

Bank Pocztowy S.A.

Sprawozdanie Grupy Kapitałowej Banku Poczтового S.A.
obejmujące Sprawozdanie Banku Poczowego S.A.
na temat informacji niefinansowych za 2017 r.

BANKOWOŚĆ
POCZTOWA
BLISKA
BEZPIECZNA
PRZYJAZNA



Raport społecznej odpowiedzialności Grupy Banku Poczowego za 2017 r. przygotowano zgodnie z Wytycznymi raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju Światowej Inicjatywy Sprawozdawczej (ang. Global Reporting Initiative, GRI) w wersji G4 na poziomie Core z zastosowaniem Suplementu sektorowego dla usług finansowych GRI. Poszczególne wskaźniki wyników GRI zostały graficznie oznaczone na stronach Raportu. Natomiast w końcowej części publikacji znajduje się Tabela treści GRI, zawierająca zestawienie wszystkich przedstawionych zgodnie z Wytycznymi informacji sprawozdawczych. Dodatkowo graficznie wskazane zostały obszary zagadnień powiązanych ze wspieranymi przez Bank Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Spis Treści

List Prezesa Zarządu	4
1. Organizacja i jej raport	7
1.1. Organizacja	7
1.1.1. Model biznesowy	12
1.1.2. Akcjonariat i kapitał zakładowy	15
1.1.3. Struktura organizacji.....	16
1.2. O raporcie	18
1.3. Interesariusze	20
1.3.1. Angażowanie interesariuszy	21
1.3.2. Członkostwo w organizacjach	22
1.4. Nagrody i wyróżnienia	23
2. Ład organizacyjny	26
2.1. Struktura nadzorcza	26
2.1.1. Rada Nadzorcza	26
2.1.2. Zarząd	28
2.2. Polityka zmiennych składników wynagrodzeń kadry kierowniczej	29
2.3. Podejście do zarządzania	30
3. Nasze wartości	30
3.1. Misja, wizja, wartości	31
3.2. Etyka	32
3.3. Przeciwdziałanie korupcji i nadużyciom	34
3.4. Kluczowe wskaźniki	35
4. Zrównoważony rozwój	36
4.1. Cele strategiczne	36
4.2. Pracownicy i prawa człowieka	38
4.2.1. Polityka personalna	38
4.2.2. Polityka poszanowania praw człowieka	39
4.2.3. Praktyki w stosunkach z pracownikami	41
4.2.3.1. Szkolenia i edukacja.....	42
4.2.3.1.1. Szkolenia w Centrum Operacyjnym	43
4.2.3.2. Bezpieczeństwo pracy	44
4.2.3.3. Integracja poprzez sport.....	45
4.2.4. Kluczowe wskaźniki	46
4.3. Społeczeństwo	47
4.3.1. Wkład w społeczeństwo	47
4.3.2. Programy zaangażowania społecznego	49
4.3.2.1. Wspieranie rozwoju przedsiębiorczości....	49
4.3.2.3. Program Poczta Pełna Korzyści	51
4.3.2.4. Edukacja	51
4.3.2.4.1. Współpraca z Policją i Strażą Pożarną....	51
4.3.2.4.2. Nowoczesne bankowanie	52
4.3.2.4.3. Edukacja dla Niepodległej	52
4.3.2.5. Działalność charytatywna	53
4.3.3. Odpowiedzialność za produkt	54
4.3.3.1. Udogodnienia dla seniorów.....	55
4.3.3.2. Udogodnienia dla obywateli Ukrainy.....	55
4.3.3.3. Współpraca ze start-up`ami.....	55
4.3.3.4. Bank Poczty najbliżej osób niepełnosprawnych	56
4.3.3.5. Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży	56
4.3.3.6. Strategiczne Partnerstwo z Poczta Polska	56
4.3.3.6.1. Program motywacyjny Gotówkomania	57
4.3.3.7. Satysfakcja klientów	58
4.3.3.8. Komunikacja marketingowa	60
4.3.3.9. Ochrona prywatności	61
4.3.3.10. Rozpatrywanie skarg.....	62
4.4. Środowisko	63
4.4.1. Ograniczanie wpływu na środowisko	63
4.4.2. Kluczowe wskaźniki	64
5. Użyteczne informacje	66
5.1. Tabela treści GRI	66
5.2. Słownik użytych terminów społecznych	72
5.3. Kontakt w sprawie raportu	74

List Prezesa Zarządu

GRI G4-1



Szanowni Interesariusze,

z satysfakcją oddajemy dziś w Państwa ręce pierwszy Raport społecznej odpowiedzialności Grupy Kapitałowej Banku Poczty S.A. Zaprezentowaliśmy w nim nasze podejście do zarządzania oraz uzyskane w 2017 roku wyniki w kluczowych niefinansowych obszarach działalności – w sferze pracowniczej, społecznej, praw człowieka i przeciwdziałania korupcji. Podejmując decyzję o jego przygotowaniu, kierowaliśmy się przekonaniem o wadze tych zagadnień dla dokonywanych przez Państwa ocen strategii i perspektyw długoterminowego rozwoju Banku. W celu jak najlepszego określenia zakresu tematycznego publikacji przeprowadziliśmy także cykl konsultacji społecznych wewnątrz i na zewnątrz organizacji.

Rozszerzona sprawozdawczość niefinansowa to obecnie wymóg ustawy, któremu podlega Bank Poczty S.A. Ustawodawca pozostawił jednak organizacjom pewną dowolność w wyborze formy i standardu przedstawienia informacji. Celem nowych przepisów wprowadzonych we wszystkich krajach Unii Europejskiej jest dążenie do wzrostu transparentności i wiarygodności komunikacji instytucji zaufania publicznego z Interesariuszami. To także nasz cel i istotny czynnik zaufania, jakim cieszymy się na rynku. Z tego powodu jako formę zaprezentowania naszych wyników wybraliśmy odrębny Raport społecznej odpowiedzialności przygotowany zgodnie z międzynarodowymi Wytycznymi raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju Global Reporting Initiative. Wytyczne te pozwalają zaprezentować wyniki organizacji ukazujące skalę i charakter jej wpływu na otoczenie w sposób kompleksowy, zobiektywizowany i porównywalny. Liczę, że zastosowanie tego modelu raportowania będzie dla Państwa użyteczne i spotka się z pozytywną oceną. Naszym zamiarem jest publikowanie raportów niefinansowych w cyklu rocznym.

Istotą prezentowania raportu społecznego jest danie świadectwa podejścia organizacji do współczesnych wyzwań społecznej odpowiedzialności oraz szerzej – zrównoważonego rozwoju w zasięgu jej oddziaływania. Każde przedsiębiorstwo oddziałuje na swoje otoczenie społeczne i gospodarcze. Jednak w przypadku instytucji finansowej charakter wpływu wywieranego na Interesariuszy ma wymierną postać – możliwość ich wspólnego z bankiem wzrostu, realizacji marzeń czy wsparcia w codziennych trudnościach. Z tego rodzaju wpływem wiąże się szczególnie duża odpowiedzialność.

Nasz Bank to jedyna instytucja finansowa działająca w Polsce w modelu bankowości pocztowej. To model sprawdzony i doceniany przez klientów w wielu krajach świata jako najbliższy ludziom. Zgodnie ze swoją strategią na lata 2017-2021 Bank Poczty S.A. – jako członek Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej - ma ambicję być liderem bankowości detalicznej w Polsce regionalnej, w lokalnych społecznościach, miastach położonych z dala od aglomeracji i na terenach wiejskich. Chcemy służyć społeczeństwu, uzupełniając system bankowy w skali całego kraju poprzez dostęp do tradycyjnych, prostych i bezpiecznych usług finansowych w najbliższym sąsiedztwie każdego obywatela. Jest to możliwe, ponieważ mamy unikalną na polskim rynku możliwość kontaktu z klientami w ponad 4,7 tysiącach placówek pocztowych oraz bezpośrednio w Państwa domach za pośrednictwem listonoszy. Realizujemy w ten sposób ważną misję walki z wykluczeniem finansowym, społecznym, a także cyfrowym Polaków – zarówno osób starszych, jak i młodych, rozpoczynających swoją edukację finansową. Proponujemy etyczną bankowość pocztową, opartą na dobrej znajomości potrzeb klientów ceniących relacyjność z zaufanym partnerem oraz poszukujących prostej i uczciwej oferty.

Bank Poczty S.A. w strategicznym współdziałaniu z Poczta Polska S.A. włącza się w realizację uchwalonej w 2017 roku Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju, aspirując do roli liczącego się partnera inicjatyw rządowych ukierunkowanych na zrównoważony rozwój kraju w jego wymiarze gospodarczym, społecznym, środowiskowym i terytorialnym. Strategia ta jest dla Banku Poczty S.A. i Poczty Polskiej dużą szansą na rozwój oraz zajęcie przez bankowość pocztową trwałego i ważnego miejsca w systemie finansowym Państwa.

Grupa Poczty Polskiej planuje zaangażować się w realizację wybranych projektów wspierających politykę Państwa oraz rozwój społeczno-gospodarczy Polski. Wśród oczekiwanych efektów tych działań dla obywateli należy wskazać wzrost dochodów gospodarstw domowych oraz poziomu PKB na mieszkańca, zmniejszenie ubóstwa i wykluczenia społecznego oraz budowę silnego kapitału społecznego. Dodatkowo Bank włącza się w pomoc osobom niepełnosprawnym i w działania wspierające politykę senioralną rządu.

Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju pozostaje w zgodzie z przyjętymi przez Radę Praw Człowieka ONZ Wytycznymi dotyczącymi biznesu i praw człowieka. W ten sposób poprzez uczestnictwo w jej realizacji przyczyniamy się jako reprezentant sektora przedsiębiorstw do wypełniania postanowień Krajowego Planu Działania na rzecz wdrażania Wytycznych ONZ na lata 2017-2020. Natomiast w szerszym horyzoncie nasze społeczne zaangażowanie odpowiada na Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ przyjęte do roku 2030, stymulujące rozwój krajów w najważniejszych dla ludzi obszarach zrównoważonego rozwoju: gospodarczym, społecznym i środowiskowym. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ mają silne uzasadnienie biznesowe. Działaniem Banku Poczty S.A., które w 2017 roku potwierdziło zaangażowanie w ich osiągnięcie było wprowadzenie cyfrowej marki EnveloBank, jako odpowiedź na zmianę stylu życia społeczeństwa. W minionym roku Bank wziął także udział w programie akceleryjnym HardGamma Rebels Powered by Poczta Polska. Program miał na celu nawiązanie współpracy ze start-up'ami, które dostarczą innowacyjnych rozwiązań społecznych na potrzeby naszej podstawowej działalności.

Podejmowanym w Banku Poczty S.A. decyzjom biznesowym towarzyszy perspektywa zrównoważonego rozwoju i poczucie misji społecznej. W ślad za przyjętą w 2017 roku długoterminową wizją rozwoju Banku planujemy profesjonalizację naszego systemowego podejścia do zarządzania i ograniczania ryzyka w kluczowych obszarach społecznej odpowiedzialności - pracowniczym, poszanowania praw człowieka, zaangażowania społecznego, zagadnień konsumenckich, uczciwych praktyk operacyjnych i kwestii środowiskowych. Naszym celem jest w jak największym stopniu wsparcie w ten sposób efektywnej realizacji strategii Banku Poczty S.A. oraz zapewnienie wymiernych korzyści społecznych i ekonomicznych wszystkim kluczowym grupom Interesariuszy.

Jestem przekonany, że nowy model sprawozdawczości niefinansowej umożliwi nam prezentowanie w kolejnych latach postępów w realizacji tego celu, przyczyniając się do umacniania reputacji Banku Poczty S.A. jako instytucji godnej zaufania.

Życzę Państwu interesującej lektury.

Z wyrazami szacunku

Stefanowi Ławiecki

Organizacja i jej raport

Organizacja

GRI G4-3, G4-5, G4-6, G4-8, G4-12

Raport społecznej odpowiedzialności 2017 dotyczy działalności Grupy Kapitałowej Banku Poczty S.A. (zwaney dalej: Grupa Banku Poczty, grupa kapitałowa), w szczególności zaś podmiotu dominującego, tj. Banku Poczty S.A. (zwaney dalej: Bank Poczty, Bank, Spółka).

Jesteśmy polskim bankiem detalicznym, wchodzącym w skład Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej. Państwowy akcjonariat Banku Poczty i Poczty Polskiej zapewnia nam bezpieczeństwo i stabilność działania oraz sprawną realizację zadań istotnych z perspektywy Państwa.

Działalność operacyjną prowadzimy od 1990 r., choć czujemy się kontynuatorem tradycji, która narodziła się po odzyskaniu przez Polskę niepodległości w 1918 r., czyli od przystąpienia do organizacji w naszym kraju nowoczesnej administracji pocztowej.

POCZĄTKI

1918

- ❖ Dekret Rady Regencyjnej „O tymczasowej organizacji władz naczelnych w Królestwie Polskim”
- ❖ Początek organizacji nowoczesnej administracji pocztowej

1919

- ❖ Początek działalności Poczty Kasy Oszczędności
- ❖ Urzędy pocztowe jako tzw. „zbiornice” P.K.O.
- ❖ Obsługa oszczędności
- ❖ Udzielanie pożyczek
- ❖ Wypłata rent
- ❖ Obrót czekowy i papierami wartościowymi
- ❖ Ubezpieczenia na życie

WSPÓŁCZESNOŚĆ

1990

- ❖ Utworzenie Banku Poczty S.A.

1999

- ❖ Konsolidacja rachunku bankowego Poczty Polskiej
- ❖ Obsługa wpłat gotówkowych na rzecz ZUS i Urzędów Skarbowych

2002

- ❖ Obsługa bezgotówkowych świadczeń ZUS i ich pochodnych

2003

- ❖ Obsługa wpłat gotówkowych kierowanych na rachunki bankowe

2004

- ❖ Program „Bankowość Poczty” określający ramy ścisłej współpracy Banku i Poczty w zakresie usług finansowych

2009

- ❖ Obsługa wypłat gotówkowych w studzie Giro Płatność

2011

- ❖ Umowa Agencyjna na wykonywanie czynności bankowych w placówkach Poczty

2017

- ❖ **BUDOWA NOWEGO MODELU BANKOWOŚCI POCZTY**

Zapewniamy klientom bezpieczne, nowoczesne i atrakcyjne usługi finansowe. Nasza prosta i zrozumiała oferta obejmuje produkty depozytowe, kredytowe, fundusze inwestycyjne i produkty ubezpieczeniowe. Podstawowym produktem służącym pozyskiwaniu klientów pozostaje rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy dla klientów indywidualnych.

Dzięki strategicznemu partnerstwu z Poczta Polska S.A. zapewniamy swoim klientom dostęp do usług finansowych za pośrednictwem jednej z najszerzych sieci placówek w Polsce, liczącej ok. 4,7 tys. placówek

pocztowych, 193 mikrooddziały i 19 placówek Banku, a także poprzez zdalne kanały kontaktu. Ponadto, produkty Banku są dystrybuowane przez listonoszy. Prowadzimy również działalność w segmencie rozliczeniowym i skarbowym.

Specjalizujemy się w produktach bankowych dla klientów indywidualnych i mikroprzedsiębiorstw, a także klientów instytucjonalnych w wybranych segmentach. Przyczyniamy się do wyrównywania szans w dostępie do usług bankowych w mniejszych miejscowościach oraz do walki z wykluczeniem finansowym w Polsce, stając się często udziałem osób starszych i niepełnosprawnych.

Pod marką EnveloBank od września 2017 r. funkcjonuje bankowość cyfrowa Banku Poczтового, powstała głównie z myślą o osobach młodych, niezależnych i oczekujących w pełni internetowej obsługi swojego konta.

Od grudnia 2011 r. obligacje Banku są notowane w alternatywnym systemie obrotu, na rynku Catalyst, prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. Transparentna sprawozdawczość i jakość komunikacji Banku z interesariuszami spotykają się regularnie z uznaniem rynku, co znajduje potwierdzenie w nagrodach przyznawanych przez niezależnych ekspertów.

Bank Pocztowy i podmioty z jego grupy kapitałowej działają na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Centrala Banku ma swoją siedzibę w Bydgoszczy, natomiast w Warszawie i na mniejszą skalę w Łodzi znajdują się również biura Centrali Banku.

W Polsce znajdują się także siedziby większości podmiotów wchodzących w skład łańcucha dostaw Grupy Banku Poczowego.

GRI G4-17

W skład Grupy Banku Poczowego wchodzi Spółka Dystrybucyjna Banku Poczowego Sp. o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Centrum Operacyjne Sp. o.o. w likwidacji z siedzibą w Bydgoszczy.



Szczegółowe informacje na temat wyników finansowych oraz ryzyka w działalności znajdują się w Sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Banku Poczowego za 2017 r. oraz w Sprawozdaniu Zarządu z działalności za 2017 r. dostępnych w serwisie www.ir.pocztowy.pl.

Grupa Kapitałowa Banku Poczowego

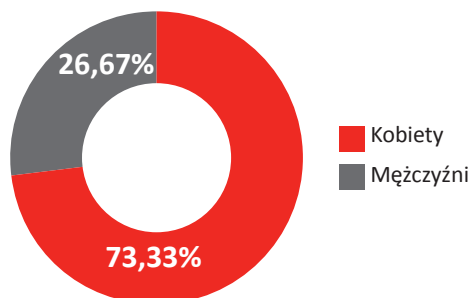
Bank Pocztowy S.A.

Spółka Dystrybucyjna
Banku Poczowego Sp. z o.o.
(100%)

Centrum Operacyjne Sp. z o.o.
w likwidacji
(100%)

W Grupie Banku Poczowego pracuje ok. 1,5 tys. osób, spośród których większość stanowią kobiety.

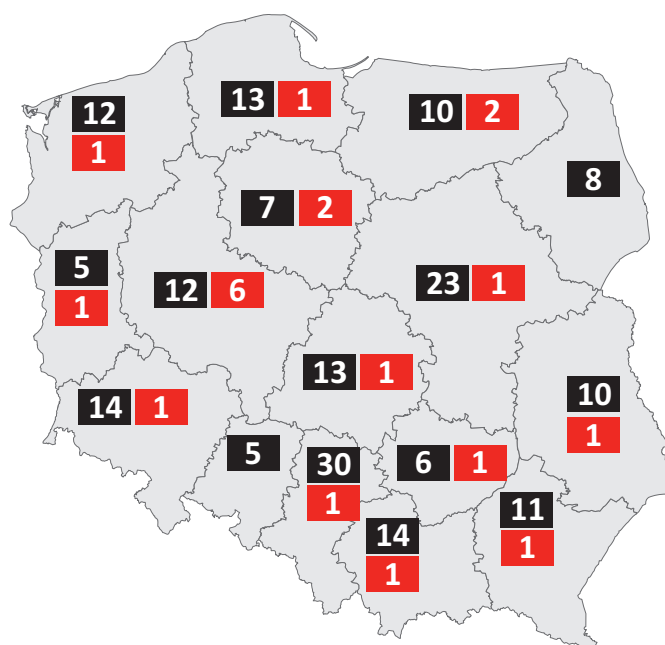
Pracownicy
Banku Poczowego
według płci w 2017 r.



Zatrudnienie w etatach w Grupie Banku Poczтового (stan na 31.12.2017 r.)

Bank Pocztowy	1 479
tym:	
Centrala	877
Placówki i Oddział	155
Mikrooddziały	447
Spółka Dystrybucyjna	12
Centrum Operacyjne w likwidacji	2
Razem	1 493

Placówki własne Banku Poczowego (stan na 31.12.2017 r.)



Mikrooddział – 193
Oddział/Placówka – 21

GRI G4-4

Nasze marki

Bank Pocztowy - marka bankowości detalicznej



Bank Pocztowy

EnveloBank - marka bankowości cyfrowej



Główne grupy produktów Banku Poczowego dla klientów indywidualnych i instytucjonalnych, w tym mikroprzedsiębiorstw

Rachunki oszczędnościowo-rozliczeniowe	Bliskie Konto Pocztove, Pocztove Konto Bez Ograniczeń, Pocztove Konto Aktywny Nestor, Pocztove Konto Firmowe.
Rachunki oszczędnościowe	Pocztove Konto Oszczędnościowe, Pocztove Konto 500+, Firmowe Konto Oszczędnościowe.
Karty płatnicze	Karta do Konta, Naklejka płatnicza, Karta kredytowa, Karta Visa Biznes.
Ubezpieczenia	Ubezpieczenie do kont, do kredytu, pożyczki hipotecznej i kredytów gotówkowych (we współpracy z Pocztowym Towarzystwem Ubezpieczeń Wzajemnych, Pocztowym Towarzystwem Ubezpieczeń na Życie, Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń Ogólnych Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie).
Bankowość elektroniczna	System bankowości internetowej Pocztowy24, PocztowySMS i Telemekonto.
Zagraniczne przekazy pieniężne Kredyty pożyczki	Wpłaty i wypłaty zagraniczne, w tym S.W.I.F.T. oraz MoneyGram. Kredyt Pocztovy, Kredyt koncie, Kredyt mieszkaniowy, Pożyczka hipoteczna, Hipoteczny kredyt konsolidacyjny, Lekka Linia Kredytowa Koncie Firmowym.
Lokaty terminowe	Lokaty terminowe z różnym okresem oszczędzania, od którego zależy wysokość oprocentowania zgromadzonych środków (Mini, Midi, Maxi, Lokata Rynek +30M, Lokaty negocjowane).
Fundusze inwestycyjne	Inwestycje subfundusze POCZTOWY SFIO (Pocztovy Gotówkowy, Pocztovy Obligacji, Pocztovy Stabilny), IPOPEMA TFI PKO TFI. Koszyk inwestycyjny można skomponować z 23 subfunduszy zróżnicowanej polityce i horyzoncie inwestycyjnym.

Produkty dostępne pod marką EnveloBanku

EnveloKonto	Konto zakładane przez internet. Podstawowe usługi są za darmo, dodatkowo można zarobić programach EnveloBonus i Visa Oferta. Z konta korzysta się poprzez aplikację mobilną lub responsywną bankowość internetową.
EnveloKonto Firmowe	Rachunek firmowy, który ma kalendarz płatności oraz funkcjonalność do wgrywania i opłacania faktur. Zarządzanie kontem ułatwia aplikacja mobilna albo bankowość internetowa dostosowująca się do ekranu smartfona lub tabletu.
EnveloKarta	Karta debetowa do rachunku z funkcjonalnością zbliżeniową, umożliwiającą otrzymanie zwrotu za zakupy programie Visa Oferta.

Envelo Karta Firmowa	Karta debetowa dla Firm do rachunku z funkcjonalnością zbliżeniową.
EnveloLokata Mobilna	Lokata dostępna z aplikacji mobilnej EnveloBanku.
EnveloLokata Internetowa	Lokata dostępna z bankowości internetowej EnveloBanku.

GRI G4-9, G4-EC1

1 058,1 tys.

klentów indywidualnych Banku Poczty
 wg stanu na 31.12.2017 r.

Ponad połowę klientów stanowią osoby związane z Bankiem Poczty dłużej niż 5 lat, mające ukończony 55. rok życia oraz pochodzące z miejscowości zamieszkałych przez mniej niż 20 tys. osób. Więcej niż 80% naszych klientów nie korzysta z bankowości internetowej, preferując osobisty kontakt z doradcą głównie za pośrednictwem placówek pocztowych.

Sieć własną Banku wybierają osoby chcące skorzystać z bardziej skomplikowanych produktów finansowych takich, jak np. kredyty hipoteczne. 70% klientów korzystających z takich kredytów stanowią osoby wchodzące na rynek pracy i zakładające rodzinę. Nieruchomości najczęściej finansują mieszkańcy średnich i dużych miast, ale znaczącą grupę stanowią także klienci z małych miejscowości. Wartość najczęściej zaciąganych kredytów mieści się w przedziale 200-400 tys. zł. Ponad 60% tej grupy klientów korzysta równocześnie z internetowych kanałów obsługi.

BANK POCZTOWY	31.12.2016 r.	31.12.2017 r.
– wybrane dane jednostkowe (w tys. zł)		
Kapitalizacja z perspektywy zadłużenia i kapitału własnego:		
zobowiązania razem	6 416 763	6 832 777
kapitał własny ogółem	536 148	645 648
Suma aktywów	6 952 911	7 478 425
Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona:		
przychody	467 132	453 664
Podzielona wartość ekonomiczna:		
koszty operacyjne ¹	90 508	83 789
wynagrodzenia i świadczenia pracownicze	88 822	95 184
płatności na rzecz inwestorów	24 562	20 410
płatności na rzecz państwa ²	38 443	32 570
darowizny	280	112

GRUPA BANKU POCZTOWEGO	31.12.2016 r.	31.12.2017 r.
- wybrane dane skonsolidowane (w tys. zł)		
Kapitalizacja z perspektywy zadłużenia kapitału własnego:		
zobowiązania razem	6 413 124	6 826 524
kapitał własny ogółem	523 442	634 049

31.12.2016 r. 31.12.2017 r.

Suma aktywów	6 936 566	7 460 573
Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona:		
przychody	469 032.....	457 345
Podzielona wartość ekonomiczna:		
koszty operacyjne ¹	79 330.....	75 477
wynagrodzenia i świadczenia pracownicze	102 105.....	104 362
płatności na rzecz inwestorów	24 562.....	20 410
płatności na rzecz państwa ²	38 588.....	33 507
darowizny.....	280.....	112

Bank Poczty jest bankiem bezpiecznym i stabilnym. Jako instytucja zaufania publicznego podlega bieżącej kontroli Komisji Nadzoru Finansowego. Środki zgromadzone na rachunkach prowadzonych przez Bank objęte są ochroną, którą zapewnia Bankowy Fundusz Gwarancyjny w ramach obowiązującego w Polsce systemu gwarantowania depozytów. Bank udziela kredytów wyłącznie w walucie krajowej.

Model biznesowy

Model biznesowy Banku opiera się na strategicznym partnerstwie z Poczta Polska, zapewniającym Bankowi dostęp do jej sieci dystrybucji oraz szerokiego grona klientów. Strategia Banku Poczty na lata 2017-2021 zakłada, iż Bank stanie się liderem bankowości pocztowej w Polsce regionalnej.

Bank Poczty razem z Poczta Polska mają atuty, by stworzyć silną grupę kapitałową w obszarze usług finansowych w Polsce, zapewniającą dostęp do usług finansowych na terenie całej Polski, szczególnie w mniejszych miejscowościach i na wsi, gdzie dostęp do nowoczesnej bankowości jest ograniczony.



Poczta Polska to najstarsza i największa instytucja usługowa w Polsce. O potencjale jej sieci dystrybucji stanowi 4,7 tys. różnego typu placówek, 24 tys. listonoszy oraz 19,5 tys. pracowników obsługi. Poprzez swoją sieć i zakres świadczonych usług jest w stanie dotrzeć praktycznie do każdej osoby na terenie Polski. Ponadto, w wyniku wygranego konkursu, zgodnie z decyzją Urzędu Komunikacji Elektronicznej, do 2025 r. będzie pełnić funkcję operatora pocztowego wyznaczonego do świadczenia usług powszechnych, w związku z czym w tym okresie będzie utrzymywać określoną minimalną liczbę punktów dystrybucji na terenie całej Polski.

Praktycznie wszyscy Polacy znają Poczta Polską i korzystają z jej usług³:

- ❖ **98%** Polaków zna markę Poczta Polska,
- ❖ **26,3 mln** dorosłych Polaków regularnie korzysta z usług Poczty Polskiej⁴,
- ❖ **5 mln** przekazanych wpłat gotówkowych na rzecz ZUS i US, dokonanych w placówkach pocztowych⁵,
- ❖ **12 mld zł** to wartość obsłużonych w placówkach Poczty Polskiej wpłat wypłat gotówkowych na/ rachun w Banku Poczty⁵,
- ❖ **100 mln** komunikatów płatniczych o wartości **65 mld zł** przekazanych do innych banków⁵,

¹ Koszty rzeczowe z wyłączeniem pozycji „Podatki i opłaty” oraz „Koszty poniesione na rzecz BFG”.

² Suma pozycji „Podatki i opłaty”, „Koszty poniesione na rzecz BFG” oraz „Bieżąca część podatku dochodowego”.

³ Dane GUS oraz badanie omnibusowe Poczty Polskiej, 09.2017 r.

⁴ Opracowanie własne Banku Poczty.

⁵ Dane własne Banku Poczty.

Partnerstwo z Poczta Polska stanowi podstawę i warunek powodzenia strategii Banku Poczowego. Dlatego założenia strategiczne zakładają wspólne produkty i programy lojalnościowe, procesy sprzedażowe, akcje marketingowe, wykorzystanie i zarządzanie siecią, projekty e-commerce, inicjatywy społeczne oraz zaangażowanie w programy rządowe.

W Strategię Grupy Poczty Polskiej na lata 2018-2022 wpisany jest rozwój usług finansowych i usług wsparcia w zakresie wykonywania zadań państwowych, co stanowi pozytywną odpowiedź na potrzeby polskiego społeczeństwa, instytucji państwowych oraz klientów.



Zgodnie ze swoją Strategią Bank do 2021 r. zakłada w ramach rozwoju sieci wprowadzenie nowego standardu placówek. Na bazie posiadanej sieci własnej Banku (oddziały, placówki, mikrooddziały) i Poczty Polskiej powstanie 50 oddziałów/placówek Banku oraz utworzona zostanie sieć 750 Punktów Usług Finansowych i Cyfrowych. Jednocześnie sprzedaż wystandaryzowanych, prostych produktów finansowych Banku odbywać się będzie w ok. 4,7 tys. placówkach pocztowych, przy wsparciu listonoszy wyposażonych w urządzenia mobilne.

Ważnym elementem strategii jest uzupełnienie prostej i najbliższej klientom oferty tradycyjnej o szybką, bezpieczną i nowoczesną bankowość cyfrową – EnveloBank. EnveloBank łączy produkty bankowe i usługi z Grupy Poczty Polskiej i partnerów zewnętrznych, pozwalając na obsługę młodszych klientów i mikrofirm.

Do kluczowych przewag konkurencyjnych Banku Poczty, będących czynnikami umożliwiającymi realizację założeń strategii należą:

- ❖ **Strategiczne partnerstwo Poczta Polska** – model biznesowy opiera się na partnerstwie z głównym akcjonariuszem, zapewniającym Bankowi dostęp do sieci dystrybucji przede wszystkim w Polsce regionalnej. Strategiczne partnerstwo z Poczta Polska oraz dostęp do klientów pozwalają Bankowi ograniczyć nakłady na kampanie reklamowe i rozwój własnej sieci.
- ❖ **Dostęp do sieci dystrybucji Poczty Polskiej** – wzajemne porozumienia zawarte z Poczta Polska umożliwiają Bankowi dostęp do jej sieci dystrybucji. Stanowi to istotną przewagę Banku w zakresie pozyskiwania klientów na terenie całego kraju, w tym na obszarach, gdzie nie są obecne inne banki. Potencjalny rozwój konkurentów oferujących usługi finansowe na terenach wiejskich i małych miast jest ograniczony z powodu wysokich nakładów związanych z budową tradycyjnej sieci dystrybucji, do której przyzwyczajeni są klienci tam mieszkający.
- ❖ **Dostęp do klientów Poczty Polskiej** – możliwość wykorzystywania sieci dystrybucji Poczty Polskiej umożliwia Bankowi bezpośrednie oferowanie klientom Poczty własnych produktów. Jest to istotne szczególnie w miejscach, w których istnieje mała konkurencja w zakresie oferowania usług finansowych, tj. na terenach wiejskich i w mniejszych miejscowościach. Tam kluczowy jest relacyjny model bankowości i umożliwienie realizacji transakcji i zakupu produktów bankowych bezpośrednio w placówkach.
- ❖ **Wizerunek bezpiecznego i stabilnego banku** – Poczta Polska, kontrolowana bezpośrednio przez Skarb Państwa, jest akcjonariuszem większościowym i kontrolującym Bank. W okresach niepewności na rynkach finansowych pośrednia obecność w akcjonariacie Skarbu Państwa wspiera postrzeganie Banku jako bezpiecznej i stabilnej polskiej instytucji, stanowiącej alternatywę dla innych instytucji finansowych lub firm pożyczkowych, zwłaszcza działających w Polsce regionalnej.

Krzysztof Pietraszkiewicz, Prezes Związku Banków Polskich



Warunki rozwoju usług Banku Poczty są ściśle związane z warunkami rozwoju Poczty Polskiej. Znacząca pozycja banków pocztowych w niektórych krajach świata wynika z tego, że historycznie były to banki najbardziej dostępne, wiarygodne i stabilne, wsparte różnego rodzaju gwarancjami ze strony państwa. W innej skali, ale i w naszym kraju na pewno istnieje przestrzeń do tego, by osiągnąć wyraźny postęp w budowie nowoczesnego modelu bankowości pocztowej.

W Polsce mamy bardzo konkurencyjny, zdywersyfikowany sektor bankowy, cechujący się jednym z najniższych współczynników koncentracji usług (według wskaźnika Herfindahla-Hirschmana). Z tego powodu można powiedzieć, że Bank Poczty bez ponoszenia istotnych nakładów na ekspansję rynkową może stać się adresatem np. rządowych programów specjalnych ukierunkowanych na przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu poprzez oferowanie usług o specjalnym charakterze i zapewnienie do nich dostępu w miejscach, gdzie nadal mamy do czynienia z białymi plamami w usługach finansowych. Natomiast efekt synergii, jaki może zostać w tym przypadku osiągnięty, mógłby być ściśle powiązany z działalnością w ramach nowoczesnej Grupy Poczty Polskiej.

Ze względu na to, że nasze społeczeństwo bogaci się i towarzyszy temu wyraźny postęp technologiczny, a nadal ok. 20 proc. Polaków nie korzysta z usług bankowych, można wnioskować, iż jest w Polsce miejsce dla różnych instytucji finansowych. Jest miejsce zarówno dla lokalnych banków spółdzielczych, jak i ogólnopolskich banków komercyjnych, ale przede wszystkim to miejsce jest potrzebne, by zagwarantować wszystkim obywatelom możliwość wyboru najkorzystniejszego, dostępnego im modelu bankowości. Taka swoboda podejmowania decyzji przez klientów, a także konkurencyjność leżą w dobrze pojętym interesie państwa. Ona umożliwia kształtowanie cen usług na rozsądnym poziomie, dbanie o postęp technologiczny, a także o jakość świadczonych usług. Zdobywanie swojego miejsca na rynku nie jest łatwe, ale jeśli Bank Poczty skierował kroki do szczególnych grup społecznych i wypracował ofertę usług dopasowanych do ich oczekiwań, to może być przez wielu klientów uznany za bank atrakcyjny i ważny.

W Polsce, mimo że 35 mln rachunków bankowych jest dostępnych przez internet, to z usług bankowości internetowej korzysta jedynie 16 mln klientów. Jest zatem wciąż liczna grupa Polaków, którzy nadal preferują bezpośredni kontakt z bankiem i tu bezsprzecznie ogólnopolska instytucja finansowa dysponująca – dzięki współdziałaniu z Poczta Polska – rozległą siecią placówek może w sposób naturalny stać się dla nich instytucją pierwszego wyboru. Jest też szereg płatności i usług finansowych, które tradycyjnie były wykonywane z wykorzystaniem placówek pocztowych. Nie ma zatem powodu, by niektórzy klienci nie wybierali możliwości korzystania z usług pocztowych i bankowych w jednym miejscu. To oszczędność czasu. Dodatkowo trzeba pamiętać, iż polska gospodarka jest rozdrobniona, w związku z tym są też setki tysięcy mikro i małych firm, które muszą każdego dnia korzystać z usług pocztowych i finansowych. Bank Poczty jest zatem atrakcyjny także dla tego typu przedsiębiorstw.

Bez wątpienia jest w Polsce potencjał do rozwoju bankowości pocztowej.

Akcjonariat i kapitał zakładowy

GRI G4-7

Na 31 grudnia 2017 r. kapitał zakładowy Banku Poczty wynosił 128 278 tys. zł i był podzielony na 12 827 808 akcji o wartości nominalnej 10 zł każda. Akcje Banku zostały całkowicie opłacone.

Głównym akcjonariuszem i partnerem biznesowym Banku Poczty jest Poczta Polska (posiadająca 75% - 10 akcji w jego kapitale zakładowym). Ponadto akcjonariuszem Banku jest Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A. (25% +10 akcji).

Struktura akcjonariatu Banku Poczty



■ Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A.
25% + 10 akcji

■ Poczta Polska S.A.
75% - 10 akcji

Struktura akcjonariatu Banku Poczowego (stan na 31.12.2017 r.)

Nazwa podmiotu	Liczba akcji	Liczba głosów	Wartość nominalna 1 akcji (zł)	Udział kapitale podstawowym
Poczta Polska S.A.	9 620 846	9 620 846	10	74,9999%
Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A.	3 206 962	3 206 962	10	25,0001%
.....	12 827 808	12 827 808	100%

Struktura organizacji

GRI G4-13

W połowie 2017 r. nastąpiła zmiana zakresu nadzoru członków Zarządu X Kadencji Banku Poczowego nad poszczególnymi obszarami działania oraz pionami funkcjonalnymi Banku wynikająca ze zmniejszenia składu Zarządu Banku.

Według stanu na 31 grudnia 2017 r. oraz na dzień sporządzania niniejszego raportu w strukturze organizacyjnej Banku funkcjonują trzy obszary zarządzane przez poszczególnych Członków Zarządu Banku, tj.:

Obszar Zarządzania Strategicznego i Finansów – zarządzany przez Prezesa Zarządu **Sławomira Zawadzkiego**, który pełni stały nadzór nad:

- ❖ Pionem Prawno-Prezydialnym i Bezpieczeństwa,
- ❖ Pionem Finansów;

Obszar Biznesu, Skarbu i Informatyki – zarządzany przez Wiceprezesa Zarządu **Roberta Kuraszkiwicza**, który pełni stały nadzór nad:

- ❖ Pionem Rozwoju Biznesu,
- ❖ Pionem Sprzedaży,
- ❖ Pionem Informatyki;

Obszar Ryzyka i Wsparcia – zarządzany przez Członka Zarządu **Jerzego Konopkę**, który pełni stały nadzór nad:

- ❖ Pionem Operacji,
- ❖ Pionem Ryzyka (W okresie przejściowym, tj. od dnia złożenia wniosku do Komisji Nadzoru Finansowego (KNF) 30 czerwca 2017 r. do dnia wydania przez KNF decyzji administracyjnej sprawie wyrażenia zgody na powierzenie Jerzemu Konopce funkcji Członka Zarządu nadzorującego zarządzanie ryzykiem istotnym w działalności Banku, odpowiedzialność za zarządzanie ryzykiem istotnym działalności Banku ponosi kolegiálně cały Zarząd. Zarząd wyznaczył Jerzego Konopkę, Członka Zarządu, na Koordynatora działania Zarządu w zakresie nadzoru nad Pionem Ryzyka tym okresie.

Schemat struktury organizacyjnej Banku Poczowego oraz zakresy nadzoru poszczególnych członków Zarządu nad pionami funkcjonalnymi:

W 2017 r. przeprowadzono zmiany organizacyjne, których celem była poprawa jakości zarządzania w Grupie Banku Poczty, w tym aktywizacja własnej sieci sprzedaży.

- ❖ **Spółka Centrum Operacyjne Sp. o.o. w likwidacji** została utworzona przez Bank w 2010 r. Na 31 grudnia 2017 r. jej kapitał zakładowy wynosił 3 284 tys. zł, w tym kwota wniesiona aportem w wysokości 784 tys. zł. Centrum Operacyjne powstało w celu świadczenia usług w zakresie procesów administracyjnych dla produktów i usług podmiotów sektora finansowego. Do września 2017 r. spółka świadczyła usługi na rzecz Banku, Spółki Dystrybucyjnej Banku Poczty oraz Poczty Towarzystwa Ubezpieczeń Wzajemnych, jednostki z Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej. 4 lipca 2017 r. Zarząd Banku zatwierdził koncepcję przeniesienia działalności spółki wraz z pracownikami do struktur Banku. 5 lipca 2017 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Centrum Operacyjnego postanowiło rozwiązać spółkę i postawić ją w stan likwidacji.
- ❖ **Spółka Dystrybucyjna Banku Poczty Sp. o.o.** została utworzona przez Bank w 2010 r. Na 31 grudnia 2017 r. jej kapitał zakładowy wynosił 2 680 tys. zł, w tym kwota wniesiona aportem w wysokości 680 tys. zł. Spółka powstała w celu organizacji i prowadzenia działań w ramach mobilnych struktur sprzedażowych dla produktów i usług finansowych, w tym przede wszystkim dotyczących współpracy z Bankiem. Do lipca 2017 r. Spółka Dystrybucyjna współpracowała z Bankiem głównie w zakresie dystrybucji jego produktów, a od lipca 2017 r. przede wszystkim w zakresie obsługi Call Centre. Działalność Spółki Dystrybucyjnej została ograniczona ze względu na wejście w życie ustawy o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami oraz decyzje Banku w zakresie rezygnacji ze sprzedaży pozostałych produktów przez Spółkę.

O raporcie

GRI G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-28, G4-30

Od 2018 r. Bank Poczty ma obowiązek stosować się do wymogów rozszerzonego raportowania informacji niefinansowych zgodnie ze znowelizowaną ustawą o rachunkowości⁶, stanowiącą transpozycję postanowień Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE w sprawie ujawniania informacji niefinansowych przez niektóre duże jednostki i grupy⁷.

Celem raportowania niefinansowego jest m.in. przedstawianie kluczowym interesariuszom organizacji pełniejszych informacji na temat skali i charakteru pozytywnego i negatywnego wpływu jej działalności na kwestie zrównoważonego rozwoju. Organizacja gromadzi i pokazuje informacje niefinansowe, które mogą mieć bieżący wpływ na jej politykę, strategię i działania w odniesieniu do zagadnień społecznych, pracowniczych, ochrony środowiska, poszanowania praw człowieka, czy przeciwdziałania korupcji.

Prowadzenie działalności w sposób społecznie odpowiedzialny jest jednym z filarów ogłoszonej w 2017 r. Strategii Banku Poczty na lata 2017-2021. Jako firma staramy się przyczynić do zrównoważonego rozwoju kraju oraz uwzględniać oczekiwania interesariuszy w podejmowanych przez nas decyzjach. Przeprowadzone z ich udziałem konsultacje społeczne potwierdziły potrzebę szerszego zaprezentowania naszego podejścia do działalności biznesowej z uwzględnieniem idei społecznej odpowiedzialności oraz wyników niefinansowych uzyskanych w kluczowych obszarach w 2017 r.

Wnioski z konsultacji przyczyniły się do podjęcia decyzji o przygotowaniu pierwszego raportu społecznej odpowiedzialności Grupy Banku Poczty zgodnie z Wytocznymi raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju Global Reporting Initiative (GRI) G4 na poziomie Core z zastosowaniem Suplementu sektorowego dla usług

⁶ Ustawa z dnia 15 grudnia 2016 r. zmieniająca Ustawę z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 1994 nr 121 poz. 591.

⁷ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy.

finansowych GRI, zaś w zakresie rachunkowości w oparciu o standard MSSF. Dodatkowo, jako punkt odniesienia dla przedstawienia informacji niefinansowych posłużyła Norma Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej ISO 26000 w dziedzinie społecznej odpowiedzialności oraz Cele ONZ w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Wskaźniki GRI-G4 oznaczone są za pomocą symboli [G4-], natomiast w końcowej części raportu znajduje się Tabela treści GRI, ułatwiająca precyzyjne wskazanie informacji przygotowanych zgodnie z Wytocznymi GRI. Dodatkowo graficznie wskazane zostały obszary zagadnień powiązanych z Celami ONZ.

Niniejszy raport spełnia wymogi sprawozdania na temat informacji niefinansowych, które stanowi wyodrębnioną część rocznego sprawozdania z działalności Banku Poczty oraz Grupy Kapitałowej Banku Poczty, zatwierdzanego przez Zarząd.

Przyjęto roczny cykl publikowania raportów społecznej odpowiedzialności. Obecny raport obejmuje wyniki uzyskane w roku obrotowym 2017, chyba że zostało to wskazane inaczej.

Raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji. W procesie weryfikacji wewnętrznej wzięli udział przedstawiciele Zarządu i dyrektorzy poszczególnych obszarów biznesowych.

W raporcie zaprezentowano wyniki Banku Poczty oraz – w przypadku gdy było to możliwe i zgodne z kryterium istotności – wyniki dwóch spółek zależnych Banku. Z uwagi na to, że jedna z nich znajduje się w stanie likwidacji, zaś druga nie oddziałuje istotnie na kwestie społeczne i środowiskowe, zakres prezentowanych informacji dotyczących spółek zależnych Banku ma charakter ograniczony. Obecnie – poza wskaźnikami profilowymi – zawarliśmy w raporcie 29 szczegółowych wskaźników wyników odpowiadających materialnym aspektom potwierdzonym w toku konsultacji z interesariuszami.

W toku definiowania zawartości raportu dokonaliśmy analizy obszarów społecznej odpowiedzialności Banku Poczty, uwzględniając:

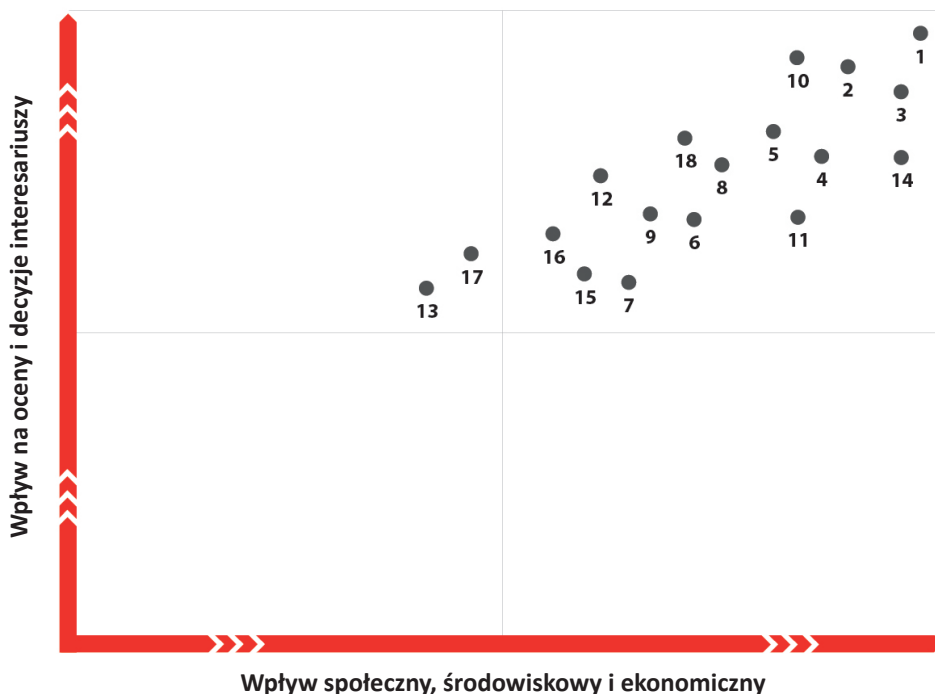
- ❖ dotychczas podejmowane przez organizację działania i informacje dotyczące tej działalności ukazujące się w środkach masowego przekazu,
- ❖ decyzje Urzędu Ochrony Klientów i Konsumentów (UOKiK) i nowe wymagania prawne wobec instytucji finansowych,
- ❖ badania opinii na temat społecznych aspektów działalności firm sektora finansowego w Polsce,
- ❖ zagadnienia kluczowe dla raportowania niefinansowego organizacji konkurencyjnych oraz
- ❖ trendy w podejściu do rozszerzonego ujawniania informacji niefinansowych.

GRI G4-27

Poniżej zaprezentowana została matryca zidentyfikowanych materialnych aspektów odzwierciedlająca wyniki przeprowadzonych analiz z zastosowaniem:

- ❖ kryteriów istotności dla Grupy Banku Poczty oraz jej kluczowych interesariuszy,
- ❖ znaczenia dla obecnych wyzwań sektora finansowego w Polsce oraz
- ❖ oczekiwań społecznych formułowanych wobec instytucji finansowych w zakresie poprawy ich wiarygodności w relacjach z klientami.

Istotne aspekty niefinansowe w działalności Grupy Banku Poczowego



- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Bezpieczeństwo klientów 2. Odpowiedzialna komunikacja marketingowa 3. Odpowiedzialne praktyki sprzedaży 4. Przyjmowanie i rozpatrywanie reklamacji oraz rozstrzyganie sporów 5. Prewencja zachowań nieetycznych i przeciwdziałanie nadużyciom 6. Jakość i etyka w zarządzaniu 7. Wsparcie rozwoju gospodarczego i społecznego 8. Zwiększanie dostępności do usług finansowych 9. Edukacja finansowa | <ol style="list-style-type: none"> 10. Zgodność działalności z przepisami praw i kodeksami postępowania 11. Jakość obsługi klientów 12. Zaangażowanie pracowników 13. Rozwój pracowników 14. Poszanowanie różnorodności i zapewnienie równych szans 15. Ograniczanie śladu środowiskowego 16. Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw 17. Prospołeczne inicjatywy pracowników 18. Prospołeczne inicjatywy Banku |
|--|---|

Interesariusze

Jako instytucja społecznie odpowiedzialna przykładamy wagę do właściwej identyfikacji kluczowych grup interesariuszy. Każda z nich jest przez nas uwzględniana w procesach decyzyjnych, w wyniku których wywieramy lub możemy wywrzeć wpływ na ich przedstawicieli. Staramy się budować pozytywne relacje z nimi wszystkimi, mimo że skala i charakter naszego wpływu oraz formułowane wobec nas oczekiwania z ich strony są różne.

GRI G4-24

INTERESARIUSZE RYNKOWI: zaangażowani ekonomicznie w relacje z Bankiem Poczowym

- ❖ Pracownicy i współpracownicy Grupy Kapitałowej Banku
- ❖ Rodziny pracowników

INTERESARIUSZE NIERYNKOWI: nie angażują się bezpośrednio w ekonomiczną wymianę z Bankiem Poczowym, jednak pozostają pod jego wpływem lub wywierają na niego wpływ

- ❖ Regulatorzy rynku
- ❖ Organy nadzoru
- ❖ Organizacje branżowe

- ❖ Praktykanci i stażyści
- ❖ Firmy pośrednictwa pracy
- ❖ Organizacje pracowników
- ❖ Spółki zależne Banku
- ❖ Akcjonariusze i inwestorzy
- ❖ Rada Nadzorcza
- ❖ Pracownicy Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej
- ❖ Związki zawodowe Poczty Polskiej
- ❖ Klienci
- ❖ Wierzytiele
- ❖ Dostawcy
- ❖ Agenci i pośrednicy finansowi
- ❖ Podwykonawcy
- ❖ Organizacje specjalistyczne
- ❖ Organizacje pracodawców
- ❖ Organizacje klienckie
- ❖ Instytucje certyfikujące
- ❖ Administracja publiczna
- ❖ Konkurencja
- ❖ Organizacje pozarządowe
- ❖ Lokalne społeczności
- ❖ Kandydaci do pracy
- ❖ Analitycy i zarządzający funduszami
- ❖ Agencje ratingowe
- ❖ Media i porównywarki internetowe
- ❖ Środowisko naturalne

Angażowanie interesariuszy

GRI G4-25, G4-26, G4-48

W celu odpowiedzialnego i zgodnego z oczekiwaniami budowania relacji z poszczególnymi grupami interesariuszy wykorzystujemy zróżnicowany zasób metod i narzędzi komunikacji. Dyskusja z interesariuszami, koncentrująca się wokół zagadnień związanych z wpływem Banku na otoczenie społeczne i gospodarcze, jest dla nas cenną okazją do poprawy wyników.

W 2017 r. położyliśmy duży nacisk na komunikację założeń Strategii na lata 2017-2021. Poza komunikatem prasowym skierowanym do szerokiego grona dziennikarzy mediów ekonomicznych, filary nowej strategii Banku Poczty zostały zaprezentowane podczas konferencji prasowej w czerwcu 2017 r. Strategia Banku była także szeroko omawiana w licznych publikacjach, w tym w wywiadach z Prezesem Zarządu. Dbając o najwyższą jakość komunikacji oraz transparentność swojej działalności, Bank organizuje briefingi prasowe związane z istotnymi wydarzeniami oraz konferencje prasowe poświęcone półrocznym i rocznym wynikom finansowym wypracowanym przez Bank.

Na potrzeby prac nad niniejszym raportem przeprowadziliśmy w 2017 r. cykl konsultacji w formie dialogu społecznego z kluczowymi interesariuszami zewnętrznymi i wewnętrznymi. Ich celem było poznanie potrzeb informacyjnych poszczególnych grup interesariuszy w odniesieniu do niefinansowych aspektów naszej działalności. Odbyły się wywiady pogłębione ze specjalistami Banku Poczty z obszarów: zarządzania zasobami ludzkimi, bezpieczeństwa, compliance, komunikacji oraz współpracy z Poczta Polska. Podobne indywidualne wywiady zorganizowaliśmy z grupą kilkunastu interesariuszy zewnętrznych reprezentujących różnorodne środowiska na terenie całego kraju. Dodatkowo, poprzez Contact Centre przeprowadziliśmy badanie ankietowe wśród klientów Banku.

Zrealizowaliśmy także cykl warsztatów, w których uczestniczyła grupa ok. 20 specjalistów z głównych lokalizacji Spółki w Bydgoszczy i Warszawie. Podczas warsztatów dokonaliśmy identyfikacji kluczowych interesariuszy Grupy Banku Poczty. Każdą z grup interesariuszy oceniliśmy następnie pod kątem skali wpływu wywieranego przez Bank Poczty oraz skali zainteresowania i ryzyka ponoszonego przez interesariuszy w relacji z Bankiem.

Za ewaluację i zatwierdzenie Raportu społecznej odpowiedzialności odpowiadał Komitet Sterujący, w skład którego wchodziły członkowie kadry kierowniczej zarządzający kluczowymi obszarami finansowymi i niefinansowymi w działalności Grupy Banku Poczty, w tym Prezes Zarządu Banku oraz dyrektorzy odpowiedzialni za strategię, zarządzanie zasobami ludzkimi, bezpieczeństwo, compliance, rachunkowość, kontroling, komunikację i marketing.

Członkostwo w organizacjach

GRI G4-16

Jesteśmy członkiem krajowych i międzynarodowych organizacji branżowych, biznesowych i specjalistycznych. Członkostwo w nich pozwala nam czerpać korzyści ze współpracy z innymi firmami, uczestniczyć w procesie legislacyjnym oraz działać na rzecz propagowania dobrych praktyk w dziedzinie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Związek Banków Polskich (ZBP)

Samorządowa organizacja banków działających w Polsce i utworzonych na podstawie prawa polskiego. Do jej zadań należy m.in. reprezentowanie i ochrona wspólnych interesów członków, współpraca z organami państwa w zakresie przepisów prawa, upowszechnianie wiedzy na temat bankowości, prowadzenie postępowania pojednawczego i sądownictwa polubownego dla banków oraz upowszechnianie zasad dobrej praktyki bankowej.

Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych (SEG)

Organizacja samorządowa emitentów, do której przynależność jest dobrowolna. Dbą o rozwój polskiego rynku kapitałowego oraz reprezentuje interesy spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i na alternatywnym rynku NewConnect. Służy środowisku emitentów wiedzą i doradztwem w zakresie regulacji rynku giełdowego oraz praw i powinności uczestniczących w nim spółek.

Biuro Informacji Kredytowej S.A. (BIK)

Największy w kraju zbiór danych o klientach indywidualnych i przedsiębiorcach. Ma w swojej bazie informacje o 140,1 mln rachunków należących do 24 mln klientów indywidualnych oraz informacje o historii kredytowej łącznie 1,1 mln firm i innych podmiotów, z których czynne zobowiązania kredytowe ma 760 tys. podmiotów. BIK zostało utworzone przez banki i ZBP.

System Monitoringu Rynku Pieniężnego (SMRP)

System prowadzony przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową gromadzi dane na temat cen depozytów negocjowanych przyjmowanych przez banki komercyjne działające w Polsce. Celem SMRP jest podawanie uczestnikom rynku finansowego rzeczywistego oprocentowania depozytów. SMRP uruchomiono w 2012 r. z inicjatywy 12 banków. Obecnie korzysta z niego 20 banków reprezentujących ponad 90% sumy bilansowej polskiego sektora bankowego.

Pracodawcy RP

Celem organizacji jest działanie na rzecz wspólnych interesów środowiska biznesu, wspierające inicjatywy zmierzające do wzmocnienia roli polskich pracodawców. Poprzez opiniowanie projektów aktów prawnych podejmuje działania zmierzające do osiągnięcia wspólnych korzyści pracodawców i pracowników, wynikających z rozwoju gospodarczego, warunków zatrudnienia, bezpieczeństwa pracy i ładu społecznego.

„Pracodawcy Pomorza i Kujaw” Związek Pracodawców

Zadaniem organizacji jest ochrona praw i reprezentowanie interesów swoich członków poprzez dialog społeczny z władzą lokalną, związkami zawodowymi i innymi związkami pracodawców. Podejmowane działania lobbingowe sprzyjają rozwojowi otoczenia przyjaznego przedsiębiorcy, tworzeniu dobrego prawa i wymianie doświadczeń pomiędzy firmami.



Hanna Wygocka,
Dyrektor Biura „Pracodawców Pomorza i Kujaw” Związku Pracodawców

Nasza organizacja zrzesza przedsiębiorców z regionu kujawsko-pomorskiego. Reprezentujemy naszych członków w relacjach z administracją rządową i samorządową, a także wspieramy ich usługami informacyjnymi, szkoleniowymi, doradczymi, które mają na celu pomóc firmom rozwijać się biznesowo. Bank Poczty od wielu lat jest członkiem naszej organizacji.

Przejawem społecznej odpowiedzialności biznesu powinno być faktycznie zorientowanie przedsiębiorcy na to, jakie są potrzeby szeroko pojętych interesariuszy, przede wszystkim pracowników, ale i klientów oraz różnych środowisk, w otoczeniu których przedsiębiorca działa. Ważna jest zdolność przedsiębiorcy do wykazania się pewną wrażliwością społeczną, a nie tylko poszukiwaniem korzyści ekonomicznych. Chodzi o wsłuchanie się w potrzeby interesariuszy i próbę włączenia się w ich potrzeby społeczne w takiej części, w jakiej firma jest w stanie się zaangażować, aby móc równolegle osiągać swój główny cel ekonomiczny.

Bank Poczty to przykład firmy społecznie odpowiedzialnej. Potwierdza to sam fakt włączenia się Banku w działalność „Pracodawców Pomorza i Kujaw” Związku Pracodawców, czyli chęć współpracy z biznesem mikro i małym. Te firmy to z jednej strony potencjalni klienci Banku, ale z drugiej strony łączą się z Bankiem w wymiarze pewnych wspólnych potrzeb pozabiznesowych, takich jak chęć wpływu na rozwój regionu, czy oddziaływania na administrację, na stanowione prawo gospodarcze. To są kwestie, które nie wpływają bezpośrednio na interesy Banku, ale niosą ze sobą dobro społeczne jako takie. Ale jest też wiele innych działań Banku, jak np. uczestnictwo w inicjatywach proedukacyjnych, upowszechniających właściwe postawy w stosunku do przedsiębiorczości wśród młodych ludzi. To ważny element pokazujący, że potrzeby społeczne nie są obce Bankowi. Bank Poczty włącza się także w spotkania networkingowe członków naszej organizacji, podczas których firmy prezentują swoje doświadczenia w różnych dziedzinach i wzajemnie inspirują się dobrymi praktykami biznesowymi i społecznymi.

Bycie dobrym pracodawcą to równie ważny aspekt społecznej odpowiedzialności. To przede wszystkim opinia pracowników buduje wizerunek przedsiębiorcy jako pracodawcy w regionie. Sam fakt, że w czasie 15 lat mojej pracy w „Pracodawcach Pomorza i Kujaw” Związku Pracodawców kontaktuję się niemal z tymi samymi osobami z ramienia Banku pokazuje, że ma on silną markę pracodawcy.

Oceniam pozytywnie praktyki Banku Poczty w kontekście całej branży finansowej i jej relacji z małymi i mikro firmami. To co ten Bank wyróżnia, to z pewnością przejrzystość oferty produktowej, jasne procedury i kwestia otwartości - rozumianej jako szybki dostęp do ekspertów i informacji, a także duża sieć dystrybucji. To jest nie tylko kwestia strategii sprzedażowej Banku, ale myślę, że przede wszystkim dobrej identyfikacji potrzeb swoich klientów. Bank Poczty jest w pełni świadomy, że musi być blisko klienta oraz musi zapewnić mu przejrzystą i jasną informację o produktach, bo to także stanowi dowód jego społecznej odpowiedzialności.

Nagrody i wyróżnienia

Bank Poczty został w 2017 r. laureatem nagród i wyróżnień przyznawanych w kluczowych obszarach: profesjonalnego zarządzania Spółką, jakości produktów i świadczonych usług oraz społecznej odpowiedzialności. Godne podkreślenia jest, iż poza wyróżnieniami eksperckimi, Bank zyskał uznanie klientów korzystających z jego usług.

Raport Roczny Banku Poczty za 2016 r. zajął 3. miejsce w konkursie Instytutu Rachunkowości i Podatków The Best Annual Report. Celem konkursu jest promowanie raportów rocznych o największej wartości użytkowej dla akcjonariuszy i inwestorów.

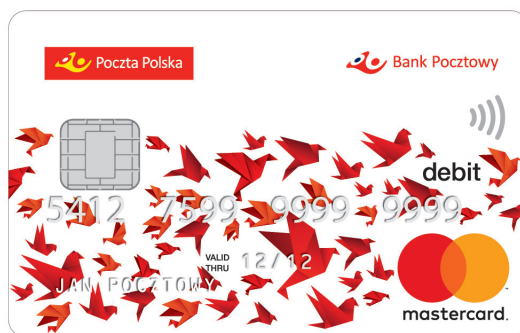


Bank Poczty otrzymał 3 wyróżnienia w rankingu satysfakcji klientów detalicznych ARC Rynek i Opinia z marca 2017 r. W zestawieniu, w którym uwzględniono opinie klientów na temat 15 największych banków działających na polskim rynku, Bank uzyskał tytuł „Bank doceniany przez klientów” oraz zajął:

- ❖ 1. miejsce w rankingu opłat i prowizji,
- ❖ 2. miejsce w rankingu satysfakcji klientów detalicznych banków,
- ❖ 3. miejsce w rankingu lojalności.



Pierwsza wspólna karta Banku Poczty i Poczty Polskiej głosami publiczności i obserwatorów rynku została wybrana Najładniejszą polską kartą 2017 r. Nagrodę podczas Polskiej Gali Digital Payments odebrał **Sławomir Zawadzki**, Prezes Zarządu Banku Poczty. Zwycięska karta MasterCard to karta płatnicza w biało-czerwonych barwach narodowych ze wznoszącymi się gołębiami, łącząca w przekazie tradycję i nowoczesność obu polskich instytucji.



Bliskie Konto Poczty oraz EnveloKonto znalazły się w zestawieniu rachunków dla obywateli Ukrainy przygotowanym przez portal Bankier.pl, zajmując 3. miejsce (EnveloKonto) i 7. miejsce (Bliskie Konto Poczty).

Bliskie Konto Poczty Banku Poczty trzykrotnie doceniono, przynajmniej:

- ❖ 1. miejsce w rankingu TotalMoney, kompleksowej porównywarki niemal wszystkich produktów bankowych w kraju. Eksperti uznali, że ta propozycja jest najlepsza na rynku dla klientów korzystających z usług bankowych w placówce (sierpień),
- ❖ 3. miejsce wśród najlepszych na rynku rachunków pod względem wysokości moneybacku w zestawieniu portalu Bankier.pl (wrzesień),
- ❖ „srebro” w zestawieniu Kont za zero portalu Wyborcza.biz, co pozwoliło uplasować się w grupie najlepszych rachunków darmowych przy spełnieniu określonych warunków (wrzesień).



EnveloKonto zajęło 1. miejsce w rankingu Kont dla studentów przygotowanym przez portal Bankier.pl.

Pocztowe Konto 500+ Banku Poczтового trzykrotnie nagrodzono, przynając:

- ❖ 2. miejsce w rankingu Najlepszych Kont Oszczędnościowych portalu Bankier.pl (maj),
- ❖ 2. miejsce w rankingu Najlepiej oprocentowanych Kont Oszczędnościowych dziennika Rzeczpospolita (czerwiec),
- ❖ 3. miejsce w zestawieniu portalu Bankier.pl (sierpień).



Firmowe Konto Oszczędnościowe Banku Poczowego zajęło w czerwcu 2017 r. 3. miejsce w rankingu Najlepszych kont oszczędnościowych dla firm portalu Bankier.pl.

EnveloLokata z oferty EnveloBanku zajęła 3. miejsce wśród ofert dla klientów mobilnych według zestawienia opublikowanego w Gazecie Giełdy Parkiet w listopadzie 2017 r.



Karta kredytowa Banku Poczowego zajęła 2. miejsce w rankingu kart kredytowych za granicę ze stycznia 2017 r. przygotowanym przez ekspertów niezależnej firmy doradztwa finansowego Expander.

Główna Ekonomistka Banku Poczowego Monika Kurtek w majowym rankingu Gazety Giełdy Parkiet została doceniona za najtrafniej prognozowaną stopę bezrobocia w Polsce. To kolejne wyróżnienie Moniki Kurtek przyznane za wysokie zdolności analityczne i umiejętności prognozowania.

Bank Pocztowy uzyskał tytuł Instytucja finansowa przyjazna mediacji przyznany przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego. Bank doceniono za otwartość mediacyjną i szerokie informowanie klientów o możliwości polubownego rozwiązywania sporów w Centrum Mediacji Sądu Polubownego przy KNF.



INSTYTUCJA
FINANSOWA
PRZYJAZNA
MEDIACJI

Ład organizacyjny

Struktura nadzorcza

GRI G4-34, G4-38

Zgodnie z Kodeksem spółek handlowych organem zarządzającym i nadzorczym Banku Poczтового są odpowiednio Rada Nadzorcza i Zarząd.

Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Banku. Wykonuje swoje czynności kolegialnie. Rada może delegować swoich członków do samodzielnego pełnienia określonych czynności nadzorczych.



Zasady działania organu określa Statut Banku dostępny w serwisie www.ir.pocztowy.pl.

Zgodnie ze Statutem Banku Poczowego Rada Nadzorcza składa się z 7 członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie, uwzględniając ocenę spełnienia wymogów. Członków Rady Nadzorczej powołuje się na wspólną kadencję trwającą 3 lata z uwzględnieniem oceny spełnienia wymogów, o których mowa w art. 22aa Ustawy Prawo Bankowe. Ponadto członkowie Rady Nadzorczej powinni spełniać wymogi określone w ustawie z dnia 16 grudnia 2016 roku o zasadach zarządzania mieniem państwowym.

Rada Nadzorcza jest zdolna do działania i podejmowania ważnych uchwał, także wtedy gdy liczba członków Rady Nadzorczej wynosi mniej niż liczba ustalona zgodnie ze Statutem, ale nie mniej niż 5 osób, chyba że niemożliwość ukonstytuowania się Rady Nadzorczej wynika z przyczyn, o których mowa w § 8 ust. 9 Statutu. W każdym przypadku, gdy liczba członków Rady Nadzorczej jest mniejsza niż liczba ustalona zgodnie ze Statutem, Zarząd Spółki jest zobowiązany niezwłocznie, lecz najpóźniej w terminie 14 dni, zwołać Walne Zgromadzenie celem uzupełnienia składu Rady Nadzorczej do liczby ustalonej wyżej.

Do dnia dematerializacji jakichkolwiek akcji Banku oraz tak długo jak Poczta Polska (lub jej następcą prawny) jest akcjonariuszem Banku, przysługuje jej uprawnienie osobiste do wskazania 3 kandydatów na członków Rady Nadzorczej. Do dnia dematerializacji jakichkolwiek akcji Banku oraz tak długo jak PKO Bank Polski (lub jego następcą prawny) jest akcjonariuszem Banku, przysługuje mu uprawnienie osobiste do wskazania 2 kandydatów na członków Rady Nadzorczej.

Każdy z akcjonariuszy może zgłaszać kandydatów na pozostałe 2 miejsca w Radzie Nadzorczej.

Przynajmniej dwóch członków Rady Nadzorczej powinno spełniać kryteria niezależności od Banku i podmiotów pozostających w istotnym powiązaniu z Bankiem.

Skład Rady Nadzorczej Banku według stanu na 31 grudnia 2017 r. i na dzień zatwierdzenia niniejszego raportu przedstawia się następująco:

Przemysław Sypniewski	Przewodniczący
Jan Emeryk Rościszewski	Wiceprzewodniczący
Magdalena Pacuła	Sekretarz

Piotr Chelmikowski	Członek (niezależny)
Jakub Słupiński	Członek (niezależny)
Katarzyna Kreczmańska-Gigol	Członek
Marcin Mosz	Członek

Nie istnieją żadne powiązania rodzinne pomiędzy członkami Rady Nadzorczej i Zarządu Banku.

XI Kadencja Rady Nadzorczej upływa z dniem zatwierdzenia przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Banku Poczty sprawozdania finansowego za 2019 r.

W Radzie Nadzorczej funkcjonują dwa stałe komitety: Komitet Audytu i Komitet Nominacji.

Komitet Audytu działa na podstawie obowiązujących przepisów prawa, w tym Ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym. Zgodnie z Regulaminem stałym uczestnikiem posiedzeń Komitetu jest kierujący komórką audytu wewnętrznego w Banku. Do zadań Komitetu Audytu należy w szczególności:

- ❖ monitorowanie procesu sprawozdawczości finansowej,
- ❖ monitorowanie skuteczności systemu kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem oraz audytu wewnętrznego, w tym z zakresie sprawozdawczości finansowej,
- ❖ monitorowanie wykonywania czynności rewizji finansowej, w szczególności przeprowadzania przez firmę audytorską badania, z uwzględnieniem wszelkich wniosków i ustaleń Komisji Nadzoru Audytowego wynikających z kontroli przeprowadzanej w firmie audytorskiej,
- ❖ kontrolowanie i monitorowanie niezależności biegłego rewidenta i firmy audytorskiej, w szczególności w przypadku, gdy na rzecz Banku świadczone są przez firmę audytorską inne usługi niż badanie,
- ❖ informowanie Rady Nadzorczej o wynikach badania oraz wyjaśnianie, w jaki sposób badanie to przyczyniło się do rzetelności sprawozdawczości finansowej w Banku, a także jaka była rola Komitetu Audytu w procesie badania,
- ❖ dokonywanie oceny niezależności biegłego rewidenta oraz wyrażanie zgody na świadczenie przez niego dozwolonych usług niebędących badaniem w Banku,
- ❖ opracowywanie polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzenia badania,
- ❖ opracowywanie polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem,
- ❖ określenie procedury wyboru firmy audytorskiej przez Bank,
- ❖ przedstawienie Radzie Nadzorczej rekomendacji dotyczącej powołania biegłego rewidenta i firmy audytorskiej,
- ❖ przedkładanie zaleceń mających na celu zapewnienie rzetelności procesu sprawozdawczości finansowej w Banku.

Skład Komitetu Audytu:

Piotr Chelmikowski	Przewodniczący
Marcin Mosz	Członek
Jakub Słupiński	Członek

Komitet Nominacji ocenia kandydatów do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu i Członków Zarządu Banku oraz ocenia osoby pełniące funkcje Prezesa Zarządu i Członków Zarządu Banku.

Skład Komitetu Nominacji:

Przemysław Sypniewski	Przewodniczący
Jan Emeryk Rościszewski	Członek
Katarzyna Kreczmańska-Gigol	Członek

Zarząd

Zarząd kieruje Bankiem i reprezentuje go na zewnątrz w zakresie określonym przepisami Kodeksu spółek handlowych, Statutu Banku i Regulaminu Zarządu Banku.



Zasady działania organu określa Statut Banku dostępny w serwisie www.ir.poczty.pl.

Zarząd Banku Poczty składa się co najmniej z 3 osób, lecz nie więcej niż z 5 osób. Zarząd jest powoływany na wspólną kadencję trwającą 3 lata.

28 czerwca 2017 r. nastąpiły zmiany w składzie Zarządu Banku Poczty.

Magdalena Nawara złożyła rezygnację z funkcji Członka Zarządu Banku z dniem 30 czerwca 2017 r. Rada Nadzorcza odwołała z dniem 30 czerwca 2017 r. **Krzysztofa Telegę** z funkcji Członka Zarządu i ze składu Zarządu Banku. Rada powołała z dniem 1 lipca 2017 r. Członka Zarządu **Roberta Kuraszkiewicza** na funkcję Wiceprezesa Zarządu Banku.

Skład Zarządu Banku według stanu na 31 grudnia 2017 r. i na dzień zatwierdzenia niniejszego raportu przedstawia się następująco:

Sławomir Zawadzki	Prezes Zarządu, odpowiada za obszar zarządzania strategicznego i finansów
Robert Kuraszkiewicz	Wiceprezes Zarządu, odpowiada za obszar biznesu, skarbu i informatyki
Jerzy Konopka	Członek Zarządu, odpowiada za obszar ryzyka i wsparcia

W okresie przejściowym odpowiedzialność za zarządzanie ryzykiem istotnym w działalności Banku ponosi kolegiąlnie cały Zarząd. W tym okresie Zarząd wyznacza **Jerzego Konopkę** na Koordynatora działania Zarządu w zakresie nadzoru nad Pionem Ryzyka.

X Kadencja Zarządu upływa z dniem zatwierdzenia przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Banku Poczty sprawozdania finansowego za rok 2018.

W 2017 r. odbyły się 63 posiedzenia Zarządu, podczas których podjęto 473 uchwały.

Kierując się misją Banku, Zarząd m.in. podjął uchwałę umożliwiającą dokonanie klientom zmiany warunków spłaty zaciągniętych kredytów gotówkowych i hipotecznych, włączając się tym samym w pomoc niesioną mieszkańcom gmin poszkodowanych w wyniku nawałnic, jakie dotknęły Polskę w sierpniu 2017 r.

W konsekwencji szkód, do jakich doszło wskutek działania żywiołu, Bank udzielił także wsparcia rzeczowego Caritas Polska, użyczając do bezpłatnego wykorzystania w ramach celów statutowych organizacji 10 agregatów prądotwórczych.

W Banku działają następujące Komitety:

- ❖ Komitet Zarządzania Aktywami i Pasywami,
- ❖ Komitet Kredytowy Banku,
- ❖ Komitet Ryzyka Operacyjnego,
- ❖ Komitet Organizacji Priorytetów Inicjatyw Informatycznych,
- ❖ Komitet Zarządzania Portfelem Projektów,
- ❖ Komitet ds. Architektury IT (KAIT).

Komitety opierają swoją działalność na przyjętych przez Zarząd Banku regulaminach.

Polityka zmiennych składników wynagrodzeń kadry kierowniczej

GRI G4-51

W ramach obowiązujących w obszarze wynagrodzeń regulacji Bank stosuje politykę ustalania zmiennych składników wynagrodzeń osób zajmujących stanowiska kierownicze, zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów i Rozwoju w sprawie systemu zarządzania ryzykiem i systemu kontroli wewnętrznej, polityki wynagrodzeń oraz szczegółowego sposobu szacowania kapitału wewnętrznego w bankach⁸. Wprowadzona w 2017 r. zmiana zasad wynikająca z Rozporządzenia ma zastosowanie do zmiennych składników wynagrodzeń należnych za 2017 r. i lata następne.

Najważniejsze zmiany wynikające z Rozporządzenia to:

- ❖ wprowadzenie limitu wynagrodzenia zmiennego (tzw. bonus cap), zgodnie z którym wynagrodzenie zmienne osób, których działalność zawodowa ma istotny wpływ na profil ryzyka Banku, w stosunku rocznym nie może być wyższe niż 100% rocznego stałego wynagrodzenia takiej osoby, przy czym Bank może zastosować wyższy limit, nie wyższy jednak niż 200% rocznego wynagrodzenia, za zgodą Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy o ile spełnione zostaną określone w Rozporządzeniu wymogi,
- ❖ przyjęcie, iż limit 100% wartości wynagrodzenia zmiennego w stosunku do wynagrodzenia stałego dotyczy również wynagrodzenia zmiennego członków Zarządu Banku,
- ❖ objęcie Polityką zmiennych składników wynagrodzeń członków Rady Nadzorczej z tym, że zmienne składniki wynagrodzenia Rady nie podlegają odroczeniu, co wynika wprost z Rozporządzenia,
- ❖ zaostrenie wymogów dotyczących przyznania i wypłaty zmiennych składników wynagrodzenia poprzez wprowadzenie obowiązku zastrzegania w umowach o pracę (lub innych umowach dotyczących tych świadczeń) możliwości ich wstrzymania, ograniczenia lub odmowy wypłaty,
- ❖ rozszerzenie listy osób objętych Polityką zmiennych składników wynagrodzenia o osoby, których działalność zawodowa ma istotny wpływ na profil ryzyka Banku⁹, w szczególności z obszaru ryzyka, informatyki, finansów i prawa,
- ❖ zniesienie zapisu mówiącego o nieodraczaniu wynagrodzenia zmiennego w przypadku, gdy Członek Zarządu nie przekroczy w skali roku kwoty wynagrodzenia zmiennego w wysokości średnio miesięcznej 2,5-krotności wynagrodzenia stałego.

⁸ Rozporządzenie Ministra Finansów i Rozwoju z dnia 24 marca 2017r. w sprawie systemu zarządzania ryzykiem i systemu kontroli wewnętrznej, polityki wynagrodzeń oraz szczegółowego sposobu szacowania kapitału wewnętrznego w bankach z dniem 1 maja 2017 r. zastąpiło Uchwałę nr 258/2011 Komisji Nadzoru Finansowego, celem uzupełnienia wdrożenia tzw. Dyrektywy CRD IV m.in. w zakresie polityki wynagrodzeń w bankach.

⁹ Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) nr 604/2014 z dnia 4 marca 2014 r. w sprawie regulacyjnych standardów technicznych w odniesieniu do kryteriów jakościowych i ilościowych.

Została utrzymana zasada, iż 60% wynagrodzenia zmiennego Osoby Uprawnionej jest wypłacane bez odroczenia w proporcji 50% w gotówce, 50% w instrumentach finansowych, a wypłata pozostałych 40% podlega odroczeniu na okres co najmniej trzech lat, z tego 50% jest wypłacone w gotówce, a pozostałe 50% w instrumentach finansowych.

Nowe regulacje dodatkowo doprecyzowują, iż ocena Osoby Uprawnionej powinna odbywać się na przestrzeni kilku lat tak, aby opierała się na wynikach z dłuższego okresu, a wypłata premii uwzględniała ewentualne zmiany koniunktury oraz możliwe pogorszenie sytuacji finansowej Spółki.

Podejście do zarządzania

Komisja Nadzoru Finansowego (KNF) przyjęła 22 lipca 2014 r. Zasady ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych. Jest to zbiór zasad określających relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji nadzorowanych przez KNF, w tym relacje z udziałowcami i klientami, ich organizację, funkcjonowanie nadzoru wewnętrznego oraz kluczowych systemów i funkcji wewnętrznych, a także organów statutowych i zasad ich współdziałania. KNF uznała, że zasady ładu korporacyjnego powinny zostać przyjęte przez instytucje nadzorowane (banki), stając się istotnym dokumentem programowym w ich strategicznej polityce korporacyjnej oraz wpływać na kształtowanie właściwych zasad postępowania instytucji nadzorowanych.

W związku z powyższym, 22 grudnia 2014 r., Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Banku uchwaliło Zasady ładu korporacyjnego w Banku Pocztowym S.A. (Zasady), które są zbiorem zasad określających relacje wewnętrzne i zewnętrzne Banku, w tym relacje z akcjonariuszami i klientami. Zasady regulują również funkcjonowanie nadzoru wewnętrznego oraz kluczowych systemów i funkcji wewnętrznych, a także organów statutowych i zasad ich współdziałania.

Zgodnie z § 27 Zasad Rada Nadzorcza dokonuje regularnej oceny stosowania zasad wprowadzonych tym dokumentem, a wyniki tej oceny są udostępniane na stronie internetowej oraz przekazywane pozostałym organom Banku.

Statut Banku zakłada coroczną ocenę Zasad. W 2017 r. Rada Nadzorcza Banku dokonała oceny ich stosowania w 2016 r.



Zasady ładu korporacyjnego w Banku Pocztowym S.A. dostępne są w serwisie www.ir.pocztowy.pl.

Nasze wartości



Misja, wizja, wartości

GRI G4-56

W czerwcu 2017 r. Rada Nadzorcza Banku Poczty zaakceptowała strategię rozwoju Spółki do 2021 r., określając docelową rolę Banku w polskim systemie finansowym, jako lidera bankowości detalicznej w Polsce regionalnej, zwłaszcza w mniejszych miejscowościach, Banku chętnie wybieranego przez rodziny i mikrofirmy oraz uczestników rynku e-commerce, liczącego się partnera inicjatyw rządowych i społecznych oraz głównego dostawcy usług finansowych w Grupie Poczty Polskiej. U podstaw tak sformułowanej strategicznej perspektywy rozwoju znajduje się nowa misja i wizja organizacji.

Nasza misja

Dbamy o finanse klientów w bezpiecznym, pocztowym Banku, który pomaga realizować marzenia wielu pokoleń.

ZAWSZE BLISKO, TAK JAK TEGO POTRZEBUJESZ

Nasza wizja

Wzmocnimy polski system finansowy, tworząc silną bankowość pocztową, opartą o największą sieć usługową w kraju, łącząc tradycyjną ofertę z nowoczesnymi usługami cyfrowymi, wykorzystującą efekt synergii Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej.

BLISKA, PRZYJAZNA I BEZPIECZNA BANKOWOŚĆ POCZTOWA

W celu zapewnienia jak najlepszych warunków dla realizacji nowej Strategii kluczowe stało się jednocześnie wypracowanie jasno określonego modelu wartości, który jest wyrazem wewnętrznej spójności Banku oraz fundamentem jego kultury organizacyjnej. Nowy system wartości został wypracowany w trakcie szeregu warsztatów z udziałem wszystkich pracowników Banku, przeprowadzonych przez menadżerów poszczególnych obszarów. Podczas spotkań z pracownikami wypracowaliśmy model uzgodniony z Zarządem Banku i spajający nową Strategię na lata 2017–2021.

Bank zdecydował się na zmianę kultury organizacyjnej, określając sześć kluczowych wartości, tj. satysfakcja klienta, uczciwość, innowacyjność, komunikacja, zaangażowanie oraz społeczna odpowiedzialność, które ukierunkowane są na realizację jego strategicznych celów.



Agnieszka Such, **Dyrektor Zarządzający Departamentu Zarządzania Zasobami Ludzkimi** **Banku Poczty**

Nowe wartości Banku Poczty zostały wybrane spośród przedstawionych przez pracowników propozycji przez Zarząd podczas warsztatów strategicznych przeprowadzonych pod koniec stycznia 2017 roku. Wartości to fundament organizacji i kluczowy element w budowie jej strategii. Dlatego pracownicy bardzo szeroko zostali włączeni w prace nad nimi.

We wszystkich Zespołach w Banku rozmawialiśmy o kulturze organizacyjnej i wspólnych wartościach. Wybieraliśmy te, które są nam najbliższe i będą najbardziej pomocne w realizacji wyzwań strategicznych, ale także w codziennej pracy niezależnie od zajmowanego stanowiska. Poznanie i dobre rozumienie wspólnych nowych wartości – DNA Banku – jest niezbędne dla zrozumienia swojej roli w organizacji, tego czym należy się kierować, wykonując codzienne zadania. Wartości mają być wsparciem w realizacji naszych celów zawodowych, przyczyniając się do osiągnięcia satysfakcji z pracy.

Model wartości Banku Poczowego

OBSZAR	WARTOŚĆ	HASŁO	PRZEŚLANIE
Profesjonalizm	SATYSFAKCJA KLIENTA	Jestem we właściwym miejscu, u siebie	Trafnie odpowiadamy na realne potrzeby Klienta – na czas, z odpowiednią jakością.
Konkurencyjność	INNOWACYJNOŚĆ	Lepiej, inaczej, zawsze dla Ciebie	Ciągle doskonalimy się w poszukiwaniu nowych metod zaspokojenia potrzeb Klientów. Jesteśmy przedsiębiorczy i odpowiedzialni.
Działanie	ZAANGAŻOWANIE	Z pasją do celu	Pracujemy z pasją, żeby osiągnąć zamierzone cele indywidualne i zespołowe.
Relacje	KOMUNIKACJA	Jesteśmy blisko	Jesteśmy blisko naszych Klientów i ich potrzeb. Deklarujemy szacunek i bliskość w budowaniu trwałych relacji z Klientami.
Etyka	UCZCIWOŚĆ	Dotrzymujemy obietnic	Nasze działania opieramy na przejrzystych zasadach, dotrzymujemy obietnic.
Społeczne	SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ	Otwarci na społeczne potrzeby	Jesteśmy wrażliwi na potrzeby społeczne, działamy z poczuciem służby.

Etyka

GRI G4-14



Bank Poczty wspiera
 Cele Zrównoważonego Rozwoju



W Banku obowiązują dwa podstawowe dokumenty odnoszące się do etyki w naszym postępowaniu:

- ❖ Kodeks Etyki Bankowej Związku Banków Polskich,
- ❖ Kodeks Etyki dla Pracowników Banku Poczowego.

Kodeks Etyki Bankowej jest zbiorem zasad dobrego postępowania związanych z działalnością banków, które odnoszą się do samych banków, osób w nich zatrudnionych oraz osób, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe. Zgodnie z Kodeksem banki, jako instytucje zaufania publicznego w swojej działalności kierują się przepisami prawa, rekomendacjami Komisji Nadzoru Finansowego, uchwałami samorządu bankowego, normami przewidzianymi w Kodeksie oraz dobrymi zwyczajami kupieckimi. Kodeks uwzględnia treść norm zwartych w Kanonie Dobrych Praktyk Rynku Finansowego.

Banki i ich pracownicy oraz osoby, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe, uwzględniają zasady: profesjonalizmu, rzetelności, rzetelności, staranności i najlepszej wiedzy.

Banki, przez swoją działalność, powinny przyczyniać się do społeczno-ekonomicznego rozwoju kraju oraz wzrostu zamożności społeczeństwa poprzez społecznie odpowiedzialne prowadzenie biznesu, wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań i wspieranie rozwoju edukacji społeczeństwa. Fundamentalną zasadą, na której banki i ich pracownicy powinni budować swoje relacje z otoczeniem, jest odpowiedzialność społeczna. Realizując strategię

biznesową, banki powinny kierować się nie tylko uwarunkowaniami ekonomicznymi, ale również słusznymi interesami swoich klientów, pracowników, akcjonariuszy, partnerów biznesowych, a także lokalnego środowiska. W 2014 r. Bank przyjął wewnętrzny Kodeks etyki dla Pracowników Banku Poczty. Dokument ten opisuje etyczne aspekty naszej pracy: relacje z klientami, pracownikami, środowiskiem lokalnym, a także kwestie rozpatrywania skarg i reklamacji, unikania konfliktu interesów, zakazu konkurencji, przejrzystości procesów zakupowych oraz powiadamiania o nieprawidłowościach.

Wspomniane obszary są dodatkowo uregulowane w odrębnych zasadach i procedurach wewnętrznych. Pracownicy mają obowiązek zapoznawać się z tymi regulacjami.

Podstawowe zasady obowiązujące w Banku Poczty to: należyte postępowanie z klientami - zgodnie z prawem, z zachowaniem standardów jakościowych, kulturą, taktem i prawdomównością oraz zachowanie lojalności wobec pracodawcy.

Z drugiej strony również Bank, jako pracodawca zobowiązany jest do należytego traktowania pracowników, m.in. potępienia dyskryminacji, zapewniania możliwości rozwoju poprzez szkolenia oraz dbania o przyjazne środowisko pracy.



Kodeks etyki dla Pracowników Banku Poczty

Pracownik ma obowiązek dbać o dobre imię Pracodawcy i wykorzystywać w pełni czas pracy na sumienne i rzetelne wykonywanie powierzonych zadań w celu maksymalizacji wyniku finansowego Banku.

Departament Compliance Banku prowadzi szkolenia z zakresu etyki w formie bezpośredniej oraz e-learningowej, a także bada cyklicznie, w formie ankiet, poziom znajomości regulacji wewnętrznych z zakresu etyki oraz umiejętności właściwego zachowania się pracowników w przypadku postawienia w potencjalnej sytuacji nieetycznej.

GRI G4-57, G4-58

Osobą odpowiedzialną za mechanizm konsultacji dotyczących etycznego i zgodnego z prawem zachowania oraz kwestii związanych z uczciwością organizacji jest dyrektor Departamentu Compliance, który może wskazać odpowiedzialnego za to zadanie pracownika Departamentu. Pracownicy Banku mają świadomość, że w razie wątpliwości mogą skonsultować się z dyrektorem lub wyznaczonym pracownikiem, a ich zapytania są objęte tajemnicą.

Dodatkowy mechanizm niezależnych od organizacji konsultacji zapewnia Komisja Nadzoru Finansowego, która sprawuje nadzór nad tym, czy w Banku przestrzegane są przepisy Rozporządzenia Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 6 marca 2017 r. w sprawie systemu zarządzania ryzykiem i systemu kontroli wewnętrznej, polityki wynagrodzeń oraz szczegółowego sposobu szacowania kapitału wewnętrznego w bankach. Rozporządzenie to reguluje kwestie związane ze zgłaszaniem nieetycznych i niezgodnych z prawem zachowań w działalności banków. Jego zalecenia nasz Bank zawarł w regulacji wewnętrznej określającej zasady powiadamiania o nieprawidłowościach w Banku Poczty.

Osobą odpowiedzialną za mechanizm zgłaszania naruszeń jest dyrektor Departamentu Compliance. Wyznaczony i zatwierdzony przez Radę Nadzorczą został także Członek Zarządu, do którego są zgłaszane naruszenia, i który jednocześnie jest odpowiedzialny za bieżące funkcjonowanie procedur anonimowego zgłaszania naruszeń.

Procedury anonimowego zgłaszania przez pracowników Banku Poczty naruszeń określają m.in.:

- ❖ sposób odbierania zgłoszeń bez konieczności podawania tożsamości przez pracownika,
- ❖ sposób ochrony pracownika dokonującego zgłoszenia, zapewniający ochronę przed działaniami o charakterze represyjnym, dyskryminacją lub innym niesprawiedliwym traktowaniem,

- ❖ sposób ochrony danych osobowych pracownika dokonującego zgłoszenia i osoby, której zarzuca się dokonanie naruszenia,
- ❖ zasady zapewniające zachowanie poufności pracownikowi dokonującemu zgłoszenia, w przypadku gdy pracownik ten ujawnił swoją tożsamość lub jego tożsamość jest możliwa do ustalenia.

Możliwość zgłoszenia przypadku nieetycznego lub bezprawnego zachowania istnieje całą dobę poprzez specjalny adres e-mail. Ponadto naruszenie zgłosić można w godzinach pracy osobiście, pod wyznaczony numer telefonu lub pocztą tradycyjną.

Pracownicy są informowani o istniejących w Banku mechanizmach zgłaszania nieetycznego lub bezprawnego zachowania poprzez kanały komunikacji wewnętrznej. Pytania dotyczące wiedzy o przyjętych rozwiązaniach są też elementem corocznego testu wiedzy na temat kwestii etycznych. Szkolenie prowadzone jest w formie e-learningu. Pracownik powinien je ukończyć w ciągu trzech miesięcy od zatrudnienia. Ukończenie szkolenia może warunkować przedłużenie umowy o pracę.

Przeciwdziałanie korupcji i nadużyciom

GRI SO-DMA

Kluczowym dokumentem, w którym sformułowaliśmy nasze podejście do sfery zwalczania i zapobiegania korupcji we wszelkich jej postaciach i przejawach, jest przyjęta przez Zarząd Polityka antykorupcyjna w Banku Pocztowym. Zawiera ona jednoznaczną deklarację zerowej tolerancji dla praktyk korupcyjnych.

Do przestrzegania zasad zawartych w Polityce zobowiązani są wszyscy pracownicy bez względu na zajmowane stanowisko oraz formę zatrudnienia, a także członkowie organów statutowych Banku. Dodatkowo poszanowania jej zapisów oczekujemy od interesariuszy Banku.

Jednym z celów naszego działania jest zbudowanie kultury organizacyjnej jednoznacznie odrzucającej korupcję, jako metodę osiągnięcia celów własnych lub biznesowych.

Polityka stanowi ogólną deklarację postępowania Banku w takich obszarach, jak:

- ❖ przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu,
- ❖ przyjmowanie i wręczanie prezentów,
- ❖ konflikty interesów,
- ❖ etyka w procesach zakupu towarów i usług,
- ❖ sponsoring oraz udzielanie darowizn.

Nasze działania w każdym z tych aspektów wspierane są szczegółowymi procedurami należytej staranności.

Wśród procedur wymaganych przepisami prawa podkreślenia wymagają regulacje zapobiegające powstawaniu konfliktu interesów m.in. dla osób powiązanych, jak i przeciwdziałaniu manipulacji. Regulacje obowiązują członków organów statutowych, pracowników oraz inne osoby powiązane z Bankiem w obszarze wykonywanych przez nie czynności. Bank prowadzi rejestry wymagane przepisami prawa w tym zakresie.

Z uwagi na społeczny i etyczny wymiar naszej działalności zwracamy szczególną uwagę na transparentność relacji z organizacjami politycznymi oraz osobami pełniącymi obecnie lub w przeszłości funkcje publiczne, w tym będącymi urzędnikami państwowymi. Zgodnie z Polityką antykorupcyjną Bank nie przekazuje darowizn ani nie prowadzi działalności sponsoringowej na rzecz partii politycznych oraz osób zaangażowanych politycznie. Dochujemy także wszelkiej staranności w wyborze odbiorców darowizn, aby uniknąć sytuacji nieświadomego, pośredniego wspierania organizacji politycznych oraz osób zaangażowanych politycznie, np. poprzez udzielanie darowizn podmiotom powiązanim z partią polityczną lub osobą zaangażowaną politycznie. Bank nie stosuje także żadnych form finansowania bezpośredniego funkcjonowania organów administracji państwowej lub służb

państwowych. Odrębne procedury określają m.in. tryb przekazywania środków na cele charytatywne przez **Komisję ds. darowizn**. Stosowane w tym zakresie mechanizmy zapewniają prowadzenie działalności w sposób chroniący przed nieprawidłowościami.

Przeciwdziałanie korupcji podlega identyfikacji, monitorowaniu, ocenie i raportowaniu w ramach systemu kontroli wewnętrznej oraz systemu zarządzania ryzykiem na zasadach określonych w odrębnych regulacjach wewnętrznych Banku, dotyczących systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem z uwzględnieniem odpowiednich przepisów prawa.

GRI G4-SO4, G4-SO5

W Banku identyfikowane są obszary biznesowe, w których potencjalnie mogłoby wystąpić ryzyko operacyjne wynikające z korupcji. W 2017 r. nie wykazano materializacji ryzyka korupcji zarówno w monitoringu bieżącym, jak i w rocznym procesie samooceny. Nie stwierdzono także żadnych przypadków związanych z jakąkolwiek formą korupcji.

W celu ograniczenia ryzyka korupcji oraz nadużyć na szkodę Banku, realizowane są procesy wdrażania odpowiednich zmian organizacyjnych, zarządzania zasobami ludzkimi, zapewnienia bezpieczeństwa i ochrony działalności oraz wprowadzenia adekwatnych mechanizmów kontrolnych.

W Banku prowadzone są szkolenia poświęcone zapobieganiu korupcji, w szczególności dla doradców klientów, którzy są na szczególnie zagrożeni niebezpieczeństwem korupcji w związku ze swoją pracą. Działania edukacyjne w zakresie przeciwdziałania korupcji dla doradców klientów uwzględniane są także podczas szkoleń wprowadzających dla nowo zatrudnionych pracowników. Z kolei dla członków organów zarządzających, pozostałych pracowników i partnerów biznesowych odbywają się szkolenia z dziedziny etyki biznesu.

Kluczowe wskaźniki

- ❖ 100% nowo zatrudnionych w 2017 r. pracowników ukończyło szkolenie poświęcone przeciwdziałaniu korupcji.
- ❖ 94% pracowników zostało w 2017 r. objętych szkoleniem na temat etyki w działalności Banku. Pozostali pracownicy nie odbyli szkolenia ze względu na absencję, odejście z pracy lub zostali zatrudnieni pod koniec 2017 r. i planowo będą uczestniczyli w szkoleniu w 2018 r.

Kwestie przestrzegania zasad etyki i przeciwdziałania nadużyciom mają istotny wpływ na ograniczanie ryzyka reputacji w naszej działalności. Sposób pomiaru i zarządzania ryzykiem reputacji regulują szczegółowo Zasady zarządzania kapitałem w Banku Poczty. W oparciu o nie przygotowywany jest raport ryzyka reputacji, stanowiący wyliczenie poziomu ryzyka w danym okresie. Zasady zarządzania kapitałem opisują kluczowe obszary pomiaru ryzyka reputacji. Obejmują one: jakość obsługi i zarządzania, zmiany wizerunku Banku, konsekwencje stosowanego modelu biznesowego i zdarzeń ryzyka operacyjnego. Raportowanie poziomu ryzyka reputacji odbywa się raz na kwartał. Informacja o poziomie ryzyka reputacji przekazywana jest Zarządowi w ramach szerszego raportu z oceny ryzyka operacyjnego.

Zrównoważony rozwój

Cele strategiczne

W perspektywie 2021 r. naszym celem jest:

- ❖ osiągnąć pozycję lidera bankowości detalicznej w Polsce regionalnej,
- ❖ być chętnie wybieranym przez polskie rodziny zarówno w starszym, jak i młodym pokoleniu,
- ❖ przyczynić się do rozwoju lokalnej przedsiębiorczości poprzez obsługę mikro i małych firm,
- ❖ stać się bezpiecznym partnerem rządu w zakresie realizacji Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju, w tym budowy Polski Cyfrowej na poziomie lokalnym oraz rozwoju mieszkalnictwa m.in. poprzez program Mieszkanie Plus.

Systemowa rola bankowości pocztowej



LOKALNA EDUKACJA FINANSOWA

Bankowość pocztowa to:

- ❖ Sprzedaż przez okienka pocztowe i listonoszy nieskomplikowanych i prostych produktów bankowych, wzbogacona pakietem wymiernych korzyści dla klientów.
- ❖ Możliwość wykonania operacji finansowych w domu poprzez listonosza, także wyposażonego w tablet dający dostęp do bezpiecznych i nowoczesnych usług elektronicznych.
- ❖ Bardzo duża relacyjność klienta z przedstawicielem Banku oparta na dobrej wzajemnej znajomości i zaufaniu.
- ❖ Placówki bez barier społecznych i międzyludzkich.
- ❖ Możliwość kontaktu z każdym obywatelem w sposób naturalny i bezpośredni w miejscu najbardziej dogodnym dla niego.
- ❖ Polskość zwiększająca poczucie bezpieczeństwa i stabilności.
- ❖ Odpowiedzialność społeczna.

Dostępność usług bankowych jest jednym z kluczowych wyróżników Banku Poczty, który jest obecny ze swoją ofertą nawet w najmniejszych miejscowościach. Bank może dzięki temu, oprócz korzyści finansowych wynikających ze skali działania i efektu synergii w ramach Grupy Poczty Polskiej, realizować misję walki z wykluczeniem finansowym i społecznym. Dostęp do największej sieci placówek w Polsce jest kluczowym czynnikiem

w realizacji funkcji społecznych. Dotyczy to zwłaszcza osób, które ukończyły 65. rok życia - starszych, chorych czy niepełnosprawnych i ich opiekunów, którym z racji wieku, stanu zdrowia czy miejsca zamieszkania bliskość tradycyjnej placówki jest niezbędna. Jednak istotną rolę odgrywa także zapewnienie młodszym klientom możliwości korzystania z nowoczesnych usług cyfrowych pod marką EnveloBank. Bankowość pocztowa oferuje klientom reprezentującym obie te grupy wiekowe unikalny model współpracy.

GRI G4-15

Bank Poczty ma wpływ na równoważony rozwój kraju poprzez zwiększanie pozytywnego wkładu swojej działalności w rozwój społeczny. Rolą odpowiedzialnie działającej instytucji finansowej powinno być wspieranie możliwości rozwoju grup słabszych społecznie i tym samym wzmacnianie ich potencjału ekonomicznego. Bankowość pocztowa z uwagi na swoją specyfikę w dużym stopniu koncentruje się na produktach i usługach stworzonych z myślą o określonych korzyściach społecznych. Przyczyniamy się tym samym do osiągnięcia w skali kraju Celów Zrównoważonego Rozwoju na lata 2016-2030, przyjętych przez społeczność międzynarodową w 2015 r. podczas Szczytu Organizacji Narodów Zjednoczonych poświęconego zrównoważonemu rozwojowi.

Bank wspiera ich realizację zwłaszcza w obszarach takich, jak:

- ❖ wzmacnianie integracji i powszechnego uczestnictwa w życiu społecznym i gospodarczym obywateli bez względu na ich wiek, płeć, niepełnosprawność, narodowość lub status ekonomiczny,
- ❖ promowanie polityk rozwojowych wspierających rozwój przedsiębiorczości, tworzenie godziwych miejsc pracy, kreatywność i innowacje,
- ❖ zachęcanie do rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw poprzez zapewnienie im lepszego dostępu do dopasowanych do ich potrzeb usług finansowych,
- ❖ zwiększanie dostępu do usług finansowych wszystkich członków społeczności oraz ekonomiczne wzmacnianie grup wykluczonych,
- ❖ efektywne, odpowiedzialne i przejrzyste zarządzanie, zgodność z prawem i przepisami oraz działania antykorupcyjne,
- ❖ uczciwe doradztwo, odpowiedzialny marketing i sprzedaż w segmentach o podwyższonym ryzyku, np. wobec seniorów i osób o niedostatecznych umiejętnościach zarządzania własnymi środkami finansowymi,
- ❖ zwiększanie potencjału pracowników, różnorodność i równe szanse w miejscu pracy.



Posel Bogdan Rzońca, Przewodniczący Sejmowej Komisji Infrastruktury

W moim przekonaniu zaangażowanie firmy w realizację programów społecznych na rzecz lokalnych społeczności stanowi najbardziej wyrazisty dowód realizacji przez nią idei społecznej odpowiedzialności biznesu. Dojrzała organizacja powinna być partnerem dla swoich interesariuszy, współdziałając z nimi w tych obszarach życia społecznego, które są dla nich najistotniejsze. W przypadku Banku Poczty takim pierwszoplanowym działaniem jest zapewnienie jak najliczniejszej grupie naszych obywateli dostępu do usług bankowych i tym samym przeciwdziałanie wykluczeniu finansowemu widocznemu w wielu regionach kraju.

Bank wspólnie z Poczta Polską ma obecnie możliwość odegrania istotnej roli w realizacji rządowej Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju i dzięki temu na trwałe umocnić znaczenie bankowości pocztowej w systemie finansowym państwa. Z tego punktu widzenia kluczowa będzie w najbliższych latach rola obu podmiotów w zapewnieniu dobrze funkcjonującej krytycznej infrastruktury obrotu finansowego, w tym – co szczególnie ważne – dostarczaniu obywatelom środków pomocy publicznej, ułatwianiu ubiegania się o wypłaty z tytułu programu 500+ i in.

Znam dobrze Polskę lokalną. Tu placówka pocztowa ma zdecydowanie większe znaczenie niż w dużym mieście, gdzie w obszarze usług finansowych konkuruje z bankami komercyjnymi. Na poziomie lokalnym ważne jest, by zapewnić ludziom możliwość wyboru, by ich nie wykluczać z możliwości realizacji ich elementarnych potrzeb.

Placówka pocztowa w wielu społecznościach jest niezastąpiona. Dotyczy to zwłaszcza osób starszych, niekorzystających z nowych technologii. Tu mają oni zapewnione podstawowe potrzeby każdego gospodarstwa domowego – mogą zrealizować przekazy pieniężne, dokonać opłat, uzyskać gotówkę z kredytu na dowolny cel. Nie muszą jechać do oddalonych od ich miejsca zamieszkania miejscowości, bo znajdują bank na każdej poczcie. Korzyści społeczne kraju są bardzo duże, gdy rozwój jest zrównoważony i gdy bankowość jest powszechnie dostępna, a wiemy, że nie wszędzie tak obecnie jest.

Muszę przyznać, że w minionych latach otrzymywałem wiele próśb o interwencję poselską, gdy placówki pocztowe były na dużą skalę zamykane. To było bardzo zauważalne przez społeczności lokalne. Teraz następuje odtworzenie bazy placówek i działania Grupy Poczty Polskiej w tym zakresie oceniam bardzo wysoko. Jest to bardzo widoczne i powoduje wzrost stabilizacji społecznej. To cel na najbliższe lata, by Poczta stała się nowoczesną, ogólnopolską instytucją usługową oferującą za pośrednictwem Banku Poczty szeroki dostęp do bezpiecznych produktów finansowych.

Kluczową rolę w realizacji strategii Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej, w tym Banku Poczty, odgrywają pracownicy. To oni – doradca, czy listonosz - na co dzień mają bezpośredni kontakt z klientami. To od jakości ich relacji z członkami lokalnych społeczności zależy w dużej mierze postrzeganie całej instytucji. W lokalnych społecznościach są oni powszechnie lubiani i obdarzani zaufaniem. Pracownicy najlepiej świadczą o firmie. Ważne jest jednak, by utożsamiali się oni z jej kulturą organizacyjną i wartościami, a także nowymi zadaniami, bo to oni są jej ambasadorami wobec społeczeństwa. Dzięki ścisłemu współdziałaniu Banku i Poczty odbudowanie tego kapitału w Polsce regionalnej ma szanse powodzenia.

Pracownicy i prawa człowieka

Polityka personalna

GRI LA-DMA

Grupa Banku Poczty to przede wszystkim ludzie, których łączy wspólna misja i wizja, a podstawę rozwoju Grupy stanowią wspólne wartości. Kształtują one rolę pracownika w organizacji, to jak jako pracownicy powinniśmy realizować swoje zadania i czym mamy kierować się w osiąganiu wyznaczonych celów. Pracownicy utożsamiają się z wartościami i w oparciu o nie realizują swoje cele zawodowe.

Spółeczna odpowiedzialność w relacjach Banku z pracownikami polega na:

- ❖ zapewnieniu etyki w zarządzaniu,
- ❖ zagwarantowaniu przyjaznych i bezpiecznych miejsc pracy,
- ❖ budowaniu marki pracodawcy „Bank z wyboru”,
- ❖ stworzeniu pracownikom możliwości awansu i rozwoju przy jednoczesnym zapewnieniu sukcesji stanowisk,
- ❖ integracji i wzmacnianiu więzi w zespołach pracowniczych,
- ❖ zapewnieniu równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym, m.in. poprzez popieranie rozwoju różnorodnych zainteresowań i pasji pracowników,
- ❖ dbaniu o transparentną i efektywną komunikację wewnętrzną.



DOBRA PRAKTYKA

Bankowość Poczta – tym razem zrobimy to razem

Komunikacja nowej Strategii Banku Poczty dla pracowników Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej

Nowa Strategia Banku Poczty na lata 2017-2021 została przyjęta i opublikowana w czerwcu 2017 r. Opracowano ją w oparciu o strategię rozwoju Poczty Polskiej (ogłoszoną w kwietniu 2017 r.), przy założeniu ścisłej współpracy obu spółek. Podstawą sukcesu strategii jest zaangażowanie wszystkich pracowników Banku zarówno w proces jej tworzenia (włączenie pracowników w formułowanie nowych wartości oraz założeń strategii), jak i w kolejnym etapie – w realizację celów strategicznych.

Pierwszym działaniem po przyjęciu przez Radę Nadzorczą Strategii była szeroka komunikacja wśród pracowników – zarówno Banku, jak i Poczty Polskiej - nowych celów strategicznych, tak by cały zespół dobrze je poznał, zrozumiał i co najważniejsze - utożsamiał się z nimi. Ma to wielki wpływ na efektywne realizowanie nowych zadań, tak by zgodnie ze strategią w 2021 r. Bank Poczty był bardziej pocztowy, bardziej biznesowy i bardziej cyfrowy.

Na proces komunikacji nowej Strategii Banku Poczty wśród pracowników Banku i Poczty Polskiej złożyły się:

- ❖ **komunikacja e-mailowa i publikacje w intranecie** – informacje o przyjęciu przez Radę Nadzorczą strategii, podziękowania Prezesa Zarządu Banku Poczty dla **Sławomira Zawadzkiego** za prace nad strategią, publikacja jej założeń oraz wartości korporacyjnych;
- ❖ **cykl materiałów video z udziałem kadry kierowniczej** poświęcony założeniom strategii w kluczowych obszarach Banku, jak biznes, ryzyko i zarządzanie finansami;
- ❖ **spotkania bezpośrednie z pracownikami poświęcone prezentacji strategii:**
 - spotkanie dla kadry kierowniczej Banku Poczty,
 - spotkanie dla kadry kierowniczej Poczty Polskiej,
 - spotkania dla pracowników Centrali Banku Poczty (Warszawa, Bydgoszcz, Łódź),
 - cykl spotkań w 17 regionach sieci Poczty Polskiej dla pracowników sieci sprzedaży Poczty i Banku.

Cykl spotkań w regionach sieci Poczty Polskiej, realizowany pod hasłem Bankowość Poczta – tym razem zrobimy to razem, ma szczególne znaczenie w komunikacji nowej strategii Banku.

Zgodnie ze Strategią, Bank ma być bardziej pocztowy w oparciu o ścisłe partnerstwo z Poczta Polską. Spotkania, w trakcie których prezentowane są kluczowe założenia Strategii, mają na celu podkreślenie strategicznego partnerstwa Banku Poczty z Poczta Polską przy tworzeniu bankowości pocztowej. To także okazja do lepszego poznania się i budowania pozytywnych relacji pracowników Grupy Poczty Polskiej na poziomie regionalnym.

Spotkania zaplanowano we wszystkich 17 regionach sieci sprzedaży Poczty Polskiej. Uczestniczyli w nich zaproszeni pracownicy Poczty i Banku: naczelnicy Urzędów Poczty, doradcy klienta obsługujący sprzedaż produktów finansowych oraz pracownicy bankowej sieci sprzedaży – w sumie ponad 3,5 tys. osób. Podczas każdego spotkania obecni byli także przedstawiciele Zarządów i kadry kierowniczej Centrali i sieci Poczty oraz Banku. O tym, jak ważna jest rola bankowości pocztowej w polskim systemie finansowym świadczy fakt, że w spotkaniach uczestniczyli także przedstawiciele Rad Nadzorczych Poczty i Banku oraz władz państwowych.

Istotną część spotkań stanowiła wspólna dyskusja na temat bankowości pocztowej. Była to okazja do poznania opinii pracowników i ich dotychczasowych doświadczeń, jak również wysłuchania, z jakimi problemami borykają się w codziennej pracy.

W 2017 r. odbyło się 8 spotkań regionalnych, zaś kolejnych 9 w I kwartale 2018 r.

Polityka poszanowania praw człowieka

GRI HR-DMA

Kluczowy wpływ na powodzenie strategii Banku ma jakość środowiska pracy, oparcie kultury organizacyjnej na wspólnych wartościach oraz dobre relacje międzyludzkie w zespołach. Przy takim podejściu ważne jest wskazanie przez Zarząd Spółki oczekiwanych standardów, ale także bardzo wyraźne określenie, jakich postaw i zachowań Bank nigdy nie zaakceptuje. Stawiając w centrum swojej strategii człowieka – zarówno pracownika, jak i klienta czy partnera społecznego lub biznesowego – przykładamy wagę do działań podejmowanych na rzecz realizacji i ochrony praw człowieka we wszystkich sferach naszej działalności.

Nasze zaangażowanie w poszanowanie praw człowieka znajduje swoje potwierdzenie w wewnętrznych dokumentach, w tym Kodeksie Etyki dla Pracowników Banku Poczty oraz politykach i procedurach należytej staranności odnoszących się do takich zagadnień z dziedziny praw człowieka, jak przeciwdziałanie korupcji i zjawisku mobbingu, jakość obsługi reklamacji związanych z naszą działalnością oraz możliwości zgłaszania wszelkich nieprawidłowości, ochrona prywatności, a także bezpieczeństwo i ochrona zdrowia.

Bazując na istniejących procedurach wewnętrznych oraz odwołując się do międzynarodowych standardów praw człowieka, takich jak Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy dotycząca podstawowych zasad i praw w pracy, Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, czy Wytyczne Organizacji Narodów Zjednoczonych dotyczące biznesu i praw człowieka, Zarząd podjął decyzję o konieczności sformułowania publicznej deklaracji w formie Polityki Banku Poczty odnoszącej się do poszanowania praw człowieka w relacjach ze wszystkimi kluczowymi grupami interesariuszy.



Polityka Banku Poczty dotycząca poszanowania praw człowieka jest opublikowana w serwisie www.poczty.pl.

Kluczowe cele Polityki Banku Poczty w zakresie poszanowania praw człowieka:

- 1. zobowiązanie do kształtowanie środowiska pracy wolnego od praktyk godzących w prawa człowieka,**
- 2. budowanie świadomości pracowników i stałe doskonalenie postępowania w zakresie ochrony praw człowieka w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych,**
- 3. przeciwdziałanie wszelkim sytuacjom, w których działania Banku bezpośrednio lub pośrednio mogłyby naruszać prawa człowieka.**

Polityka odnosi się do wszystkich pracowników Grupy Banku Poczty bez względu na zajmowane przez nich stanowisko, staż, miejsce i wymiar czasu pracy. Jej postanowienia zamierzamy propagować także wśród naszych pośredników, podwykonawców i dostawców w ramach działań podejmowanych w celu zapewnienia etycznego, uczciwego i zrównoważonego łańcucha wartości.

W Polityce dotyczącej poszanowania praw człowieka zadeklarowaliśmy:

- ❖ zapewnienie bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy,
- ❖ przeciwdziałanie wszelkim przejawom dyskryminacji,
- ❖ zapewnienie równych szans i sprawiedliwego wynagrodzenia,
- ❖ zapewnienie swobody zrzeszania się pracowników,
- ❖ zapewnienie ochrony prywatności,
- ❖ eliminowanie pracy przymusowej i zatrudnienia dzieci,
- ❖ przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i polubowne rozstrzygnięcie sporów wynikłych w związku z naszą działalnością.

Wszelkie zaobserwowane nieprawidłowości i zaniedbania mogą być zgłaszane poprzez dostępne w Banku środki komunikacji, tj. listownie, służbową lub zewnętrzną pocztą e-mail, telefonicznie i podczas rozmowy osobistej. Dodatkowo w wewnętrznej Polityce antymobbingowej w Banku Pocztowym przewidziana jest **Komisja Antymobbingowa** – kolegialny organ powoływany każdorazowo przez dyrektora zarządzającego Departamentu Zarządzania Zasobami Ludzkimi w celu rozpatrzenia skargi pracownika dotyczącej działań noszących znamiona mobbingu.

W 2017 r. nie zidentyfikowano w Grupie Banku Poczty materializacji ryzyka wynikającego z nieprzestrzegania praw człowieka zarówno w monitoringu bieżącym, jak i w rocznym procesie samooceny.

GRI G4-HR2

Przykładamy wagę do podnoszenia świadomości pracowników w dziedzinie ochrony praw człowieka poprzez uwzględnianie zagadnień z tego zakresu w praktykach edukacyjnych. Jedną z takich aktywności jest zaplanowane na I kwartał 2018 r. szkolenie e-learningowe z zakresu przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji dla wszystkich pracowników Banku.

Szkolenia pracowników Grupy Banku Poczty poświęcone polityce praw człowieka i procedurom uwzględniającym aspekty praw człowieka (compliance i etyka w działalności)	31.12.2016 r.	31.12.2017 r.
Liczba godzin	543	1 104
Przeszkoleni pracownicy (w %)	66	94

GRI G4-HR4

Istotnym elementem ochrony praw człowieka jest także zapewnienie pracownikom swobody zrzeszania się. W 2017 r. w Banku Poczty nie doszło do zagrożenia praw pracowników w tym zakresie. Pracodawca nie ingeruje w wolność zrzeszania się, często komunikuje się z organizacjami związkowymi działającymi w Banku, przekazując istotne z punktu widzenia pracowników informacje o zaplanowanych działaniach, przeprowadza konsultacje z organizacjami związkowymi i występuje o ich opinię zgodnie z przepisami prawa w tym zakresie.

Praktyki w stosunkach z pracownikami

System premiowy, funkcjonujący w Banku, oparty jest na metodyce Zarządzania przez Cele, w której wysokość wynagrodzenia zmiennego warunkuje poziom realizacji celów i zadań wyznaczonych pracownikowi. Sposób wyznaczania celów i zadań oraz stosowane miary zależą od rodzaju stanowiska i przynależności do jednej z grup: kadry menadżerskiej, bezpośredniego wsparcia sprzedaży lub obszaru wsparcia.

W 2017 r. podjęto prace nad modyfikacją zasad premiowania pracowników Banku. Przeprowadzono przegląd obowiązujących dotychczas systemów premiowych. Celem prac jest opracowanie skutecznie funkcjonującego systemu premiowego, motywującego pracowników do osiągania założonych wyników, w którym zostaną uwzględnione wszystkie istotne wytyczne i rekomendacje dotyczące zasad wynagradzania w sektorze bankowym, w szczególności wytyczne na poziomie unijnym oraz rekomendacje Komisji Nadzoru Finansowego, tj. Zasady Ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych oraz Rekomendacja H dotycząca systemu kontroli wewnętrznej w bankach.

GRI G4-LA2

Bank Poczty w 2017 r., podobnie jak w latach ubiegłych, zapewniał swoim pracownikom bogaty pakiet świadczeń dodatkowych. Jednocześnie pracowano nad podnoszeniem atrakcyjności tych pakietów, m.in. poprzez rozszerzenie oferowanych w ich ramach usług zgodnie z preferencjami pracowników. Świadczenia zapewniają wszystkim pracownikom zatrudnionym na podstawie umowy o pracę zarówno pełnoetatowym, jak i zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin we wszystkich lokalizacjach Banku na terenie kraju.

Dostępne dla pracowników świadczenia dodatkowe to:

GRI G4-EC3

- ❖ **Pracowniczy Program Emerytalny (PPE)** stanowiący ważny element budowania bezpiecznej przyszłości finansowej pracowników w związku z rosnącą potrzebą gromadzenia dodatkowego kapitału na przyszłą emeryturę. PPE oferowany jest pracownikom przez pracodawcę w formie umowy o wnoszenie przez pracodawcę składki podstawowej i dodatkowej do funduszy inwestycyjnych. Składka podstawowa finansowana jest ze środków pracodawcy w wysokości 5% wynagrodzenia uczestnika, stanowiącego podstawę wymiaru składek na ubezpieczenie emerytalne i rentowe. Wysokość składki stanowi przychód uczestnika, od którego odprowadzany jest podatek dochodowy od osób fizycznych. Składka dodatkowa w wysokości zadeklarowanej przez uczestnika programu, pobierana jest i odprowadzana w formie potrącenia z jego wynagrodzenia i nie stanowi kosztu pracodawcy.

Koszty Banku poniesione w 2017 r. z tytułu odprowadzonej składki podstawowej do PPE wynoszą 2 080 934,36 zł.

- ❖ **Program kompleksowej opieki medycznej**, który gwarantuje naszym pracownikom szeroki dostęp do bogatego pakietu usług prywatnej opieki medycznej. W ramach zawartej umowy opieką medyczną na preferencyjnych warunkach mogą zostać objęci również członkowie rodzin pracowników. Pakiet został rozszerzony o tzw. standardy dostępności do usług medycznych, a także bogate pakiety usług medycznych przy zachowaniu atrakcyjnych warunków cenowych.
- ❖ **Program sportowo-rekreacyjny**. Bank daje wszystkim zatrudnionym możliwość skorzystania z zajęć sportowo-rekreacyjnych poprzez nielimitowany dostęp do sieci obiektów sportowo-rekreacyjnych na terenie całego kraju.
- ❖ **Dobrowolne grupowe ubezpieczenie na życie**. Bank gwarantuje wszystkim pracownikom możliwość ubezpieczenia się na życie na preferencyjnych warunkach w ramach zawartej umowy pomiędzy Bankiem i firmą ubezpieczeniową. W 2017 r. została poszerzona oferta pakietów ubezpieczeń, co dało pracownikom większą możliwość dostosowania pakietu do potrzeb.
- ❖ **Świadczenia socjalne** w ramach zakładowego funduszu świadczeń socjalnych, który tworzony jest w Banku zgodnie z Ustawą z dnia 4 marca 1994 roku o Zakładowym Funduszu Świadczeń Socjalnych (ZFŚS) oraz Regulaminem ZFŚS w Banku Poczty. Każda uprawniona osoba może skorzystać ze środków ZFŚS poprzez:

- uczestnictwo w różnych formach działalności sportowej i kulturalnej organizowanej przez Bank,
- otrzymanie wsparcia finansowego w trudnych, nieprzewidzianych losowo sytuacjach życiowych.

Wsparcie dla pracowników realizowane jest z uwzględnieniem kryterium socjalnego w formie:

- bezzwrotnej zapomogi finansowej lub rzeczowej,
- dofinansowania do podręczników dla uczących się dzieci,
- dofinansowania do wypoczynku dzieci i młodzieży,
- zwrotnej pożyczki na cele mieszkaniowe,
- okolicznościowych świadczeń dla dzieci z okazji Świąt Wielkanocnych i Bożego Narodzenia, a także imprezy mikołajkowej.

Szkolenia i edukacja

Rozwój pracowników jest ważnym elementem polityki zarządzania zasobami ludzkimi w Banku. Celem działań szkoleniowo-rozwojowych jest wzmacnianie realizacji założeń strategii Banku i wspieranie kultury organizacyjnej poprzez rozwój kompetencji pracowników, a także zapewnianie zgodności z wymogami stawianymi przez instytucje nadzorujące naszą działalność.

Do szkoleń wzmacniających efektywność biznesową Banku zaliczamy m.in.:

- ❖ szkolenia wprowadzające nowych pracowników sieci detalicznej uzupełnione praktykami pod opieką eksperta i trenera, szkolenia podnoszące kompetencje opiekunów i doradców klienta;
- ❖ szkolenia wzmacniające wiedzę i umiejętności z zakresu produktów o charakterze inwestycyjnym i ubezpieczeniowym. Zajęcia uzupełniono kwartalnymi spotkaniami ekspertów w dziedzinie produktów inwestycyjnych w ramach powołanego Klubu Lidera;
- ❖ szkolenia podnoszące umiejętności ekspertów w zakresie dobrego planowania pracy, stawiania celów, efektywnych metod pozyskiwania klientów, udzielania i przyjmowania informacji zwrotnej, dzielenia się wiedzą oraz rozwiązywania problemów w oparciu o metodę Action Learning;
- ❖ licencjonowane szkolenia dla doradców w zakresie zmian w ustawie o kredycie hipotecznym, zakończone certyfikacją pracowników.

W 2017 r. zrealizowaliśmy szereg przedsięwzięć rozwojowych, w tym:

- ❖ indywidualne wsparcie szkoleniowo – rozwojowe w formie szkoleń, coachingu indywidualnego, kursów, konferencji, seminariów i studiów podyplomowych. Pracownicy uczestniczyli w warsztatach w zakresie nowych trendów i wymogów w bankowości detalicznej, przepisów w zakresie rachunkowości i zarządzania ryzykiem, bezpieczeństwa, audytu wewnętrznego, wybranych elementów prawnych, zarządzania zasobami ludzkimi i innych;
- ❖ warsztaty i wsparcie w zakresie pozyskiwania i uzupełniania wiedzy specjalistycznej w obszarze IT;
- ❖ warsztaty menadżerskie i strategiczne z udziałem kadry kierowniczej w celu wypracowania wartości i misji Banku. Uczestnicy warsztatów wspólnie wypracowywali sposoby skutecznego wdrożenia nowej strategii;
- ❖ szkolenia Train the Trainers dla pracowników Banku, których celem było przygotowanie ich do przeprowadzenia dalszych szkoleń w sieci sprzedaży;
- ❖ szkolenia e-learningowe, w ramach których doskonalono kompetencje pracowników Banku m.in. w zakresie ochrony tajemnicy bankowej, przeciwdziałania praniu pieniędzy, ochrony danych osobowych, etyki w działalności oraz oczekiwanych standardów jakości.

W 2017 r. zainicjowaliśmy stosowanie metody Action Learning, służącej do szybkiego rozwiązywania problemów przy jednoczesnym rozwoju kompetencji pracowników. Metoda ta została wdrożona w postaci szkoleń Train the Trainers m.in. w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi oraz Contact Centre. W przypadku ekspertów Banku metoda Action Learning została wykorzystana do budowania skutecznych zespołów sprzedażowych.

GRI G4-LA9

Szkolenia przypadające w roku na pracownika Banku Poczty w podziale na płeć i kategorię zatrudnienia **31.12.2016 r.** **31.12.2017 r.**

Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadających na pracownika, w tym:	32.....	18
kobiety.....	32.....	17
mężczyźni	31.....	22
menadżerowie.....	36.....	43
pozostałe stanowiska.....	32.....	16
pracownicy sieci sprzedaży.....	54.....	29
pracownicy Centrali.....	12.....	11

Szkolenia w Centrum Operacyjnym

W 2017 r. dla pracowników spółki zależnej Banku zrealizowane zostały szkolenia z zakresu informatyki, kadr, księgowości, kontroli jakości i bezpieczeństwa danych. Dodatkowo z pozyskanych z Krajowego Funduszu Szkoleniowego środków rozpoczęto szkolenia z zakresu monitoringu ekspozycji kredytowych oraz zarządzania projektami.

Celem szkoleń było rozwinięcie i utrwalenie posiadanych przez kluczowych pracowników umiejętności w kontekście zmian w obowiązujących przepisach prawa. W związku ze zmianami organizacyjnymi od września 2017 r. pracownicy Centrum Operacyjnego zostali włączeni w system szkoleń Banku.

Bezpieczeństwo pracy

GRI LA-DMA, G4-LA5, G4-LA8

Sfera bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia zarówno naszych pracowników, jak i osób z nami współpracujących zajmuje ważne miejsce w polityce społecznej Grupy Banku Poczty. Szczególną rangę nadajemy działaniom mającym na celu utrzymywanie wysokiego poziomu bezpieczeństwa, minimalizowanie występujących zagrożeń oraz zapewnienie zdrowych, ergonomicznych warunków pracy. Od lat budujemy wysoki poziom kultury bezpieczeństwa pracy, czemu towarzyszy świadomość i odpowiedzialność każdego pracownika za sprawy bezpieczeństwa przejawiająca się w codziennej pracy. W naszych działaniach kładziemy nacisk na edukację i zaangażowanie pracowników oraz aktywizowanie kadry kierowniczej, której obowiązkiem jest zapewnienie pracownikom bezpiecznych warunków pracy, a także motywowanie wszystkich do wspólnego budowania oczekiwanej kultury pracy.

Ważny element naszych działań stanowi zapewnienie wkładu pracowników poprzez doradztwo i opiniowanie w projektowane rozwiązania.

Kwestie bezpieczeństwa pracy są unormowane w dotyczącym wszystkich pracowników Regulaminie Pracy Banku Poczty, którego zmiany są każdorazowo konsultowane i uzgadniane z działającymi w Banku organizacjami związkowymi. Obowiązują także odrębne procedury wewnętrzne w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy, w których ujęte są zagadnienia szczegółowe, w tym obowiązki pracodawcy wobec pracowników.

W Banku działa **Komisja ds. BHP**, która stanowi organ doradczy i opiniodawczy pracodawcy. Dokonuje przeglądów warunków pracy, ocenia stan bezpieczeństwa pracy i wypowiada się na temat podejmowanych przez pracodawcę środków zapobiegających wypadkom przy pracy i chorobom zawodowym. Komisja zbiera się raz na kwartał. W jej skład wchodzi przedstawiciel pracodawcy, lekarz medycyny pracy sprawujący opiekę zdrowotną nad pracownikami oraz przedstawiciel pracowników, czyli społeczni inspektorzy pracy i specjaliści ds. BHP.

Społeczni inspektorzy pracy uczestniczą w ustalaniu przyczyn i okoliczności wypadków przy pracy. Dodatkowo każdorazowo w kontrolach stanowisk pracy w Banku biorą udział zatrudnieni na kontrolowanym stanowisku pracownicy oraz ich bezpośredni przełożeni.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami cyklicznie przeprowadzamy działania edukacyjne poświęcone bezpieczeństwu pracy. Dotyczy to szkoleń dla nowo zatrudnionych pracowników oraz okresowych szkoleń dla pozostałych pracowników przeprowadzanych przez specjalistę ds. BHP. Szkolenia okresowe dla kadry kierowniczej wykonywane są przez specjalistyczną firmę zewnętrzną.

Wszyscy pracownicy zatrudnieni w Grupie Banku Poczty w oparciu o umowy o pracę podlegają stałej kontroli w ramach profilaktycznej ochrony zdrowia.

GRI LA-6

W latach 2016-2017 w Grupie Banku Poczty nie odnotowano wypadku ze skutkiem ciężkim lub śmiertelnym oraz nie stwierdzono chorób zawodowych. Większość urazów, do których doszło, miała lekki charakter (skręcenia stawów, ograniczenia ruchowe), choć miały miejsce także poważniejsze przypadki złamania kości.

Wypadki przy pracy w Banku Poczтовым w 2017 r. w podziale na płeć i regiony

Region	Płeć	Liczba wypadków	Liczba straconych dni pracy ¹⁰
Region północ	kobiety	2	37
	mężczyźni.....	2	21
Region Mazowiecki	kobiety	0	0
	mężczyźni.....	1	51
Region Dolnośląski	kobiety	2	116
	mężczyźni.....	0	0
Region Wielkopolski	kobiety	1	0
	mężczyźni.....	0	0
Region Podkarpacki	kobiety	0	0
	mężczyźni.....	1	0
RAZEM		9.....	225

W spółkach zależnych Banku nie doszło do wypadków w 2017 r.

Integracja poprzez sport

W Banku wspieramy rozwój pozazawodowych zainteresowań pracowników, w tym ich aktywność sportową. Promujemy aktywny wypoczynek i zdrowy tryb życia, które jednocześnie stanowią element integracji osobistej i zawodowej pracowników Banku Poczty i Poczty Polskiej, ponieważ większość imprez sportowych już od 1994 r. realizujemy wspólnie. Obie spółki w 2009 r. zawarły formalne porozumienie o współpracy w zakresie sportu i turystyki. Z ramienia Banku za współpracę odpowiada wyznaczony koordynator, zaś w Poczcie Polskiej powołany został Komitet ds. Sportu i Turystyki.

Zgodnie z porozumieniem wspólnie ustalany jest kalendarz imprez sportowych na każdy rok.

Wspólnie od ponad 10 lat organizujemy Otwarte Mistrzostwa Strzeleckie Pracowników Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej, zaś Bank jest inicjatorem i organizatorem cyklicznych Otwartych Mistrzostw InO (imprez na orientację). Drużyny Banku Poczty uczestniczą w Igrzyskach Pracowników Poczty Polskiej, w Mistrzostwach Żeglarskich, w zawodach piłki siatkowej i piłki nożnej.

W 2017 r. nasz kalendarz imprez sportowych obejmował wiele przedsięwzięć. Pracownicy Banku uczestniczyli m.in. w:

- ❖ Halowych Mistrzostwach Polski Pracowników Poczty Polskiej w Piłce Siatkowej;
- ❖ Mistrzostwach Poczty Polskiej w Żeglarskim Turystycznym – załoga Banku zdobyła po raz pierwszy Puchar Prezesa Zarządu Banku;
- ❖ Igrzyskach Pracowników Poczty Polskiej – załoga Banku zdobyła 3 złote medale;
- ❖ Zawodach strzeleckich;
- ❖ Otwartych Zawodach InO Aquae Ductus;
- ❖ Mistrzostwach Pracowników Poczty Polskiej w Piłce Nożnej na Trawie;
- ❖ Turnieju Bowlingowym;
- ❖ Biegu Pocztyliona Lwów – Kraków - Wiedeń i Warszawskim Biegu na 10 km.

Łącznie w zawodach sportowych zorganizowanych w 2017 r. przez Bank Poczty i Poczty Polską wzięło udział ponad 270 pracowników Grupy Banku Poczty, w tym 40 z ramienia Centrum Operacyjnego. Zainteresowaniem cieszyła się także możliwość dofinansowania udziału naszych pracowników w imprezach masowych, głównie biegowych. Z tej formy dofinansowania skorzystało ponad 60 osób, startujących w prawie 100 zawodach.

¹⁰ Dni kalendarzowe liczone od dnia po wypadku.

Kluczowe wskaźniki

GRI G4-LA12

Skład ciał zarządzających i kadry pracowniczej Banku Poczty w podziale na kategorie płci, wieku i inne wskaźniki różnorodności

31.12.2016 r.

31.12.2017 r.

Osoby wchodzące w skład Zarządu, w tym:	Liczba	%	Liczba	%
.....	5	100	3	100
wiek od 30 do 50 lat				
kobiety	1	20	0	0
mężczyźni	1	20	1	33,33
wiek powyżej 50 lat				
kobiety	0	0	0	0
mężczyźni	3	60	2	67,66
Liczba i procent pracowników ogółem, w tym:				
.....	1 371	100	1 518	100
wiek do 30 lat				
kobiety	221	16,11	227	14,95
mężczyźni	82	5,98	90	5,92
wiek od 30 do 50 lat				
kobiety	677	49,38	773	50,93
mężczyźni	276	20,13	279	18,38
wiek powyżej 50 lat				
kobiety	79	5,76	113	7,44
mężczyźni	36	2,62	36	2,38
osoby niepełnosprawne				
kobiety	5	0,36	7	0,46
mężczyźni	7	0,51	8	0,52

GRI G4-10

Łączna liczba pracowników Banku Poczty według typu zatrudnienia i rodzaju umowy o pracę w podziale na płeć

31.12.2017 r.

Łączna liczba zatrudnionych pracowników

na czas nieokreślony

kobiety	722
mężczyźni	265

na czas określony

kobiety	407
mężczyźni	144

Łączna liczba pracowników zatrudnionych na czas nieokreślony

na pełen etat

kobiety 709

mężczyźni 262

na niepełny etat

kobiety 13

mężczyźni 3

Liczba zatrudnionych pracowników ogółem

kobiety 1 129

mężczyźni 409

Społeczeństwo

Wkład w społeczeństwo

GRI SO-DMA, G4-SO1



Bank Pocztowy

Bank Pocztowy wspiera
Cele Zrównoważonego Rozwoju



Od połowy 2017 r. obowiązuje nowa strategia Banku Poczтового. Na podstawie określonych w niej celów oraz wizji rozwoju przystąpiliśmy do sformułowania długoterminowej Polityki społecznej odpowiedzialności Banku. Podejmowane obecnie przez nas prace w tym zakresie koncentrują się na zapewnieniu ścisłego powiązania realizacji strategicznych celów organizacji z rolą, jaką bankowość pocztowa ma do odegrania w rozwoju społecznym i gospodarczym naszego kraju.

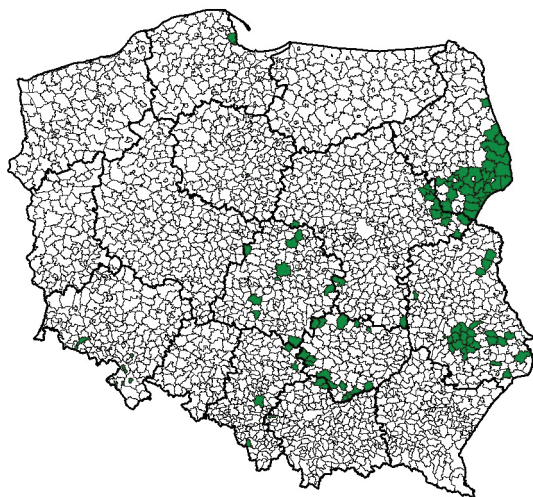
Przyjęte przez nas założenia w dziedzinie społecznej odpowiedzialności są ukierunkowane na trzy obszary: wyrównywanie różnic społecznych, aktywizację lokalnej przedsiębiorczości oraz kultywowanie polskiej tradycji i patriotyzmu.

Nasze dążenie do niwelowania różnic społecznych znajduje swoje odzwierciedlenie w działaniach przynoszących Polakom korzyści wynikające z szerszej świadomości w zakresie świata finansów i bankowości oraz lepszej dostępności do usług finansowych, płynącej z bliskości placówek w mniejszych miejscowościach i na terenach wiejskich. Angażujemy się w edukację finansową polskiego społeczeństwa oraz zapobieganie wykluczeniu na tle ekonomicznym i społecznym.

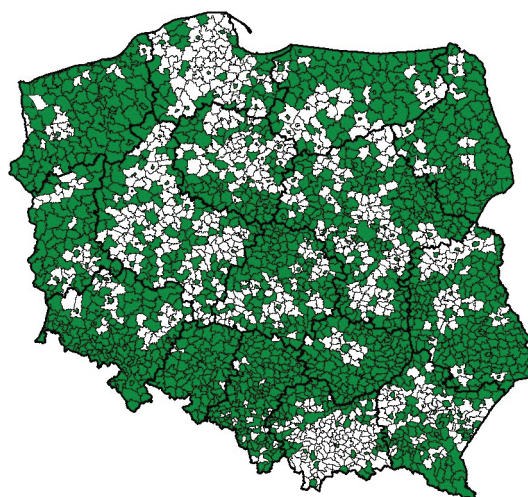
Odbiorcami działań Banku są przede wszystkim osoby z różnych przyczyn defaworyzowane - wymagający szczególnego podejścia i komunikacji seniorzy, dzieci i młodzież oraz działający w lokalnych społecznościach mali przedsiębiorcy.

Dla przedstawienia skali i charakteru naszego wkładu społecznego konieczne jest uwzględnienie faktu, iż obecnie 63% Polaków mieszka na terenach wiejskich i w mniejszych miejscowościach, liczących do 50 tys. mieszkańców. W związku z konsolidacją sektora bankowego oraz preferowaniem przez znaczną część klientów – zwłaszcza młodszych, niezależnych i pochodzących z większych ośrodków – zdalnych kanałów komunikacji z instytucjami finansowymi, w kraju postępuje proces redukcji liczby placówek bankowych. Zmiany te, przejawiające się coraz bardziej ograniczonym dostępem do tradycyjnych usług bankowych, dotyczą przede wszystkim mniejszych miejscowości oraz osób starszych. Należy jednocześnie podkreślić, iż obecnie 16% polskiego społeczeństwa stanowią osoby mające ponad 65 lat i grupa ta będzie zwiększać się w ciągu najbliższych lat.

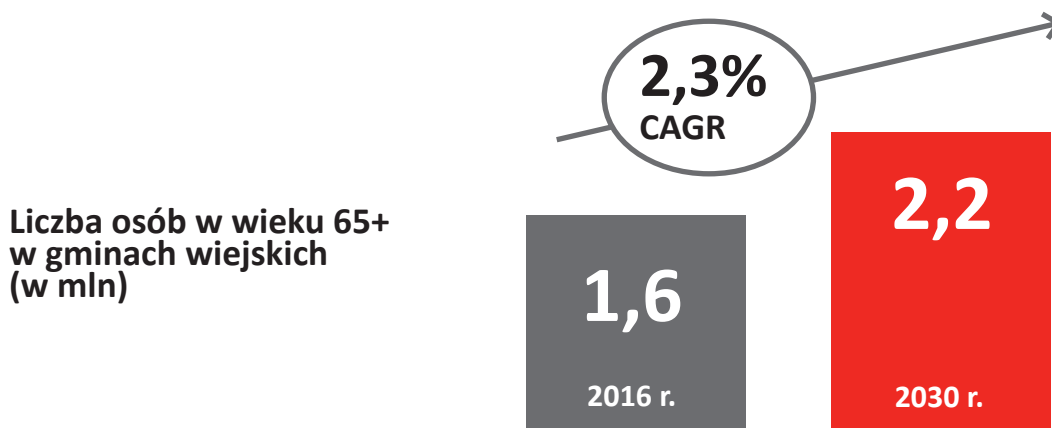
Gminy, w których odsetek ludności w wieku 65+ przekracza 20%¹¹



2016 r.



2030 r.



¹¹ Prognoza ludności gmin na lata 2017-2030, GUS, 08.2017 r.

Sytuacja taka, przy postępującym procesie starzenia się Polaków i tym samym wzroście liczby starszych osób na terenach wiejskich spowoduje, iż w perspektywie najbliższych lat jedynie Bank Poczty i Poczta Polska będą w stanie zapewnić działającą w skali ogólnopolskiej infrastrukturę do obsługi bankowej zamieszkujących tam ok. 1,4 mln osób w wieku powyżej 65 lat¹².

Jest to tym bardziej ważne, iż osoby reprezentujące tę grupę społeczną zazwyczaj wolą kontakt tradycyjny z przedstawicielem banku, rzadziej wybierając możliwość obsługi przez internet. Mniejsza jest też ich wiedza o usługach bankowych i poziom zaufania w kontakcie z nieznanymi sobie instytucjami finansowymi.

... duża grupa Polaków nie czuje się pewnie na rynku finansowym:¹³

- ❖ 54% transakcji płatniczych jest dokonywanych w formie gotówkowej
- ❖ 41% Polaków całkowicie ufa instytucjom bankowym
- ❖ 26% Polaków twierdzi, że posiada szeroką wiedzę o usługach bankowych
- ❖ 20% Polaków ciągle nie korzysta z usług instytucji bankowych

Bank Poczty wspólnie z Poczta Polską mają możliwość skutecznie odpowiedzieć na preferencje tej grupy społecznej, co – w kontekście celów projektowanej Polityki społecznej odpowiedzialności Banku oraz Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju państwa – stanowi szczególne zobowiązanie do przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu i ekonomicznemu jej członków.

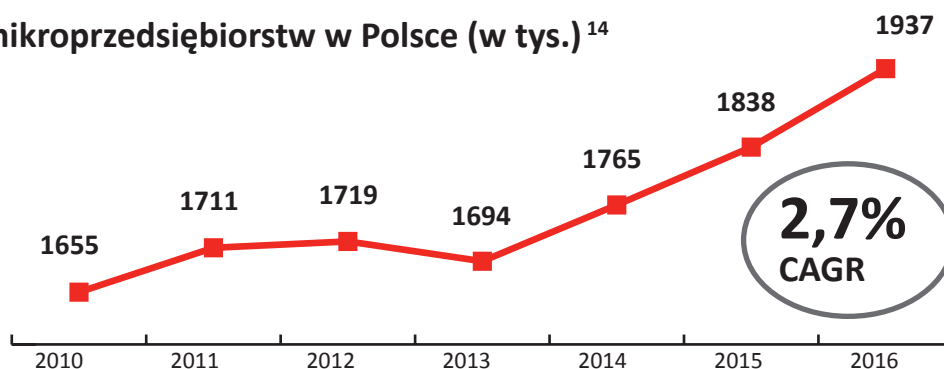
W obszarze zaangażowania społecznego Banku znajduje to swoje potwierdzenie w działalności edukacyjnej z zakresu ekonomii i przedsiębiorczości, a także w odpowiedzialnym podejściu do formułowania oferty produktów i usług finansowych z uwzględnieniem oczekiwań grup słabszych lub z różnych przyczyn defaworyzowanych. Dodatkowego wsparcia ukierunkowanego na ważne potrzeby społeczne oraz kultywowanie polskości w „małych ojczyznach” Bank udziela także poprzez swoją działalność dobroczynną.

Programy zaangażowania społecznego

Wspieranie rozwoju przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość to cecha, która dla wielu ludzi jest przepustką do lepszego życia. Osoby najbardziej przedsiębiorcze – m.in. poprzez otwieranie nowych biznesów – działają z korzyścią nie tylko dla siebie. W istotny sposób wspierają polską gospodarkę, tworzą nowe miejsca pracy, przyczyniają się do rozwoju lokalnych społeczności. Właśnie takie działania i postawy chcemy promować.

Liczba mikroprzedsiębiorstw w Polsce (w tys.)¹⁴

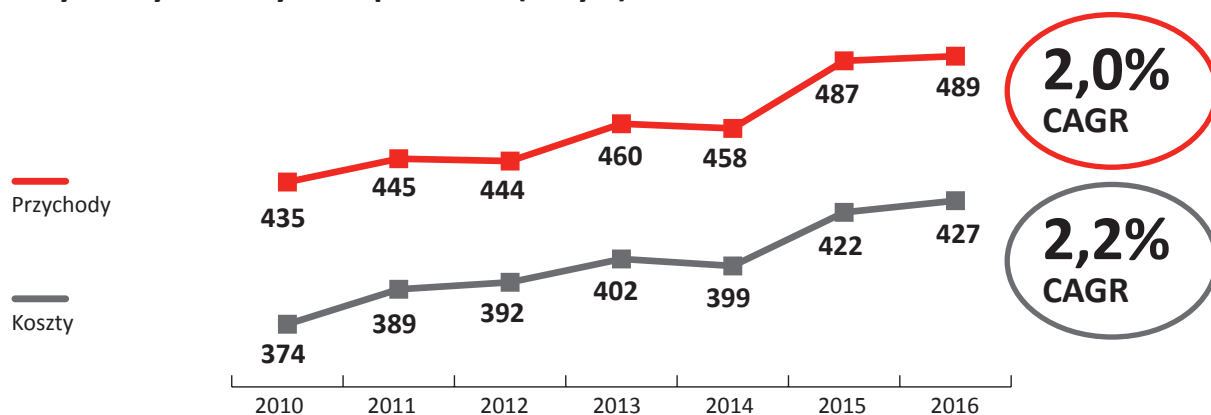


¹² Dotyczy 2022 r. – szacunki własne Banku na podstawie danych demograficznych GUS i danych CBOS dotyczących użytkowników internetu w wieku powyżej 65 lat.

¹³ Portfel Polaka – raport Mobile Institute, 2017 r.; Zoom Finance – raport TNS Kantar, 2016 r.

¹⁴ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2017 r.

Przychody i koszty na 1 podmiot (w tys.)¹⁵



Wspieranie rozwoju mikro, małych i średnich przedsiębiorstw funkcjonujących poza dużymi ośrodkami stanowi ważny element strategii Banku Poczty i Poczty Polskiej. Bank już obecnie jest naturalnym partnerem mikroprzedsiębiorców na rynkach lokalnych. Systematycznie wzrasta liczba najmniejszych firm, które jednocześnie uzyskują coraz lepsze wyniki. W 2016 r. wskaźnik osób rozpoczynających działalność gospodarczą i tych prowadzących ją do 3,5 lat wzrósł do rekordowego poziomu niemal 11% populacji dorosłych Polaków, podczas gdy w Unii Europejskiej wynosi on średnio niecałe 9%¹⁶.

Szeroka oferta Grupy Poczty Polskiej skierowana do osób prowadzących własną działalność ma szansę w pozytywny sposób przyczynić się do rozwoju społecznego i gospodarczego kraju.

Usługi pocztowo-kurierskie



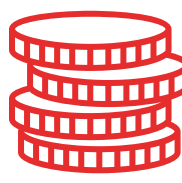
Produkty bankowe



Usługi logistyczne



Produkty ubezpieczeniowe



Obsługa gotówki

¹⁵ Tamże.

¹⁶ Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor - Polska, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2017 r.

Od lat działamy na rzecz wspierania inicjatyw, mających na celu propagowanie wśród Polaków idei przedsiębiorczości, m.in. poprzez promowanie najlepszych praktyk rynkowych. Tak było również w 2017 r., kiedy czwarty rok z rzędu zostaliśmy partnerem rankingu e-Gazeta Biznesu, przygotowywanego przez wydawnictwo Bonnier Business Polska. Patronat honorowy nad rankingiem objął Minister Rozwoju.

Głównym celem przyznawania nagród e-Gazeta Biznesu jest promowanie małej i średniej przedsiębiorczości poprzez nagrodzenie tych, którzy mogą odznaczyć się dynamicznym wzrostem przychodów oraz umiejętnościami wykorzystania nowych technologii. Dotyczy to przede wszystkim działań w branży e-commerce. Projekt e-Gazeta Biznesu prowadzony jest od 2000 r. przez dzienniki ekonomiczne należące do grupy wydawniczej Bonnier - w Polsce jest to dziennik Puls Biznesu.

W efekcie tej współpracy powstał ranking najdynamiczniej rozwijających się małych i średnich firm e-commerce w Polsce. W rankingu zestawiono firmy, które zanotowały w ostatnich trzech latach istotny rozwój. Tytułem e-Gazeta Biznesu wyróżniono ponad 315 firm z całej Polski.

Podczas gal finałowych zorganizowanych w Katowicach, Krakowie, Poznaniu i Warszawie laureaci mieli okazję do podzielenia się swoimi doświadczeniami z prowadzenia tego typu biznesu. Każdemu z wydarzeń towarzyszyła też dyskusja panelowa z udziałem m.in. przedstawicieli Zarządu Banku i wybranych laureatów konkursu. Dyskusja pozwalała spojrzeć na temat e-commerce z perspektywy zarówno firm działających na rynku, jak również dostawców usług finansowych i logistycznych, mających istotny wpływ na kształt i jakość e-handlu w Polsce.

Program Poczta Pełna Korzyści

W sierpniu 2017 r. Bank Poczty w atrakcyjnych miejscowościach turystycznych podjął intensywne działania edukacyjno-promocyjne, podczas których wspólnie z Poczta Polską promował Program Poczta Pełna Korzyści.

W 7 lokalizacjach, w miejscach szczególnie uczęszczanych przez turystów, uruchomiono na dwa dni specjalne strefy Grupy Poczty Polskiej z licznymi konkursami i atrakcjami dla odwiedzających, w tym m.in.:

- ❖ konkurs na najlepsze zdjęcie z wakacji z nagrodą główną 2 000 zł,
- ❖ quiz wiedzy o Banku z nagrodami przydatnymi podczas letniego wypoczynku,
- ❖ specjalny kącik dla dzieci,
- ❖ kubiki do ładowania telefonów,
- ❖ stoisko Poczty Polskiej – z możliwością zakupu wybranych produktów pocztowych.

Głównym celem akcji była promocja produktów Grupy Poczty Polskiej oraz zachęcenie do skorzystania z programów lojalnościowych wchodzących w skład promocji Poczta Pełna Korzyści oraz okazja do rozmowy w miłej atmosferze o produktach finansowych.

Na Program Poczta Pełna Korzyści składają się: Program Same Korzyści, Program Pocztove Korzyści oraz Program Ubezpiecz Dom z Kartą, pozwalające klientom na uzyskiwanie zwrotów za zakupy dokonywane z użyciem karty do konta Banku Poczty - w sumie do 50 zł w miesiącu oraz - w ramach Programu Ubezpiecz Dom z Kartą - 10% zniżki na ubezpieczenie Bezpieczny dom za płatność kartą.

GRI FS16

Edukacja

Współpraca z Policją i Strażą Pożarną

W ramach inicjatyw o charakterze edukacji finansowej prowadzonych w 2017 r. pracownicy Banku Poczty - region zachodni podjęli się organizacji cyklu szkoleń wspólnie z przedstawicielami Komendy Wojewódzkiej

Państwowej Straży Pożarnej w Szczecinie oraz Wojewódzkich Związków Zawodowych Pracowników Cywilnych Policji w Szczecinie. Podczas spotkań adresowanych do pracowników cywilnych Policji, policjantów oraz strażaków każdorazowo omawiano zasady związane z bezpiecznym korzystaniem z usług finansowych. Nasi eksperci przestrzegali uczestników szkoleń przed różnymi formami kradzieży pieniędzy, takimi jak skimming, czy kradzież tożsamości, dokonywanymi przez przestępców oraz informowali o sposobach, jak się przed nimi zabezpieczyć. Omawiano także sposoby doskonalenia walki z przestępstwami wykorzystującymi socjotechnikę, jak metoda na wnuczka, na policjanta, czy oszustwa rekrutacyjne. Zwracano też uwagę na coraz powszechniejsze zjawisko nieuczciwych pośredników oraz metody ich działań.

W okresie od października 2017 r. do lutego 2018 r. zrealizowanych zostało ponad 50 szkoleń, w których uczestniczyło ok. 1 300 osób.

Nowoczesne bankowanie

W ramach edukacji finansowej podejmowaliśmy także działania propagujące markę EnveloBank. Prezentacja oferty nowego cyfrowego Banku Poczty podczas kongresu Kobieta EKO, zorganizowanego w grudniu 2017 r. w Tarnowskich Górach przez Fundację Class Ladies, spotkała się z dużym zainteresowaniem słuchaczek kongresu, którego Bank był partnerem strategicznym. Wydarzenie adresowane było do aktywnych zawodowo kobiet ze świata biznesu i nauki zarówno z sektora prywatnego, jak i publicznego. W bloku pn. Kobieta Agile i jej wartości przedstawiciele naszego Banku zajmujący się komunikacją marketingową wprowadzającą markę na rynek, zaprezentowali ofertę EnveloBanku.

Edukacja Dla Niepodległej

W październiku 2017 r. Bank Poczty, działając we współpracy z PERN S.A. oraz Narodowym Archiwum Cyfrowym i Archiwum Akt Nowych, podjął decyzję o przystąpieniu do wspólnej inicjatywy realizacji projektu edukacyjnego, którego celem jest uczczenie przypadającej w 2018 r. setnej rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości. Projekt jest częścią obchodów koordynowanych przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach Programu Wieloletniego Niepodległa na lata 2017–2021. Celem jest wzmocnienie poczucia wspólnoty obywatelskiej Polaków oraz zachęcenie rodaków w kraju i za granicą do aktywnego uczestnictwa w obchodach i wspólnym, radosnym świętowaniu stulecia odzyskania niepodległości.

W ramach projektu przygotowano materiały edukacyjne, w tym:

- ❖ kalendarium niepodległościowe w formie mobilnych wystaw ilustrujących wydarzenia związane z odzyskaniem niepodległości – każda wystawa rozpocznie się konkursem wiedzy historycznej dla uczniów danej szkoły,
- ❖ pakiet edukacyjny pn. Z teczki sztubaka – zbiór przedmiotów i dokumentów, dzięki którym uczniowie będą mogli się przenieść w czasie w klimat 1918 r.,
- ❖ plansze edukacyjne w formie kalendarza prezentującego wydarzenia niepodległościowe i sylwetki wybitnych Polaków tamtego okresu – po zakończeniu roku plansze pozostaną na wyposażeniu szkoły jako pomoc dydaktyczna,
- ❖ serwis www.dlaniepodleglej.pl – źródło informacji historycznych związanych z odzyskaniem niepodległości, w tym gotowe scenariusze lekcji dla nauczycieli i konkursy wiedzy dla uczniów.

Projekt ma zasięg ogólnopolski. Ocenia się, iż jego przekaz dotrze do ok. 100 tys. odbiorców, głównie uczniów oraz nauczycieli historii i języka polskiego.

W ramach projektu w lutym 2018 r. w Sejmie RP odbyła się uroczysta inauguracja wystawy W drodze do niepodległości, prezentującej drogę Polaków do odzyskania niepodległości i kształtowania się polskiej państwowości.



Sławomir Zawadzki, Prezes Zarządu Banku Poczty

Pocza Polska była fundamentem odradzającej się w 1918 roku Rzeczypospolitej. Usługi finansowe świadczone przez Pocztę, w tym typowe usługi bankowe, stanowiły wtedy podstawę obrotu pieniądza w gospodarce kraju i były krwioobiegiem finansowym Państwa w okresie międzywojennym.

Działalność charytatywna

Bank Poczty kieruje swoją ofertę głównie do mieszkańców mniejszych miejscowości, dlatego też swoją działalność na rzecz otoczenia społecznego koncentrujemy głównie na angażowaniu się we wspieranie wartościowych inicjatyw społecznych w zakresie podnoszenia wiedzy na temat finansów, edukacji dzieci i młodzieży oraz rozwoju przedsiębiorczości.

Przekazywane przez nas środki pozwalają finansować cele związane m.in. z realizacją projektów edukacyjnych, wspieraniem osób, dzieci i młodzieży najbardziej potrzebujących i wykluczonych społecznie, poszkodowanych życiowo w wyniku tragicznych zdarzeń losowych oraz zmagających się z niepełnosprawnością.

Od 2015 r. Bank Poczty w ramach zawartego trzyletniego porozumienia o współpracy z Fundacją Poczty Dar powołaną przez Pocztę Polską realizuje projekty edukacyjne, w tym stypendialne.

Bank realizuje program mający na celu:

- ❖ wspieranie indywidualnego rozwoju dzieci i młodzieży niepełnosprawnej poprzez przekazywanie im stypendiów,
- ❖ wspieranie osób będących w trudnej sytuacji życiowej, borykających się z wykluczeniem społecznym,
- ❖ wspieranie osób będących ofiarami nieszczęśliwych wypadków, katastrof i klęsk żywiołowych,
- ❖ wsparcie organizacyjne, finansowe i rzeczowe programów, projektów i przedsięwzięć jednorazowych realizowanych przez organizacje pozarządowe, szkoły, placówki oświatowe, świetlice środowiskowe ze szczególnym uwzględnieniem działań wyrównujących szanse edukacyjne i zdrowotne dzieci i młodzieży oraz przeciwdziałające wykluczeniu osób starszych i niepełnosprawnych.

Program adresowany jest do dzieci i młodzieży niepełnosprawnej, osób starszych oraz osób będących ofiarami nieszczęśliwych wypadków.

Bank udziela także wsparcia finansowego potrzebującym.

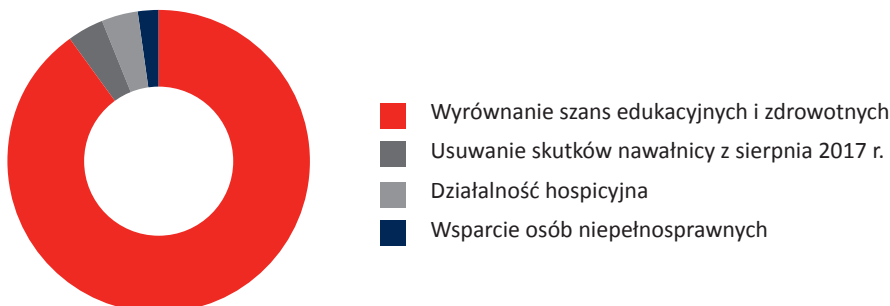
W 2017 r. włączyliśmy się do ogólnopolskiej akcji Polskiego Radia, ukierunkowanej na pomoc rodzinie policjanta, który pod koniec roku zginął podczas akcji interwencyjnej w Wiszni Małej. Na antenach Polskiego Radia 14 grudnia 2017 r. licytowane były przedmioty, ze sprzedaży których dochód przeznaczony został na pomoc dla bliskich wrocławskiego antyterrorysty, który pozostawił żonę i osierocił dwójkę dzieci. Polskie Radio zorganizowało akcję wraz z Fundacją Pomocy Wdowom i Sierotom po Poległych Policjantach.

W trakcie aukcji charytatywnej Prezes Zarządu Banku Poczty Sławomir Zawadzki wylicytował za kwotę 15 tys. zł akwarelę przedstawiającą Pałac Prezydencki, ofiarowaną przez Panią Prezydentową Agatę Kornhauser-Dudę. Łącznie podczas aukcji Polskie Radio pozyskało kwotę 141 tys. zł.

Corocznie włączamy się w akcje charytatywne w okresie Świąt Bożego Narodzenia, gdy pracownicy Banku niosą pomoc potrzebującym. W 2017 r. zebraliśmy zabawki, kosmetyki, środki higieniczne i słodczyce dla Dzieci z Domów Dziecka z Warszawy, Bydgoszczy i Łodzi. Rok wcześniej włączyliśmy się do ogólnopolskiej akcji Szlachetna Paczka, przygotowując prezenty pod choinkę dla potrzebującej wsparcia warszawskiej rodziny.

W 2017 r. Bank udzielił wsparcia finansowego w postaci darowizn w łącznej kwocie 112 tys. zł.

Dziedziny życia wsparte przez Bank Pocztowy z funduszu darowizn w 2017 r.



Odpowiedzialność za produkt

GRI FS13, FS14, FS16



Bank Pocztowy wspiera
Cele Zrównoważonego Rozwoju



Zgodnie ze Strategią na lata 2017-2021 celem Banku Poczтового jest zapewnienie dostępu do usług finansowych rodzinom zamieszkującym głównie Polskę regionalną, o niskim bądź średnim poziomie dochodów oraz osobom starszym, chorym, otrzymującym emerytury lub renty, dostarczane często przez listonosza. Dzięki współpracy z Poczta Polska Bank ma możliwość stać się naturalnym bankiem dla jej klientów, ceniących bezpośredni kontakt z dobrze sobie znanym doradcą oraz młodych ludzi, preferujących elektroniczne kanały komunikacji, ale dopiero rozpoczynających swoją edukację finansową. Bank przyczynia się dzięki temu do poprawy jakości życia i wzrostu gospodarczego w Polsce regionalnej.

PRZYJAZNE I PROSTE PRODUKTY DLA KLIENTÓW CENIĄCYCH TRADYCYJNY MODEL BANKOWOŚCI.

Katarzyna Muzykiewicz,
Dyrektor Fundacji SPEM DONARE prowadzącej Hospicjum im. Św. Stanisława Papczyńskiego w Licheniu Starym, Ośrodek Wsparcia Płodności „Naprotechnologia”, Licheńskie Centrum Pomocy Rodzinie i Osobom Uzależnionym oraz Świetlicę dla dzieci i młodzieży z rodzin ubogich i dysfunkcyjnych



Jesteśmy klientem Banku Poczowego od 9 lat, tj. od początku naszej działalności. Z perspektywy naszego rynku uważam, że dla Banku jest to duży plus, iż dociera przez swoje placówki, które często są przy Poczcie Polskiej, do szerokiej rzeszy klientów. Mimo że coraz więcej operacji można wykonać, nie wychodząc z domu, bo są większe

możliwości technologiczne ku temu, uważam, że nie należy rezygnować z punktów pocztowych, bo zbyt wiele osób korzysta z usług świadczonych tą drogą. Byłoby wielkim błędem ograniczenie ich dostępności, ponieważ nie zmienimy struktury wieku, nadal będą osoby starsze, osoby, które po prostu boją się korzystania z narzędzi elektronicznych i wolą mieć bezpośredni dostęp do usług. A na terenach wiejskich, jak w naszym przypadku, jest to bardzo istotne, by takie placówki były dostępne. Dziś najczęściej ofertę kieruje się do mieszkańców dużych miast, do dużych firm, lekceważąc fakt, że na terenach wiejskich funkcjonują całkiem sprawne placówki, które – podobnie jak lokalna społeczność – potrzebują fachowej obsługi.

W 2017 r. realizując misję przeciwdziałania wykluczeniu finansowemu i społecznemu Polaków, zainicjowaliśmy lub kontynuowaliśmy działania skierowane do konkretnych grup społecznych.

Udogodnienia dla seniorów

Od grudnia 2017 r. oferujemy Pocztove Konto Aktywny Nestor. Jest ono skierowane do osób, które ukończyły 60. rok życia lub pobierają świadczenia emerytalno-rentowe z ZUS. Jeśli świadczenia te co miesiąc wpływają na konto, jego prowadzenie jest bezpłatne. Klienci mogą bez opłat wpłacać i wypłacać gotówkę w każdej placówce pocztowej i w placówkach Banku. W celu zapewnienia jak największej dostępności usług dla osób starszych, którym z uwagi na naturalne ograniczenia lub chorobę, czy niepełnosprawność może być trudno przyjąć do placówki, udostępniliśmy możliwość dostarczania gotówki z konta do domu przez listonosza. Dodatkowo użytkownikom kart wydanych do Pocztovego Konta Aktywny Nestor umożliwiamy do 50 zł zwrotu miesięcznie, dzięki aktywnemu korzystaniu z karty płatniczej i Programów Premiowych. Dzięki Programowi Pocztove Korzyści dla Aktywnego Nestora można zyskać 10% zwrotu od wartości transakcji kartowych dokonanych w placówkach Poczty (do 30 zł miesięcznie), a w ramach Programu Same Korzyści dla Aktywnego Nestora 5% zwrotu od kwoty transakcji kartowych dokonanych w jednej z wybranych kategorii usługodawców: zdrowie (np. apteki), sport i rekreacja, kultura (do 20 zł miesięcznie).

Udogodnienia dla obywateli Ukrainy

Obecnie obywatele Ukrainy mogą korzystać z usług Banku równie łatwo, jak nasi polscy klienci. Szacuje się, iż legalnie pracuje ich w Polsce ok. 2 mln. Z myślą o tej grupie udostępniliśmy na początku 2018 r. serwis internetowy, w którym mogą oni w wygodny sposób, w swoim ojczystym języku, poznać i skorzystać z oferty Banku, w tym z rachunków, kart i produktów oszczędnościowych oraz programów takich, jak Poczta Pełna Korzyści. To kolejne udogodnienie, ponieważ w grudniu 2017 r. ograniczyliśmy dla nich liczbę wymaganych przy otwarciu konta dokumentów jedynie do paszportu. Wkrótce planujemy także udostępnienie obsługi Contact Centre w języku ukraińskim oraz zatrudnienie w wybranych placówkach doradców klientów postępujących się tym językiem.



Serwis internetowy Banku Pocztovego w języku ukraińskim <https://www.pocztowy.pl/ua/>

Współpraca ze start-up'ami

Dołączyliśmy do programu akceleracyjnego GammaRebels powered by Poczta Polska. Poszukiwaliśmy rozwiązań w obszarach bezpieczeństwa, edukacji, komunikacji oraz narzędzi skierowanych do grup wykluczonych finansowo. W październiku 2017 r. Bank wybrał do współpracy w ramach akceleracji dwa start-up'y: InviPay i Praca Bez Barrier (PBB). PBB aktywizuje zawodowo i społecznie osoby głuche i słabosłyszące, których liczba w Polsce sięga 400 tys., z czego ponad 80% jest dotkniętych bezrobociem. Bankowi Pocztovego zależy na zapobieganiu wszelkiego rodzaju wykluczeniu społecznemu, dlatego dzięki współpracy chcemy otworzyć się na tę grupę osób zarówno jako potencjalnych klientów, jak i pracowników.

Umożliwi to wprowadzenie odpowiednich rozwiązań w zakresie komunikacji oraz obsługi w placówkach, jak i poprzez Contact Centre.

GammaRebels powered by Poczta Polska jest jednym z 10 akceleratorów wspartych w konkursie Scale Up Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości realizowanego w ramach rządowego programu Start in Poland.

Bank Poczty najbliżej osób niepełnosprawnych

Podpisaliśmy porozumienie w sprawie współpracy na rzecz osób niepełnosprawnych z Pełnomocnikiem Rządu do Spraw Osób Niepełnosprawnych oraz Państwowym Funduszem Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych pod patronatem Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Efektem zawartego przez nas porozumienia ma być m.in. opracowanie i realizacja Programu Bank Poczty najbliżej osób niepełnosprawnych, zwiększającego dostępność usług bankowych dla osób niepełnosprawnych, a także tworzącego warunki do większego zatrudnienia osób niepełnosprawnych w samym Banku. Taki zakres współpracy wpisuje się w nasze działania związane z zapobieganiem wykluczeniu społecznemu Polaków - szczególnie w zakresie dostępu do usług bankowych.

Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży - BAKCYL

Od 2016 r. uczestniczymy w projekcie BAKCYL – przedsięwzięciu realizowanym przez Warszawski Instytut Bankowości. To wspólne działanie sektora bankowego w Polsce, w ramach którego wolontariusze z banków w roli trenerów uczą finansów w praktyce gimnazjalistów z wybranych szkół na terenie całej Polski. Projekt stanowi przykład społecznie odpowiedzialnego współdziałania na rzecz podniesienia poziomu wiedzy finansowej młodego pokolenia Polaków. W projekcie uczestniczy już ponad 20 instytucji – udowadniając, że banki i bankowcy są odpowiedzialni społecznie i troszczą się o kompetencje finansowe swoich przyszłych klientów, zgodnie z hasłem Mam zaufanie do banku, bo go znam i znam ludzi, którzy w nim pracują! Do projektu są zaproszone także firmy i instytucje spoza sektora bankowego. Udział w programie to okazja dla pracowników Banku do podzielenia się wiedzą, zdobycia nowych umiejętności i rozwoju. W programie uczestniczy kilku wolontariuszy z Banku Poczty, którzy uczą podstaw finansów w szkołach. Projekt BAKCYL osiągnął w 2017 r. poziom ogólnopolski, obejmując swoim zasięgiem 400 szkół. W samym pierwszym półroczu 2017 r. zrealizowano w jego ramach ponad 1,2 tys. lekcji dla ok. 28 tys. uczestników – uczniów w wieku 13-16 lat.

Nowością roku 2017, w porównaniu do działań zrealizowanych w poprzednim okresie, było zaangażowanie w ten projekt Zarządu Banku. Prezes **Sławomir Zawadzki** wystąpił w filmie edukacyjnym przygotowanym na potrzeby projektu Pożyczanie dostosowane do potrzeb. Ponadto, w ramach cyklu Bankowcy dla edukacji zrealizowano filmy dotyczące m.in. bezpieczeństwa obrotu bezgotówkowego, korzystania z płatności i ochrony tożsamości w internecie, korzystania z kart bankowych, wiarygodności i budowania historii kredytowej, świadomego oszczędzania i inwestowania.

Dodatkowo zrealizowaliśmy kampanię edukacyjną dotyczącą 3-D Secure, a więc bezpiecznych płatności w internecie. Kampania została przeprowadzona poprzez skierowany do ok. 60 tys. klientów mailing, komunikację na wyciągach papierowych oraz w tzw. Manualach przekazywanych klientom – użytkownikom kart bankowych. Informacje o charakterze edukacyjnym były także publikowane w serwisie internetowym Banku.

W mediach społecznościowych oraz poprzez serwis www.poczty.pl Bank prowadził także kampanię edukacyjną, której celem było ułatwienie klientom wnioskowania o świadczenie Rodzina 500+.

Strategiczne Partnerstwo z Poczta Polska

Bank Poczty aktywnie włącza się w realizację nowej strategii Poczty Polskiej. Usługi finansowe mają docelowo stanowić istotny komponent jednej z trzech osi wzrostu Poczty Polskiej w jej nowej strategii i być tym samym kluczowym elementem synergii Banku i Poczty Polskiej.

Bardzo ważnym obszarem strategicznego partnerstwa jest wspólna budowa efektywnej sieci dystrybucji opartej o sieć placówek Poczty Polskiej. W ramach partnerstwa placówki Poczty Polskiej realizują sprzedaż wystandaryzowanych prostych produktów (konto bankowe, depozyt, niskiej wartości kredyt gotówkowy), czy kierują klientów do placówek odpowiedzialnych za sfinalizowanie sprzedaży danej gamy produktów.

Sieć Banku oferuje sprzedaż produktów bardziej złożonych, wymagających większej wiedzy produktowej, czy też ze względu na wymogi stawiane przez regulacje nadzorcze. Rolą Banku jest wsparcie budowy relacji pracowników Poczty z klientami oraz jak najlepsze przygotowanie ich do sprzedaży prostych produktów bankowych.

W celu zapewnienia jak najwyższych kompetencji merytorycznych i sprzedażowych pracowników placówek pocztowych odpowiedzialnych za produkty finansowe realizowanych jest wiele wspólnych przedsięwzięć Banku Poczty i Poczty Polskiej.

W 2017 r. kontynuowane były szkolenia wdrożeniowe dla pracowników Poczty Stref Finansowych. Zrealizowano szkolenia z zakresu produktów i procesów bankowych, w tym z zasad nowego procesu kredytowego i umiejętności sprzedażowych. Rozpoczęły się także warsztaty dotyczące współpracy regionów sprzedaży Banku z regionami sieci sprzedaży Poczty Polskiej. W spotkaniach udział wzięli przedstawiciele Central obu spółek, pracownicy placówek pocztowych i mikrooddziałów Banku.

Wsparcie pracowników Poczty Polskiej ze strony Banku Poczty udzielenie w 2017 r.

Instrukcje i procedury

Programy lojalnościowe i promocje dla klientów

Procesy i produkty

Akcje marketingowe i informacyjne

Szkolenia

Bezpieczeństwo

Programy motywacyjne dla pracowników

Organizowane są cykliczne telekonferencje, warsztaty sprzedażowe, spotkania z pracownikami na poziomie regionalnym oraz szkolenia produktowe. Dodatkowo Poczta Polska w swojej strukturze posiada specjalne stanowiska do zarządzania obszarem bankowym na poziomie Centrali oraz regionów, które wspólnie z regionalnymi menadżerami Banku stanowią wsparcie dla pracowników. Wszystkie komunikaty, materiały edukacyjne, instrukcje oraz procedury przygotowywane są przez Bank Poczty we współpracy z Poczta Polska. W przypadku modyfikacji procesów sprzedażowych lub systemowych organizowane są dla pracowników testy przy jednoczesnym zaangażowaniu obu spółek.

Program motywacyjny Gotówkomania

Podejmujemy działania motywujące pracowników placówek pocztowych do efektywnej sprzedaży produktów finansowych. W 2017 r. przeprowadziliśmy drugą edycję programu motywacyjnego Gotówkomania przygotowanego przez Bank Poczty specjalnie dla pracowników sieci sprzedaży Poczty Polskiej. Program ma na celu aktywizację sprzedaży produktów kredytowych oraz depozytowych przez pracowników sieci Poczty Polskiej. Zarówno pierwsza, jak i druga edycja programu spotkała się z dużym zainteresowaniem pracowników. W 2017 r. sprzedali oni w sumie kredyty gotówkowe w wysokości 162,45 mln zł i założyli ponad 34,8 tys. kont osobistych.

Bank nagrodił w programie 6,4 tys. pracowników Poczty, przekazując im pulę nagród w wysokości ponad 2,6 mln zł. Dla porównania w pierwszej edycji programu w 2016 r. nagrodzono 3,5 tys. pracowników Poczty, przekazując im pulę nagród w wysokości ponad 1 mln zł.

W programie Gotówkomania Bank Poczty nagradza zaangażowanie pracowników Poczty Polskiej. Im większa wartość sprzedaży, tym większe dodatkowe wynagrodzenie dla pracownika, który skutecznie pozyska klienta zainteresowanego kredytem czy depozytem lub pozyska kontakt z potencjalnym klientem - tu dużą rolę i ogromne pole do działania mają osoby bezpośrednio kontaktujące się z klientami Poczty Polskiej, czyli przede wszystkim listonosze.

Jarosław Zawisza, Naczelnik Urzędu Poczтового w Radomiu



Nasz urząd zajął pierwsze miejsce w Gotówkomanii 2016 pod względem wyników sprzedażowych. Zawdzięczamy to przede wszystkim zespołowi – to dzięki jego zaangażowaniu, wiedzy oraz determinacji możliwa była sprzedaż na takim poziomie. Pomaga nam także świetna lokalizacja urzędu, tuż przy dworcu PKP i PKS, dzięki czemu każdego dnia odwiedza nas bardzo dużo klientów. Mamy też sporą grupę stałych klientów, którzy są z nami od lat – ufają nam i wiedzą, że zawsze mogą liczyć na profesjonalną obsługę. Sprawdza się to także przy sprzedaży produktów bankowych – dobre relacje procentują dobrymi wynikami.

Renata Sułkowska, Konsultant Finansowy w Urzędzie Poczтовым w Radomiu



Staram się profesjonalnie obsługiwać swoich klientów i chcę, by byli usatysfakcjonowani z jakości usług. Każdego traktuję indywidualnie, gdyż każdy ma inne potrzeby. Na osiągnięte przeze mnie wyniki ma wpływ przyjazna atmosfera w pracy i dobra współpraca z koleżankami, a także oddzielna sala operacyjna, gdzie klienci są obsługiwani w ciszy i spokoju. Cieszę się z osiągniętych sukcesów sprzedażowych, ale wysoko stawiam sobie poprzeczkę, dążąc do jeszcze lepszych.

Satysfakcja klientów

GRI PR-DMA, G4-PR5

Stale dążymy do podnoszenia satysfakcji klientów ze współpracy z Bankiem. Nasze działania w tym zakresie zostały docenione w opiniach klientów Banku Poczowego udzielonych na potrzeby badań przeprowadzonych w minionych dwóch latach przez ARC Rynek i Opinia. Pozytywne wyniki pozwoliły przyznać nam tytuł Banku docenionego przez klientów.

W 2016 r. Bank Poczty został doceniony w kategoriach satysfakcji klientów, lojalności oraz opłat i prowizji, zaś w 2017 r. w kategorii opłat i prowizji. Do mocnych stron Banku w 2017 r. zaliczono w szczególności bezpłatne prowadzenie konta, niskie opłaty, a także dużą liczbę placówek i łatwą dostępność oraz bankowość internetową, chwaloną również za dostęp poprzez urządzenia mobilne.

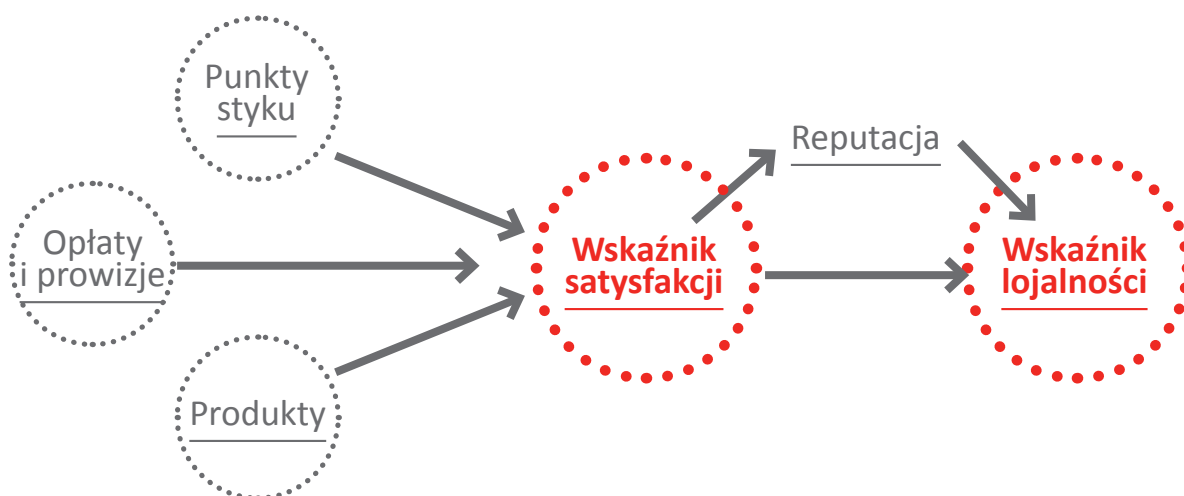
Model zastosowany w badaniu ARC Rynek i Opinia zakłada, że satysfakcja ma wpływ na lojalność klientów, zaś lojalność kształtowana jest przez wiele czynników, w tym m.in. wizerunek marki, ceny oraz zaangażowanie racjonalne i emocjonalne konsumenta w markę.

Staramy się pogłębiać znajomość oczekiwań klientów poprzez jak najlepsze poznanie ich preferencji. Dlatego też w maju 2017 r. zainicjowaliśmy badanie wskaźnika NPS (Net Promoter Score™), służącego do pomiaru lojalności klientów. Badaniem objęliśmy klientów indywidualnych Banku Poczowego. W badaniu biorą udział klienci, którzy do tygodnia przed przeprowadzoną ankietą odwiedzili placówkę Banku, Poczty Polskiej lub kontaktowali się z nami za pośrednictwem infolinii.

Z badania wskaźnika NPS wynika, iż promotorami Banku, czyli osobami gotowymi polecić go innym potencjalnym klientom jest:

- ❖ 71% klientów sieci własnej Banku,
- ❖ 69% klientów placówek Poczty Polskiej,
- ❖ 61% klientów korzystających z Contact Centre Banku.

Model satysfakcji – schemat



Klienci, którzy prawdopodobieństwo polecenia usług i produktów Banku ocenili najwyżej, uzasadniali swoją decyzję głównie wysoką jakością obsługi klienta oraz szybkim i kompleksowym załatwieniem sprawy. Dla tej grupy klientów ogromne znaczenie ma przyjazne podejście do klienta oraz poczucie, że jego sprawą zajmują się osoby kompetentne i rzetelne. Na wysoki poziom satysfakcji klienta wpływa możliwość dostępu do usług i produktów nie tylko w placówkach czy infolinii Banku, ale również za pośrednictwem Poczty Polskiej. W opinii promotorów Bank Poczty jest bankiem „bezproblemowym dla klienta”. Ponadto bardzo ważną kwestią dla tych klientów jest zaangażowanie, rzetelne doradztwo i umiejętne wyjaśnienie ich spraw. Siłą Banku Poczty są kompetentni, pomocni i przyjaźnie nastawieni do klienta pracownicy Banku i Poczty Polskiej.

Badanie jest kontynuowane w 2018 r.

Jerzy Kaniewski, **Przewodniczący ZW NSZZ Policjantów woj. świętokrzyskiego**

Współpracujemy z Bankiem Pocztowym od 3 lat. Prowadzimy wspólnie szereg akcji, podczas których przedstawiana jest oferta Banku przygotowana specjalnie dla funkcjonariuszy Policji. To co nam się bardzo podoba, to mobilność Banku. Jego przedstawiciele dojeżdżają do klientów, spotykają się z nimi na terenie komendy lub w ich domu, żeby przedstawić swoją ofertę, odpowiedzieć na pytania, czy zawrzeć umowę. Dostęp do oferty jest dzięki temu bardzo ułatwiony. Porównując z innymi firmami, w tym bankami, z którymi w przeszłości współpracowaliśmy, oceniam naszą współpracę z Bankiem Pocztowym bardzo pozytywnie. Warunki współpracy są realne dla nas do spełnienia. Pracownicy Banku, z którymi mamy kontakt, są bardzo otwarci i komunikatywni. Zapraszamy ich na nasze spotkania i oni chętnie korzystają z tego zaproszenia. W luźnej atmosferze można

budować relację opartą na zaufaniu. Współpraca z Bankiem zaczęła się od propozycji ze strony Banku. Bank zwrócił się do nas z ofertą dla policjantów. Oferta była konkurencyjna i stanowiła odpowiedź na potrzeby, które już były. To ważne, bo oferta produktowa musi być przejrzysta i dostosowana do potrzeb. W naszym przypadku oferta jest szeroka i elastyczna. Bank oferuje m.in. specjalne konta i karty dedykowane funkcjonariuszom Policji bez żadnych opłat.

Komunikacja marketingowa

GRI PR-DMA, G4-14, FS15

Naszym celem jest zapewnienie zbieżności interesów Banku i jego pracowników z interesami obecnych i potencjalnych klientów. Polityka Banku dotycząca uczciwego projektowania i sprzedaży produktów i usług finansowych realizowana jest m.in. poprzez zapisy Zasad tworzenia produktu w Banku Pocztowym. Regulują one sposób:

- ❖ wdrożenia nowego produktu,
- ❖ wycofania produktu z oferty Banku,
- ❖ modyfikacji produktu, w tym zmian technologicznych lub wynikających ze zmiany przepisów zewnętrznych, standardów rynkowych lub otrzymania zaleceń organów nadzorczych,
- ❖ regularnego przeglądu istniejących produktów w ofercie Banku.

Stosując przepisy wspomnianych Zasad do tworzenia oferty związanej z jednostkami uczestnictwa funduszy inwestycyjnych lub z transakcjami terminowymi i dłużnymi papierami wartościowymi, Bank ma obowiązek m.in.:

1. wdrożenia odpowiednich zasad zarządzania w celu zapewnienia zgodności swojego produktu z potrzebami, cechami i celami klientów, do których oferta jest adresowana,
2. kierować produkt tylko do takich grup klientów, z których potrzebami, cechami i celami produkt jest zgodny,
3. okresowo przeprowadzać przeglądy zasad zarządzania produktem w celu zapewnienia, że jest on wiarygodny i solidny oraz zarządzany zgodnie z przyjętymi celami,
4. regularnie przeprowadzać przeglądy oferowanych produktów oraz świadczonych usług inwestycyjnych z uwzględnieniem wszystkich zdarzeń, które mogłyby znacząco wpłynąć na ryzyko dla klientów,
5. zapewnić, aby pracownicy Banku oferujący ten produkt, posiadali fachową wiedzę niezbędną do zrozumienia m.in. ryzyka związanego z nim i świadczonymi usługami inwestycyjnymi.

Kwestie opisu tych produktów są szerzej omówione w serwisie www.poczty.pl, gdzie jest także zamieszczona informacja dotycząca kwalifikacji klienta wraz z ankietą Profil Inwestora MiFID (Dyrektywa w sprawie rynków instrumentów finansowych, ang. Markets in Financial Instruments Directive). Bank zwiększa bezpieczeństwo klientów dokonujących nabycia jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych m.in. poprzez rozwój czynności posprzedażowych (tzw. welcome call).

Beata Dawidziuk, Dyrektor Departamentu Marketingu i Public Relations Banku Poczty



Zgodnie z Zasadami prowadzenia działalności marketingowej w Banku Pocztowym materiały reklamowe przed ich upublicznieniem podlegają opiniowaniu przez komórki prawne i compliance Banku w zakresie zgodności treści materiału reklamowego z przepisami prawa powszechnie obowiązującego i regulacjami organów nadzorujących i regulacyjnych. Zgodnie ze wspomnianymi Zasadami Bank dokłada wszelkich starań, by przekaz reklamowy dotyczący usługi lub produktu oferowanego przez Bank albo jego działalności, był rzetelny i nie wprowadzał w błąd oraz cechował się poszanowaniem powszechnie obowiązujących przepisów prawa, zasad uczciwego obrotu, jak również dobrych obyczajów, w sposób jasny wskazywał jakiego produktu lub usługi dotyczy, nie eksponował korzyści w taki sposób, który powodowałby umniejszenie znaczenia kosztów i ryzyk związanych z nabyciem produktu lub usługi, nie wprowadzał w błąd.

Komunikacja marketingowa Banku Poczтового prowadzona jest zgodnie z najlepszymi praktykami rynkowymi, z uwzględnieniem zaleceń Związku Banków Polskich oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w tym zakresie.

Jakość komunikacji z klientami ma dla nas kluczowe znaczenie. Indywidualnie podchodzimy do sytuacji każdego klienta, nie zachęcamy do nadmiernego zadłużania i proponujemy produkty za rozsądną cenę.



Piotr Łabuda,
Wiceprzewodniczący Zarządu Okręgowego NSZZ Funkcjonariuszy i Pracowników Więziennictwa we Wrocławiu, Księgowy Zarządu Okręgowego NSZZ FiPW

Bank Pocztowy nie jest tak widoczny w mediach, jak inne banki komercyjne. I myślę, że Bank mógłby się bardziej reklamować, żeby lepiej informować o swoich produktach. Inne banki reklamują się za to w sposób bardziej agresywny – przyjdź do nas, nasza oferta jest najlepsza. A w Banku Poczтовым nigdy nie spotkałem się z agresywną reklamą. To cenne.

Doradztwo oferowane przez Bank Pocztowy jest na najwyższym poziomie. Zawsze informują o ryzyku, które niosą ze sobą oferowane produkty, a także oferują najlepsze rozwiązania dla klienta dopasowane do jego możliwości i odpowiadające aktualnej sytuacji na rynku. Przy spadających stopach procentowych proponują przeliczenie kredytu na nowych warunkach z korzyścią dla klienta. Przy czym to przedstawiciel Banku Poczтового sam zgłasza się z propozycją zmiany zapisów umowy. Jest to bardzo wygodne dla klienta.

Przez lata współpracy z Bankiem Poczтовым ani razu się nie zawiodłem. Nasza relacja jest bardzo partnerska. Bank Pocztowy wspiera działania członków Związku zarówno poprzez specjalną ofertę, jak i finansowo, a nasza współpraca z Bankiem we Wrocławiu układa się bardzo dobrze. Przyjeżdżamy tutaj podpisać dokumenty i jestem zawsze przyjmowany z dużą serdecznością.

Ochrona prywatności

GRI PR-DMA, G4-PR8

Bank bada wpływ oferty swoich usług i produktów na prywatność klientów już na etapie tworzenia koncepcji nowych produktów bankowych. Opiniowaniu w zakresie ochrony danych osobowych podlegają m.in. regulacje wewnętrzne oraz umowy i dokumenty kierowane do klientów. Ochrona danych osobowych jest również przedmiotem prowadzonych w Banku działań kontrolnych.

W celu podnoszenia świadomości w organizacji nasi pracownicy są regularnie zapoznawani z komunikatami dotyczącymi sfery bezpieczeństwa informacji. Pracownicy uczestniczą w szkoleniach z zakresu ochrony danych osobowych zarówno e-learningowych, jak i stacjonarnych. Informacje o zasadach bezpieczeństwa kierujemy również bezpośrednio do klientów Banku.

W związku z rozpoczęciem stosowania od 25 maja 2018 r. ogólnego rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady o ochronie danych (RODO), w Banku Poczтовым został uruchomiony projekt dotyczący zmian w systemach informatycznych Banku. Jednocześnie prowadzimy prace dostosowawcze do RODO w zakresie legislacyjnym.

Stale aktualizujemy informacje dostępne w naszych serwisach elektronicznych w celu zapewnienia klientom dostępu do użytecznych poradników i ostrzeżeń podnoszących poziom bezpieczeństwa.



Więcej informacji o bezpiecznym bankowaniu dostępnych jest w serwisie www.pocztowy.pl i www.envelobank.pl.

Bezpieczeństwo danych naszych klientów, ochrona transakcji elektronicznych oraz bezpieczeństwo świadczonych usług mają dla nas nadrzędne znaczenie. Na bieżąco i całodobowo monitorujemy próby ataków na infrastrukturę teleinformatyczną oraz serwisy transakcyjne Banku. Monitorujemy cyberzagrożenia identyfikowane w sieci internetowej poprzez utworzone w 2017 r. Security Operations Center (SOC). Podstawowym zadaniem SOC jest ochrona środków finansowych oraz danych osobowych klientów Banku korzystających ze wszystkich kanałów zdalnych płatności internetowych.

Bank jest też członkiem Bankowego Centrum Cyberbezpieczeństwa przy Związku Banków Polskich oraz realizuje na bieżąco wszystkie rekomendacje Komisji Nadzoru Finansowego dotyczące bezpieczeństwa płatności internetowych i zarządzania obszarami technologii informacyjnej i bezpieczeństwa środowiska teleinformatycznego w bankach.

Skargi dotyczące naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów Banku Poczтового w 2017 r.

Całkowita liczba uzasadnionych skarg, w tym:106
skargi złożone przez strony zewnętrzne i potwierdzone przez Bank 100
skargi złożone przez organy regulacyjne..... 6

W 2017 r. w Banku nie zidentyfikowano skutecznego ataku w obszarze danych skutkującego wyciekiem, kradzieżą lub utratą danych klientów.

Rozpatrywanie skarg

GRI G4 SO-DMA, G4-SO11

Istotny czynnik wpływający na satysfakcję klientów stanowi sposób, w jaki podchodzimy do rozpatrywania zgłaszanych nam reklamacji i skarg. Naszym celem jest zapewnienie terminowej i fachowej obsługi klientów w tym zakresie oraz polubowne rozstrzygnięcie sporów. Proces rozpatrywania uwag zgłaszanych przez klientów staramy się systematycznie doskonalić, by spełniał ich oczekiwania.

Reklamacje w Banku rozpatrywane są w oparciu o obowiązujące przepisy prawa oraz regulacje wewnętrzne. Reklamacja dotycząca świadczonych przez nas usług może zostać złożona w placówkach Banku i w każdej placówce pocztowej, przesyłką pocztową, ustnie lub w formie elektronicznej. Wniesiona reklamacja rozpatrywana jest niezwłocznie, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia jej otrzymania. Bank informuje klienta o wyniku reklamacji w formie pisemnej lub za pomocą innego trwałego nośnika informacji.

Klient ma także prawo wnieść do Komisji Nadzoru Finansowego skargę na działanie Banku, jak również zwrócić się o pomoc do Miejskich i Powiatowych Rzeczników Konsumenta.

Klientowi przysługuje również prawo do pozasądowego rozstrzygnięcia sporu z Bankiem. Podmiotami uprawnionymi do prowadzenia takiego postępowania są: Rzecznik Finansowy oraz Arbiter Bankowy działający przy Związku Banków Polskich.

DOBRA PRAKTYKA

Przyjazne mediacje

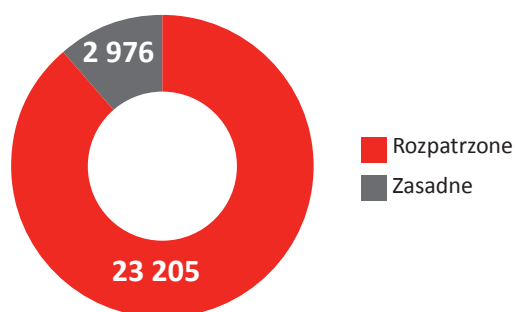
W 2017 r. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego przyznał Bankowi Poczтовemu wyróżnienie, jako Instytucji Finansowej Przyjaznej Mediacji. Wyróżnienia otrzymują instytucje finansowe, które - ceniąc utrzymanie dobrych relacji



z klientami - starają się wychodzić naprzeciw ich oczekiwaniom oraz podejmują realne działania związane z polubownym rozwiązywaniem sporów ze swoimi klientami.

Bank Poczty wyróżniono za otwartość mediacyjną i szerokie informowanie klientów o możliwości polubownego rozwiązywania sporów w Centrum Mediacji Sądu Polubownego przy Komisji Nadzoru Finansowego. Sąd Polubowny przy KNF stanowi efektywną platformę rozwiązywania istotnych problemów występujących na polskim rynku finansowym. Ponad 80% prowadzonych postępowań kończy się ugodą. Rozwiązywanie sporów w drodze mediacji to mechanizm przyjazny dla wszystkich jego uczestników.

Reklamacje dotyczące wpływu Banku Poczty na środowisko i rozwiązane w ramach formalnych mechanizmów skargowych w 2017 r.



Środowisko

Ograniczanie wpływu na środowisko

GRI EN-DMA

Jedną z naszych kluczowych wartości jest odpowiedzialność społeczna. Jesteśmy wrażliwi na potrzeby społeczne, co powoduje, iż w naszych decyzjach uwzględniamy skalę i charakter wpływu, jaki wywieramy na społeczeństwo. W wymiarze podstawowym dotyczy to oddziaływania naszej działalności na środowisko w codziennym funkcjonowaniu Banku – gospodarowaniu wykorzystywanymi surowcami, transporcie pracowników, sposobach organizacji pracy.

Jednocześnie jednak jesteśmy świadomi roli i znaczenia banków w zakresie ograniczania niekorzystnego wpływu na środowisko i społeczeństwo wynikającego z jakości zarządzania ryzykiem w działalności instytucji finansowych, ich klientów i podejmowanych przez nich decyzji o finansowaniu dziedzin życia gospodarczego istotnie oddziałujących na kwestie środowiskowe lub społeczne. Uczestniczymy w dyskusji podejmowanej na forum Unii Europejskiej związanej ze wzrastającymi oczekiwaniami wobec instytucji finansowych w zakresie takiego podejścia do finansowania, które uwzględniałoby na większą niż obecnie skalę wyzwania zrównoważonego rozwoju. Dotyczy to np. takich aspektów, jak przeciwdziałanie zmianom klimatu, utrata różnorodności biologicznej, wyczerpywanie zasobów naturalnych, a także zapobieganie zanieczyszczeniom i ich kontrola. Działania podejmowane obecnie przez Komisję Europejską dążą do uczynienia ze zrównoważonego rozwoju swego rodzaju przewodnika w systemie finansowym Europy i tym samym umocnienia jej roli jako lidera w dziedzinie „zielonych” i zrównoważonych finansów, przyczyniających się do rozwoju gospodarki niskoemisyjnej i oszczędnej surowcowo.

Plan działania Komisji Europejskiej ma na celu dalsze powiązanie finansowania z konkretnymi potrzebami europejskiej i globalnej gospodarki z korzyścią dla środowiska i społeczeństwa poprzez:

1. Przepływy kapitału w kierunku zrównoważonych inwestycji w celu osiągnięcia trwałego wzrostu gospodarczego, sprzyjającego włączeniu społecznemu;

2. Zarządzanie ryzykiem finansowym wynikającym ze zmian klimatu, klęsk żywiołowych, degradacji środowiska i problemów społecznych;
3. Promowanie przejrzystości i długoterminowości w działalności finansowej i gospodarczej, m.in. dzięki nowym obowiązkom w zakresie sprawozdawczości niefinansowej.

Wraz z nową strategią Banku podejmujemy obecnie działania zmierzające do uwzględnienia postulatów społeczności międzynarodowej w dziedzinie zrównoważonych finansów w naszej podstawowej działalności w sposób adekwatny do jej profilu i roli w systemie finansowym kraju.

GRI G4-EN30

Równocześnie w celu ograniczania negatywnego oddziaływania na środowisko podejmujemy wewnętrzne inicjatywy proekologiczne w obszarach szczególnie ważnych z uwagi na rozproszenie terytorialne placówek, w których świadczymy usługi. Minimalizujemy m.in. oddziaływanie transportu samochodowego na środowisko poprzez racjonalną gospodarkę flotą samochodową oraz jej monitoring. Flota składa się z 90 samochodów, w tym 1 ciężarowego. Wszystkie samochody spełniają normę emisji spalin minimum Euro 5 i są sukcesywnie wymieniane na modele mniej zanieczyszczające środowisko. W samochodach, które nie mogą być użytkowane prywatnie, zainstalowany jest system monitoringu GPS w celu weryfikacji, czy użytkownicy przestrzegają zasad ich użytkowania. Rozwiązanie to pozwala na kontrolę zużycia paliwa, całkowitych przebiegów i redukcję kosztów eksploatacji.

W celu ograniczania liczby podróży służbowych wykorzystujemy zdalne metody komunikacji, w tym szkolenia e-learningowe oraz dobrze rozwinięty system wideo- i telekonferencji. W przypadku organizacji działającej w strukturze sieciowej taki system organizacji pracy wiąże się z istotnymi oszczędnościami. Jeżeli występuje konieczność podróży służbowej, łączymy pracowników w grupy, aby ograniczyć skalę pojedynczych przejazdów.

Stopniowo zmierzamy także do wyeliminowania papieru z codziennej działalności operacyjnej Banku. Wdrożone zostały narzędzia wspierające zarządzanie Elektronicznym Obiegiem Dokumentów, w tym E-Kancelaria oraz E-Biuro. W 2017 r. podjęliśmy działania doskonalące, ukierunkowane na jeszcze bardziej intuicyjne i proste w obsłudze funkcjonowanie tych narzędzi. Przyczyniają się one do oszczędności zużywanego papieru, ale także czasu poświęcanego wcześniej przez pracowników na tradycyjny obieg dokumentów. Jednocześnie w przestrzeni biurowej Banku pojawiły się wyraźne informacje przypominające o rozsądnym podejściu do drukowania i zachęcające do ograniczenia tego procesu do niezbędnego minimum.

Kluczowe wskaźniki

GRI G4-EN3, G4-EN8

Zużycie energii elektrycznej w głównej siedzibie Banku Poczty w Bydgoszczy podlega monitoringowi od 2013 r. W latach 2013-2014 dokonaliśmy w niej częściowej modernizacji oświetlenia energooszczędnego (m.in. w miejsce oświetlenia jarzeniowego wprowadzono lampy LED). W latach 2017-2019 zaplanowano dalszą modernizację oświetlenia. Zarówno energię elektryczną, jak i ciepłą Bank pozyskuje od zewnętrznych dostawców.

Zużycie energii w głównej siedzibie Banku Poczty w Bydgoszczy	2016 r.	2017 r.
Energia elektryczna (w kWh)	1 001 551	1 044 548
Energia cieplna (w GJ)	1 257	1 234

Bank pozyskuje wodę z sieci miejskiej w Bydgoszczy. W przypadku pozostałych placówek znajdujących się w obiektach, w których Bank wynajmuje powierzchnię, nie ma możliwości określenia zużycia mediów.

Łączny pobór wody (w m³)	2016 r.	2017 r.
Główna Siedziba Banku Poczowego w Bydgoszczy	4 181	3 646

Użyteczne informacje

Tabela treści GRI

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONY	GRI G4-32
			STOPIEŃ RAPORTOWANIA
STRATEGIA I ANALIZA			
G4-1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	4	Pełny
PROFIL ORGANIZACJI			
G4-3	Nazwa organizacji	7	Pełny
G4-4	Główne marki, usługi i/lub produkty	9, 11	Pełny
G4-5	Lokalizacja głównej siedziby	7	Pełny
G4-6	Liczba krajów, w których działa organizacja i nazwy tych krajów	7	Pełny
G4-7	Forma własności i forma prawna organizacji	15	Pełny
G4-8	Obsługiwane rynki	7	Pełny
G4-9	Skala działalności	11	Pełny
G4-10	Liczba pracowników według regionów działalności, wieku, płci oraz rodzaju umowy	46	Pełny
G4-11	Odsetek pracowników objętych umowami zbiorowymi	tabela GRI	Nie dotyczy
G4-12	Łańcuch dostaw organizacji	12	Częściowy
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie	16	Pełny
G4-14	Zasada ostrożności	32, 35, 60	Pełny
G4-15	Lista zewnętrznych inicjatyw przyjętych przez organizację	37	Pełny
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach	22	Pełny
ZIDENTYFIKOWANE ISTOTNE ASPEKTY I OGRANICZENIA			
G4-17	Lista podmiotów ujętych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym organizacji	8	Pełny
G4-18	Proces definiowania treści raportu	18	Pełny
G4-19	Zidentyfikowane materialne aspekty w toku procesu definiowania raportu	18	Pełny
G4-20	Zakres i istotność zidentyfikowanych aspektów dla poszczególnych podmiotów biznesowych organizacji	18	Pełny

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONY	STOPIEŃ RAPORTOWANIA
G4-21	Zakres i istotność zidentyfikowanych aspektów dla podmiotów spoza organizacji	18	Pełny
G4-22	Korekty w stosunku do poprzedniego raportu i przyczyny korekt	tabela GRI	Nie dotyczy
G4-23	Istotne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu	tabela GRI	Nie dotyczy
ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY			
G4-24	Lista grup interesariuszy organizacji	20	Pełny
G4-25	Identyfikacja i wybór interesariuszy zaangażowanych przez organizację	21	Pełny
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy	21	Pełny
G4-27	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy	19	Pełny
PROFIL RAPORTU			
G4-28	Okres raportowania	18	Pełny
G4-29	Data publikacji ostatniego raportu	tabela GRI	Nie dotyczy
G4-30	Cykl raportowania	18	Pełny
G4-31	Dane kontaktowe	74	Pełny
G4-32	Indeks GRI	66	Pełny
G4-33	Potwierdzenie wiarygodności	tabela GRI	Nie dotyczy
ŁAD ORGANIZACYJNY			
G4-34	Struktura nadzorcza organizacji	26	Pełny
G4-38	Skład najwyższego organu nadzorczego organizacji	26	Pełny
G4-48	Rola najwyższego organu zarządzającego w raportowaniu kwestii zrównoważonego rozwoju	21	Pełny
G4-51	Polityka wynagrodzeń członków organu zarządzającego i wyższej kadry zarządzającej	29	Częściowy
ETYKA I UCZCIWOŚĆ			
G4-56	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania, takie jak kodeksy postępowania i kodeksy etyki organizacji	31	Pełny
G4-57	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy uzyskiwania porad w kwestiach etycznych i zgodności z prawem oraz kwestiach związanych z uczciwością organizacji, takie jak telefon zaufania lub linie doradcze	33	Pełny
G4-58	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy zgłaszania obaw dotyczących nieetycznych lub niezgodnych z prawem zachowań oraz spraw związanych z uczciwością organizacji	33	Pełny

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONY	STOPIEŃ RAPORTOWANIA
WSKAŹNIKI EKONOMICZNE			
EC-DMA	Podejście zarządcze w zakresie strategii i rozwoju Banku	Sprawozdanie Zarządu z działalności Banku Pocztyowego za 2017 r.	Pełny
G4-EC1	Bezpośrednia ekonomiczna wartość wytworzona i podzielona	11	Pełny
G4-EC3	Pokrycie zobowiązań emerytalnych wynikających z programów o zdefiniowanych świadczeniach	42	Pełny
G4-EC4	Pomoc finansowa otrzymana od Państwa	tabela GRI	Brak tego rodzaju przypadków.
WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE			
EN-DMA	Podejście zarządcze w zakresie wyników środowiskowych	63	Częściowy
G4-EN3	Bezpośrednie zużycie energii w organizacji	64	Pełny
G4-EN8	Łączny pobór wody wg źródła	64	Pełny
G4-EN29	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska	tabela GRI	Brak tego rodzaju przypadków.
G4-EN30	Znaczący wpływ transportu produktów i innych towarów potrzebnych do prowadzenia przez organizację działalności oraz transportu pracowników na środowisko	64	Częściowy
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - PRAKTYKI ZATRUDNIENIA I GODNEJ PRACY			
LA-DMA	Podejście zarządcze w zakresie zatrudnienia	38	Pełny
G4-LA2	Benefity oferowane pełnoetatowym pracownikom (nieoferowane pracownikom tymczasowym) w podziale na najważniejsze regiony, w których działa firma	41	Pełny
LA-DMA	Podejście zarządcze w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	44	Pełny
G4-LA5	Procent pracowników reprezentowanych we wspólnych formalnych komisjach ds. BHP uwzględniających pracowników i menedżerów, które pomagają monitorować i prowadzić programy związane z bezpieczeństwem i higieną pracy	44	Pełny
G4-LA6	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą według regionów i płci	44	Częściowy

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONY	STOPIEŃ RAPORTOWANIA
G4-LA8	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi	44	Pełny
LA-DMA	Podejście zarządcze w zakresie szkoleń i edukacji	42	Pełny
G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika wg płci oraz kategorii zatrudnienia	43	Pełny
LA-DMA	Podejście zarządcze w zakresie różnorodności i równości szans	38	Pełny
G4-LA12	Skład organów zarządzających oraz podział pracowników ze względu na rodzaj stanowiska, płeć, wiek, przynależność do grup etnicznych i inne aspekty różnorodności	46	Pełny
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - PRAWA CZŁOWIEKA			
HR-DMA	Podejście zarządcze w zakresie poszanowania praw człowieka	40	Pełny
G4-HR2	Całkowita liczba godzin szkoleniowych pracowników w zakresie polityk poszanowania praw człowieka lub procedur uwzględniających aspekty praw człowieka, które mają znaczenie dla działalności organizacji, w tym również procent przeszkolonych pracowników	41	Pełny
HR-DMA	Podejście zarządcze w zakresie wolności zrzeszania się	40	Częściowy
G4-HR4	Zidentyfikowane zakłady i dostawcy, w przypadku których może dochodzić do naruszenia lub może występować poważne ryzyko naruszenia wolności zrzeszania się i zawierania umów zbiorowych oraz środki podjęte, aby chronić te prawa	41	Częściowy
WSKAŹNIKI - SPOŁECZEŃSTWO			
SO-DMA	Podejście zarządcze w zakresie relacji społecznych	47	Pełny
G4-SO1	Procent zakładów z wdrożonymi programami zaangażowania lokalnej społeczności, ocenami wpływu i programami rozwoju	47	Pełny
SO-DMA	Podejście zarządcze w zakresie zapobiegania korupcji	34	Pełny
G4-SO4	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym	35	Pełny
G4-SO5	Stwierdzone przypadki korupcji i metody naprawcze	35	Pełny
SO-DMA	Zasady dotyczące udziału w życiu publicznym	34	Pełny
G4-SO6	Całkowita wartość wsparcia udzielonego na rzecz partii politycznych, polityków i instytucji o podobnym charakterze w podziale na kraje i odbiorcę/beneficjenta	tabela GRI	Brak tego rodzaju przypadków.
SO-DMA	Zachowania antykonkurencyjne	31	Pełny

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONY	STOPIEŃ RAPORTOWANIA
G4-SO7	Całkowita liczba działań prawnych związanych z zapobieganiem znikom cenowym, antytrustowym czy antymonopolowym i ich wyniki	tabela GRI	29.12.2006 r. Prezes UOKiK uznał praktyki polegające na wspólnym ustalaniu przez banki opłaty „interchange” za ograniczające konkurencję na rynku usług acquiringowych związanych z regulowaniem zobowiązań konsumentów wobec akceptantów z tytułu płatności za nabywane przez konsumentów towary i usługi za pomocą kart płatniczych na terytorium Polski oraz nakazał zaniechanie ich stosowania, jednocześnie nakładając na banki kary pieniężne, w tym na Bank w wysokości 2 895 tys. zł (uczestniczący tylko w systemie VISA) (decyzja Prezesa UOKiK nr DAR 15/2006). Od powyższej decyzji odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów „SOKiK) złożył Bank i inni uczestnicy postępowania. Wyrokiem z 21.11.2013 r. SOKiK zmienił kary nałożone na banki, w tym m.in. znacząco zmniejszył wysokość kary nałożonej na Bank. Na skutek apelacji banków i Prezesa UOKiK, Sąd Apelacyjny w Warszawie wydał 6.10.2015 r. prawomocny wyrok oddalający wszystkie odwołania banków w całości i uwzględniający apelację Prezesa UOKiK. W konsekwencji, uprawomocniła się decyzja Prezesa UOKiK nr DAR 15/2006, nakładająca na Bank karę w wysokości 2 895 tys. zł., która została zapłacona 20.10.2015 r. 19.04.2016 r. Bank wniósł skargę kasacyjną od w/w wyroku. 25.10.2017 r. Sąd Najwyższy uchylił wyrok II instancji i przekazał sprawę do ponownego rozpoznania. 30.10.2017 r. Bank wystąpił do Prezesa UOKiK o dokonanie zwrotu kary w wysokości 2.894.850 zł wraz z odsetkami, nałożonej przez Prezesa UOKiK decyzją z 29.12.2006 r.
G4-SO8	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych za nieprzestrzeganie prawa i regulacji	tabela GRI	Jak we wskaźniku G4-SO7.
SO-DMA	Podejście zarządcze w zakresie mechanizmów skargowych	62	Pełny
G4-SO11	Liczba skarg dotyczących wpływu na społeczeństwo złożonych, rozpatrzonych i rozwiązanych w ramach formalnych mechanizmów skargowych	62	Pełny
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT			
PR-DMA	Podejście zarządcze w zakresie znakowania produktów i usług	58	Częściowy
G4-PR5	Wyniki badań pomiaru satysfakcji klientów	58	Pełny
PR-DMA	Podejście zarządcze w zakresie komunikacji marketingowej	60	Pełny
G4-PR7	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu, w podziale na rodzaj skutków	tabela GRI	Decyzją nr RKT-6/2017 wz 20.07.2017 r. Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Banku polegające na niezamieszczaniu w wiadomościach przesyłanych do konsumentów związanych z jednostronną zmianą postanowień „Regulaminu otwierania i prowadzenia rachunku dla osób fizycznych w Banku Poczty S.A.” i „Taryfy opłat i prowizji bankowych stosowanych przez Bank Poczty S.A. dla Klientów detalicznych”, istotnych informacji umożliwiających ustalenie przez konsumentów dopuszczalności wprowadzenia proponowanych zmian. Postępowanie UOKiK

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONY	STOPIEŃ RAPORTOWANIA
			wszczęto w 2015 r. Bank zrekompensuje straty konsumentom: klienci, którzy przed wprowadzeniem nowych opłat dostawali wyciągi za darmo, otrzymają zwrot poniesionych kosztów. Klienci, którzy zaczęli płać więcej, uzyskają zwrot różnicy w opłatach wynikających z podwyżki za wyciągi. Klient powinien wystąpić do Banku z wnioskiem o zwrot opłat.
PR-DMA	Podejście zarządcze w zakresie prywatności klienta	61	Pełny
G4-PR8	Całkowita liczba znaczących skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta lub utrata danych klientów	61	Pełny
SUPLEMENT SEKTOROWY DLA USŁUG FINANSOWYCH			
PORTFEL PRODUKTÓW			
G4-FS2	Procedury stosowane przez bank do oceny i monitorowania ryzyka środowiskowego i społecznego w poszczególnych rodzajach działalności	35	Częściowy
SPOŁECZNOŚCI LOKALNE			
G4-FS13	Dostęp do usług na obszarach mało zaludnionych lub nierozwiniętych ekonomicznie.	54	Pełny
G4-FS14	Inicjatywy przeprowadzane w celu poprawienia dostępu do usług finansowych osobom nieuprzywilejowanym (z niepełnosprawnością lub innymi ograniczeniami).	54	Pełny
G4-FS15	Polityki zapewniające uczciwe projektowanie i sprzedaż produktów i usług finansowych.	60	Pełny
G4-FS16	Inicjatywy mające na celu edukację finansową według typu beneficjentów.	51, 54	Pełny

Słownik użytych terminów społecznych

C

Compliance

Taka organizacja przedsiębiorstwa, poprzez stworzenie odpowiedniej struktury i stosowanie środków compliance, która zredukuje do możliwego minimum ryzyko wystąpienia w przedsiębiorstwie wszelkich nieprawidłowości, które mogłyby powstać wskutek działania przynależnych do niego osób lub partnerów handlowych, a polegające na złamaniu obowiązujących regulacji prawnych i ogólnych zasad prawa, regulacji dobrowolnie przyjętych przez przedsiębiorstwo lub na działaniu niezgodnym z ogólnie przyjętymi standardami etyczno-moralnymi danego środowiska. (B. Makowicz, Compliance w przedsiębiorstwie)

D

Darowizna

Forma umowy, w której darczyńca zobowiązuje się do bezpłatnego świadczenia na rzecz obdarowanego, kosztem swego majątku. Darowizna może być dokonana zarówno przez osoby fizyczne jak i osoby prawne. Przedmiotem darowizny mogą być nieruchomości i ruchomości, pieniądze, a także prawa majątkowe, nie może być zaś bezpłatne świadczenie usług.

Dialog społeczny

Wymiana informacji i prezentacja stanowisk, dotyczących problemów i zagadnień społecznych, pomiędzy stronami, którymi mogą być instytucje publiczne, przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe. Jest formą reprezentacji interesów poszczególnych stron. Źródłem jego powodzenia jest rzetelna informacja między stronami oraz współdziałanie.

Dyskryminacja

Traktowanie lub efekt traktowania ludzi w sposób nierówny poprzez nałożenie na nich nierównego obciążenia lub odmowy świadczeń zamiast traktowania wszystkich sprawiedliwie na podstawie ich indywidualnych osiągnięć. Dyskryminacja może również oznaczać molestowanie zdefiniowane jako szereg komentarzy lub działań negatywnie odbieranych przez otoczenie lub, jak można teoretycznie założyć, przez osobę będącą ich obiektem.

E

Etyka biznesu

Dziedzina, która zajmuje się uwzględnianiem aspektu moralnego w działalności biznesowej, czyli stosowaniem rozwiązań godzących wymogi moralne z interesem strategicznym firmy. Etyka biznesu określa etyczne standardy zachowań, normy, wartości i sposoby postępowania w przedsiębiorstwie.

F

Formalne mechanizmy skargowe

Systemy składające się z określonych procedur, ról i reguł służące do metodycznej obsługi procesu zgłaszania i rozpatrywania skarg oraz rozwiązywania sporów mogących dotyczyć np. zobowiązań umownych firmy, jakości usług lub produktów, zasad dobrego współistnienia przedsiębiorstwa i społeczności, w której ono działa. Formalne mechanizmy skargowe powinny być zgodne z prawem, dostępne, przewidywalne, sprawiedliwe, stosowne do posiadanych praw, przejrzyste i klarowne oraz oparte na dialogu i mediacji.

G

Grupa defaworyzowana

Populacja, która ze względu na swoją liczebność w danym społeczeństwie, ma mniejsze możliwości wyrażenia swoich potrzeb oraz opinii na tematy ekonomiczne, społeczne lub polityczne. Specyficzne grupy objęte tą definicją nie są jednakowe dla każdej organizacji. Organizacja identyfikuje takie grupy na podstawie kontekstu prowadzenia działalności.

Grupy szczególnie wrażliwe

Grupa osób charakteryzująca się pewnymi uwarunkowaniami lub cechami fizycznymi, społecznymi, politycznymi lub ekonomicznymi, które powodują, że jest ona bardziej narażona na obciążenie ciężarem lub zachodzi ryzyko, że zostanie obciążona nieproporcjonalnie dużym ciężarem oddziaływania działalności organizacji na społeczeństwo, gospodarkę lub środowisko. Grupy szczególnie wrażliwe to np. dzieci i młodzież, osoby starsze, niepełnosprawne, byli kombatanci, osoby internowane, uchodźcy lub powracający do kraju uchodźcy, gospodarstwa domowe zamieszkałe przez osobę zarażoną wirusem HIV, mniejszości etniczne. Podstawy szczególnej wrażliwości grupy oraz reakcji na oddziaływanie różnią się pomiędzy płciami.

I

Interesariusz

Osoba lub podmiot zainteresowany działalnością firmy i ponoszący różnego typu ryzyko związane z jej funkcjonowaniem oraz te osoby bądź podmioty, na które firma wywiera poprzez swoją działalność wpływ. Polski odpowiednik angielskiego terminu stakeholder (stake=stawka). W przeciwieństwie do akcjonariusza (ang. shareholder) zainteresowanego przede wszystkim zyskiem z działalności spółki, interesariusze to grupa o wiele szersza obejmująca m.in. pracowników, klientów, kredytodawców, dostawców, administrację rządową, a w szerszym kontekście społeczeństwo lokalne, środowisko naturalne, opinię publiczną. Termin wprowadzony przez Stanford Research Institute w 1963 r.

K

Kodeks etyczny / kodeks etyki / kodeks postępowania

Zbiór norm i zasad postępowania obowiązujących w organizacji w oparciu o przyjęte wartości i zagadnienia uznane przez pracowników jako ważne do uregulowania. Kodeks etyczny w działalności gospodarczej, oprócz ogólnych wskazań mówiących o rzetelności i uczciwości wymaganych w działalności gospodarczej i o podejmowaniu czynności sprzyjających rozwojowi

społecznemu i niesprzecznych z normami moralnymi oraz obyczajami zbiorowości, wskazuje na konkretne „zachowania” organizacji.

Konflikt interesów

Ma miejsce, gdy człowiek (lub organizacja) zobowiązany jest do podwójnej lojalności, czyli gdy jego interes (własny lub podmiotu, wobec którego ma zobowiązania) jest lub może być nie do pogodzenia z interesem innego podmiotu, wobec którego także powinien być lojalny. Interes może mieć charakter finansowy lub pozafinansowy. Człowiek może znaleźć się w sytuacji konfliktu interesów na skutek zewnętrznych okoliczności lub w wyniku własnych działań. Pewne sytuacje konfliktu interesów są regulowane przez prawo lub samoregulacje, znaczna część pozostaje nieuregulowanych.

Korupcja

Korupcja oznacza „nadużycie stanowiska publicznego w celu uzyskania prywatnych korzyści” (wg Business Principles for Countering Bribery, Transparency International, 2011 r.), a dopuścić się jej może osoba lub organizacja. W niniejszych Wytycznych Transparency Int. korupcja oznacza między innymi praktyki takie jak przyjmowanie korzyści majątkowych, płatności przyspieszające tok sprawy, oszustwa, wymuszenia, zмовы oraz pranie pieniędzy. Ponadto termin ten stosuje się również do oferowania lub przyjmowania dowolnego rodzaju prezentów, pożyczek, opłat, nagród lub innych korzyści osobie lub od osoby jako zachęty do zrobienia czegoś nieuczciwego, niezgodnego z prawem lub naruszającego wiarę w etyczne prowadzenie działalności gospodarczej przez dany podmiot. Korupcja może uwzględniać świadczenia pieniężne lub rzeczowe, takie jak towary, prezenty i wakacje lub szczególne usługi osobiste świadczone w celu uzyskania niewłaściwej korzyści lub które mogą skutkować moralną presją do wyświadczenia takiej korzyści.

Kultura organizacyjna

Zespół norm, wartości, wzorów zachowań, postaw i założeń oraz symboli, które determinują sposób myślenia i działania w danej firmie oraz określają standardy komunikacji i postępowania.

M

Mechanizmy zgłaszania przypadków nieetycznego lub bezprawnego zachowania

Systemy i procesy, w ramach których jednostka lub organizacja może złożyć zażalenie dotyczące bezprawnych, niezgodnych z procedurami, niebezpiecznych lub nieetycznych praktyk powiązanych z działalnością organizacji. Jednostką taką może być członek organu zarządzającego organizacją, pracownik, partner biznesowy lub inny interesariusz.

Misja firmy

Zestaw trwałych dążeń i celów firmy. Zawiera ona wartości wyznawane przez zarząd firmy i jest podstawową wytyczną jej działań. Misja firmy określa jej tożsamość oraz kulturę organizacyjną.

Mobbing

Działania lub zachowania dotyczące pracownika lub skierowane przeciwko pracownikowi, polegające na uporczywym i długotrwałym nękananiu lub zastraszaniu pracownika, wywołujące u niego zaniżoną ocenę przydatności zawodowej, powodujące lub mające na celu poniżenie lub ośmieszenie pracownika, izolowanie go lub wyeliminowanie z zespołu współpracowników. Nie wystarczają subiektywne odczucia ofiary mobbingu, wystąpienie ww. przesłanek musi być obiektywnie stwierdzone.

N

Nadużycie

Celowe działania lub zaniechanie działania, stanowiące złamanie przepisów prawa lub regulacji wewnętrznych obowiązujących w danej organizacji, w wyniku którego dopuszczająca się go osoba odnosi nieuprawnione korzyści lub którego rezultatem są nieuzasadnione straty ponoszone przez firmę. Korzyści te mogą mieć charakter finansowy lub materialny, ale także niematerialny, związany z uzyskaniem dostępu do informacji lub specjalnego statusu. Sprawca nadużycia spełnia trzy warunki: odczuwa presję, widzi okazję do popełnienia nadużycia, a jednocześnie jest w stanie racjonalnie wytłumaczyć przed samym sobą swoje postępowanie. Za nadużycie uważamy np. wszelkie formy zachowań korupcyjnych.

Naruszenie norm i standardów organizacji

Złamanie pewnych przyjętych (spisanych lub nie) podstaw wspólnej egzystencji osób w organizacji, których celem jest zapewnienie ochrony przed złymi praktykami i upowszechnianie postaw opartych na wartościach ważnych dla danej społeczności. Do takich zachowań można zaliczyć, np. postępowanie się kłamstwem, oszukiwanie, osiągnięcie korzyści w sposób nieuczciwy, dyskryminowanie słabszych. Naruszenie przyjętych norm i standardów może wywołać krytykę lub potępienie ze strony współpracowników, ale także może powodować skutki prawne.

Naruszenie prywatności klienta

Wszelkie odstępstwa od obowiązujących przepisów prawa i (ogólnie przyjętych) norm dotyczących ochrony prywatności klienta. Prawo klienta do prywatności oraz ochrony własnej osoby uwzględnia takie kwestie jak ochrona danych osobowych, wykorzystanie informacji/danych tylko do pierwotnie zamierzonego celu (chyba że zostanie oddzielnie uzgodnione inaczej), obowiązek przestrzegania poufności danych oraz ochrona przed niewłaściwym wykorzystaniem lub kradzieżą.

O

Organizacja pozarządowa

Dobrowolna organizacja, działająca niezależnie od struktur państwowych i politycznych, której funkcjonowanie nie jest nastawione na zysk. Działa ona na rzecz spraw społecznych i dobra publicznego. Jej działalność w dużej mierze opiera się na wolontariacie (ang. non-governmental organization, NGO).

P

Praca przymusowa lub obowiązkowa

Wszelka praca lub usługi wymagane od jakiejś osoby pod groźbą jakiejkolwiek kary i do których dana osoba nie zgłosiła się

dobrowolnie (Konwencja nr 29 MOP dotycząca pracy przymusowej lub obowiązkowej). Najbardziej ekstremalnymi przypadkami jest praca niewolnicza i przymusowe odpracowanie pożyczki, jednak długi są również wykorzystywane jako środek utrzymania pracowników w stanie pracy przymusowej. Przykłady pracy przymusowej: zatrzymanie dokumentów tożsamości; wymaganie wpłaty obowiązkowego depozytu; zmuszanie pracowników pod groźbą zwolnienia do pracy w nadgodzinach, jeśli wcześniej nie wyrazili na to zgody.

Praktyki monopolistyczne

Działania organizacji, które mogą skutkować zmonopolizowaniem rynku, wzniesieniem barier dla podmiotów próbujących wejść do branży, nieuczciwe praktyki biznesowe, nadużywanie pozycji na rynku, kartele, fuzje antykonkurencyjne, ustalanie cen i inne działania o charakterze zmonopolizowania mające na celu ograniczenie wolnej konkurencji.

Program zaangażowania społecznego

Zaplanowane działania mające na celu rozwiązanie lub przeciwdziałanie określonym problemom społecznym. Może być realizowany wspólnie bądź niezależnie przez instytucje publiczne, biznes i organizacje społeczne.

R

Raport społeczny

Raport wydawany przez firmę przedstawiający w sposób całościowy strategię firmy i jej politykę społeczną. Uwzględnia on aspekty ekonomiczne, społeczne oraz środowiskowe w działalności firmy.

S

Społeczna odpowiedzialność biznesu

Koncepcja zarządzania zakładająca odpowiedzialność organizacji za wpływ podejmowanych przez nią decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne postępowanie, które przyczynia się do zrównoważonego rozwoju. Zakłada dbałość o zasady etyczne, prawa pracowników, prawa człowieka, otoczenie społeczne i środowisko naturalne. Przyjmuje się, że społeczna odpowiedzialność biznesu powinna być, obok ekonomicznych dążeń firmy, integralną częścią polityki przedsiębiorstwa (ang. Corporate Social Responsibility, CSR).

Społeczność lokalna

Zbiorowość ludzi mieszkająca na danym terenie, połączona więzią społeczną, wspólną tradycją oraz kulturą. Społeczność lokalną tworzą mieszkańcy wsi, miasta, dzielnicy lub gminy.

Sponsoring

Wzajemne zobowiązanie dwóch stron, sponsora i sponsorowanego. Sponsor przekazuje środki finansowe, materialne lub usługi sponsorowanemu, w zamian za świadczenia promocyjne ze strony sponsorowanego. Sponsoring jest działaniem planowanym i świadomym, służącym kreowaniu pozytywnego wizerunku firmy. Często jest też częścią długookresowej strategii marketingowej firmy.

Z

Zachowania antykonkurencyjne

Działania podejmowane przez organizację lub jej pracowników, które mogą skutkować zmonopolizowaniem rynku, w celu ustalenia cen, manipulowania przetargami, wprowadzania ograniczeń rynkowych lub wydajnościowych, podziału terytorialnego lub przypisywania klientów, dostawców, obszarów geograficznych i linii produkcyjnych celem ograniczenia wolnej konkurencji na rynku.

Zrównoważony rozwój

Droga rozwoju społeczno-gospodarczego zharmonizowanego ze środowiskiem naturalnym. Idea zrównoważonego rozwoju zakłada umiejętne korzystanie z zasobów (społecznych, ludzkich lub zasobów ziemi) tak, aby mogły być one również wykorzystywane w przyszłości (ang. sustainable development).

Źródłem większości terminów są Wytyczne raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju Global Reporting Initiative.

Kontakt w sprawie raportu

GRI G4-31

Bartosz Trzcinski
Rzecznik Prasowy

e-mail: b.trzcinski@poczty.pl
tel. 22 328 74 71

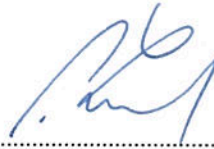
Adres korespondencyjny:

Bank Poczty S.A.
ul. Puławska 111 B
02-707 Warszawa

Podpisy wszystkich członków Zarządu

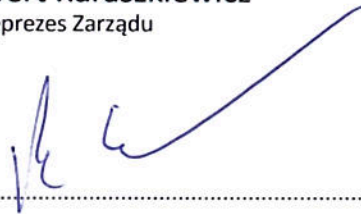
26 marca 2018 roku

Sławomir Zawadzki
Prezes Zarządu



26 marca 2018 roku

Robert Kuraszkiewicz
Wiceprezes Zarządu



26 marca 2018 roku

Jerzy Konopka
Członek Zarządu





Bank Pocztowy