obsługi do potrzeb klientów?

Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?

W jaki sposób staramy się odpowiedzieć na potrzeby nowoczesnych klientów poprzez doskonalenie bankowości mobilnej i internetowej?

4. Inwestycje społeczne

W jaki sposób dbamy o pełen udział osób z niepełnosprawnością w codziennym życiu i wyrównywanie szans?

Najważniejsi interesariusze Banku Zachodniego WBK

Rozdziały, w których opisujemy tematy związane z danymi interesariuszami lub sposób, w jaki na nich oddziałujemy:

klienci korporacyjni, w tym:

- duże podmioty gospodarcze
- sektor publiczny

2. Klient i rynek

W jaki sposób staramy się dostosować nasz sposób działania, infrastrukturę, produkty i sposób obsługi do potrzeb klientów?

Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?

W jaki sposób staramy się odpowiedzieć na potrzeby nowoczesnych klientów poprzez doskonalenie bankowości mobilnej i internetowej?

W jaki sposób wpływamy na rozwój rynku?

pracownicy (obecni i przyszli), studenci i absolwenci uczelni wyższych, uczelnie (władze, kadra naukowa)

3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne

W jaki sposób rzetelność i odpowiedzialność wpisujemy w podstawy zarządcze i kulturę organizacyjną?

Jacy jesteśmy? Troska o pracowników, nakierowanie na dialog i kształtowanie postaw pracowników, by lepiej odpowiadać na potrzeby klientów.

Jak rozumiemy minimalizację naszego wpływu na środowisko naturalne?

dostawcy i partnerzy biznesowi

3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne

W jaki sposób rzetelność i odpowiedzialność wpisujemy w podstawy zarządcze i kulturę organizacyjną?

media, konkurencja, organizacje branżowe

Całość raportu

Interesariuszami, którzy znacząco oddziałują na bank oraz na których bank wywiera również znaczący wpływ, są grupy, z którymi bank komunikuje się za pomocą zidentyfikowanych kanałów:

[G4-26]

Kluczowe wydarzenia w obszarze dialogu w roku 2014

Kluczowe kanały komunikacji:

klienci indywidualni i MŚP

- badanie satysfakcji (CSI)
- oddziały
- infolinia
- internet (blog banku, dedykowany profil na LinkedIn, Bank Pomysłów)
- spotkania, konferencje i szkolenia np. „Akademia Przedsiębiorcy”

klienci korporacyjni i GBM

- bankierzy i doradcy klienta
- Centra Bankowości Korporacyjnej oraz scentralizowane jednostki Dużych Przedsiębiorstw i Finansowania Nieruchomości
- konferencje
- road shows
- Centrum Obsługi Biznesu
- wirtualne misje handlowe

inwestorzy i analitycy

- Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy
- kwartalne prezentacje wyników
- spotkania
- konferencje
- komunikaty giełdowe i prasowe

regulatorzy i nadzór rynkowy

- okresowe spotkania
- raporty

pracownicy

- badanie opinii pracowników
- intranet
- magazyn firmowy
- biuletyny, newslettery obszarów
- spotkania wewnętrzne
- road shows kadry zarządzającej
- czaty z przedstawicielami kadry zarządzającej banku
- proces Zarządzania Efektywnością Pracy
- imprezy integracyjne (w tym Rajd Bankowca)

społeczności lokalne

3 sesje dialogowe, w tym m.in.:

- mierzenie wpływu
- wolonariat
- działalność Fundacji Banku Zachodniego WBK
- wolontariat pracowniczy
- konferencje, wydarzenia lokalne

media

- konferencje i briefingi prasowe
- wywiady, komentarze ekspertów
- spotkania one-to-one
- komunikaty prasowe

Jakich zmian interesariusze oczekują od tegorocznego raportu?

[G4-27]

- Wytlumaczenia i przedstawienia misji, roli i odpowiedzialności banku – odpowiedzią na to oczekiwanie jest rozdział „**Czym zajmuje się Bank Zachodni WBK jako instytucja zaufania publicznego?**”
- Więcej informacji i kwestii związanych z obszarem odpowiedzialnej sprzedaży oraz przeciwdziałania missellingowi – odpowiedzią na to oczekiwanie jest rozdział „**Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?**”.
- Pokazanie strategicznego podejścia, celów i stanu realizacji przyjętych zobowiązań w poszczególnych obszarach – odwołujemy się do celów ujętych w poprzednim raporcie; **każdy rozdział tematyczny zakończony jest zobowiązaniem na kolejny rok ze strony członka zarządu odpowiedzialnego za dany obszar.** Jesteśmy również w trakcie tworzenia strategii zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu na kolejne lata.
- Więcej komentarzy do przedstawianych wyników i wskaźników GRI – **staraliśmy się rzetelnie pokazywać, czy osiągnięte wyniki są dla nas satysfakcjonujące**, czy motywują nas do zmiany bądź intensyfikacji działań.
- **„Pokazać również to, co się nie udało”** – odpowiadając na to oczekiwanie, zdecydowaliśmy się poruszyć również tematy stanowiące wyzwania, które zakończyły się dla nas sukcesem, takie jak: zakończenie fuzji z Kredyt Bankiem, udzielenie wsparcia frankowiczom czy zarządzanie różnorodnością w organizacji.
- Uznać obszar środowiskowy za mniej istotny ze względu na specyfikę branży – obszar wpływu środowiskowego infrastruktury oraz działań operacyjnych banku przedstawiony został w rozdziale „**Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne**”. Kwestie związane z wpływem na środowisko przez finansowane inwestycje zostały przedstawione w rozdziale „**Klient i rynek**”.

Pierwszy raport CSR Banku Zachodniego WBK został wyróżniony w Konkursie „**Raporty społeczne 2014**”



Jury wyróżniło raport za umiejętne oparcie jego struktury na oczekiwaniach interesariuszy.

Za co interesariusze docenili poprzedni raport?

Wykorzystane narzędzia dialogu:

- odpowiedzi na konkretne pytania i postulaty interesariuszy,
- zaangażowanie Zarządu i ujawnienie osób odpowiedzialnych w organizacji za poszczególne obszary związane z CSR,
- zaproszenie do wypowiedziania się interesariuszy i beneficjentów.

Czytelna struktura i formę:

- zakres, struktura raportu oraz jego narracja,
- pokazanie dobrych praktyk i szczegółowe omówienie projektów,
- czytelność, przejrzystość, kompleksowość.

Uczciwość:

- transparentność.

link do
poprzedniego
raportu



[G4-18]**Podczas procesu definiowania treści raportu:**

- przeanalizowaliśmy dotychczasowe wyniki badań, aby zidentyfikować obszary wpływu banku na otoczenie: rynkowe, społeczne i środowiskowe,
- zaangażowaliśmy pracowników (ankieta zaangażowania),
- wysłuchaliśmy oczekiwań przedstawicieli kluczowych interesariuszy,
- przeprowadziliśmy warsztat z udziałem 21 przedstawicieli kadry zarządzającej banku, wszystkich kluczowych departamentów, w celu określenia istotności każdego z wyłonionych tematów.

W ramach sesji dialogowej zrealizowanej na rzecz raportu udział wzięło 25 przedstawicieli sektora finansowego i rynku kapitałowego, regulatora, organizacji reprezentujących interesy klientów, akcjonariuszy, instytucji naukowych i publicznych, administracji publicznej, organizacji społecznych, organizacji zaangażowanych w rozwój CSR w Polsce, którzy zgłosili **62 oczekiwania** dotyczące treści i sposobu prezentacji danych w raporcie oraz **23 oczekiwania** dotyczące podejmowanych przez bank działań.

[G4-27]

Tak kompleksowy proces był przygotowany zgodnie z wytycznymi standardu **GRI G.4** (identyfikacja, priorytetyzacja, walidacja). Proces służył zdefiniowaniu obszarów priorytetowych w zakresie CSR w Banku Zachodnim WBK na rzecz raportowania oraz wypracowania kierunków rozwoju w ramach opracowywanej strategii zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu banku.

Dodatkowo raport przeszedł przez proces Materiality Disclosures Service potwierdzający prawidłowość zaprezentowania i rozmieszczenia wskaźników odnoszących się do sposobu definiowania zawartości raportu.



[G4-19]
Lista istotnych tematów i aspektów GRI G.4

Priorytety	Aspekt oceniony w procesie jako istotny dla Banku Zachodniego WBK	Aspekt GRI	Rozdział raportu, w którym zostały zawarte informacje
strategiczne	Bezpośredni i pośredni wpływ banku na gospodarkę	Pośredni wpływ ekonomiczny	4. Inwestycje społeczne
	Zmiany w zakresie struktury organizacyjnej banku, finalizacja procesu połączenia z Kredyt Bankiem	Wyniki ekonomiczne	2. Klient i rynek
	Wyniki finansowe	Wskaźniki profilowe	1. Kluczowe dane o Banku Zachodnim WBK
	Wyniki badań satysfakcji klienta	Mechanizm skarg pracowników	2. Klient i rynek
	Odpowiedzialna sprzedaż (w tym m.in. przeciwdziałanie mis-sellingowi, polityka marketingowa)	Oznakowanie produktów i usług	2. Klient i rynek
	Zwiększanie dostępności produktów dla grup defaworyzowanych (w tym m.in. plany rozwoju programu „Obsługa bez barier”), bankowość mobilna i internetowa	Komunikacja marketingowa, oznakowanie produktów i usług, polityki w zakresie uczciwego projektowania i sprzedaży produktów i usług finansowych	4. Inwestycje społeczne, 2. Klient i rynek
	Bezpieczeństwo danych klienta		2. Klient i rynek
	Zarządzanie etyką w organizacji, ład korporacyjny, nadzór, przeciwdziałanie korupcji	Ochrona prywatności klienta	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne
	System zarządzania ryzykami środowiskowymi i społecznymi w odniesieniu do inwestycji, klientów, produktów	Wskaźniki profilowe, zgodność z regulacjami, udział w życiu publicznym, przeciwdziałanie dyskryminacji	2. Klient i rynek
	Rozwój kadry menedżerskiej / Edukacja i szkolenia pracowników / równość szans / Działania na rzecz wspierania rozwoju zawodowego pracowników	Uwzględnienie kwestii społecznych i środowiskowych w liniach produktowych, w tym procedury oceny i screeningu ryzyk	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne
	Kultura organizacyjna i budowanie odpowiedzialnych postaw pracowników	Edukacja i szkolenia	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne
	Satysfakcja i badanie opinii pracowników, dialog z pracownikami	Zatrudnienie	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne
	Inicjatywy banku na rzecz studentów		4. Inwestycje społeczne
	Zielone miejsce pracy (zmniejszanie wpływu infrastruktury banku na środowisko)	Materiały, zużycie energii, zarządzanie emisjami, transport	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne
ważne	Wpływ banku na społeczeństwo, Santander Universidades, działalność Fundacji Banku Zachodniego WBK, działalność sponsoringowa, udział w życiu publicznym, obecność banku w wydarzeniach kulturalnych	Społeczność lokalna	4. Inwestycje społeczne
	Zarządzanie różnorodnością	Różnorodność i równość szans	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne
	Edukacja finansowa	Inicjatywy na rzecz edukacji finansowej	4. Inwestycje społeczne
dodatkowe	System motywacji, ocen oraz wynagrodzeń	Wynagrodzenia / Obecność na rynku lokalnym / Równość wynagrodzeń kobiet i mężczyzn	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne
	Zarządzanie relacjami z podwykonawcami i dostawcami	Ocena dostawców pod względem praktyk pracowniczych	3. Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne

Wszystkie aspekty zostały zidentyfikowane jako istotne względem działalności i wpływu Banku Zachodniego WBK.

[G4-20]

Nie stwierdzono ograniczeń raportu w stosunku do istotnych aspektów wpływu społecznego i środowiskowego, z uwzględnieniem podmiotów spoza organizacji.

[G4-21]

Zakres raportowanego materiału nie wykracza poza obszar Banku Zachodniego WBK.



4 027 725

klientów
detalicznych



274 293

klientów
z sektora MŚP



9 092

klientów
korporacyjnych

Stan na 30 czerwca 2015



2.

Klient i rynek

W jaki sposób staramy się dostosować nasz sposób działania, infrastrukturę, produkty i sposób obsługi do potrzeb klientów?

Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?

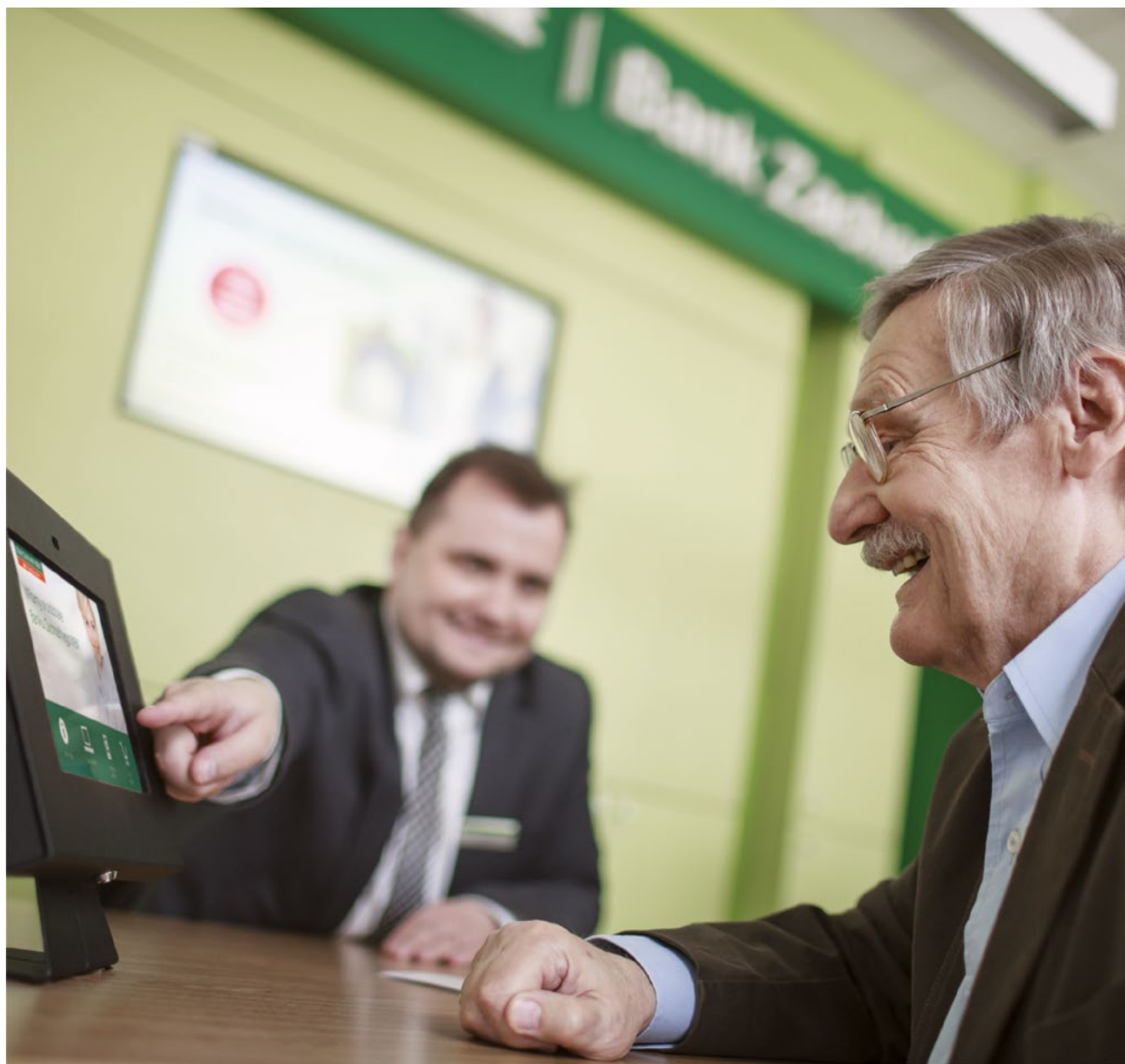
W jaki sposób staramy się odpowiedzieć na potrzeby nowoczesnych klientów poprzez doskonalenie bankowości mobilnej i internetowej?

W jaki sposób wpływamy na rozwój rynku?

Klient i rynek

Liczba wszystkich klientów*:

- **4 027 725** klientów detalicznych, **3 720 361** kont osobistych
- **768 815** kart kredytowych
- **4 059 783** kart debetowych
- **274 293** klientów z sektora MŚP, **561 191** rachunków przedsiębiorstw
- **9 092** klientów korporacyjnych



* stan na czerwiec 2015

Naszym celem jest pomoc klientom w rozwoju. Chcemy wzmacniać ich lojalność, zaufanie, oraz poziom satysfakcji.



Oczekiwania interesariuszy

Pokazanie, jak bank chce budować zaufanie klientów.

Cel nadrzędny



pomagać ludziom i przedsiębiorstwom odnosić sukcesy

Cel



zwiększyć nasz udział w rynku i utrzymać czołową pozycję pod względem rentowności

W jaki sposób



przyjazny, rzetelny, dla Ciebie

Jesteśmy bankiem uniwersalnym. Oferujemy kompleksową obsługę finansową dla klientów indywidualnych, małych i średnich firm oraz dużych przedsiębiorstw. Świadczymy pełny zakres usług – od podstawowych, jak konta i rachunki rozliczeniowe, przez karty płatnicze, kredyty i ubezpieczenia, po złożone, jak finansowanie i doradztwo w największych transakcjach na rynku.

Wiemy, że lojalność klientów jest odwzajemnieniem naszej lojalności wobec nich. Stawiamy na trwałe relacje, oferując produkty dopasowane do indywidualnych potrzeb (**Przyjazny**). Dbamy o jasną komunikację i przejrzystość informacji (**Rzetelny, Dla Ciebie**) oraz prostotę procedur. Naszą ambicją jest dostarczanie najbardziej profesjonalnych usług na rynku. Dlatego tworzymy atrakcyjną ofertę kredytową, depozytową oraz w zakresie płatności i rozliczeń, z najlepszą i nowoczesną obsługą. Budujemy ją wsłuchując się w głos, opinie i oczekiwania klientów. Temu służyło największe w historii banku badanie satysfakcji klientów.

Nasze priorytety to profesjonalizm i obsługa z wykorzystaniem najnowszych technologii

i możliwości oraz odpowiedzialna sprzedaż dopasowana do wiedzy klientów i rzeczywistej akceptacji ryzyka. Chcemy w ten sposób przyczyniać się do poprawy komfortu życia polskich rodzin i rozwoju polskiej gospodarki. Wierzymy, że obraliśmy dobrą drogę do tego celu, a dowodem na to jest fakt, że w ubiegłym roku zdobyliśmy zaufanie prawie pół miliona nowych klientów.

Strategia Banku Zachodniego WBK na lata 2013–2015 jest oparta na programie **Banku Nowej Generacji**. Jego główne założenia to:

- dialog z klientami i wsłuchiwanie się w ich oczekiwania przy projektowaniu produktów,
- spersonalizowana oferta odpowiadająca na rzeczywiste potrzeby klientów,
- profesjonalne doradztwo dostosowane do wiedzy klientów,
- przejrzyste warunki i system ustalania opłat i prowizji,
- komfortowa obsługa we wszystkich kanałach kontaktu z bankiem,
- wykorzystanie najnowszych technologii i systemów IT,
- zaangażowanie pracowników w udoskonalanie procesów.



Naszą aspiracją jest budowanie najlepszego banku detalicznego i komercyjnego dla klientów, pracowników, lokalnych społeczności i akcjonariuszy. Badania, ale również nasze codzienne kontakty potwierdzają, że Klienci oczekują wygody, szerokiej dostępności do usług bankowych, chcą być traktowani indywidualnie oraz wybierają bank, który wzbudza zaufanie i traktuje ich fair.

Platformą do zmian w tym kierunku jest właśnie program **Banku Nowej Generacji**, który rozpoczęliśmy ponad rok temu. Naszym celem jest jeszcze większa koncentracja na kliencie i jego potrzebach oraz umacnianie kultury dialogu, współpracy i rozwoju pracowników.

Mocno wierzymy, że zgrany i zaangażowany zespół ludzi, ludzi pracujących z pasją może z sukcesem zmieniać rzeczywistość i budować satysfakcję klientów.

Elżbieta Solińska

Dyrektor Centralnego Obszaru Operacji Bankowych, Obszar Usług Operacyjnych

”

W jaki sposób staramy się dostosować nasz sposób działania, infrastrukturę, produkty i sposób obsługi do potrzeb klientów?

POŁĄCZYLIŚMY DWA BANKI W JEDEN ORGANIZM

[G4–13]

W 2014 roku wyzwaniem i „egzaminem” zdanym przed naszymi klientami była fuzja operacyjna z dawnym Kredyt Bankiem. Newralgiczny weekend, ostatni tydzień października ubiegłego roku, gdy przełączaliśmy dane ponad 0,5 mln klientów dawnego Kredyt Banku na wspólną platformę informatyczną przebiegł w zaplanowanym czasie i bez zakłóceń.

To był nasz priorytet i jednocześnie „**test na profesjonalizm i odpowiedzialność wobec klientów**”. Dlatego projekt, który nazwaliśmy UNO prowadził nasz specjalny **500-osobowy zespół**, a we wszystkie prace związane z integracją zaangażowanych było ponad **900 osób** ze wszystkich obszarów działania banku.



Oczekiwania interesariuszy

Pokazać problemy, które miały miejsce przy łączeniu się z Kredyt Bankiem, np. z systemem internetowym, z łączeniem niektórych oddziałów i zamykaniem innych, z pracownikami, z rosnącymi kolejkami.

W centrum uwagi były dobra komunikacja z klientami oraz niezakłócony dostęp do usług, obsługi i transakcji. Dla klientów Banku Zachodniego WBK migracja nie oznaczała żadnych zmian, natomiast klienci dawnego Kredyt Banku uzyskali dostęp do nowoczesnych usług bankowości internetowej.

Uciążliwość migracji zminimalizowana

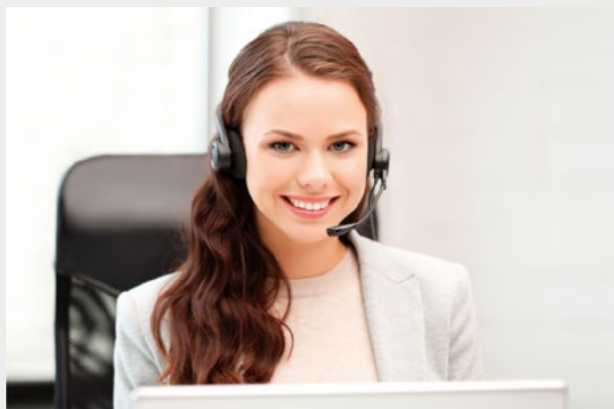
Staraliśmy się zminimalizować problemy klientów związane z tym procesem, choć ze względu na dochowanie procedur bezpieczeństwa konieczne było przeprowadzenie czynności związanych z aktywacją kont już po przeniesieniu na nową platformę. Jedyną aktywnością klienta w tym procesie, była zmiana sposobu logowania do serwisu bankowości transakcyjnej i zmiana autoryzacji transakcji. Dużym zadaniem było również przeniesienie danych klientów korporacyjnych do systemu Banku Zachodniego WBK.

Na każdym etapie procesu migracji klientów korporacyjnych zbieraliśmy informację zwrotną zarówno przez doradców i Centrum Obsługi Biznesu, jak i w formie regularnej ankiety prowadzonej wśród klientów. Wyciągaliśmy na bieżąco wnioski i korygowaliśmy poszczególne elementy procesu zgodnie z sugestiami.

Równolegle trwały przygotowania do migracji klientów indywidualnych. Bank dołożył wszelkich starań, aby zmiana była jak najmniej odczuwalna dla klientów, a sam proces przebiegał automatycznie, w sposób mało angażujący. W całym procesie kluczowe było nie tylko odpowiednie przygotowanie procesów teleinformatycznych, ale też poinformowanie klientów o nadchodzących zmianach z odpowiednim wyprzedzeniem. Otrzymywali oni korespondencję wyjaśniającą zmiany oraz wskazującą im dokładnie, w jaki sposób będą mogli aktywować usługi bankowości elektronicznej BZWBK24.

Konsultanci na infolinii udzielali klientom wszystkich informacji i prowadzili ich przez proces migracji tak, aby rozwiązać ich wszelkie wątpliwości. Dodatkowo, przygotowaliśmy specjalną stronę internetową poświęconą połączeniu (tzw. microsite), gdzie gromadzone były wszystkie niezbędne materiały oraz odpowiedzi na pytania zgłaszane przez klientów. Ważnym elementem prac związanych z fuzją operacyjną było również informowanie opinii publicznej (szczególnie klientów) za pośrednictwem mediów. Dlatego Biuro prasowe banku regularnie spotykało się z kluczowymi dziennikarzami, aby przekazywać im aktualne informacje o przebiegu prac oraz informować z wyprzedzeniem o najważniejszych etapach procesu.

Dziennikarze żywo interesowali się technicznymi aspektami fuzji, zgłaszając swoje pytania. Jedno ze zgłoszeń dziennikarza, dotyczące indywidualnego przypadku klienta, przełożyło się nawet na modyfikację procesu w celu uniknięcia ewentualnych niedogodności dla klientów.



W weekend 24–26 października przeniesiono dane, produkty i usługi klientów do systemu informatycznego Banku Zachodniego WBK. Użytkownikom KB24 i KBNet udostępniono nowoczesną bankowość elektroniczną BZWBK24/ Moja Firma Plus/Mini Firma. Od 27 października wszyscy klienci dawnego Kredyt Banku są obsługiwani w jednym centralnym systemie informatycznym Banku Zachodniego WBK. Przeniesienie danych, produktów i usług na systemy IT Banku Zachodniego WBK pozwoliło na pełne wystandaryzowanie produktów dla wszystkich klientów. Nie zmieniło się nic więcej – ani numery rachunków, ani sposób korzystania z kart płatniczych czy bankomatów.

Docelowo wszyscy klienci banku będą korzystać z jednolitej oferty, bez potrzeby jakichkolwiek zmian, np. otwierania nowego rachunku z innymi funkcjonalnościami. Klienci korzystający do tej pory z KB24 otrzymali między innymi możliwość korzystania z BZWBK Mobile – jednej z najlepiej ocenianych platform bankowości mobilnej na polskim rynku. Wśród nowych funkcjonalności, jakie otrzymali dotychczasowi użytkownicy KB24 jest także dokonywanie wypłat gotówki z bankomatów bez użycia karty, wycofanie opłaty za przekroczenie przyznanego limitu kredytowego na karcie kredytowej oraz wiele innych.

STALE DOSKONALIMY POZIOM OBSŁUGI

Uwzględniamy perspektywę klienta w codziennej obsłudze

Stale monitorujemy i poprawiamy narzędzia, procesy i składniki oferowanych produktów. Pracownicy niezależnej firmy badawczej dzwonią do osób, które danego dnia były w placówce lub skorzystały z bankowości internetowej, bankomatów czy infolinii, i pytają o wrażenia i opinie.

Miesięcznie zbieramy 12 tys. raportów ze szczegółowym opisem sytuacji w całej sieci sprzedaży, dających wgląd w pracę pojedynczych oddziałów, a w przypadku klientów zamężnych – poszczególnych doradców. Badanie jakości to już nie tylko analiza wybranych losowo rozmów konsultantów, ale kompleksowa analiza tego, w jaki sposób przebiega kontakt klienta z bankiem niezależnie od tego, w jaki sposób się odbywa. Kluczowy tu jest głos klienta, który ocenia poszczególne elementy interakcji – wspomnianej wcześniej wizyty w oddziale, skorzystania z bankomatu, bankowości mobilnej, itd.



Oczekiwania interesariuszy

Przedstawić wyniki badań satysfakcji klienta wraz z komentarzem, co z nich wynika dla Banku Zachodniego WBK.

W 2014 roku rozpoczęliśmy największy w historii banku projekt badań satysfakcji klienta detalicznego oraz MŚP. Jego celem było sprawdzenie poziomu satysfakcji z kontaktu z bankiem (przez oddział, infolinię, bankowość elektroniczną, mobilną, bankomat) oraz diagnoza ewentualnych problemów i powodów niezadowolenia. Poznaliśmy opinię ponad **61 tys. osób**. Dzięki nim możemy budować nasze usługi w sposób najbardziej odpowiadający ich potrzebom i oczekiwaniom.

[G4-PR5]

W trakcie badań zidentyfikowaliśmy 3 główne problemy, które rozwiązujemy określonymi działaniami.



uzyskaliśmy
100 tys.
otwartych
wypowiedzi
klientów



61 520
wywiadów zostało
zrealizowanych
w 16 modułach
badawczych



średnio co
3 minuty
realizowaliśmy
jeden wywiad
z klientem banku

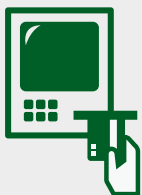
Zidentyfikowany problem:

w niektórych placówkach tworzą się kolejki

aranżacja placówek powoduje, że klienci dość często narzekają na brak poczucia prywatności

potrzebne jest wzmocnienie umiejętności diagnozowania potrzeb klienta

Działanie naprawcze banku:



w wybranych oddziałach, w celu odciążenia obsługi, wydzieliliśmy kasę szybkiej wypłaty, która pełni rolę wpłatomatu oraz umożliwia wypłatę pieniędzy. Ustawiliśmy już ponad 200 takich urządzeń, a w ciągu 15 miesięcy zainstalujemy kolejnych 200



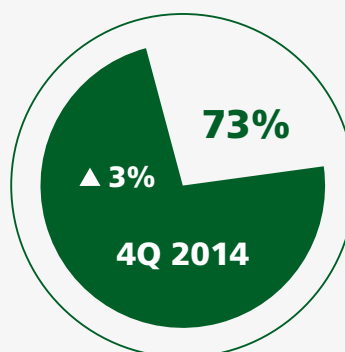
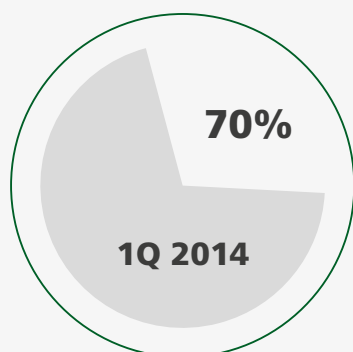
zidentyfikowaliśmy 150 placówek, których ten problem dotyczy przede wszystkim. W tym roku zostaną one zmodernizowane i zaaranżowane na nowo



pomysł Banku Zachodniego WBK na zwiększenie zaangażowania w doradztwo dla klienta polegał na przeszkoleniu około tysiąca menedżerów, dyrektorów i kierowników bankowości oddziałowej, którzy przekazują nabytą wiedzę współpracownikom.

Zdecydowana większość elementów dotyczących obsługi oddziałowej została usprawniona na przestrzeni 2014 roku.

Najwyższe wyniki satysfakcji klientów, w odniesieniu do kanałów dystrybucji, dotyczą dystrybucji oddziałowej



Poprawiamy jakość obsługi w placówkach

Wyniki badania jakości są przekazywane na bieżąco za pomocą internetowej przeglądarki ECHO. Dzięki temu wszyscy dyrektorzy oddziałów mogą zapoznać się z opiniami klientów niemal bezpośrednio po przeprowadzonym wywiadzie.

W przypadku niskiej oceny wystawionej przez klienta dyrektor otrzymuje powiadomienie, tzw. HOT ALERT, z prośbą o kontakt z klientem w celu przeproszenia go za zaistniałą sytuację i uzyskania informacji na temat przyczyny niezadowolenia. Badanie prowadzone w taki sposób umożliwia ciągłą, systematyczną pracę nad poprawą jakości obsługi w placówkach.

Treningi sprzedażowe dla doradców podnoszą poziom obsługi w oddziałach

Postawiliśmy na poprawę jakości rozmów z klientami – wprowadziliśmy zasadę systematycznych treningów sprzedażowych. W drugiej połowie 2014 roku przeszkoleni zostali wszyscy dyrektorzy i kierownicy oddziałów. Menedżerowie rozwijali swoje umiejętności prowadzenia rozmowy sprzedażowej z zastosowaniem obowiązujących standardów **(5 Zasad Obsługi Klienta)**.

Widzimy już pierwsze efekty – systematycznie wzrasta ocena większości elementów, na które mają wpływ pracownicy oddziałów, m.in.:

- satysfakcja klientów z wizyty/kontakt wzrosła o 3 pkt proc.
- satysfakcja z obsługi przez doradcę/pracownika wzrosła o 3 pkt proc.
- wysoko oceniana jest uprzejmość doradcy – wzrost o 2 pkt proc.

W pierwszym kwartale 2015 roku wskaźniki satysfakcji klienta nadal rosły, co pozwala optymistycznie patrzeć w przyszłość.

W 2015 roku miernikiem efektywności treningów sprzedażowych będą nie tylko badania satysfakcji klienta, lecz również prowadzone przez bank badania „**Tajemniczego Klienta**”, który będzie sprawdzał jakość przeprowadzonych rozmów z zastosowaniem

5 Zasad Obsługi.

Powołanie stanowisk makroregionalnych menedżerów jakości obsługi w każdym makroregionie

Powołaniu w 2014 roku nowych stanowisk makroregionalnych menedżerów jakości obsługi przyswiecała idea poprawy jakości obsługi w oddziałach banku. Rolą menedżerów jakości obsługi jest wsparcie dyrektorów i doradców oddziałów w codziennej pracy nad zwiększeniem zadowolenia klientów z korzystania z usług banku w oddziałach.

Menedżerowie wspierają sieć – przeprowadzają spotkania, warsztaty/szkolenia, biorą udział w naradach makroregionalnych i regionalnych, obserwują jak wygląda obsługa w oddziałach. Analizują mocne i słabe strony oddziałów, dzięki wykorzystaniu wyników badań prowadzonych przez bank na rzecz jakości, takich jak badania satysfakcji czy badania „**Tajemniczego Klienta**”. Wyciągnięte wnioski służą im do podejmowania stosownych działań wspierających.



9 na 10 klientów

na koniec czwartego kwartału 2014 było całkowicie zadowolonych z przyjazności i uprzejmości naszych doradców w oddziałach;

90% klientów

doceniło zachowanie dyskrecji i poufności podczas obsługi,

a 87%

zrozumiało przekazywane informacje.

Podnosimy kwalifikacje doradców MŚP

Jednym z kluczowych obszarów, dla jakości obsługi firm jest sprawny i profesjonalny proces kredytowy. Podnoszeniu poziomu obsługi naszych klientów z tego sektora służy program certyfikacji MŚP, realizowany przez **Akademię Umiejętności MŚP**.

Program ten łączy rozwój pracowników (szkolenia i egzaminy) z ich aktywnością biznesową i jakością rekomendacji oraz decyzji kredytowych. Obecnie taki certyfikat posiada

2 521 osób*

* stan na 20 maja 2015

Dbamy o jak najpełniejszą dostępność sieci placówek

Pracujemy nad optymalnym rozmieszczeniem sieci oddziałów banku, równomiernie pokrywając cały kraj. Tam gdzie widzimy taką potrzebę, uzupełniamy tzw. białe plamy na mapie placówek, a słabo zlokalizowane zamykamy.

Na koniec 2014 roku Bank Zachodni WBK dysponował siecią **788 oddziałów własnych**, rozmieszczonych na terenie wszystkich województw kraju. Infrastrukturę oddziałową uzupełniało **115 placówek partnerskich** oraz **1 365 bankomatów**.

[G4-FS13]

Województwo	Pozycja wg LHD	LHD	WI	Liczba mieszkańców	Pozycja wg ilości mieszkańców	Ilość punktów dostępu	Pozycja wg ilości punktów dostępu
Świętokrzyskie	16	36,78	27,62	1 283 500	13	44	16
Warmińsko-mazurskie	12	42,33	30,93	1 428 600	12	46	15
Podlaskie	8	44,4	25,67	1 198 879	14	47	14
Podkarpackie	10	43,77	24,09	2 097 875	9	52	13
Opolskie	6	46,95	30,96	1 046 200	15	66	12
Lubelskie	14	39,55	27,4	2 097 875	8	73	11
Lubuskie	9	44,36	33,79	1 009 000	16	88	10
Zachodniopomorskie	11	42,89	35,48	1 693 700	11	103	9
Kujawsko-pomorskie	13	41,22	33,67	2 097 875	10	115	8
Łódzkie	15	39,28	36,85	2 574 280	6	125	7
Małopolskie	2	51,93	35,15	3 266 200	4	126	6
Pomorskie	3	51,14	39,79	2 192 000	7	145	5
Śląskie	5	49,54	46,59	4 681 700	2	212	4
Dolnośląskie	7	46,34	42,84	2 886 700	5	368	2
Mazowieckie	1	60,21	60,84	5 160 800	1	297	3
Wielkopolskie	4	50,22	39,86	3 373 500	3	369	1

LHD (ang. Local Human Development Index) – lokalny wskaźnik rozwoju społecznego
WI (ang. Welfare Index) – wskaźnik zamożności



Doskonalimy telefoniczną obsługę klienta

Poprawiamy komfort i skuteczność kontaktu z bankiem przez infolinię. Mamy świadomość, że dla dużej grupy klientów jest to pośrednie ogniwo między korzystaniem z bankowości oddziałowej i elektronicznej. Dlatego Centrum Bankowości Telefonicznej (CBT) na bieżąco pracuje nad usprawnianiem obsługi na infolinii, w tym warsztatu pracy doradców tak, aby każdy kontakt klienta z infolinią był satysfakcjonujący.

Istotnym działaniem w Centrum Bankowości Telefonicznej była modyfikacja obowiązujących standardów, które 1 lipca przyjęły postać „5 Zasad Obsługi Klienta”. Stanowią one narzędzie ułatwiające zapewnienie klientom infolinii obsługi na najwyższym poziomie. Są także zbiorem najlepszych praktyk doradców, wypracowanych w odpowiedzi na oczekiwania klientów. W czerwcu 2014 roku rozszerzyliśmy posprzedażową obsługę o następujące produkty: limit w koncie osobistym, kredyt gotówkowy, lokatę, konto oszczędnościowe. Dzwoniąc pod numer 1 9999 klient może dowiedzieć się m.in. jaki jest stan jego konta, wysokość raty kredytu, czy wysokość odsetek na lokacie.

Za pośrednictwem jednego kanału otrzymuje szczegółowe informacje na temat posiadanych produktów, a doradca infolinii oferuje kompleksową obsługę. W CBT aktywnie pracujemy również nad poszerzeniem wachlarza usług dostępnych przez telefon.

Poszliśmy zdecydowanie dalej i wdrożyliśmy mechanizm umożliwiający ocenę każdego kontaktu klienta z pomocą techniczną (Help Desk). Bezpośrednio po zakończeniu rozmowy telefonicznej klient otrzymuje krótką ankietę z prośbą o ocenę poprawności i jakości otrzymanego wsparcia.

Certyfikaty jakości obsługi

Od 2006 roku posiadamy certyfikat zgodności Systemu Zarządzania Jakością (SZJ) z normą **ISO 9001: 2008**. Obejmuje on **41 procesów** dotyczących zarówno sprzedaży produktów, jak i ich obsługi posprzedażowej (klienta indywidualnego, korporacyjnego oraz Wealth Management). Certyfikacja Systemu Zarządzania Jakością według normy **ISO 9001: 2008** potwierdza wysoki poziom oraz odpowiedzialność za jakość usług realizowanych przez Bank Zachodni WBK. Jest on nagrodą za wysiłek włożony we wdrożenie i doskonalenie Systemu Zarządzania Jakością oraz efektem naszej strategii biznesowej.

W roku 2011, jako pierwsza firma w Polsce, uzyskaliśmy certyfikat zgodności z normą **EN15838**, która powstała w 2009 roku z inicjatywy Komisji Europejskiej w odpowiedzi na powszechne niezadowolenie klientów

z usług telefonicznych centrów obsługi klienta, wynikające z niejasnych lub błędnych komunikatów, długiego oczekiwania na połączenie z konsultantem, wielokrotnych przełączeń i mało przyjaznego traktowania rozmówców przez pracowników. Norma wyznacza ścisłe standardy, których spełnienie świadczy o właściwym funkcjonowaniu i zarządzaniu centrum kontaktu z punktu widzenia satysfakcji klienta. Wymagania normy EN15838 spełniają obecnie obszary:

- sprzedaż i obsługa produktów bankowych za pośrednictwem telefonu i internetu dla klienta indywidualnego
- obsługa i wsparcie klientów biznesowych za pośrednictwem telefonu
- telefoniczny monitoring należności przeterminowanych
- obsługa i wsparcie klientów wewnętrznych za pośrednictwem telefonu.



Certyfikat ISO 9001:2000 jest dowodem, że jako organizacja koncentrujemy się na spełnianiu potrzeb i oczekiwań klientów oraz skutecznie zarządzamy ustanowionymi w tym celu procesami. Wdrażając i certyfikując System Zarządzania Jakością wysyłamy do klientów czytelny sygnał, że procesy wewnętrzne w banku są pod kontrolą i że jesteśmy w stanie nimi skutecznie zarządzać w celu spełnienia ich wymagań. Nasz potencjał drzemie w ludziach realizujących procesy, w kulturze korporacyjnej banku oraz możliwościach rozwoju narzędzi, którymi posługujemy się w naszej pracy.

Beata Szmagierewska
Dyrektor Departamentu Zarządzania Procesowego



Na czym polega oferowanie przez nas produktów i usług w odpowiedzialny sposób?

ODPOWIEDZIALNA KOMUNIKACJA

**Reklamy bez gwiazdek,
oferta bez haczyków**

**[DMA oznakowanie produktów
i usług, G4-PR3, DMA komunikacja
marketingowa, G4-4]**

Kluczem do odpowiedniego doboru produktów jest dopasowanie ich do potrzeb i wiedzy klienta oraz akceptacja kosztów i warunków. Priorytetem jest ich rzetelna i czytelna prezentacja, zarówno na etapie reklamy, zakupu, jak i samego wykorzystania produktu. Na tym polega odpowiedzialna sprzedaż.

Dlatego dostarczamy klientom pełnej, jasnej i konkretnej wiedzy o oferowanych przez nas usługach. Informujemy o tym, od czego zależą warunki, opłaty, prowizje, oprocentowanie, czy benefity związane z poszczególnymi produktami. Szczególną uwagę przywiązujemy do uświadamiania ryzyka związanego z instrumentami finansowymi, zwłaszcza inwestycyjnymi oraz długoterminowymi kredytami. Dotyczy to także reklam i komunikacji marketingowej. W trudnych i niespodziewanych sytuacjach chcemy razem z naszymi klientami rozwiązywać ich problemy finansowe poprzez:

- produkty dopasowane do potrzeb i wiedzy
- przejrzyste warunki oraz opłaty
- reklamy bez gwiazdek i ukrytych opłat
- świadomość i akceptację ryzyka
- uproszczony proces reklamacji.



**Oczekiwania
interesariuszy**

Wy tłumaczenie, w jaki sposób bank informuje i edukuje klientów na jakich zasadach mogą korzystać z usług banku i co oznaczają wprowadzone zmiany. Odpowiedź na pytanie, w jaki sposób bank zarządza komunikacją/marketingiem spójnie z wartościami CSR.

Uwzględnienie prowadzonych działań lub badań, jeśli takowe istnieją, skierowanych na uświadamianie klienta w zakresie kosztów, jakie towarzyszą zakupionym produktom co miało na celu sprawdzenie, czy doradcy nie wprowadzają klienta w błąd przy podpisywaniu umowy.

Rzetelnie informujemy o produktach

Przestrzegamy zasad reklamowania usług bankowych opracowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego. To jednak nie wszystko. Chcemy zapewnić zgodność materiałów reklamowych i promocyjnych banku oraz spółek naszej grupy nie tylko z przepisami prawa i rekomendacjami, ale także dobrymi praktykami stosowanymi na rynku.

Dlatego wprowadziliśmy podręcznik reklamy i komunikacji marketingowej, który jest aktualizowany wraz ze zmieniającym się otoczeniem prawnym.

Każdy przekaz reklamowy podlega jego wymagom, zaś wszelkie dodatkowe zastrzeżenia i warunki muszą być czytelne i napisane tekstem umożliwiającym odbiorcom swobodne zapoznanie się z treścią produktu.

W podręczniku uregulowany jest każdy rodzaj reklamy, w tym coraz powszechniej stosowana forma elektroniczna (internet, poczta mailowa).

Jakie zasady stosujemy?

Obowiązkowo zamieszczane informacje:

Konta bankowe	Kredyty gotówkowe	Ubezpieczenia	Produkty inwestycyjne
- roczne oprocentowanie środków zgromadzonych na rachunku - zmienna stopa procentowa - efektywna stopa oprocentowania	- stopa oprocentowania kredytu z wyodrębnieniem opłat uwzględnionych w łącznym koszcie kredytu - całkowita kwota kredytu - rzeczywista roczna stopa oprocentowania - czas obowiązywania umowy - całkowita kwota do zapłaty oraz wysokość rat	- informacja o istnieniu ograniczeń i wyłączeń odpowiedzialności zakładu ubezpieczeń - ogólne warunki ubezpieczenia (OWU) - pełna nazwa ubezpieczyciela	- nazwa firmy inwestycyjnej - zrozumiały przekaz dla przeciętnego przedstawiciela grupy, do której jest skierowany - nie można ukrywać, umniejszać ani przedstawiać w sposób niejasny, istotnych elementów lub ostrzeżeń - nie można prezentować potencjalnych korzyści płynących z usługi, jeśli w wyraźny sposób nie są wskazane

W ciągu roku 2014 nie nałożono na Bank Zachodni WBK żadnych kar finansowych z tytułu niezgodności z przepisami prawa lub regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług.

[G4-PR9, G4-SO8]

4 kwietnia 2014 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) wszczął przeciwko bankowi postępowanie w przedmiocie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, dotyczące zasad ustalania i pobierania opłat za czynności windykacyjne. Zarzuty dotyczą stosowania w Taryfach opłat i prowizji (TOiP) klauzul tożsamych z wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych. Bank zaproponował wprowadzenie nowych zapisów TOiP, wycofanie części opłat za czynności windykacyjne i obniżenie stawek pozostałych opłat, do poziomu pokrywającego koszty banku, związane z wykonywaniem tych czynności.

8 września 2014 r. Prezes UOKiK wydał decyzję w sprawie stosowania przez bank praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w zakresie opłat windykacyjno-monitoringowych.

Zgodnie z wnioskiem Banku Zachodniego WBK, Prezes UOKiK w decyzji zobowiązał bank do wykonania zaproponowanych działań w terminie do 31 października 2014 roku. Prezes UOKiK nie nałożył na bank kary finansowej. Wszystkie działania zrealizowano, zmiany w TOiP weszły w życie z dniem 27 października 2014 roku.

Jasno komunikujemy zmiany w opłatach i prowizjach

Chcemy być bankiem działającym fair, dlatego starannie i rzetelnie informujemy o zmianach opłat i prowizji. Odpowiednio wcześniej o nich uprzedzamy i przypominamy, kiedy zaczyna ją obowiązywać.

Informujemy dodatkowo przez:

- super wiadomość o zmianach Taryfy opłat i prowizji w skrzynkach klientów zamiast tradycyjnej wiadomości – komunikaty wyświetlane w serwisie BZWBK24 (w skrzynkach w systemie transakcyjnym – od listopada 2014 roku),
- SMS przypominający o zmianach (od stycznia 2015 roku),
- komunikaty na blogu,
- komunikaty na Facebooku.

Nie zasypujemy klientów zbędnymi ofertami

Przekazy o charakterze reklamowym przesyłane e-mailem lub telefonicznie (również SMS-ami) muszą być zgodne z obowiązującymi regulacjami i wytycznymi instytucji nadzorczych.

W pełni stosujemy się do norm, które zakazują rozsyłania niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy drogą elektroniczną, w tym pocztą mailową.

[DMA zgodność z regulacjami]

W raportowanym okresie odnotowano tylko jeden przypadek braku pełnej informacji w przekazie reklamowym. Dotyczył on niezamieszczenia w reklamie kredytu gotówkowego na stronie internetowej www.bzwbk.pl (zawierającej dane dotyczące tego kredytu) informacji o stopie oprocentowania i całkowitej kwocie kredytu, rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania (RRSO) w oparciu o reprezentatywny przykład.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził zaniechanie przez bank stosowania tej praktyki i nie nałożył kary finansowej. Postępowanie uznano za zakończone.

[G4-PR7]

ODPOWIEDZIALNA SPRZEDAŻ KLUCZOWĄ ZASADĄ DLA PRACOWNIKÓW BANKU



Oczekiwania
interesariuszy

Odpowiedź na pytanie, jakie działania bank podejmuje, by pracownicy byli nakierowani na zaspokajanie potrzeb klientów, a nie wyłącznie na sprzedaż (jak bank przeciwdziała missellingowi).

Certyfikujemy wiedzę naszych doradców

4 000 pracowników przeszło egzaminy z wiedzy o produktach inwestycyjnych

Chcemy by odpowiedzialna sprzedaż nie była pustym hasłem, ale stałą praktyką wpisaną w DNA naszego banku. Dotyczy to profesjonalnego dopasowania do rzeczywistych potrzeb klienta zarówno prostych produktów, jak konto osobiste, ale też bardziej złożonych, jak produkty oszczędnościowo-inwestycyjne oraz kredyty zaciągane na długi okres.

Służy temu między innymi proces certyfikacji doradców w zakresie znajomości produktów inwestycyjnych. Działanie to ma zapewnić minimalizację ryzyk (w tym missellingu) wynikających z niewystarczającej wiedzy pracowników oferujących takie produkty.



Oczekiwania
interesariuszy

Zobrazowanie, jak bank inwestuje w doradców oraz czy posiada i stosuje kodeks etyczny doradcy.

Każdy pracownik, który chce sprzedawać jakiegokolwiek produkt inwestycyjny, zobowiązany jest do zaliczenia modułu z etyki i modelu sprzedaży oraz modułu z wiedzy o tym produkcie. W przypadku braku zaliczenia egzaminu, uprawnienia nie są nadawane.

Raz w roku przeprowadzamy egzamin dla wszystkich pracowników posiadających jakiegokolwiek uprawnienia do sprzedaży produktów inwestycyjnych. W przypadku braku zaliczenia egzaminu, uprawnienia są im odbierane.

Egzamin certyfikacyjny ma formę pisemnego testu i jest podzielony na pięć modułów:

- **etyka i model sprzedaży**
- **fundusze inwestycyjne**
- **program inwestycyjny InPlus**
- **lokaty strukturyzowane**
- **rynek kapitałowy (rachunek maklerski).**

Co roku do egzaminu w ramach certyfikacji masowej podchodzi kilka tysięcy pracowników.

Zasada odpowiedzialnej sprzedaży została uwzględniona w systemach premiowych i motywacyjnych, przez postawienie akcentu na lepsze rozpoznanie potrzeb klientów. Kierując się tym założeniem w polityce banku zmieniliśmy podejście z produktowego na podejście segmentowe.

Diagnostujemy potrzeby i oczekiwania klienta, i dopiero wówczas dopasowujemy pod nie konkretną propozycję. Wyznaczone zadania menedżerów poszczególnych segmentów oparte są o wskaźnik satysfakcji i wskaźnik lojalności klienta, a nie tylko o cele sprzedażowe.



W podnoszeniu jakości obsługi oraz jednocześniej prewencji nieodpowiedzialnej sprzedaży istotny jest element finansowy wbudowany w system premii kwartalnych szefów segmentów. Jej wysokość jest uzależniona od satysfakcji klienta płynącej z wysokiej jakości obsługi oraz od wskaźnika lojalności klientów.

Odpowiedzialność wpisana jest w nasze rozumienie biznesu. Lojalności klientów nie pozyskamy sprzedażą nakierowaną na nasze potrzeby i cele sprzedażowe, a przez definiowanie i reagowanie na realne potrzeby klientów. To podstawa zmiany, jaką wprowadzamy w systemach motywacyjnych.

Marcin Pawłowski
Dyrektor Obszaru
Klienta Zamożnego



Oferując produkty uwzględniamy ryzyka

Część instrumentów finansowych wiąże się z ryzykiem inwestycyjnym, które może być zminimalizowane tylko w dłuższym horyzoncie czasowym. Dlatego wiedza, akceptacja ryzyka oraz profil klienta jest kluczowy w decyzji o skorzystaniu z takich produktów. W polityce kredytowej, zwłaszcza dotyczącej dużych inwestycji bierzemy pod uwagę nie tylko ryzyko dla banku, ale także dla otoczenia, środowiska, mieszkańców i społeczności. Stosowaniu tych standardów służy polityka i wytyczne obowiązujące w Grupie Santander. Warunkiem kredytowania jest spełnienie norm w zakresie ochrony środowiska.



Zgodnie z obowiązującym procesem kredytowym, wszystkie finansowane przez nas projekty inwestycyjne powyżej **10 mln dolarów** podlegają Polityce Grupowej w zakresie:

- odpowiedzialności społecznej i środowiskowej,
- infrastruktury wodnej i odprowadzania ścieków,
- przemysłu energetycznego,
- przemysłu drzewnego.

Celem powyższego działania jest:

- ustanowienie ram działania łączących założenia odpowiedzialności społecznej i środowiskowej z globalną strategią Grupy,
- ustalenie mechanizmów analizy ryzyka społecznego i środowiskowego oraz podejmowania decyzji dotyczących finansowania projektów inwestycyjnych.

Podejście do kwestii ryzyka środowiskowego w Grupie Santander wynika z dobrowolnego uczestnictwa w programie **„Equator Principles”**, który określa wskazówki dla banków i zobowiązuje je do oceny oraz analizy społecznego i środowiskowego wpływu finansowanej inwestycji. **„Equator Principles”** związany jest z międzynarodowymi standardami opracowanymi w formie wytycznych w ramach Grupy Banku Światowego.

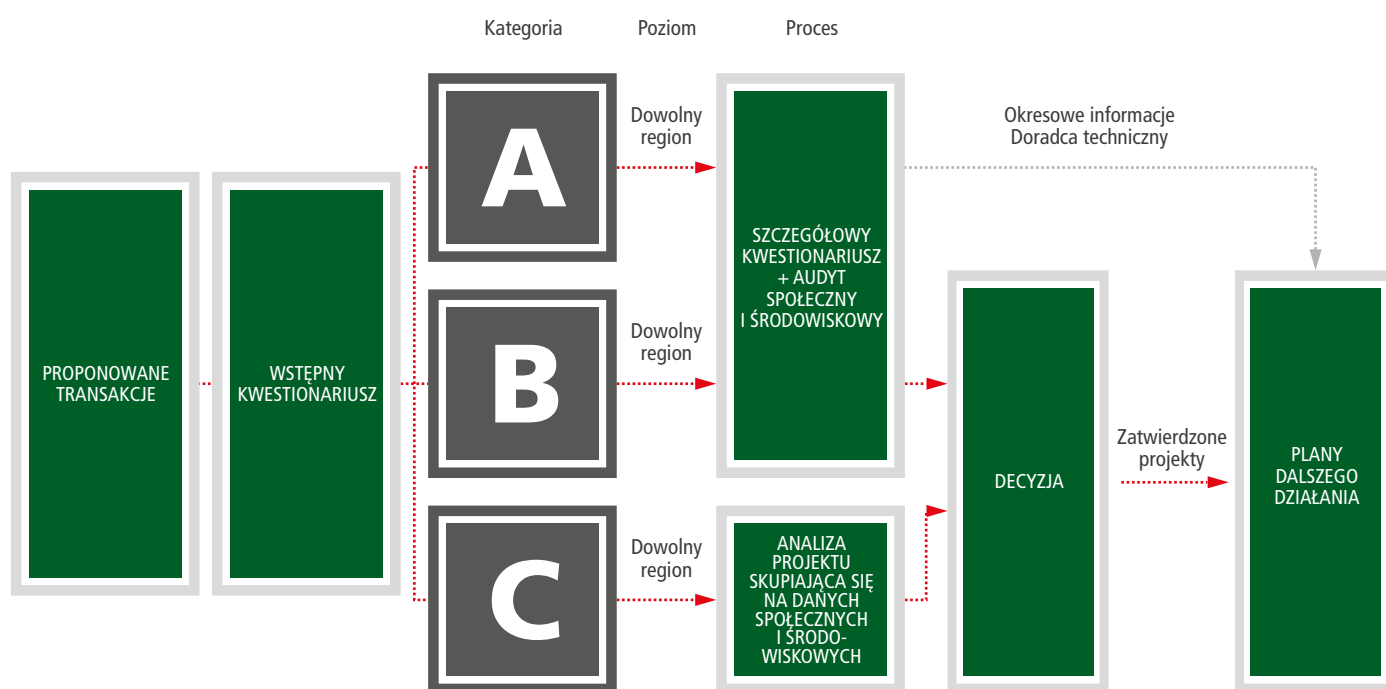
Jednostki biznesowe identyfikują i analizują zagrożenia społeczne i środowiskowe transakcji zgodnie z ustalonymi procedurami. Proces analizy projektów związany jest z określonymi czynnościami.

Procedura analizowania projektów uwzględnia kwalifikację projektów do trzech kategorii ryzyk. Projekty o najwyższym stopniu ryzyka poddawane są dodatkowej ocenie, w obszarze społecznym i środowiskowym, prowadzonej przez niezależnego audytora zewnętrznego.

[G4-FS1, G4-FS2]

Procedura analizy ryzyka społecznego i środowiskowego według Zasad Równikowych (EP III)

Kwoty przewyższające 10 mln USD



A: projekty o potencjalnie znaczącym negatywnym wpływie na społeczeństwo lub środowisko i/lub ryzyku środowiskowym lub społecznym
 B: projekty o potencjalnie ograniczonym negatywnym wpływie na społeczeństwo lub środowisko i/lub ryzyku środowiskowym lub społecznym
 C: projekty o minimalnym bądź zerowym negatywnym wpływie na społeczeństwo lub środowisko i/lub ryzyku środowiskowym lub społecznym

Ścisłe reguły dotyczą również zasad finansowania projektów z obszarów:

- energii konwencjonalnej,
- energii odnawialnej (dotyczy jedynie istniejących/funkcjonujących projektów),
- partnerstwa publiczno-prywatnego – infrastruktura transportowa i socjalna,
- partnerstwa publiczno-prywatnego – zasoby naturalne – przerób śmieci.

Polityka etycznej sprzedaży produktów inwestycyjnych jest realizowana z udziałem komitetów globalnych compliance oraz komitetów lokalnych compliance, a także przez monitoring sprzedawcy.

Mając na względzie odpowiedzialne i uczciwe oferowanie usług, prowadzimy również restrykcyjną politykę sprzedaży produktów inwestycyjnych osobom po 65. roku życia.

Dostosowujemy produkty do wiedzy klientów

G4-4

W minionym roku Bank Zachodni WBK był największym dystrybutorem detalicznych produktów strukturyzowanych. Było to ponad **150 emisji** o wartości **1,8 mld zł**. Oferta w tym zakresie skierowana jest do klientów, którzy z jednej strony poszukują atrakcyjnych zysków, a z drugiej chcą zminimalizować ryzyko utraty kapitału.

Staramy się przy tym dopasować tego typu produkty do różnych oczekiwań i możliwości klientów, którzy w sytuacji niskich stóp procentowych poszukiwali alternatywnych form lokowania swoich oszczędności.

Dlatego oferujemy lokaty o zróżnicowanych terminach zapadalności, przede wszystkim opartych na znanych wskaźnikach i instrumentach bazowych, łatwych do obserwowania przez klientów. Nie mamy w standardowej ofercie lokat strukturyzowanych opartych na nieznanych, niszowych wskaźnikach oraz na miksie wielu instrumentów bazowych, ponieważ uznaliśmy, że są to produkty tylko dla osób posiadających profesjonalną wiedzę na temat działania rynków finansowych i kapitałowych.

Ubezpieczenia mające dawać rzeczywistą ochronę

Obszar oferowania ubezpieczeń przez banki porządkuje obowiązująca od marca 2015 roku Rekomendacja U wydana przez **Komisję Nadzoru Finansowego**.

Wprowadziła ona zalecenia i dobre praktyki mające zapobiegać konfliktom interesów, zakazując łączenia przez banki funkcji pośrednika i ubezpieczającego. Rekomendacja zawiera również wytyczne dotyczące wynagrodzenia banków z tytułu oferowania produktów ubezpieczeniowych.

Rekomendacja kładzie nacisk na swobodę wyboru zakładu ubezpieczeń przez klienta i rzetelną informację w procesie obsługi. W 2014 roku zostały przeprowadzone prace dostosowawcze do pełnego wdrożenia wspomnianych zaleceń.

Na początku ubiegłego roku wprowadziliśmy nowy model sprzedaży ubezpieczeń i inwestycji oparty na koncepcji piramidy potrzeb klienta.

G4-4

Identyfikujemy je i przedstawiamy najlepsze rozwiązania w takich obszarach, jak:

- zabezpieczenie produktów kredytowych,
- zabezpieczenie kosztów studiów lub pierwszego mieszkania dla dzieci,
- zabezpieczenie na okres emerytalny (produkty inwestycyjne).

Najwyższe standardy ochrony danych klienta

[DMA ochrona prywatności klienta]

Podstawą funkcjonowania banku jako instytucji zaufania publicznego jest ochrona prywatności klienta oraz tajemnica bankowa. Do jej zachowania bank jest zobowiązany na podstawie powszechnie obowiązujących przepisów prawa, w szczególności ustawy z 29 sierpnia 1997 roku – Prawo bankowe.

W naszym banku funkcjonują szczegółowe wytyczne dotyczące ochrony prywatności klienta.

Zawarte są one m.in. w :

- Generalnym Kodeksie Postępowania,
- podręczniku Bezpieczeństwo Informacji w Banku Zachodnim WBK,
- podręczniku zapewnienia zgodności dla pracowników Banku Zachodniego WBK,
- procedurach dotyczących tajemnicy bankowej, przetwarzania danych w celach marketingowych oraz sprzeciwu wobec przetwarzania danych w tych celach.

W 2014 roku wpłynęło do nas **10 skarg** od organów regulacyjnych. **Cztery skargi z Komisji Nadzoru Finansowego** dotyczyły złamania tajemnicy bankowej (wszystkie zostały uznane za niezasadne) oraz **6 skarg z Generalnego Inspektoratu Ochrony Danych Osobowych**, które dotyczyły przetwarzania danych członków wspólnoty mieszkaniowej będącej klientem banku, danych w związku z kredytem ratałnym Żagiel, ujawnienia danych klienta przez pracownika banku, przetwarzania danych po wygaśnięciu zobowiązania, przetwarzania danych klienta jako aktywnego mimo złożonej dyspozycji rozwiązania umowy oraz przetwarzania danych w BIK.

Zgłoszono też **11 incydentów** dotyczących naruszenia prywatności klientów lub utraty danych.

Wobec zidentyfikowanych przypadków podjęliśmy działania mające na celu zapobieganie podobnym sytuacjom w przyszłości:

G4-PR8

przypominanie pracownikom o zasadach ochrony informacji

przeszkolenie pracowników z jednostki na temat zasad identyfikacji klienta

wdrożenie zmian w procedurach wewnętrznych dotyczących identyfikacji klienta i potwierdzenie tego faktu na dokumentach

zablokowanie kont oraz kart klientów, których dane zostały zagubione

W dobie błyskawicznego postępu technologicznego i rozwoju usług elektronicznych stajemy się coraz bardziej zależni od procesów IT. Kluczowym wyzwaniem staje się zapewnienie stabilności i dostępności usług IT.

Ciągłego ulepszania, uproszczenia i automatyzacji wymaga również model wsparcia użytkownika realizowany przez **Help Desk** (dział pomocy technicznej). Uzyskanie już w 2008 roku certyfikatu ISO 20000 dla systemu zarządzania usługami IT jest potwierdzeniem, że realizujemy procesy oparte na najlepszych

praktykach IT, spełniające międzynarodowe standardy jakości.

Wymieniony certyfikat wyszczególnia **17 obszarów** regulowanych wzajemnie oddziałującymi na siebie procesami. Dotyczy on wprowadzenia usług informatycznych, ale trudno nie zauważyć jego uniwersalnego wymiaru.

Może być z powodzeniem zastosowany w innych dziedzinach zarządzania, gdzie istnieje potrzeba kontaktu i relacji z klientem, reagowania na jego potrzeby i problemy.

Korzyści z systemowego zarządzania usługami IT w oparciu o najlepsze praktyki IT Infrastructure Library (ITIL), potwierdzone certyfikatem jakości ISO/IEC 20000-1:2011, przekładają się na:

prestiż i markę

bezpieczeństwo i stabilność dostarczanych usług IT

audyty i kontrole

zarządzanie relacjami z dostawcami zewnętrznymi IT

dokumentację

Problemy klientów chcemy rozwiązać razem

Uważamy, że odzwierciedleniem proklienckiej postawy banku jest podejście do sytuacji kryzysowych, których negatywne skutki dotyczą klientów.

Zawsze, gdy są to zdarzenia niezawinione, staramy się w drodze rozmów i negocjacji znaleźć optymalne rozwiązanie, które pozwala wybrnąć z przejściowych kłopotów.



Oczekiwania interesariuszy

Pokazanie polityki banku związanej z restrukturyzacją i zadłużeniem klientów indywidualnych.

Jakie są wyzwania i jakie podjęto działania wynikające z kontekstu rynkowego (np. sytuacja z frankiem).

Jak pomagamy frankowiczom?

Na przełomie 2014 i 2015 roku w wyniku skokowego wzrostu kursu franka szwajcarskiego istotnie wzrosły raty kredytów udzielonych w tej walucie. Aby ułatwić bieżącą obsługę zobowiązań klientom indywidualnym, którzy zaciągnęli kredyty hipoteczne w CHF, wprowadziliśmy pakiet poniższych działań:

uwzględniamy ujemną stawkę LIBOR przy wyliczaniu wysokości oprocentowania kredytów hipotecznych CHF

obniżyliśmy do 2% spread walutowy dla franka szwajcarskiego (od 28 stycznia do 31 grudnia 2015 roku)

wprowadziliśmy możliwość bezpłatnego, okresowego obniżenia raty o 10% lub 20% na okres 3, 6 lub 12 miesięcy (łącznie maksymalnie 12 miesięcy) na wniosek klienta złożony w terminie do 31 grudnia 2015 roku

na wniosek klienta możemy także zastosować karencję w spłacie kapitału lub wydłużenie okresu kredytowania ¹⁾

odstąpiliśmy od pobierania opłat za aneksy zawierane w celu restrukturyzacji kredytu (do 31 grudnia 2015)

stosujemy bieżący średni kurs NBP w przypadku przewalutowania kredytu na PLN

nie wymagamy dodatkowych zabezpieczeń ani ubezpieczeń w związku ze wzrostem zadłużenia w relacji do wartości nieruchomości

Warto podkreślić, że Bank Zachodni WBK historycznie udzielał kredytów walutowych klientom uzyskującym dochody w złotych w bardzo ograniczonym zakresie, uznając, że są one obciążone zbyt wysokim ryzykiem. Większość portfela należności we frankach przejęliśmy w wyniku połączenia z dawnym Kredyt Bankiem.

¹⁾ Długość trwania kredytu w momencie podejmowania decyzji o wydłużeniu nie może przekroczyć maksymalnego okresu kredytowania przewidzianego w ofercie kredytowej. Wynosi on 30 lat przy kredytach mieszkaniowych i 20 lat przy pożyczkach hipotecznych. Maksymalny okres kredytowania liczony jest od dnia uruchomienia kredytu.

Wolimy restrukturyzować, niż egzekwować

Staramy się zrozumieć indywidualne potrzeby klientów również w sytuacjach przejściowych trudności finansowych. Prowadzony przez nas monitoring pozwala odpowiednio wcześniej identyfikować symptomy kryzysowych sytuacji i uprzedzać ich ewentualne negatywne skutki. Kierujemy się podstawową zasadą wczesnego zdiagnozowania problemu i znalezienia rozwiązania przez ścisłą współpracę z klientem.

Do najczęściej stosowanych rozwiązań w przypadku konsumentów należą:

- czasowe obniżenie wysokości raty,
- karencja w spłacie z możliwością dopisania zaległej raty,
- wydłużenie okresu kredytowania do maksymalnego wynikającego z karty produktu.

Tylko nastawienie na współpracę pozwala na znalezienie optymalnego rozwiązania.

Także w odniesieniu do firm celem długoterminowym naszych działań jest wspieranie klientów i pomoc w powrocie do stabilnego funkcjonowania. W przypadku trwałej utraty płynności finansowej celem jest uratowanie przedsiębiorstwa. Większość takich transakcji kończy się zbudowaniem trwałych relacji biznesowych.

Pracownicy zespołów zajmujących się bezpośrednimi kontaktami z klientami w trakcie działań restrukturyzacyjnych podlegają regularnym szkoleniom z komunikacji i negocjacji.

Prokliencka postawa i utrzymanie relacji to dla nas cel nadrzędny, przy jednoczesnym zachowaniu odpowiedniego poziomu ryzyka banku. W przypadku wspierania działań banku przez firmy zewnętrzne sprawujemy nad nimi ścisły nadzór, a wyznaczone standardy są stale weryfikowane. Kierujemy się zasadą, że klient nie może odczuwać różnicy w poziomie i standardach obsługi. Regularnie przeprowadzamy przegląd stosowanych polityk i strategii restrukturyzacyjnych pod kątem przydatności i skuteczności. W efekcie skala spraw rozstrzygana w postępowaniu sądowoegzekucyjnym jest stale ograniczana.

Nowatorski proces reklamacyjny

Bank Zachodni WBK podchodzi do reklamacji zupełnie nowatorsko, dlatego już kilka lat temu powołaliśmy funkcję Rzecznika Klienta, stając się pionierem w tym zakresie na rynku usług finansowych. Rzecznik Klienta Banku Zachodniego WBK nadzoruje proces zarządzania reklamacjami, jest reprezentantem interesów klienta w banku oraz odgrywa rolę wewnętrznej instancji odwoławczej w procesie reklamacyjnym. Reklamacje mogą być zgłaszane w dowolnym oddziale pisemnie, telefonicznie lub w formie elektronicznej. W przypadku niezadowolenia z otrzymanej odpowiedzi klienci mogą się pisemnie odwołać w banku:

- od decyzji pracownika – do dyrektora jednostki rozpatrującej reklamację,
- od decyzji dyrektora jednostki rozpatrującej reklamację – do Rzecznika Klienta Banku Zachodniego WBK.



Dla ułatwienia kontaktu na stronie internetowej banku znajduje się formularz zgłoszeniowy, przez który można złożyć reklamację. Informujemy również o możliwości zwrócenia się o bezpłatną pomoc prawną do miejskich lub powiatowych rzeczników konsumentów. Spory między klientami i bankiem mogą być rozstrzygane polubownie przed Arbitrem Bankowym przy **Związku Banków Polskich**, o ile wartość przedmiotu sporu nie będzie wyższa niż **8 tys. zł**.

W ramach procesu zarządzania reklamacjami monitorowana jest liczba reklamacji oraz prowadzona jest analiza skarg, na podstawie której są określone i rekomendowane działania zmierzające do usprawniania procesów, produktów i usług, a także eliminowania przyczyn reklamacji.

Dopasowanie produktów do oczekiwań klienta

[G4-4]

Chcemy towarzyszyć każdemu z naszych klientów przez lata. Zdajemy sobie sprawę, że na każdym etapie życia mają oni inne potrzeby i oczekiwania wobec banku. Dlatego naszym najważniejszym celem jest odpowiednie dopasowanie naszej oferty. Naszą ambicją jest bycie bankiem pierwszego wyboru dla singli, rodzin, seniorów, zarówno dla klientów nowoczesnych i otwartych na nowe technologie, jak i tradycjonalistów.



Oczekiwania
interesariuszy

Pokazanie, jacy klienci są ważni dla banku w kontekście rynkowym i społecznym.

Chcemy sprzedawać klientom tylko te produkty, których rzeczywiście potrzebują.



Oczekiwania
interesariuszy

Przedstawić w sposób jasny politykę produktową, bez haczyków.

W 2014 roku bank prowadził prace nad rozwojem oferty produktowej. W 2015 roku rozpoczęto prace nad segmentacją klientów. Segmentacja bazuje na cyklu życia klienta i uwzględnia jego potrzeby i oczekiwania.

Bank prowadzi prace, aby dla każdego wyodrębnionego segmentu przygotować najbardziej dopasowaną ofertę.

Dajemy wybór, by nasi klienci mogli podjąć optymalną dla siebie decyzję.

Do codziennych płatności i rozliczeń oferujemy następujące konta osobiste:

Konto 1|2|3

pozwała obniżyć
domowe rachunki
i codzienne wydatki

Konto Godne Polecenia

maksymalnie
komfortowe i mobilne,
ale także bardzo tanie,
zapewniające wiele
praktycznych
bezpłatnych usług

Konto VIP

konto osobiste
z ekskluzywnym
pakietem bezpłatnych usług;
daje komfort korzystania
z pieniędzy, pełną swobodę
w zarządzaniu środkami
oraz dostęp do oferty
najwyższej jakości

Konto Aktywni 50+

konto osobiste
dla aktywnych
50-latków

Doceniamy współpracę z naszymi klientami. Promocja „**Zimowy Pakiet Korzyści**” to przykład realizowanego przez nas spersonalizowanego podejścia do stałych, lojalnych klientów banku. W nagrodę za dotychczasową współpracę, bank zaproponował w ciekawej formie, atrakcyjną ofertę produktową: bezpłatne konto obniżające wydatki domowe i darmową kartę kredytową ze zwrotami za codzienne wydatki, kredyt gotówkowy i limit o niższych parametrach cenowych, wysokooprocentowaną lokatę i ubezpieczenie dla rodziny.

Produkty wpływające na polepszenie jakości życia społecznego oraz rozwój gospodarki efektywnej środowiskowo

Jako **Bank Nowej Generacji** tworzymy proste, ale zaawansowane technologicznie usługi i produkty. Stworzyliśmy kompleksową ofertę, ale nieprzeładowaną nadmierną liczbą produktów.

Nasze produkty są dostępne zarówno dla klientów, którzy korzystają z bankowości w sposób tradycyjny, jak i zaawansowanych technologicznie, korzystających z usług banku wyłącznie przez kanały elektroniczne.

wpływ społeczny



Młodzi

studenci, single, pary, rodziny

Pomagamy w sfinansowaniu własnego M, jednego z najważniejszych elementów przy wchodzeniu w dorosłe życie i tworzeniu rodziny. Wykorzystujemy przy tym programy rządowe związane z polityką mieszkaniową.

Oferujemy kredyty w programie **Mieszkanie dla Młodych** z dopłatą z Funduszu Dopłat na sfinansowanie wkładu własnego przy zakupie pierwszego domu lub mieszkania przez młodych ludzi. Dzięki dobrze skonstruowanej ofercie i sprawnemu procesowi udzielania kredytu korzysta z niej wiele rodzin i bank ma wysoki, 20-procentowy udział w rynku nowo udzielanych kredytów w programie MdM.

wpływ społeczny



Rodziny wielodzietne

Karta Dużej Rodziny to **Ogólnopolski Program Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej**, nad którym prace rozpoczęły się w 2014 r. i zostały zakończone podpisaniem w kwietniu 2015 roku umowy o przystąpieniu banku do programu. W ramach tego programu, rodziny posiadające przynajmniej trójkę dzieci, niezależnie od dochodów, mogą skorzystać ze zniżek i uprawnień oferowanych zarówno przez instytucje publiczne, jak i przedsiębiorców prywatnych. Dziś jej posiadanie uprawnia m.in. do zniżek w sklepach, tańszych biletów do muzeów, czy na przejazdy pociągami. Uczestnicy programu, czyli rodziny z przynajmniej trójką dzieci, będą mogły także skorzystać z przygotowanej przez bank specjalnej oferty zniżek.

Konto osobiste i karta kredytowa:

Bezpłatne prowadzenie konta osobistego przy wpływach co najmniej **1 000 zł** oraz karta kredytowa bez miesięcznych i rocznych opłat, pozwolą rodzinom wielodzietnym zaoszczędzić ponad **1 tys. zł** rocznie dzięki zwrotom za poniższe płatności.

Zwroty za rachunki domowe opłacane z Konta 11213:

- gaz,
- energia elektryczna,
- telewizja,
- internet i telefon.

Zwroty za zakupy opłacane Kartą kredytową 11213:

- w supermarketach,
- na stacjach paliw,
- w restauracjach,
- w fast foodach.

Z Kartą Dużej Rodziny po tańszy kredyt:

jako partner programu „**Karta Dużej Rodziny**” w ramach przygotowanej promocji proponujemy jej uczestnikom:

- limit kredytowy w koncie osobistym, udzielany całkowicie za darmo;
- atrakcyjną ofertę kredytu hipotecznego bez prowizji za udzielenie kredytu (bez względu na wysokość kredytu). Dodatkowo kredyt na wymarzone nowe lokum uczestnicy programu będą mogli zaciągnąć razem z osobą nieuczestniczącą w tym programie, tzn. niebędącą posiadaczem „**Karty Dużej Rodziny**”.

wpływ społeczny



Dojrzała

Konto Aktywni 50+

dedykowana oferta dla aktywnych osób po 50. roku życia – z promocją w ramach, której klienci mogą otrzymać nagrodę w postaci kijków nordic walking. Bank Zachodni WBK stawia na promocję aktywnego stylu życia wśród osób po 50. roku życia.

wpływ społeczny

Partnerstwo
z organizacjami
pozarządowymi**Karta Visa Silver – Akcja Pajacyk**

W ramach współpracy z **Polską Akcją Humanitarną**, 10 zł z każdej wydanej przez bank karty oraz część wpływów z każdej transakcji dokonanej przy jej użyciu, bank przekazuje na konto Fundacji. W 2014 roku Bank Zachodni WBK przekazał **257 616 zł**.

wpływ na środowisko

Efektywność
energetyczna
budynków

Wspieramy też klientów, którzy stawiają na **budownictwo ekologiczne**. Oferujemy kredyt z dotacją NFOŚiGW na częściową spłatę kapitału kredytu. Pozwala on na zmniejszenie kosztów budowy czy zakupu domu lub mieszkania przez dopłaty do kredytu pokrywające część kosztów związanych z wysokim standardem energetycznym. Dzięki tym inwestycjom możliwe jest zmniejszenie kosztów eksploatacji budynków przez ograniczenie zużycia energii do ogrzewania i wentylacji. Jednocześnie przyczyniają się one do ochrony środowiska.

wpływ na środowisko

Rozwój
energetyki
odnawialnejOczekiwania
interesariuszy

Czy bank wspiera firmy ekologiczne
(np. produkujące energię słoneczną)?

Finansujemy **4 projekty** z zakresu energetyki odnawialnej na łączną kwotę około **140 mln zł**.

wpływ na środowisko



Miasta

Projekt JESSICA – jesteśmy jednym z banków działających jako tzw. Fundusz Rozwoju Obszarów Miejskich w ramach inicjatywy **JESSICA**. Celem inicjatywy **JESSICA** jest wspieranie rewitalizacji obszarów miejskich w krajach Unii Europejskiej, zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i społecznym. Z pożyczek udzielanych w ramach tego programu wspierane są samorządy, spółki komunalne i przedsiębiorstwa.

Dystrybuowane środki mają służyć współfinansowaniu projektów miejskich, przyczyniając się do ich trwałego rozwoju, a w szczególności poprawy atrakcyjności dla mieszkańców i potencjalnych inwestorów. W 2013 roku podpisanych zostało 8 umów o pożyczkę **JESSICA** na rewitalizację obiektów w Szczecinie i Stargardzie Szczecińskim. W ten sposób cała pula środków, którymi zarządzał bank, została zakontraktowana, wypełniając tym samym zobowiązania wynikające z umowy operacyjnej z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym.

W ramach projektu **JESSICA** w 2014 roku Bank Zachodni WBK wypłacił **53,7 mln zł** w formie pożyczki, co oznaczało:

- **66%** wartości wszystkich zakontraktowanych środków,
- **2 projekty** współfinansowane przez bank wykorzystały w całości przyznaną pożyczkę,
- **76%** średni poziom wykorzystania pożyczki **JESSICA** w realizowanych projektach.

wpływ ekonomiczny



Rozwój przedsiębiorczości, wsparcie start-upów

525 tys. zł kredytów w makroregionie zachodniopomorskim

Inkubator Przedsiębiorcy – pilotażowy program realizowany w makroregionie zachodniopomorskim od 1 kwietnia do 31 grudnia 2014 roku. Program był zorganizowany we współpracy z **Funduszem Mikropożyczkowym KLON**, prowadzonym przez Polską Fundację Przedsiębiorczości w Szczecinie. Zainteresowani klienci, pozyskiwani przez oddziały, otrzymywali rachunek bieżący, wsparcie merytoryczne i szkoleniowe pracowników Fundacji oraz pożyczkę na rozpoczęcie działalności w wysokości do **50 tys. zł**.

Pożyczki, na łączną kwotę **525 tys. zł**, otrzymało **54,83%** zakwalifikowanych do pilotażu firm. **70,96%** przedsiębiorstw skorzystało z doradztwa i szkoleń.

Aktualnie prowadzimy podobne programy w kolejnych regionach, w województwach pomorskim oraz lubuskim (makroregion pomorsko-kujawski oraz wielkopolsko-lubuski).

wpływ ekonomiczny


**Edukacja
w obszarze
funduszy UE**

Organizujemy konferencje, spotkania i warsztaty, podczas których wspieramy firmy przekazując informacje o:

- zasadach uzyskiwania dotacji w ramach programów UE,
- możliwościach dla firm wynikających z funduszy UE,
- zasadach skutecznego ubiegania się o dotacje unijne,
- wskazywanie potencjału współpracy biznesu z nauką.

Dotychczas odbyły się 3 spotkania dla 70 klientów.

wpływ ekonomiczny


**Konsultacje społeczne
programów
pomocowych**

W ramach partycypacji w szeregu grup roboczych przy ZBP, opiniujemy projekty programów pomocowych (w tym programów UE) wdrażanych w Polsce.

Opiniując projekty ustaw, rozporządzeń i samych programów, kierujemy się głównie interesem firm i innych beneficjentów, dla których dedykowane są programy.

wpływ ekonomiczny


**Produkty oparte
o programy pomocowe
i poręczenia**

Gwarancje *de minimis*, kredyt termomodernizacyjny, kredyt z dopłatami do odsetek ze środków Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.

W jaki sposób staramy się odpowiedzieć na potrzeby nowoczesnych klientów przez doskonalenie bankowości mobilnej i internetowej?

Bank Zachodni WBK stawia na mobilność, jako najwygodniejszy sposób kontaktu z bankiem na co dzień.

Mamy ponad

483 tys.

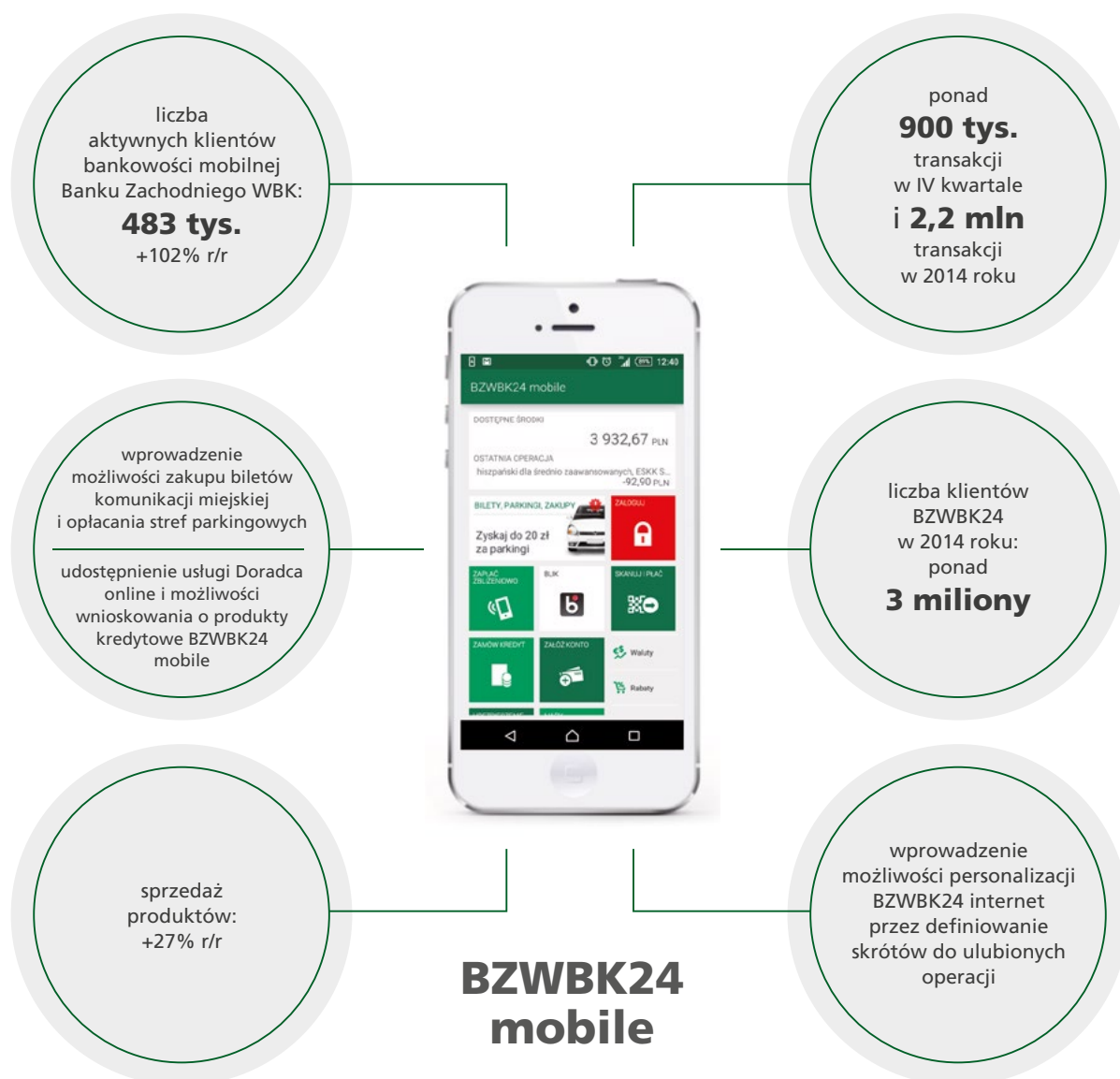
aktywnych użytkowników BZWBK24 mobile na koniec 2014 roku.

W czerwcu 2015 liczba użytkowników sięgnęła

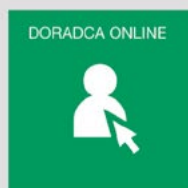
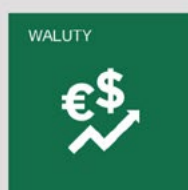
594 tys.

Klienci chcą mieć pełny dostęp do banku z dowolnego miejsca i w każdym momencie. Technologia to umożliwia, a my chcemy to w pełni wykorzystywać.

Najlepszym narzędziem staje się telefon komórkowy, dlatego oferujemy funkcjonalny i przyjazny bank w komórce, czyli BZWBK24 mobile.



Witaj w BZWBK24 mobile



Czy wiesz, że

w nowej aplikacji BZWBK24 mobile na tablety sprawdzisz stan konta, zrealizujesz przelew oraz złożysz wniosek o kredyt gotówkowy. Zaloguj się i sprawdź wszystkie możliwości BZWBK24 mobile.



Rabaty



Co nowego



O aplikacji



Demo



Kontakt

Naszą ambicją jest oferowanie najlepszej aplikacji bankowej na rynku i jesteśmy przekonani, że nam się to udaje. Oprócz standardowych funkcji płatniczych BZWBK24 mobile oferuje także usługi, które wyróżniają ją na tle konkurencji. Aplikacja umożliwia kupowanie biletów komunikacji miejskiej i opłacanie stref parkingowych oraz wypłatę pieniędzy z bankomatu bez karty i płacenie telefonem w sklepie lub w internecie za pomocą systemu płatności mobilnych BLIK.

W aplikacji mobilnej można także zrealizować przelew podając numer telefonu jego odbiorcy zamiast numeru rachunku. Dostępna jest również funkcja „**Skanuj i płać**”, dzięki której w prosty sposób można opłacić fakturę – wystarczy zeskanować kod QR znajdujący się na fakturze w wersji papierowej lub elektronicznej, a formularz przelewu wypełni się automatycznie.



Dzięki aplikacji użytkownicy uzyskują pomoc w wybranych dziedzinach i informacje na temat oferty banku. Od czerwca 2015 w ten sposób można także połączyć się z doradcą posługującym się polskim językiem migowym.

Od początku 2014 roku użytkownicy aplikacji BZWBK24 mobile mogą wygodnie dotować cele charytatywne. Możliwość taką oferuje usługa Zakupy mobilne, a w jej ramach opcja „**Pomóż innym**” realizowana we współpracy z Fundacją Siepomaga.

Słuchamy klientów, projektując nowe usługi

Bankowość mobilną i internetową tworzymy, rozwijamy i modyfikujemy, by lepiej odpowiadać na potrzeby klientów. Uwzględniamy ich uwagi jeszcze na etapie projektowania nowych usług oraz już po wdrożeniu. Zbudowaliśmy system zbierania wypowiedzi klientów z wywiadów, mediów społecznościowych i reklamacji.

Testujemy usługi na pilotażowej grupie przed pełnym wdrożeniem funkcjonalności. Wykorzystujemy uwagi i recenzje klientów, którzy chcą się angażować w rozwój bankowości elektronicznej, uzyskując wiele pożytecznych pomysłów i opinii. Jednocześnie budujemy długoterminowe relacje z klientami.

W trakcie testów poznajemy ich reakcje, oceny, propozycje zmian i usprawnień. W ten sposób minimalizujemy ryzyko wdrożenia usług niespełniających oczekiwań klientów.

Przykładem takiego działania był konkurs na recenzję zakładki Pulpit w BZWBK24 internet, który przyniósł ponad 30 bardzo wnikliwych ocen, które zawierały wiele propozycji usprawnień oraz wskazywały na błędy wymagające eliminacji. Dzięki temu jeszcze przed wdrożeniem zakładki dla wszystkich klientów wprowadziliśmy kilkanaście istotnych zmian wpływających na komfort pracy użytkownika.

Słuchamy klientów i rozmawiamy z nimi przez media społecznościowe

Istotnym źródłem informacji zwrotnej od naszych klientów są serwisy społecznościowe. Dlatego chętnie komunikujemy się przez:



www.facebook.com/bzwbk



www.instagram.com/bzwbk



www.twitter.com/BankZachodniWBK



www.linkedin.com/company/bank-zachodni-wbk-s.a.



www.youtube.com/user/BankZachodniWBK



www.blog.bzwbk.pl



www.bankpomyslow.bzwbk.pl

Luty 2014

Usługa umożliwiająca zakup biletów komunikacji miejskiej i wygodne ich opłacanie bezpośrednio z rachunku.

Uproszczone płatności do 50 zł realizowane w ramach usługi Zakupy mobilne nie wymagają potwierdzenia przez podanie NIK i kodu PIN.

Czerwiec 2014

Nowy sposób logowania – wprowadzenie uproszczonego hasła PIN mobile.

Opłacanie stref parkingowych w usłudze Zakupy mobilne.

Sierpień 2014

Rozszerzenie listy miast, których oferta biletów jest dostępna w aplikacji **BZWBK24 mobile**.

Od tej pory możliwość zakupu biletów komunikacji miejskiej obejmuje ponad 120 miast Polski.

Listopad 2014

Wnioskowanie o produkty kredytowe – użytkownicy **BZWBK24 mobile** mogą złożyć wniosek o kredyt gotówkowy, limit w koncie osobistym i zwiększenie limitu w koncie bezpośrednio w aplikacji.

Grudzień 2014

Aplikacja BZWBK24 mobile w wersji na tablety. Doradca online – nowa usługa, przez którą można kontaktować się z doradcą banku i uzyskać pomoc w rozwiązaniu wybranych problemów.

Do wyboru są trzy sposoby połączenia: czat, audio oraz wideo. Połączenie z doradcą online jest możliwe z **BZWBK24 mobile** na smartfonie i tablecie oraz z **BZWBK24 internet**.

Luty 2015

BLIK – dostęp do płatności mobilnych w ramach Polskiego Standardu Płatności (PSP). Możliwość wypłaty gotówki z bankomatu bez karty i płatności telefonem w sklepach i w internecie.

Szybki podgląd – usługa pozwalająca na szybkie sprawdzanie wysokości dostępnych środków i ostatniej transakcji przed zalogowaniem się do aplikacji **BZWBK24 mobile**.

Kwiecień 2015

Przelew walutowy pomiędzy własnymi rachunkami.

Dalsze uproszczenia usługi Zakupy mobilne – w nowej wersji aplikacji można jeszcze szybciej i wygodniej kupować bilety komunikacji miejskiej oraz opłacać strefy parkingowe.

Możliwość złożenia wniosku o konto osobiste bezpośrednio w aplikacji **BZWBK24 mobile**.

Czerwiec 2014

Uproszczone wnioskowanie o produkty kredytowe – decyzja kredytowa nawet w 60 sekund. Możliwość zarządzania limitami transakcji gotówkowych, bezgotówkowych oraz transakcji internetowych (tj. transakcji na odległość) dla kart debetowych i kart kredytowych.

Nowa wyszukiwarka w historii rachunków (wyszukiwanie transakcji po nazwie i adresie odbiorcy, tytule i numerze rachunku).

Wrzesień 2014

Nowa szata graficzna **BZWBK24 internet** – większa czytelność, ułatwiona nawigacja, lżejsza kolorystyka i króć czcionek

Grudzień 2014

Pulpit – nowa strona w menu głównym **BZWBK24 internet** umożliwia szybki i łatwy dostęp do podstawowych informacji dotyczących wybranego rachunku.

Ulubione – możliwość definiowania skrótów do ulubionych operacji i miejsc w serwisie.

Udostępnienie usługi Doradca online w **BZWBK24 internet**.

Komunikujemy najważniejsze zmiany i wsłuchujemy się w uwagi naszych klientów, także te krytyczne, które są dla nas cennym źródłem informacji i pozwalają szybko reagować, gdy jest to uzasadnione.

Mamy się czym pochwalić. Otrzymaliśmy nagrodę za najlepszą komunikację w Social Media – **Złoty Bankier 2014**.

Wyrazem uznania związanego z naszą ofertą są otrzymane przez nas nagrody i wyróżnienia.

Nagrody i wyróżnienia przyznane w 2014 roku

Mobile Trends Awards 2014	INNOWACJA 2013	Innowator Wprost 2014	Bankowość mobilna w firmach 2014
1. miejsce w kategorii bankowość mobilna oraz nagroda publiczności.	Usługa Zakupy mobilne dostępna w aplikacji BZWBK24 mobile otrzymała tytuł „ INNOWACJA 2013 ”. Tytuł został przyznany przez przedstawicieli Forum Biznesu oraz Wydziału Nauk Technicznych Polskiej Akademii Nauk.	Tytuł Innowatora w kategorii finanse dla Banku Zachodniego WBK za bankowość mobilną. http://innowacje.wprost.pl/edycja-2014/	3. miejsce dla aplikacji BZWBK24 mobile przyznane przez jury portalu internetowego Money.pl, m.in. za możliwość wybierania gotówki z bankomatu, wykonywania przelewów na telefon komórkowy oraz prosty sposób opłacania faktur przez skanowanie QR kodów.

Nagrody i wyróżnienia przyznane w 2015 roku

Tytuł „Najlepsza bankowość mobilna” w rankingu Money.pl	Lider Informatyki Instytucji Finansowych 2014 – wyróżnienie	Ranking European Mobile Banking Functionality Benchmark
1. miejsce dla aplikacji BZWBK24 mobile przyznane przez jury portalu internetowego Money.pl. Aplikacja BZWBK24 mobile zdobyła 26,6 na 30 pkt i uzyskała tytuł „ Najlepsza bankowość mobilna ”, wyprzedzając 19 innych ocenianych aplikacji.	Bank Zachodni WBK otrzymał wyróżnienie w kategorii bankowość elektroniczna i e-finance w konkursie Lider Informatyki Instytucji Finansowych 2014 organizowanym przez „Gazetę Bankową”.	W czerwcu 2015 roku firma badawczo-doradcza ForresterResearch uznała bankowość mobilną Banku Zachodniego WBK za najlepiej ocenianą wśród polskich banków i drugą wśród wszystkich europejskich banków.

W jaki sposób wpływamy na rozwój rynku?

Wpływ Banku Zachodniego WBK na rozwój rynku związany jest ze wspieraniem zarówno małych i średnich przedsiębiorstw, jak i dużych klientów korporacyjnych.

ROZWÓJ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

Niekomercyjna rola banku jako doradcy MŚP

Współuczestniczymy we wzmacnianiu polskiego kapitału, wspierając rozwój małych i średnich przedsiębiorców. Wprowadziliśmy nowe pakiety rachunków bieżących dla MŚP, m.in. Agro dla rolników i właścicieli dużych gospodarstw. Według danych Banku Gospodarstwa Krajowego uplasowaliśmy się na 2. miejscu w kraju pod względem sprzedaży gwarancji *de minimis*.

Nasz aktualny udział w rynku w tym segmencie wynosi ponad **20%** pod względem liczby oraz ponad **15%** pod względem wartości udzielonych gwarancji.

Elastyczne podejście do małych i średnich przedsiębiorstw

Klienci MŚP są podzieleni na dwa segmenty:

- **firmy „10–40”** (o obrotach od 10 mln zł do 40 mln zł), które są pod opieką zespołów makroregionalnych,
- **firmy o obrotach do 10 mln zł** obsługiwane przez doradców w oddziałach:
 - firmy Standard
 - firmy Plus*.

* Zastępują one wcześniej funkcjonujące segmenty Classic i Premium. W takim układzie organizacyjnym firmom Plus możemy zaoferować na przykład bardziej indywidualne podejście do opłat i prowizji.



Oczekiwania
interesariuszy

Przedstawienie, w jaki sposób bank obudowuje swoje produkty dla MŚP o elementy niezwiązane bezpośrednio z bankowością.

W ofercie dla małych i średnich przedsiębiorstw posiadamy:

G4-4

- **Biznes Pakiet MOBI** dla osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą,
- **Biznes Pakiet MINI** dla firm o niskich potrzebach transakcyjnych,
- **Biznes Pakiet OPTI** dla firm o średnich potrzebach transakcyjnych (z rachunkiem walutowym w pakiecie),
- **Biznes Pakiet MAXI** dla firm o wysokich potrzebach transakcyjnych (z rachunkami dodatkowymi w walucie polskiej i rachunkiem walutowym w pakiecie),
- **Biznes Pakiet z Terminalem** dla firm przyjmujących płatności kartowe,
- **Agro Pakiet** – dla rolników,
- **Biznes Pakiet dla Wolnych Zawodów** dla osób wykonujących wolny zawód,
- **Biznes Pakiet dla NGO** dla organizacji pozarządowych,
- **mPOS** dla małych firm, które chcą przyjmować płatności kartą.

Akademia Przedsiębiorcy

To ogólnopolski program warsztatów organizowanych przez nas w celu wsparcia polskiego biznesu. Dajemy możliwość pogłębiania wiedzy, wymiany doświadczeń i najlepszych praktyk wśród przedsiębiorców.

W 2014 roku została przeprowadzona 6. edycja Akademii Przedsiębiorcy – pokazaliśmy, jak przełamać bariery w biznesie:

- 5 tys. uczestników,
- 50 konferencji,
- 10 250 minut warsztatów.

W ramach Akademii wykładów wysłuchało około **5 tys.** uczestników. W 2014 roku prelegentami byli dowódcy wojskowi: **gen. Roman Polko i major US Army Rocco Spencer**. Prowadzone przez specjalistów sesje networkingowe sprzyjają przełamywaniu barier i nawiązywaniu nowych relacji, które w przyszłości mogą stać się początkiem wspólnych przedsięwzięć.

Stworzyliśmy specjalny profil na **LinkedIn** – Akademia Przedsiębiorcy, którego celem jest komunikacja z przedsiębiorcami, edukacja i wymiana wiedzy.

Dołącz do grupy „Akademia Przedsiębiorcy” na LinkedInie

i wygraj iPhone'a 5s lub jedną z 10 książek gen. Polko!



STAJEMY SIĘ NAJLEPSZYM BANKIEM DLA DUŻEGO BIZNESU

Pion Bankowości Biznesowej i Korporacyjnej Banku Zachodniego WBK

to 12 centrów korporacyjnych, Departament Dużych Przedsiębiorstw oraz Departament Finansowania Nieruchomości. Łącznie tworzymy zespół ponad **200 bankierów**, wspieranych przez partnerów kredytowych i specjalistów produktowych.

Wiemy, że dla firm niezwykle ważne jest zaufanie do banku, z którym współpracują. Dlatego **Pion Bankowości Biznesowej i Korporacyjnej** Banku Zachodniego WBK oferuje rozwiązania i produkty wysokiej jakości, dostosowane do indywidualnych potrzeb klientów biznesowych, a przez to umożliwiając rozwój każdego przedsiębiorstwa.

Współpracując z klientami korporacyjnymi dążymy do prostoty, zależy nam aby codzienna bankowość była wygodna i przejrzysta. Stawiamy na innowację, którą realizujemy poprzez uproszczenie wszystkich procesów, czego przykładem są m.in. **eWnioski**, akceptacja dokumentów w formie skanów, czy dostęp telefoniczny i elektroniczny do **Centrum Obsługi Klientów**.

Innowacyjny charakter naszej działalności wynika również z unikalnej formuły działania Banku Zachodniego WBK. Z jednej strony działamy lokalnie, co pozwala naszym specjalistom bankowości korporacyjnej mieć bliski kontakt z klientami i wnikliwie obserwować ich rozwój. Z drugiej strony, będąc częścią **Grupy Santander**, zapewniamy dostęp do „skrojonych na miarę” produktów o globalnym zasięgu.

W ramach projektu **Bank Nowej Generacji** w 2014 roku wprowadziliśmy wiele usprawnień poprawiających obsługę klientów biznesowych:

- **eWniosek** – formularz umieszczony w bankowości elektronicznej, dzięki któremu klient może zlecić bankowi różne czynności, m.in. otwarcie rachunku, wniosek o wydanie opinii bankowej, zmianę uprawnień w **iB24** – możliwość autoryzacji zlecenia bez konieczności składania dodatkowych papierowych wniosków,
- **identyfikację za pomocą NIK/PIN** lub w komunikacji z infolinią,

- **możliwość podpisywania wskazanych dokumentów** bez obecności pracownika banku (potwierdzenie podpisów następuje na podstawie KRS i karty wzorów podpisów),
- **centralizację obsługi gotówkowej,**
- **bieżące wsparcie klientów.**

W procesach **Trade Finance**:

- powołaliśmy jednostkę **Middle Office**, która świadczy usługi wsparcia merytorycznego, na każdym etapie realizacji transakcji; dodatkowo dzięki modułowi **Trade Finance** w **iB24** klienci mają możliwość korzystania z elektronicznej obsługi akredytyw i gwarancji,
- wdrożyliśmy rozwiązanie dla nowych klientów, w ramach którego poza otwarciem rachunku i przygotowaniem dokumentacji doradca operacyjny przedstawia się firmie i oferuje pełny zakres wsparcia operacyjnego.

Oferta produktowa rozwija się zgodnie z oczekiwaniami klientów, szczególnie w obszarze:

bankowości elektronicznej **iB24**:

- poprawiliśmy dostępność i szybkość systemu, funkcjonalności związane z raportowaniem, wyciągami;

kredytów i trade finance:

- wprowadziliśmy **multi-linię** – umowę umożliwiającą w ramach jednego limitu płynne wykorzystanie środków na finansowanie, gwarancje, realizację akredytyw, w różnych walutach, również w ramach grupy kapitałowej;

obsługi bieżącej:

- wprowadziliśmy rachunek płacowy do wydzielienia i obsługi wszystkich plac firmy.

Jednym z elementów strategii **Pionu Bankowości Biznesowej i Korporacyjnej** jest silne wzmocnienie pozycji banku w obsłudze handlu zagranicznego. Stawiamy sobie ambitny cel – chcemy być w najlepszym bankiem dla firm korporacyjnych, które zajmują się eksportem i importem. Chcemy pokazywać szanse i możliwości ekspansji rodzimych firm na zagraniczne rynki. Wykorzystując możliwości, jakie daje nam przynależność do Grupy Santander, zaferowaliśmy naszym klientom udział m.in. w:

- wirtualnej misji handlowej do Hiszpanii, skierowanej do 160 firm producentów warzyw i owoców z Hiszpanii oraz importerów i dystrybutorów tych produktów z Polski,
- śniadaniu biznesowym przedstawiającym nowe możliwości handlowe i inwestycyjne w Angoli,
- organizowanej przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych oraz Ambasadę RP w Santiago, polskiej misji biznesowej do Chile, mającej na celu poszukiwanie partnerów handlowych dla polskich firm,
- spotkaniu dla klientów „**Maroko – drzwi do Afryki Północnej**” prezentującej najciekawsze i najbardziej perspektywiczne możliwości handlowe w Maroku oraz w Afryce Północnej,
- wirtualnej misji handlowej do Meksyku dedykowanej polskim producentom części samochodowych zainteresowanych sprzedażą produktów na rynku meksykańskim.



Program Rozwoju Eksportu – pomagamy poznawać i oswajać nowe rynki

Eksport staje się motorem gospodarki. Daje szanse rozwoju firmom, dla których rynek krajowy jest już zbyt mały. Jednak wiele przedsiębiorstw chcących rozwijać zagraniczną ekspansję potrzebuje wsparcia.

My chcemy takie wsparcie dostarczyć i taką inicjatywą jest rozpoczęty w 2015 roku Program Rozwoju Eksportu realizowany przez Pion Bankowości Biznesowej i Korporacyjnej Banku Zachodniego WBK wraz z grupą partnerów: **Korporacją Ubezpieczeń Kredytowych KUKE, Google, PwC oraz Bisnode**. Przedsięwzięcie zostało objęte patronatem **ministerstw: Gospodarki oraz Spraw Zagranicznych**.



Pomagamy naszym klientom szukać kontrahentów i partnerów na innych rynkach, także tych nieznanymi i egzotycznymi. Celem programu jest dostarczanie wiedzy i narzędzi mających pomóc firmom w wyborze kierunków eksportu, rozpoznaniu konkretnych rynków, ich specyfiki i wymagań, zidentyfikowaniu zagrożeń, a następnie realizacji celów biznesowych.

SantanderTrade

SantanderTrade.com to unikalny na skalę kraju portal internetowy skierowany do klientów banku Banku Zachodniego WBK oraz Grupy Santander, poszukujących swojej szansy na rynkach zagranicznych. Narzędzie jest doskonałym przykładem innowacyjnego myślenia Banku Zachodniego WBK i całej Grupy Santander. Żadna inna instytucja finansowa w Polsce nie wspiera w taki sposób międzynarodowej ekspansji swoich klientów.

- **SantanderTrade.com** oferuje dane i informacje o wymianie handlowej z **185 krajami**, ponad **25 tys. raportów** na temat interesujących branż wymiany międzynarodowej oraz dostęp do bazy importerów / eksporterów, która ułatwia znalezienie zagranicznego partnera. Na stronie można znaleźć również informacje o regulacjach i zasadach wymiany międzynarodowej w danym kraju, ze szczególnym uwzględnieniem warunków specyficznych dla wybranego rynku lub branży.
- **SantanderTrade.com** daje również dostęp do ponad miliona ofert i przetargów na całym świecie oraz informacji o ponad **40 tys.** targach i wystawach w różnych krajach. Co ważne, wszystkie dane są zorganizowane w przejrzystej i łatwej do nawigacji formie. **SantanderTrade.com** to także możliwości, jakie otwiera przynależność do **Klubu Santander Trade**, poprzez który polscy importerzy i eksporterzy mogą nawiązywać relacje handlowe oraz pozostawać w kontakcie z innymi klientami Grupy Santander na całym świecie, promocja wiedzy (**webinaria**) na temat handlu międzynarodowego, wirtualne misje handlowe czy też kursy on-line, certyfikowane przez rozpoznawalną na całym świecie **Międzynarodową Izbę Gospodarczą**, która reguluje handel globalny.

Zaawansowane platformy elektroniczne dla firm działających za granicą:

iBiznes24

Platforma Trade

e-FX

e-Factoring

Wartość dodana dzięki współpracy z Grupą Santander

DDzięki przynależności banku do Grupy Santander możemy zaoferować naszym klientom korporacyjnym dostęp do nowych rynków oraz pomoc w ekspansji międzynarodowej we wszystkich krajach, w których działa Grupa.

W 2014 r. **Pion Global Banking & Markets Banku Zachodniego WBK** uczestniczył w jednej z większych na polskim rynku transakcji finansowania konsorcyjnego, występując w roli globalnego koordynatora, organizatora i prowadzącego księgę popytu dla dużej grupy z sektora wydobywczego. Wziął też udział w przedłużeniu o kolejnych 5 lat programu emisji krajowych obligacji jednej z grup z branży energetycznej i paliwowej w Polsce, pełnił funkcję współprowadzącego księgę popytu w emisji euroobligacji spółki z sektora chemicznego oraz zamknął kilka znaczących transakcji zabezpieczających ryzyko walutowe i stopy procentowej z kluczowymi klientami.

Zielone budownictwo

W 2014 roku

ok. 850 mln zł, tj. 55% środków wypłacanych na finansowanie nieruchomości komercyjnych miało przyznane certyfikaty.

Były to zarówno nieruchomości biurowe, jak i centra handlowe.

Wraz ze wzrostem znaczenia certyfikacji nieruchomości, tzw. zielone certyfikaty odgrywają coraz większą rolę w ocenie przez bank jakości projektów do finansowania. **BREEAM** i **LEED** są najpopularniejszymi zielonymi certyfikatami na polskim rynku. Bank jest nastawiony na finansowanie nieruchomości nowoczesnych, wysokiej jakości oraz przyjaznych środowisku.

Aby budynek mógł otrzymać certyfikat, musi spełnić rygorystyczne wymagania dotyczące efektywności energetycznej i komfortu użytkowania, wykraczające poza obowiązujące standardy. Programy certyfikacji obejmują także optymalizację jakości środowiska wewnętrznego, wykorzystanie nowoczesnych i efektywnych rozwiązań instalacyjnych, zaawansowaną gospodarkę materiałową, promującą wykorzystanie materiałów regionalnych oraz pochodzących z recyklingu.

Systemy **BREEAM** i **LEED** stanowią nie tylko niezależne potwierdzenie jakości zarządzania i efektywności operacyjnej obiektu, ale pozwalają także wypełnić zobowiązania środowiskowe zapisane w strategiach **Spółecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR)**. Jest to istotne dla banku promującego postawy proekologiczne. Jednocześnie bank preferuje współpracę z klientami, którzy stosują przyjazne środowisku procedury i są odpowiedzialni społecznie na wysokim poziomie.



NAJWAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA 2014 ROKU I PLANY NA 2015



Chcemy, żeby oferta naszego banku była jak najbardziej dopasowana do potrzeb i oczekiwań klientów. Zależy nam, aby była dostosowana do ich cyklu życia. W naszej ofercie każdy znajdzie produkt dla siebie – zarówno młodzi, rodziny, jak i osoby w wieku 50+.

W trosce o naszych klientów dbamy, aby każdy klient znalazł odpowiednie dla siebie kanały komunikacji z bankiem: dla tradycjonalistów zapewniamy obsługę w oddziałach, dla klientów ceniących nowoczesne formy kontaktu rozwijamy kanały zdalne – w tym bankowość mobilną. Zapewniając wielokanałowość chcemy być blisko klienta, aby móc odpowiadać na jego pytania, realizować operacje i zamówienia produktów oraz usług w szybki, sprawny i bezpieczny sposób.

Wspieramy naszych klientów w realizacji ich planów. Klientom młodym, którzy myślą o zakupie pierwszego mieszkania, oferujemy kredyt „**Mieszkanie dla Młodych**” z dofinansowaniem do wkładu własnego z Funduszu Dopłat. Dążąc do zapewnienia klientom poczucia bezpieczeństwa, przygotowaliśmy rozwiązanie gwarantujące możliwość korzystania z obecnych, rekordowo niskich, stóp procentowych w dłuższym okresie – oferujemy atrakcyjne stałe oprocentowanie dla kredytów i pożyczek hipotecznych w złotówkach na okres 5 lat.

Odpowiedzialność biznesu to dla nas kluczowa wartość, dlatego w czerwcu br. podpisaliśmy umowę z Bankowym Funduszem Gwarancyjnym. Bank Zachodni WBK jest jednym z banków, który może wypłacać środki gwarantowane przez ten fundusz deponentom banków i instytucji finansowych w przypadku zawieszenia ich działalności.

Podpisanie umowy z Ministerstwem Pracy i Polityki Społecznej i wdrożenie atrakcyjnej oferty dla rodzin wielodzietnych, posiadających „**Kartę Dużej Rodziny**”, daje nam okazję do aktywnego wspierania działań CSR adresowanych do rodzin. Podejmujemy także inne akcje, np. edukacyjne skierowane do dzieci i młodzieży.

Mirosław Skiba

Członek Zarządu odpowiedzialny za Pion Bankowości Detalicznej



Bank Zachodni WBK, przywiązując dużą wagę do zarządzania relacjami, stawia klienta w centrum uwagi. Podejście to sprawia, że kontakty z klientami prowadzimy w duchu partnerskiej współpracy. Stale poszerzamy naszą ofertę o atrakcyjne dla klientów produkty oparte o programy pomocowe i dostępne środki unijne. Aktywnie też konsultujemy wszelkie regulacje dotyczące poszczególnych instrumentów pomocowych i organizujemy konferencje dla klientów, których celem jest przekazywanie informacji klientom o możliwościach i sposobach pozyskiwania środków na rozwój ich firm.

Kładziemy duży nacisk na wykorzystanie najnowszych technologii do obsługi klientów korporacyjnych. Sukcesywnie eliminujemy dokumenty papierowe w relacjach z naszymi klientami, równocześnie przyspieszając procesy obsługowe poprzez dostęp online.

Stopniowo przenosimy na platformy cyfrowe kolejne procesy posprzedażowe, ułatwiając klientom bieżące relacje z naszym bankiem. Jedną z kluczowych inicjatyw Pionu Bankowości Biznesowej i Korporacyjnej jest **Program Rozwoju Eksportu (PRE)**, który kierujemy do firm zainteresowanych ekspansją międzynarodową. Uczestnicy Programu otrzymują niezbędne wsparcie merytoryczne, a przede wszystkim konkretne rozwiązania, które pomogą im się przygotować i ułatwią rozwój na rynkach zagranicznych. Program powstał we współpracy z wieloma partnerami zewnętrznymi oraz zyskał silne wsparcie Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz Ministerstwa Gospodarki. Zainicjowany na początku 2015 roku PRE spotkał się z bardzo dobrym odbiorem ze strony klientów. Informacje o Programie dotarły do około 2,5 tysiąca firm. W pierwszym cyklu konferencji PRE w wybranych polskich miastach uczestniczyło około 700 przedsiębiorców. Kolejne cykle zostały zaplanowane na jesień 2015 roku oraz 2016 i 2017 rok.

W 2015 roku rozpoczęliśmy również projekt „**Kariera Bankiera**”, czyli serię spotkań z ekspertami banku na wybranych uczelniach w Polsce. Prelekcje i warsztaty to dla studentów okazja do zdobycia cennej wiedzy praktycznej. Najlepsi ich uczestnicy mają szansę na zdobycie trzymiesięcznego stażu w banku.

Michael McCarthy

Członek Zarządu odpowiedzialny za Pion Bankowości Biznesowej i Korporacyjnej



NAJWAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA 2014 ROKU I PLANY NA 2015



Pion Global Banking & Markets (GBM) koncentruje się na kompleksowych usługach finansowych przeznaczonych dla największych klientów biznesowych. Naszym klientom oferujemy szeroki wachlarz produktów finansowych i inwestycyjnych w kraju, a także wspieramy ich w transakcjach zagranicznych, przy których ściśle współpracujemy z Grupą Santander.

Nieustannie rozwijamy ofertę produktów oszczędnościowych i inwestycyjnych, zarówno dla klientów detalicznych, jak i dla korporacji. Proponujemy specjalistyczne rozwiązania i innowacyjne odpowiedzi na potrzeby naszych klientów. Dotyczy to m.in. rozwiązań technologicznych – od 2015 roku klienci korporacyjni Grupy Santander mogą korzystać np. z Santander Global Platform, dzięki której posiadający rachunki bankowe

w wielu krajach mogą za pośrednictwem jednego systemu uzyskać dostęp do swoich kont, wykonywać z nich płatności czy sprawdzać wyciągi. Oferujemy również innowacyjne – jak na rynek polski – czeki elektroniczne. Integracja Domu Maklerskiego z bankiem (1 stycznia 2015 r.) umożliwiła pełną integrację usług maklerskich i bankowych. Pion GBM prowadzi również działalność edukacyjną. Nasz Dom Maklerski regularnie bierze udział w Programie Akcjonariatu Obywatelskiego „**Inwestuj świadomie**”, który zainicjowało Ministerstwo Skarbu Państwa. Uczestniczymy w konkursie Futures Masters oraz prowadzimy szkolenia dla inwestorów organizowane przez GPW.

W ramach programu JESSICA (2011 – 2015) Fundusz Rozwoju Obszarów Miejskich Banku Zachodniego WBK oferował inwestorom, planującym realizację miejskich projektów rewitalizacyjnych, preferencyjne wsparcie finansowe w postaci wieloletnich pożyczek inwestycyjnych. Ta unijna inicjatywa w pełni wpisuje się w misję Grupy Santander – dbanie o dobro i zrównoważony rozwój lokalnych społeczności. Celem inicjatywy JESSICA jest wspieranie rewitalizacji obszarów miejskich w krajach Unii Europejskiej, zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i społecznym. Dystrybuowane środki mają służyć współfinansowaniu projektów przyczyniających się do trwałego rozwoju obszarów miejskich, w szczególności poprawy ich atrakcyjności dla mieszkańców i potencjalnych inwestorów.

Juan de Porras

Członek Zarządu odpowiedzialny za Pion Global Banking & Markets



Sukces polskiej gospodarki zawdzięczamy przede wszystkim przedsiębiorcom z sektora małych i średnich firm. Stanowią oni koło zamachowe dobrej koniunktury oraz stałego wzrostu gospodarczego pomimo wielu zawirowań na rynkach europejskich. Dlatego dla banku szczególnie ważne jest tworzenie dedykowanych rozwiązań, instrumentów i mechanizmów finansowych dla MŚP oraz nawiązanie partnerskiej współpracy z tymi właśnie klientami.

W tym duchu od kilku lat prowadzimy ciesząc się dużą popularnością cykl spotkań pod nazwą **Akademia Przedsiębiorcy**, w ramach którego popularyzujemy wiedzę i kojarzymy biznesy. W czerwcu 2015 r. rozpoczęliśmy serię warsztatów dla klientów **Santander Advance**, mających na celu wielowymiarowe wsparcie rozwoju przedsiębiorstw. Program ten inspirował przedsiębiorców do omawiania i analizowania case'ów bezpośrednio związanych z ich bieżącą działalnością. W ramach inkubatorów przedsiębiorczości wspieramy powstawanie nowych firm.

Naszym klientom MŚP proponujemy uczestnictwo w autorskich projektach. Jednym z nich są „**Firmowe Ewolucje**”. W marcu rozpoczęliśmy poszukiwanie przedsiębiorstw chcących wziąć udział w programie telewizyjnym, w ramach którego przeprowadzimy diagnozę bieżącej sytuacji firmy. Na jej podstawie mentor branżowy i eksperci reprezentujący różne zakresy merytoryczne (marketing, finanse, zarządzanie zasobami ludzkimi, bankowość) opracują rekomendacje, które zostaną następnie wdrożone w życie. Od września program ten będzie emitowany w jednej z kluczowych stacji telewizyjnych. W ramach I edycji „**Firmowych Ewolucji**” pokażemy 10 odcinków, gdzie każdy będzie poświęcony firmie z innej branży. Liczymy, że program zainspiruje polskich przedsiębiorców do przeprowadzania własnych „**firmowych ewolucji**” we współpracy z naszym bankiem.

Drugim wyróżniającym się projektem są „**Internetowe Rewolucje**”, czyli cykl spotkań z przedsiębiorcami, którzy rozważają przeniesienie części lub całej swojej działalności ze świata realnego do wirtualnego. Podczas szkoleń otwartych, jak również dedykowanych dla konkretnych przedsiębiorców warsztatów, szczegółowo omawiane są takie zagadnienia jak: marketing internetowy – obecność i promocja firmy w internecie, sprzedaż online, rozwiązania mobilne, eksport z wykorzystaniem rozwiązań internetowych, usprawnianie procesów dzięki wykorzystaniu rozwiązań internetowych.

Partnerem merytorycznym tego projektu są **eksperti Google**. Od początku wakacji prowadzimy pilotażowe spotkania „**Internetowych Rewolucji**” na Śląsku, na których mamy 100% frekwencję. Od września chcemy objąć tym programem pozostałe części kraju.

Feliks Szyszkowiak

Członek Zarządu odpowiedzialny za Pion Małych i Średnich Przedsiębiorstw





Naszą misją jest

budowanie silnego, zmotywowanego zespołu, troska o rozwój i zaangażowanie pracowników oraz tworzenie przyjaznego miejsca pracy.

3.

Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne

W jaki sposób rzetelność
i odpowiedzialność wpisujemy
w podstawy zarządcze i kulturę
organizacyjną?

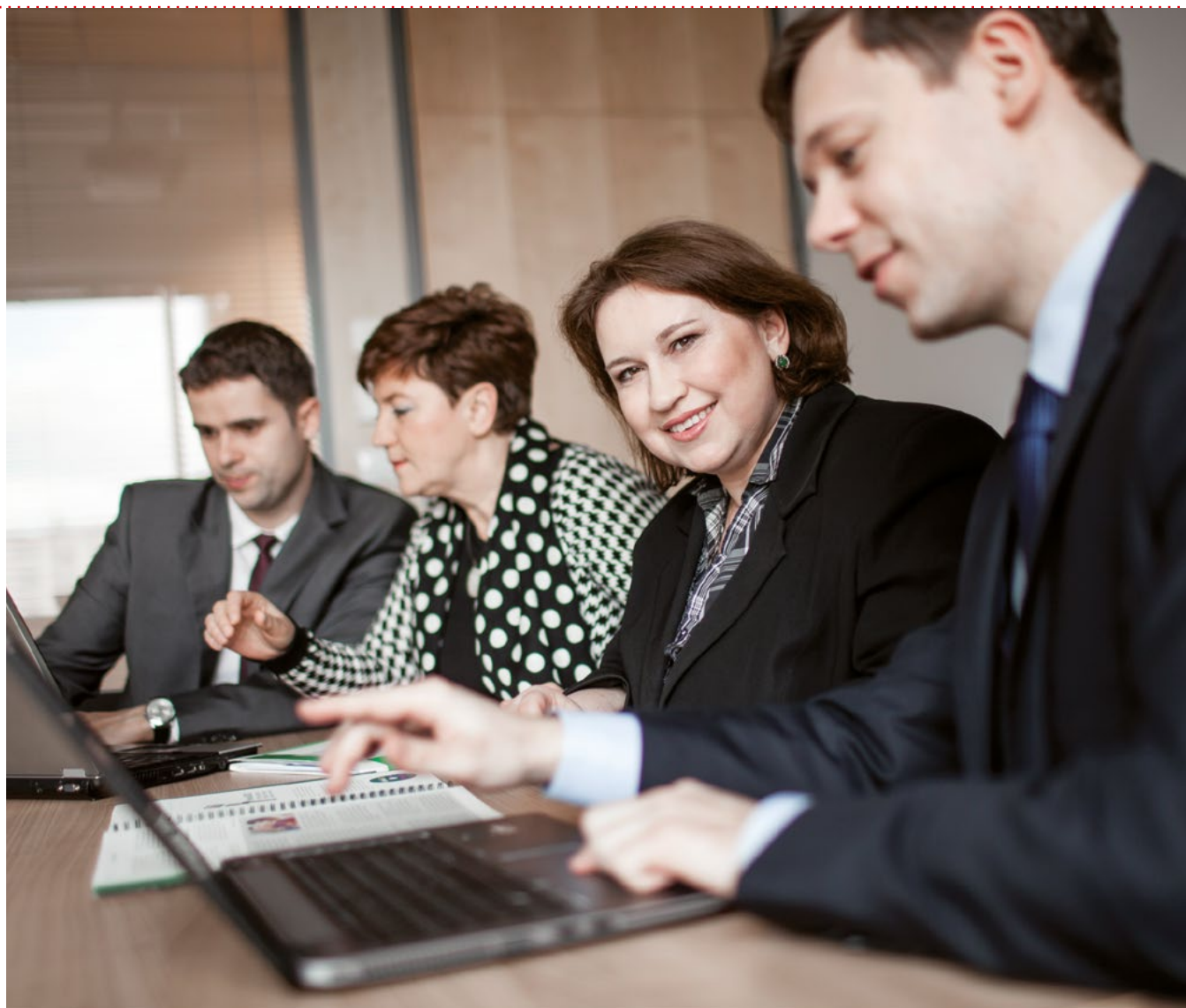
Jacy jesteśmy? Troska
o pracowników, nakierowanie
na dialog i kształtowanie postaw
pracowników, by lepiej odpowiadać
na potrzeby klientów.

Jak rozumiemy minimalizację
naszego wpływu na środowisko
naturalne?

Pracownicy i wpływ organizacji na środowisko naturalne

[DMA zatrudnienie]

Dzięki naszym pracownikom stworzyliśmy i ciągle doskonalimy kulturę organizacyjną nakierowaną na wzmocnienie **rzetelności i zachowań etycznych** wewnątrz organizacji oraz rozwinięcie **zindywidualizowanego podejścia** względem potrzeb klientów. Stąd w 2014 roku wdrożyliśmy Program antykorupcyjny, jak również projekt **Banku Nowej Generacji** wzmacniający prokliencki model zachowań.



Wiemy o tym, że podstawą funkcjonowania organizacji odpowiedzialnej społecznie, w ciągle zmieniającym się otoczeniu, jest dialog i wsłuchiwanie się w głos interesariuszy. Dlatego też w 2014 roku kontynuowaliśmy pracę nad narzędziami doskonalącymi proces dialogu z pracownikami.

Dzięki wymianie informacji jesteśmy w stanie określić, gdzie się znajdujemy jako organizacja i w jakim kierunku chcemy podążać. Widzimy też, jak daleką drogę przeszliśmy.

Dążymy do umożliwienia pracownikom coraz większego **zaangażowania**. Staramy się budować silny zespół, bazując na takich cechach jak: **innowacyjność, energia, przywództwo**.

Istotną wartością, której hołdujemy, jest **minimalizowanie wpływu na środowisko naturalne** i funkcjonowanie w sposób ekologiczny. Wprowadzamy te zasady w naszej sieci przez „Zielone Biura” i proekologiczne postawy naszych pracowników.

W jaki sposób rzetelność i odpowiedzialność wpisujemy w podstawy zarządcze i kulturę organizacyjną?

ETYKA, PRZEJRZYSTOŚĆ, NADZÓR

Jako instytucja zaufania publicznego stosujemy najwyższe standardy przestrzegania obowiązującego prawa, zaleceń regulatorów rynku, ale także regulacji wewnętrznych, kodeksów etycznych nakierowanych na uczciwość i przejrzystość procedur stosowanych w banku. Wymagamy tego od naszych pracowników, ale chcemy też, by wiedzieli, jak postępować w sytuacjach budzących ich wątpliwości.

Stawiamy na otwartą i szczerą komunikację z pracownikami: posiadamy polityki

„Mów otwarcie”

oraz

„Szacunek i godność w pracy”.



[G4-56]

GENERALNY KODEKS POSTĘPOWANIA

Standardy etyczne banku zostały spisane w Generalnym Kodeksie Postępowania, który reguluje podstawowe normy zachowań, jest zgodny z zasadami obowiązującymi w Grupie Santander i stanowi istotny element kultury organizacyjnej banku. Obejmuje on reguły dotyczące:

- polityki równych szans, braku dyskryminacji,
- szacunku dla innych,
- równowagi pomiędzy życiem zawodowym i osobistym,
- zapewnienia bezpieczeństwa w miejscu pracy,
- ochrony środowiska,
- stosowania praw zbiorowych.

[G4-56]

Generalne zasady określone w kodeksie są uzupełnione przez dodatkowe regulacje dotyczące konkretnych obszarów działania, takich jak m.in.:

- Kodeks Postępowania na Rynkach Papierów Wartościowych,
- Polityka zarządzania ryzykiem braku zgodności w Banku Zachodnim WBK,
- Polityka zarządzania konfliktami interesów,
- Polityka i wytyczne w zakresie barier informacyjnych,
- Polityka zarządzania ryzykiem reputacyjnym w zakresie komercjalizacji produktów,
- Polityka przyjmowania i przekazywania zachęt,
- Polityka przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy i finansowania terroryzmu,
- Polityka „Mów otwarcie”,
- Polityka „Szacunek i godność w pracy”,
- Polityka BHP.

[G4-57, G4-58]**[DMA mechanizm skarg pracowniczych, DMA przeciwdziałanie dyskryminacji]**

W Banku Zachodnim WBK każdy pracownik ma możliwość zgłaszania przypadków występowania lub podejrzenia zjawisk związanych z łamaniem zasad etycznych, jak również uzyskania porady dotyczącej zgłaszanych kwestii (polityka „**Mów otwarcie**”). Zapobiegamy zjawiskom dyskryminacji, mobbingu i molestowania seksualnego (polityka „**Szacunek i godność w pracy**”).

Każdy pracownik, który wejdzie w posiadanie informacji na temat naruszenia zasad etycznych, przepisów prawa lub podejrzenia popełnienia przestępstwa, może to zgłosić do swojego bezpośredniego przełożonego lub skorzystać z: **telefonu zaufania oraz skrzynki etyki**.

**Oczekiwania interesariuszy**

Prezentowanie informacji, czy w Banku Zachodnim WBK funkcjonuje takie ciało, jak **Komisja Etyki**, które jest dostępne również dla klientów, do którego mogą się oni zgłaszać, jeśli uważają, że łamany jest kodeks etyki.

Analizą, interpretacją i wyjaśnianiem spraw zgłaszanych przez pracowników za pomocą telefonu zaufania i skrzynki etyki zajmuje się osoba wyznaczona do zarządzania tymi sprawami, umiejscowiona w Obszarze Zapewnienia Zgodności. Raporty z prowadzonych postępowań wyjaśniających przedkładane są **Komisji Etyki Biznesu** działającej w Banku Zachodnim WBK od 2005 roku. Komisja na podstawie zebranych materiałów ocenia, czy doszło do naruszenia zasad etycznych.

Komisja Etyki Biznesu zajmuje się jedynie sprawami pracowniczymi. Klienci mogą korzystać ze wsparcia Rzecznika Klienta i trybu reklamacyjnego (o tym więcej w rozdziale 2. „Klient i rynek”).

Opinia końcowa przekazywana jest wnioskodawcy – osobie, której ta sprawa dotyczy oraz szefom jednostek organizacyjnych, w których te osoby są zatrudnione.

Oprócz opinii Komisja może również wydawać rekomendacje wraz z propozycją ewentualnych zmian w obowiązujących przepisach wewnętrznych banku, wynikających z zasad etyki banku oraz inne rekomendacje skierowane bezpośrednio do szefów pionów, których sprawa była przedmiotem obrad Komisji.

Jasno określamy, że mobbing, molestowanie seksualne i dyskryminacja nie są akceptowane przez bank jako pracodawcę i są sprzeczne z naszą kulturą i naszymi wartościami.

Jeśli jednak taka sytuacja kiedykolwiek w przyszłości miałaby miejsce, pracownicy wiedzą, co powinni zrobić i do kogo – wewnątrz organizacji – zwrócić się z prośbą o pomoc i wsparcie.

W 2014 roku zanotowaliśmy 6 zgłoszeń dotyczących podejrzenia dyskryminacji. Przeprowadzone postępowania wyjaśniające nie potwierdziły występowania tego zjawiska.

[G4-LA16, G4-HR3]

W 2014 roku pracownicy poprzez: **telefon zaufania, skrzynkę etyki i bezpośredni kontakt z działem HR** zgłosili ogółem

68 różnych spraw,
w tym:

[G4 - LA16]

 **15**

dot. podejrzenia naruszenia zasad etycznych
(w 4 przypadkach zarzuty potwierdziły się i wobec winnych wyciągnięto konsekwencje dyscyplinarne)

 **26**

dot. relacji pracowniczych
(w 2 przypadkach zarzuty się potwierdziły i pracownicy rozstali się z organizacją)

 **27**

dot. różnych spraw, w których udzielono pracownikom wyczerpujących wyjaśnień



[DMA przeciwdziałanie korupcji, G4-S03, G4-S04, G4-S05]**Przeciwdziałanie korupcji – wdrożenie programu antykorupcyjnego**

W czerwcu 2014 roku w Banku Zachodnim WBK wdrożony został Program antykorupcyjny zgodny ze standardami Grupy Santander. Odwołuje się on do **Generalnego Kodeksu Postępowania** i stanowi rozwinięcie oraz uszczegółowienie poszczególnych zapisów kodeksowych. Znajduje się w nim szereg zasad i praktycznych wskazówek, których celem jest ochrona zarówno banku, jak i jego pracowników przed ewentualnymi podejrzeniami o zachowania korupcyjne. Określa on zasady kontaktowania się z urzędnikami publicznymi, pracownikami innych firm, zasady stosowane w transakcjach z udziałem krajowych lub zagranicznych spółek państwowych, agencji rządowych lub jednostek władzy publicznej.

Program reguluje również ogólne zasady współpracy z agentami, pośrednikami oraz doradcami. Osoby podlegające Kodeksowi obowiązują zakaz wręczania lub oferowania jakichkolwiek kwot prowizji, podarunków lub innych form wynagrodzenia przedstawicielom władzy, urzędnikom państwowym, pracownikom lub dyrektorom, jak również pracownikom lub kierownictwu innych firm.

Transakcje prowadzone przy udziale polskich lub zagranicznych spółek państwowych, agencji rządowych lub jednostek władzy publicznej muszą być zgłaszane i w takim przypadku stosuje się procedury ich szczegółowego badania (due diligence).



Zero tolerancji dla korupcji

[G4-S03]

Program antykorupcyjny obowiązuje wszystkie jednostki organizacyjne Banku Zachodniego WBK oraz wszystkich pracowników, bez względu na rodzaj umowy łączący ich z bankiem.

[G4-S04]**Szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji w 2014 roku**

Kategorie zatrudnienia	Kierownictwo wyższego szczebla	Kierownictwo średniego szczebla	Pozostali pracownicy
Łączna liczba pracowników (zgodnie ze wskaźnikiem G410) w podziale na kategorie zatrudnienia	262	1 942	9 634
Liczba pracowników, którzy zapoznali się z polityką i procedurami antykorupcyjnymi w organizacji	115	738	3 129
Procent pracowników, którzy przeszli szkolenia antykorupcyjne	44%	38%	32%

[G4-S04]

Łączna liczba członków organów zarządczych	Liczba członków organów zarządczych, którzy przeszli szkolenia antykorupcyjne	Procent członków organów zarządczych, którzy przeszli szkolenia antykorupcyjne	Procent członków organów zarządczych, którzy zapoznali się z polityką i procedurami antykorupcyjnymi w organizacji
10	6	60%	100%

80,25% pracowników

ukończyło dodatkowe e-learningowe szkolenie antykorupcyjne. W organizacji nie stwierdzono przypadków korupcji.

[G4-S05]

WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI

775

dostawców

w tym 232 dostawców usług IT,
543 dostawców usług pozostałych

1 407

dostarczanych usług

jednolite zasady współpracy
dla wszystkich



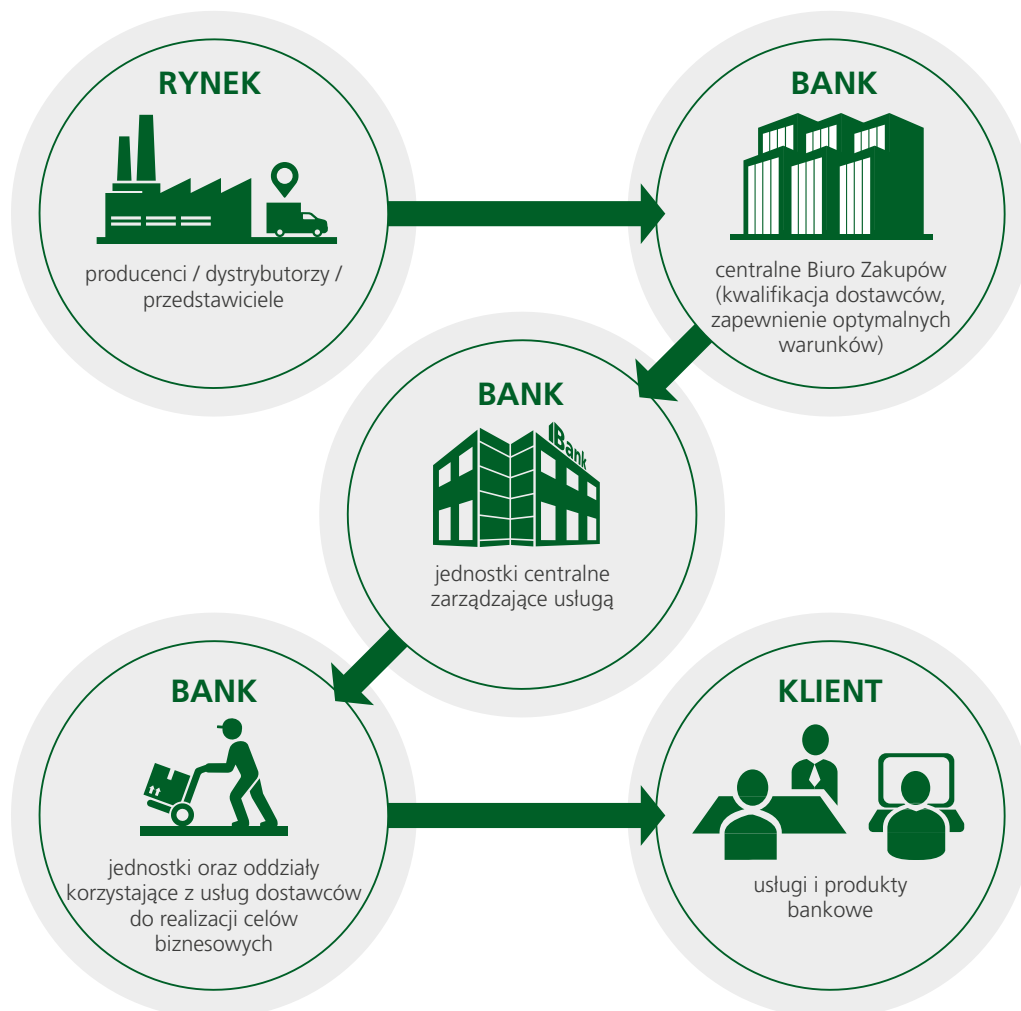
Oczekiwania
interesariuszy

Pokazanie jak duża część usług realizowana jest przez firmy outsourcingowe i jakie są zasady współpracy z tymi firmami.

[DMA ocena dostawców pod względem praktyk pracowniczych,
DMA praktyki dotyczące zamówień]

[G4-12]

Łańcuch dostawców produktów bankowych Banku Zachodniego WBK składa się z następujących elementów:



Wszyscy dostawcy współpracujący z bankiem podlegają tym samym zasadom współpracy:

- muszą przestrzegać reguł antykorupcyjnych (obowiązek umieszczenia w umowach tzw. klauzul antykorupcyjnych), konieczne jest zobowiązanie strony trzeciej do podpisania oświadczenia o przyjęciu zasad antykorupcyjnych obowiązujących w Banku Zachodnim WBK,
- muszą przestrzegać zasad CSR (etyka, ochrona praw człowieka, ochrona środowiska).

Ponadto:

- mają plany utrzymania ciągłości świadczenia usług oraz plany awaryjne,
- przestrzegają przepisów prawa polskiego (m.in. kodeks pracy),
- bank i organy nadzorcze mają możliwość przeprowadzenia kontroli w miejscu świadczenia usług,
- posiadają odpowiednie ubezpieczenie działalności,
- dostarczają roczne sprawozdanie finansowe.

Każdy dostawca podlega weryfikacji pod kątem jakości i terminowości usług. Ocena dostawcy wystawiana jest dwa razy w roku.



Dzięki sprawdzonym mechanizmom możemy zidentyfikować dostawców i działania niezgodne ze stosowanymi przez nas zasadami.

ŁĄD KORPORACYJNY GRUPY SANTANDER

Bank Zachodni WBK funkcjonuje zgodnie z zasadami ładu korporacyjnego przyjętymi wewnątrz oraz z **Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na GPW**.

23 kwietnia 2015 roku Walne Zgromadzenie przyjęło „**Zasady ładu korporacyjnego dla podmiotów nadzorowanych**” wydane przez Komisję Nadzoru Finansowego 22 lipca 2014 roku.

Obowiązujący zbiór zasad ładu korporacyjnego, którym podlegał Bank Zachodni WBK w 2014 roku, zawarty jest w dokumencie „Dobre praktyki spółek notowanych na GPW”.

Bank Zachodni WBK przestrzega sformalizowanych zasad ładu korporacyjnego od 2002 roku, czyli od chwili opublikowania przez Giełdę pierwszej edycji dobrych praktyk („Dobre praktyki w spółkach publicznych w roku 2002”).

W roku 2014 nie stwierdzono odstępstw od stosowania przyjętych zasad ładu korporacyjnego.

Sprawność mechanizmów kontrolnych w procesie sprawozdawczości finansowej podlega dodatkowej, niezależnej ocenie w ramach corocznej certyfikacji na zgodność z wymogami ustawy Sarbanes-Oxley, przeprowadzanej przez zewnętrznego audytora.

Grupa Kapitałowa Banku Zachodniego WBK traktowana jest jako istotna i niezależna organizacja w strukturach Grupy Santander. Nakłada to na bank obowiązek wdrożenia, utrzymania i przeprowadzenia oceny efektywności środowiska kontroli wewnętrznej zgodnie z wymogami ww. ustawy.

Wspólnie z Korporacyjnym Departamentem Kontroli Wewnętrznej Grupy Santander i Audytorem Zewnętrznym uzgodniono, że w 2014 roku certyfikacja SOX obejmie kluczowe obszary działalności z zastosowaniem rozwiązań i metodologii opartej na podejściu Grupy Santander. Zakres prac został opracowany, biorąc pod uwagę czynniki ryzyka istotne dla prawidłowości i rzetelności sprawozdań finansowych. Szczególnym wyzwaniem w 2014 roku była finalizacja integracji (głównie w aspekcie zakończenia migracji danych byłego Kredyt Banku do systemów Banku Zachodniego WBK) oraz włączenie Domu Maklerskiego w struktury banku.

W wyniku tego badania nie stwierdzono negatywnego wpływu zachodzących zmian na skuteczność środowiska kontrolnego Banku Zachodniego WBK.

Kierownictwo banku potwierdziło, iż w Grupie Kapitałowej Banku Zachodniego WBK, w ramach certyfikacji na zgodność z wymogami ustawy Sarbanes-Oxley za rok 2014, nie wystąpiły zdarzenia, które w istotny sposób wpłynęłyby na przebieg badanych procesów oraz efektywność kontroli wewnętrznej nad sprawozdawczością finansową.



[G4-34, G4-39]**NADZÓR
ORGANIZACJI****Rada Nadzorcza**

Stałym nadzorem nad działalnością banku we wszystkich aspektach jego funkcjonowania zajmuje się Rada Nadzorcza. Składa się ona z co najmniej 5 członków powoływanych na okres trzyletniej, wspólnej kadencji. Członków Rady Nadzorczej, w tym przewodniczącego wybiera i odwołuje Walne Zgromadzenie. Statut banku stanowi, że przynajmniej połowa członków Rady powinna spełniać kryteria niezależności.

**Skład Rady Nadzorczej*
na dzień 31 grudnia 2014 roku:****[G4-LA12]****Gerry Byrne**

przewodniczący Rady Nadzorczej

Członkowie:

José Antonio Alvarez**Danuta Dąbrowska****David R. Hexter****Witold Jurcewicz****José Luis de Mora****John Power****Jerzy Surma****Marynika Woroszyńska-Sapieha****José Manuel Varela**

Składu Rady Nadzorczej według kategorii wiekowej i różnorodności	Podział % w każdej z kategorii w 2014 r.	
	Kobiety	Mężczyźni
<30 lat	0%	0%
30–50 lat	25%	75%
>50 lat	17%	83%

* Skład Rady Nadzorczej powołanej przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie 25 kwietnia 2014 roku. Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2014 roku zaprezentowany został w w jednostkowym Raporcie Rocznym na stronie www.bzwbk.pl w zakładce Relacje Inwestorskie. Kod QR Raportu Roczego znajdują się na str. 8 niniejszej publikacji.

Na 31 grudnia 2014 roku status niezależnego członka Rady miały następujące osoby:

Danuta Dąbrowska, David R. Hexter, Witold Jurcewicz, Jerzy Surma i Marynika Woroszyńska-Sapieha.

Od 1 stycznia do 31 grudnia 2014 roku Rada Nadzorcza odbyła 7 posiedzeń oraz podjęła 59 uchwał. Średnio frekwencja członków Rady na posiedzeniach wynosiła 91%.

W ramach Rady Nadzorczej funkcjonują następujące komitety:

- Komitet ds. Audytu i Zapewnienia Zgodności,
- Komitet ds. Nadzoru nad Ryzykiem oraz
- Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń.

Komitet Audytu i Zapewnienia Zgodności ocenia adekwatność, zakres oraz skuteczność systemów księgowych i kontroli wewnętrznej.

Razem z Zarządem i audytorami wewnętrznymi przeprowadza przeglądy wewnętrznych mechanizmów kontroli finansowej Grupy oraz systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem (finansowym oraz niefinansowym).

Monitoruje proces sporządzania sprawozdań finansowych banku, zapewniając odpowiednią jakość raportów i praktyk dotyczących ujawniania informacji, a także ich zgodność z prawem, **wymogami Komisji Nadzoru Finansowego** i zasadami rachunkowości.

Analizuje wyniki prac podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, a także czuwa nad jego niezależnością i efektywnością. Przeprowadza też kontrolę działań podejmowanych przez Zarząd pod kątem zgodności z przepisami prawa, regulacjami wewnętrznymi oraz wymogami regulatorów rynku.

W skład Komitetu Audytu i Zapewnienia Zgodności wchodzi w większości niezależni członkowie Rady. Audytem objęte są wszystkie spółki zależne Grupy Kapitałowej Banku Zachodniego WBK oraz oddziały banku.

[DMA zgodność z regulacjami]

Komitet ds. Nadzoru nad Ryzykiem przekazuje Radzie Nadzorczej informacje, wnioski i rekomendacje dotyczące ogólnej struktury i zasad zarządzania ryzykiem oraz akceptowalnego poziomu ryzyka zgodnie z przyjętymi politykami i limitami.

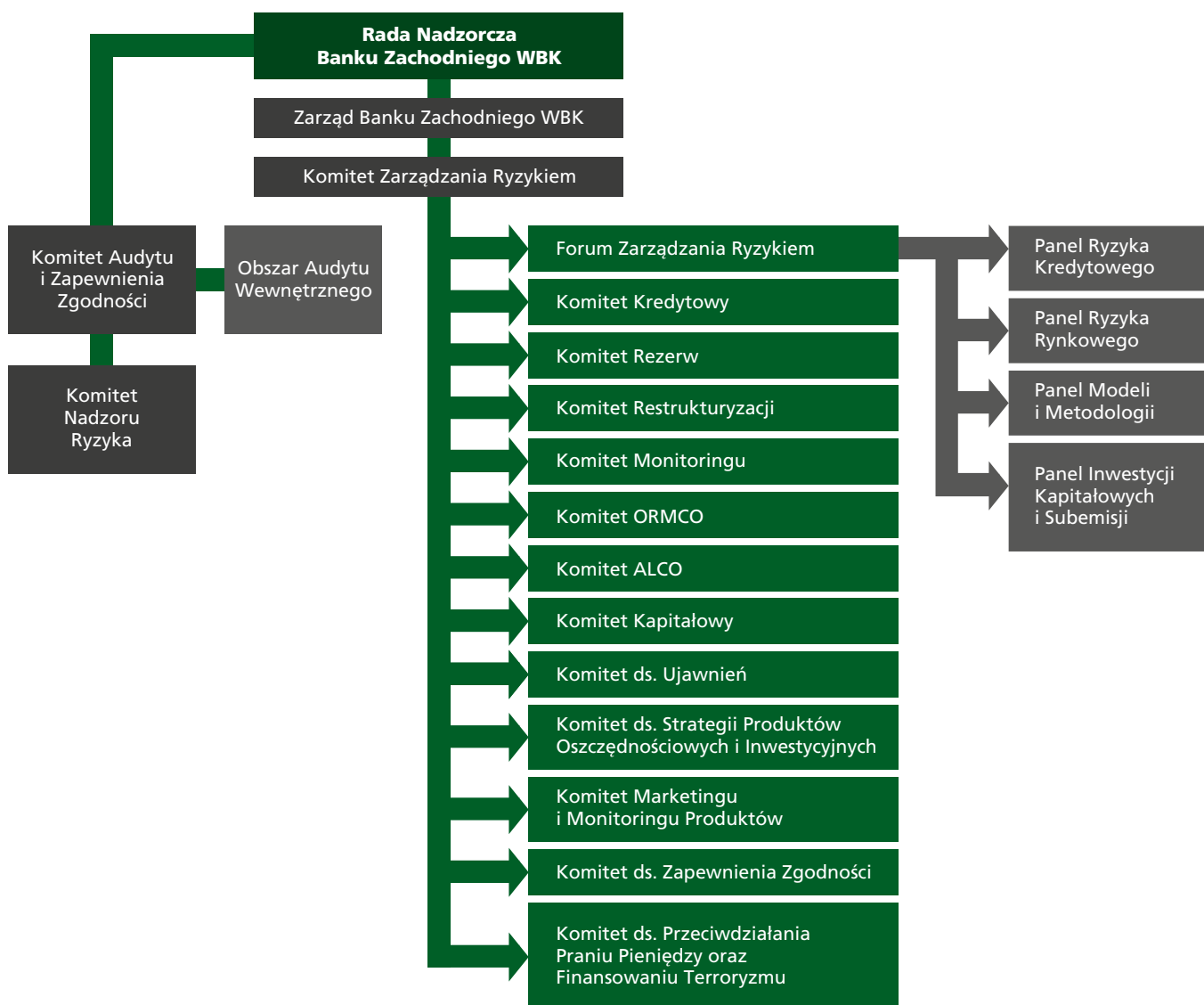
Dokonuje przeglądu „**Deklaracji w zakresie akceptowalnego poziomu ryzyka**”, ocenia adekwatność i dostosowanie strategii biznesowej do ponoszonego ryzyka oraz celów i planów finansowych organizacji, a także weryfikuje profil ryzyka i kluczowe wskaźniki efektywności oraz monitoruje wewnętrzne mechanizmy kontrolne.

Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń rekomenduje Radzie Nadzorczej odpowiednie polityki i praktyki w zakresie wynagradzania. Określa politykę wynagrodzeń dla członków Zarządu oraz indywidualne pakiety wynagrodzeń dla każdego z nich, a także przeprowadza coroczne przeglądy wynagrodzeń członków Zarządu i Rady Nadzorczej.

Ponadto nadzoruje system premiowania członków Zarządu oraz rozpatruje propozycje wprowadzenia w banku i spółkach zależnych programów motywacyjnych i innych form wynagradzania.

[G4-14]

Struktura ładu korporacyjnego w zakresie nadzoru i zarządzania ryzykiem



Po zakończeniu raportowanego okresu, 23 kwietnia 2015 roku **Rada Nadzorcza** powołała na nową kadencję **Zarząd** w składzie, który obowiązuje na dzień publikacji raportu:

Mateusz Morawiecki
Prezes

pozostali członkowie Zarządu:

Andrzej Burliga
Eamonn Crowley
Beata Daszyńska-Muzyczka
Michael McCarthy
Carlos Polaino-Izquierdo
Juan de Porras Aguirre
Marcin Prell
Mirosław Skiba
Feliks Szyszkowiak
Paweł Wieczorek

Skład Zarządu Banku na dzień 31 grudnia 2014 roku zaprezentowany został w Raporcie Rocznym za 2014 rok dostępnym na stronie www.bzwbk.pl w zakładce Relacje inwestorskie. Kod QR Raportu Rocznego znajduje się na str. 8 niniejszej publikacji.



Mateusz Morawiecki



Andrzej Burliga



Eamonn Crowley

Według zapisów statutu, Zarząd składa się z co najmniej 3 członków (włącznie z Prezesem), powoływanych przez Radę Nadzorczą na trzyletnią wspólną kadencję. Członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani zgodnie z przepisami kodeksu spółek handlowych i prawa bankowego oraz postanowieniami statutu banku.

Przynajmniej połowa, uwzględniając prezesa, powinna legitymować się wyższym wykształceniem, mieć miejsce stałego zamieszkania w Polsce, posługiwać się językiem polskim, dysponować dobrą znajomością rynku bankowego oraz odpowiednim doświadczeniem zdobytym w krajowej bankowości, umożliwiającym zarządzanie polską instytucją bankową.

[G4-40]

Skład Zarządu według kategorii wiekowej i różnorodności	Podział % w każdej z kategorii w 2014 r.	
	Kobiety	Mężczyźni
<30 lat	0%	0%
30–50 lat	0%	100%
>50 lat	0%	0%



Beata Daszyńska-Muzyczka



Carlos Polaino-Izquierdo



Marcin Prell



Feliks Szyszkowiak



Michael McCarthy



Juan de Porras Aguirre



Mirosław Skiba



Paweł Wieczorek

Członkowie Zarządu prowadzą sprawy spółki wspólnie, a w szczególności: określają misję banku, wyznaczają długoterminowe plany działania i strategiczne cele banku, ustalają założenia dla planów biznesowych i finansowych, regularnie informują Radę Nadzorczą o sytuacji firmy, powołują komitety stałe i doraźne.

Aby uniknąć konfliktu interesów, zgodnie z artykułem 377. Kodeksu spółek handlowych, w przypadku sprzeczności interesów spółki i członka Zarządu, jego współmałżonka, krewnych i powinowatych oraz osób, z którymi jest powiązany, powinien on wstrzymać się od udziału w rozstrzyganiu spraw, w których taki konflikt istnieje i może żądać odnotowania tego w protokole.

[G4-41]

Regulaminy działania Rady Nadzorczej oraz Zarządu banku dostępne są na stronie www.bzwbk.pl w zakładce Relacje Inwestorskie.

[G4-41]

Podstawą do udzielenia członkom Zarządu absolutorium jest roczne sprawozdanie z działalności, którego integralną część stanowi podsumowanie realizacji wszystkich polityk banku, w tym polityki dotyczącej odpowiedzialności społecznej i środowiskowej.

Sprawozdanie to jest zatwierdzane przez Radę Nadzorczą, po uzyskaniu pozytywnej rekomendacji **Komitetu Audytu**. Członkowie Zarządu oraz Rady Nadzorczej ponoszą kolegalną odpowiedzialność za wyniki ekonomiczne, społeczne i środowiskowe. Wynagrodzenie członków Zarządu jest uzależnione od wyników finansowych.

Jacy jesteśmy? Troska o pracowników,
nakierowanie na dialog i kształtowanie
kultury organizacyjnej, by lepiej odpowiadać
na potrzeby klientów

Bank jest tak dobry jak ludzie, którzy w nim pracują „

Mateusz Morawiecki
Prezes Zarządu
Banku Zachodniego WBK

NAJWAŻNIEJSI SĄ DLA NAS LUDZIE

Jednym z podstawowych celów, do których dążymy i które wpisaliśmy w strategię działania banku, jest uzyskanie reputacji jednego z 3. najlepszych pracodawców wśród instytucji finansowych. Szczególnie zależy nam na takim postrzeganiu w grupie studentów.

Zaangażowanie i motywacja pracowników oraz działania banku w celu umożliwienia im rozwoju zawodowego i osobistego, jak również komfort w miejscu pracy pomagają budować organizację kierującą się odpowiedzialnością i zaufaniem.

[G4-10]

Liczba pracowników

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
Liczba pracowników w przeliczeniu na osoby	8 827	3 011
Liczba pracowników w przeliczeniu na etaty	8 743,38	2 944,65
Pełny etat	8 662	2 924
Niepełny etat	165	87

Łączna liczba pracowników i współpracowników (w przeliczeniu na osoby) w podziale na:

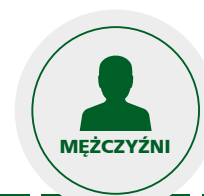
Zatrudnionych na czas określony	968	369
Zatrudnionych na czas nieokreślony	7 859	2 642
Zatrudnionych na podstawie umowy zlecenia	191	69
Zatrudnionych na podstawie umowy o dzieło	1	12

[G4-EC5]

[DMA wynagrodzenia/
obecność na rynku]



KOBIETY



MĘŻCZYŹNI

Średnia płaca zasadnicza
pracowników najniższego szczebla
w przeliczeniu na pełny etat (zł)

Liczba osób

	Duże miasta	Reszta kraju	Warszawa		Duże miasta	Reszta kraju	Warszawa
Średnia płaca zasadnicza	3 108	2 994	4 033		3 093	2 964	4 125
Liczba osób	1 085	1 854	395		217	137	76

Wysokość wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla według płci w stosunku do płacy minimalnej na danym rynku w głównych lokalizacjach organizacji.

Statystycznie płaca kobiety zatrudnionej w Banku Zachodnim WBK w 2014 roku była o **88%**, a mężczyzny o **93%** wyższa od minimalnej płacy brutto.

Nowi pracownicy

Głównym celem polityki rekrutacyjnej banku jest stworzenie zaangażowanej grupy pracowników, którzy pracują z pasją i postępują fair. Szukamy osób, których wiedza i doświadczenie są spójne z potrzebami konkretnych miejsc pracy, a równocześnie zwracamy bardzo dużą uwagę na motywację i postawy kandydatów. Oczekujemy od nich chęci współpracy, dzielenia się wiedzą, otwartości na nowe doświadczenia i stałego rozwoju.



Oczekiwania
interesariuszy

Pokazanie ile osób było na praktykach, a ile zostało pracownikami banku, wraz z komentarzem banku, czy to dobrze w odniesieniu do celu prowadzonego programu praktyk.

W 2014 roku zatrudniliśmy

1 443 osoby

[G4-LA1]

Jesteśmy otwarci na różne grupy kandydatów, dlatego nasze oferty skierowane są zarówno do osób z doświadczeniem, jak i zaczynających swoją karierę zawodową (dla nich przygotowujemy m.in. programy staży i praktyk – w 2014 roku zostało zorganizowanych ponad 800 praktyk). Bardzo cenna jest dla nas współpraca z uczelniami.

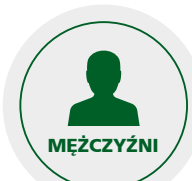
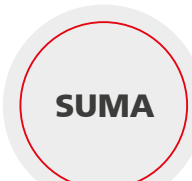
Chętnie wspieramy je w organizacji praktyk studenckich, w tym finansowanych ze środków UE. Urządzamy również warsztaty przybliżające studentom cel i zakres działań realizowanych w banku.

Dzięki temu umożliwiamy młodym osobom wejście na rynek pracy, pozyskujemy też pracowników, dla których wykonywane zadania są źródłem satysfakcji zawodowej.

W 2014 roku zatrudniliśmy 39 osób, które wcześniej (w latach 2013 i 2014) odbywały praktyki w naszych jednostkach.

[G4-LA1]

**Łączna liczba pracowników
(w przeliczeniu na osoby)
w podziale na:**

	 KOBIETY	 MĘŻCZYŹNI	 SUMA
liczba pracowników	8 827	3 011	11 838
liczba nowo zatrudnionych pracowników	915	528	1 443
procent nowo zatrudnionych pracowników	10,37%	17,54%	12,19%

**Łączna liczba odejść pracowników
(w przeliczeniu na osoby)
w podziale na:**

liczba pracowników	8 827	3 011	11 838
liczba odejść pracowników	1 199	490	1 689

**Łączna liczba pracowników
(w przeliczeniu na osoby)
w podziale na grupy wiekowe:**

	 <30 lat	 30–50 lat	 >50 lat
liczba nowo zatrudnionych pracowników w danej grupie	829	590	24
procent nowo zatrudnionych pracowników	57,45%	40,89%	1,66%

**Łączna liczba odejść pracowników
(w przeliczeniu na osoby)
w podziale na:**

liczba pracowników	489	962	238
liczba odejść pracowników	28,95%	56,96%	14,09%

Program Outplacement – warsztaty „Skuteczny kandydat na rynku pracy”

Wspieramy pracowników odchodzących z banku. **Program Outplacement**, który rozpoczął się w II połowie 2013 roku, był odpowiedzią na zmiany organizacyjne w banku związane z połączeniem z Kredyt Bankiem. Osoby odchodzące z organizacji były często wieloletnimi pracownikami i nie potrafiły się odnaleźć w realiach współczesnego rynku pracy. Firma czuła się za nie odpowiedzialna, stąd pojawiła się propozycja wsparcia.

Program za pomocą indywidualnych i grupowych warsztatów pomaga w poszukiwaniu zatrudnienia, budowaniu własnej przewagi konkurencyjnej, określaniu swoich kluczowych kompetencji na rynku pracy. Warto podkreślić, że skala odejść była niewielka, a bank nie przeprowadzał zwolnień grupowych po przeprowadzeniu fuzji.

97

osób uczestniczących w warsztatach

22

warsztaty indywidualne

8

warsztatów grupowych

11

osób uczestniczących w konsultacjach indywidualnych i szkoleniach w firmie zewnętrznej Architekci Kariery

NASZA WIZJA: BANK LUDZI PRACUJĄCYCH Z PASJĄ

Słuchamy głosu pracowników

13,5 mln zł

pochłonęły wydatki na wszystkie centralne działania szkoleniowe, czyli

1 140 zł

na jednego pracownika banku



Zmiana procesu Zarządzania Efektywnością Pracy

Zarządzanie Efektywnością Pracy (ZEP)

w Banku Zachodnim WBK to kluczowy proces związany z zarządzaniem ludźmi, którego filarem jest ciągły dialog pomiędzy menedżerem i pracownikiem, służący zwiększaniu gotowości całej organizacji do sprostania rosnącym wyzwaniom biznesowym. Jego celem jest przede wszystkim:

- zapoznanie pracowników z priorytetami organizacji i zespołu oraz kluczowymi wyzwaniami na dany rok,
- wspólne uzgodnienie celów pracownika na dany rok,
- zbudowanie zaangażowania i rozwój pracowników, zarówno w obszarze osiągania celów biznesowych, jak i celów związanych ze stylem działania,
- określenie zasobów niezbędnych do realizacji założonych celów,
- ocena i odnotowanie wkładu pracownika w wyniki zespołu i organizacji.

W 2014 roku wprowadziliśmy zmiany do procesu **ZEP** – jeszcze mocniej niż dotychczas chcemy w nim akcentować postawy związane ze współpracą i budowaniem relacji z klientami. Dzięki temu **ZEP** może realnie wspierać menedżerów i pracowników w realizacji celów nie tylko biznesowych, ale także tych związanych z jakością relacji z klientami, współpracą w zespole i pomiędzy jednostkami.

W nowym **ZEP** ważne jest nie tylko to, **CO** chcemy osiągnąć, ale również **JAK – JAKIE** mamy podejście do klienta, **JAK** współpracujemy ze sobą oraz **JAK** planujemy działania i realizujemy cele, a także w **JAKI** sposób rozwijamy swoje kompetencje.

[G4-LA11]

Odsetek pracowników podlegających ocenom w ramach procesu ZEP wg płci w 2014 r.:

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
umowa o pracę na czas nieokreślony	87%	97%
umowa o pracę na czas określony	51%	58%
umowa na okres próbny	49%	47%

Badanie zaangażowania edycja 2014:

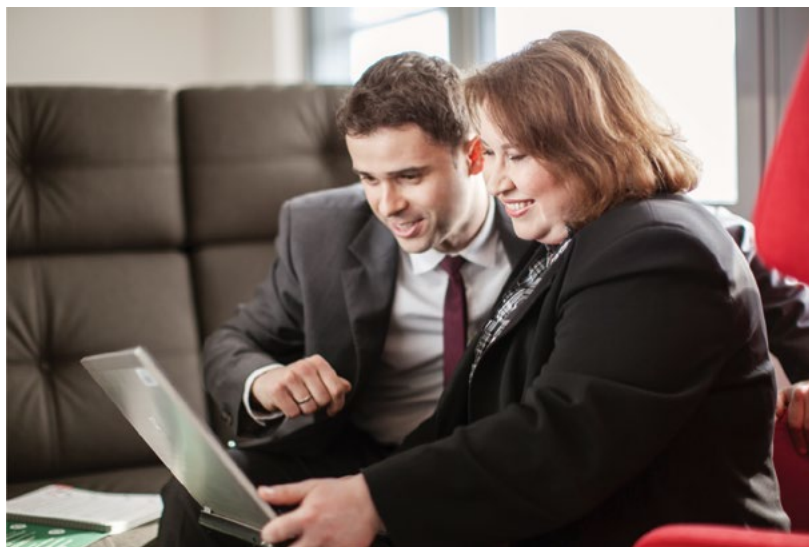
rekordowa

83%

frekwencja (3. miejsce wśród banków w całej Grupie Santander)

8 718 osób

wzięło udział w badaniu – o 1 000 osób więcej niż w 2013 roku



Nasz bank chce być firmą pierwszego wyboru nie tylko dla klientów, ale również dla pracowników. W roku 2014 coroczne badanie zaangażowania było przeprowadzone również globalnie przez **Grupę Santander**. Badanie przeprowadziła firma zewnętrzna, gwarantująca anonimowość i poufność opinii.

Badanie zaangażowania nie polega jedynie na zebraniu i przeanalizowaniu opinii pracowników. Informacje zawarte w ankietach odpowiadają na pytanie czy warunki pracy w Banku Zachodnim WBK mają pozytywny wpływ na zaangażowanie wszystkich pracowników.

O efektywności pracownika decyduje nie tylko jego osobista postawa (duma, chęć podejmowania dodatkowego wysiłku), ale również to, jakie warunki pracy zapewnia mu pracodawca (np. czy tworzy wspierające środowisko pracy albo dba o optymalizację ról poszczególnych osób).



Oczekiwania interesariuszy

Oprócz publikacji informacji o prowadzeniu badań opinii pracowników dodanie komentarza, co z tego badania wynika dla banku.

Na podstawie ostatnich wyników badań został uruchomiony program **Nowy Styl Zarządzania** zorientowany na rozwój kadry kierowniczej w banku. W tym roku planowane jest kolejne badanie oraz mierzenie efektów, jakie przyniosły podjęte działania zarówno na poziomie centralnym, jak i lokalnym.

Bank Zachodni WBK na tle Grupy Santander



- Ponad **200 tys.** pracowników na całym świecie zostało zaproszonych do udziału w badaniu
- **78 proc.** – tyle wyniosła frekwencja w całej Grupie
- **168 575 pracowników** wzięło udział w badaniu
- **96,3 proc.** to najwyższa frekwencja wśród wszystkich jednostek, odnotował ją jeden z pionów korporacyjnych – audyt wewnętrzny
- **93 proc.** – tyle wyniosła najwyższa frekwencja wśród banków. Wynik należy do Argentyny

- **83 proc.** to najwyższa jak dotąd frekwencja w naszych badaniach
- **3. miejsce** zajęliśmy wśród banków w całej Grupie Santander
- **8 718 osób** wzięło udział w badaniu, o **1 000** więcej niż rok temu

Reagujemy natychmiast

Pracownicy banku wskazali w badaniu pięć obszarów, które wymagają większej uwagi ze strony kadry zarządzającej – wynagrodzenie i uznanie, możliwość rozwoju i umiejętności menedżerskiej kadry kierowniczej, współpraca, obciążenie pracą oraz szczerza i spójna komunikacja.

W odpowiedzi na sugestie i uwagi pracowników w ramach wszystkich tych obszarów podjęto już działania zmierzające do poprawy komfortu pracy. Są to m.in. uspołnienie wizji, strategii i wartości wyznawanych przez bank oraz wdrażanie pomysłów w ramach **Banku Nowej Generacji**.

Badanie zaangażowania – identyfikacja mocnych stron i wyzwań na przyszłość:

Nasze mocne strony

Cele i strategia banku

67 proc.

pracowników wierzy, że w obecnej sytuacji firmy jej strategia i cele biznesowe są właściwe. Ten wynik poprawił się o **8 p.p.** w stosunku do ubiegłego roku.



Zarządzanie wynikami

92 proc.

osób odpowiedziało, że wie, jakich wyników się od nich oczekuje, co oznacza wzrost o **3 p.p.** w stosunku do badania w 2013 r.



Jasna i regularna informacja zwrotna

73 proc.

osób zadeklarowało, że otrzymuje jasną i regularną informację zwrotną. Ten wynik poprawił się o **6 p.p.**



Klientocentryzm

89 proc.

pracowników jest przekonanych, że jeśli klient ma jakiś problem lub wątpliwości robimy wszystko, aby poczuł się usatysfakcjonowany, **66 proc.** osób deklaruje, że są zachęcane do opracowywania nowych, lepszych metod działania, co stanowi wynik wyższy o **7 p.p.** w porównaniu z zeszłorocznym badaniem.



Styl zarządzania kadry kierowniczej oraz możliwości rozwojowe w banku

63 proc.

osób uważa, że bezpośredni przełożony wspiera ich w rozwoju zawodowym, **43 proc.** pracowników uważa, że ma możliwość osiągnięcia osobistych celów związanych z rozwojem kariery zawodowej w banku.



Współpraca

59 proc.

pracowników uważa, że w banku panuje atmosfera współpracy.



Uznanie

44 proc.

osób uważa, że firma przejawia troskę i dbałość o swoich pracowników, **58 proc.** pracowników otrzymuje uznanie za dobrze wykonaną pracę.



Komunikacja

45 proc.

pracowników uważa, że bank jest otwarty i szczerzy w komunikacji z pracownikami.



Obciążenie pracą

40 proc.

pracowników uważa, że firma umożliwia im utrzymanie równowagi pomiędzy pracą, a życiem prywatnym.



29 proc.

uważa, że ma wystarczającą ilość czasu, aby móc skorzystać z możliwości szkoleniowych.

Nasze wyzwania

Bank Nowej Generacji zakłada podejście klientocentryczne, oparte na najwyższej jakości oferowanych usług, zaawansowanych rozwiązaniach technologicznych oraz wielokanałowości.

To również zaangażowanie pracowników w zaspokajanie potrzeb naszych klientów w możliwie najskuteczniejszy sposób. Dotyczy to nie tylko pracowników front-line, którzy w naturalny sposób są ambasadorami naszej marki, ale także tych, którzy przez codzienną

pracę przyczyniają się do tworzenia prostych rozwiązań oraz spersonalizowanego i uczciwego podejścia do klienta.

W tym sensie **Bank Nowej Generacji** ma dwa wymiary – zewnętrzny, czyli zorientowanie na klienta oraz wewnętrzny, czyli zaangażowanie pracowników. W ciągu całego roku pracownicy zgłaszali pomysły, a potem wspólnie realizowali inicjatywy usprawniające procesy oraz podnoszące atrakcyjność naszej oferty.



Santander Ideas :)

W ramach **Banku Nowej Generacji** prowadzone były działania pod hasłem **Santander Ideas :)** – jest to platforma społecznościowa Grupy Santander, przez którą wszyscy pracownicy mogą zgłaszać swoje pomysły na to, jak zbudować lepszy bank.

SANTANDER ideas:)

Platforma jest dostępna w czterech językach (hiszpańskim, angielskim, polskim i portugalskim). Każdy może zgłosić pomysł, a także oceniać, komentować i usprawniać inicjatywy zgłaszane przez innych użytkowników.

W tym roku w ramach **Santander Ideas :)** zrealizowaliśmy trzy wyzwania.



Santander Ideas

PIERWSZE WYZWANIE

JAK UCZYNIĆ BANCO SANTANDER BARDZIEJ PRZYSTĘPNYM, PROSTYM I PRZEJRZYSTYM DLA NASZYCH KLIENTÓW?

Co mówią liczby

12 801 użytkowników
4 168 pomysłów
3 821 komentarzy
24 182 głosy



POMYSŁY

140

8. miejsce
w Grupie Santander



UŻYTKOWNICY

283

10. miejsce
w Grupie Santander



POLSKIE
POMYSŁY
DO REALIZACJI
W GRUPIE

3

DRUGIE WYZWANIE

JAK UCZYNIĆ NASZ BANK LEPSZYM MIEJSCEM PRACY?

Co mówią liczby

20 069 użytkowników
4 638 nowych użytkowników
2 080 pomysłów
1 565 komentarzy
15 115 głosów



POMYSŁY

103

9. miejsce
w Grupie Santander



UŻYTKOWNICY

710

8. miejsce
w Grupie Santander



POLSKIE
POMYSŁY
DO REALIZACJI
W GRUPIE

20

lokalnie

1

globalnie

TRZECIE WYZWANIE

CO MOŻEMY POPRAWIĆ W ODDZIAŁACH, ABY STAĆ SIĘ BANKIEM WYBIERANYM PRZEZ KLIENTÓW?

Co mówią liczby:

676 pomysłów z Polski
1. miejsce w Grupie w trzeciej edycji
2. miejsce w Grupie pod względem wszystkich trzech zadań



POMYSŁY

676

1. miejsce
w Grupie Santander



UŻYTKOWNICY

480

1. miejsce
w Grupie Santander



POLSKIE
POMYSŁY
DO REALIZACJI
W GRUPIE

-

wyniki
pod koniec
2015 roku

BANK ZACHODNI WBK PEŁEN POMYSŁÓW

Santander Ideas :) globalnie to:

14 500

zarejestrowanych użytkowników

5 000

zgłoszonych pomysłów

500

powiązanych idei, które stanowią rozwinięcie lub uzupełnienie wybranych rozwiązań

242

wdrożenia zostały zadeklarowane przez poszczególne kraje

83

pomysły wybrane spośród 98, z których każdy zostanie wdrożony średnio w 3 regionach.

Rok 2014:

35

pracowników otrzymało dofinansowanie studiów podyplomowych

329

inicjatyw szkoleniowych, w tym 3 programy strategiczne

4

pracowników dostało dofinansowanie studiów wyższych

400

pracowników uzyskało dofinansowanie do nauki języków obcych

13

pracowników zdobyło dofinansowanie kursów certyfikowanych.



DBAMY O ROZWÓJ SZKOLENIA I EDUKACJA

Stale rozwijamy potencjał naszych pracowników, skupiając się na doskonaleniu ich umiejętności. Każdy z nich wnosi do organizacji swoje indywidualne doświadczenie, nowe pomysły oraz pozytywną energię, a bank stwarza im odpowiednie warunki pracy, by jak najlepiej wykorzystać potencjał każdej osoby.

Proces szkoleniowo-rozwojowy rozpoczynamy od diagnozy indywidualnych potrzeb pracowników, spójnych z potrzebami banku.

[G4-LA9, G4-LA10]**[DMA edukacja i szkolenia]**

Pracownicy korzystają z szerokiego wachlarza narzędzi służących rozwojowi kompetencji zawodowych. Są to szkolenia zdalne (e-learningowe i webcasty), warsztatowe (typu indoor/outdoor), nauka języków obcych, studia, kursy specjalistyczne.

Ważnym elementem rozwoju pracowników jest stosowanie zdobytych umiejętności na stanowisku pracy, a także dzielenie się wiedzą w zespole.

	 KOBIETY	 MĘŻCZYŹNI	SUMA
Łączna liczba godzin szkoleniowych w podziale na płeć	329 918,57	118 714,50	448 633,07
Liczba pracowników (wartości tożsame z danymi ze wskaźnika G4-10)	8 827	3 011	11 838
Średnia liczba godzin szkoleniowych w podziale na płeć	39,43	37,38	37,96

	 Łączna liczba godzin	 Łączna liczba pracowników	 Średnia liczba godzin
Kierownictwo wyższego szczebla	8 851,50	262	33,78
Kierownictwo średniego szczebla	100 274,37	1 942	51,63
Pozostali pracownicy	339 529,20	9 634	35,24

Nowy Styl Zarządzania to przeprowadzone przez nas badanie stylów przywódczych oraz klimatu organizacyjnego, w którym wzięło udział 1 666 menedżerów wszystkich szczebli, a pracownicy zostali zaproszeni do udzielenia informacji zwrotnej swoim przełożonym.

Program ma na celu rozwój menedżerów w takim kierunku, aby potrafili osiągać oczekiwane wyniki biznesowe, a jednocześnie angażować pracowników, wspierając innowacyjność i współpracę.

Menedżerowie uczestniczyli w sesjach informacji zwrotnej oraz przygotowali indywidualne plany rozwoju swojego warsztatu menedżerskiego.


**Oczekiwania
interesariuszy**

Podkreślenie realizacji projektów mających na celu rozwój kadry menedżerskiej wraz ze wskazaniem poziomu strategicznego tych działań (np. projekty takie jak Nowy Styl Zarządzania).

W drugiej połowie 2014 roku zostały uruchomione dalsze działania – wybór warsztatów dla grupy menedżerów średniego szczebla oraz „Władza uspołeczniona” dla menedżerów wyższego szczebla. Warsztaty rozwijające różne style przywództwa są kontynuowane w 2015 roku. W ramach programu Nowy Styl Zarządzania dla wyższej kadry menedżerskiej zostały uruchomione procesy coachingowe.

Program dla nowych menedżerów

Proces adaptacji menedżera w Banku Zachodnim WBK jest rozłożony w czasie – trwa około 12 miesięcy. Program stanowi zestaw działań prowadzonych lokalnie i centralnie, przy zaangażowaniu wielu osób (przełożonego, HR biznespartnera, mentora), aby jak najlepiej wesprzeć nowego menedżera we wdrażaniu się do tej roli.

Nowy menedżer uczy się:

- prowadzenia spotkań zespołowych różnych typów,
- prowadzenia spotkań indywidualnych,
- określania celów dla siebie i pracowników,
- podstaw skuteczności biznesowej,
- budowania relacji z pracownikami opartych na wzajemnym szacunku i partnerstwie.

Program rozwojowy Liderzy Przyszłości

W 2014 roku przeprowadzona została kolejna edycja programu rozwojowego dla grupy osób przygotowujących się do objęcia stanowisk menedżerskich i eksperckich. Jego uczestnicy wzięli udział w rocznym cyklu warsztatów, w projektach CSR i stażach.

W tej edycji uczestniczyło 69 osób z całej organizacji. Wzięły one udział m.in. w warsztatach rozwoju umiejętności przywódczych, warsztatach planowania własnego rozwoju oraz w grze strategicznej, podczas której wcielali się w role osób zarządzających przedsiębiorstwem. Liderzy Przyszłości angażowali się także w działalność CSR banku.

W ramach projektów CSR uczestnicy programu przygotowali m.in.:

- lekcję języka migowego na temat banku,
- spotkania dla podopiecznych fundacji „Robinsonowie”, mające zachęcić do aktywizacji zawodowej młodzieży,
- spotkania uświadamiające znaczenie aspektów ekonomicznych dla osób zajmujących się działalnością artystyczną,
- zorganizowali pomoc Polakom mieszkającym na wschodzie. Odwiedzili Litwę, Ukrainę i Białoruś, by prowadzić dla uczniów polskich szkół grę ekonomiczną „Liderzy Europy” oraz zbiórki rzeczy dla dzieci z tamtejszych domów dziecka.



Liderzy Przyszłości

to była wspaniała całoroczna przygoda rozwojowa i niepowtarzalna możliwość poznania niesamowitych ludzi z całego banku. Każde spotkanie w ramach programu dawało mi energię, którą przenosiłem na codzienne działania biznesowe.

Myślę, że po intensywnym roku rozwoju i zbierania doświadczeń podniosła się jakość mojej pracy, skuteczność komunikacji oraz motywacja i odwaga do podejmowania wyzwań. Nie osiągnąłbym tego bez liderów, których poznałem i bez programu Liderzy Przyszłości.

Aleksander Szóstka

Specjalista ds. rozwoju usług komunikacyjnych:
Centrum Bankowości Telefonicznej

”

Program Najlepsi z Najlepszych

86 pracowników banku Pionu Wsparcia Biznesu, którzy otrzymali najwyższe oceny roczne, przez 10 miesięcy współpracowało ze sobą, dzieląc się swoimi kompetencjami i doświadczeniem tworząc innowacyjne projekty biznesowe. Efekty tych wspólnie wypracowanych, nietuzinkowych rozwiązań są wprowadzane w życie przez właścicieli biznesowych.

Dodatkowym atutem całej inicjatywy jest możliwość wymiany wiedzy i doświadczeń między pracownikami, również dzięki temu, że do programu zapraszani są także przedstawiciele wszystkich pionów banku. Wpływa to na podniesienie jakości współpracy i dialogu między jednostkami organizacyjnymi.

Uczestnicy programu mają szansę prowadzenia niebanalnych projektów, integracji oraz spojrzenia na organizację jako całość.



Konkretne efekty wypracowane w poszczególnych modułach to:

- **Moduł MOBILE** – zadaniem uczestników było wypromowanie usługi BZWBK24 mobile wśród pracowników banku. Najlepsi przez spotkania w oddziałach i webinary pozyskali ponad 890 nowych użytkowników aplikacji mobilnej.
- **Moduł Help Desk Nowej Generacji** to wykreowane przez uczestników 42 innowacyjne pomysły usprawniające pracę Help Desku.
- **Moduł CSR** – uczestnicy programu zostali prekursorami wolontariatu kompetencyjnego w banku, wsparli swoimi umiejętnościami i doświadczeniem cztery organizacje pozarządowe: ASHOKA, OFOP, Eudajmonia i Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci. Najlepsi odpowiedzieli na potrzeby biznesowe NGO's, przygotowując dla nich np. biznesplan, kampanię marketingową czy strategię komunikacyjną.
- **Moduł kartowy** – właściciele biznesowi postavili przed uczestnikami zadanie przygotowania filmu promującego innowacyjne produkty kartowe: kartę dualną oraz webową. Najlepszy film zostanie wykorzystany do kampanii marketingowej produktu.



4

ukończone
edycje



ponad
120

uczestników



86

osób uczestniczących
w edycji 2014

Program rozwojowy Pierwszy Krok

Celem programu jest stworzenie warunków do rozwoju tzw. miękkich kompetencji (głównie społecznych) najlepszych specjalistów i ekspertów w Pionie Wspierania Biznesu.

Do programu zapraszani są również przedstawiciele innych pionów, co wprost wpływa na podniesienie jakości współpracy między ludźmi i jednostkami organizacyjnymi banku.

Pracownicy poszerzają perspektywy dzięki udziałowi w projektach wykraczających poza standardowy zakres zadań, co zachęca do nowych pomysłów i zmian. Program jest również wsparciem w zbudowaniu indywidualnego planu rozwoju osobistego.



ukończone
edycje

ponad
130

uczestników



osoby uczestniczące
w edycji 2014

Zarządzanie różnorodnością

[DMA różnorodność i równość szans]

W Banku Zachodnim WBK podstawowymi kryteriami doboru pracowników są: wiedza, umiejętności zawodowe oraz postawa, niezależnie od wieku i płci oraz stopnia niepełnosprawności. Aktualnie w organizacji pracuje 1 541 osób w wieku powyżej 50 lat i 70 osób z różnym stopniem niepełnosprawności.



Oczekiwania
interesariuszy

Opis podejścia do zarządzania różnorodnością w Banku Zachodnim WBK (nie tylko osobami z niepełnosprawnością, ale również np. osobami starszymi).

[G4-LA12]**Pracownicy wg kategorii wiekowej i różnorodności:**

	 KOBIETY	 MĘŻCZYŹNI
<30 lat	13,2%	4,7%
30–50 lat	50,6%	18,5%
>50 lat	10,8%	2,2%

Pracownicy wg kategorii zatrudnienia:

	 KOBIETY	 MĘŻCZYŹNI
kierownictwo wyższego szczebla	0,7%	1,5%
kierownictwo średniego szczebla	10,1%	6,4%
pozostali pracownicy	63,8%	17,6%

Skład Rady Nadzorczej wg kategorii wiekowej i różnorodności:

	 KOBIETY	 MĘŻCZYŹNI
<30 lat	0,0%	0,0%
30–50 lat	10,0%	30,0%
>50 lat	10,0%	50,0%

Skład Zarządu wg kategorii wiekowej i różnorodności:

	 KOBIETY	 MĘŻCZYŹNI
<30 lat	0,0%	0,0%
30–50 lat	0,0%	100,0%
>50 lat	0,0%	0,0%

Zarówno w oddziałach, jak i w centrali, kobiety zajmują stanowiska dyrektorskie. Procent kobiet w obu tych grupach jest różny i wynika to z faktu, że nie są to porównywalne stanowiska. Dyrektorzy oddziałów są zasze-regowani na poziomach 16–18, natomiast dyrektorzy jednostek w centrali to poziomy od 18 wzwyż.

Pracownicy zarówno niższego jak i wyższego szczebla oceniani są wyłącznie na podstawie swoich kompetencji i posiadanego doświadczenia. Inne kwestie nie mają wpływu na wybór kandydata. Od kwietnia 2015 roku do Zarządu banku dołączyła Beata Daszyńska-Muzyczka – która nadzoruje Pion Partnerstwa Biznesowego.



Oczekiwania interesariuszy

Prośba o wyjaśnienie, z czego wynika brak kobiet w Zarządzie? Dlaczego tak jest? Czy kobiety są obecne na stanowiskach dyrektorskich w oddziałach? Dlaczego w oddziałach kobiety są na wysokich stanowiskach, a w centrali nie?

Różnice w wynagrodzeniach na poszczególnych szczeblach wynikają z faktu, iż najwyżej opłacane stanowiska w Banku Zachodnim WBK (Zarząd) na koniec 2014 były zajmowane jedynie przez mężczyzn, co zaburza wynik dla całej wyżej wymienionej grupy. Różnice w wynagrodzeniach między lokalizacjami wynikają ze stosowanej w banku polityki wynagrodzeń, która jest odzwierciedleniem rynkowego zróżnicowania wynagrodzeń.

[DMA równość wynagrodzeń kobiet i mężczyzn]

[G4-LA13]

Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet do podstawowego wynagrodzenia mężczyzn według kategorii zatrudnienia oraz według głównych lokalizacji organizacji

	Duże miasta	Reszta kraju	Warszawa
kierownictwo wyższego szczebla	74%	95%	60%
kierownictwo średniego szczebla	91%	87%	81%
pozostali pracownicy	78%	86%	73%

Kobiety w Banku Zachodnim WBK

„Kobiety na Bank” to niecodzienna inicjatywa adresowana do kobiet i przez kobiety realizowana. Są to spotkania, których celem jest świętowanie Dnia Kobiet wyjątkowymi warsztatami, o tematyce biznesowej.

W organizacji, w której pracuje ponad 9 tys. kobiet takie spotkania są świetną okazją do integracji, wzajemnego zmotywowania, poznania bliżej współpracownic, wymiany wiedzy i doświadczenia, a co najważniejsze – zrównoważonego rozwoju.

W 2014 roku „Kobiety na Bank” cieszyły się ogromnym zainteresowaniem i wzięło w nich udział prawie 100 par z oddziałów w Poznaniu, Warszawie oraz Wrocławiu.

Tematyka warsztatów podczas „Kobiet na Bank” jest skonstruowana tak, aby dawać kobietom – pracownikom organizacji, narzędzia do pełnego wykorzystywania swojego potencjału, do poznania swoich mocnych stron oraz wzmacniania poczucia własnej wartości i wiary w swoje możliwości.



702

**kobiety skorzystały
z urlopu rodzicielskiego**

Młode mamy są wspierane w Banku Zachodnim WBK w ramach „Polityki wspierającej kobiety w okresie ciąży i macierzyństwa”.

Zgodnie z jej zapisami, mogą liczyć m.in. na:

- dodatkowy 3-tygodniowy płatny urlop (do wykorzystania bezpośrednio po urlopie macierzyńskim),
- udogodnienia związane z czasem pracy (możliwość zmniejszenia etatu, elastyczny czas pracy),
- zapewnienie po powrocie z urlopu macierzyńskiego okresu adaptacji oraz zwolnienie przez pierwszy miesiąc z obowiązku realizowania planów sprzedażowych.

Podstawowym kryterium doboru pracowników jest ich wiedza, umiejętności zawodowe oraz postawa. Oznacza to, że jesteśmy otwarci na współpracę z różnymi grupami pracowników.

W 2014 roku w Banku Zachodnim WBK pracowało 70 osób z różnym stopniem niepełnosprawności. Większość z nich zajmuje stanowiska związane z obsługą klientów w naszych placówkach oraz informatyczne – w Pionie Wspierania Biznesu.



**Oczekiwania
interesariuszy**

Prośba o wyjaśnienie, dlaczego znaczna część kobiet uprawnionych w Banku Zachodnim WBK do urlopu macierzyńskiego, nie decyduje się na skorzystanie z wolnego? W jaki sposób bank interpretuje podawane w tym kontekście liczby? Czy jest to sytuacja, która bankowi odpowiada? Czy bank planuje coś zrobić w tym obszarze?

W 2014 roku z urlopu rodzicielskiego skorzystało **1 208 kobiet i 173 mężczyzn**. Z tej grupy osób, **536 kobiet i 169 mężczyzn** zakończyło swe urlopy rodzicielskie do 31 grudnia 2014 roku.



**Oczekiwania
interesariuszy**

Umieszczenie informacji o pracownikach z niepełnosprawnością (m.in. dane o tym, czy w Banku Zachodnim WBK są tacy pracownicy, na jakich stanowiskach). Na ile bank jest otwarty na pracowników z niepełnosprawnością? Jakie stanowiska pracy są dostępne dla osób z niepełnosprawnością? Czy bank zajmuje się pracownikami z niepełnosprawnością równie kompleksowo jak klientami z niepełnosprawnością?

Jak rozumiemy minimalizację naszego wpływu na środowisko naturalne?

**EKOLOGIA NA CO DZIEŃ
WPISANA W DNA BANKU**



43 oddziały

otrzymały certyfikat Zielone Biuro Fundacji Partnerstwo dla Środowiska – to najlepsza praktyka na tle sektora finansowego w Polsce.

Jesteśmy jedynym bankiem certyfikującym swoje oddziały.



**Oczekiwania
interesariuszy**

Wyjaśnienie dlaczego aspekt środowiskowy jest w działalności banku mniej istotny od pozostałych wraz ze wskazaniem, dlaczego tak jest.

Bezpośredni wpływ Banku Zachodniego WBK na środowisko jest niewielki. Jednak mając na uwadze obecny stan natury i to, co chcemy pozostawić dla następnych pokoleń, dbamy o aspekty środowiskowe, na które mamy choćby najmniejszy wpływ.



Kupując pamiętamy o ekologii

Prowadzona w banku polityka zakupowa uwzględnia aspekt środowiskowy. Zgodnie z procedurą wyboru dostawcy, wraz z zapytaniem ofertowym wysyłana jest do dostawcy ankieta dotycząca: odpowiedzialności społecznej oraz wpływu kupowanych towarów i usług na środowisko naturalne.

Już na etapie określania listy kryteriów zwracamy uwagę na aspekt ekologiczny nabywanych urządzeń, np. ich oszczędność poboru energii czy materiałów eksploatacyjnych.



Zmniejszamy wpływ środowiskowy naszej infrastruktury

Staramy się ograniczać lub neutralizować nasze najbardziej znaczące oddziaływanie – związane z użytkowaniem powierzchni biurowej.

Jesteśmy pierwszym bankiem w Polsce, który we współpracy z Fundacją Partnerstwo dla Środowiska przystąpił do certyfikacji oddziałów w ramach programu Zielone Biuro.



Jak działa Zielone Biuro?

Zielone Biuro jest miejscem przyjaznym nie tylko dla pracowników, ale też dla środowiska.

Uzyskanie Certyfikatu oznacza spełnienie całej listy wymagań.

W 2014 roku certyfikowaliśmy 10 oddziałów, które otrzymały status Zielonego Biura. Łącznie mamy już 43 takie placówki. W 2015 roku planujemy certyfikować kolejne 10.

W Zielonych Biurach:



mamy zainstalowane **perlatory wody**, dzięki którym ograniczamy jej zużycie;



segregujemy odpady – oddziały objęte programem posiadają stacje do segregacji nieczystości oraz zachęty do proekologicznych zachowań pracowników i klientów;



kupujemy **sprzęt przyjazny środowisku** oraz biodegradowalne środki czystości.

Oszczędzamy energię

Udział w projekcie i certyfikacja oddziałów przynosi wymierne korzyści, np. przez obniżenie całkowitego zużycia energii elektrycznej we wszystkich certyfikowanych oddziałach o około 4-5%, a tym samym i kosztów (dodatkowo przez racjonalne gospodarowanie materiałami eksploatacyjnymi).

Pod względem technicznym wszystkie oddziały certyfikowane wyposażone są w regulowaną instalację centralnego ogrzewania. Sprzęt biurowy posiada certyfikat Energy Star, a zainstalowane oświetlenie jest energooszczędne.

Instalujemy oświetlenie LED zamiast tradycyjnych świetlówek. Takie działanie może potencjalnie przynieść oszczędności energii nawet o 50–60% w stosunku do oświetlenia stosowanego dotychczas.

W 2014 roku zużycie energii elektrycznej wyniosło 39 423,25 MWh, a emisje pośrednie CO₂ związane z zakupem energii elektrycznej wyniosły 32 780,43 Mg/rok.

[G4-EN16, DMA zużycie energii]

Bezpośrednie i pośrednie zużycie energii przez organizację

[G4-EN3]

Całkowite zużycie energii z surowców nieodnawialnych (własnych bądź zakupionych)		Całkowite zużycie energii produkcji własnej lub zakupionej w podziale na: elektryczną, ciepłą	
gaz ziemny	20 224,26 (MWh)	energia elektryczna	39 423,25 (MWh)
olej opałowy	1,66 (MWh)	energia ciepła (w tym zużycie pary, zużycie energii chłodniczej)	20 225,92 (MWh)
olej napędowy	4,7 (MWh)		
Suma zużycia	20 230,62 (MWh)	Zużycie energii	59 649,17 (MWh)



Oczekiwania interesariuszy

Czy firma inwestuje w przyjazne systemy grzewcze? Jakie technologie wykorzystuje bank?

Instalacje grzewcze są wyposażone w termostaty, a budynki posiadają świadectwa charakterystyki energetycznej. W 2014 roku w związku ze spalaniem paliw grzewczych w budynkach wyposażonych w kotłownie grzewcze i opalanych gazem lub olejem opałowym, wyemitowaliśmy 4 345,624 Mg CO₂/rok.

[G4-EN15, DMA zarządzanie emisjami]

Podczas remontów wymieniamy systemy grzewcze na nowoczesne, energooszczędne urządzenia renomowanych firm. Jednocześnie poddajemy analizie możliwość przejścia z własnych kotłowni na miejskie ogrzewanie z MPC.

W każdym oddziale znajduje się aktualna książka obiektu budowlanego wraz z protokołami z przeglądów m.in. wentylacji, klimatyzacji, badania natężenia oświetlenia oraz obowiązująca instrukcja bezpieczeństwa pożarowego.

[G4-EN1, DMA materiały]

Wykorzystane surowce/materiały według wagi (t, m ³)	Łączne zużycie (waga/objętość) - w 2014 roku
gaz ziemny (m ³)	1 916 991,13
olej opałowy (m ³)	157,05
olej napędowy (m ³)	445,42
benzyna (m ³)	2 523,6
gaz samochodowy (m ³)	15,12
zamówiony papier certyfikowany i niecertyfikowany (t)	573,63

Segregujemy odpady

Do pomieszczeń socjalnych oddziałów objętych projektem wstawiono stacje do podstawowej segregacji odpadów: papier, szkło, plastik, a na sali operacyjnej, ze względów bezpieczeństwa, ustawiono ażurowe kosze do segregacji papieru i plastiku. W ten sposób zwiększamy świadomość proekologiczną wśród klientów. Odpady niebezpieczne, tj. zużyty sprzęt elektroniczny, tonery drukarskie czy świetlówki, odbierane są przez firmy zewnętrzne zgodnie z zawartymi umowami. Niepotrzebna dokumentacja bankowa jest z kolei przekazywana, przez pojemniki do bezpiecznego niszczenia, firmie zewnętrznej, która po bezpiecznym zniszczeniu wykorzystuje odzyskany surowiec ponownie.

Racjonalne zarządzanie materiałami eksploatacyjnymi to praktyka, której nawet nie musieliśmy wdrażać czy się uczyć. Każdy oddział dba bowiem o minimalne i często powtarzalne wykorzystywanie materiałów biurowych (np. segregatory, teczki) oraz papieru m.in. przez ustawiony w całym banku centralny dwustronny, czarno-biały wydruk papieru. To właśnie papier jest największym źródłem odpadów generowanych przez bank. Wykorzystujemy zintegrowane rozwiązania zarządzania dokumentacją. Rocznie kupujemy 573,63 tony papieru.



Oczekiwania interesariuszy

Jak w banku funkcjonuje recycling?

Nieaktualne materiały po zniszczeniu wykorzystywane są powtórnie. W 2014 roku 1 359,35 ton zużytego papieru ze wszystkich jednostek zostało przekazane do odzysku. Przygotowujemy się do pełnego przejścia na elektroniczny obieg dokumentów.

W wyrobieniu pozytywnych nawyków pomagają nam centralny system drukowania, wyposażony w funkcję zliczania stron wydrukowanych przez pracownika, a dodatkowo główny system zawierający wszystkie zeskanowane dokumenty dotyczące klientów nie posiada opcji „drukuj”.

[DMA materiały]

Zużywamy mniej wody

W Zielonych Biurach punkty poboru wody posiadają urządzenia ograniczające jej zużycie (sprężarki dwudzielne i perlatory). Kupujemy sprzęt przyjazny środowisku oraz biodegradowalne środki czystości.

Budujemy świadomość ekologiczną pracowników i klientów

Inicjujemy i wspieramy ekologiczne zachowania wśród pracowników banku. Przykładem tego może być zorganizowana we wrześniu 2014 roku akcja „Rowerem do banku” w związku z przypadającym na 22 września „Dniem bez samochodu”.

Akcja została rozpropagowana przez bankowy intranet i wzbudziła odzew wśród wielu wielobicieli dwóch kółek. Niektórzy przy sprzyjającej pogodzie korzystają z tego środka transportu nawet przez cały rok.



Oczekiwania interesariuszy

Pokazanie, działania w Banku Zachodnim WBK przez przedstawienie zmian postaw pracowników, dostawców, klientów.



Osobom dojeżdżającym do pracy rowerem proponujemy korzystanie ze stojaków. W 2014 roku zamontowaliśmy ich 30 w różnych lokalizacjach i sukcesywnie będziemy powiększać ich liczbę.

Przez uczestnictwo w programie Zielone Biuro zobowiązaliśmy się również do działań edukacyjnych naszych pracowników i klientów. Przeprowadzamy warsztaty, podczas których pracownicy oddziałów wypracowali kodeks dobrych praktyk proekologicznych oraz pomysły akcji dotyczących społecznej odpowiedzialności. W oddziale pojawiły się dodatkowo naklejki zachęcające do proekologicznych działań, a na wewnętrznych stronach internetowych uruchomiliśmy portal „Zielono mi”.

Ważnym aspektem jest budowanie świadomości ekologicznej również wśród klientów, np. przez wydruk potwierdzeń transakcji tylko na życzenie.



Oczekiwania interesariuszy

W jaki sposób bank ogranicza zużycie papieru przy procesach kredytowych? Jak bank zmniejsza zużycie papieru przez upraszczanie procedur?



Bank nowoczesny to bank,

w którym nieustannie dążymy do ograniczenia dokumentacji papierowej. Wdrażamy proste, niezawodne rozwiązania, których oczekują klienci i które umożliwia ustawodawca. Służą temu najnowsze technologie, urządzenia mobilne oraz dostęp do usług w kanałach elektronicznych, w których nasi klienci indywidualni, posiadający zdolność kredytową, mogą uruchomić środki z kredytu gotówkowego, limitu na koncie lub karcie kredytowej bez papieru i bez wizyty w Oddziale.

Paweł Wieczorek

Członek Zarządu Banku Zachodniego WBK
nadzorujący Pion Technologii



Wykorzystujemy nowe samochody o najniższej emisji CO₂ – to zapewnia mniejsze zużycie paliwa

Rozważamy wdrożenie do eksploatacji samochodów z oszczędnym silnikiem typu ecoboost zapewniającym mniejsze zużycie paliwa bez negatywnego wpływu na osiągi. Posiadamy już samochody marki Volkswagen z silnikami bluemotion. System start-stop pozwala obniżyć zużycie paliwa ok. 5–8% – wyraźnie ogranicza emisję gazów. Nowe samochody wyposażone są w układy wydechowe zaopatrzone w nowoczesne systemy katalityczne – obniżenie emisji spalin, zgodnie z normą Euro 5.

Nie bez znaczenia jest również gospodarka ogumieniem w naszej korporacji – posiadamy wysoko wykwalifikowaną firmę, która oprócz zaopatrzenia i serwisowania, utylizuje w sposób profesjonalny zużyte ogumienie chroniąc tym samym środowisko.

Nie eksploatujemy samochodów starszych niż 4 lata, co przekłada się na racjonalną gospodarkę kosztami – nie tylko paliwa czy olejów smarowych, ale również części wykorzystywanych w naprawach samochodów. Głównie ograniczamy się do wykonywania przeglądów zalecanych przez gwaranta, co pozwala na minimalizację kosztów w gospodarce odpadami.



Oczekiwanie
interesariuszy

Czy flota firmowa jest ekologiczna?

Ograniczamy częstotliwość podróży służbowych, promujemy wspólne przejazdy i wykorzystanie przyjaznych środowisku środków transportu. Emisja dwutlenku węgla związana z transportem w Banku Zachodnim WBK w 2014 roku wyniosła w sumie 7 067,610 Mg CO₂/rok.

[G4-EN17, DMA transport, G4-EN30]

Bank Zachodni WBK wybierając miejsca na nową siedzibę w Warszawie szukał budynku, który spełniałby najwyższe standardy jeśli chodzi o ochronę środowiska.

Inwestycją, która w pełni odpowiadała na nasze oczekiwania okazał się budynek Atrium One zaprojektowany i wybudowany przez firmę Skanska. Jest to jeden z najbardziej zielonych budynków w Polsce.

Wykorzystuje rozwiązania technologiczne unikatowe w tej szerokości geograficznej, które znacznie redukują zużycie energii oraz wody. Zastosowanie najnowocześniejszych rozwiązań pozwoliło na uzyskanie certyfikacji LEED na najwyższym platynowym poziomie,



Oczekiwania interesariuszy

Pokazanie, że partnerska współpraca w wybranych obszarach na rzecz środowiska może zmniejszać koszty w Banku Zachodnim WBK. Jakie zewnętrzne działania prowadzi bank, np. mające na celu wsparcie firm ekologicznych?

co jest potwierdzeniem jakości oraz zapewnieniem optymalnego środowiska pracy dla użytkowników budynku.

W ramach Grupy Kapitałowej Santander wypracowana została nowa polityka środowiskowa. Pozwoliła ona na wdrożenie zobowiązań wypracowanych w ramach inicjatywy BEI (Banking Environment Initiative), w której obok Grupy Santander uczestniczy globalnie 10 innych banków. Trzy kluczowe obszary, w które angażujemy się jako Bank Zachodni WBK, to:



Oczekiwania interesariuszy

Czy bank stawia lub zamierza postawić sobie mierzalny cel na rzecz zmniejszenia swojego wpływu na środowisko o „X” %?



**zmniejszenie
emisji CO₂,**



**zwiększenie udziału
energii elektrycznej
pozyskiwanej
z odnawialnych źródeł,**



**zmniejszenie
zużycia papieru.**

Obecnie Grupa pracuje nad planem efektywności energetycznej (20-20-15), w związku z czym naszym wspólnym grupowym celem na 2015 rok będzie:



**zmniejszenie
zużycia energii
o 20%
w stosunku
do 2011 roku,**



**zmniejszenie
poziomu emisji CO₂
o 20%
w stosunku
do 2011 roku.**

NAJWAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA 2014 ROKU I PLANY NA 2015



Chcemy być organizacją, w której ludzie pracują z pasją, są zaangażowani oraz mogą rozwijać i doskonalić swoje umiejętności. Strategia na najbliższe lata zakłada stworzenie angażującego środowiska pracy przez:

- umacnianie kultury organizacyjnej opartej na 3 fundamentach: kulturze dialogu, współpracy oraz realizacji inicjatyw pracowników przez nich samych,
- rozwój kadry menedżerskiej, która ma wspierać pracowników w osiągnięciu krótko- i długoterminowych celów.

Dążymy do zwiększenia efektywności organizacji, poszukując rozwiązań zapewniających nam równowagę między pracą a życiem prywatnym. Jednocześnie zauważamy, że kwestią istotną dla interesariuszy (na którą duży nacisk kładzie też Unia Europejska), jest różnorodność. Obecnie pracujemy nad jeszcze lepszym spożytkowaniem korzyści płynących z tego zjawiska.

W ramach strategii zrównoważonego rozwoju dla naszego banku zdefiniujemy również cele środowiskowe.

Beata Daszyńska-Muzyczka

Čłonek Zarządu nadzorująca
Pion Partnerstwa Biznesowego



Jednym z naszych kluczowych zobowiązań w obszarze zrównoważonego rozwoju jest odpowiedzialne zarządzanie ryzykiem. Bank aktywnie wychodzi naprzeciw wprowadzanym przez międzynarodowy i krajowy nadzór regulacjom i dobrym praktykom, które ograniczają ryzyka wynikające z prowadzenia działalności bankowej.

Nasz Obszar Zapewnienia Zgodności bierze udział m.in. w pracach mających na celu wdrożenie wymogów Komitetu Bazylejskiego ds. Nadzoru Bankowego, które dotyczą zasad efektywnego gromadzenia danych nt. ryzyka oraz procesu raportowania ryzyka. Podobnie jesteśmy uczestnikiem nowego projektu Grupy Santander – Corporate Data Protection Methodology, obejmującego samoocenę ryzyka banku związanego z ochroną danych osobowych oraz monitoring ryzyk (przeprowadzona przez nas pierwsza samoocena nie wykazała niepokojących niezgodności czy luk). Pracujemy również nad implementacją modelu zapobiegania ryzyku odpowiedzialności karnej. Dążymy do wdrożenia w Grupie BZ WBK skutecznych

mechanizmów kontrolnych, mających na celu zapobieganie, wykrywanie oraz zarządzanie ryzykiem odpowiedzialności karnej banku za przestępstwa popełnione przez pracowników. Dokładnie też monitorujemy i analizujemy regulacje wewnętrzne obowiązujące w naszym Domu Maklerskim.

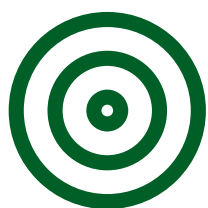
W 2014 roku bank zrealizował działania dostosowawcze do Rekomendacji U dotyczącej dobrych praktyk w zakresie bancassurance. W ramach Związku Banków Polskich aktywnie uczestniczyliśmy w pracach grupy roboczej ds. FATCA w zakresie rekomendacji dotyczących interpretacji/ implementacji FATCA (FATCA to amerykańskie prawo, które nakazuje zbieranie danych o podatnikach za granicą). Wypracowane przez nas rekomendacje będą miały bezpośrednie przełożenie na wdrożenie FATCA do polskiego prawa.

W 2015 roku czekają nas kolejne dostosowania w obszarze zarządzania ryzykiem. Zamierzamy m.in. wdrożyć wymogi wynikające z unijnych aktów prawnych: dyrektywy MiFID II i rozporządzenia MiFIR (regulujących szeroki zakres usług inwestycyjnych oraz instrumentów finansowych). Wprowadzimy też ocenę ryzyka przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu oraz globalne zarządzanie sankcjami finansowymi. Finalizujemy działania związane z implementacją tzw. Zasady Volckera (Volcker Rule Compliance Program). Reguła ta zakazuje inwestowania przez banki na rynkach finansowych z użyciem kapitału własnego.

Marcin Prell

Čłonek Zarządu nadzorujący
Pion Prawny i Zapewnienia Zgodności





Naszym celem jest

wpływanie na otoczenie poprzez wyzwalamie potencjału społecznego oraz działania na rzecz wyrównywania szans grup znajdujących się w słabszej i trudniejszej sytuacji życiowej, w tym osób z niepełnosprawnością.



4.

Inwestycje społeczne

W jaki sposób wspieramy edukację i rozwój nauki?

W jaki sposób dbamy o pełny udział osób z niepełnosprawnością w codziennym życiu i wyrównywanie szans?

W jaki sposób budujemy społeczeństwo obywatelskie?

Inwestycje społeczne

[DMA pośredni wpływ ekonomiczny, G4-EC7]



**Oczekiwania
interesariuszy**

Jakie problemy społeczne chce rozwiązać Bank Zachodni WBK? Dlaczego bank koncentruje się akurat na tych, a nie innych działaniach?

Od kilkunastu lat bank i Fundacja Banku Zachodniego WBK im. Stefana Bryły realizują programy na rzecz edukacji w szkołach i na uczelniach wyższych oraz szerzą świadomość finansową wśród społeczeństwa.

Nasze inicjatywy kierujemy zarówno do dzieci i młodzieży, jak i do dorosłych. Naszym celem jest pobudzenie ducha przedsiębiorczości oraz aktywności obywatelskiej wśród społeczności lokalnych.

[DMA społeczność lokalna]

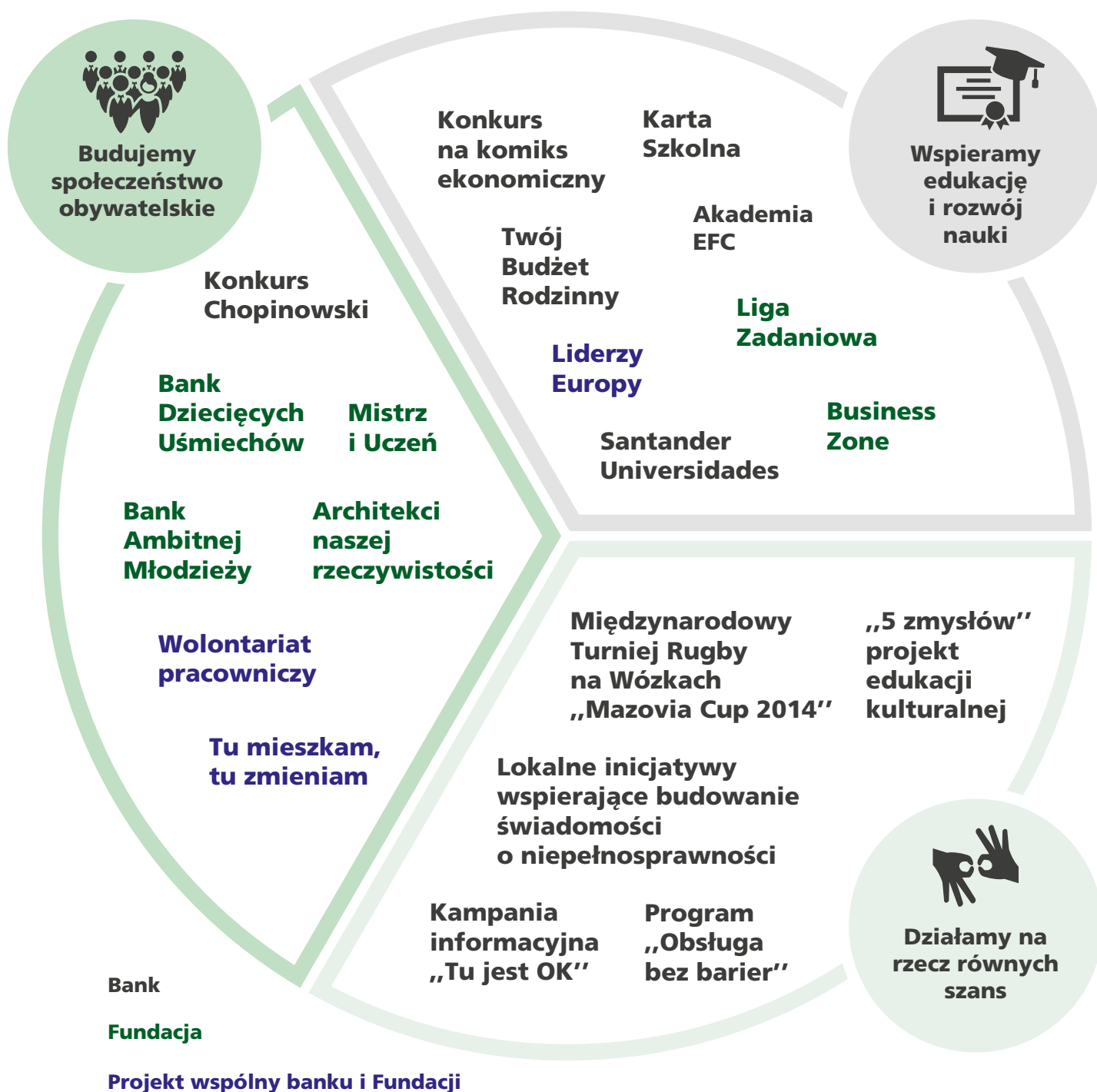


Najważniejsze projekty społeczne realizowane przez Bank Zachodni WBK oraz Fundację Banku Zachodniego WBK im. Stefana Bryły



Oczekiwania interesariuszy

Prośba o wyraźne rozgraniczenie działań społecznych prowadzonych przez Fundację oraz działań realizowanych przez bank.





Oczekiwania interesariuszy

Jakie efekty przyniosły dotychczasowe społeczne działania edukacyjne?

Jaka jest ich wartość dodana?

Jakie są plany i cele poszczególnych projektów na kolejny rok?

Jak podkreślał **Peter Drucker**, jeden z najwybitniejszych myślicieli i teoretyków zarządzania w XX wieku:

**Nie można
zarządzać
czymś, czego
się nie mierzy.**



Dlatego w raporcie społecznym za 2013 rok zadeklarowaliśmy, że kluczowym wyzwaniem na kolejny rok będzie dla nas pokazanie wpływu oraz bezpośrednich i pośrednich efektów naszych działań w postaci mierzalnej.

Wywiąaliśmy się z tego zobowiązania.

W 2014 roku podjęliśmy decyzję o zmierzeniu efektów prowadzonych działań. Badaniem objęto programy: **Karta Szkolna, gry i komiksy edukacyjne, Santander Universidades i Obsługa bez Barier.**

Jest to jedna z pierwszych w Polsce analiz wpływu programów prowadzonych w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Pozwoliło nam to na dokładną identyfikację: **celów, nakładów, efektów i wpływu prowadzonych programów.** Badanie wymagało przeprowadzenia licznych analiz, ankiet, wywiadów. Ważnym elementem prac była sesja dialogowa z udziałem interesariuszy banku. Wartością dodaną było wypracowanie rekomendacji dotyczących zwiększenia wpływu prowadzonych programów.

Bank Zachodni WBK jako jedna z niewielu firm na polskim rynku zdecydował się na zmierzenie wpływu bezpośredniego i pośredniego swoich działań społecznych na otoczenie. Cieszy nas, że bank sprawdza, jaki jest wynik realizowanych programów społecznych, jaką wartość i zmianę przynoszą one interesariuszom. Z perspektywy doskonalenia działań niezwykle istotne jest podejmowanie dialogu z beneficjentami i i środowiskami zaangażowanymi w inicjatywę banku.

Gratulujemy inicjatywy.



Irena Pichola

Partner Deloitte,
Lider Zespołu Sustainability
Consulting Central Europe



W jaki sposób wspieramy edukację i rozwój nauki?



Edukujemy z zakresu wiedzy finansowej

Edukacja i wiedza finansowa mają kluczowe znaczenie w dorosłym życiu. Należy je krzewić od najmłodszych lat. Dlatego nasze kompetencje wykorzystujemy przy współpracy ze szkołami i uczelniami wyższymi, gdzie prowadzimy inicjatywy promujące wiedzę i przedsiębiorczość oraz pozytywne wzorce społeczne.

Wiemy, że jest wiele do zrobienia, ponieważ badanie OECD z 2012 roku pokazało, że poziom edukacji finansowej Polaków na tle innych państw europejskich jest bardzo niski.



Wspieramy rozwój polskich uczelni wyższych

Polska nie posiada obecnie spójnej polityki rządowej w zakresie promowania świadomego korzystania z produktów i usług finansowych. Dlatego jako instytucja reprezentująca ten sektor czujemy się odpowiedzialni za właściwą edukację naszych obecnych i przyszłych klientów.

W tym celu konsekwentnie realizujemy działania edukacyjne skierowane do uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, jak również do osób dorosłych.

KARTA SZKOLNA – WSPIERAMY BEZPIECZEŃSTWO W SZKOŁACH

Przez program wpływamy na:



zwiększanie bezpieczeństwa uczniów w szkołach oraz samych placówek edukacyjnych;



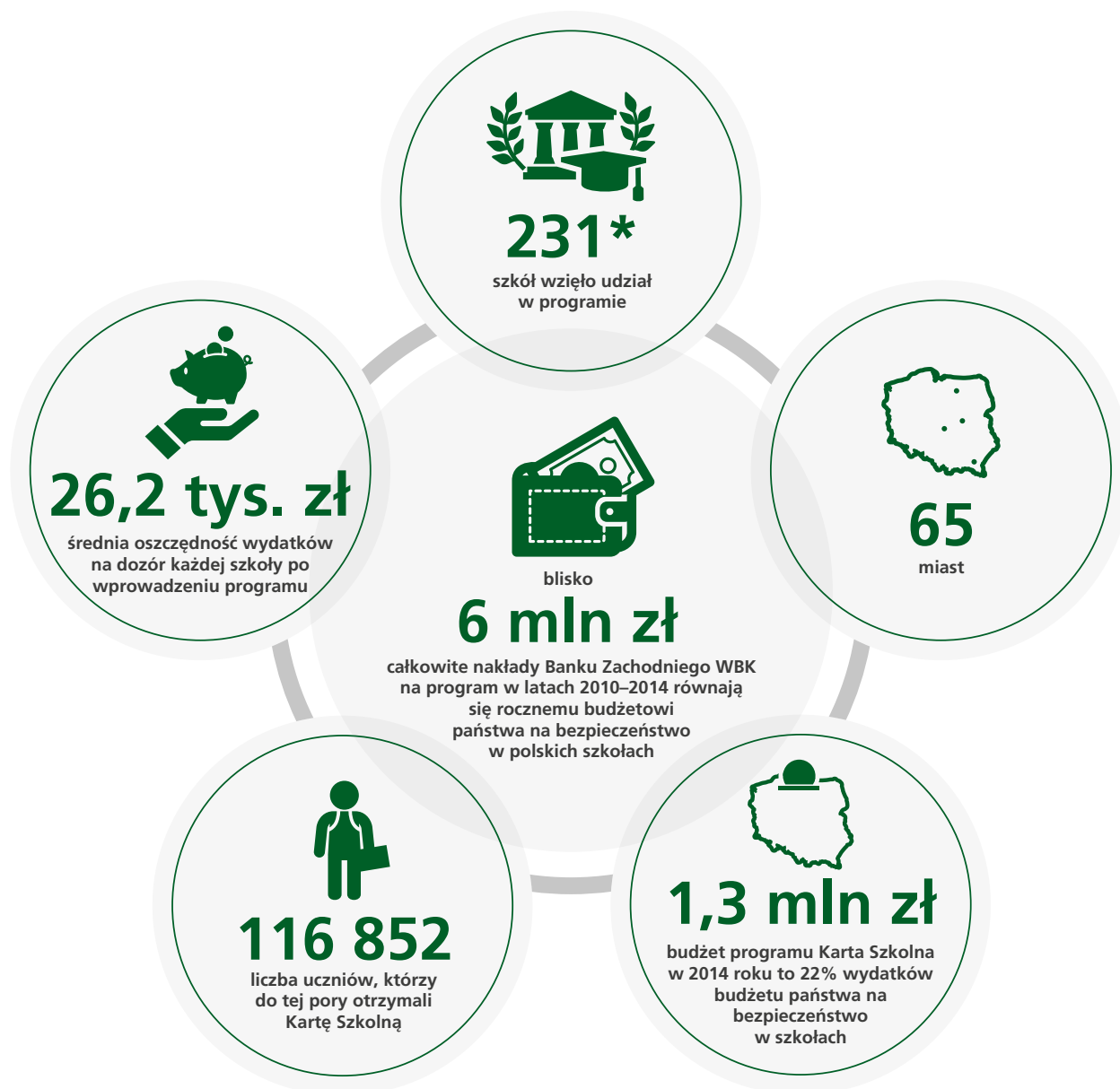
poszerzanie wiedzy z zakresu edukacji ekonomicznej;



wzrost zapotrzebowania na karty płatnicze i częstotliwość korzystania z nich, jak i innych produktów i usług bankowych;



oswajanie dzieci i młodzieży z uczestnictwem w obrocie bezgotówkowym.



*podana liczba odzwierciedla stan na czerwiec 2015; na koniec 2014 roku liczba szkół uczestniczących w programie wynosiła 179.

Na czym polega program?

Program Karta Szkolna łączy dwa elementy: zwiększanie bezpieczeństwa oraz edukację ekonomiczną dzieci i młodzieży. Bank wyposaża i przekazuje na własność szkoły system, który pozwala na kontrolę dostępu do pomieszczeń szkolnych (czytniki kart przy drzwiach), dzięki czemu uniemożliwia wstęp na teren szkoły osobom nieuprawnionym.

Karty poza funkcją dostępową mają także funkcję płatniczą (są to karty pre-paid), co pozwala uczniom na poznawanie i oswajanie się z nowoczesnym systemem bankowym. Istotnym elementem programu jest edukacja finansowa uczniów.

Każda szkoła, która należy do programu, objęta jest specjalnym programem lekcji z zakresu wiedzy finansowej, które prowadzą wolontariusze z banku.



Jak to działa w praktyce?

Karta Szkolna, dzięki technologii EMV opartej na chipach, pozwala dodawać i łączyć w sobie wiele funkcji, tj.:

- identyfikacyjną (dawna funkcja tarczy szkolnej),
- dostępową (umożliwia wejście do budynku szkoły),
- płatniczą (umożliwia mikropłatności, zakupy internetowe, podgląd rachunku w internecie dla rodziców),
- zintegrowania karty z systemem bibliotecznym lub np. karnetem na basen.

Ocena programu przez uczestników:



**Wzrost
bezpieczeństwa**

98,4%

dyrektorów szkół postrzega podniesienie bezpieczeństwa w szkole jako najważniejszy powód udziału w programie



**Poszerzanie edukacji
ekonomicznej**

90,3%

dyrektorów szkół postrzega walor edukacyjny jako najważniejszy powód udziału w programie



**Wzmocnienie wizerunku szkół
w otoczeniu lokalnym**

według **81%**

respondentów szkoły, w których prowadzony był program, są postrzegane jako „bardziej innowacyjne od innych w naszym mieście”

Wnioski i cele na przyszłość:

W ramach badania wpływu przeprowadzono ankietę, która pozwoliła nam wyodrębnić te elementy programu, które powinny zostać wzmocnione w przyszłości, ponieważ nie przynoszą jeszcze oczekiwanych rezultatów. Dodatkowo zaprosiliśmy interesariuszy do dialogu, aby dalej wspólnie doskonalić program Karta Szkolna.



GRY I KOMIKSY EDUKACYJNE – ROZSZERZAMY ŚWIADOMOŚĆ EKONOMICZNĄ

Przez program wpływamy na:



zwiększenie poziomu wiedzy związanej z odpowiedzialnym korzystaniem z kredytów bankowych (konsumpcyjnych oraz hipotecznych)

rozwój umiejętności racjonalnego gospodarowania budżetem domowym

popularyzację wiedzy na temat oszczędzania i inwestowania

przeciwdziałanie wykluczeniu finansowemu przez propagowanie wiedzy finansowej

wzmocnienie edukacji dotyczącej prowadzenia działalności gospodarczej

popularyzację wiedzy na temat światowej gospodarki finansowej, podstawowych zagadnień ekonomicznych oraz globalnych konsekwencji niewłaściwych decyzji kredytowych

Stawiamy na wysoki poziom merytoryczny treści, ale również na innowacyjną i atrakcyjną formę przekazu.

Dobrym sposobem jest nauka przez zabawę. Taką funkcję pełnią gry edukacyjne dla różnych grup: **Business Zone**, **Twój Budżet Rodzinny** oraz **Liderzy Europy**.

Uczestnicy gier online Twój Budżet Rodzinny i Business Zone

spędzili w sumie

8 700 godzin,

grając i ucząc się jednocześnie.

5 662

kont użytkowników gry
Twój Budżet Rodzinny

2 308

lekcji z wykorzystaniem
gry **Liderzy Europy**

4 000

sztuk komiksów
rozesłanych do szkół

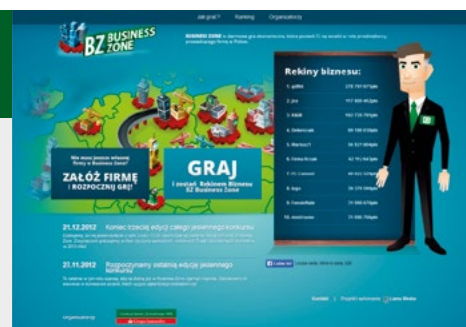
3 000

uczestników
Business Zone

BUSINESS ZONE

<http://business-zone.com.pl>

Zadaniem gry jest kreowanie przedsiębiorczości. Internetowy system prowadzi ranking najlepszych użytkowników. Odbyło się już 9 edycji konkursowych gry (po 3 edycje w 3 turach). Do gry **Business Zone** można przystąpić w dowolnym momencie (nie ma wtedy możliwości udziału w edycji konkursowej). W systemie zarejestrowało się ponad **3 000** uczestników.



KOMIKS EKONOMICZNY

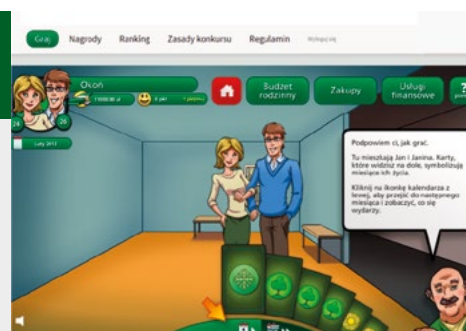
Projekt jest realizowany we współpracy z Fundacją Forum Obywatelskiego Rozwoju. Najlepsze i najciekawsze komiksy wyłonione w drodze konkursu są następnie wydawane w postaci zbiorczej publikacji. Drukowane komiksy wraz ze scenariuszami lekcji przedsiębiorczości, przygotowanymi przez metodyków, trafiają do szkół. Komiks co roku dystrybuowany jest m.in. w placówkach biorących udział w programie Karta Szkolna, realizowanym przez bank.



TWÓJ BUDŻET RODZINNY

<http://twojbudzetrodzinny.pl>

Edukuje i uczy jak racjonalnie gospodarować pożyczonymi pieniędzmi i uniknąć nadmiernego zadłużenia. W systemie zarejestrowanych jest **5 662** kont użytkowników gry.



LIDERZY EUROPY

Gra planszowa dla uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych przekazuje wiedzę o globalnej gospodarce rynkowej. Jest prowadzona w szkołach przez wolontariuszy z banku.





356 961 zł

równowartość
kosztu korepetycji



8 700

godzin gier uczących
zarządzania pieniędzmi



288 312 zł

suma pieniędzy przeznaczonych
przez Bank Zachodni WBK
na wszystkie projekty
edukacji finansowej
w 2014 roku

Ocena programów przez uczestników:

Respondenci wykazali, że gry edukacyjne mają wpływ na kształtowanie:

91% respondentów wskazało, że gry edukacyjne mają wpływ na kształtowanie przedsiębiorczości

87% kreatywności

84% postaw obywatelskich

83% poprawę komunikatywności

81% posługiwania się nowymi technologiami

80% umiejętności pracy w grupie

Przeprowadzono również analizę wyników wpływu gier online na wiedzę i umiejętności ich użytkowników. Statystyki wskazują, że poprawność odpowiedzi użytkowników w toku gry znacząco się zwiększyła. W kategorii „Pożyczki” poprawność odpowiedzi wyniosła **69%** (wzrost o **24%** w porównaniu z wynikami na początku gry). W kategorii „Inwestycje” poprawność odpowiedzi wynosiła **71%** (wzrost o **25%**). W kategorii „Budżet domowy” poprawność odpowiedzi to **76%** (wzrost o **18%**).



Oczekiwania interesariuszy

Odnosić się do wyzwań oraz problemów całej branży,
np. do przypadku AMBER GOLD.



Zdajemy sobie sprawę, że działania branży – jej potknięcia i wypadki, mogą rzutować na odbiór i zaufanie do całego sektora finansowego. Dlatego od wielu lat jednym z naszych priorytetów jest troska o stały wzrost świadomości ekonomicznej wśród Polaków, a tym samym kształtowanie pozytywnych nawyków potrzebnych do rozsądnego, bezpiecznego zarządzania środkami i korzystania z produktów finansowych. W 2015 roku planujemy rozwój naszych narzędzi edukacji finansowej o dedykowany serwis internetowy. W każdym działaniu widzimy szansę na pogłębianie wiedzy ekonomicznej naszych klientów.

Katarzyna Teter

Menedżer ds. społecznej odpowiedzialności biznesu



SANTANDER UNIVERSIDADES – WSPIERAMY SZKOLNICTWO WYŻSZE

Przez program wpływamy na:



rozwój kontaktów
i wymiany wiedzy
z zagranicznymi uczelniami



dostarczanie
innowacyjnych
rozwiązań



wspieranie badań
naukowych oraz ich
komercjalizacji



wzmacnianie idei
przedsiębiorczości, rozwój
mobilności studentów
i pracowników szkół
wyższych

**Santander
Universidades
na świecie:**



1 175

uczelnia bierze
udział w programie



4 000

projektów



w **20**
krajach



1 200

umów realizowanych
w ramach programu
z uczelniami
z całego świata



**Santander
Universidades
w Polsce:**



54

uczelnia bierze
udział w programie



14

uczelnia dołączyła do
programu w 2014 roku



w **25**

uczelniach obecnie
są prowadzone:

73

projekty w oparciu o finansowanie
Santander Universities



5 mln zł

w latach 2011– 2014
Bank Zachodni WBK
wydał na realizację
Santander Universities



64%

badanych odpowiedziało, że
współpraca w ramach projektu
realizowanego dzięki Santander
Universidades zaowocowała
nowymi pomysłami badawczymi.



Czym jest Santander Universities?

Jesteśmy globalną inicjatywą, która przez 18 lat swojej działalności zrzeszyła tysiące czołowych jednostek uniwersyteckich w jednym wspólnym celu – zapewnienia rozwoju edukacji. Bank podpisał ponad 1 175 umów o współpracy z uniwersytetami w Ameryce Północnej i Południowej, Azji, Afryce oraz Europie. Współpraca bazuje na przekonaniu, że najlepszym sposobem stymulowania wzrostu oraz rozwoju społeczno-gospodarczego jest wspieranie edukacji uniwersyteckiej oraz programów badawczych.



Według badań Varkey Foundation i UNESCO, Banco Santander zajmuje pierwsze miejsce wśród firm Global Fortune 500 w zakresie promowania edukacji.

W Polsce Santander Universidades uruchomiony został w grudniu 2011 roku i funkcjonuje w ramach działań Banku Zachodniego WBK. Przez 3 lata, Polska dywizja Santander Universidades rozpoczęła współpracę z ponad 50 kluczowymi uczelniami w naszym kraju. Polskie uniwersytety aktywnie korzystają z możliwości jakie daje Santander Universidades.

Jedną z fundamentalnych praktyk Santander Universidades, jest wspieranie indywidualnych programów badawczych z zakresu przedsiębiorczości, rozwoju badań naukowych, szczególnie w zakresie nowych technologii, mobilności studentów oraz pracowników, a także rozwoju networkingu.

Drugą najważniejszą korzyścią jest możliwość wymiany wiedzy na ogólnoswiatowym poziomie dzięki dedykowanym programom globalnym.

Ich organizatorami są najlepsze światowe uczelnie. Realizacja projektów z wielu zróżnicowanych płaszczyzn pozwala nam w pełni zaangażować się w życie badawcze każdej z uczelni.

Wszyscy studenci należący do uniwersytetów współpracujących z Santander Universidades mają możliwość udziału w dedykowanych programach stypendialnych. Promowanie najlepszych studentów w naszym przypadku oznacza długofalową inwestycję w przyszłość liderów.

Niezależnie od formy jaką przybiera nasze wsparcie, zawsze staramy się aby to Santander Universidades stał za innowacyjnością rozwiązań w środowisku akademickim.



Pomagamy uczelniom godzić cele edukacyjne z oczekiwaniami rynku pracy



Działalność Santander Universidades pokazuje, że istnieje możliwość połączenia świata biznesu i nauki. Postawiliśmy na środowisko akademickie ponieważ jest to realna inwestycja w naszą przyszłość. Staramy się wzmacniać inicjatywy młodego pokolenia.

Jednym z naszych strategicznych kierunków jest wsparcie przedsiębiorczości studentów i ich współpracy z biznesem – co jak liczymy – będzie realną inwestycją w rozwój polskiej gospodarki.

Michał Kuczmierowski
Dyrektor Santander Universidades w Polsce



Do końca 2018 roku Grupa Santander planuje przeznaczyć

700 mln EUR

na projekty uczelni zrzeszonych wokół idei Santander Universidades.

Programy Globalne

Organizowane przez najlepsze światowe uczelnie, takie jak: Harvard Law School, Uniwersytet Browna, Uniwersytet Kalifornijski, Uniwersytet w Pensylwanii, Uniwersytet Narodowy w Singapurze czy Uniwersytet w Kolonii. Programy globalne dają możliwość wymiany myśli, wiedzy i doświadczeń na najwyższym światowym poziomie.



Oczekiwania interesariuszy

Dodatkowe informacje jakie projekty tematyczne są realizowane w ramach Santander Universidades?

9
w roku 2012



59

uczestników
z Polski wzięło
do tej pory udział
w Programach
Globalnych

16
w roku 2013

34

w roku 2014

Projekty indywidualne

Uczelnie, w oparciu o umowy i dofinansowanie z Santander Universidades, prowadzą indywidualne projekty z zakresu przedsiębiorczości, rozwoju nowych technologii, zwiększania mobilności studentów oraz pracowników, a także rozwoju networkingu i wymiany wiedzy na ogólnoswiatowym poziomie.



2013



40

uczelni



56

prowadzonych
projektów

2014



54

uczelnie



73

prowadzonych
projektów

Projekt badawczy „Zwiększenie samokontroli i racjonalności w zachowaniach konsumenckich”

oparty o realizację eksperymentalnych badań naukowych i podjęcie działań praktycznych, dotyczących czynników służących zwiększaniu racjonalności zachowań konsumenckich (Szkola Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie).

Akcelerator Przedsiębiorczości Akademickiej Santander Universidades

merytoryczne wsparcie pojedynczych przedsięwzięć w obszarze inteligentnych rynków i współpracy międzynarodowej przy wykorzystaniu posiadanego doświadczenia, a także doskonalenie talentów, dzięki szkoleniom specjalistycznym. Jednym z kluczowych zadań projektu było spopularyzowanie metody tworzenia modeli biznesowych wśród studentów, absolwentów, doktorantów oraz pracowników naukowych z całej Polski, które pomagają osiągnąć przewagę konkurencyjną na rynku (Politechnika Śląska).

„Vistula Eduness Summer School”

projekt popularyzujący nowoczesne koncepcje związane z zarządzaniem usługami (w biznesie i w administracji publicznej) według filozofii „Design Thinking” (Akademia Finansów i Biznesu Vistula).

Akademia Leona Koźmińskiego „Street Law”

studenci Kolegium Prawa Akademii Leona Koźmińskiego, pod okiem opiekuna, przygotowują i przeprowadzają warsztaty o prawie dla uczniów szkół licealnych. Celem projektu jest poszerzanie świadomości prawnej młodych ludzi i przekazywanie im podstawowych umiejętności, np. sporządzania prostych pism procesowych.

Programy stażowe i stypendialne

Studenci wyróżniający się ponadprzeciętnymi wynikami w nauce otrzymują Nagrody Santander Universities. W 2014 roku wyróżniono w ten sposób

15 studentów.



Produkty i usługi dla segmentu uniwersyteckiego

Smartcard

Jednym z kluczowych efektów współpracy Santander Universities oraz środowiska akademickiego stało się wypracowanie **Elektronicznej Legitymacji Studenta i Doktoranta Smartcard**.

Jej pierwotnym założeniem było połączenie akademickiego dokumentu tożsamości z możliwością aktywacji aplikacji bankowej, umożliwiającej m.in. płatności zbliżeniowe.

Obecnie rozwijana jest ona na wszystkie możliwe sposoby w zależności od potrzeb uniwersytetów, jak i samych studentów oraz doktorantów. Smartcard może łączyć w sobie funkcje karty bibliotecznej, podpisu elektronicznego, elektronicznego dziennika obecności, dostępu do programów rabatowych czy karty wstępu na uczelnię.

Wymienione funkcje to jedynie część właściwości, jakie obecnie posiadają karty Smartcard na świecie. Do zeszłego roku wydano ponad **6 milionów** Elektronicznych Legitymacji tego typu na całym świecie.

W 2014 roku bank jako pierwszy wydał 40 000 legitymacji z nieaktywną funkcją płatniczą na 7 uczelniach.

EFEKTY SANTANDER UNIVERSIDADES

Dzięki prowadzonym programom, poszczególne grupy beneficjentów Santander Universities uzyskują określone korzyści:

		
Studenci / absolwenci	Pracownicy naukowcy	Uczelnie
• zdobywają doświadczenia w ramach realizowanych badań/projektów naukowych • pogłębiają wiedzę w wybranych przez siebie dziedzinach • zwiększają swą mobilność – częściej uczestniczą w projektach o charakterze międzynarodowym • zdobywają doświadczenia w ramach odbywanych staży • są lepiej przygotowani do pracy po ukończeniu studiów • nawiązują międzynarodowe kontakty • poznają markę Banku Zachodniego WBK	• zdobywają doświadczenia w ramach realizowanych badań/projektów naukowych • pogłębiają wiedzę w wybranej przez siebie dziedzinie • zwiększają mobilność • nawiązują międzynarodowe kontakty • poznają markę Banku Zachodniego WBK	• podnoszą swój prestiż • uzyskują dodatkowe środki finansowe na realizację badań • uczestniczą w międzynarodowych projektach

Bieżącym problemem, z którym mierzą się polskie uczelnie jest pozyskiwanie grantów europejskich. W 2012 roku,

z 800 mln euro,

które przyznała i rozdzieliła Europejska Rada ds. Badań Naukowych (ERC) tylko jeden – na 538 – trafił do Polski.

W latach 2007-2013 polscy naukowcy zdobyli

11 grantów

przyznawanych przez ERC.

61%

respondentów zadeklarowało, że w przypadku braku finansowania z Santander Universities ich projekt badawczy lub studia zagraniczne na pewno nie doszłyby do skutku

73%

uczestników ankiety uważa, iż udział w projektach w ramach Santander Universities odegrał kluczową lub istotną rolę w ich karierze naukowej

89%

respondentów wskazało na pozyskane nowe kontakty naukowe, jako na bardzo istotną lub decydującą korzyść z udziału w programie

90%

respondentów poleca udział w aktywnościach Santander Universities innym osobom

Plany na przyszłość:

Chcemy wspierać współpracę między uczelniami w zakresie pozyskiwania grantów oraz funduszy unijnych jak również rozwijać program stypendialny Santander Universidades, zwiększając tym samym konkurencyjność naszych studentów na arenie międzynarodowej.

Dążymy również do opracowania spójnej strategii rozwoju Santander Universidades (priorytety, tematy, kryteria wyboru projektów), tak by nakierować beneficjentów środków na konkretne efekty.

Takie podejście pozwoli efektywniej policzyć i komunikować efekty/wpływ, co mieści się również we wcześniej przyjętych przez nas założeniach dotyczących wprowadzenia mierzalności podejmowanych przez nas działań.

GRAND TOUR – POZNAJ SAMEGO SIEBIE!

Idea zapoczątkowanego przez nas programu czerpie bezpośrednią inspirację z XVII-wiecznego zwyczaju podróży, która służyła wszystkim młodym intelektualistom za drogę do pozyskania niezbędnej wiedzy o otaczającym ich świecie i kulturze. Program samodoskonalenia studentów, realizowany w ramach Santander Universidades, daje możliwość 12 uczestnikom poznania samych siebie w nietypowych sytuacjach. Każdy dzień jest nowym wyzwaniem i doświadczeniem dającym możliwość wyciągnięcia wniosków na przyszłość.

Jak działa Grand Tour?

Program składa się z 6 części związanych bezpośrednio z konkretnymi kompetencjami, które są ważne zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym, tj. komunikacja, otwartość na uczenie się i stały rozwój, aktywność i zaangażowanie, elastyczność i zdolność do adaptacji, umiejętność pracy w zespole, dążenie do osiągania rezultatów. Podjęte przez nas działania odpowiadają na potrzebę kształcenia liderów społecznych, ludzi świadomych własnej wartości, którzy poznają termin „odpowiedzialność” w wielu wymiarach jednocześnie. Każdego dnia uczestnicy Grand Tour zostają postawieni przed nowymi wyzwaniami, które nawiązują do 3 różnych głównych ról w życiu: Obywatela, Człowieka, Pracownika/Przedsiębiorcy. **Grand Tour stanowi przykład praktyki innowacyjnej na skalę całej grupy Santander.**



Oczekiwania interesariuszy

Przykłady działań wspierających zaangażowanie społeczne studentów.



Wyjątkowość warsztatów Grand Tour kryje się m.in. w tym, że są to przede wszystkim spotkania z ludźmi, którzy w swoim życiu kierują się pasją i chcą dzielić się nią z innymi. Przez cały tydzień odwiedzaliśmy małe i duże przedsiębiorstwa i rozmawialiśmy z ich kadrą kierowniczą. Mieliśmy również możliwość poznać pracowników organizacji państwowych, oraz zaznajomić się z pracą organizacji pożytku publicznego. W pamięć zapadła mi praca i dzień spędzony w Zakładzie Opiekuńczo-Leczniczym Fundacji Światło w Toruniu. Była to bez wątpienia najbardziej przejmująca chwila.

Tygodniowy warsztat miał nas nauczyć dobrej komunikacji i odpowiedzi na pytanie „kim jestem, jak chcę żeby moje życie wyglądało?”. Są to pytania kluczowe, których nie słyszy się na studiach wyższych. GT znakomicie wypełnia tę lukę, bo pozwala młodym ludziom spojrzeć wokół siebie i zadać sobie kluczowe pytania, od odpowiedzi na które często zależy ich przyszłość. Program „Grand Tour – poznaj samego siebie” jest wyrabianiem w młodych ludziach przekonania, że to ja i ty jesteśmy odpowiedzialni za swoje życie i otoczenie. Jeżeli miałbym jednym słowem opisać to, co wyniosłem z uczestnictwa w nim to użyłbym słowa proaktywność.

Robert Trzcinski

Uczestnik pierwszej edycji programu „Grand Tour – poznaj samego siebie!”

”

AKADEMIA EFC

(ang. EFC-European Financial Congress)

Przybliżamy młodym ludziom
świat gospodarki i finansów.

Wspólna inicjatywa Banku Zachodniego WBK i Gdańskiej Akademii Bankowej skierowana do studentów i absolwentów, którzy „chcą więcej” i wyróżniają się nie tylko wynikami uzyskiwanymi w czasie studiów, ale również pomysłowością, aktywnością i zaangażowaniem.



Została zainaugurowana w 2014 roku w ramach Europejskiego Kongresu Finansowego odbywającego się od 2011 roku w Sopocie. Celem Kongresu jest proponowanie i wspieranie działań stymulujących bezpieczeństwo i stabilność finansową Polski i Unii Europejskiej. Kongres organizuje debaty środowisk i przedstawicieli biznesu, nauki i polityki. EFK wydaje także rekomendacje i ekspertyzy związane z możliwościami ich praktycznej realizacji oraz organizuje debaty medialne dotyczące ich wdrożenia.

Akademia EFC jest rozszerzeniem idei Kongresu o głos ludzi młodych. Włącza ich do debaty o przyszłości gospodarki i UE, w tym szczególnie o perspektywach zawodowych młodych absolwentów, o problemach napotykanym przez nich na progu kariery zawodowej, a także pomysłach na ich rozwiązanie. Celem inicjatywy jest też ułatwienie kontaktu z atrakcyjnymi potencjalnymi pracodawcami.

Uruchomiliśmy portal internetowy Akademii EFC służący członkom m.in. do:



komunikowania się i budowania relacji, publikowania artykułów, prezentacji oraz fragmentów prac naukowych



dzielenia się informacjami o studenckich projektach i inicjatywach, prezentacji swoich CV



uzyskiwania informacji o innych wydarzeniach organizowanych w ramach projektu Europejski Kongres Finansowy

Członkowie Akademii EFC są zapraszani do udziału w konferencjach i debatach

Efekty:

W ramach Akademii EFC na polskich uczelniach organizowane są otwarte spotkania i wykłady. W 2014 roku odbyły się 4 takie wykłady, m.in. na SGH i Uniwersytecie Łódzkim. Członkowie Akademii mogą ponadto otrzymać wsparcie ze strony organizatora Akademii EFC w realizacji własnych inicjatyw na swych macierzystych uczelniach. Akademia EFC podejmuje współpracę z najbardziej aktywnymi organizacjami studenckimi.

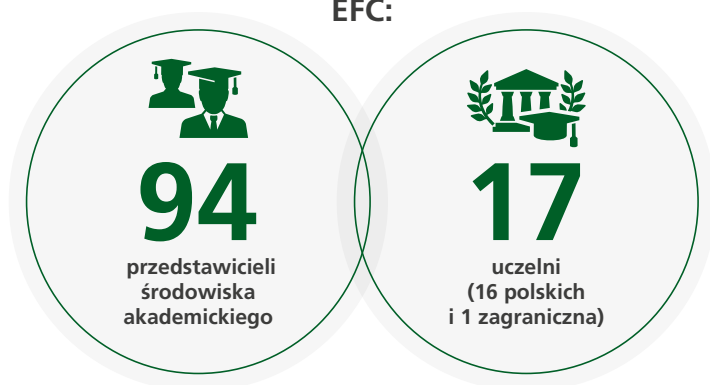
W spotkaniu członków Akademii EFC w 2014 roku udział wzięło **94 przedstawicieli 17 uczelni** (16 polskich oraz 1 zagranicznej – London School of Economics). Rekomendacje studentów do Akademii zgłosiło 25 nauczycieli akademickich.

Członkowie Akademii wzięli udział w specjalnie dla nich zorganizowanych warsztatach, wykładach i debatach. Zgodnie z założeniami organizatorów, „**głos młodych**” znalazł się wśród rekomendacji Europejskiego Kongresu Finansowego.

Plany na przyszłość:

W 2015 roku odbędzie się II edycja Akademii. Jednym z zaplanowanych działań w ramach rozszerzenia idei Akademii jest jej „umiędzynarodowienie”, czyli zaproszenie do Akademii studentów wybranych uczelni zagranicznych z kilku innych krajów europejskich. W II edycji weźmie udział **150 studentów**.

Zasięg Akademii EFC:



W jaki sposób dbamy o pełny udział osób z niepełnosprawnością w codziennym życiu i wyrównywaniu szans?

Jako jeden z największych uczestników sektora bankowego na polskim rynku aktywnie włączamy się w walkę z wykluczeniem finansowym oraz społecznym. Strategicznym projektem społecznym jest dla nas Program „Obsługa bez barier”, którego celem jest zapewnienie pełnej dostępności usług i produktów banku klientom z różnymi rodzajami niepełnosprawności, ale także osobom starszym i kobietom w ciąży.

We współpracy z organizacjami zewnętrznymi prowadzimy również inicjatywy na rzecz włączenia tych grup społecznych w sfery życia, które są najczęściej dla nich niedostępne.



**PROGRAM „OBSŁUGA BEZ BARIER” –
wyrównujemy szanse****[G4-FS14]**

Poprzez Program wpływamy na:

równe traktowanie wszystkich klientów Banku Zachodniego WBK, w tym dążenie do zapewnienia pełnej dostępności usług i produktów banku dla klientów z niepełnosprawnością oraz najwyższych i wyróżniających się na polskim rynku finansowym standardów obsługi klientów z niepełnosprawnością

zapewnienie osobom z różnymi rodzajami niepełnosprawności obsługi zgodnej z ich oczekiwaniami

przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu, także poprzez edukację ekonomiczną osób z niepełnosprawnością

likwidację barier wśród pracowników i klientów banku (także w wymiarze budowania postaw)

integrację społeczną osób z niepełnosprawnościami z osobami w pełni sprawnymi

pomoc w pierwszych krokach kariery studentom i absolwentom z niepełnosprawnościami

Przez Program „Obsługa bez barier”, niezależnie od miejsca obsługi – w placówce, przez telefon, internet czy bankomat – chcemy zapewnić klientom spójne i pozytywne doświadczenia. Program funkcjonuje od 2010 roku. W tym czasie stworzyliśmy sieć placówek dostosowanych do korzystania przez osoby z różnego rodzaju niepełnosprawnościami. Obecnie bank posiada **145** takich **certyfikowanych oddziałów** na terenie całej Polski.

Dla klientów z niepełnosprawnością przygotowaliśmy szereg udogodnień:

- przyjazne oddziały pozbawione barier architektonicznych, w których każdy klient poczuje się komfortowo,
- nowoczesne bankomaty przystosowane do potrzeb osób niewidzących oraz słabowidzących,
- usługi bankowości elektronicznej BZWBK24 internet, które uzyskały certyfikat potwierdzający dostępność dla klientów z dysfunkcją narządu wzroku,
- usługę Doradca online dostosowaną do potrzeb klienta posługującego się Polskim Językiem Migowym.

W 2014 roku prowadziliśmy prace nad rozwojem sieci dostępnych oddziałów. Razem z Fundacją Polska bez Barier oraz Fundacją TUS przeprowadziliśmy audyty dostępności architektonicznej oddziałów dla osób z niepełnosprawnościami.

**145**

oddziałów z certyfikatem
dostępności dla osób z różnymi
niepełnosprawnościami

**256**

mówiące
bankomaty



**Doradca online
w PJM**

48 placówek otrzymało Certyfikat Dostępności, powiększając liczbę oddziałów bez barier do 145 placówek (wcześniej wymagany standard spełniało 97 oddziałów). Proces certyfikacji obejmuje także przygotowanie merytoryczne pracowników bezpośredniej obsługi do spotkania z klientem.

Efekty działań nad poszerzeniem sieci placówek bez barier:

- przeprowadziliśmy audyty dostępności architektonicznej w 55 oddziałach, z czego 48 otrzymało Certyfikat Dostępności, poświadczający gotowość obsługi klientów z niepełnosprawnością,
- opracowaliśmy i wdrożyliśmy nowe narzędzia komunikacyjne dla oddziałów w postaci ulotki broszur dla klientów banku dotyczących Programu „Obsługa bez barier”,
- przeprowadziliśmy szkolenia z obsługi klientów z niepełnosprawnością (wzięło w nich udział około 200 pracowników oddziałów oraz jednostek biznesowych odpowiedzialnych za projektowanie i rozwój rozwiązań dla klientów z niepełnosprawnością),
- wyposażyliśmy oddziały w narzędzia wsparcia w postaci: tabliczek „pierwszeństwo obsługi”, ramek do składania podpisu i rozpoznawania nominałów banknotów dla osób słabowidzących i niewidomych.

Ponadto każdy z certyfikowanych oddziałów ma możliwość wykorzystania budżetu na lokalne działania o charakterze edukacyjnym oraz promującym ideę banku bez barier.

W 2014 roku wspieraliśmy realizację lokalnych inicjatyw:

- **III Międzynarodowy Tydzień Głuchych** – Legnica 2014 (1 Oddział w Legnicy),
- **Obchody Światowego Dnia Inwalidy** (44 Oddział w Warszawie),
- **Wojewódzki Turniej Bocci Osób Niepełnosprawnych** (1 Oddział w Głogowie),

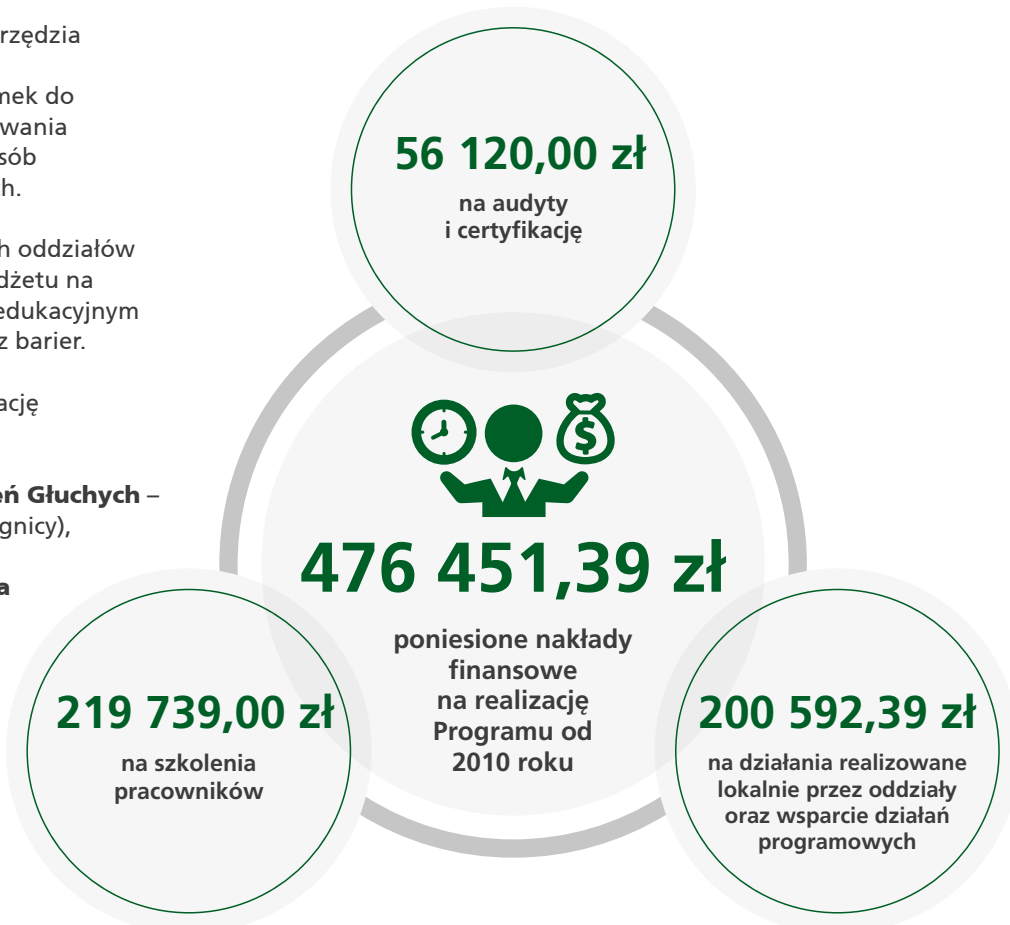
- **Mistrzostwa tańca dla osób niepełnosprawnych** – 1 Oddział w Tarnowie Podgórnym
- Festyn „**Zadbaj o zdrowy styl życia**” – 44 Oddział Warszawa,
- **Gliwickie Spotkania Tęczowe** – 1 Oddział w Gliwicach,
- **Gdynia dla Orła** – 8 Oddział w Gdyni,
- **Ogólnopolskiego projektu „Nie daj sobie w kasę dmuchać”** – wizyty i lekcje na temat bankowości dla młodzieży z niepełnosprawnością wzrokową, z ośrodków szkolno-wychowawczych, w ramach współpracy z Fundacją Vis Maior.

W planach jest dalszy rozwój sieci placówek bez barier. Aktualnie do kolejnych audytów zgłoszonych jest 30 oddziałów.

Dzięki udanej współpracy z Bankiem Zachodnim WBK w 2014 roku w projekcie dotyczącym edukacji osób niewidomych w szkołach dostrzeżono potrzeby osób niewidomych w zakresie korzystania z usług nowoczesnej bankowości oraz rozszerzono ich świadomość w zakresie własnych praw.

Jolanta Kramarz
Fundacja Vis Maior

”



Mówiące bankomaty

W 2014 rozwinęliśmy sieć mówiących bankomatów, zwiększając ich liczbę do 256 (stan na sierpień 2015 roku) na terenie całej Polski. Jesteśmy pierwszym bankiem w Polsce, który podjął inicjatywę dostosowania swoich bankomatów do obsługi przez osoby niewidome i niedowidzące.

Modyfikacja tych urządzeń polegała na dodaniu gniazda do słuchawek, przez które podawane są komunikaty głosowe umożliwiające zrealizowanie podstawowych operacji, takich jak wypłata gotówki, aktywacja karty czy zmiana kodu PIN. Obsługa ze wsparciem głosowym jest aktywna dla posiadaczy kart dowolnego banku.

Komunikaty bankomatu można usłyszeć jedynie przez słuchawki. Dzięki temu użytkownik ma zapewnioną dyskrecję i może czuć się bezpiecznie. Lista bankomatów z funkcją głosową znajduje się na naszej stronie internetowej. W planach jest dalszy rozwój sieci mówiących bankomatów, ich lepsze oznakowanie oraz łatwiejszy sposób wyszukiwania lokalizacji za pośrednictwem strony internetowej banku.

Infolinia bez barier

Jako pierwszy polski bank oraz pierwszy bank z Grupy Santander – opracowaliśmy i wdrożyliśmy videochat dla klientów niesłyszących. Obsługiwany jest przez doradców Infolinii posługujących się Polskim Językiem Migowym. Jesteśmy szczególnie dumni z tej innowacji, gdyż żaden polski bank nie oferuje w ramach zasobów wewnętrznych obsługi w kanale video, zgodnej z oczekiwaniami i potrzebami tej grupy klientów.

W prace nad stworzeniem i udostępnieniem usługi włączone zostały dwie organizacje działające na rzecz środowiska osób z niepełnosprawnościami: Polski Związek Głuchych oraz Fundacja Polska bez Barier, które wsparły

proces na etapie testów, realizacji oraz oceny funkcjonalności pod kątem dostępności dla osób niesłyszących – „migających”.

Zatrudniliśmy doradców ze znajomością i praktyczną umiejętnością posługiwania się Polskim Językiem Migowym oraz opracowaliśmy film instruktażowy na temat zasad korzystania z videochata.

W 2. kwartale 2015 roku prowadziliśmy pilotaż udostępnienia kanału video z „migającym” doradcą za pośrednictwem tabletów dostępnych w oddziałach Banku. Pilotaż miał za zadanie potwierdzić dostępność oraz funkcjonalność połączenia klienta i doradcy z oddziału z migającym doradcą Infolinii pełniącym rolę „tłumacza” PJM.

Od sierpnia rozwiązanie to stosowane jest we wszystkich 762 oddziałach Banku Zachodniego WBK (stan na 1 września 2015 roku). Dzięki przeniesieniu obsługi w PJM do usługi Doradca online w aplikacji BZWBK24 mobile i udostępnieniu tej aplikacji na tabletach oddziałowych, doradca w oddziale może połączyć się poprzez video z doradcą Infolinii, który wesprze obsługę niesłyszącego klienta.

Kampania informacyjna „Tu jest OK”

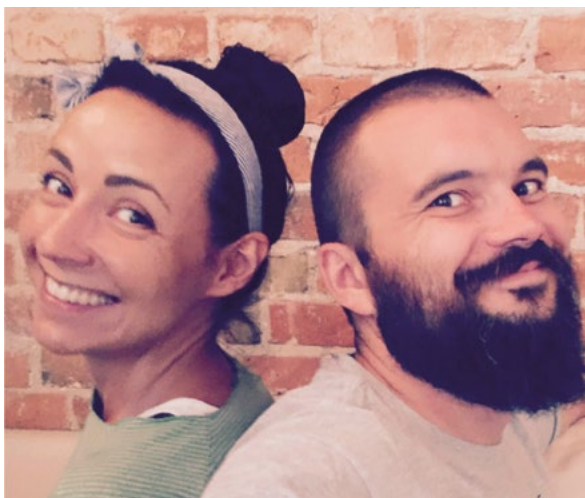
Bank Zachodni WBK od lat systematycznie wspiera także edukację finansową i integrację osób z niepełnosprawnością wśród społeczności lokalnych. Przykładem takiego działania, ale prowadzonego na szeroką skalę, był udział w kampanii informacyjnej „Tu jest OK” na rzecz integracji osób z niepełnosprawnością i przeciwdziałaniu ich dyskryminacji. Akcja była współfinansowana ze środków województwa mazowieckiego, realizowanej przez POPON (Polska Organizacja Pracodawców Osób Niepełnosprawnych) oraz Fundację Aktywizacji Zawodowej Osób Niepełnosprawnych. W kampanii udział wzięło 30 oddziałów bez barier na terenie Warszawy.



Niepełnosprawność nie powinna stanowić przeszkody do zarządzania własnymi finansami, dlatego, jako pierwsi w sektorze bankowym, w ramach zasobów wewnętrznych banku, opracowaliśmy i udostępniliśmy możliwość kontaktu osobom niesłyszącym, posługującym się Polskim Językiem Migowym, poprzez kanał videochat. Warto podkreślić, że jest to nasz autorski projekt, zarówno pod względem koncepcji, jak i realizacji.

Marta Walaszczyk-Szymańska,
Menedżer ds. Komunikacji Jakości Obsługi





Otwartość na potrzeby klientów z niepełnosprawnościami to kwestia nie tylko architektury lecz przede wszystkim świadomości, dojrzałości i chęci. Dostępność zaczyna i kończy się na ludziach. Bardzo nas cieszy, że nasi partnerzy z Banku Zachodniego WBK nie tylko poprzez spójne działania programu „Obsługa bez barier”, ale także szereg innych działań z obszaru CSR udowadniają, że kwestia dostępności na stałe wpisała się w politykę organizacji, że klient jest na pierwszym miejscu. Każdy klient.

**Agata Etmanowicz
i Maciek Augustyniak**
Fundacja Polska Bez Barier

”

Projekt „5 zmysłów” – pomagamy integrować przez sztukę

Jest to przedsięwzięcie adresowane do szerokiej grupy osób z różnymi typami niepełnosprawności. Inicjatywa ma na celu włączenie tych grup społecznych w aspekty życia kulturalnego, które są najczęściej dla nich niedostępne. Ostatnia edycja projektu edukacji kulturalnej **„5 zmysłów. Ekspresja”** realizowana była od 15 września do 29 listopada 2014 roku. W ciągu 2 miesięcy trwania projektu odbyło się około 500 wydarzeń edukacyjnych, artystycznych, naukowych, prowadzonych przez 30 aktorów, tancerzy, reżyserów i pedagogów z całej Polski. Wzięło w nich udział kilka tysięcy osób.

Zorganizowano m.in. dyskotekę dla niesłyszącej młodzieży ze Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego nr 2 w Kaliszu. Młodzież mogła poczuć się jak na dyskotekę dzięki zastosowaniu specjalnego nagłośnienia i muzyki o odpowiednich częstotliwościach. Dzięki temu niesłyszący „poculi dźwięk”, a ich wrażenia wzmocniły dyskotekowe światła. W 2015 roku planowana jest realizacja V edycji projektu. Organizatorem projektu jest More Than One Production.



Cele na przyszłość

Planujemy dalszy rozwój Programu „Obsługa bez barier” poprzez m.in. zwiększenie sieci oddziałów przystosowanych do obsługi osób z niepełnosprawnościami, a także dostępności innych kanałów kontaktu, dzięki możliwościom, jakie dają nowe technologie (jak wprowadzony w 2014 roku videoczat).

W jaki sposób budujemy społeczeństwo obywatelskie?

inspirujemy

aktywnie angażujemy się w życie lokalnych społeczności przez programy grantowe i sieć 550 wolontariuszy

promujemy przedsiębiorczość

wspieramy finansowo – 3 mln zł przekazanych środków

Przyszłość naszego kraju spocznie niedługo w rękach kolejnego pokolenia i od wartości oraz umiejętności, jakie ono nabędzie, zależy to, jakim będziemy narodem, społeczeństwem oraz jaką gospodarkę stworzymy. Koncentrujemy się na pozytywnych, twórczych projektach, włączających młodzież w orbitę życia publicznego. Inspirujemy do zaangażowania się w działalność na rzecz dobra wspólnego, do świadomego korzystania z praw obywatelskich, do podejmowania wyzwań na miarę XXI wieku.

Staramy się przy tym tworzyć projekty, dzięki którym młodzież będzie odkrywać bogactwo polskiego dziedzictwa narodowego oraz historii i odnajdywać w nim punkty odniesienia do własnych decyzji. Stwarzamy możliwości dla ludzi ambitnych i odpowiedzialnych. Promujemy kreatywność i przedsiębiorczość młodych. Chcemy też wzmacniać ideę patriotyzmu gospodarczego, zaczynając na poziomie lokalnym.

MISJA

Myślimy o przyszłości naszego kraju i dlatego inwestujemy w młodych, ambitnych i odpowiedzialnych ludzi. Promujemy postawy społeczne, inspirujemy do działania, stwarzamy możliwości.

Fundacja Banku Zachodniego WBK

działa na rzecz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego

WIZJA

Jesteśmy świadomi, że budowa społeczeństwa obywatelskiego jest procesem długofalowym i wymaga wspólnego wysiłku. Chcemy się włączyć w ten proces, wspierając w szczególności sposób młode pokolenie.

PATRON NASZEJ FUNDACJI

W 2014 roku Fundacja Banku Zachodniego WBK ogłosiła konkurs na patrona. Zarząd i Rada Fundacji stanowiące Komisję Konkursową, spośród 188 zgłoszeń kandydatów na patrona Fundacji wybrały prof. Stefana Bryłę.

Stefan Bryła (1886-1943) był polskim inżynierem budowlanym, pionierem spawalnictwa i konstrukcji spawanych oraz posłem na sejm II RP. Stworzył pierwszy na świecie most o konstrukcji spawanej, na Słudwii, w Maurzycach koło Łowicza. Jest on do dziś uznawany za zabytek światowego dziedzictwa cywilizacyjnego. Zaprojektowany przez niego najwyższy wieżowiec przedwojennej Warszawy – Prudential, przetrwał Powstanie Warszawskie pomimo ostrzału ponad 1000 pocisków. Bryła był autorem 10-letniego planu odbudowy Polski ze zniszczeń wojennych.



Bank Dziecięcych Uśmiechów

Bank Dziecięcych Uśmiechów to program mikrograntowy stworzony z myślą o instytucjach i organizacjach społecznych pracujących na co dzień z dziećmi z rodzin dysfunkcyjnych lub ubogich. Pomaga wyzwoić prawidłowe postawy społeczne i przygotować do funkcjonowania w dorosłym życiu. Realizowane projekty uczą wrażliwości i odpowiedzialności za siebie i za innych, wskazują pozytywne wzorce. Bawią, edukują i wychowują. Program został zainicjowany w 2004 roku.

Zasięg programu

W 2014 roku wsparcie otrzymało 70 organizacji

Nakłady

W 2014 roku na program przeznaczono 469 311 zł

Bank Ambitnej Młodzieży

Program jest realizowany przez nas od 2010 roku. Uczy definiowania potrzeb lokalnych społeczności, wyznaczania celów, tworzenia wspólnot zadaniowych, rozwiązywania problemów i realizowania zadań przez młodych ludzi, kształtując w ten sposób pozytywne postawy społeczne.

Jednym z celów jest zdefiniowanie cech jednostki potrzebnych do efektywnego funkcjonowania w społeczeństwie obywatelskim, takich jak: wiedza, komunikacja interpersonalna, wrażliwość społeczna, zdolności przywódcze oraz umiejętność budowania pozycji lidera. Warunkiem postawy prospołecznej jest zakorzenienie jednostki w historii i kulturze, zarówno w wymiarze lokalnym, jak i narodowym.

1 120 073 zł
przeznaczono
na dofinansowanie
projektów
w 2014 roku



2014

Bank Ambitnej
Młodzieży

177
organizacji lokalnych
otrzymało granty

4 695 082 zł
fundacja
przeznaczyła
na ten cel
od 2010 roku



Oczekiwania
interesariuszy

W jaki sposób dobierani są partnerzy działań społecznych?
Czy współpraca z organizacjami pozarządowymi jest nawiązywana z nastawieniem na długoterminową relację?

Fundacja Banku Zachodniego WBK współpracuje z organizacjami społecznymi w ramach programów grantowych: **Bank Ambitnej Młodzieży, Bank Dziecięcych Uśmiechów, Tu mieszkam, tu zmieniam**. Dodatkowo, w zakresie znacznie mniejszym, ale intensywniejszym Fundacja dobiera partnerów spośród różnych instytucji i organizacji społecznych do realizacji własnych lub zewnętrznych projektów edukacyjnych. W pierwszym przypadku dobór partnerów (grantobiorców) polega na wyłonieniu tych organizacji, których wnioski grantowe zostały najwyżej ocenione przez ekspertów Fundacji. Wszystkie zgłoszone w konkursach grantowych projekty są sprawdzane przez minimum dwie, a przeważnie trzy osoby. Ocena końcowa jest sumą punktów i analizą ocen opisowych wystawionych przez wszystkich ekspertów. Cały proces zgłaszania i oceny wniosków odbywa się elektronicznie z wykorzystaniem specjalnej aplikacji grantowej.

W drugiej sytuacji dobór partnerów jest pochodną wielu czynników takich jak: temat, termin, możliwości organizacyjne, kompetencje i doświadczenie. Szukamy przede wszystkim rzetelnych, specjalizujących się w konkretnej tematyce partnerów. Musi nas łączyć wspólnota celu i czasu. Każda strona wnosi do projektu proporcjonalnie dużo. Podejmowane działania bywają jednoroczne i wieloletnie. Nasza Fundacja nie występuje w roli sponsora, jesteśmy twórcami i organizatorami działań społecznych, edukacyjnych i obywatelskich.

Eliza Dzwonkiewicz
Prezes Fundacji Banku Zachodniego WBK



WOLONTARIAT PRACOWNICZY

Zasięg działań w ramach wolontariatu pracowniczego

W 2014 roku zrealizowano

51 inicjatyw,
w które w sumie zaangażowanych było
650 wolontariuszy.

Oczekiwania
interesariuszy

Dodać informacje o tym, jak działa wolontariat i jakie są jego zasady oraz czy wolontariusze są zaangażowani w inne, strategiczne działania banku?

Nakłady

139 844 zł

przeznaczono w 2014 roku na realizację działań wolontariackich.

Wolontariat pracowniczy nierozzerwalnie wiąże się z działalnością Banku Zachodniego WBK. Daje pracownikom możliwość realizowania swoich pomysłów i pasji, niesienia pomocy, a także włączenia się w pracę z grupą. Dlatego wspólnie z Fundacją Banku Zachodniego WBK – koordynatorem wolontariatu – z całego serca wspieramy takie formy aktywności społecznej.

Każda grupa inicjatywna składająca się z pracowników banku, która chce zaangażować się w akcję wolontariacką, może wnioskować o grant na jej realizację. Maksymalna kwota wsparcia to **3 tys. zł.**

Ponadto, Fundacja Banku Zachodniego WBK organizuje konkurs „**Wolontariat Roku**”, w którym pracownicy mogą głosować na najlepszą inicjatywę, a zwycięski zespół otrzymuje dodatkowe **3 tys.** na działania społeczne.

Do konkursu zgłaszane są pomysły na działania, które są odpowiedzią na realne potrzeby lokalnych społeczności. Jest jedną z form promowania działań na rzecz potrzebujących, środowiska naturalnego oraz społeczności lokalnych. Ma także inspirować do angażowania się w wolontariat.

W 2014 roku główna nagroda została przyznana zespołowi z 1 Oddziału w Wałbrzychu, który zorganizował akcję „**Po kolorowej stronie życia**” na rzecz Dziennego Oddziału Psychiatrycznego dla Dzieci i Młodzieży w Specjalistycznym Szpitalu w Wałbrzychu.



Wolontariat to dla mnie krok w kierunku ludzi, którzy z różnych względów nie radzą sobie na co dzień w życiu. To również naturalny sposób na zdobycie nowych doświadczeń, na zatrzymanie się w codziennym biegu, spojrzenie na trudności innych. Daje mi również olbrzymią satysfakcję z tego, że jest się potrzebnym, że robi się coś, co nie idzie na marne. Jest to wspaniała lekcja życia dla mnie i osób, z którymi współpracuję.

Bardzo ważne jest również to, że nasz bank promuje wśród swoich pracowników ducha bezinteresownej pomocy i wspiera te działania finansowo. Dzięki temu docieramy z pomocą tam, gdzie jest ona najbardziej potrzebna.

Joanna Zakrzewska
Dyrektor 1 Oddziału
Banku Zachodniego WBK w Wałbrzychu

”

Fundacja Banku Zachodniego WBK w 2014 roku przy wsparciu wolontariuszy-pracowników banku zrealizowała autorską, międzynarodową wersję projektu „**Liderzy Europy**”, który opierał się na grze o tej samej nazwie. Więcej na temat gry w podrozdziale „**Edukacja ekonomiczna**”.

Inicjatywa była dofinansowana ze środków Ministerstwa Spraw Zagranicznych. **50 wolontariuszy w 20 polskich szkołach** na Białorusi, Litwie i Ukrainie poprowadziło lekcje przedsiębiorczości i grę strategiczno-ekonomiczną dla nauczycieli i uczniów. Oprócz zajęć edukacyjnych uczestnicy projektu zorganizowali pomoc i spotkali się z rodakami mieszkającymi na Wschodzie.

W roku 2014 postanowiliśmy pójść o krok dalej i dodatkowo skupiliśmy swoją uwagę na wolontariacie kompetencyjnym. W ramach poznania zagadnienia i określenia zapotrzebowania, zorganizowana została sesja dialogowa, w której wzięli udział przedstawiciele z różnych grup interesariuszy oraz przeprowadzona została ankieta wśród pracowników banku.



Efektom tego było wydanie pod koniec 2014 roku publikacji pt. „**Wolontariat kompetencyjny – od pomysłu do sukcesu**”, która stanowi praktyczny przewodnik zarówno dla przyszłych wolontariuszy, jak i dla beneficjentów wolontariatu.

Jedną z pierwszych akcji zrealizowanych w ramach wolontariatu kompetencyjnego był „**Tydzień w BZ WBK**” zorganizowany dla podopiecznych **Fundacji Robinson Crusoe**, która pomaga w wejściu w dorosły świat młodzieży z instytucji opieki zastępczej.

https://static3.bzwbk.pl/asset/P/r/z/Przewodnik-Wolontariat_53905.pdf

link do Przewodnika



Działamy procesowo, a nie akcyjnie – jako Fundacja od 12 lat tworząca innowacyjne rozwiązania wspierające usamodzielnianie młodzieży z pieczy zastępczej. Innowacyjność jest możliwa z mądrymi partnerami biznesowymi. Mądrymi, czyli myślącymi kompleksowo i jednocześnie elastycznie.

Stąd nasze partnerstwo z Bankiem Zachodnim WBK. Jednym z naszych wspólnych działań był w 2014 roku program „Tydzień w banku”, który doskonale wpisał się w ten sposób działania – budowania trwałych relacji z młodzieżą przez „przyjaznych dorosłych” i dobre marki. Podczas „Tygodnia w banku” młodzież miała okazję poznać pracę bankowców „od zuplecza”. Między innymi nauczyliśmy się jak czytać umowy i na co zwracać uwagę oglądając reklamy, odbyliśmy też spotkanie z Członkiem Zarządu – Panem Feliksem Szyszkowiakiem, dzięki czemu poznaliśmy inspirującą historię ścieżki kariery. Ponadto graliśmy w grę edukacyjną Liderzy Europy.

Kolejnym działaniem był udział wolontariuszy w programie Fundacji „Robinson na swoim”, gdzie poprowadzili warsztaty na temat bankowości i prowadzenia własnej firmy. Świętowaniem efektów programu był wspólny wypad na łżwy i wsparcie przedsiębiorstwa społecznego Fundacji „Food for Good”. Takie działanie to dla nas przykład dobrych praktyk CSR-owych i to w duchu długoterminowego procesu a nie eventu.

Aureliusz Leżeński
Prezes Fundacji Robinson Crusoe

”

PROGRAM**„TU MIESZKAM, TU ZMIENIAM”****247 inicjatyw**otrzymało wsparcie
w postaci grantów**1,5 mln zł**zostało przeznaczonych
na wsparcie
lokalnych społeczności

Ten konkurs jest nową inicjatywą. Jego pierwsza edycja odbyła się jesienią 2014 roku. Celem przedsięwzięcia jest wyzwolenie potencjału społecznego członków lokalnych organizacji pozarządowych oraz jednostek publicznych prowadzących działalność kulturalną, edukacyjną i charytatywną. Program ma inspirować do działania na rzecz dobra wspólnego w lokalnym środowisku. Najciekawsze inicjatywy społeczne otrzymują wsparcie finansowe w postaci grantu na realizację podjętych działań.

Granty przyznawane były na wsparcie pomysłów i projektów na zagospodarowanie lokalnej przestrzeni publicznej, poprawy jej estetyki, czystości, funkcjonalności, ochrony zabytków, pielęgnowania i tworzenia miejsc upamiętniających postaci, które odegrały ważną rolę w swoich małych ojczyznach i których dorobek wart jest uhonorowania.

**„Łączy nas idea taka:
DACH nad głową Ponuraka!”**

To jeden z projektów, które zostały zrealizowane dzięki grantowi z projektu „Tu mieszkam, tu zmieniam”.

Celem projektu realizowanego przez **Fundację Centrum Edukacji i Aktywizacji Społecznej** było wyremontowanie dachu budynku poszkolnego w miejscowości Ponurzyca.

Ponurzyca jest piękną miejscowością, położoną na terenie Mazowieckiego Parku Krajobrazowego, w gminie Celestynów (powiat otwocki). Liczy sobie około 300 mieszkańców.

Rzadko dociera tu autobus (w wakacje i ferie zimowe nie kursuje żaden), nie ma tu ani sklepu, ani szkoły, ani świetlicy wiejskiej, ani boiska. W zeszłym roku powstała grupa nieformalna zaangażowanych Ponurzyčan, dla której Fundacja CEAS zorganizowała warsztaty na temat tworzenia wizji związanej z budynkiem poszkolnym – jedynym miejscem, które łączy mieszkańców i daje przestrzeń do wspólnego działania. Aby zachować stary piękny budynek poszkolny w Ponurzyce niezbędny był remont dachu. Niestety nie było środków na ten cel.

Bez tej inwestycji budynek za parę lat byłby nie do odratowania. Obiekt ten jest mieszkańcom szczególnie bliski, gdyż został wybudowany na początku lat trzydziestych XX wieku, dzięki wspólnej pracy ówczesnych mieszkańców. Kiedyś miejsce tętniące życiem, a dziś piękne i dumne wspomnienie i nadal coś, co spaja lokalną społeczność. To jedyne miejsce, gdzie można się spotykać niezależnie od pory roku. Pomysłodawcy inicjatywy chcieli zachować historię tego budynku, jak również zachować jego dotychczasowe funkcje: integracyjne, edukacyjne i kulturalne.

Niestety koszty remontu były duże. Firma szacowała samą robociznę na 25 tysięcy złotych. Mieszkańcom udało się zgromadzić część materiałów i niedużą kwotę ze środków sołeckich, ale to wciąż było za mało. Dlatego wystartowali w konkursie „Tu mieszkam, tu zmieniam”. Udało się i ku radości całej społeczności Fundacja CEAS znalazła się wśród laureatów. Co warto podkreślić, mieszkańcy Ponurzyce aktywnie włączyli się w przeprowadzenie remontu.



Dzięki otrzymanemu grantowi udało nam się zrealizować **remont dachu „Ponuraka”**. Gdyby nie ten remont prawdopodobnie za parę lat budynek byłby nie do odratowania. Ale udział w konkursie **„Tu mieszkam, tu zmieniam”** to nie tylko wymiana pokrycia dachowego, to także kolejny bardzo ważny impuls dla naszej lokalnej społeczności, że warto walczyć o wspólne dobro, że tradycja i historia mają wielką wagę, że można zarażać innych do wspólnej idei! Starsi mieszkańcy, którzy pamiętają jeszcze pracę swoich rodziców, dziadków i pradziadków przy budowie szkoły dziś są dumni, że młodsze pokolenie „wzięło sprawy w swoje ręce” i odpowiedzialność za „Ponuraka” – jeden z największych zasobów naszej miejscowości. Coś, co jeszcze parę lat temu wydawało nam się nieosiągalne, dziś jest rzeczywistością – rzeczywistością, którą my kreujemy.

Zofia Gajewska
Prezes Fundacji Centrum Edukacji i Aktywizacji Społecznej

”

KONKURS GRANTOWY
„TU MIESZKAM, TU ZMIENIAM”

Zgłoś swój pomysł do 23 listopada

Wspieramy realizację Twoich pomysłów

Szczegóły konkursu
bzwbk.pl/tumieszkamtuzmieniam

Bank Zachodni WBK
Grupa Santander

Organizatorem konkursu jest Fundacja Banku Zachodniego WBK S.A. we współpracy z Bankiem Zachodnim WBK S.A. Profity konkursowe przeznaczane są w terminie od 22 września do 23 listopada 2014 roku. Granty programowe sfinansowane są przez Fundację Banku Zachodniego WBK S.A. w ramach Programu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Regulamin konkursu „Tu mieszkam, tu zmieniam” na stronie: bzwbk.pl/tumieszkamtuzmieniam oraz Fundacja Banku WBK.

Nagrodzone wnioski w podziale na województwa



PROGRAM „KUPUJ U SĄSIADA”

Nowy projekt „Kupuj u sąsiada” to odpowiedź na niską społeczną świadomość wagi patriotyzmu konsumenckiego dla rozwoju przedsiębiorczości i jego wpływu na rodzimą gospodarkę. Celem programu jest promowanie polskich marek wśród młodzieży. Realizację tego projektu rozpoczęliśmy w 2014 roku, a jego odbiorcami są z jednej strony uczniowie i nauczyciele szkół, a z drugiej mali i średni przedsiębiorcy działający na lokalnych rynkach.

Pierwszy etap projektu obejmuje zajęcia edukacyjne prowadzone przez wolontariuszy z wykorzystaniem opracowanych materiałów edukacyjnych w formie prezentacji i scenariuszy lekcji promujących świadome postawy i zachowania konsumenckie. Zajęcia z młodzieżą prowadzone są również z udziałem przedstawicieli małych i średnich firm.

PROMOCJA WYDARZEŃ KULTURALNYCH

Bank Zachodni WBK od lat organizuje i wspiera wartościowe przedsięwzięcia kulturalne. Uznajemy, że prowadzenie z sukcesem działalności biznesowej wiąże się z obowiązkiem wspierania kultury, edukacji i dziedzictwa narodowego. Taki mecenat jest wpisany w niekomercyjną działalność banku. Przykładem jest prowadzony już od 10 lat konkurs **BZ WBK Press Foto** oraz prestiżowy **Konkurs Chopinowski**.

BZ WBK Press Foto

Konkurs jest organizowany przez Bank Zachodni WBK od 2005 roku. Projekt skierowany jest do zawodowych fotoreporterów, a jego celem jest prezentacja najlepszej polskiej fotografii prasowej dokumentującej ważne problemy i wydarzenia w Polsce i na świecie. Konkurs stanowi platformę prezentacji dorobku polskich fotografów prasowych, wspiera ich i motywuje do dalszych poszukiwań i rozwoju zawodowego.



Konkurs Chopinowski

W sierpniu 2014 roku bank współpracował z Narodowym Instytutem Fryderyka Chopina przy organizacji znanego na całym świecie festiwalu „**Chopin i jego Europa**”, którego koncerty cieszyły się ogromnym zainteresowaniem publiczności. Drugim wspólnym projektem z NIFC będzie XVII Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina – największe wydarzenie kulturalne 2015 roku.



W imieniu **Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina** wyrażam radość z faktu, iż Mecenase **XVII Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina** został Bank Zachodni WBK. Cieszymy się na to spotkanie dwóch światów, które z pozoru tak odległe, łączy wiele: m.in. zakorzenienie w solidnych podstawach tradycji, perfekcjonizm, międzynarodowy zasięg, zamiłowanie do wytyczania szlaków w nierozpoznanej dotąd przestrzeni nowoczesności.

Nasze partnerstwo to mariaż sztuki wysokiej i wysokiej klasy biznesu, prowadzonego z dużym rozmachem i dużą społeczną odpowiedzialnością. Jesteśmy pewni, że współpraca przy **Konkursie Chopinowskim** zostanie uwieczniona wspólnym sukcesem, nie tylko wizerunkowym, ale również w zakresie promocji tradycyjnych wartości i poziomu samej pianistyki.

Dr Artur Szklener

Dyrektor Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina

”

NAJWAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA 2014 ROKU I PLANY NA 2015



Ubiegły rok minął nam pod hasłem dialogu z interesariuszami. Po raz pierwszy mieliśmy okazję bezpośrednio wysłuchać opinii o banku podczas specjalnie zorganizowanych spotkań. Wnioski przedstawione podczas sesji były dla nas impulsem do wzmożenia działań wokół Programu „Obsługa bez barier” czy też popularyzacji **wolontariatu kompetencyjnego** w banku.

W 2014 roku przeprowadziliśmy także projekt mierzenia wpływu naszych najważniejszych projektów społecznych. Dzięki niemu dowiedzieliśmy się m.in., że bardzo pozytywnie odbierana jest edukacyjna działalność naszego banku i projekt **Santander Universidades**.

Otrzymaliśmy potwierdzenie, że nasz model współpracy ze szkołami wyższymi oparty na dialogu bank – uczelnia jest wyjątkowy na polskim rynku, a nasze projekty wypełniają lukę w przygotowaniu studentów do konfrontacji z rynkiem pracy.

Staramy się, aby u podłoża każdej naszej aktywności była misja, którą jest pomaganie w rozwoju.

Nasze działania dowodzą, że dla Banku Zachodniego WBK bycie odpowiedzialnym oznacza ciągłe doskonalenie się i reagowanie na potrzeby otoczenia, w którym funkcjonujemy. Dlatego jednym z naszych celów na rok 2015 jest opracowanie i wdrożenie strategii CSR.

Artur Sikora

Dyrektor Obszaru Komunikacji
Korporacyjnej i Marketingu





Za pośrednictwem niniejszej publikacji chcemy:

- poinformować o działaniach społecznych podejmowanych i kontynuowanych przez bank w 2014 roku,
- rzetelnie pokazać te obszary i cele, które udało się osiągnąć i zrealizować oraz te, które wciąż są wyzwaniem i wymagają dalszych działań,
- pokazać skutki prowadzonych wcześniej projektów oraz złożyć deklaracje na kolejny rok.

5.

O raporcie

Metodyka

Raport z niezależnej usługi atestacyjnej

GRI Content Index

Słownik



O raporcie

To już drugi raport społecznej odpowiedzialności Banku Zachodniego WBK. Poprzedni został sporządzony za rok 2013. Jako trzeci co do wielkości bank na polskim rynku chcemy pokazywać prowadzoną przez nas działalność niekomercyjną i pozabiznesową. Raport CSR za 2014 rok prezentuje skutki działań i inicjatyw, które podjęliśmy lub prowadziliśmy rok wcześniej.

Za pośrednictwem niniejszej publikacji chcemy:

- poinformować o działaniach społecznych podejmowanych i kontynuowanych przez bank w 2014 roku,
- rzetelnie pokazać te obszary i cele, które się udało osiągnąć i zrealizować oraz te, które wciąż są wyzwaniem i wymagają dalszych działań,
- pokazać skutki prowadzonych wcześniej projektów oraz złożyć deklaracje na kolejny rok.

Metodyka

Drugi Raport CSR za rok 2014 przygotowany został w oparciu o wytyczne **Global Reporting Initiative**, przy zastosowaniu metodologii tworzenia **raportu GRI G.4**.

Raport wydawany jest w cyklu rocznym, poprzedni został opublikowany we wrześniu 2014 roku.

[G4-29, G4-30]

Obejmuje on dane za 2014 rok (od 1 stycznia do 31 grudnia) dotyczące Banku Zachodniego WBK, razem z Domem Maklerskim BZ WBK, który został włączony w struktury banku w 2014 roku, chyba że w odpowiednich miejscach wskazano inaczej.

[G4-28]

Dane dotyczące aspektu środowiskowego (zużycie energii oraz emisje), zaraportowane we wskaźniku **G4-EN3** uwzględniają częściowe zużycie energii cieplnej w banku, związane z wykorzystaniem gazu ziemnego i oleju opałowego na potrzeby kotłowni eksploatowanych przez bank w 2014 roku.

Dane dotyczące emisji wynikającej z zakupu energii zaraportowane we wskaźniku **G4-EN16** przedstawiają tylko emisję wynikającą z zakupu energii elektrycznej.

W raporcie dokonano korekty wskaźnika EC1 za rok 2013 w ramach wartości inwestycji na rzecz społeczności. Dane za rok 2014 zostały zaraportowane również zgodnie z nowym sposobem kalkulacji wskaźnika. Nie zanotowano innych znaczących zmian w stosunku do poprzedniego raportu, dotyczących zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie.

[G4-22, G4-23]

Dane po raz pierwszy poddano niezależnej weryfikacji zewnętrznej.

[G4-33]

Tworząc raport, wysłuchiwalismy oczekiwania interesariuszy i deklarujemy, że bank jest otwarty na dialog i zachęca do przekazywania komentarzy dotyczących raportu oraz działań CSR Banku Zachodniego WBK. Zachęcamy do podzielenia się z nami swoimi opiniami na temat niniejszej publikacji.

Wszelkie pytania, uwagi czy sugestie prosimy kierować do Katarzyny Teter, menedżera ds. społecznej odpowiedzialności biznesu w Banku Zachodnim WBK, na adres: katarzyna.teter@bzwbk.pl

[G4-31]

Raport z niezależnej usługi atestacyjnej



Do Zarządu Banku Zachodniego WBK S.A.

Opis przedmiotu i identyfikacja kryteriów

Zostaliśmy zaangażowani przez Zarząd Banku Zachodniego WBK S.A. („Spółka”), na podstawie umowy z dnia 10 czerwca 2015 r. („Umowa”) do wykonania usługi atestacyjnej dającej umiarkowaną pewność w zakresie poprawności wybranych danych pozafinansowych, zaprezentowanych w „Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu” za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2014 r. i oznaczonych symbolem „Tak” w kolumnie „Weryfikacja” w tabeli „GRI G4 Content Index” na stronach 134-141 („Raport CSR 2014”).

Zarząd Spółki sporządził Raport CSR 2014 na podstawie wytycznych do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju opublikowanych przez Global Reporting Initiative w wersji 4.0 w opcji Core („Wytyczne GRI G4”).

Odpowiedzialność Zarządu

Za sporządzenie Raportu CSR 2014 zgodnego z Wytycznymi GRI G4 odpowiedzialny jest Zarząd Banku Zachodniego WBK S.A.

Do odpowiedzialności Zarządu Spółki należy wybór i stosowanie odpowiednich metod przygotowania danych pozafinansowych oraz zaprojektowanie, wdrożenie oraz utrzymanie systemów i procesów, które zapewniają odpowiednie wsparcie dla przestrzegania Wytycznych GRI G4 przy opracowaniu danych pozafinansowych, wykorzystując odpowiednie w tym zakresie założenia i szacunki.

Nasza odpowiedzialność

Naszym zadaniem było wyciągnięcie wniosków o umiarkowanej pewności na temat poprawności wybranych danych pozafinansowych, zaprezentowanych w Raporcie CSR 2014. Zastosowane procedury zostały przez nas wybrane według własnego uznania i obejmują ocenę ryzyka istotnego zniekształcenia wybranych danych pozafinansowych. Zrealizowaliśmy zlecenie zgodnie z Międzynarodowym Standardem Usług Atestacyjnych 3000 „Usługi atestacyjne inne niż badanie lub przegląd historycznych informacji finansowych” („ISAE 3000”).

Podsumowanie wykonanych prac

Przeprowadzone przez nas procedury obejmowały:

- Wywiady z członkami kierownictwa Spółki oraz pracownikami odpowiedzialnymi za raportowanie danych pozafinansowych,
- Procedury analityczne dla wybranych danych pozafinansowych,
- Analizę próby dokumentów źródłowych dla wybranych danych pozafinansowych.

W przypadku zlecenia mającego na celu wykonanie usługi atestacyjnej dającej umiarkowaną pewność, procedury zbierania dowodów są bardziej ograniczone niż w przypadku zlecenia mającego na celu udzielenie wystarczającej pewności, w związku z tym uzyskuje się mniejszą pewność niż w przypadku zlecenia mającego na celu udzielenie wystarczającej pewności. Uważamy, że uzyskane przez nas dowody są wystarczające i odpowiednie do wydania poniższego wniosku.

Wniosek

Na podstawie przeprowadzonych procedur nie stwierdziliśmy niczego, co wskazywałoby, że wybrane dane pozafinansowe zaprezentowane w Raporcie CSR 2014 nie są, we wszystkich istotnych aspektach, zgodne z Wytycznymi GRI G4.

Ograniczenia

Niniejszy raport został przygotowany przez PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. („PwC”) dla Banku Zachodniego WBK S.A. w odniesieniu do zapisów Umowy pomiędzy PwC a Spółką i jest przeznaczony wyłącznie do użytku Zarządu Banku Zachodniego WBK S.A. Nie należy go wykorzystywać w żadnych innych celach.

PwC nie przyjmuje w związku z tym raportem żadnej odpowiedzialności (umownej, deliktowej (w tym za zaniechanie) ani innej) wobec żadnych z osób innych niż Bank Zachodni WBK S.A. Odpowiednio, niezależnie od formy działań, czy to w kontrakcie, umowie deliktowej ani innej, w zakresie dopuszczalnym przez prawo, PwC nie przyjmuje w związku z tym raportem żadnego rodzaju odpowiedzialności, a także nie przyjmuje żadnej odpowiedzialności za konsekwencje wynikające z raportu dla jakiegokolwiek osoby (za wyjątkiem Spółki, na zasadach wskazanych powyżej) bądź za jakąkolwiek decyzję podjętą bądź niepodjętą na podstawie niniejszego raportu.

Raport CSR 2014 powinien być odczytywany łącznie z Wytycznymi GRI G4.

PricewaterhouseCoopers sp. z o.o.

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.
Warszawa, 9 września 2015 r.

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.,
Al. Armii Ludowej 14, 00-638 Warszawa, Polska
T: +48 (22) 523 4000, F: +48 (22) 523 4040, www.pwc.com

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. wpisana jest do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, pod numerem KRS 000044655, NIP 526-021-02-28. Kapitał zakładowy wynosi 10.363.900 złotych. Siedzibą Spółki jest Warszawa, Al. Armii Ludowej 14.

GRI G4

Content Index

[G4-32]



Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
STRATEGIA I ANALIZA					
G4-1	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	CORE		Tak	2-3
PROFIL ORGANIZACYJNY					
G4-3	Nazwa organizacji	CORE		Tak	8
G4-4	Główne marki, produkty i/lub usługi	CORE		Tak	8,37,42, 46,55
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	CORE		Tak	6
G4-6	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	CORE		Tak	6
G4-7	Forma własności i struktura prawna organizacji	CORE		Tak	8,9
G4-8	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	CORE		Tak	6-8
G4-9	Skala działalności	CORE		Tak	6,11
G4-10	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju, umowy o pracę i regionu w podziale na płeć	CORE		Tak	76
G4-11	Procent pracowników objętych umowami zbiorowymi	CORE	Bank nie ma umów zbiorowych	Tak	134
G4-12	Opis łańcucha dostaw	CORE		Tak	70
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	CORE		Tak	12,30
G4-14	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	CORE		Tak	73
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	CORE		Tak	19
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych/ międzynarodowych organizacjach	CORE		Tak	18

Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
--------------------	-----------------	---------------------------	--------------	-------------	-------------------

IDENTYFIKACJA ISTOTNYCH ASPEKTÓW I ICH GRANIC

G4-17	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	CORE		Tak	8
G4-18	Proces definiowania treści raportu	CORE		Tak	24
G4-19	Zidentyfikowane istotne aspekty wpływu społecznego i środowiskowego	CORE		Tak	25
G4-20	Istotność zidentyfikowanych aspektów wpływu społecznego i środowiskowego dla poszczególnych podmiotów biznesowych	CORE		Tak	25
G4-21	Ograniczenia raportu w stosunku do istotnych aspektów wpływu społecznego i środowiskowego, z uwzględnieniem podmiotów, spoza organizacji	CORE		Tak	25
G4-22	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)	CORE		Tak	132
G4-23	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	CORE		Tak	132

ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY

G4-24	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	CORE		Tak	20-21
G4-25	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy angażowanych przez organizację	CORE		Tak	19
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	CORE		Tak	22
G4-27	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również przez ich zaraportowanie	CORE		Tak	23-24

Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
--------------------	-----------------	---------------------------	--------------	-------------	-------------------

PROFIL RAPORTU

G4-28	Okres raportowania (np. rok obrotowy / kalendarzowy)	CORE		Tak	132
G4-29	Data publikacji ostatniego raportu (jeśli został opublikowany)	CORE		Tak	132
G4-30	Cykl raportowania (roczny, dwuletni, itd.)	CORE		Tak	132
G4-31	Osoba kontaktowa	CORE		Tak	132
G4-32	Indeks GRI	CORE		Tak	134-141
G4-33	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	CORE	Poświadczenie audytora (str. 133)	Tak	132-133

NADZÓR

G4-34	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za strategię i działania związane z wpływem organizacji w obszarze ekonomicznym, społecznym i środowiskowym	CORE		Tak	72-73
G4-39	Informacja czy przewodniczący najwyższego organu zarządczego należy także do organu wykonawczego (jeśli tak, to jaka jest jej/jego funkcja w procesie zarządzania i dlaczego taka)			Nie	72-73
G4-40	Kryteria nominacji i wyboru członków najwyższego organu nadzorczego/zarządczego (w tym jego komitetów)			Nie	74, 90
G4-41	Procesy pozwalające na uniknięcie konfliktu interesów członków najwyższego organu nadzorczego/zarządczego. Wskazanie czy występujące konflikty są ujawniane interesariuszom			Nie	75

ETYKA I INTEGRALNOŚĆ

G4-56	Wartości organizacji, zasady, kodeks i normy zachowań i etyki	CORE		Tak	65-66
G4-57	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy umożliwiające uzyskanie porady dot. zachowań w kwestiach etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji			Nie	66-67
G4-58	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy umożliwiające sygnalizowanie nieetycznych lub niezgodnych z prawem zachowań oraz spraw związanych z integralnością organizacji			Nie	66-67

Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
--------------------	-----------------	---------------------------	--------------	-------------	-------------------

STANDARDOWE INFORMACJE – SZCZEGÓŁOWE

KATEGORIA: EKONOMICZNE (EC)

Aspekt: Wyniki ekonomiczne

	DMA wyniki ekonomiczne			Nie	7,9
G4-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			Nie	7

Aspekt: Obecność na rynku

	DMA wynagrodzenia/ Obecność na rynku			Nie	77
G4-EC5	Wysokość wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla według płci w stosunku do płacy minimalnej na danym rynku w głównych lokalizacjach organizacji			Nie	77

Aspekt: Pośredni wpływ ekonomiczny

	DMA pośredni wpływ ekonomiczny			Nie	102
G4-EC7	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa przez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro bono. Wpływ tych działań na społeczeństwo			Nie	102-129

Aspekt: Praktyki dotyczące zamówień

	DMA praktyki dotyczące zamówień			Nie	69
--	---------------------------------	--	--	-----	----

KATEGORIA: ŚRODOWISKOWE (EN)

Aspekt: Materiały

	DMA materiały			Nie	94-95
G4-EN1	Wykorzystane materiały według wagi i objętości			Nie	94

Aspekt: Energia

	DMA zużycie energii			Nie	94
G4-EN3	Bezpośrednie i pośrednie zużycie energii przez organizację			Nie	94

* dane dotyczące energii cieplnej zostały przygotowane na bazie informacji o wykorzystaniu gazu ziemnego i oleju opałowego na potrzeby kotłowni (1 917 251,27 m³), organizacja nie posiada dokładnych danych dotyczących zużycia ciepła sieciowego w całej organizacji.

Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
--------------------	-----------------	---------------------------	--------------	-------------	-------------------

STANDARDOWE INFORMACJE – SZCZEGÓŁOWE

KATEGORIA: ŚRODOWISKOWE (EN)

Aspekt: Emisje

	DMA zarządzanie emisjami			Nie	94
G4-EN15	Łączne bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych według wagi			Nie	94
G4-EN16	Łączne pośrednie emisje gazów cieplarnianych według wagi			Nie	94
G4-EN17	Inne istotne pośrednie emisje gazów cieplarnianych według wagi			Nie	97

Aspekt: Transport

	DMA transport			Nie	97
G4-EN30	Znaczący wpływ na środowisko wywierany przez transport produktów i innych dóbr oraz materiałów, z których korzysta organizacja w swej działalności oraz transport pracowników			Nie	97

KATEGORIA: SPOŁECZNE (SO, HR, LA, PR) WARUNKI PRACY

Aspekt: Zatrudnienie

	DMA zatrudnienie			Nie	64
G4-LA1	Łączna liczba nowozatrudnionych pracowników, odejść oraz wskaźnik fluktuacji pracowników według grup wiekowych, płci i regionu			Tak	77-78

Aspekt: Edukacja i szkolenia

	DMA edukacja i szkolenia			Nie	86
G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia i płci			Tak	86
G4-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę			Nie	86-87
G4-LA11	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia			Tak	80

** emisja wynikająca z wykorzystania gazu ziemnego i oleju opałowego na potrzeby kotłowni;

*** wliczona tylko emisja wynikająca z zakupu energii elektrycznej, organizacja nie posiada danych dot. emisji wynikających z zakupu ciepła.

Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
--------------------	-----------------	---------------------------	--------------	-------------	-------------------

STANDARDOWE INFORMACJE – SZCZEGÓŁOWE

KATEGORIA: SPOŁECZNE (SO, HR, LA, PR) WARUNKI PRACY

Aspekt: Różnorodność i równość szans

	DMA różnorodność i równość szans			Nie	89
G4-LA12	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności			Tak	72, 90

Aspekt: Równość wynagrodzeń kobiet i mężczyzn

	DMA równość wynagrodzeń kobiet i mężczyzn			Nie	91
G4-LA13	Stosunek podstawowego wynagrodzenia mężczyzn do wynagrodzenia kobiet według zajmowanego stanowiska			Tak	91

Aspekt: Ocena dostawców pod względem praktyk pracowniczych

	DMA ocena dostawców pod względem praktyk pracowniczych			Nie	69
--	--	--	--	-----	----

Aspekt: Praktyki dotyczące zamówień

	DMA praktyki dotyczące zamówień			Nie	69
--	---------------------------------	--	--	-----	----

Aspekt: Mechanizm skarg związanych z praktykami pracowniczymi

	DMA mechanizm skarg pracowniczych			Nie	66-67
G4-LA16	Liczba skarg dotyczących stosunków pracowniczych skierowanych i rozwiązanych przez mechanizmy formalne			Tak	67

KATEGORIA: SPOŁECZNE (SO, HR, LA, PR) PRAWA CZŁOWIEKA

Aspekt: Przeciwdziałanie dyskryminacji

	DMA przeciwdziałanie dyskryminacji			Nie	66
G4-HR3	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz działania naprawcze podjęte w tej kwestii			Tak	67

Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
--------------------	-----------------	---------------------------	--------------	-------------	-------------------

STANDARDOWE INFORMACJE – SZCZEGÓŁOWE

KATEGORIA: SPOŁECZNE (SO, HR, LA, PR) SPOŁECZNOŚĆ

Aspekt: Społeczność lokalna

	DMA społeczność lokalna			Nie	102-129
G4-SO1	Procent jednostek biznesowych, uwzględniających zaangażowanie społeczne, mierzenie wpływu i programy rozwojowe		 100% jednostek biznesowych	Nie	140
G4-FS13	Punkty dostępu na terenach słabo zaludnionych i słabiej rozwiniętych gospodarczo			Nie	35
G4-FS14	Inicjatywy podjęte w celu poprawy dostępu do usług finansowych dla osób defaworyzowanych			Nie	118-121

Aspekt: Przeciwdziałanie korupcji

	DMA przeciwdziałanie korupcji			Nie	68
G4-SO3	Procent i całkowita liczba jednostek biznesowych poddanych analizie pod kątem ryzyka związanego z korupcją oraz zidentyfikowane ryzyka		 100% jednostek biznesowych	Nie	68
G4-SO4	Szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji			Tak	68-69
G4-SO5	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie			Tak	68-69

Aspekt: Udział w życiu publicznym

	DMA udział w życiu publicznym			Nie	140
G4-SO6	Całkowita wartość finansowa i rzeczowa darowizn na rzecz partii politycznych, polityków i instytucji o podobnym charakterze, według krajów		Organizacja nie przekazuje darowizn na rzecz wymienionych podmiotów	Nie	140

Aspekt: Zgodność z regulacjami

	DMA zgodność z regulacjami			Nie	39,72
G4-SO8	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami			Tak	38

Numer wskaźnika G4	Nazwa wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Raportowanie	Weryfikacja	Strony w raporcie
--------------------	-----------------	---------------------------	--------------	-------------	-------------------

STANDARDOWE INFORMACJE – SZCZEGÓŁOWE

KATEGORIA: SPOŁECZNE (SO, HR, LA, PR) ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT

Aspekt: Oznakowanie produktów i usług

	DMA oznakowanie produktów i usług			Nie	37
G4-PR3	Rodzaj informacji o produktach i usługach wymaganych na mocy procedur oraz procent znaczących produktów i usług podlegających takim wymogom informacyjnym			Nie	37
G4-PR4	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach, według skutków		Brak przypadków niezgodności	Nie	141
G4-PR5	Wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta			Tak	32

Aspekt: Portfolio produktów

G4-FS1	DMA uwzględnienie kwestii społecznych i środowiskowych w politykach poszczególnych linii produktów biznesowych			Nie	41
G4-FS2	DMA procedury oceny i screeningu ryzyka środowiskowego i społecznego w liniach biznesowych			Nie	41

Aspekt: Komunikacja marketingowa

	DMA komunikacja marketingowa			Nie	37
G4-PR7	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu, wg rodzaju skutków			Nie	39

Aspekt: Ochrona prywatności klienta

	DMA ochrona prywatności klienta			Nie	42
G4-PR8	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych			Nie	43

Aspekt: Zgodność z regulacjami

	DMA zgodność z regulacjami			Nie	39
G4-PR9	Wartość pieniężna istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostawy i użytkowania produktów i usług			Tak	38

Słownik

BEI	Banking Environment Initiative
BFG	Bankowy Fundusz Gwarancyjny
BHP	Bezpieczeństwo i Higiena Pracy
BNG	Bank Nowej Generacji
BREEAM	Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology
BZWBK24	Bankowość mobilna i internetowa Banku Zachodniego WBK
CBK	Centrum Bankowości Korporacyjnej
CBT	Centrum Bankowości Telefonicznej
CDP	Carbon Disclosure Project
Compliance	Zapewnienie zgodności działalności z regulacjami prawnymi
CSR	Corporate Social Responsibility
EFC	European Financial Congress
EMV	Europay MasterCard Visa
EquatorPrinciples	Międzynarodowa inicjatywa dotycząca ryzyka społecznego i środowiskowego, skupiająca instytucje finansowe
GBM	Global Banking & Markets
GIODO	Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych
GRI	Global Reporting Initiative
Help Desk	Dział pomocy technicznej
Interesariusze	Podmioty, które oddziałują na organizację lub pozostają pod jej wpływem
ITIL	IT Infrastructure Library
Jessica	Joint European Support for Sustainable Investment in City Areas

KNF	Komisja Nadzoru Finansowego
LEED	Leadership in Energy and Environmental Design
LIBOR	London Interbank Offered Rate
MDM	Mieszkanie dla Młodych
Misselling	Nieodpowiedzialna i nieetyczna sprzedaż produktów finansowych
MŚP	Małe i średnie przedsiębiorstwa
CSI	Customer Satisfaction Index
NBP	Narodowy Bank Polski
NFOŚiGW	Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej
NGO	Non Governmental Organisations
POPON	Polska Organizacja Pracodawców Osób Niepełnosprawnych
Program UNO	Program Integracji Kredyt Bank z Bankiem Zachodnim WBK
RESPECT Index	Indeks spółek giełdowych odpowiedzialnych społecznie notowanych na GPW w Warszawie
RRSO	Rzeczywista roczna stopa oprocentowania
SCB	Santander Consumer Bank
Spread	Różnica między kursem sprzedaży a kursem kupna aktywów
SZJ	System Zarządzania Jakością
TOiP	Taryfa Opłat i Prowizji
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UOKiK	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
ZBP	Związek Banków Polskich
ZEP	Zarządzanie Efektywnością Pracy

Podziękowania

Serdecznie dziękujemy wszystkim osobom, które włączyły się w pracę nad tegorocznym Raportem CSR. Szczególne podziękowania kierujemy do naszych interesariuszy zewnętrznych, którzy poświęcili swój czas, aby ocenić ubiegłoroczny raport oraz wskazać tematy, które ich zdaniem powinniśmy zawrzeć w tej publikacji.

Raport ten nie powstałby bez pomocy i zaangażowania pracowników Banku Zachodniego WBK, którzy pomogli w konsultacji jego treści, dostarczyli niezbędne dane oraz dołożyli wszelkich starań, aby zebrane materiały spełniały wymogi Global Reporting Initiative.

Nasze podziękowania kierujemy w szczególności do: Beaty Budzyńskiej-Bartosik, Anny Burek, Małgorzaty Czmochowskiej, Kamili Dec, Aleksandry Dziewulskiej-Muchy, Joanny Gajewskiej, Agnieszki Glińskiej-Pytlarz, Agnieszki Głogowskiej, Beaty Gogolewskiej, Anny Jankowskiej, Arkadiusza Jodłowskiego, Justyny Kamińskiej, Agaty Kędzierskiej, Natalii Kijewskiej, Bożeny Koenig-Ilickiej, Kamili Koliszak, Gabrieli Kot, Anny Lendzion, Aleksandra Markiewicza, Katarzyny Meissner, Anny Mikuć, Ewy Mołodyńskiej, Andżeliki Niedziółki, Doroty Okoń, Agnieszki Olek, Małgorzaty Padlewskiej, Michała Priebe, Anny Rafińskiej, Andrzeja Sokala, Doroty Stadler, Anny Świdarskiej-Ciesielczyk, Leszka Taterki, Wioletty Urbańskiej, Marty Walaszczyk-Szymańskiej, Pawła Wiercińskiego, Olgi Włodarczyk, Ewy Wolf, Agnieszki Zasiecznej, Marty Żmudzińskiej.

EKO kalkulator

Dzięki wykorzystaniu papierów Cocoon Silk zamiast papierów niemakulaturowych negatywny wpływ na środowisko został zmniejszony o:



123
kg mniej odpadów



226
kWh mniej zużytej energii



2 405
litrów mniej zużytej wody



230
km krótsza podróż samochodem
średniej klasy europejskiej



23
kg mniej gazów cieplarnianych



200
kg mniej zużytego drewna



Etykieta FSC® Mieszany oznacza, że cały produkt lub wszystkie jego elementy (drzewne i leśne nie drzewne) wykonane są z materiałów pochodzących z lasów zarządzanych zgodnie z zasadami odpowiedzialnej gospodarki leśnej FSC.

