



Jesteśmy,
kiedy potrzeba

Raport Społecznej
Odpowiedzialności
Provident Polska za lata 2012–2013

Podziękowania

Rozpoczynając pracę nad niniejszym raportem, zapytałem ponad stu ekspertów o to, czego chcieliby dowiedzieć się z tej publikacji. Różnorodność oczekiwań była zaskakująca. Od licznych kwestii związanych z naszym podejściem do CSR do bardzo precyzyjnych, takich jak proces oceny zdolności kredytowej konsumenta i badanie ryzyka kredytowego. Pojawiło się też wiele pytań o model biznesowy, rolę doradcy klienta, współpracę z partnerami biznesowymi czy relacje z klientami. Cel był jeden: w sposób kompleksowy odpowiedzieć na rosnącą potrzebę dialogu i oczekiwania naszych interesariuszy. Zewnętrzne oczekiwania zostały poddane rozbudowanemu procesowi konsultacji wewnątrz naszej organizacji. Z jakim efektem? Rezultaty wyteżonych prac licznej grupy fantastycznych osób znajdują Państwo w pierwszym w historii Provident Polska raporcie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

Zaangażowanie dużego grona osób znajduje swoje odzwierciedlenie na licznych stronach tego dokumentu. W tym miejscu chciałbym bardzo podziękować: Zarządowi Provident Polska za strategiczne wsparcie dla rozwoju CSR w organizacji, Zespołowi CSR w grupie IPF, z którym wspólnie pracowaliśmy nad stworzeniem najlepszych rozwiązań dla Grupy. Dziękuję naszym partnerom biznesowym i społecznym, którzy wspierali nas na każdym etapie trwania projektu. Dziękuję firmie SGS Polska, paniom Małgorzacie Greszcie, Magdalenie Kwintal, Dagmarze Kruczkowskiej za profesjonalne wsparcie w opracowaniu nowej strategii i raportu CSR.

Dziękuję pracownikom i doradcom klienta Provident Polska, którzy zaangażowali się w proces budowy strategii CSR i przygotowanie treści do raportu. Cenne uwagi, opisy i komentarze były niejednokrotnie motywacją do zmian i poszukiwań najlepszych rozwiązań. Strategię i raport CSR współtworzyli (w kolejności alfabetycznej):

Mariusz Balcerek, Beata Bardoni, Tomasz Bąk, Marek Białkowski, Aleksandra Bień, Magdalena Bil, Monika Bis, Joanna Brylikowska, Piotr Cybulski, Karolina Czarnecka, Adam Czarnecki, Katarzyna Dawid, Magdalena Dudziak, Justyna Duleba, Weronika Dziak, Julia Gusławska, Roman Jamiołkowski, Monika Kabzińska, Natalia Kalinowska, Przemysław Kasza, Dagmara Klemba, Marika Klimkiewicz, Agnieszka Kłos, Tomasz Knap, Agnieszka Krajnik, Elżbieta Kuźbiel, Monika Kwiatkowska, Andrzej Ladowski, Sylwia Łągowska, Karolina Łuczak, Małgorzata Łukasik, Katarzyna Makowska, Tomasz Matusiak, Joanna Mędrak-Psujka, Agnieszka Michałowska, Rafał Mikołajczyk, Paulina Mikowska, Natalia Karaś, Marzena Owczarek, Sabina Paszkowska, Robert Pawlak, Kamil Pątkowski, Michał Perłowski, Sylwia Popiołek, Janusz Rajter, Patrycja Rogowska-Tomaszyczka, Agnieszka Rosińska, Wojciech Schmidt, Anna Serwacińska, Małgorzata Skibińska, Agnieszka Sokotowska, Joanna Stepaniuk, Joanna Stepulak, Sabina Studulska, Marek Szelenberger, Katarzyna Szerling, Paweł Szustakiewicz, Aneta Trzcicka, Małgorzata Urban, Wioletta Wasiura, Radosław Wierchowski, Bartłomiej Wiśniewski, Monika Włazeł, Marta Wodzicka, Bartłomiej Wodzicki, Agnieszka Woźniarska, Katarzyna Wójcik, Monika Zakrzewska, Magdalena Zin, Agnieszka Żyśk-Požoga.

Dziękuję Marii Siekluckiej-Kaźmirowskiej za wsparcie w przygotowaniu tej publikacji, za logistykę i koordynację całego przedsięwzięcia. Dziękuję też Patrycji Rogowskiej-Tomaszyczkiej za zaufanie i cenne rady. Raport Społecznej Odpowiedzialności Provident Polska 2012–2013 jest naszym wspólnym dziełem.

Serdecznie dziękuję
Łukasz Smolarek

Kierownik ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

Dzięki wykorzystaniu Cocoon Silk zamiast papierów niemakulaturowych negatywny wpływ na środowisko został zmniejszony o:



234
kg mniej odpadów



597
kWh mniej zużytej energii



6 477
litrów mniej zużytej wody



314
km krótsza podróż samochodem średniej klasy europejskiej



31
kg mniej gazów cieplarnianych



380
kg mniej zużytego drewna

Spis treści

1. O firmie

- 5 List Prezesa
- 8 Przedstawiamy się
- 12 Zarządzanie
- 14 Strategia CSR Provident Polska
- 18 O raportowaniu
- 20 Interesariusze – ważny głos
- 22 Udział w organizacjach i inicjatywach zewnętrznych

2. Nasze zobowiązania wobec społeczeństwa

- 26 Strategiczne podejście
- 28 Wzmacnianie więzi społecznych i promocja trwałych partnerstw publiczno-prywatnych
- 34 Budujemy świadomość finansową i wspieramy rozwój przedsiębiorczości społeczeństwa
- 36 Aktywny udział w promowaniu odpowiedzialnych standardów rynkowych

3. Odpowiedzialne pożyczanie

- 40 Strategiczne podejście
- 42 Co to znaczy, że pożyczamy odpowiedzialnie
- 44 Pożyczka – czy dla każdego?
- 46 Kodeks etyczny Providenta

4. Relacje z klientami

- 50 Strategiczne podejście
- 52 Znamy naszych klientów i się o nich troszczymy
- 54 Poznajcie naszych doradców
- 56 Głos klientów
- 58 Badanie satysfakcji i jakości obsługi

5. Partner w biznesie

- 62 Strategiczne podejście
- 64 Odpowiedzialny łańcuch dostaw

6. Dobry pracodawca

- 68 Strategiczne podejście
- 70 Miejsce pracy dla każdego
- 80 Przejrzysta polityka ocen i wynagrodzeń
- 82 Stawiamy na rozwój
- 84 Bezpieczeństwo pracowników i doradców
- 86 Platforma dialogu społecznego

7. Dbałość o środowisko

- 90 Strategiczne podejście
- 92 Zarządzamy naszym wpływem na środowisko
- 94 Ograniczamy zużycie surowców i emisję CO₂
- 98 Zielony Provident, czyli jak budujemy świadomość ekologiczną
- 100 Oświadczenie niezależnej firmy audytorskiej
- 102 Indeks GRI

Szanowni Państwo

Z ogromną przyjemnością przekazuję w Państwa ręce pierwszy w historii Provident Polska „Raport społecznej odpowiedzialności biznesu”, obejmujący lata 2012–2013. To, że wcześniej nie przygotowaliśmy podobnych publikacji, nie oznacza, że Provident nie był aktywny w kwestiach związanych z CSR. Od powstania firmy w Polsce naszym priorytetem było prowadzenie jej w sposób odpowiedzialny. Dla nas sukces biznesowy to nie tylko zyski finansowe czy zdobywanie nowych klientów, ale coś więcej – to zadowoleni pracownicy i partnerzy biznesowi chcący podejmować z nami współpracę, to społeczności lokalne, które znamy i na których potrzeby odpowiadamy, to także świadomość tego, że znamy nasz wpływ na środowisko i udaje nam się go sukcesywnie minimalizować. Od początku naszego działania stawialiśmy na budowanie trwałych więzi z wszystkimi grupami interesariuszy, staraliśmy się ich poznać, słuchać opinii i odpowiadać na nie, ale też chcieliśmy, by oni jak najlepiej poznali nas. Jesteśmy bowiem przekonani, że tylko prowadzenie działalności opartej na dialogu społecznym gwarantuje długoterminowy rozwój firmy. Raport, który trzymają Państwo w ręku, jest kolejnym krokiem do realizacji tego celu.

Prace nad podsumowaniem naszej dotychczasowej aktywności związanej ze społeczną odpowiedzialnością biznesu okazały się doskonałym punktem wyjścia do zbudowania kompleksowej strategii CSR. Podzielona na dwa obszary – biznesowy i związany z wpływem firmy na społeczeństwo – będzie nam wyznaczać priorytety i najważniejsze działania z tym związane na najbliższe lata. Strategia definiuje wyzwania, jakie firma ma wobec kluczowych interesariuszy – klientów, pracowników i partnerów biznesowych, określa także, w jaki sposób mamy je wypełniać. Nie pomijamy w niej również kwestii środowiskowych – jesteśmy świadomi naszego wpływu na otoczenie i od lat z sukcesami staramy się minimalizować ślad węglowy, który rokrocznie pozostawia po sobie Provident Polska.

Naszym podstawowym celem biznesowym jest odpowiedzialne i etyczne udzielanie pożyczek oraz dbanie o bezpieczeństwo finansowe tej coraz liczniejszej, bo przekraczającej już 850 tys. osób grupy Polaków korzystających z naszych usług. To podstawa do budowania z nimi długotrwałych relacji, opartych na zaufaniu i zrozumieniu potrzeb. Ale to nie wystarczy, by być prawdziwie odpowiedzialną firmą. Chcemy, by nasi najważniejsi interesariusze – pracownicy – czuli, że tworzymy dla nich przyjazne miejsce pracy, w którym chcą i mogą się rozwijać. Do naszego rozumienia biznesu angażujemy naszych partnerów biznesowych. Chcemy pracować z tymi, którzy postępują i myślą podobnie do nas, i tworzyć z nimi trwałe relacje oparte na uczciwości i przejrzystości działań. Wymiar społeczny strategii to nie tylko zobowiązania, jakie podejmujemy wobec lokalnych społeczności, w których działamy, ale i wobec całego rynku pożyczkowego, któremu chcemy pomóc w budowaniu odpowiedzialnych standardów, podnoszących bezpieczeństwo klientów. Dlatego wspieramy Ministerstwo Finansów w procesie legislacyjnym zmierzającym do objęcia regulacjami sektora pożyczkowego. Celem planowanej reformy jest uporządkowanie rynku i objęcie go jednolitymi standardami. Są to działania zgodne z naszą strategią CSR i naszą wizją uczciwego biznesu.

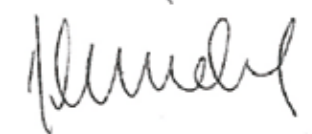
Aby poszukiwać jeszcze lepszych rozwiązań i konfrontować nasze pomysły z innymi, myślącymi podobnie firmami, Provident Polska jako jeden z pierwszych włączył się w prace „Koalicji na rzecz odpowiedzialnego biznesu” oraz nieprzerwanie od 11 lat jest członkiem Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Wierzymy, że działając razem, możemy zrobić więcej. Provident to dziś firma nowoczesna i efektywna, osiągająca coraz lepsze wyniki finansowe. Wszystko to jest możliwe, bo w swoich działaniach kierujemy się naszymi wartościami – szacunkiem, odpowiedzialnością i przejrzystością. Aby pokazać, że jesteśmy transparentni i gramy uczciwie, a jednocześnie umiemy się dzie-

lić sukcesami, w marcu 2013 r. firma International Personal Finance plc., do której należy Provident Polska, zadebiutowała na warszawskiej giełdzie. Mamy się czym pochwalić, bowiem w 2013 r. wraz z Grupą IPF osiągnęliśmy rekordowe wyniki, co z pewnością ucieszyło także inwestorów, którzy nam zaufali. Jesteśmy dumni, że w 2013 r. weszliśmy na dwa nowe rynki – litewski i bułgarski.

Obok wyników finansowych tym, z czego jestem dumny, są sukcesy naszych programów społecznych. W ramach uruchomionej w 2013 r. inicjatywy „Wokół nas”, adresowanej do mieszkańców małych miejscowości, zrealizowaliśmy już 290 projektów o wartości ponad 0,7 mln zł. W Provident Polska pracownicy to aktywni wolontariusze – w jednym z najwyższej ocenianych firmowych programów wolontariackich „Tak! Pomagam” możemy pochwalić się zrealizowaniem w sumie 330 projektów, które firma wsparła ponad milionem złotych. Naszą społeczną aktywność doceniają klienci, uznając nas za firmę godną zaufania.

Wiemy, że w obszarze odpowiedzialnego biznesu nie powiedzieliśmy jeszcze ostatniego słowa. Przyjęta właśnie strategia zobowiązuje nas do jeszcze większej aktywności i doskonalenia naszych działań. Będziemy o nich informować naszych interesariuszy m.in. za pomocą regularnie wydawanych raportów społecznych. Liczymy także na ich aktywność i informację zwrotną, które pomogą nam w obranej drodze.

Z poważaniem



Prezes Zarządu
David Parkinson

O firmie

74%

Polaków uważa, że przekazywanie tradycji następnym pokoleniom jest istotne.

Źródło: CBOS

134 lata

W 1880 r. Joshua Kelley Waddilove założył firmę w Bradford – pożyczek udzielamy od pokoleń.

Źródło: Provident Polska





Przedstawiamy się

O nas

Provident Polska SA od 1997 r. oferuje proste i przejrzyste skonstruowane produkty finansowe. Wyróżnia nas indywidualne podejście do potrzeb każdego z naszych klientów i nastawienie na budowanie z nimi długotrwałych relacji dzięki czemu zapewniamy naszym klientom poczucie bezpieczeństwa. Obecnie, mając 853 tys. klientów (stan z 30.07.2014 r.), jesteśmy liderem rynku pożyczek gotówkowych w Polsce. Rozbudowana, licząca ponad 9 tys. osób sieć doradców klienta pozwala nam docierać do potencjalnych pożyczkobiorców w całym kraju. Przez 17 lat z naszych usług skorzystało ponad 3,5 mln osób, a poziom ich satysfakcji z jakości obsługi przekracza 75% (Millward Brown, „Lojalność i satysfakcja klientów Provident”, 2013 r., próba 2251 klientów). Provident Polska jest spółką akcyjną, której 100% akcji należy do międzynarodowej grupy finansowej International Personal Finance (IPF), notowanej na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Polska jest największym rynkiem Grupy. Poza Polską IPF ma także spółki



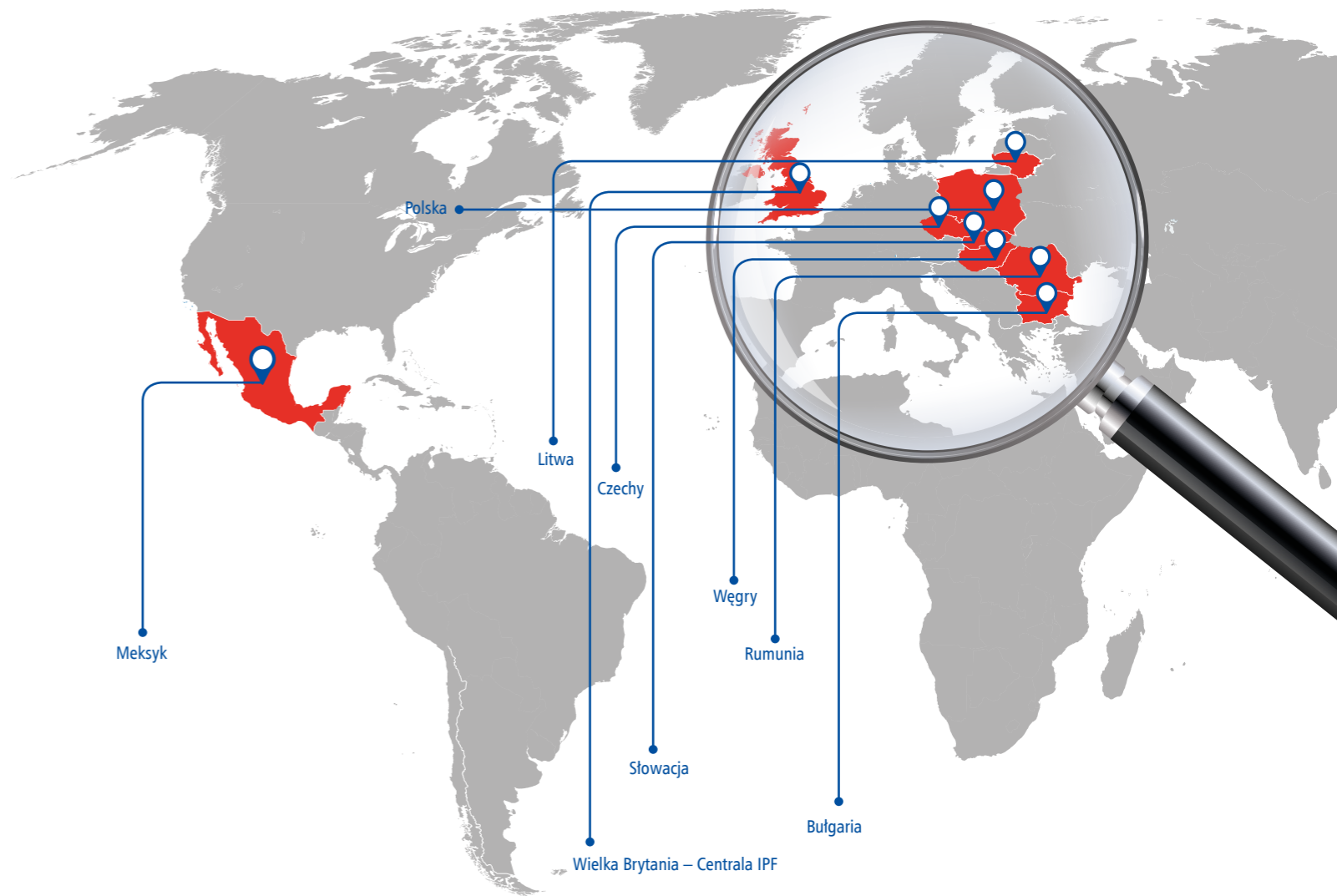
operujące w Czechach i Słowacji, na Węgrzech, w Rumunii, Bułgarii i w Meksyku. Provident Polska SA od 2013 r. wspiera rozwój nowo otwartego rynku litewskiego. W marcu 2013 r. spółka IPF weszła na giełdę w Warszawie – to pierwsza spółka z branży firm pożyczkowych notowana na warszawskim parkiecie. Siedziba główna Provident Polska mieści się w Warszawie przy ul. Inflanckiej 4A (od dnia 21.07.2014 r.). Od 2007 r. siedziba główna mieściła się na ul. Polnej 11 w Warszawie. Model biznesowy firmy opiera się na sprzedaży pożyczek gotówkowych zabezpieczonych ubezpieczeniem oferowanym w pakiecie lub własną polisą klienta. Proponujemy dwie możliwe opcje ich obsługi – w domu, dzięki wizytom doradcy, lub za pośrednictwem konta bankowego. Udzielamy pożyczek ze środków własnych na podstawie ustawy o kredycie konsumenckim oraz przepisów Kodeksu cywilnego. Strukturę firmy na dzień wydania raportu tworzą 73 oddziały podzielone pomiędzy 8 regionów operacyjnych oraz Biuro Główne w Warszawie.



GERARD RYAN
Dyrektor Zarządzający Grupy IPF

W IPF angażujemy się w dbałość o zrównoważony wzrost, gdyż przynosi on korzyści naszym klientom, akcjonariuszom oraz pracownikom. Zrównoważony wzrost jest możliwy do osiągnięcia wyłącznie poprzez uczciwe traktowanie naszych klientów, dostosowanie działalności do wymogów regulacyjnych na poszczególnych rynkach oraz odpowiednie wynagradzanie i rozwój naszych pracowników. Jako Grupa IPF stosujemy strategiczne podejście do kwestii społecznej odpowiedzialności biznesu, a na wszystkie nasze działania patrzymy przez pryzmat etyki, co oznacza, że jesteśmy dobrze przygotowani, aby wspierać naszych klientów, społeczności, w których mieszkają, oraz ich rodziny. Cieszy mnie, że Provident Polska stworzył nową strategię społecznej odpowiedzialności biznesu na lata 2014–2016, która będzie wspierać naszą szerszą strategię biznesową i długofalowy, zrównoważony wzrost organizacji. Po raz pierwszy dokonaliśmy podsumowania naszej działalności w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu na tym jakże ważnym rynku, dlatego wierzę, że raport będzie cennym źródłem informacji. Dzięki tej publikacji nasi interesariusze będą mogli bardziej szczegółowo poznać nasze założenia i działania w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu.

Provident na świecie



IPF na giełdzie w Warszawie



Od 27 marca 2013 r. IPF plc, spółka, do której należy Provident Polska, jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW) na zasadzie *dual listing*. Akcje dostępne są pod nazwą Provident. Jesteśmy jedyną firmą pożyczkową notowaną na giełdzie, co zdecydowanie wyróżnia nas na tle konkurencji. Jesteśmy w pełni transparentni, a to stanowi dodatkową gwarancję bezpieczeństwa dla klientów. Wejście na GPW jest potwierdzeniem, że polski rynek, rozwijający się w sposób dynamiczny, stabilny i przewidywalny, jest bardzo ważny dla Grupy, a Provident Polska jest firmą spełniającą najwyższe standardy biznesowe.

Zarówno IPF plc, jak i jej polska spółka przestrzegają zasad ładu korporacyjnego. Zarząd corocznie informuje o sytuacji i perspektywach firmy. Raport roczny oraz sprawozdanie finansowe, okólniki i zawiadomienia, składane przez spółkę na Giełdzie Papierów Wartościowych w Londynie, są zamieszczane na stronie internetowej spółki, zarówno angielskiej (www.ipfin.co.uk), jak i polskiej (www.providentpolska.pl/relacje-inwestorskie/). Komunikaty bieżące są publikowane również na karcie spółki na stronie giełdy w Warszawie (www.gpw.pl). Prowadząc politykę relacji inwestorskich, dyrektorzy wykonawczy spółki IPF plc, a także

przewodniczący i starszy dyrektor niezależnej firmy odbywają regularne spotkania z akcjonariuszami instytucjonalnymi. Przewodniczący odpowiada za komunikację pomiędzy dyrektorami wykonawczymi a akcjonariuszami oraz przekazywanie ich opinii Zarządowi spółki, który regularnie otrzymuje także informacje dotyczące relacji inwestorskich. Dodatkowo co najmniej raz w roku firma zleca niezależny przegląd opinii akcjonariuszy. Dla inwestorów przygotowano specjalny adres e-mail investors@ipfin.co.uk, na który można wysłać pytania czy rekomendacje związane ze spółką, także w języku polskim.

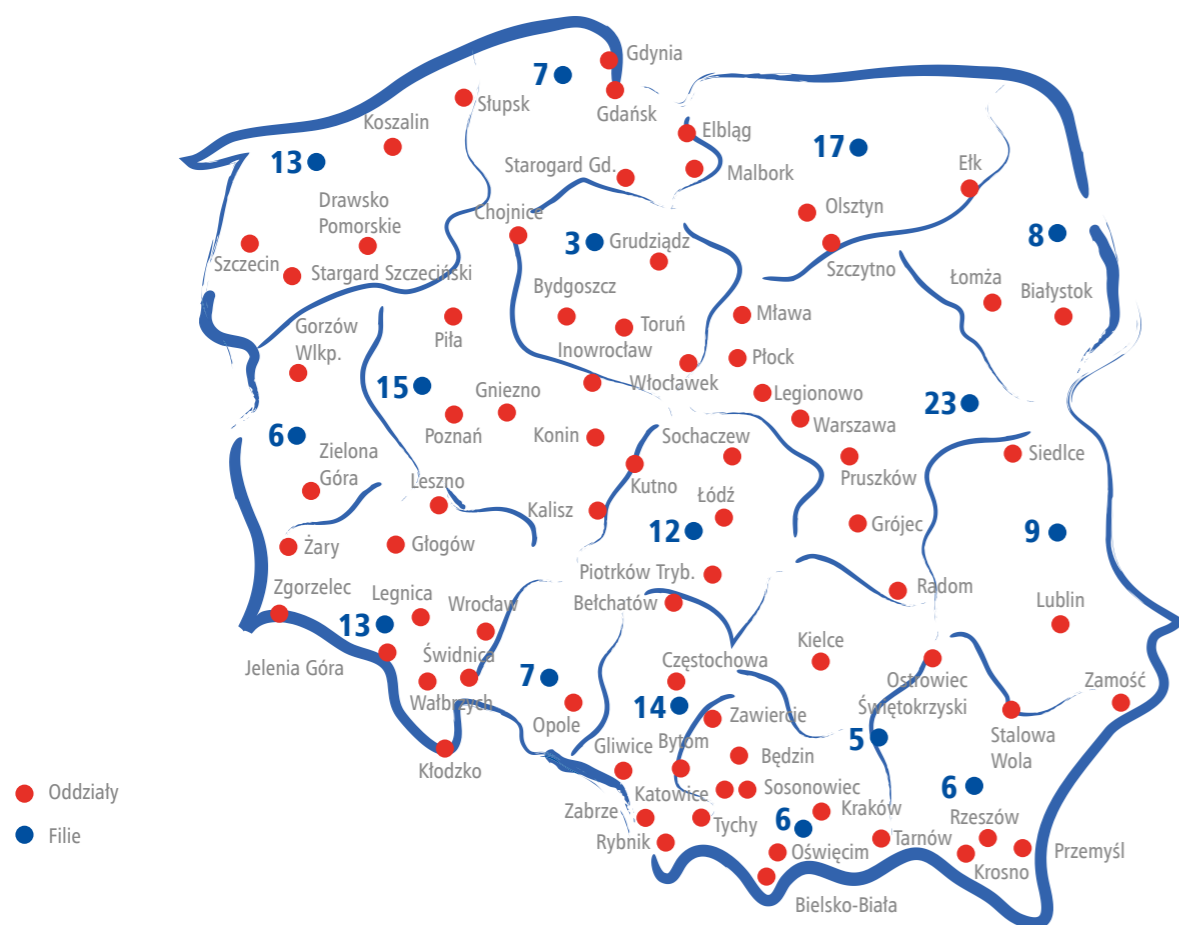
Skala działalności

Provident Polska jest największą firmą pożyczkową na polskim rynku i największą spółką Grupy IPF. W 2013 r. wartość udzielonych przez nas pożyczek wyniosła blisko 2 mld zł (380 mln funtów), co oznacza wzrost o 16,5% w porównaniu z 2012 r. Ufa nam coraz większa grupa klientów – w 2013 r.

mieliśmy ich już 841 tys., o 2,4 proc. więcej niż rok wcześniej. W 2013 r. Provident Polska rozpoczął działalność na rynku litewskim – do końca roku otworzyliśmy dwa oddziały w największych miastach tego kraju, Wilnie i Kownie, które obsługiwały 1800 klientów. Na koniec 2013 r. Provident Polska zatrud-

niał 2336 pracowników etatowych oraz 9240 doradców klienta, współpracujących z nami na podstawie umów o świadczeniu usług. Pełne informacje finansowe o spółce Provident Polska oraz Grupie IPF można znaleźć na stronie www.provident-polska.pl.

● Działamy w całej Polsce



Provident jest obecny w Polsce w 73 oddziałach w miastach i 163 filiach zlokalizowanych w mniejszych miejscowościach (stan na 01.09.2014 r.). Dzięki tak rozbudowanej sieci placówek oraz ponad 9 tys. doradców klienta docieramy z usługami także do obszarów słabiej zurbanizowanych i mało zaludnionych. Provident oferuje również swoje usługi za pośrednictwem internetu, a dla ułatwienia klientom kontaktu z firmą udostępniamy infolinię przez 7 dni w tygodniu od godz. 7.00 do godz. 21.00.

● Podstawowe wyniki finansowe Provident Polska

	2012 r.	2013 r.
Wartość udzielonych pożyczek (w mln zł) [*]	1705	1985
Przychody (w mln zł)	1384	1462
Średni stan należności od klientów netto (w mln zł)	1255	1436
Zysk brutto (w mln zł)	189	288,9
Liczba klientów (w tys.)	821	841

^{*} Przeliczona z GBP według kursu NBP z 19.08.2014 r., firma raportuje dane w funtach brytyjskich.

Produkty i usługi

Provident Polska udziela szybkich, bezpiecznych i wygodnych pożyczek gotówkowych na dowolny cel – realizację planów, okazjne zakupy lub zaspokojenie innych, niezbędnych potrzeb. Naszym klientom oferujemy „Pożyczki dla Ciebie” od 300 do 10 000 zł, które mogą spłacać w tygodniowych ratach w wysokości dopasowanej do możliwości finansowych. Pożyczek udzielamy na 30, 45, 60 lub 90 tygodni, gwarantując minimum formalności, jasne zasady i brak ukrytych kosztów. Średnia wartość udzielonej w 2013 r. pożyczki wyniosła ok. 1600 zł. „Pożyczkę dla Ciebie” można otrzymać i spłacać wygodnie, bez wychodzenia z domu dzięki wizytom doradców klienta bądź skorzystaniu z opcji spłaty przelewem bankowym.

Dbając o wygodę naszych klientów, umożliwiliśmy im składanie wniosków o pożyczkę przez telefon za pośrednictwem infolinii telefonicznej lub poprzez stronę internetową www.provident.pl. W przypadku pozytywnego rozpatrzenia wniosku zawsze jasno przedstawiamy koszty pożyczki, zanim jeszcze podpiszemy umowę z klientem. Przejrzystość oferty i pełna informacja o zakresie usług – nie stosujemy żadnych ukrytych opłat ani zapisów, które mogą być niezrozumiałe dla klientów – są dla nas bardzo ważne. Wysokość raty, zawsze stałej, zależy od oprocentowania, które nie może przekraczać czterokrotności ustawowej stopy lombardowej NBP. Są w nią wliczone także składka na ubezpieczenie

i opłata przygotowawcza, a także ewentualne koszty obsługi w domu klienta. Do udzielenia pożyczki nie są wymagani poręczytiele. Aby otrzymać pożyczkę w Provident Polska, trzeba być osobą pełnoletnią, mieć stałe zameldowanie poświadczone wpisem w dowodzie osobistym oraz mieć stałe źródło dochodu (pensja z umów o pracę, dzieło lub zlecenie, renta lub emerytura). Przed podjęciem decyzji zawsze oceniamy zdolność kredytową klienta i badamy ryzyko kredytowe, by ustalić, czy wysokość kwoty pożyczki, a tym samym wysokość spłacanych co tydzień rat będzie bezpieczna dla jego domowego budżetu i adekwatna do możliwości finansowych.

● Nasza oferta**

Pożyczka dla Ciebie



Pożyczka dla Firmy



Pożyczka dla Seniora*

Pożyczka Konsolidacyjna*

* Produkt wprowadzony w 2014 r.

** Więcej szczegółowych informacji o naszej ofercie produktowej znajduje się na stronie www.provident.pl.

Różnorodna oferta

W 2013 r. dla naszych wyjątkowych klientów, których zaliczamy do grona naszych najbardziej zaufanych odbiorców, wprowadziliśmy ofertę „Premia plus”. Jest ona formą naszego podziękowania za długą znajomość z Providentem opartą na wzajemnym zaufaniu. Wyjątkowych klientów nagradzamy w szczególności sposobem:

- proponujemy ofertę „Premia plus” przyznawaną na specjalnych warunkach,
 - oferujemy obniżenie kosztów pożyczki,
 - nagradzamy ofertami specjalnymi.
- Z naszej oferty mogą skorzystać nie tylko osoby indywidualne, ale także osoby

fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. Specjalna „Pożyczka dla Firm” została wprowadzona w 2013 r. W tym przypadku procedura jest równie szybka, przy składaniu wniosku wystarczą potwierdzenie wpisu do rejestru CEIDG (Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej), dowód osobisty oraz posiadanie adresu e-mail. W przypadku pożyczki dla firm – podobnie jak w przypadku klientów indywidualnych – oceniamy zdolność kredytową mikroprzedsiębiorcy, badamy ryzyko kredytowe i gwarantujemy stałe koszty obsługi. Dodatkowym elementem oferty jest pa-

kiet Assistance dla Firm. Umożliwia on dostęp do porad ekspertów siedem dni w tygodniu, przez całą dobę. Dzięki usłudze assistance właściciele mikrofirm mogą wyjaśnić swoje wątpliwości związane z kwestiami prawnymi, podatkowymi, księgowymi i gospodarczymi. Przedsiębiorcy mogą także skorzystać z pomocy informatyka, serwisu sprzętu komputerowego czy biurowego. Pakiet został przygotowany wspólnie z Europe Assistance i pozwala naszym klientom na osiągnięcie realnych oszczędności. W 2014 r. firma wprowadziła nowe produkty „Pożyczka dla Seniora” i „Pożyczka Konsolidacyjna”.



Zarządzanie

Nasza wizja, misja i nasze wartości

Wizja

- Jesteśmy firmą, która ceni swoich klientów, rozumie ich potrzeby i buduje z nimi długotrwałe relacje. Dostarczamy prostych, szybkich rozwiązań finansowych, dzięki czemu to do nas klienci zwracają się w pierwszej kolejności.
- Jesteśmy pożądanym pracodawcą, który inspirowa, rozwija, docenia i nagradza.
- Cieszymy się szacunkiem i zaufaniem.
- Działamy w sposób przejrzysty, odpowiedzialny i etyczny, dotrzynamy obietnic.
- Jesteśmy organizacją wdrażającą kulturę ciągłego doskonalenia się, co przekłada się na wyniki i długofalowe osiągnięcia.

Misja

„Zmieniamy na lepsze życie naszych klientów, oferując im proste i spersonalizowane rozwiązania finansowe”.

Wartości

- Szacunek – przestrzegamy zasad kultury osobistej, szanujemy opinie, czas i pracę innych. Postępujemy, uwzględniając prawa innych, doceniamy ich zasługi, osiągnięcia i wiedzę, inspirujemy się nawzajem, aby w pełni wykorzystać nasz potencjał. Ceniemy i szanujemy opinie i potrzeby naszych klientów, bo to oni są dla nas zawsze najważniejsi.
- Odpowiedzialność – jesteśmy odpowiedzialni za zobowiązania, wyniki i jakość swojej pracy wobec klientów, akcjonariuszy, partnerów i pracowników. Działamy w sposób przemyślany i świadomy, uwzględniając interesy oraz potrzeby innych, dotrzynamy zobowiązań i ponosimy konsekwencje swoich decyzji i działań. To nasza odpowiedzialność sprawia, że zachowujemy równowagę

między koncentracją na twardych celach biznesowych a zrównoważonym rozwojem.

- Przejrzystość – wyznacza podstawy zarówno naszych relacji z rynkiem, jak i działań wewnątrz organizacji. Jest ważna we wszystkim, co robimy: w warunkach umów z klientami, współpracy pomiędzy działami, w codziennych zachowaniach. Nigdy nie zatajamy istotnych informacji i niepotrzebnie nie komplikujemy pracy sobie i innym. Zawsze wierzymy w to, co robimy, bez sztuczności i udawania. Przejrzystość oznacza, że w firmie kierujemy się jasno określonymi zasadami i procesami, wyjaśniamy zainteresowanym powody podejmowanych decyzji i w otwarty sposób formułujemy problemy. Nie ma dla nas tematów tabu.

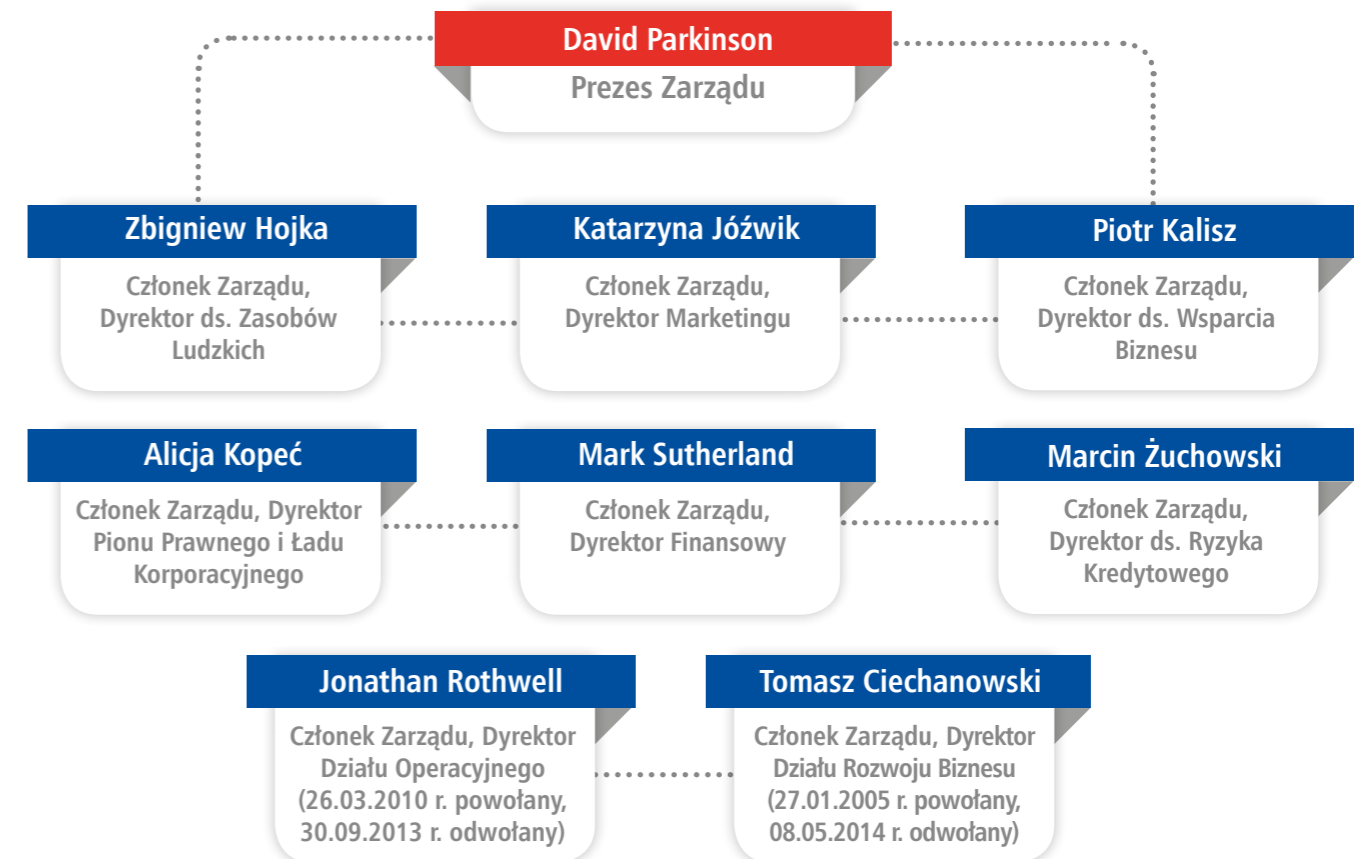
Kodeks etyczny

Wdrażając w 2013 r. do Providenta Kodeks etyczny, wyznaczyliśmy ramy naszego postępowania w zakresie etyki biznesu. Kodeks określa wartości, które wspieramy, i gwarantuje, że działamy nie tylko zgodnie z prawem, ale również w sposób etyczny i uczciwy. Przestrzegając jego zapisów, chronimy nasz

biznes, a jednocześnie działamy w interesie naszych klientów. W kodeksie opisaliśmy nasze zobowiązania wobec każdej grupy interesariuszy Providenta. Deklarujemy w nim także to, że będziemy korzystać ze środowiska naturalnego i jego zasobów w sposób odpowiedzialny. Znajomość

kodeksu jest obowiązkiem każdego pracownika i doradcy klienta. Docelowo szkoleniami obejmującymi kwestie związane z kodeksem i jego zapisami zostaną objęte wszystkie osoby, które działają w naszym imieniu. Więcej o Kodeksie etycznym w rozdziale „Odpowiedzialne pożyczanie”.

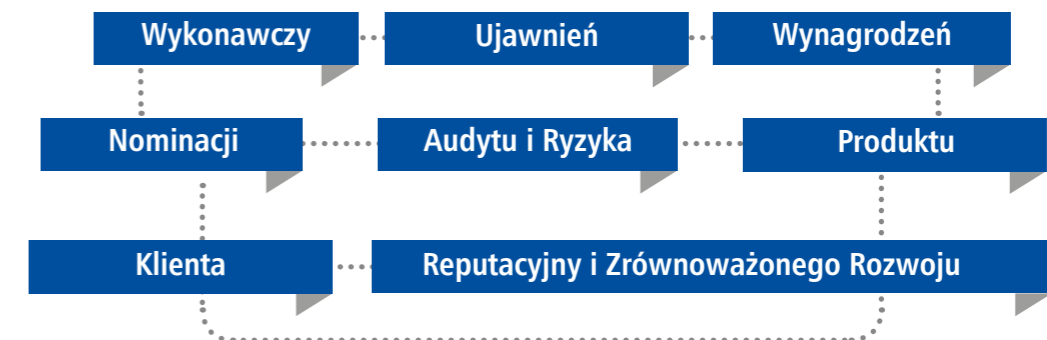
Zarząd Provident Polska



Rada Nadzorcza Provident Polska



Komitety Provident Polska



Strategia CSR Provident Polska

Strategia CSR

Wraz z rozpoczęciem procesu przygotowania pierwszego raportu społecznej odpowiedzialności biznesu podjęliśmy wyzwanie określenia naszych celów strategicznych w tym obszarze i sformułowania Strategii CSR Provident Polska na lata 2014–2016. Proces definiowania filarów strategii CSR, które znalazły się w niniejszym raporcie, miał kilka etapów.

1



Uwzględnienie wytycznych i oczekiwań grupy

Spójne podejście w zakresie strategicznego i kompatybilnego podejścia do CSR na różnych rynkach jest dla nas bardzo ważne.

2



Ważne tematy w branży finansowej

Stworzyliśmy długą listę tematów ważnych z punktu widzenia CSR dla branży finansowej na podstawie międzynarodowych raportów CSR instytucji finansowych, raportów branżowych i trendów CSR na rynku.

3



Nasz zespół projektowy

Powołaliśmy specjalny zespół projektowy, w którego skład wchodziłi wybrani Członkowie Zarządu, dyrektorzy, menedżerowie i specjaliści 13 różnych departamentów spółki.

4



Dialog wewnętrzny

Za pomocą konsultacji wewnętrznych z pracownikami firmy przeprowadziliśmy dialog wewnętrzny (łącznie 400 rozmów telefonicznych i 80 ankiet w intranecie).

5



Analiza SWOT

Przeprowadziliśmy rozbudowaną analizę SWOT, która opierała się na wnikliwym monitoringu różnorodnych dokumentów, polityk, procedur i raportów.

6



Dialog zewnętrzny

Nieocenione było zaangażowanie i wsparcie naszych interesariuszy zewnętrznych. Przygotowany wspólnie dokument określa nasze rozumienie biznesu i przedstawia sposób, w jaki chcemy działać w najbliższych latach.

Standardy

Standardy naszego prowadzenia biznesu uwzględniają interesy i potrzeby klientów, partnerów biznesowych, aspekty pracownicze oraz te dotyczące ochrony środowiska. Punktem wyjścia do nich jest kwestia dla nas priorytetowa – odpowiedzialność w pożyczaniu. Te pięć najważniejszych obszarów stanowiło nasz fundament, odkąd rozpoczęliśmy działalność w Polsce, jednak to praca nad strategią CSR pomogła nam na nowo zdefiniować cele i wyzwania na przyszłość, ponieważ chcemy się dalej rozwijać. Rozwój dla Provident Polska to nie tylko sukces biznesowy. Dla nas wartością jest przede wszystkim wzrost zaufania wśród ludzi. Chcemy trwale wspierać społeczność, w których działamy, być dobrym sąsiadem i uczciwym uczestnikiem rynku. Dlatego w ramach strategii CSR podjęliśmy zobowiązania społeczne w konkretnych obszarach.

Wyzwania, które podjęliśmy na najbliższe lata 2014–2016, będą naszym drogowskazem prowadzenia społecznie odpowiedzialnego biznesu. Ich wybór był poprzedzony wielomiesięczną pracą wielu osób w naszej organizacji, jak i ekspertów zewnętrznych. Każdy z ośmiu filarów naszej strategii ma swój cel strategiczny i szczegółowe miary jego sukcesu. Jesteśmy przekonani, że strategiczne spojrzenie na CSR wspiera kształtowanie najwyższych standardów na trudnym rynku pożyczek gotówkowych w Polsce. W najbliższych latach będziemy ponadto na bieżąco informować naszych interesariuszy o postępach realizacji naszej nowej strategii CSR. Niniejszy dokument jest jedną z pierwszych dotrzymanyh obietnic i deklaracji, które składaliśmy w ostatnich miesiącach o transparentnym informowaniu w zakresie działalności społecznej spółki.



PATRYCJA ROGOWSKA-TOMASZYCKA
Dyrektor Departamentu
Corporate Affairs,
Provident Polska

Provident od wielu lat jest liderem na rynku pożyczek gotówkowych. Przynależność do niezwykle wrażliwej na ryzyko utraty reputacji branży finansowej obliguje do systematycznej pracy w obszarze odpowiedzialności społecznej. Fundamentem podejścia do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej są nasze wartości: szacunek, odpowiedzialność, przejrzystość. W każdym aspekcie działalności stanowią drogowskaz działania, który buduje unikalną kulturę organizacyjną. Dzięki przestrzeganiu standardów etycznych i biznesowych budujemy bliskie, oparte na zaufaniu relacje z klientami, partnerami w biznesie oraz społecznościami, w których działamy. Jesteśmy przekonani, że tylko długofalowa strategia wspiera odpowiedzialne postrzeganie biznesu branży pożyczkowej na całym rynku.



MICHAŁ DEMBIŃSKI
Główny Doradca
Brytyjsko-Polskiej Izby
Gospodarczej

Stawiając społeczną odpowiedzialność biznesu w centrum swoich wszystkich działań, Provident Polska wyróżnia się na tle innych spółek sektora. Klienci, dostawcy, pracownicy oraz dbanie o środowisko naturalne są równie ważne dla Providenta jak osiągnięcie zysków, z kolei działalność wolontariacka na stałe wpisana jest w funkcjonowanie firmy i jest nieodłącznym jej elementem. Takie podejście gwarantuje stabilny i zrównoważony rozwój.

Strategiczny kierunek działań

Poprzez doradców klienta i pracowników operacyjnych jesteśmy częstym gościem w polskich domach i znamy tysiące rodzin. To właśnie im chcemy wyjść naprzeciw. Jesteśmy przekonani, że nieocenioną wartością są więzi społeczne i rodzinne, dlatego zdecydowaliśmy o podjęciu wyzwania, jakim jest wsparcie w rozwoju rodzin i promowanie więzi rodzinnych. Pomoc polskim rodzinom to także budowa świadomości finansowej i kształtowanie świadomego zarządzania finansami, jak również wspieranie rozwoju przedsię-

biorczości społeczeństwa. Chcemy zatem w przystępny sposób zwiększyć dostęp do edukacji, wiedzy i opracować systemowe podejście do problemu przy zaangażowaniu partnerów społecznych i ekspertów. Jako uczestnik trudnego rynku, jakim jest branża pożyczkowa, wiemy, że przed nami stoi wiele wyzwań, dlatego zobowiązujemy się do aktywnego uczestniczenia w promowaniu uczciwych i przejrzystych standardów, chroniących klientów przed wпадaniem w nadmierne zadłużenie.

Definiujemy nasz CSR

Społeczna odpowiedzialność biznesu to dla Providenta nieodłączny element prowadzenia naszego biznesu. Kompleksowa realizacja strategii wspiera nasz biznes w realizacji jego celów i buduje wartość marki na polskim rynku. Wieloletnie działania w zakresie społecznej odpowiedzialności spółki składają się na liczne aktywności w pięciu kluczowych obszarach:

- Pracownicy i doradcy klienta,
- Rynek i klient,

- Społeczności lokalne,
- Środowisko naturalne,
- Wizja i zarządzanie CSR.

Celem działań jest budowa długotrwałych, otwartych, opartych na dialogu i zaufaniu relacji ze wszystkimi grupami naszych interesariuszy. Społeczna odpowiedzialność Provident Polska stała się wyznacznikiem ładu korporacyjnego oraz jednym z priorytetów w budowaniu kompleksowej strategii rozwoju naszej organizacji.

Odpowiedzialni za strategię

Bieżąca odpowiedzialność za realizację strategii CSR spoczywa na zespole ds. CSR podlegającym Kierownikowi ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Zespół sprawuje kontrolę, raportuje i weryfikuje działania firmy w poszczególnych obszarach w odniesieniu do zasad CSR. Jesteśmy świadomi naszego wpływu w kluczowych obszarach działalności, dlatego w celu jego monitoringu Provident określa roczne cele dotyczące kwestii zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności biznesu. Cele są wypracowywane wspólnie z centralą firmy, podczas grupowych konsultacji. Kompleksowe podejście i spójny

system mierzenia wyników, za pośrednictwem kluczowych wskaźników, pozwalają na stały monitoring i postęp realizacji prac. Ostateczna odpowiedzialność za kwestie społecznej odpowiedzialności spoczywa na zarządzie firmy, którego powinnością jest zapewnienie odpowiednich środków i wsparcia dla realizacji strategii firmy. Nad całością procesu czuwa tzw. Komitet Reputacyjny, w którego skład wchodzi Prezes Zarządu, Członkowie Zarządu oraz członkowie zespołu zarządzającego. Komitet spotyka się co kwartał, co pozwala na bieżąco monitorować postęp prac.

Nasza strategia CSR na lata 2014–2016



Horyzont czasowy



Strategia CSR jest naszym kompasem, zgodnie z którym chcemy podążać. Horyzont czasowy strategii określiliśmy do roku 2016. Kolejny raport będzie pośrednio sprawozdaniem z realizacji naszych zobowiązań oraz będzie doskonałym momentem na dokonanie rewizji tego, co założyliśmy.



O raportowaniu

Podejście do raportowania

Rosnąca świadomość społeczna, ekologiczna, ekonomiczna społeczeństwa coraz mocniej wpływają na biznes. Konsumenty, klienci oczekują od firm nie tylko deklaracji, lecz także faktów związanych z działalnością spółek. Dane finansowe nie są współcześnie jedynym źródłem informacji o kondycji firm i ich potencjale. Dziś to dane pozafinansowe stanowią ogromny procent wartości rynkowej organizacji. Aktywa pozamaterialne: ludzie, relacje z klientem, wpływ na społeczeństwo, promocja odpowiedzialnych standardów rynkowych czy innowacje to tylko wybrane z nich. Wyrazem oczekiwań rynku i odpowiedzią na liczne zapytania od klientów, partnerów społecznych i biznesowych jest nasz raport społeczny. Niniejszy raport jest pierwszym raportem społecznej odpowiedzialności firmy Provident Polska. Obejmuje on okres 2012–2013, kolejne będą przygotowywane cyklicznie. Obecna publikacja została opracowana w 2014 r. wg standardu GRI G4 na poziomie „core” z wykorzystaniem wskaźników podstawowych, dodatkowych oraz wskaźników suplementu sektorowego. To jeden z pierwszych raportów zgodnych z tym standardem w Polsce.

Aby przygotować strategię i oparty na niej raport CSR, odbyliśmy cykl spotkań z interesariuszami, by poznać ich oczekiwania wobec firmy (więcej na ten temat w części „Interesariusze – ważny głos”, dalej w tym rozdziale). Dokonałiśmy także analizy mocnych, słabych stron, szans i zagrożeń – SWOT, naszej dotychczasowej aktywności związanej z CSR, przeanalizowaliśmy działania konkurencji z branży finansowej w Polsce i na świecie oraz przeprowadziliśmy wewnętrzne badania ankietowe – wzięło w nich udział 400 pracowników i doradców klienta, a 80 ankiet zostało wypełnionych on-line. Ważnym elementem, który uwzględniliśmy podczas pracy nad raportem i strategią, były priorytety globalnej strategii Grupy IPF – zrównoważony rozwój, wspieranie rodzin, odpowiedzialne pożyczanie, odpowiedzialność w łańcuchu dostaw oraz ograniczanie emisji CO₂. Stworzyliśmy także mapę atrybutów lidera CSR w Polsce. Na tej podstawie wyłoniliśmy główne aspekty naszej aktywności CSR, które opisaliśmy w raporcie. Raport został poddany weryfikacji zewnętrznej przez niezależną firmę audytorską PwC w zakresie weryfikacji wskaźników GRI 4.0.



ŁUKASZ SMOLAREK
Kierownik ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, Provident Polska

Nasz CSR w naturalny sposób wpisuje się w działalność firmy i całej grupy IPF. Przyszłość sektora pozabankowego to strategiczne i odpowiedzialne zarządzanie w oparciu o wartości i dialog społeczny. Jesteśmy przekonani, że profesjonalne podejście do odpowiedzialności biznesu znajdzie odzwierciedlenie w lojalności klientów i zostanie docenione przez cały rynek. Bez wątplenia opinia publiczna i nasi interesariusze z uwagą śledzą zmiany zachodzące w obszarze społecznej odpowiedzialności Providenta. Jako lider branży pożyczkowej jesteśmy świadomi naszego oddziaływania na cały rynek. Nie pozostajemy obojętni na te wyzwania i rosnącą potrzebę dialogu. Dlatego też zdecydowaliśmy się na publikację pierwszego w historii firmy raportu społecznego. Dokument jest potwierdzeniem uważnego wsłuchiwania się w głosy i oczekiwania rynku i naszych interesariuszy. Chcemy bowiem budować partnerskie relacje oparte na wzajemnym zaufaniu. To zobowiązanie jest zarazem wyzwaniem na najbliższe lata.

Analiza istotności – kluczowe tematy krok po kroku

1 Identyfikacja zagadnień

Zagadnienia zostały zidentyfikowane na podstawie raportów Grupy IPF, przeglądu trendów w branży, raportów CSR dostępnych na rynku, suplementu do raportowania GRI dla sektora finansów, normy ISO 26000, narodowych i międzynarodowych standardów i narzędzi.

2 Priorytetyzacja zagadnień

Wstępne ustalenie priorytetów na podstawie trendów rynkowych i oczekiwań interesariuszy wyrażonych w trakcie dialogu. Przy procesie definiowania i priorytetyzacji zagadnień do raportu wzięliśmy pod uwagę opinię istotnych interesariuszy, z punktu widzenia naszego podejścia do społecznej odpowiedzialności.

3 Matryca istotności

Warsztat strategiczny z zespołem i ustalenie priorytetów przy uwzględnieniu wagi zagadnienia i poziomu aktywności firmy w danym obszarze. Prezentacja zespołowi projektowemu dokumentu graficznego matrycy wraz z jego akceptacją zagadnień strategicznych.

4 Finalna weryfikacja

Ostateczna akceptacja wybranych tematów. Wybór tematów na podstawie szerokiej analizy ważności oddziaływania aspektów wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji.

Wyniki analizy istotności

	Lp.	Najważniejsze tematy	Oddziaływanie aspektu wewnątrz organizacji	Oddziaływanie aspektu na zewnątrz organizacji
Rynek	1	Standardy obsługi klienta	✓	✓
	2	Etyka i CSR w tworzeniu nowych produktów		✓
	3	Edukacja finansowa społeczeństwa		✓
	4	Komunikacja na temat zarządzania finansami i dodatkowa edukacja klientów w tym zakresie	✓	✓
	5	Bezpieczeństwo informacji i danych klientów	✓	✓
	6	Zarządzanie ryzykiem	✓	
	7	Standardy współpracy z dostawcami i zarządzanie ryzykiem w łańcuchu dostaw	✓	✓
	8	Weryfikacja dostawców pod kątem przestrzegania zasad CSR	✓	✓
	9	Odpowiedzialność w zakresie udzielania pożyczek	✓	✓
	10	Etyka w marketingu i procesie sprzedaży	✓	✓
	11	Budowanie świadomości nt. rynku pożyczek	✓	✓
	12	Prowadzenie działalności biznesowej zgodnie z zasadami etyki i fair play wobec konkurentów		✓
Miejsce pracy	13	Kodeks etyczny / kodeks postępowania	✓	✓
	14	Warunki zatrudnienia i wynagrodzenia	✓	
	15	Bezpieczeństwo pracowników i doradców	✓	✓
	16	Różnorodność w miejscu pracy	✓	✓
	17	Wolontariat pracowniczy	✓	✓
Społeczeństwo	18	Strategia zaangażowania społecznego – aktywne działania na rzecz rozwiązywania ważnych problemów społecznych	✓	✓
	19	Dobre sąsiedztwo i zaangażowanie w rozwój lokalnych społeczności	✓	✓
Środowisko	20	Strategia i środowiskowe systemy zarządzania	✓	✓
	21	Zarządzanie emisją CO ₂	✓	✓
	22	Ograniczanie zużycia papieru	✓	✓
	23	Ograniczanie zużycia energii	✓	✓



Interesariusze – ważny głos

Rozmawiamy z interesariuszami

Systematyczna współpraca z interesariuszami to forma aktywnego udziału Providenta w budowaniu i promowaniu odpowiedzialnych standardów rynkowych. Promujemy kulturę otwartego dialogu poprzez systematyczne spotkania i podejmowanie wspólnych inicjatyw. W procesie definiowania założeń strategicznych liczymy się z opinią naszych interesariuszy. Już w 2010 r. jako pierwsza firma z branży finansowej zorganizowaliśmy dialog – zgodny z międzynarodową normą AA1000SEES – w którym wzięło udział 31 naszych kluczowych interesariuszy oraz media. Okazał się on dla nas cennym doświadczeniem i źródłem wiedzy o firmie i podejmowanych działaniach, także z dziedziny CSR. W 2011 r. wraz z partnerami zewnętrznymi (Praco-

dawcami RP oraz fundacją Kobieta Bezpieczna) zorganizowaliśmy okrągły stół poświęcony bezpieczeństwu pracowników i doradców klienta. Opracowując zarówno raport, jak i strategię, także wykorzystaliśmy narzędzia dialogu. Jego efektem była lista najważniejszych tematów i zagadnień, które powinny się znaleźć w obu tych dokumentach. Zaproszenie ważnych dla organizacji z punktu widzenia różnorodnych sfer oddziaływania spółki interesariuszy do wsparcia w opracowywaniu strategii było istotnym elementem w zakresie wiarygodności całego procesu. Na dialog związany z tworzeniem strategii i budowaniem treści raportu CSR złożyło się kilka elementów. Za tematy kluczowe dla firmy Provident Polska nasi interesariusze uznali kwestie odpowiedzialności za produkt i ofertę, przejrzystą komunikację, odpowiedzialne udzielanie pożyczek, szeroko rozumianą edukację finansową prowadzoną przy współpracy z wiarygodnym partnerem społecznym, wspieranie różnorodności w miejscu pracy i bezpieczeństwo pracowników i doradców klienta, a także badanie ich satysfakcji. Istotne okazały się także kwestie środowiskowe. Od firmy interesariusze oczekują przestrzegania etyki, ładu korporacyjnego, transparentności w działaniu, aktywności w stowarzyszeniach branżowych na rzecz CSR, a także realizacji programów ukierunkowanych na lokalną społeczność, których specyfika powinna uwzględniać ich potrzeby.

riusze uznali kwestie odpowiedzialności za produkt i ofertę, przejrzystą komunikację, odpowiedzialne udzielanie pożyczek, szeroko rozumianą edukację finansową prowadzoną przy współpracy z wiarygodnym partnerem społecznym, wspieranie różnorodności w miejscu pracy i bezpieczeństwo pracowników i doradców klienta, a także badanie ich satysfakcji. Istotne okazały się także kwestie środowiskowe. Od firmy interesariusze oczekują przestrzegania etyki, ładu korporacyjnego, transparentności w działaniu, aktywności w stowarzyszeniach branżowych na rzecz CSR, a także realizacji programów ukierunkowanych na lokalną społeczność, których specyfika powinna uwzględniać ich potrzeby.

• Szeroka lista oczekiwań naszych interesariuszy powstała m.in. na podstawie:



400

rozmów telefonicznych i 80 wypełnionych kwestionariuszy – ankiet, które skierowaliśmy do pracowników biura głównego, pracowników operacyjnych i doradców klienta.

dialogu eksperckiego

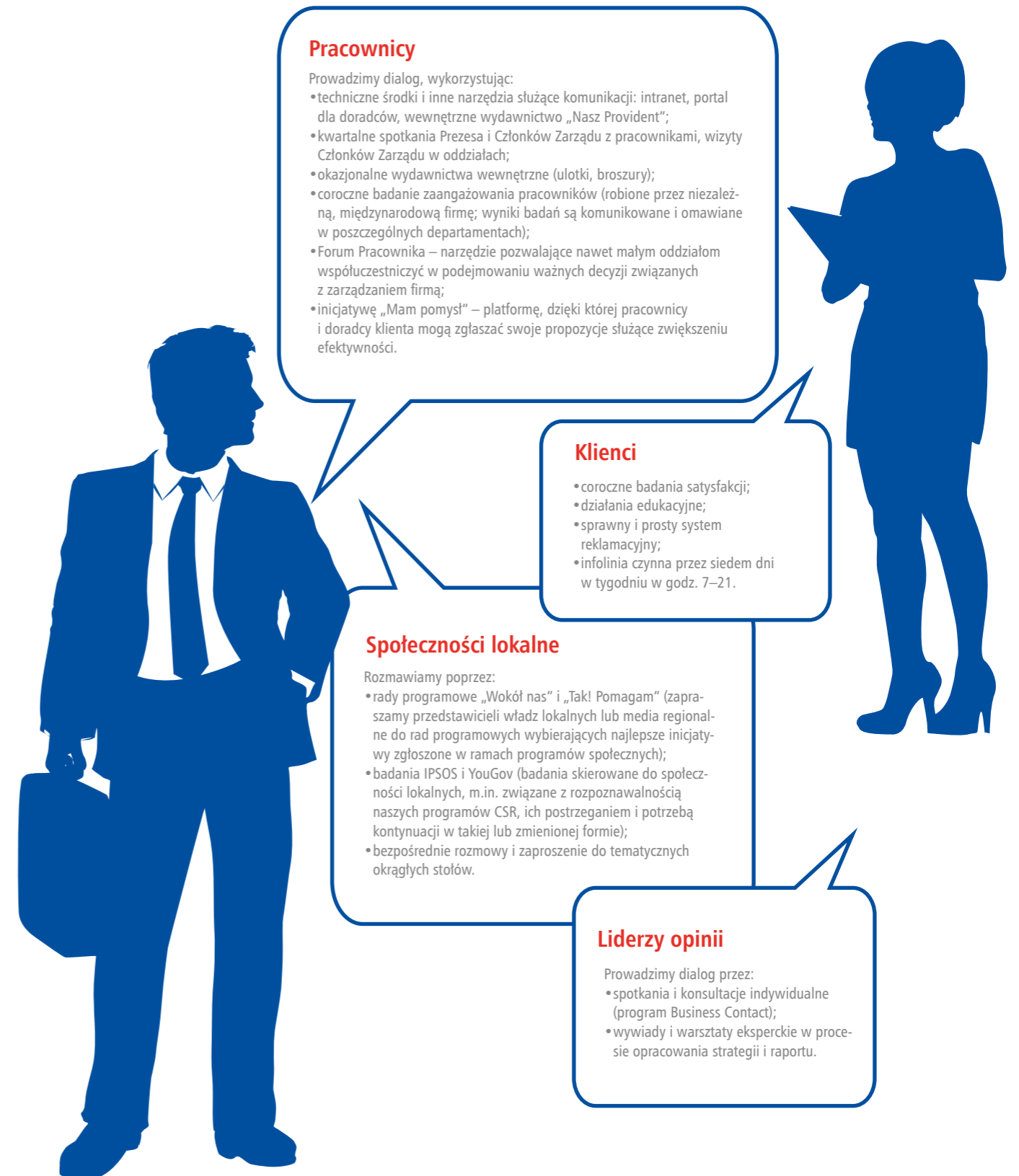
w którym wzięli udział przedstawiciele: Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, Giełdy Papierów Wartościowych, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Pracodawców RP, Brytyjsko-Polskiej Izby Handlowej.

9

pogłębionych wywiadów indywidualnych z przedstawicielami administracji publicznej, organizacji pozarządowych, placówek społecznych i przedstawicielami dostawców.

• Jak rozmawiamy z interesariuszami

Aby angażować interesariuszy do wspólnych działań, trzeba z nimi rozmawiać. Każda grupa – z racji swojej specyfiki – wymaga odrębnego podejścia. Tylko dialog uwzględniający specyfikę grup może być naprawdę efektywny z punktu widzenia firmy.





Udział w organizacjach i inicjatywach zewnętrznych

Nasze partnerstwa

Interesariusze oczekują od nas aktywnych działań na rzecz promowania rynkowych standardów i tworzenia dobrych praktyk. Dlatego jako firma włączamy się w pracę organizacji, dla których CSR i odpowiedzialny biznes mają istotne znaczenie.

Aktywnie braliśmy udział w pracach grupy roboczej ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw przy Ministerstwie Gospodarki (zarządzeniem nr 60 Prezesa Rady Ministrów z dnia 21 sierpnia 2013 r. został zniesiony Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw).

Provident jest członkiem:

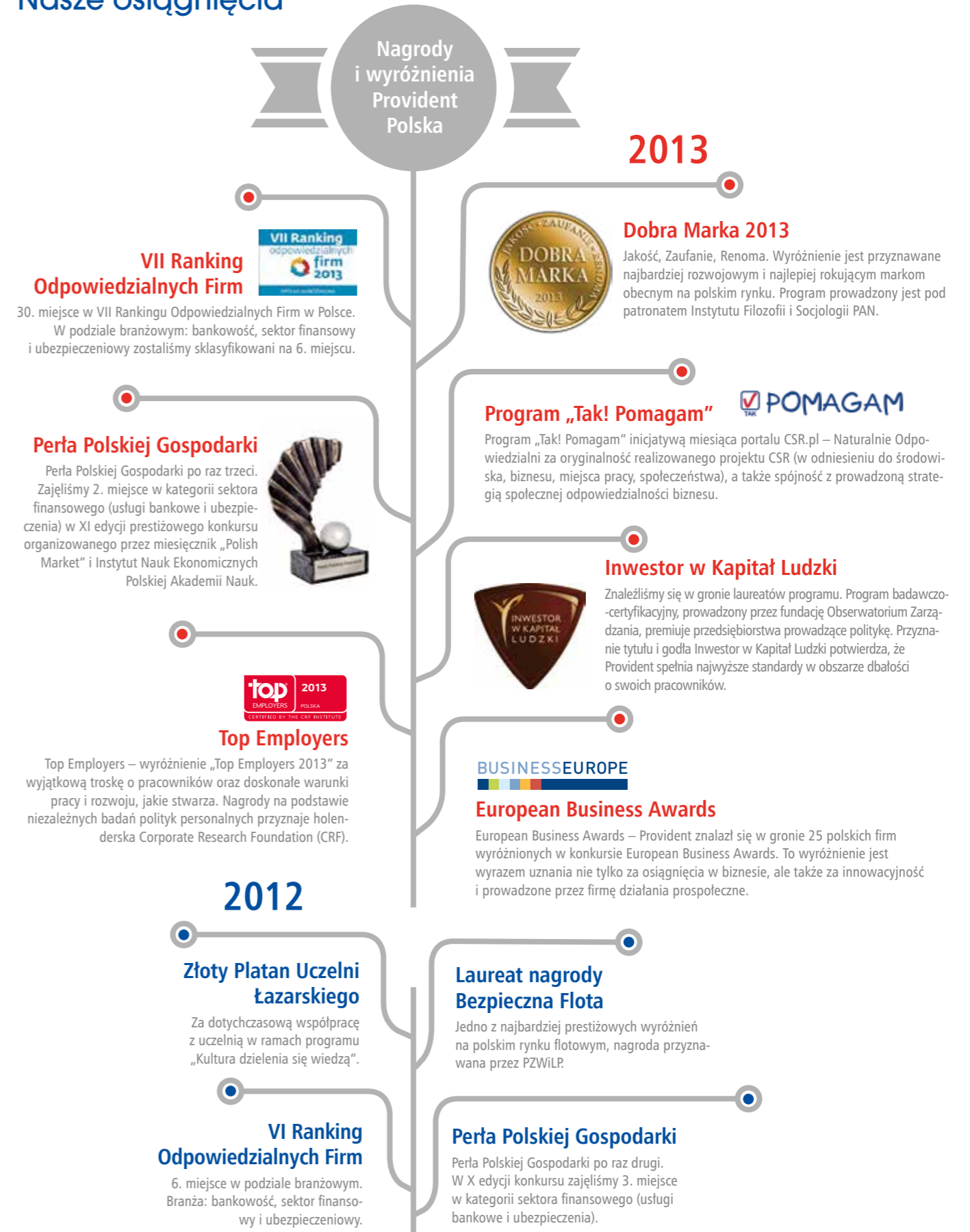
- Pracodawców RP
- Konfederacji Lewiatan
- Brytyjsko-Polskiej Izby Handlowej
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- Global Compact
- Centrum Wolontariatu
- Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych
- Karty różnorodności



ZBIGNIEW GAJEWSKI
Zastępca Dyrektora Generalnego,
Konfederacja Lewiatan

Provident jest aktywnym członkiem Konfederacji Lewiatan. Firma współpracuje z nami zarówno w budowaniu standardów rynkowych sektora finansowego i rynku firm pożyczkowych, jak i w projektach związanych z wizerunkiem przedsiębiorców i ze społecznym zaangażowaniem biznesu. Provident działa w trudnej niszy usług finansowych, wokół której krążą liczne mity lub półprawdy. Od kilku lat firma wyraźnie stara się stawić im czoło, podejmując liczne działania edukacyjne i aktywną komunikację z klientami. Lewiatan chętnie wspiera ten kierunek aktywności i oczekuje kolejnych pomysłów.

Nasze osiągnięcia





Nasze zobowiązania wobec społeczeństwa

85%

Polaków uważa, że
człowiekowi potrzebna
jest rodzina, by był
rzeczywiście szczęśliwy.

Źródło: CBOS

17

lat realizujemy strategię
odpowiedzialnego biznesu,
wspierając lokalne społeczności
i bezpośrednio poprawiając
jakość życia rodzin.

Źródło: Provident Polska



2.



Strategiczne podejście

Omówienie obszaru strategii

Zobowiązania strategiczne wobec społeczności i rynku to nasze wyjście poza podstawową działalność biznesową firmy. W ich centrum postawiliśmy rodzinę, bo to z rodzinami i ich problemami spotykamy się na co dzień, prowadząc działalność operacyjną. Zdecydowaliśmy się rozpocząć pracę nad programem pomagającym budować więzi rodzinne, międzypokoleniowe i społeczne oraz wzmacniającym kompeten-

cje rodzicielskie. Drugim obszarem jest budowa świadomości finansowej i rozwój przedsiębiorczości społeczeństwa poprzez wsparcie najbardziej potrzebujących rodzin w lokalnych społecznościach, w których działamy. Trzeci filar społeczny to zobowiązanie wobec rynku do ciągłego promowania i działania na rzecz odpowiedzialnych i uczciwych standardów rynkowych oraz wspieranie regulacji rynku pożyczkowego.

Nasza strategia CSR na lata 2014–2016



MARIA SIEKLUCKA
Specjalista ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, Provident Polska

Provident od początku swojej działalności w Polsce poprzez prowadzone społeczne działania stara się być jak najbliższej tych, wśród których prowadzi swoją działalność. Odpowiednie zaadresowanie wsparcia wymaga przede wszystkim dobrej znajomości warunków lokalnych i potrzeb społecznych. Do tego niezbędny jest również czas. Dlatego na przestrzeni lat nasze społeczne programy systematycznie ewoluowały, coraz lepiej wpisując się w potrzeby lokalnych społeczności. Siedemnaście lat pracy naszych doradców w terenie to czas wzajemnego poznawania się i okres nawiązywania partnerskich i długotrwałych relacji z beneficjentami tych działań. Wierzmy, że z każdym kolejnym rokiem Provident będzie jeszcze lepiej odpowiadał na oczekiwania i potrzeby środowisk lokalnych, wśród których i dla których działamy.

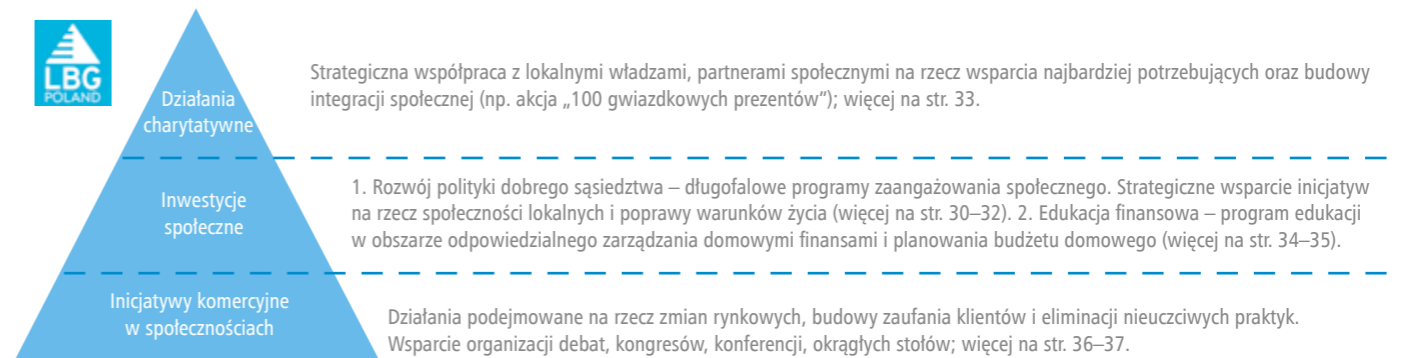
Budujemy nowe standardy współpracy ze społecznościami lokalnymi, wykorzystując nasz potencjał biznesowy do rozwiązywania ich konkretnych problemów. Nasz model zaangażowania społecznego skoncentrowany jest na długotrwałym angażowaniu się w problemy lokalnych społeczności. Identyfikacja biznesu z najbliższym otoczeniem ma niezwykle duże znaczenie, ponieważ pozwala zharmoni-

zować interesy firmy z celami i potrzebami lokalnego środowiska, stawiając przed firmą zupełnie nowe wyzwania. To przede wszystkim działania nad rozwojem programów społecznych wspierających cele biznesowe firmy jako dobrego sąsiada, a także wpływanie na lokalne środowiska przy jednoczesnej ich aktywizacji. Dlatego postanowiliśmy przystąpić do sieci LBG Poland i wprowadzić nowe standardy

mierzenia efektywności naszych programów. Zdefiniowaliśmy kluczowe obszary zaangażowania oraz podsumowaliśmy nasze programy, określając priorytety w zakresie budowy wpływu społecznego. Dzięki systematycznej pracy udało się określić wyzwania na przyszłość i opracować rekomendacje do rozwoju naszych programów, bazujące przede wszystkim na budowie efektywności społecznej.

Rozwijamy efektywność naszych działań

Model LBG uwzględniający dobrowolne działania społeczne firmy



Nasze zobowiązania na przyszłość

Filar 1: Budowa więzi społecznych i rozwój kompetencji rodzinnych		
Cel	Wskaźnik	Ramy czasowe
Zaangażowanie rodzin we wspólne spędzanie czasu, integracja i edukacja	30 zorganizowanych eventów (pikników rodzinnych)	Pilotaż w 2015 r.
Identyfikacja wyzwań w obszarze więzi rodzinnych	Opracowanie raportu otwarcia w obszarze więzi rodzinnych	2015 r.
Wspieranie rozwoju kompetencji rodzicielskich i więzi międzypokoleniowych	16 inicjatyw w 2015 r., 24 inicjatywy w 2016 r. Inicjatywy na rzecz wsparcia rodziców	Pilotaż w 2015 r., 2016 r. – rozwój programu
Dobre postrzeganie Providenta jako inicjatora zmian społecznych	Provident postrzegany przez liderów opinii jako lider CSR w branży finansowej	2015 r. – 1. badanie, wnioski, 2016 r. – 2. badanie, wnioski
Filar 2: Budowanie świadomości finansowej		
Zapewnienie dostępu do wiedzy ekonomicznej	Nowy serwis www o edukacji finansowej	1. kwartał 2015 r.
Opracowanie założeń do systemowego podejścia do walki z deficytami wiedzy i świadomości finansowej	Opracowanie raportu otwarcia w obszarze	2015 r.
Budowa standardów działania sieci instytucji partnerskich i ekspertów	Min. 2 pozyskane instytucje partnerskie	2015 r.
	8 inicjatyw w 2015 r., 24 inicjatywy w 2016 r., spotkania edukacyjne dla partnerów, edukacja i przekazanie know-how	Pilotaż w 2015 r. 2016 r. – rozwój programu
Uruchomienie pilotażowego programu mentoringu	Min. 300 osób biorących udział w programie	Pilotaż w 2015 r. 2016 r. – rozwój programu
Filar 3: Aktywny udział w promowaniu odpowiedzialnych standardów rynkowych		
Działania na rzecz regulacji rynku pożyczkowego oraz wzrostu bezpieczeństwa konsumenta	Min. 50 spotkań rocznie z liderami, decydentami, ustawa o nadzorze nad rynkiem finansowym	2015–2016
Promocja i pozycjonowanie ekspertów Provident w mediach i na konferencjach	Min. 10 ekspertów Provident Polska aktywnych w różnych dziedzinach działalności spółki	2015–2016
Poprawa reputacji Provident Polska	Poprawa wskaźników Rep Truck – Governance o 2 p.p. w kolejnym badaniu	2015–2016



Wzmacnianie więzi społecznych i promocja trwałych partnerstw publiczno-prywatnych



„Wokół nas” – dbamy o potrzeby lokalnych społeczności

Jesteśmy otwarci na potrzeby społeczności, w których działamy – stąd projekt ogólnopolskiego programu „Wokół nas”. Naszą ambicją jest wspieranie polskich rodzin, zaś celem przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i finansowemu, poprawa dostępu do edukacji ekonomicznej oraz budowa trwałych więzi społecznych poprzez długoterminowe partnerstwa publiczno-prywatne. Program ruszył wiosną 2013 r. Do końca tego roku odbyły się trzy edycje, których efektem była realizacja 225 projektów skierowanych do środowisk lokalnych. Były to przede wszystkim inicjatywy edukacyjne i kulturalne: wsparcie szkół, domów dziecka oraz innych regionalnych placówek pożytku pu-

blicznego, dostosowane do indywidualnych potrzeb konkretnych społeczności. Działania w ramach programu „Wokół nas” są kontynuowane w 2014 r.

Jak pomagamy

Wierzymy, że często nawet niewielka poprawa potrafi diametralnie zmienić na lepsze życie wielu osób. Dlatego zachęcamy, by rozglądać się i sprawdzać, co można zmienić w najbliższym otoczeniu. Propozycje działań mogą zgłaszać wszyscy – w każdej edycji „Wokół nas” pomysły ocenia osiem regionalnych rad programowych. Do projektu jako beneficjenci mogą przystąpić m.in. organizacje pozarządowe, gminy, instytucje publiczne, spółdzielnie socjalne oraz kluby sportowe.



ALEKSANDRA STEPANIUK
Kierownik Rejonu ds. Operacyjnych, Provident Polska, Oddział Częstochowa

Dzięki pracy w Providencie dostrzegłam, że chęć pomocy innym może mieć inny wymiar niż mój jednostkowy akt dobrej woli. Realizacja projektów to znakomita forma integracji zespołu, współpraca z innymi, by razem poprawiać jakość życia lokalnych społeczności. Dzięki naszym programom od wielu lat wspieramy zarówno osoby indywidualne, jak i instytucje społeczne czy publiczne. Cieszę się, że mogę realizować różnorodne potrzeby wielu naszych beneficjentów.

Aby rozszerzyć zasięg działania programu, od 2014 r. umożliwiliśmy zgłaszanie projektów również poprzez profil na Facebooku (facebook.pl/takpomagam). Liczymy, że poprzez program uda się nam tworzyć lokalne wspólnoty, jednoczące się wokół realizacji działań służących społecznemu dobru. Będziemy także dążyć do partnerskiej współpracy pomiędzy naszymi pracownikami i doradcami klienta a autorami poszczególnych pomysłów, a także do wymiany doświadczeń wynikających z pracy na rzecz społeczności lokalnych. To pomoże nam jeszcze lepiej realizować potrzeby wielu polskich rodzin.

Co już zrobiliśmy

Efektom pierwszych edycji programu były m.in. takie projekty, jak: wyposażenie sali doświadczenia świata w żłobku w Koszalinie, siłownia na świeżym powietrzu w Byczynie czy budowa placu zabaw dla dzieci w Dąbrowie Górniczej. Provident wspierał również działania z zakresu poprawy bezpieczeństwa

drogowego, fundując symulatory zderzeń dla mieszkańców Garwolina oraz Pruszcza Gdańskiego. Na pomoc mogły liczyć także kluby sportowe – dzięki wsparciu z programu zorganizowane zostały zawody piłkarskie w Stargardzie Szczecińskim i Kaliszu oraz turniej siatkówki w Wysokiem Mazowieckiem. Często wspomagaliśmy także działania integrujące lokalną społeczność, takie jak pikniki rodzinne i rekreacyjne w Gładyszowie, Furmanach czy Pile. Liczymy na to, że realizując nasz program, zachęcimy do wspólnych działań i poszukiwania pomysłów na poprawienie warunków życia, zabawy czy nauki w mniejszych miejscowościach w Polsce. Przygotowując się do kolejnych edycji „Wokół nas”, mamy nadzieję, że pojawiać się będzie coraz więcej wspólnych inicjatyw służących lokalnym społecznościom, w których realizacji będziemy mogli pomóc.

Czytaj także: www.csr-provident.pl/wokol-nas.html

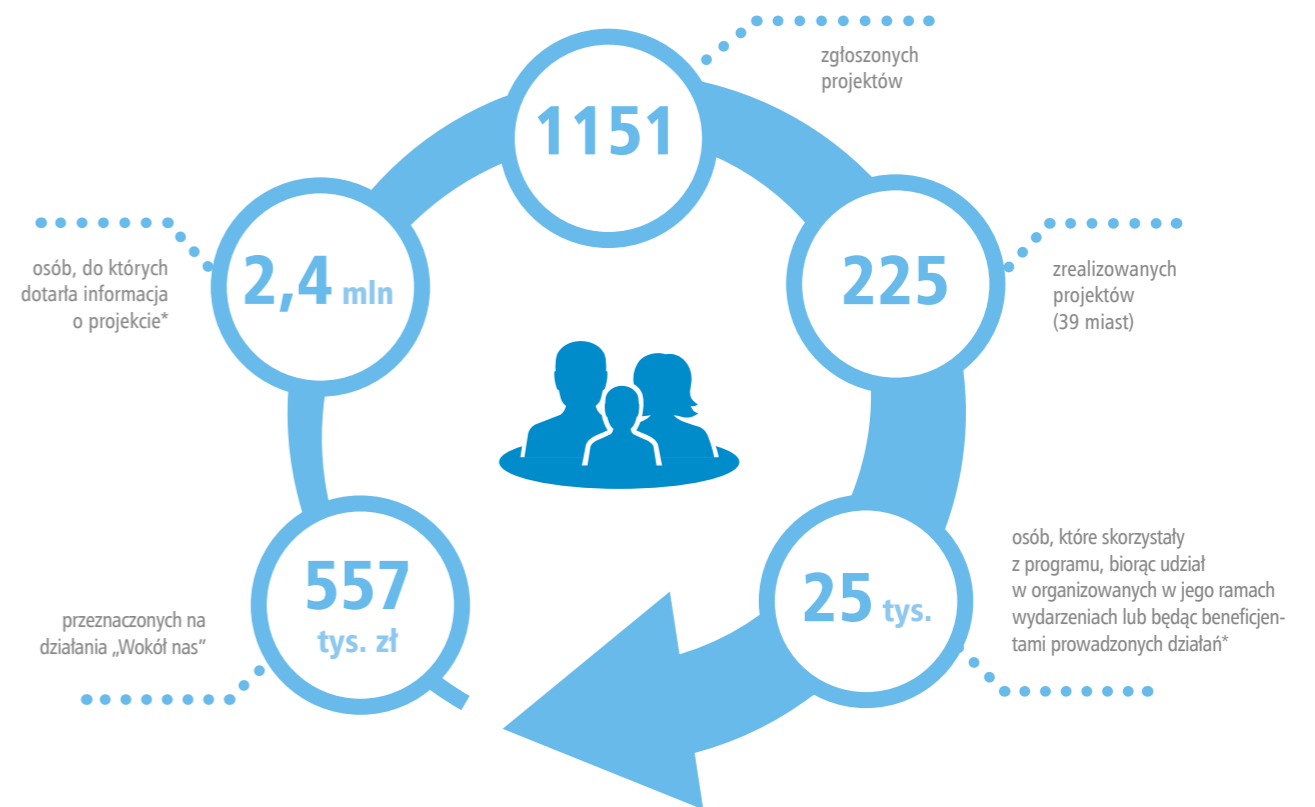


WOJCIECH SCHMIDT
Specjalista Marketingowy ds. Rozwoju Dywizji, Provident Polska

Projekty społeczne, które realizujemy w ramach programów „Wokół nas” czy „Tak! Pomagam”, z racji swojego charakteru i znaczenia dla lokalnych społeczności wymagają konsultacji z miejscowymi władzami czy organizacjami. To sprawia, że najczęściej realizujemy je w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego. Dzięki temu budujemy bardzo pozytywne relacje z lokalnym środowiskiem, a to z kolei sprawia, że często postrzeganie naszej firmy zmienia się o 180 stopni. Z marki znanej jedynie z reklam telewizyjnych stajemy się partnerem w realizacji działań ważnych dla społeczności najmniejszej nawet miejscowości. To, co bardzo mi się podoba w pracy nad takim projektami, zwłaszcza tymi społecznymi, to osobiste, bezinteresowne zaangażowania naszych pracowników w ich realizację.

Program w liczbach.

Trzy edycje „Wokół nas” w 2013 r.:



* Źródło: Press Service, dane na 31.12.2013 r.



EDYTA ŚLEDZIEWSKA
 Dyrektorka Szkoły
 Podstawowej im. Jana
 Pawła II w Kupiskach

Jesteśmy wdzięczni firmie Provident Polska SA za wsparcie finansowe i pomoc w realizacji zadań szkoły w ramach programu „Wokół nas”. Dzięki otrzymanym środkom nasza placówka wzbogaciła się o pomoce dydaktyczne wykorzystywane w pracy z dziećmi. Zaangażowanie firmy pozwoliło zorganizować spotkanie środowiskowe z udziałem samorządowców, uczniów i rodziców, podczas którego przypomnieliśmy zwyczaj i tradycję świąt Bożego Narodzenia. Była to także okazja do rozstrzygnięcia gminnego konkursu plastycznego pod hasłem „Świąteczna pocztówka”. Firma Provident ufundowała nagrody rzeczowe oraz słodki poczęstunek.

Jesteśmy dobrym sąsiadem

Chociaż jesteśmy obecni w całej Polsce, istotą naszego działania jest lokalność. Pracownicy i doradcy firmy, w sumie ponad 11 tys. osób, docierają wszędzie tam, gdzie nie tylko nasza oferta biznesowa może być potrzebna i oczekiwana. To także miejsca, w których podejmujemy nasze działania społeczne. Ponieważ dobrze znamy naszych klientów, zarówno tych z dużych miast, jak i najmniejszych miejscowości, wiemy, jakie są ich problemy, i staramy się na nie odpowiadać. Wkładamy wiele serca i zaangażowania, aby wielu rodzinom żyło się lepiej, bezpieczniej lub po prostu przyjemniej. Jesteśmy świadomi, że takie podejście to kolejna cegiełka przyczyniająca się do rozwiązywania ważnych problemów społecznych. Pragniemy wspierać lokalne środowiska, w których działamy, także poprzez budowanie długotrwałych, partnerskich relacji. Mamy przy tym świadomość, że działania przynoszące korzyści dla społeczności,

w których mieszkają i pracują zarówno nasi klienci, jak i pracownicy oraz doradcy, przyczyniają się również do tworzenia środowiska, w którym nasza firma może się rozwijać. Tak rozumiemy bycie dobrym sąsiadem. Inicjatywy, które realizujemy lokalnie, są wyjątkowe, bo ich pomysłodawcami są nasi pracownicy, doradcy klienta, jak również sami beneficjenci, którzy dostrzegają konkretne problemy lub potrzeby w swoim otoczeniu. Tak właśnie powstał program „Wokół nas”, skierowany do mieszkańców mniejszych miejscowości. Chcemy dzięki niemu pokazać, że aktywność i dobry pomysł, nawet jednej osoby, która przekona nas, że warto wspomóc inicjatywę grantem finansowym, wystarczą, by zyskała cała wspólnota. „Wokół nas” to program szczególnie także z innego powodu – choć zasięgiem obejmuje cały kraj, jego efektem są działania niewielkie, ale ważne dla społeczności lokalnych.

DOBRA PRAKTYKA

Od rekreacji do nauki

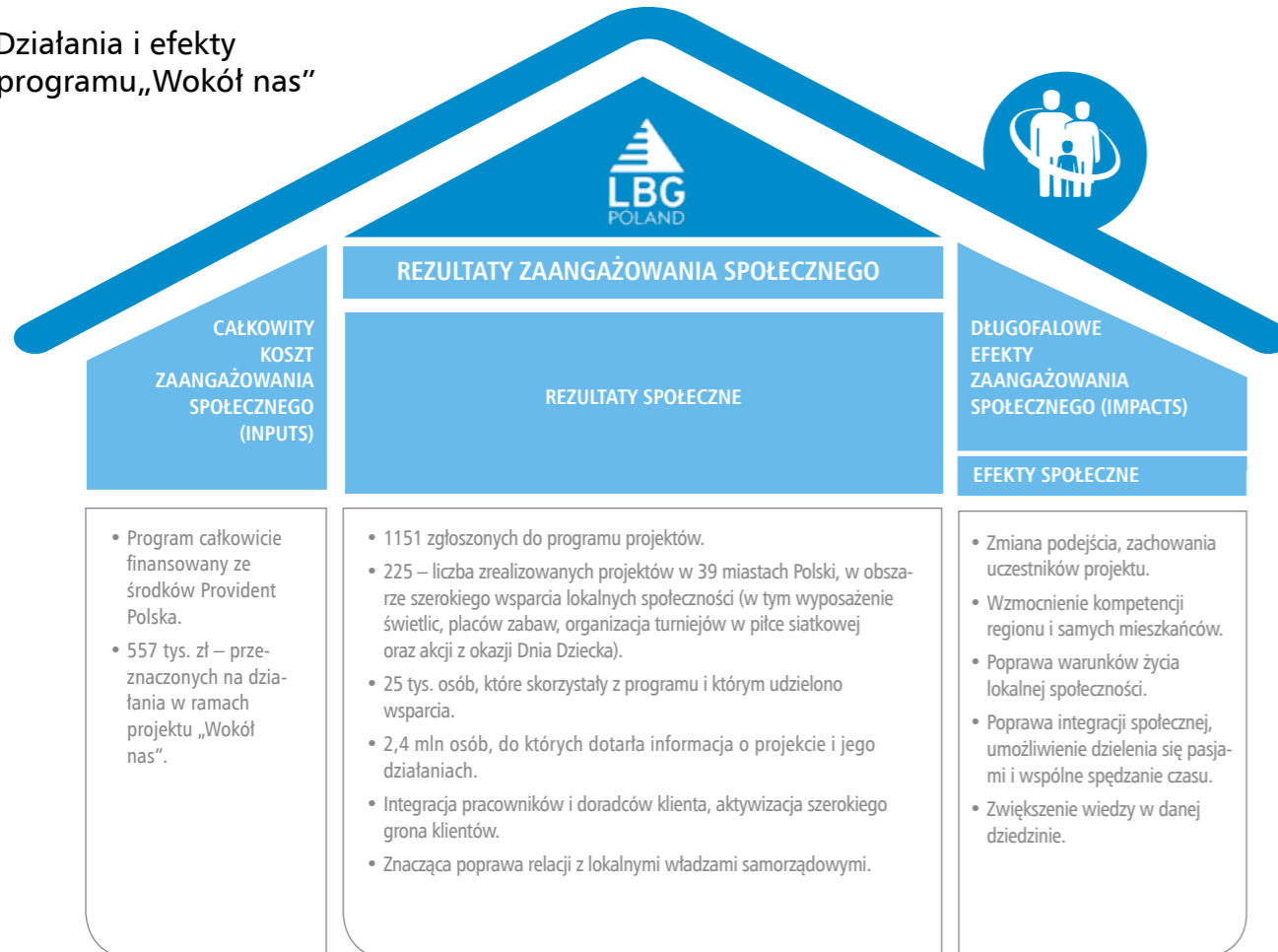
Projekty realizowane w ramach programu „Wokół nas” łączy jedno: mają poprawiać jakość życia lokalnych społeczności. Temu właśnie służy oddana w tzw. starym parku w Byczynie plenerowa siłownia, wyposażona w siedem ogólnorozwojowych urządzeń. W parku powstaje także centrum rekreacyjno-sportowe. Razem z placem zabaw i siłownią

będą tworzyć strefę do prowadzenia zdrowego i aktywnego trybu życia oraz rodzinnego wypoczynku. Pomysłodawcą tego miejsca jest Urząd Miejski w Byczynie. Podnoszeniu jakości edukacji służy sala doświadczenia świata, uruchomiona w żłobku miejskim „Jacek i Agatka” w Koszalinie. Wyposażenie sali pozwala na stymulowanie

prawidłowego rozwoju wszystkich procesów poznawczych u małego dziecka i na naukę przez doświadczenie. Zmysły małych odkrywców są pobudzane muzyką, efektami świetlnymi, dzieci uczą się także poznawać świat poprzez dotyk. To jedyne takie miejsce w żłobkach województwa zachodniopomorskiego.



Działania i efekty programu „Wokół nas”



„Tak! Pomagam” – wolontariat pracowniczy

Wolontariat rozwija się w naszej firmie od dawna. W 2006 r., odpowiadając na głosy pracowników i doradców, nadaliśmy mu ramy organizacyjne – stworzyliśmy program „Tak! Pomagam”. To organizowany dwukrotnie w ciągu roku wewnętrzny konkurs na projekty adresowane do lokalnych społeczności, zgłaszane i realizowane przez pracowników i doradców klienta. Wolontariusze sami wybierają beneficjentów, którym pomagają, firma nie narzuca ani adresatów wsparcia, ani sposobu realizacji działań. Najlepsze i najciekawsze z nich otrzymują grant wspierający realizację, ubezpieczenia dla uczestników oraz pomoc organizacyjną. Decyzję o wyborze każ-

dorazowo podejmuje niezależna Rada Programowa, która zarządza jednocześnie budżetem w wysokości 75 tys. zł, przeznaczonym na każdą z edycji. Program realizowany jest pod patronatem merytorycznym Centrum Wolontariatu. Wśród naszych wolontariuszy są również Członkowie Zarządu. Podczas 16 edycji programu zrealizowaliśmy ponad 330 projektów na terenie całej Polski. Aby szerzyć ideę wolontariatu, Provident od 2009 r. organizuje także konkurs „Tak! Pomagam” dla dziennikarzy, którzy zajmują się tą problematyką. Nasz pomysł na wolontariat znalazł się na liście najlepszych programów CSR Europe.



AGNIESZKA KRAJNIK
 Koordynator ds.
 Społecznej Odpowiedzialności
 Przedsiębiorstwa,
 Provident Polska

Program wolontariatu pracowniczego jest realizowany w Providencie od 2006 r. W każdej edycji w projekty wolontariackie angażuje się średnio 500 wolontariuszy: doradców klienta, pracowników i Członków Zarządu firmy. „Tak! Pomagam” jest jednym z istotnych filarów budowania wizerunku organizacji społecznie odpowiedzialnej. Nasz model biznesowy, czyli bliskie kontakty z klientami oraz rozproszenie terytorialne, ułatwia zarówno zdiagnozowanie lokalnych problemów, jak i pomoc w ich rozwiązaniu.



MARZENA OWCZAREK
Kierownik Rejonu ds. Operacyjnych, Provident Polska, Oddział Gorzów Wielkopolski

Wolontariat sprawia, że czuję się potrzebna. Z wielką radością wykorzystuję w działaniach wolontariackich własne umiejętności organizacyjne. Są bowiem osoby, które chcą pomagać, tylko nie wiedzą jak i komu. Podpowiadam im, jak to zrobić. Radość jest obopólna, zarówno po stronie beneficjentów, jak i wolontariuszy. Wolontariat daje mi też możliwość spędzenia czasu z rodziną. Pomagamy wspólnie – synek, córki i mąż. Dzięki „Tak! Pomagam” realizuję swoje marzenie – o niesieniu pomocy innym, o próbach rozwiązywania problemów i wniesieniu czegoś wartościowego w życie, zarówno odbiorców pomocy, wolontariuszy, jak i moje własne.

DOBRA PRAKTYKA

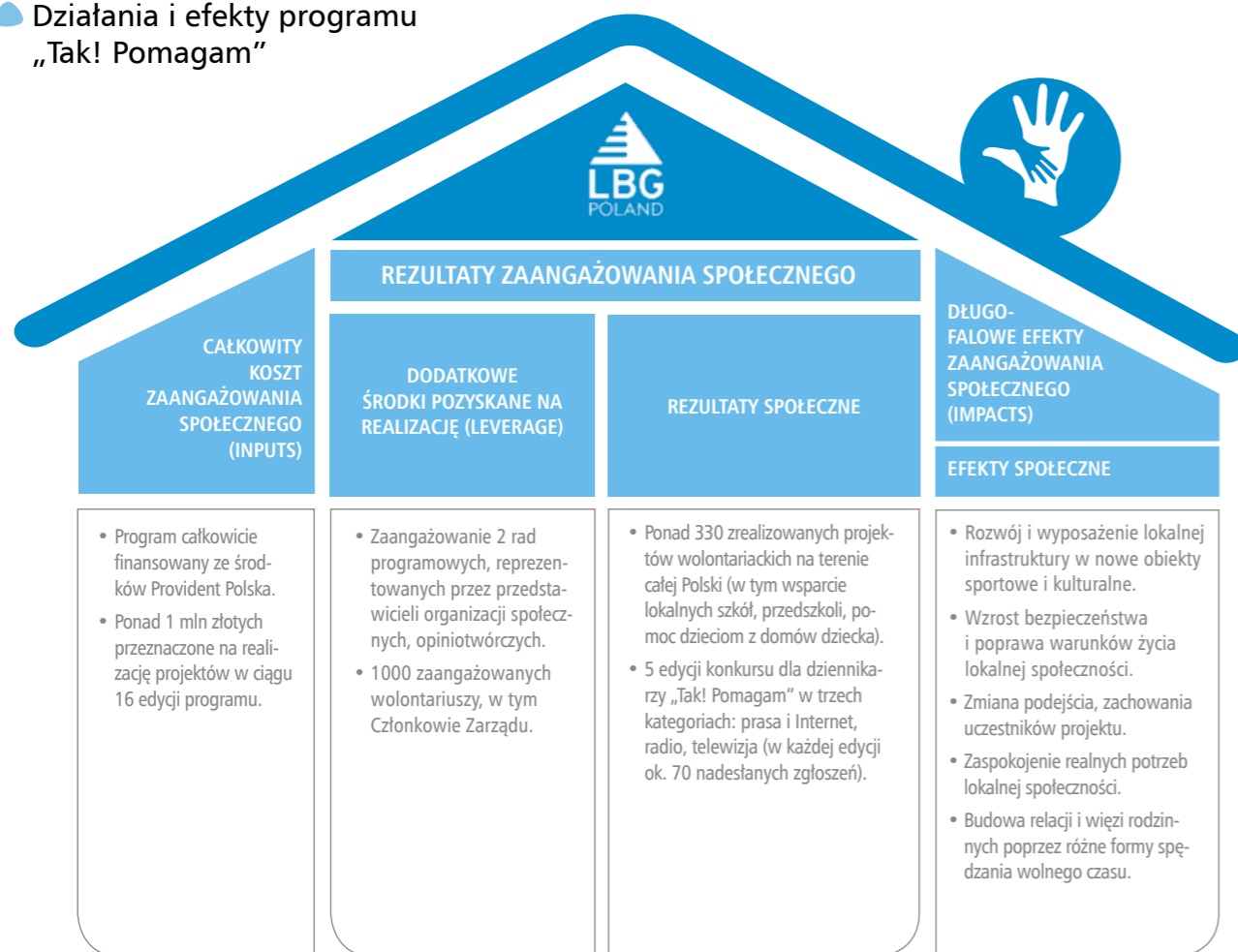


Tak! Działamy

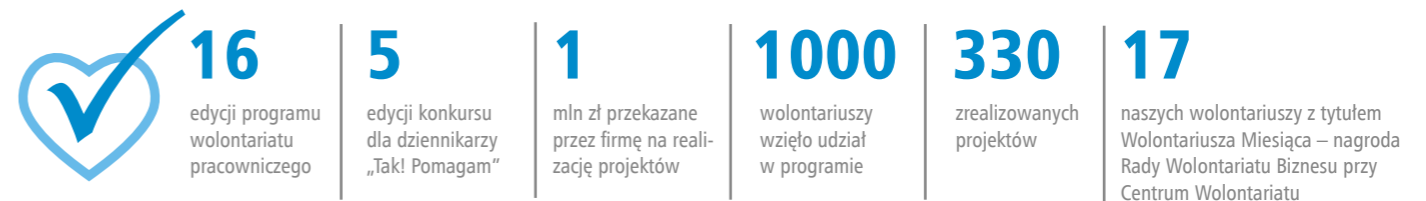
Rocznie w ramach wolontariatu „Tak! Pomagam” realizowanych jest kilkadziesiąt różnego rodzaju projektów. Przykłady?

W 2013 r. nasi wolontariusze z Centrum Windykacji wyremontowali mieszkanie filialne należące do Domu Dziecka nr 9 w Warszawie. Wychowuje się tam ośmioro dzieci. Zadanie nie było łatwe, bo na pomalowanie 100-metrowego mieszkania były tylko dwa dni. Z kolei wolontariusze z oddziału w Częstochowie od wielu lat wspierają zespół szkół specjalnych, którego podopieczni to dzieci i młodzież niepełnosprawna intelektualnie. Organizują zabawy karnawałowe, zajęcia sportowe, a także wycieczki. Ostatnio dla podopiecznych i ich rodzin zorganizowali wyjazd do kopalni soli w Wieliczce.

Działania i efekty programu „Tak! Pomagam”



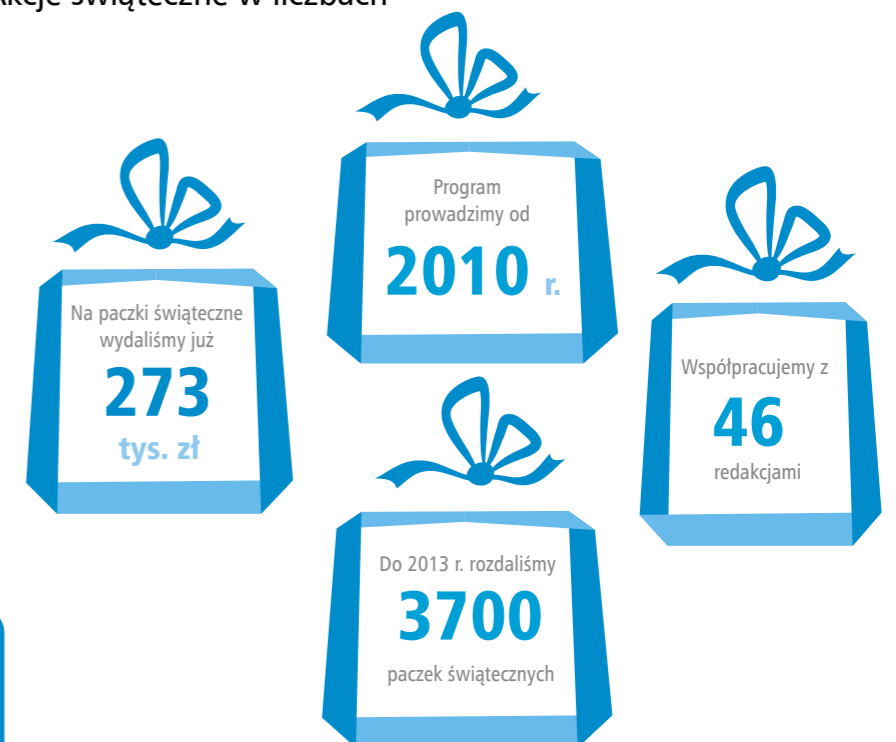
„Tak! Pomagam” w liczbach



Akcje świąteczne „100 gwiazdkowych prezentów”

Nie wszystkie rodziny mogą sobie pozwolić na zakup świątecznych prezentów. Pomagamy, bo chcemy, by i im św. Mikołaj mógł przynieść coś pod choinkę. Od 2010 r. w ramach działań na rzecz społeczności lokalnych organizujemy akcję „100 gwiazdkowych prezentów”, współpracując z domami kultury, domami dziecka, szkołami i przedszkolami. W wytypowaniu najbardziej potrzebujących pomagają nam lokalne władze. Akcję wspomagają lokalne media. W projekt angażują się także pracownicy i doradcy, którzy najlepiej znają potrzeby społeczności, w których pracują. Od początku programu nasze paczki trafiły do blisko 4 tys. rodzin potrzebujących.

Akcje świąteczne w liczbach



DARIUSZ PIETROWSKI
Prezes Centrum Wolontariatu w Warszawie

Provident w powszechnym odbiorze to instytucja, która sprawnie i nowocześnie zarządza finansami, generuje pokaźne zyski i ma mocną pozycję na rynku finansowym. Firma posiada jednak znacznie większy kapitał niż tylko aktywa zgromadzone na kontach – to ludzka życzliwość pracowników, ich gotowość do pomagania tym, którzy nie radzą sobie w codziennym życiu, lub tym, których los smutnie doświadczył. Tak działają wolontariusze programu „Tak! Pomagam”, jednego z najlepszych programów wolontariatu pracowniczego w Polsce, realizowanego z powodzeniem w Providencie od wielu lat. „Tak! Pomagam” to przejaw dojrzałości firmy do nowoczesnego sposobu prowadzenia biznesu, który uwzględnia nie tylko oczekiwania klientów, ale również interesariuszy i środowiska lokalnego.

Działamy w regionach

W każdym z naszych regionów operacyjnych identyfikowane są bardzo różne, lokalne problemy. Dlatego ważne są nie tylko działania społeczne koordynowane centralnie, ale i lokalne, dopasowane do miejscowych potrzeb. Pomysłodawcami projektów realizowanych w terenie są zazwyczaj nasi pracownicy i doradcy. To oni najlepiej znają zarówno lokalną społeczność, jak i ciekawe, gminne, miejskie czy osiedlowe imprezy kulturalne lub sportowe, a także plany władz samorządowych obejmujące wartościowe projekty. Przez sport, zabawę i sponsoring chcemy utrwalić pozycję Providenta jako firmy otwartej na ludzi i ich

codzienne sprawy. Na poziomie regionalnym realizujemy też inne, bardzo różne działania – od indywidualnego wsparcia rodzin, do sponsoringu festynów miejskich czy pikników integrujących społeczności. Pracownicy i doradcy z naszych oddziałów współpracują ze świetlicami środowiskowymi, wspomagają i doposażają przedszkola, szkoły, wiejskie biblioteki oraz współorganizują zajęcia rekreacyjne dla osób starszych. Firma obejmuje także patronaty nad lokalnymi imprezami sportowymi i kulturalnymi. W ten sposób budujemy jeszcze bliższe więzi z lokalnymi społecznościami, czujemy, że jesteśmy im potrzebni.



Budujemy świadomość finansową i wspieramy rozwój przedsiębiorczości społeczeństwa

Elementarz finansowy

Podstawą działalności w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu każdej instytucji finansowej powinna być edukacja. Szerzenie wiedzy oraz kształtowanie pozytywnych nawyków w zakresie zarządzania pieniędzmi, a szczególnie budżetem domowym, jest we współczesnym świecie kluczowe, ponieważ bezpośrednio wpływa na jakość życia społeczeństwa. Świadomość

i wiedza na temat finansów pozwalają zdobyć umiejętności i narzędzia niezbędne do efektywnego gospodarowania własnym budżetem.

Propagując edukację ekonomiczną, staramy się zmienić naszych klientów w świadomych uczestników rynku finansowego. Rozumiemy, że niesie to ze sobą korzyści dla wszystkich – zarówno dla konsumentów,

jak i instytucji finansowych. Konsumenti zyskują w ten sposób wiedzę i umiejętności, dzięki którym mogą efektywnie gospodarować własnymi pieniędzmi. Dla instytucji finansowej z kolei dobrze wyedukowany klient będzie zaufanym i solidnym partnerem w biznesie. Dlatego tak bardzo wierzymy w konieczność prowadzenia jak najszerszych działań edukacyjnych.

Akademia w liczbach



5

edycji programu

1

mln złotych przekazane przez firmę na realizację projektów

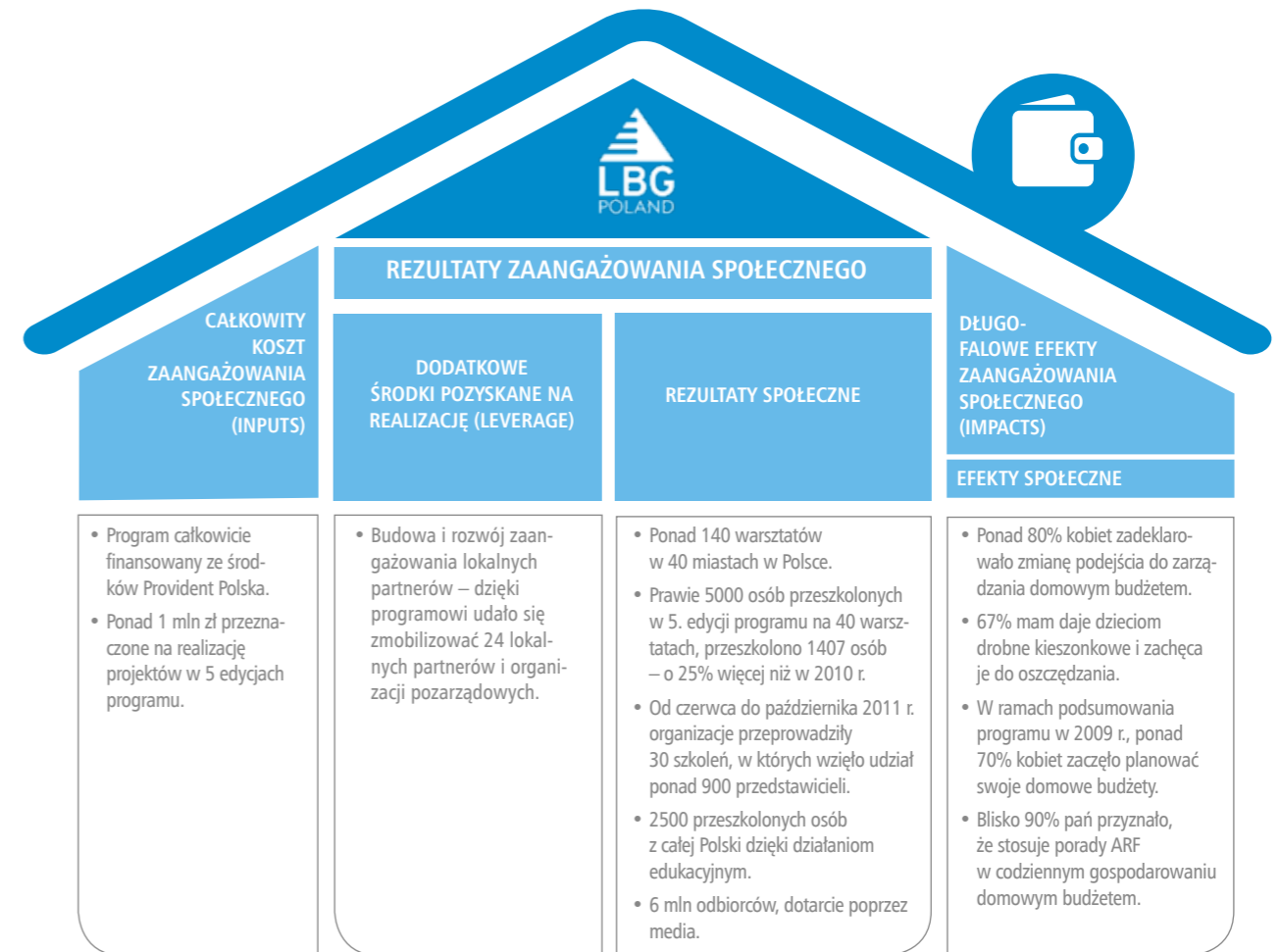
140

warsztatów w 40 miastach Polski

5000

osób przeszkolonych

Akademia Rodzinnych Finansów – rezultaty i efekty



Jak dobrze zarządzać domowymi finansami

Akademia Rodzinnych Finansów to sposób na szerzenie wiedzy, rozwijanie umiejętności i kształtowanie nawyków pomocnych w umiejętnym zarządzaniu finansami domowymi. Program został uruchomiony w 2007 r. i funkcjonował do 2012 r.

Głównym celem Akademii Rodzinnych Finansów było przekonanie uczestników, że można skutecznie i odpowiedzialnie zarządzać własnymi finansami, nawet przy niskich dochodach. Praktyczne warsztaty realizowaliśmy pod hasłem „Z kobietami o finansach”, rozmawiając o tym, jak najefektywniej zaplanować domowy budżet; jak oszczędzać, nie rezygnując z dotychczasowego poziomu życia; jak radzić sobie w trudnych sytuacjach oraz jak rozmawiać z dziećmi o finansach. Podczas szkolenia poświęconego oszczędzaniu można się było m.in. dowiedzieć, jak efektywnie zmniejszać wydatki ponoszone w codziennym życiu. W latach 2011–2012 współorganizatorem ARF były lokalne organizacje pozarządowe, wyłonione w ogólnopolskim konkursie „Edukacja finansowa dla społeczności lokalnej”.

Poza warsztatami głównym narzędziem edukacyjnym wykorzystywanym przez Akademię Rodzinnych Finansów jest strona internetowa – kompendium wiedzy o domowych finansach. Można na

niej znaleźć m.in. porady dotyczące zarządzania budżetem domowym, broszury edukacyjne przygotowane przez instytucje konsumenckie, arkusz kalkulacyjny pomocny do planowania wydatków, a także aktualne informacje i porady ekspertów. W 2011 r. wydaliśmy książkę edukacyjną pt. „Budżet domowy, czyli co musisz wiedzieć o oszczędzaniu”, której fragmenty są udostępnione na stronie ARF. Pod koniec 2014 r. projekt zostanie reaktywowany, dzięki czemu jeszcze skuteczniej wpisze się w strategię odpowiedzialności społecznej naszej firmy.

Więcej: www.arf.edu.pl



Aktywny udział w promowaniu odpowiedzialnych standardów rynkowych

Strategiczne podejście

Jesteśmy firmą aktywnie dzielącą się dobrymi praktykami, aby w ten sposób przyczynić się do budowy pozytywnego wizerunku całej branży. Provident jest jedynym podmiotem z tego rynku, który mocno wspiera Ministerstwo Finansów w procesie legislacyjnym zmierzającym do objęcia regulacjami sektora pożyczkowego. Celem planowanej reformy jest uporządkowanie rynku firm pożyczkowych oraz zwiększenie ochrony konsumentów przed nieuczciwym zachowaniem części pożyczkodawców. Są firmy o stabilnych fundamentach, mające transparentne umowy i oferujące wysoką jakość usług oraz grające nastawieni na szybki zysk, którzy nie inwestują w relacje z klientem. Nadzór nad branżą sprawiłby, że konsumenci byłoby lepiej chronieni, a jednocześnie każdorazowo dysponując klarowną i niebudzącą wątpliwości informacją na temat oferowanych produktów finansowych, mogliby podejmować odpowiedzialne

decyzje. Wierzymy, że to dobry kierunek zmian. Zdajemy sobie sprawę, że konsekwencją objęcia rynku pożyczkowego regulacjami będzie modyfikacja niektórych z naszych produktów, ale rozumiemy, że jest to niezbędne dla odbudowania dobrego imienia sektora, i świadomie się na to godzimy.

Nasi eksperci w akcji

Odpowiedzialność wobec rynku i klientów oznacza, że jako firma chętnie włączamy się do dyskusji na temat niezbędnych zmian na rynku, których celem jest zwiększenie zaufania klientów i eliminowanie nieuczciwych praktyk. W latach 2012 i 2013 nasz głos było słychać m.in. podczas:

- II Europejskiego Kongresu Finansowego, na którym dyskutowaliśmy na temat biznesu i ryzyka na rynku bankowości detalicznej i consumer finance;



MONIKA ZAKRZEWSKA
Kierownik ds. Korporacyjnych, Provident Polska

Jesteśmy obecnie w bardzo ważnym momencie dla całego sektora pożyczkowego, który już wkrótce stanie się rynkiem regulowanym. Przed polskim ustawodawcą stoi niezwykle trudne zadanie, ponieważ jest to rynek mocno zdwersyfikowany podmiotowo i produktowo, ale przede wszystkim mało rozpoznany. Dlatego też w naszych działaniach staramy się dzielić wiedzą dotyczącą zasad jego funkcjonowania – nasi eksperci biorą udział w licznych spotkaniach z polskim regulatorem, konferencjach uzgodnieniowych, spotkaniach bilateralnych, kongresach itp. Jest to również znakomita okazja do promocji rozwiązań, które mamy wdrożone w organizacji, ogromnej kultury oraz wzajemnego szacunku.

- Europejskiego Forum Nowych Idei w Sopocie;
- Konferencji Prakseologiczno-Etycznej omawiającej etyczne aspekty CSR na rynku finansowym;
- Kongresu Consumer Finance, na którym mówiliśmy o optymalnym modelu rynku zarządzania informacją kredytową;
- okrągłego stołu zorganizowanego wspólnie z Konfederacją Lewiatan na temat wymiany informacji gospodarczej i planowanych zmian w ustawie obejmującej te zagadnienia;
- Polsko-Niemieckiego Forum Prawa i Gospodarki zorganizowanego pod hasłem „Compliance i regulacja sektora finansowo-bankowego w dobie kryzysu”;
- I Kongresu Zarządzania Ryzykiem omawiającego rolę compliance w budowaniu bezpieczeństwa biznesu.

W 2013 r. braliśmy udział w:

- debacie makroekonomicznej zorganizowanej na Gieldzie Papierów Wartościowych przez naszą firmę i Konfederację Lewiatan, na temat kondycji i przyszłości rynku pożyczek gotówkowych w Polsce;
- debacie ISBNews, dotyczącej planów regulacji rynku firm pożyczkowych w Polsce, z udziałem ekspertów związanych z tym sektorem, regulatorów rynku, polityków i niezależnych specjalistów.

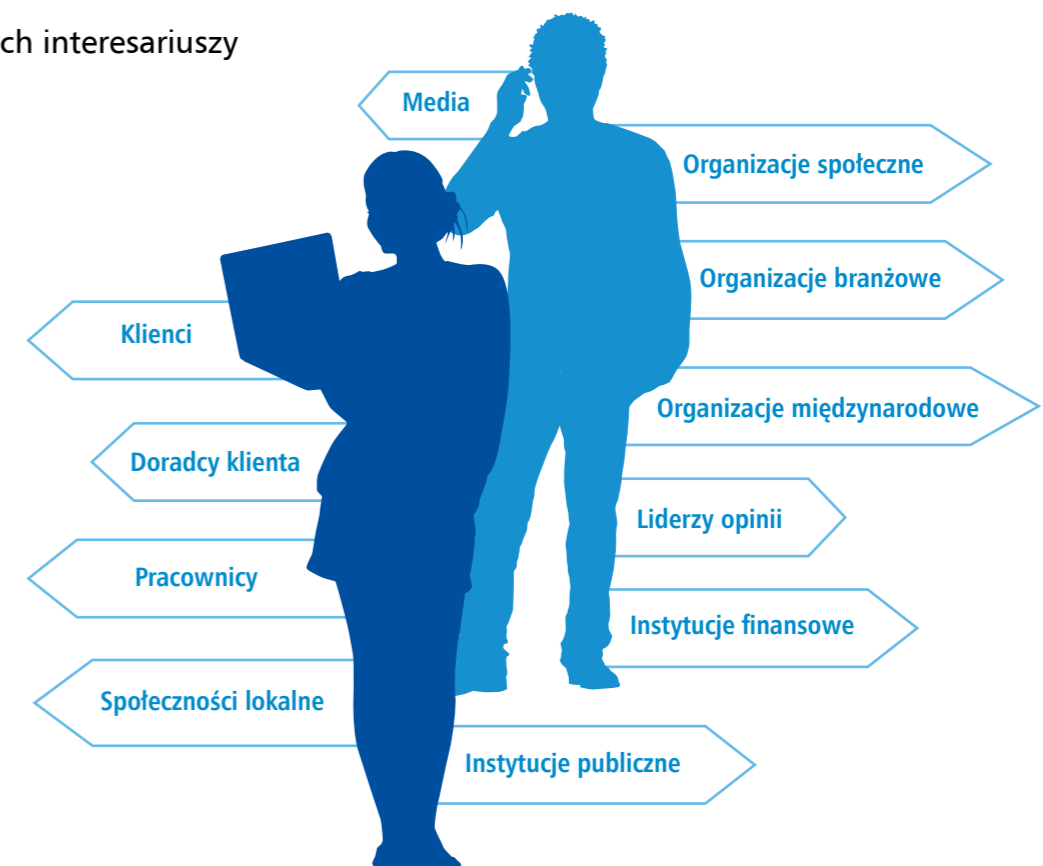
Provident Polska włączył się także w działania koalicji na Rzecz Odpowiedzialnego Biznesu. Głównym celem projektu jest pomoc we wdrażaniu przez przedsiębiorców zasad społecznej odpowiedzialności biznesu poprzez upowszechnianie i rozwijanie narzędzi i odpowiednich standardów. Aby przystąpić do Koalicji, przeszliśmy audyt przeprowadzony przez firmę PwC. Raport z audytu oraz certyfikat, który otrzymaliśmy, potwierdziły, że jesteśmy firmą odpowiedzialną społecznie i spełniamy najwyższe standardy zawarte w kodeksie odpowiedzialnego biznesu. Firma została także członkiem Stowarzyszenia Emitentów Gieldowych (SEG). To organizacja dbająca o rozwój polskiego rynku kapitałowego oraz reprezentująca interesy spółek notowanych na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Aktywny udział w budowaniu i promowaniu odpowiedzialnych standardów rynkowych opieramy także na systematycznej współpracy z naszymi interesariuszami. Promujemy kulturę otwartych rozmów poprzez systematyczne spotkania i wspólne inicjatywy. Niezwykle ważna dla nas, w procesie definiowania założeń strategicznych, jest ich opinia. Poniżej prezentujemy mapę naszych interesariuszy.



KRZYSZTOF KAJDA
Dyrektor Departamentu Prawnego, Konfederacja Lewiatan

Provident Polska jest jedyną firmą z pozabankowego sektora pożyczkowego zrzeszoną w Konfederacji Lewiatan. Firma ta spełnia wysokie standardy Konfederacji dotyczące funkcjonowania jej członków. Eksperti Provident Polska aktywnie uczestniczą w pracach Konfederacji Lewiatan, w tym w procesie opiniowania aktów prawnych, wykazując się w swoich działaniach dużym profesjonalizmem. Provident Polska dostrzega i wspiera konieczność wprowadzenia przejrzystych zasad funkcjonowania przedsiębiorców z pozabankowego sektora pożyczkowego, w tym wzmocnienia ochrony klienta, czego wyrazem było poparcie rządowych propozycji regulacji rynku. Poparcia tego Provident Polska udzielił jako jedyna firma z branży.

Mapa naszych interesariuszy





Odpowiedzialne pożyczanie

89%

konsumentów w Polsce
przynajmniej od czasu
do czasu kontaktuje się
z biurem obsługi klienta.

Źródło: IPSOS

160 tys.

to liczba klientów, z którymi
kontaktujemy się telefonicznie
w każdym tygodniu.

Źródło: Provident Polska



3.

Strategiczne podejście

Omówienie obszaru strategii

Odpowiedzialność w udzielaniu pożyczek rozumiemy w Provident Polska jako działanie w interesie klienta i w trosce o jego potrzeby. Na każdym etapie oferowania produktu, od jego promocji poprzez udzielenie pożyczki, aż do odbioru spłat dbamy, aby nasze komunikaty i przekazy-

wane informacje były przystępne, zrozumiałe, a nasze działania przejrzyste. Przed podpisaniem umowy naszym priorytetem jest ocena zdolności kredytowej konsumenta i badanie ryzyka kredytowego, a także ustalenie wysokości rat dopasowanych do możliwości finansowych po-

tencjalnego klienta. Odpowiedzialność według nas to także pomoc w przypadku trudności w spłacie poprzez wypracowanie rozwiązań korzystnych dla obu stron. Takie podejście wynikające z przyjętego przez Provident Polska Kodeksu etycznego uważamy za uczciwe i fair wobec klienta.

Nasza strategia CSR na lata 2014–2016



AGNIESZKA ROSIŃSKA
Kierownik ds. Rozwoju Produktu i Rynku, Provident Polska

Zależy nam na klientach, których lojalność wynika z zaufania do nas, z przekonania, że nasza oferta odpowiada na ich potrzeby. Nigdy nie zaczynamy pracy nad nowym produktem od założenia wyników finansowych, które możemy dzięki niemu osiągnąć. W pierwszej kolejności zadajemy sobie pytania: czy nasi klienci potrzebują takiej innowacji, w jaki sposób produkt pomoże w zarządzaniu płynnością finansową ich gospodarstw domowych, czy zasady jego konstrukcji są przejrzyste, czy zapewnimy właściwe mechanizmy oceny zdolności kredytowej i badania ryzyka kredytowego, od których zależy bezpieczeństwo i równowaga finansowa klientów i ich rodzin? Jeśli czegoś nie jesteśmy pewni, przeprowadzamy dodatkowe badania rynkowe, a następnie wracamy do konstrukcji założeń produktu. Dzięki temu, gdy oferta już jest gotowa, możemy z odpowiedzialnością powiedzieć, że w pełni odpowiada ona na potrzeby klientów.

Jak rozpoznać rzetelną ofertę pożyczkową

Decydując się na pożyczkę, trzeba wybrać odpowiedzialnego pożyczkodawcę. Nieuczciwe podejście firmy do klienta może wpędzić go w pułapkę zadłużenia. Provident od lat aktywnie włącza się w działania edukacyjne, pokazując klientom, na co powinni zwracać uwagę przy wyborze takiej firmy. Służył temu m.in. cykl artykułów publikowanych w 2013 r. w lokalnej prasie pod hasłem „Pożyczkowe ABC”. Eksperti z Providenta tłumaczyli, by ostrożnie podchodzić do tzw. chwilówek, czyli pożyczek krótkoterminowych, bez wcześniejszej oceny zdolności кредито-

wej klientów. Zachęcali, by zawsze przed podjęciem decyzji sprawdzić, czy w dokumentach przedstawianych przez firmę pożyczkową znajdują się wyszczególnione koszty, informacja o możliwości odstąpienia od umowy, czy do umowy jest załączony formularz informacyjny, czego wymaga ustawa o kredycie konsumenckim. W tekstach zachęcaliśmy także, by w razie jakichkolwiek wątpliwości sprawdzić firmę na stronie Komisji Nadzoru Finansowego. Publikuje ona ostrzeżenia – informacje o podmiotach, które bez licencji wykonują czynności bankowe.

Szkolenia z zakresu danych osobowych

	2012 r.		2013 r.	
	wstępne	przypominające	wstępne	przypominające
Pracownicy	201	440	339	1277
Doradcy klienta	4700	0	4050	8316

Dbamy o bezpieczeństwo informacji

Proces badania zdolności kredytowej wymaga zbierania wielu kategorii danych dotyczących klienta. Dane te są przez nas w sposób szczególny chronione. Odpowiednie procedury są opisane w „Polityce bezpieczeństwa informacji”, której celem jest zapewnienie zasad bezpieczeństwa systemów informacji i ochrony danych oraz ich przetwarzania zgodnie z obowiązującymi przepisami. Każdy z pracowników i doradców musi zapoznać się z zapisami tej polityki oraz procedurami bezpieczeństwa i bezwzględnie stosować się do ich zapisów.

W 2012 i 2013 r. Provident otrzymał jedną skargę od organów regulacyjnych. Skarga została wniesiona do GIODO przez byłego klienta spółki. Zarzuty skarżącego dotyczyły udostępnienia jego danych osobowych podmiotowi zewnętrznemu bez podstawy prawnej, niezrealizowania przez spółkę sprzeciwu na przetwarzanie danych klienta w celach marketingowych oraz przetwarzania jego danych pomimo wygaśnięcia zobowiązania. W zakresie niezrealizowanego sprzeciwu przywrócono stan zgodny z prawem, w pozostałym zakresie zarzuty były niezasadne.

GIODO decyzją z dnia 8 maja 2014 r. odmówił uwzględnienia wniosku skarżącego. W związku z zaskarżeniem decyzji przez klienta, 17 lipca 2014 r. GIODO wydał decyzję utrzymującą w mocy zaskarżoną decyzję. Liczba skarg otrzymanych od podmiotów zewnętrznych i uznanych przez organizację za zasadne w 2012 r. wyniosła 31, co znaczy, że 0,004% populacji wszystkich klientów złożyło zasadną skargę w ciągu roku. W 2013 r. złożonych zostało 58 zasadnych skarg, co stanowi 0,007% populacji klientów.

Nasze zobowiązania na przyszłość

Cel	Wskaźnik	Ramy czasowe
Znajomość i przestrzeganie zasad kodeksu etycznego przez wszystkich pracowników i doradców klienta	100% obecnych i nowych pracowników przeszkolonych pod kątem zasad kodeksu etycznego	4. kwartał 2014, 2015–2016
	100% doradców klienta przeszkolonych pod kątem zasad kodeksu etycznego	2015 r.
Promocja uczciwych praktyk rynkowych	Ekspozycja materiałów reklamowych w dozwolonych miejscach	od 4. kwartału 2014 r.
Budowa wiedzy i świadomości pracowników i doradców klienta dotycząca CSR w Provident Polska	100% pracowników i doradców klienta przeszkolonych z nowej strategii CSR i odpowiedzialności społecznej spółki	do 2016 r.



Co to znaczy, że pożyczamy odpowiedzialnie

Jesteśmy fair wobec klientów

Z myślą o kliencie przygotowaliśmy specjalny wideoporadnik. Krok po kroku pokazuje umowę oraz koszty z nią związane (wideoporadnik dostępny jest na www.providentpolska.pl „Umowa pożyczki w Provident Polska – zobacz, jakie to proste”).

Istotą partnerskich relacji z naszymi klientami jest wzajemne przestrzeganie zobowiązań, w tym także tych dotyczących spłaty pożyczki. Co jednak, jeśli pojawią się problemy? W takiej sytuacji naszym celem jest umożliwienie klientom powrotu do regularnych spłat zadłużenia, a tym samym uniknięcia wpadnięcia w spiralę zadłużenia. Zgodnie z zapisami ustawy o kredycie konsumenckim podczas podpisywania umowy informujemy klientów, jakie działania będziemy podejmować w przypadku nieterminowej spłaty raty. Wszystkie informacje na ten temat znajdują się w umowie z firmą Provident. Podjęcie wobec klienta działań windykacyjnych poprzedza wiele aktywności. Wizytę doradcy może poprzedzić telefon z działu odzyskiwania należno-

ści – w celu ustalenia wspólnie z klientem kwoty wpłaty, której dokona podczas wizyty. Na etapie negocjowania spłaty zaległości dokładamy wszelkich starań, aby ustalić korzystne rozwiązanie dla obu stron. Wierzymy, że naszym klientom zależy na spłacie pożyczki. Doradcy podczas spotkań przypominają o zobowiązaniach i warunkach umowy, w tym również o negatywnych skutkach, po które może sięgnąć firma prowadząca windykację. To np. obostrzenia dotyczące przyszłej współpracy, upominające kontakty ze strony działu odzyskiwania należności, po spełnieniu przesłanek z ustawy o udostępnianiu informacji gospodarczych możliwość przekazania informacji do jednego z biur informacji gospodarczej, w ostateczności przekazanie sprawy do działu windykacji i rozwiązanie umowy.

W codziennych relacjach z klientem postawa fair i bycie fair są dla nas bardzo ważne. Fair to nie tylko deklaracja, ale także zobowiązanie, które składamy naszym klientom na przyszłość.



ROBERT PAWLAK
Dyrektor Rozwoju
Sprzedaży, Provident
Polska

W branży finansowej sukces opiera się na zaufaniu. Dla naszej firmy istotą działania jest odpowiedzialne pożyczanie, u którego podstaw leżą: bezpieczeństwo finansowe naszych klientów (dbanie o to, by wysokość tygodniowej raty nie przekraczała ich możliwości finansowych), rzetelne informowanie o możliwości wyboru pożyczki pomiędzy pakietem przelew i gotówka. Zawsze w sposób transparentny informujemy o rodzajach i wysokości kosztów. To wszystko wpływa na budowę długotrwałych relacji z naszymi klientami. Przykładamy dużą wagę do oceny zdolności kredytowej i badamy ryzyko kredytowe, za każdym razem sprawdzając, czy możemy rozpocząć współpracę, czy byłoby to niewskazane dla dobra klienta. Dopiero pozytywna weryfikacja pozwala na złożenie oferty pożyczki. Klient jest dla nas najważniejszy, jest „w centrum naszej uwagi”. To hasło jest dla nas deklaracją wobec niego i jednocześnie zobowiązaniem na kolejne lata.

1 Odpowiedzialność firmy w cyklu życia produktu

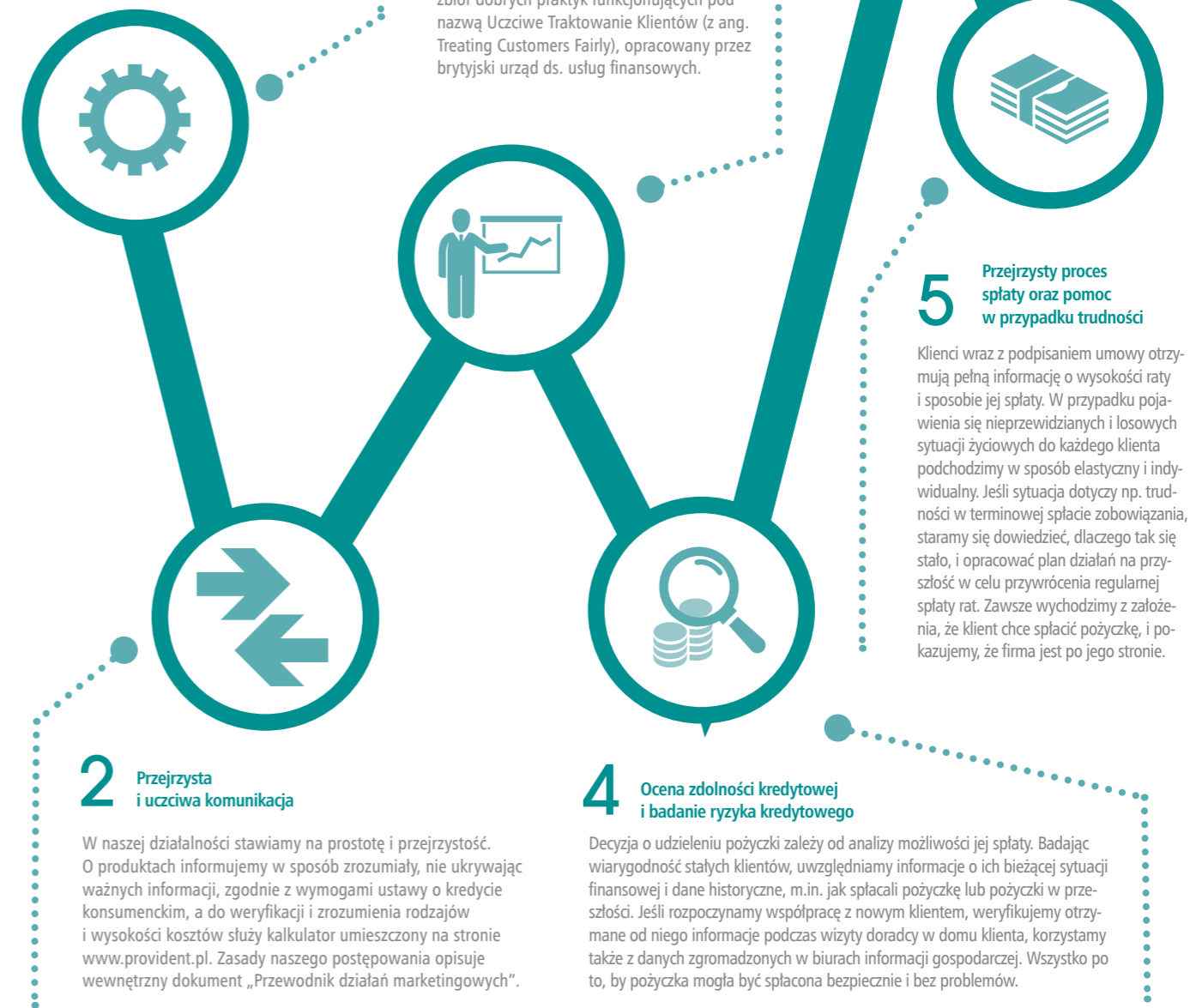
Zawsze w sposób otwarty i zrozumiały mówimy o tym, jak działamy. Precyzyjnie wyjaśniamy naszym klientom, czego mogą od nas oczekiwać i do czego się zobowiązujemy na każdym etapie procesu pożyczkowego.

1 Przygotowywanie i konstruowanie produktów dostosowanych do potrzeb klienta

To działania oparte na dokładnej analizie oczekiwań klientów i obserwacji rynku. Cały proces został przez nas dokładnie zdefiniowany – od momentu powstania idei, którą musi zatwierdzić Zarząd, poprzez projektowanie produktu, przygotowanie dokładnej specyfikacji, pogłębione badania, biznesową i kliencką weryfikację założeń, aż do przygotowania ostatecznego kształtu, w jakim produkt znajdzie się w naszej ofercie. W proces ten zaangażowane są różne działy firmy, co jest standardem postępowania przy przygotowaniu każdego nowego projektu.

3 Szkolenie doradców

Doradcy kierują się trzema kluczowymi wartościami naszej firmy: przejrzystością (związaną z ofertą produktową i działaniami firmy), szacunkiem i odpowiedzialnością. Na tym, jak je stosować w praktyce, opierają się szkolenia dla doradców służące kreowaniu postaw odpowiedzialnych i uczciwych, gwarantujące wdrożenie i utrzymanie najwyższej jakości obsługi. Nasi doradcy opierają się także na dwóch dokumentach wyróżniających firmę na rynku usług finansowych. To Karta klienta oraz Karta doradcy, zawierające zbiór dobrych praktyk funkcjonujących pod nazwą Uczciwe Traktowanie Klientów (z ang. Treating Customers Fairly), opracowany przez brytyjski urząd ds. usług finansowych.



2 Przejrzysta i uczciwa komunikacja

W naszej działalności stawiamy na prostotę i przejrzystość. O produktach informujemy w sposób zrozumiały, nie ukrywając ważnych informacji, zgodnie z wymogami ustawy o kredycie konsumenckim, a do weryfikacji i zrozumienia rodzajów i wysokości kosztów służy kalkulator umieszczony na stronie www.provident.pl. Zasady naszego postępowania opisuje wewnętrzny dokument „Przewodnik działań marketingowych”.

4 Ocena zdolności kredytowej i badanie ryzyka kredytowego

Decyzja o udzieleniu pożyczki zależy od analizy możliwości jej spłaty. Badając wiarygodność stałych klientów, uwzględniamy informacje o ich bieżącej sytuacji finansowej i dane historyczne, m.in. jak spłacali pożyczkę lub pożyczki w przeszłości. Jeśli rozpoczynamy współpracę z nowym klientem, weryfikujemy otrzymane od niego informacje podczas wizyty doradcy w domu klienta, korzystamy także z danych zgromadzonych w biurach informacji gospodarczej. Wszystko po to, by pożyczka mogła być spłacona bezpiecznie i bez problemów.

5 Przejrzysty proces spłaty oraz pomoc w przypadku trudności

Klienci wraz z podpisaniem umowy otrzymują pełną informację o wysokości raty i sposobie jej spłaty. W przypadku pojawienia się nieprzewidzianych i losowych sytuacji życiowych do każdego klienta podchodzimy w sposób elastyczny i indywidualny. Jeśli sytuacja dotyczy np. trudności w terminowej spłacie zobowiązania, staramy się dowiedzieć, dlaczego tak się stało, i opracować plan działań na przyszłość w celu przywrócenia regularnej spłaty rat. Zawsze wychodzimy z założenia, że klient chce spłacić pożyczkę, i pokazujemy, że firma jest po jego stronie.

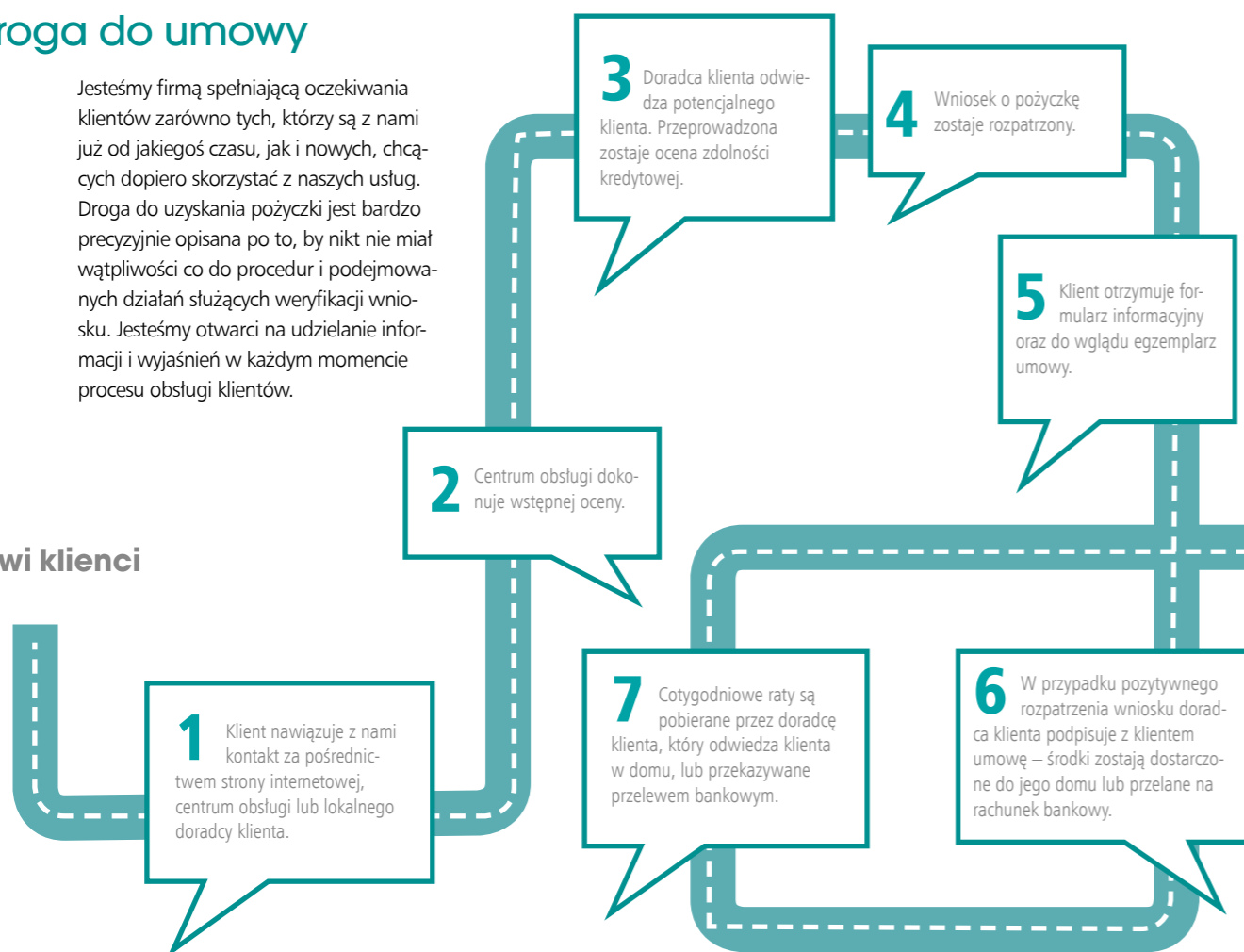


Pożyczka – czy dla każdego?

Droga do umowy

Jesteśmy firmą spełniającą oczekiwania klientów zarówno tych, którzy są z nami już od jakiegoś czasu, jak i nowych, chcących dopiero skorzystać z naszych usług. Droga do uzyskania pożyczki jest bardzo precyzyjnie opisana po to, by nikt nie miał wątpliwości co do procedur i podejmowanych działań służących weryfikacji wniosku. Jesteśmy otwarci na udzielanie informacji i wyjaśnień w każdym momencie procesu obsługi klientów.

Nowi klienci



Pożyczka nie dla każdego

Jesteśmy odpowiedzialnym pożyczkodawcą, dlatego podczas rozpatrywania wniosków o udzielenie pożyczki nowym klientom bardzo starannie oceniamy zdolność kredytową i badamy ryzyko kredytowe. Bierzymy pod uwagę sytuację finansową, poziom aktualnych zobowiązań oraz inne ważne okoliczności każdego z naszych klientów. To podstawy zarządzania ryzykiem kredytowym w naszej firmie. Zgodnie z polityką kredytową doradcy klienta nie wolno dopuścić do

sytuacji, w której klient zaciągnie zobowiązania finansowe przekraczające jego możliwości spłaty. Podobne zasady działają także w przypadku składania wniosków o kolejną pożyczkę naszych aktywnych klientów przed spłatą tej uzyskanej wcześniej. Firma sprawdza w takim przypadku, czy jej udzielenie nie spowodowałoby przekroczenia dopuszczalnego salda zadłużenia zarówno u klienta, jak również w jego gospodarstwie domowym. Nie chcemy bowiem dopuścić do

pogorszenia sytuacji materialnej klienta, wynikającej z niemożności bieżącej obsługi pożyczki. Nasi klienci nie obawiają się spirali zadłużenia, gdyż zaciągając u nas pożyczkę z obsługą domową, od początku wiedzą, jaka jest całkowita kwota do spłaty, a nasza firma nie nalicza żadnych dodatkowych opłat w trakcie trwania umowy. Działając w ten sposób, robimy to dla dobra naszych aktualnych i przyszłych klientów, do których podchodzimy odpowiedzialnie i uczciwie.

Odsetek pozytywnych decyzji w procesie akceptacji wniosków o udzielenie pożyczki

36,9%

2012 r.



28,2%

2013 r.

Źródło: Dane własne – wyłącznie na podstawie umów podpisywanych z nowymi klientami.

Incydenty

W raportowanym okresie toczyły się trzy postępowania UOKiK przeciwko Provident Polska. 20 grudnia 2012 r. został wydany wyrok Sądu Apelacyjnego kończący postępowanie w sprawie wszczętej w sierpniu 2009 r. Wyrok Sądu Apelacyjnego zobowiązał

Provident Polska do zmiany wzorca umownego (co też zostało uczynione w marcu 2009 r., a więc jeszcze przed złożeniem pozwu), nie nałożono z tego tytułu żadnych kar. W 2013 r. Prezes UOKiK Decyzją nr RPZ 25/2013 z dnia 26 wrze-

śnia 2013 r. oraz Decyzją częściową nr RWA-33/2013 z dnia 20.12.2013 r. nałożył na Provident Polska w sumie kary w wysokości 12 840 106,00 zł. Spółka złożyła odwołania od decyzji do SOKiK i oczekuje na rozprawę w obydwu sprawach.



Kodeks etyczny Providenta

Wierzmy w nasze zasady

Kodeks etyczny Providenta to fundament firmy – pokazuje, w jaki sposób prowadzimy biznes wszędzie i każdego dnia. Opiera się na naszych wartościach – odpowiedzialności, szacunku i przejrzystości, gwarantuje, że działamy nie tylko zgodnie z prawem, ale również w sposób etyczny i uczciwy, dając jasne punkty odniesienia do podejmowania właściwych decyzji. Kodeks dotyczy wszystkich pracowników, doradców oraz kontrahentów, niezależnie od pełnionej roli czy miejsca pracy. Oczekujemy również, że podobne zasady będą stosować także nasi dostawcy. Celem naszego kodeksu jest wyznaczenie ram w zakresie etyki biznesu. Jesteśmy międzynarodową firmą działającą w różnych krajach i kulturach, dlatego tak ważne jest ustanowienie spójnych standardów.

Kodeks obejmuje kwestie relacji firmy z:

- pracownikami,
- doradcami,
- klientami,
- społecznościami lokalnymi,
- organami nadzoru,
- organami rządowymi,

- mediami,
- inwestorami,
- partnerami biznesowymi;
- pokazuje także, w jaki sposób troszczymy się o środowisko naturalne.

Kodeks jest obecnie promowany wśród pracowników, docelowo będzie przedmiotem szkolenia wstępnego, a jego znajomość ma być weryfikowana poprzez testy. Kodeks jest zamieszczony i promowany na stronie internetowej spółki: www.csr-provident.pl/filary/kodeks-etyczny.

Kodeks to:

- określanie wartości, które wspieramy i gwarantujemy, że działamy nie tylko zgodnie z prawem, ale również w sposób etyczny i uczciwy. Daje nam jasne punkty odniesienia do podejmowania decyzji, niezależnie od miejsca, w którym działamy;
- zobowiązanie do promowania odpowiednich praktyk biznesowych. Poprzez jego zapisy deklarujemy, że działamy w sposób odpowiedzialny, zgodnie z literą prawa i najlepszymi praktykami rynkowymi.



MAŁGORZATA SKIBIŃSKA
Dyrektor Departamentu Personalnego, Provident Polska

W życiu i w pracy bardzo często spotykamy się z dylematami etycznymi. W przypadku biznesu, który jest oparty na odpowiedzialności, szacunku i przejrzystości, ich właściwe rozstrzygnięcie ma znaczenie fundamentalne. W naszej firmie drogowskazem postępowania jest Kodeks etyczny. Wprowadziliśmy go, by jasno przedstawić praktyczne znaczenie naszych wartości, ale także dać ludziom narzędzie, do którego można się odwołać w przypadku wątpliwości. To bardzo ważny dokument, dlatego prowadzimy obecnie szkolenia związane z kodeksem i właściwymi zasadami postępowania. Chcemy, by przeszli je wszyscy obecnie zatrudnieni pracownicy i doradcy klienta; będzie ono także elementem pakietu szkoleń dla osób nowozatrudnionych w Providencie.

- stworzenie ram etycznych dla biznesu. Jesteśmy międzynarodową firmą działającą w różnych krajach i kulturach, dlatego tak ważne jest ustanowienie spójnych standardów. Kodeks stanowi kluczowy element naszego systemu kontroli wewnętrznej, dzięki któremu upewniamy się, że mamy odpowiednie mechanizmy nadzoru, które zmniejszają ryzyko i wspierają pracowników i doradców klienta w pełnieniu ich ról. Wszyscy muszą stosować się do litery i ducha tych zasad;

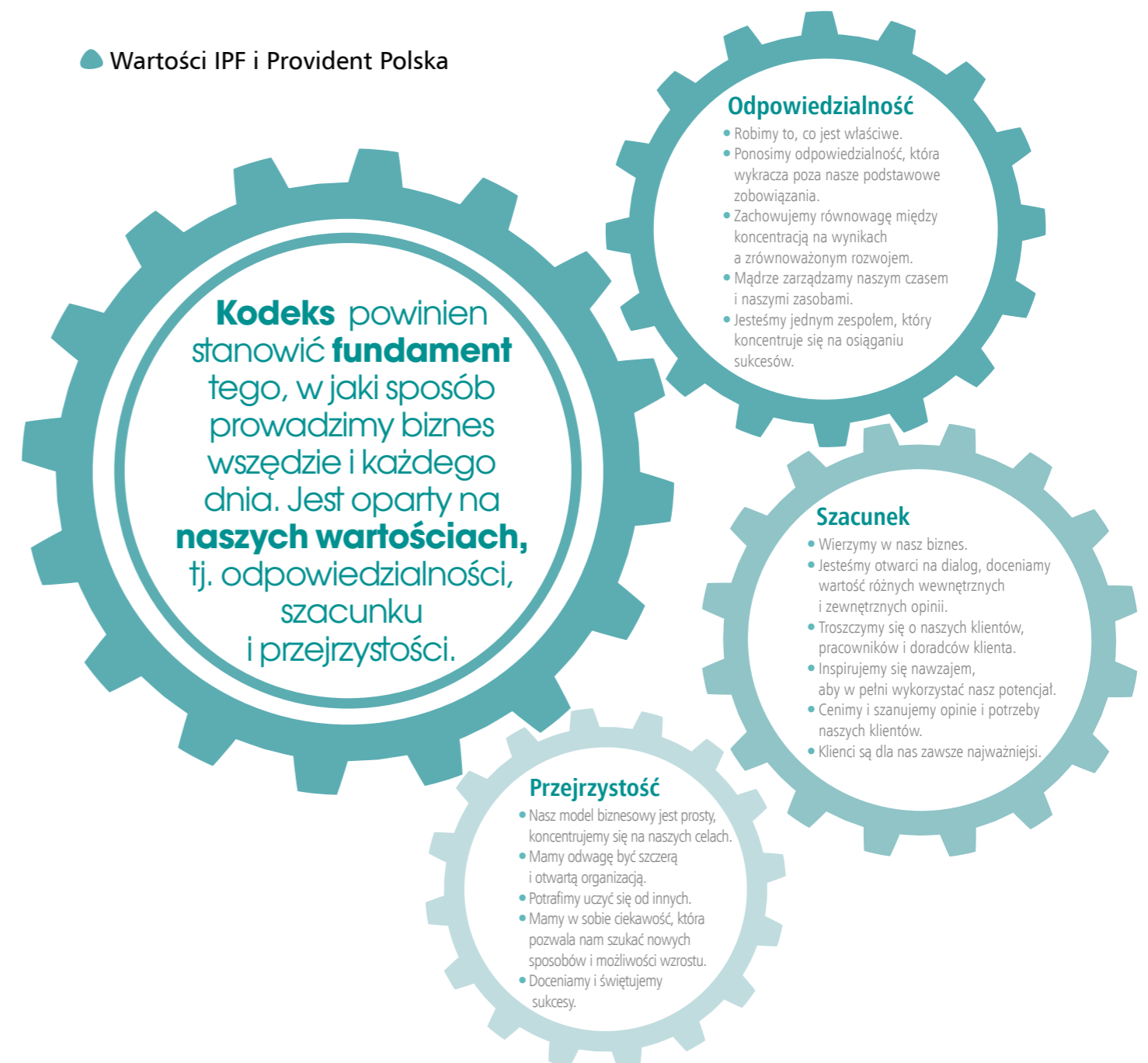
- ochrona reputacji. Sukces i długotrwałość, zrównoważony rozwój firmy zależą w dużej mierze od naszej reputacji. To ona sprawia, że ufają nam klienci, pracownicy i inwestorzy. Przestrzegając zapisów kodeksu, chronimy naszą reputację, interesy handlowe i działamy w interesie naszych klientów.

Szkolenia związane z Kodeksem etycznym

W 2013 r. przeprowadziliśmy pierwszą część szkoleń związanych z wpro-

wadzeniem Kodeksu etycznego w Provident Polska. Otwierając je grupę, łącznie 300 osób, tworzyli Zarząd, senior menedżerowie, dyrektorzy Biura Głównego i menedżerowie z Departamentu Operacyjnego. W drugiej turze przeszkolenych zostało 1700 pracowników Biura Głównego (zajmujących stanowiska niższe niż dyrektor i senior menedżer) i osób z Departamentu Sprzedaży. Szkolenia dla pozostałych pracowników i doradców klienta zaplanowano na lata 2014–2015.

Wartości IPF i Provident Polska





Relacje z klientami



66%

Polaków deklaruje, że jest zadowolonych z życia.

Źródło: CBOS

75%

klientów Providenta jest zadowolonych z naszej obsługi.

Źródło: Provident Polska

4.



Strategiczne podejście

Omówienie obszaru strategii

Model biznesowy Provident Polska pozwala nam na bardzo dobre poznanie naszych klientów poprzez bezpośrednie rozmowy i wizyty w ich domach. Dzięki temu dobrze znamy ich sytuację nie tylko finansową, ale też życiową i możemy lepiej odpowiedzieć na ich potrzeby, oferując

odpowiednio dopasowane produkty i rozwiązania. W relacjach z naszymi klientami stawiamy na najwyższą jakość obsługi, otwartość, uczciwość i transparentność. Dbamy, aby nasze produkty były proste, a umowy zrozumiałe i przejrzyste. Chcemy, aby klient czuł się kom-

fortowo na każdym etapie kontaktu z nami. Proces reklamacji monitorujemy z najwyższą starannością, bo zależy nam na opiniach z zewnątrz i doskonaleniu naszych usług. Jesteśmy wdzięczni za lojalność, dlatego doceniamy naszych długoletnich klientów.

Nasza strategia CSR na rok 2014–2016



KATARZYNA SZERLING
Dyrektor Departamentu Zarządzania Relacjami z Klientem, Provident Polska

Strategia naszej spółki w dużej mierze oparta jest na budowaniu długotrwałych relacji z klientami. Stawiając ich w centrum uwagi, uważnie słuchając, badając satysfakcję, jesteśmy w stanie ciągle doskonalić jakość naszych usług oraz wprowadzać nowe produkty dopasowane do ich aktualnych potrzeb. Nasze działania skupiamy na budowaniu z nimi więzi oraz dostarczaniu dodatkowych korzyści, np. w postaci atrakcyjnych ofert partnerskich czy książeczek rabatowych. Dla klientów, którzy są z nami najdłużej, przygotowaliśmy i wdrożyliśmy specjalny program premiowy „Premia plus”. Nie zapominamy również o drobnych gestach, takich jak np. życzenia urodzinowe. Z okazji Międzynarodowego Dnia Konsumenta prawie 500 najbardziej lojalnych klientów odwiedzili w ich domach nasi pracownicy oraz doradcy, wręczając im symboliczne kosze upominkowe oraz pamiątkowe dyplomy.

Klient w centrum uwagi

Uczciwe traktowanie klientów i pożyczanie w sposób odpowiedzialny to podstawowe zasady, którymi powinny się kierować spółki finansowe. Jako lider w branży pożyczek gotówkowych czujemy się odpowiedzialni za to, by wyznaczać standardy działalności i dawać przykład innym. Codzienny dialog, który prowadzimy z klientami, zaowocował powstaniem tzw. Karty klienta. Dokument ten jasno określa oczekiwania klientów względem nas, a także przedstawia, czego oczekujemy w zamian i jak wyobrażamy sobie współpracę. W Karcie deklarujemy, że dołożymy wszelkich starań, by dotrzymać naszych zobowiązań, i podejmiemy właściwe działania w nieprzewidzianych sytuacjach losowych. Karta klienta dostępna jest na stronie: www.csr-provident.pl/nasze-zobowiazania/karta-klienta.

Karta zobowiązań

Naszym celem jest zapewnienie klientom obsługi na najwyższym poziomie. Zobowiązujemy się do współpracy w zgodzie z wartościami Providenta: odpowiedzialnością, szacunkiem i przejrzystością. Bieremy na siebie peł-

ną odpowiedzialność za to, jak i komu udzielamy pożyczek gotówkowych. Gwarantujemy, że z największą pieczołowitością ocenimy zdolność kredytową i zbadamy ryzyko kredytowe każdego z potencjalnych klientów. W przypadku pozytywnej weryfikacji zaoferujemy mu pożyczkę w wysokości odpowiednio dopasowanej do jego możliwości finansowych. Zapewniamy, że każdy może liczyć na szybką i wygodną obsługę, pełen zestaw niezbędnych informacji dotyczących naszych produktów oraz danych na temat swoich pożyczek i stanu spłat. Na stronie www.provident.pl zamieściliśmy kalkulator pożyczkowy, który pomoże zweryfikować wysokość ewentualnej raty. W przypadku pojawienia się przejściowych problemów ze spłatą szukamy indywidualnych rozwiązań najlepszych i najbezpieczniejszych dla obu stron. Wierzymy, że każdy klient rozpoczynający z nami współpracę jest świadomy nie tylko swoich aktualnych potrzeb, ale także możliwości związanych z terminowym regulowaniem rat. Partnerską współpracę chcemy budować na wzajemnej gwarancji dotrzymania zobowiązań.

Nasze zobowiązania na przyszłość

Filar 4: Rozumiemy potrzeby naszych klientów i budujemy z nimi długotrwałe relacje

Cel	Wskaźnik	Ramy czasowe
Wzrost lojalności klientów	Wzrost wskaźnika lojalności klientów	1. kwartał 2015 r.
Wysoka jakość świadczonych usług	Utrzymanie lub poprawa poziomu średniej liczby reklamacji w tygodniu w stosunku do liczby klientów na poziomie 0,05%	1. kwartał 2015 r.
Utrzymanie wysokiej satysfakcji klienta ze świadczonych usług	Utrzymanie lub poprawa poziomu satysfakcji klientów na poziomie 75% (na podstawie badania Millward Brown, „Lojalność i satysfakcja klientów Provident”, 2013 r., próba 2251 klientów)	1. kwartał 2015 r.



ALEKSANDRA FRĄCZEK
Wiceprezes Rady Krajowej, Federacja Konsumentów

Obecnie coraz bardziej świadomi swoich praw konsumenci oczekują od firmy nie tylko bezpiecznych, dobrych jakościowo produktów i usług, ale również otwartej komunikacji pomiędzy firmą i jej klientami. Zaufanie konsumentów istotnie wpływa na pozycję firmy na rynku. Jest ono budowane poprzez stosowanie prostych zasad, takich jak uczciwość, rzetelność, przejrzystość działań, wrażliwość. Podnoszenie standardów obsługi klienta, procedur rozpatrywania reklamacji, jak również edukacja rynku, badanie satysfakcji klienta – to wszystko wpływa na jakość dialogu, który firma prowadzi ze swoimi interesariuszami.



Znamy naszych klientów i się o nich troszczymy

Indywidualne podejście

Kreowanie pozytywnego wizerunku spółki i nawiązywanie pozytywnych relacji z klientami są ważne już od pierwszego spotkania. Staramy się, aby czuli nasze indywidualne podejście już od podjęcia przez nich starań o udzielenie pożyczki. Klient nigdy nie jest sam, zawsze zachęcamy go do częstych kontaktów, zadawania pytań, wyjaśniania ewentualnych wątpliwości. Każdy nowy klient dostaje od nas nie tylko pakiet niezbędnych informacji, wysyłamy do niego także list lub wykonujemy powitalny telefon. Chcemy, by poczuł, że jest dla nas najważniejszy.

Z naszymi klientami spotykamy się co tydzień poprzez doradców klienta. Dzięki tym spotkaniom dokładnie znamy naszych klientów oraz ich aktualne potrzeby. Nowe produkty oferujemy tylko po wnikliwej analizie tych potrzeb, a o szczegółach rozmawiamy dopiero wtedy, gdy klient wyrazi takie zainteresowanie. Pamięamy także, że każde spotkanie jest okazją do podziękowań oraz zachętą do dalszej współpracy. Naszym

klientom służymy wsparciem i pomocą. Jest to możliwe dzięki zaufaniu, jakim się wzajemnie obdarzamy. Tysiące rozmów, które każdego dnia przeprowadzamy w domach naszych klientów, są podstawą budowania silnych relacji opartych na wzajemnym zrozumieniu i szacunku.

Kim jest nasz klient?

Od początku swojej działalności w Polsce Provident obsłużył ponad 3,5 mln klientów. Aby coraz lepiej spełniać ich

oczekiwania, systematycznie doskonalimy ofertę, wykorzystując nasze doświadczenie i zdobywaną wiedzę. Liczba osób aktywnie korzystających z naszych pożyczek stale rośnie – w 2012 r. było ich 821 tys., a w 2013 r. już 841 tys. Ważne są także pozytywne tendencje dotyczące świadomości pożyczania pieniędzy przez naszych klientów. Według badań firmy Millward Brown zrealizowanych pod koniec 2013 r. na próbie 500 osób, które właśnie skorzystały z pożyczki, prawie

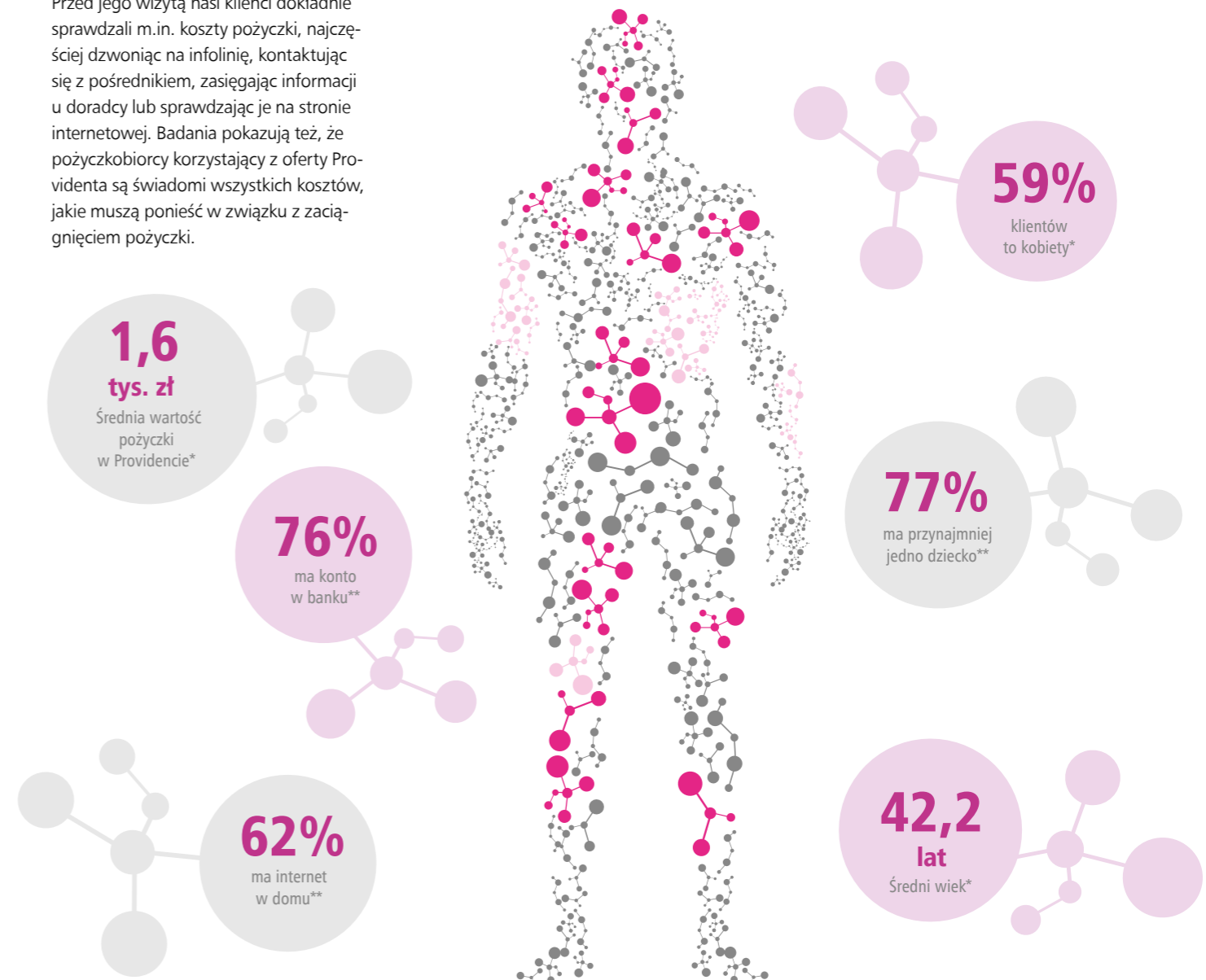
DOBRA PRAKTYKA

Moja historia

W czym pomogliśmy ludziom, jakie marzenia udało się im spełnić dzięki współpracy z Providentem? Aby odpowiedzieć na to pytanie, zorganizowaliśmy konkurs „Moja historia”. Za pośrednictwem doradców poprosiliśmy naszych klientów, by podzielili się swoimi przeżyciami i opowieściami o tym, jak pożyczka w Providencie odmieniła ich życie. Otrzymaaliśmy ponad 7,6 tys. zgłoszeń – historii wzruszających, zaskakujących, nieraz zabawnych, ale zawsze niezwykle inspirujących. Ponieważ konkursowi nie towarzyszyła kampania reklamowa, liczba listów, które do nas przyszły, pokazała, jaka może być siła relacji pomiędzy klientami i doradcami.

2/3 z nich bardzo dokładnie przygotowało się do spotkania z doradcą klienta. Przed jego wizytą nasi klienci dokładnie sprawdzali m.in. koszty pożyczki, najczęściej dzwoniąc na infolinię, kontaktując się z pośrednikiem, zasięgając informacji u doradcy lub sprawdzając je na stronie internetowej. Badania pokazują też, że pożyczkobiorcy korzystający z oferty Providenta są świadomi wszystkich kosztów, jakie muszą ponieść w związku z zacięgnięciem pożyczki.

Co wiemy o klientach? Wybrane aspekty



* Dane własne Provident Polska, ** Millward Brown, Badania segmentacyjne klientów Providenta N=1021, luty 2013 r.



ELŻBIETA KUŹBIEŁ, Dyrektor Okręgowy ds. Operacyjnych, Provident Polska, Dywizja VII

Podczas pierwszego mojego szkolenia w Provident Polska padło pytanie: „Czym wyróżnia się nasza firma na rynku usług finansowych?”. Nikt nie wpadł na to, że o jej wyjątkowości decyduje to, że „ma nogi”. To stwierdzenie zrobiło na mnie ogromne wrażenie. A przecież to prawda. Ponad dziewięć tysięcy doradców na terenie Polski co tydzień odwiedza aktywnych i potencjalnych klientów, pomagając w rozwiązywaniu codziennych problemów. Od momentu podpisania umowy doradca co tydzień jest gościem w ich domach, odbiera raty i stara się lepiej poznać codzienne życie. Część naszych klientów to osoby starsze, samotne, dla których odwiedziny doradcy to okazja, aby porozmawiać i wspólnie wypić herbatę. To bardzo miłe. Wiemy, że dla wielu ludzi wielkim problemem jest kontakt z instytucjami finansowymi. Wizyty domowe doradców nie niosą ze sobą takiego stresu, pomagamy w zrozumieniu dokumentacji oraz doradzamy rozwiązania dostosowane do ich możliwości finansowych. Dobre relacje są dla nas bardzo ważnym elementem współpracy, bo nasz klient jest dla nas najważniejszy.

WYWIAD

Nasz doradca klienta

Zawsze powtarzam naszym klientom, że nie udzielamy pożyczek bez wcześniejszej oceny zdolności kredytowej i badania ryzyka kredytowego. Zawsze rzetelnie informujemy o całkowitych kosztach oferowanych produktów – podkreśla Zofia Strzałka, Doradczyni Klienta Provident Polska.

Dlaczego zdecydowała się Pani świadczyć usługi doradcy dla Providenta?

Moja bliska znajoma, która w tamtym czasie była doradczynią klienta, namówiła mnie do złożenia aplikacji. Poszukiwałam wówczas zajęcia i pomyślałam, że warto spróbować. Miałam zostać tylko na parę miesięcy, a jako doradca klienta wykonuję swe zadania już 4 lata.

Jak wygląda codzienność doradcy klienta?

Każdy dzień wymaga odpowiedniego przygotowania. Codziennie trzeba zaplanować wizyty, wyznaczyć optymalną trasę, zabrać ze sobą wszystkie potrzebne dokumenty. Musimy być dostępni i elastyczni. Na co dzień pracuję na pół etatu w szpitalu, dlatego swe zadania jako doradca rozpoczynam po południami i w weekendy. Moi klienci to 150 osób i z każdym chcę porozmawiać, każdego wysłuchać, zrozumieć.

Jakie kwalifikacje powinien mieć doradca klienta?

Przede wszystkim trzeba doskonale znać produkt. Musimy być przygotowani na każde pytanie klienta, być ekspertem w swojej dziedzinie. Bez wiedzy na temat produktów nasze zajęcie jest bezowocne. Ważne są umiejętności interpersonalne: profesjonalizm, cierpliwość i wyrozumiałość. Już przy pierwszym kontakcie z klientem musimy go przekonać do siebie i firmy, zdobyć jego zaufanie. Trzeba też umieć słuchać i doradzić.

Na czym polega indywidualne podejście do każdego klienta?

Każdy klient jest inny, każdy ma inne potrzeby. Dlatego niezwykle ważne jest indywidualne podejście. Z jednej strony zawsze staram się zmniejszyć dystans do osoby, z którą rozmawiam, i poznać jej potrzeby, a z drugiej strony traktuję ją



Zofia Strzałka

Część opinii publicznej twierdzi, że doradcy Providenta to rośli i dobrze zbudowani mężczyźni. Co Pani na to?

Taka opinia zdecydowanie zanika i jest nieprawdziwa. Doradca lub doradczyni Providenta to miła i profesjonalna osoba, która oferując bezpieczną i przejrzystą pożyczkę, wspiera klienta w potrzebie, przy okazji rozmawiając o codziennym życiu.

Jak zareagowali Pani znajomi, rodzina na rozpoczęcie współpracy z Providentem?

Nigdy nie miałam do czynienia z negatywnym odzewem ze strony moich najbliższych. Wszyscy przyjęli to bardzo naturalnie. Otwarcie przyznają się, że jestem doradcą w Providencie.

Jak Provident wspiera swoich doradców?

Spółka wspiera swoich doradców w rozwoju, organizując cykliczne warsztaty, np. z nowej oferty produktowej, zmian w procedurach, prawie itd. Nie zawsze są to warsztaty czysto sprzedażowe. Możemy też rozwijać swoje umiejętności interpersonalne i komunikacyjne. Zawsze mogą też zadzwonić do mojego kierownika, który służy pomocą. Raz na jakiś czas organizowane są także spotkania integracyjne, podczas których doradcy klienta mogą wymienić się doświadczeniami.

Czy bycie doradcą klienta przynosi Pani osobistą satysfakcję?

Zdecydowanie tak. Uwielbiam rozmawiać z moimi klientami, uwielbiam kontakt z innymi ludźmi, dlatego uważam, że jest to idealne zajęcie dla mnie. Uważam, że Provident jest dobrą firmą, a wielu klientów już po zakończeniu współpracy otwarcie przyznaje się, że wybrało dobre i wygodne rozwiązanie, które wsparło ich w potrzebie.



Poznajcie naszych doradców

Profesjonalne wsparcie

Wizytówką firmy są nasi doradcy, których liczba na koniec 2013 r. przekroczyła 9,2 tys. Spoczywa na nich wielka odpowiedzialność, bo to z nimi spotykają się nasi klienci. Nie tylko przedstawiają ofertę i odbierają raty pożyczek, lecz także pomagają w podejmowaniu decyzji finansowych. Znają środowisko, uwarunkowania, miejscowe problemy, co ułatwia im działanie. Od tego, w jaki sposób pracują, jak podchodzą do ludzi, jak przedstawiają naszą ofertę, zależy wizerunek Providenta.

Nasze wspólne zobowiązania reguluje polityka dla doradców klienta, omawiająca wszystkie ważne etapy działania, od obowiązków doradców, poprzez reguły udzielania pożyczek, standardy obsługi klienta, zasady postępowania z wewnętrznymi dokumentami, aż po przeciwdziałanie korupcji i przestrzeganie standardów etycznych. Także sama forma kontaktów z klientami nie jest pozostawiona przypadkowi – wsparciem służy tu dokument „Standardy obsługi klienta, czyli 8 kroków do sukcesu”. Definiuje on modelowy wzór zachowań doradców, oparty na wizji i wartościach spółki oraz na realizacji obietnic, które składamy klientom. Okre-

ślone w poradniku kluczowe momenty wymagające szczególnej uwagi to pierwszy kontakt, obsługa wniosku, udzielenie pożyczki, odbiór rat, kontynuacja współpracy, zarządzanie pożyczką, spłata pożyczki i dalsza współpraca. Każda z tych sytuacji została opisana tak, by doradca wiedział, jak może w danym momencie czuć się klient, i odpowiednio reagować, by zmaksymalizować jego zadowolenie z obsługi. Dla wielu z nich współpraca z Providentem stanowi dodatkowe źródło dochodu, co jest możliwe dzięki elastyczności warunków umowy o świadczeniu usług. Nasi doradcy wykonując swoje zadania, nie podlegają bezpośredniemu kierownictwu Providenta, mają dużą swobodę działania w dniach i godzinach najbardziej dla nich dogodnych, sami ustalają plan swoich wizyt, dobierają klientów i ustalają z nimi zasady współpracy. Świadczenie usług odbywa się w ramach przestrzegania najwyższych standardów Provident Polska. Doradcą klienta najczęściej zostają osoby „z sąsiedztwa”, poszukujące – poza możliwością uzupełnienia domowego budżetu – także nowych doświadczeń zawodowych lub rozwinięcia dodatkowych umiejętności.

Standardy obsługi klienta, czyli 8 kroków do sukcesu





Głos klientów

Słuchamy głosu klientów

Nieustannie zależy nam na podnoszeniu standardu świadczonych usług, dlatego zachęcamy naszych klientów do zgłaszania swoich opinii, sugestii i pomysłów dotyczących działalności firmy i oferty, a także informowania nas o ewentualnych nieprawidłowościach. Każde takie zgłoszenie traktujemy z należytą powagą.

Informacje zwrotne są zawsze bardzo cennym źródłem wiedzy firmy na temat postrzegania jej samej i świadczonych przez nią usług przez rynek i klientów. Dla nas ważny jest każdy głos, dlatego zapewniamy możliwość kontaktu z Providentem za pomocą kilku niezależnych kanałów. Swoje uwagi lub prośbę o ofertę pożyczki można zgłaszać za pośrednictwem doradców, infolinii czy też po prostu pisząc do nas tradycyjny list.

Porozmawiaj z doradcą

Dla klientów Providenta najprostszym i najbardziej oczywistym sposobem przekazywania uwag i opinii są rozmowy z doradcami. Co tydzień spotykają się z klientami, więc kontakt z nimi jest

bardzo prosty i wygodny. Każdy z doradców jest zobowiązany odwiedzić w tygodniu wszystkich swoich klientów. Ze swoim doradcą klient może skontaktować się albo poprzez infolinię, której pracownicy prześlą informację do właściwej osoby, lub – w przypadku stałego klienta – dzwoniąc bezpośrednio na jego telefon komórkowy. Pytania kierowane do doradców najczęściej do-

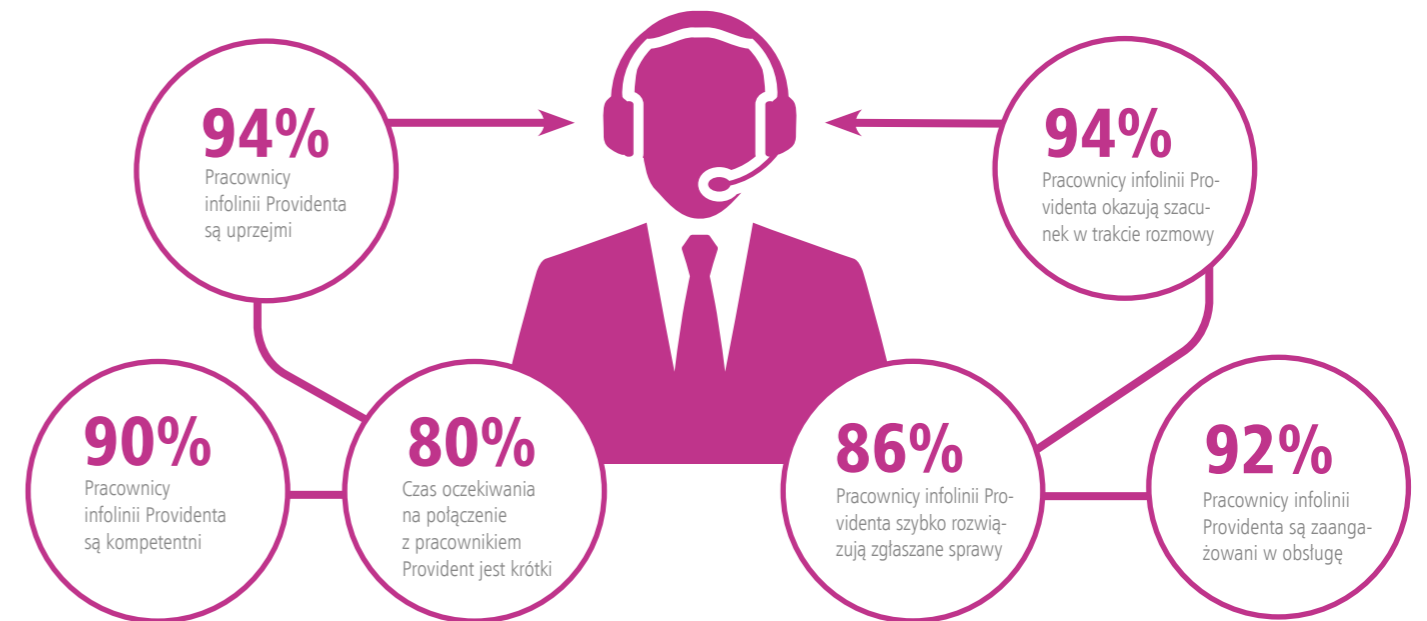
tyczą kwestii pożyczkowych (wysokości spłacanych rat, możliwości wcześniejszej spłaty, samego systemu spłat, ubezpieczenia pożyczki, różnic między pakietem przelew a pakietem gotówka) czy też nowych produktów. Klienci zwracają się także z prośbami o wyjaśnianie aktualnych promocji lub zmianę terminu wizyty, np. z powodu wyjazdu.



WIOLETTA WASIURA
Koordynator ds. Rozwoju Obsługi Klienta,
Provident Polska

Klient to nasz partner, dlatego zanim złożymy mu jakąkolwiek propozycję współpracy, dokładnie analizujemy jego faktyczne potrzeby i możliwości. Fachowe doradztwo jest u nas standardem i poprzedza każdą, nawet wstępną i niewiążącą ofertę, bo naszym nadrzędnym celem jest zadowolenie klienta z proponowanych mu usług i produktów. Aby to osiągnąć, dbamy o elastyczność oferty; wypracowanie jej wspólnie z klientem buduje poczucie, że proponowane przez nas rozwiązania finansowe są szyte na miarę.

Infolinia: wysokie oceny od klientów



Źródło: Millward Brown, „Lojalność i satysfakcja klientów Provident”, 2013 r., próba 2251 klientów. Klienci oceniali infolinię w skali 1–7, a podane wartości dotyczą oceny 6 i 7.

Zadzwoń na infolinię

Wygodną formą kontaktu z Providentem jest infolinia, czynna przez siedem dni w tygodniu od 7 do 21.

W celu zoptymalizowania procesu obsługi klienta wdrożyliśmy dwa kanały infolinii: sprzedażowy i obsługowy. Infolinia sprzedażowa dedykowana jest wszelkim zapytaniom o usługi i produkty klientów, którzy po raz pierwszy mają kontakt z Providentem, druga – obsługuje klientów aktywnych, pomagając m.in. w kwestiach kolejnych pożyczek czy szczegółów zawartych umów, w zmianie danych osobowych czy reklamacjach. Dominującym tematem, z którym zwracają się dzwoniący, są pytania związane z ofertą pożyczkową. Dzięki odpowiedniemu przygotowaniu pracowników infolinii już na tym etapie jesteśmy w stanie wstępnie określić i zwerifikować, czy firma będzie miała ofertę dla danej osoby, czy nie.

Infolinia jest także podstawowym kanałem do zgłaszania reklamacji i składania

różnego rodzaju wniosków dotyczących działania spółki. Tą drogą dociera do nas ok. 84% wszystkich takich zgłoszeń. Cały czas pracujemy nad poprawą jakości infolinii. Wprowadziliśmy nową organizację zarządzania połączeniami, która zwiększyła dostępność konsultantów – zasadą jest odbieranie telefonu już po drugim dzwonku. Utworzyliśmy także specjalne zespoły ds. jakości i rozwoju, które monitorują i analizują prowadzone rozmowy (wszystkie są rejestrowane w trosce o najwyższą jakość usług). Cieszy nas, że efekty tych działań są widoczne – według badania „Lojalność i satysfakcja klientów Provident” zrealizowanego w 2013 r. przez Millward Brown na próbie 2251 losowo wybranych klientów spółki nasza infolinia cieszy się wśród nich dużym uznaniem. Wysokie oceny dotyczą zarówno postaw pracowników (uprzejmość, chęć pomocy, kompetencja), jak i łatwości kontaktu.

DOBRA PRAKTYKA

Krzesło klienta

Przygotowując nowe produkty, rozwijając istniejące, podnosząc kompetencje naszych doradców, zawsze staramy się patrzeć na firmę i naszą ofertę oczami klientów. Aby podkreślić ten „klientocentryzm”, w 2013 r. w salach konferencyjnych i pokojach spotkań oznaczyliśmy niektóre krzesła logo „Przed wszystkim klient”. To zachęta dla osób, które podczas spotkań będą siedziały na nich, aby wcieliły się w rolę klienta i reprezentowały jego interesy. Zależy nam na tym, aby jego głos był obecny i ważny podczas każdej dyskusji.



Badanie satysfakcji i jakości obsługi

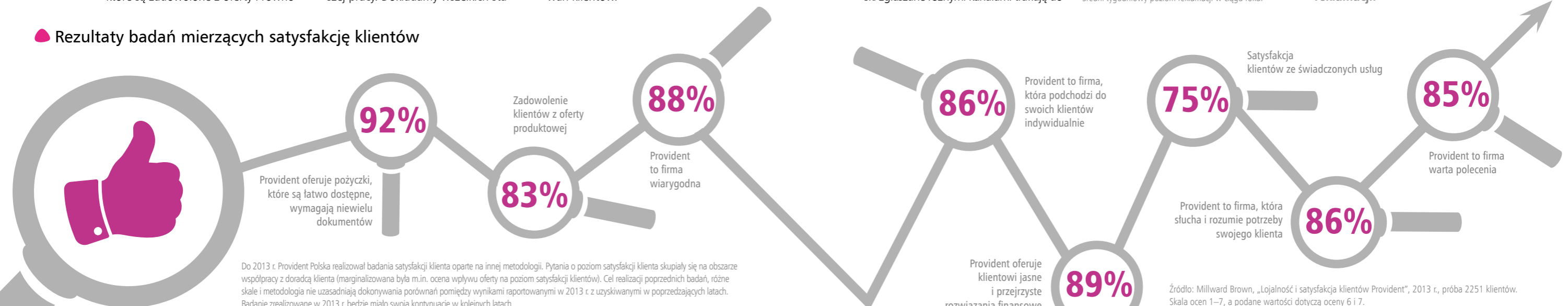
Klienci są zadowoleni

Zadowolenie klientów jest dla nas kwestią kluczową. Czy udaje się nam spełniać ich oczekiwania? W 2013 r. podaliśmy nasze działania ich ocenie – zapytaliśmy, czy jesteśmy firmą godną polecenia i jaka jest satysfakcja z naszych usług. Okazało się, że klienci bardzo zadowoleni ze współpracy z Providentem, czyli tzw. ambasadory (osoby, które są zadowolone z oferty i równo-

częściej skłonne zarekomendować innym nasze usługi), stanowią ponad połowę badanych osób. Około 62% respondentów w sytuacji wystąpienia potrzeby pożyczkowej w przyszłości deklaruje, że prawie na pewno skorzystałoby z oferty Providenta. Dobre oceny to powód do satysfakcji, ale i ogromna mobilizacja do dalszej pracy. Dokładamy wszelkich sta-

rań, by systematycznie powiększać tę coraz liczniejszą grupę wiernych i lojalnych klientów. Na bieżąco analizujemy wszystkie aspekty istotne dla klienta i na tej podstawie wdrażamy działania naprawcze. Badania satysfakcji wykorzystujemy przy poprawie jakości obsługi, a także przy tworzeniu nowej oferty produktowej, dopasowanej do oczekiwań klientów.

Rezultaty badań mierzących satysfakcję klientów



Do 2013 r. Provident Polska realizował badania satysfakcji klienta oparte na innej metodologii. Pytania o poziom satysfakcji klienta skupiały się na obszarze współpracy z doradcą klienta (marginalizowana była m.in. ocena wpływu oferty na poziom satysfakcji klientów). Cel realizacji poprzednich badań, różna skala i metodologia nie uzasadniają dokonywania porównań pomiędzy wynikami raportowanymi w 2013 r. z uzyskiwanymi w poprzedzających latach. Badanie zrealizowane w 2013 r. będzie miało swoją kontynuację w kolejnych latach.

Reklamacje są potrzebne

Nasz biznes zależy od zdobycia i utrzymania zaufania i lojalności naszych klientów. A te zdobywa się m.in. przez podnoszenie jakości usług, jak i otwarte rozmowy o tym, co powinniśmy poprawić. Dlatego zachęcamy zarówno do składania uzasadnionych reklamacji, jak i pochwał, jeśli coś robimy naprawdę dobrze. Aby ułatwić rozpoczęcie ewentualnych procedur, nasi doradcy informują klientów, w jaki sposób mogą to zrobić i do kogo kierować skargi i wnioski, które można składać poprzez infolinię, pocztą elektroniczną, pisemnie za pośrednictwem poczty lub też bezpośrednio u doradców.

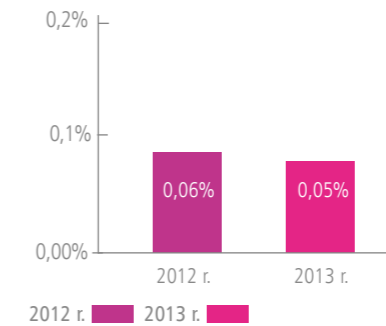
W 2013 r. wprowadziliśmy dwie kategorie kontaktów podejmowanych z firmą przez naszych klientów. Jedną z tych kategorii stanowią reklamacje, czyli wszelkie uwagi w stosunku do Providenta dotyczące produktów, usług, poziomu obsługi czy zachowań pracowników. Druga kategoria to wnioski, czyli prośby i zapytania niebędące reklamacjami, u których podstaw leżą m.in. przepisy prawa lub indywidualne potrzeby produktowe. Uwagi naszych klientów są dla nas najważniejsze, bo pomagają nam się doskonalić i poprawiać sposób funkcjonowania firmy. Z równą atencją i powagą podchodzimy do rekomendacji naszych klientów, które są cennymi spostrzeżeniami pozwalającymi poprawiać jakość naszych usług.

Sposób reakcji na te zgłoszenia reguluje polityka reklamacyjna. Reklamacje i wnioski zgłaszane różnymi kanałami trafiają do

Zespołu ds. Kontakt z Klientami, który powstał m.in. po to, by zapewnić naszym klientom najwyższe standardy obsługi. Pomimo 15 dni kalendarzowych na rozpatrzenie wniosku – zgodnie z wewnętrznymi przepisami – średni czas rozpatrywania reklamacji jest o połowę krótszy (w 2012 r. wynosił 5,76 dnia, a w 2013 r. – 7,32 dnia). Reklamacje w obsłudze powyżej 30 dni wyniosły w 2012 r. 0,33% i 2013 r. – 0,2%. Maksymalnie w ciągu dwóch dni roboczych od otrzymania reklamacji klient otrzymuje informacje o czasie i sposobie jej obsługi, co także reguluje wewnętrzna procedura. Klient może też żądać informacji o powodach powstania sytuacji reklamacyjnej oraz naprawienia i zrekompensowania powstałych nieprawidłowości.

Wskaźnik reklamacji

Liczba reklamacji w stosunku do średniej liczby klientów



Źródło: Dane własne Provident Polska. Średni tygodniowy poziom reklamacji w ciągu roku.

DOBRA PRAKTYKA

Klienci listy piszą

Cieszy nas, że zadowoleni klienci dzielą się swoimi doświadczeniami ze współpracy z Providentem. „Witam serdecznie, jestem bardzo zadowolona z Waszych usług, szybko, przyjemnie i wygodnie, miła i rzetelna obsługa (...), poleciłam dużej grupie znajomych firmę Provident i wszyscy są zadowoleni” – to jeden z listów, które są podziękowaniem za nasze starania. W podziękowaniu, jakie jedna z naszych klientek złożyła w Centrum Windykacji, znalazło się zdanie: „Nie taka windykacja straszna, jak ją malują...”. Otrzymałszy podziękowania za mądre i przychylne rozłożenie rat i za to, że jako jedyni potrafiliśmy znaleźć rozwiązanie dogodne dla obydwu stron. Listy do Zespołu ds. Kontakt z Klientami nadsyłają także osoby zadowolone z obsługi ich reklamacji. Podziękowania „za miłą i fachową rozmowę oraz za sposób rozpatrzenia reklamacji” świadczą o profesjonalnej obsłudze oraz kompetencjach naszych pracowników.

Liczba reklamacji spadła w 2013 r. w porównaniu z 2012 r. o 13%. Tylko 1 z 5000 klientów zgłasza zastrzeżenia do obsługi w formie reklamacji.



Partner w biznesie



95%

Polaków ceni uczciwość
w codziennym życiu.

Źródło: CBOS

1,5 tys.

dostawców Providenta
– uczciwość to podstawa
naszych relacji partnerskich.

Źródło: Provident Polska

5.



Strategiczne podejście

Omówienie obszaru strategii

Podstawą współpracy z kontrahentami i dostawcami w Provident Polska jest partnerstwo i uczciwość. Od samego początku procesu przetargowego charakteryzujemy się przejrzystością i jasno określonymi wymaganiami. Chcemy współpracować z tymi, którzy podobnie do nas rozumieją odpowiedzial-

ność w biznesie, dlatego do systemu wyboru dostawców włączyliśmy kwestionariusz oceny kwestii CSR-owych i planujemy rozszerzyć zakres naszych audytów względem kontrahentów o te aspekty. Wierzymy, że takie podejście zapewnia bezpieczeństwo w łańcuchu dostaw i zmniejsza ryzyko jego prze-

rwania. Z partnerami, z którymi podjęliśmy współpracę, tworzymy długotrwałe relacje i zapraszamy ich do wspólnego poszukiwania innowacyjnych rozwiązań i usprawniania procesów biznesowych. W ten sposób budujemy naszą i ich przewagę konkurencyjną na rynku oraz wzmacniamy wzajemne relacje.

Strategicznie w łańcuchu dostaw

W bazie łańcucha dostaw Provident Polska znajduje się obecnie ok. 1,5 tys. dostawców, z których wielu to znane i liczące się światowe marki. Dostawcy międzynarodowi szacunkowo stanowią 60% partnerów biznesowych, uznawanych za kluczowych dla naszej organizacji, a ok. 40% stanowią rodzime marki. Od trzech lat funkcjonuje w naszym łańcuchu dostaw tzw. segmentacja dostawców na kluczowych, strategicznych, standardowych i rozwijających się. Podstawą klasyfikacji jest wartość obrotów z Provident Polska i ich znaczenie dla biznesu.

Nasze relacje budujemy na bazie dialogu, co znajduje swoje odzwierciedlenie w wiedzy i znajomości systemu segmentacji przez każdego z naszych partnerów. Dzięki niemu Biuro Zakupów i Zarządania Dostawcami wspólnie z biznesem dostosowuje strategię współpracy, aby zapewnić maksymalne i obustronne korzyści, wysoką jakość i ograniczyć ryzyko kooperacji. W 2012 r. wdrożyliśmy „Politykę zarządzania ryzykiem łańcucha do-

staw Provident Polska”, która pozwala w usystematyzowany sposób na różnych etapach współpracy, począwszy od wyboru dostawcy, poprzez realizację, aż do zamknięcia kontraktu, monitorować wynikające z niej ryzyka prawno-ekonomiczne. Raporty, które tworzymy, realizując tę politykę, są omawiane cyklicznie z Członkami Zarządu Provident Polska.

Promowanie wysokich standardów współpracy

Kwestionariusz dla dostawców zawarty w „Polityce odpowiedzialnego zarządzania łańcuchem dostaw” obejmuje kryteria etyczne, społeczne i ekologiczne. Jest on nie tylko wymogiem podyktowanym naszymi wewnętrznymi standardami, ale i odpowiedzią na oczekiwania interesariuszy zewnętrznych. Jako firma będąca częścią globalnej spółki IPF rozumiemy potrzebę przejrzystości w naszym łańcuchu dostaw. Jakiemukolwiek uchybienia ze strony kontrahenta wpływają niekorzystnie na reputację nie tylko samego dostawcy,

ale również jego największych odbiorców – czyli Providenta. Dlatego współpracujemy z firmami, które dzielą nasze zaangażowanie w promowanie wysokich standardów odpowiedzialnego działania.



MONIKA BIS
Dyrektor Biura Zakupów i Zarządzania Dostawcami, Provident Polska

Nasza firma rokrocznie stawia sobie ambitne cele związane z rozwojem. Wchodzimy w fazę zaawansowanych technologii, rozwijamy się na nowych rynkach, poszukujemy rozwiązań zwiększających naszą atrakcyjność dla Klientów. Realizacja tych celów nie byłaby możliwa bez naszych zewnętrznych partnerów handlowych. To oni wspierają nas w naszych koncepcjach zmian swoją wiedzą i swoim doświadczeniem współpracując z innymi podmiotami na rynku oraz proponując nam najbardziej adekwatne i dopasowane do naszych potrzeb rozwiązania.



ANDRZEJ ZAWISTOWSKI
Członek Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Menedżerów Logistyki

Partnerska i trwała współpraca z dostawcami to obecnie jeden z kluczowych obszarów nowoczesnego biznesu. Od kilku lat Provident Polska realizuje wiele inicjatyw, aby proces zakupowy był transparentny, a wszyscy dostawcy byli traktowani jednakowo i otrzymywali potrzebne im informacje, w tym o wynikach negocjacji. Uczciwość i szacunek wobec dostawców to podstawowe wartości kodeksu etycznego firmy. W każdym postępowaniu jednym z kryteriów oceny ofert przez Departament Zakupów Provident Polska jest zaangażowanie dostawcy w zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczną. Firma od lat wspiera inicjatywy integrujące środowiska zakupowe w Polsce, będąc Członkiem Wspierającym Polskiego Stowarzyszenia Menedżerów Logistyki, zrzeszającego wysokiej klasy menedżerów łańcucha dostaw. Przedstawiciele Provident Polska na tym forum aktywnie zajmują się promowaniem dobrych praktyk.

Dbamy o naszych dostawców

Jesteśmy dużym, budzącym zaufanie partnerem w biznesie. Chętnie współpracujemy z nami rynkowi liderzy, co potwierdza mocną i stabilną pozycję Providenta. Pracujemy z najlepszymi i największymi markami, takimi jak Orlen, Orange, GTS, Google, Metlife, Hewlett Packard Polska, Ricoh czy Toyota. Obroty z kluczowymi partnerami handlowymi sięgają ok. 100 mln zł rocznie. W relacjach z dostawcami prze-

strzegamy standardów współpracy opierających się na tzw. Karcie dostawcy. Opisałyśmy w niej nasze standardy, wartości oraz wzajemne prawa i obowiązki. Ta współpraca jest dla nas czymś więcej niż tylko zobowiązaniem stron do zaspokajania naszych potrzeb biznesowych. Chętnie korzystamy z doświadczeń dostawców, prosimy o poradę i wsparcie w tworzeniu naszych procesów wewnętrznych.

Nasze zobowiązania na przyszłość

Filar 6: Współpracujemy z dostawcami odpowiedzialnie i na zasadzie partnerstwa

Cel	Wskaźnik	Ramy czasowe
Promocja najwyższych standardów współpracy handlowej	% pozyskanych dostawców, z najwyższą oceną w kwestionariuszu dla RSCM – 30% w 2014 r., 60% w 2015 r., 80% w 2016 r.	2016 r.
Minimalizacja ryzyka przerwania współpracy w łańcuchu dostaw	Minimalizacja ryzyka do poziomu 80% z kluczowymi dostawcami (green wg RAG)	2016 r.
Nowe korzyści z współpracy handlowej	Stworzenie platformy z programami lojalnościowymi dla każdego pracownika	2015–2016

Nasza strategia CSR na lata 2014–2016





Odpowiedzialny łańcuch dostaw

Sprawdzamy naszych dostawców

W Provident Polska dążymy do współpracy z kontrahentami, którzy tak jak my prowadzą swój biznes w sposób odpowiedzialny, z poszanowaniem standardów etycznych, kwestii społecznych i środowiskowych. Przy wyborze dostawców produktów lub usług oraz przy podejmowaniu decyzji zakupowych, zgodnie z „Polityką odpowiedzialnego zarządzania łańcuchem dostaw”, sprawdzamy, czy możemy im zaufać. Jednocześnie chcąc budować zrównoważony łańcuch dostaw, podejmuje dialog z kontrahentami, wspólnie wypracowując rozwiązania minimalizujące nasz negatywny wpływ na środowisko i optymalizujące procesy wynikające z realizacji kontraktów. Co roku przeprowadzamy audyt jakościowy u naszych kluczowych dostawców,

powiązany z informacją zwrotną dotyczącą bieżącej współpracy. Kontrahenci podlegają także corocznej ewaluacji mającej na celu weryfikację stabilności finansowo-prawnej naszego partnera. W przypadku gdy wynik audytu lub ewaluacji okresowej jest poniżej oczekiwanego poziomu, spisujemy i wdramy wspólnie z kontrahentem program naprawczy.

Łańcuch dostaw w organizacji

W strukturze Biura Zakupów i Zarządzania Dostawcami Provident Polska wyodrębniono pięć segmentów strategicznych, za które odpowiedzialni są tzw. kupcy wiodący. Każdy z nich na co dzień zarządza relacjami i wspólnie z biznesem dostosowuje strategię współpracy, aby zapewnić maksymalne



GABRIEL GRUDZIŃ
Dyrektor Rynku Orange Polska

Wysokie oczekiwania co do jakości usług i produktów stawiane oferentom przez Provident Polska idą w parze z partnerskim traktowaniem dostawców. Współpraca, mimo twardych negocjacji cenowych, budowana jest na zasadzie win-win i nastawiona na długofalowe współdziałanie. Doceniamy ściśle zdefiniowany zakres zadań Departamentu Zakupów i Zarządzania Dostawcami. Każdy z jego pracowników ma własną domenę zakupową, co powoduje, że jest zorientowany w realiach rynkowych. Warto podkreślić jest celne i klarowne podejście do procesu zakupowego, obejmujące m.in. wystandaryzowany model zapytań ofertowych kierowanych do potencjalnych kontrahentów. We współpracy z Providentem cenimy także przejrzystą i merytoryczną komunikację podczas negocjacji handlowych.

korzyści, wysoką jakość i zminimalizować ryzyko współpracy. Wszyscy dostawcy są zobowiązani do spełniania lokalnych i krajowych wymogów prawnych w zakresie ochrony środowiska, zatrudnienia oraz BHP. Bez względu na obowiązujące prawo lokalne oczekujemy, że będą oni stosować się do postanowień ośmiu głównych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy, obejmujących kwestie związane ze swobodą zrzeszania się, z pracą dzieci, pracą przymusową oraz równouprawnieniem. Wynikiem takiej procedury jest ocena punktowa, która albo klasyfikuje firmę do grona rekomendowanych dostawców grupy IPF, albo powoduje, że dotychczasowy kontrahent jest z takiej listy usuwany. W uzasadnionych przypadkach przewidujemy możliwość wdrożenia przez naszego partnera biznesowego planów naprawczych i wyznaczenia okresu na dokonanie zmian, które pozwolą mu zachować miejsce na liście rekomendowanych dostawców.

Ryzyko w łańcuchu

Dla zapewnienia bezpieczeństwa naszej działalności od momentu podjęcia decyzji o wyborze kontrahenta do momentu zakończenia współpracy stworzyliśmy Książkę Ryzyk, opisującą kilkanaście zagrożeń związanych ze specyfiką rynku, na którym pozyskujemy dostawców. Dodatkowo przygotowaliśmy „Instrukcję zarządzania ryzykiem łańcucha dostaw oraz dostawcami”, która szczegółowo opisuje osiem typów ryzyka i procedury umożliwiające eliminowanie potencjalnych trudności i zagrożeń. Równocześnie budujemy świadomość dostawców, że także w ich interesie leży informowanie nas z wyprzedzeniem o zmianach rynkowych, które mogą znacząco wpływać na ich działalność. Pozwala to zabezpieczyć biznes i zminimalizować ryzyko przerwania łańcucha dostaw.

Uczciwe kryteria



204

Całkowita liczba nowych dostawców, z którymi organizacja już rozpoczęła współpracę lub zamierza ją podjąć (liczba wszystkich dostawców, z którymi Biuro Zakupów współpracuje w danym roku, na podstawie umów lub/i na podstawie tylko faktur).

62

Liczba nowych dostawców, którzy zostali poddani ocenie pod kątem kryteriów pracowniczych, wszyscy dostawcy, którzy uzupełnili kwestionariusz RSCM.

30%

Odsetek dostawców, którzy zostali poddani ocenie pod kątem określonych kryteriów.

W 2013 r. spółka wdrożyła kwestionariusz dla dostawców. Zgodnie z polityką grupy IPF i Provident Polska tylko dostawca z umową przekraczającą 200 000 zł (wysokość progu przetargowego) poddawany jest obowiązkowej ocenie.

Kryteria określone w kwestionariuszu dla dostawców obejmują następujące obszary

Kryteria pracownicze:

- praktyki zatrudnienia
- praktyki dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy
- godziny pracy, warunki pracy
- wynagrodzenia i odszkodowania
- występowanie zdarzeń takich, jak: molestowanie słowne, fizyczne, psychiczne, seksualne; nadużycia, przymus

Kryteria przestrzegania praw człowieka:

- zatrudnianie dzieci
- dyskryminacja
- praca przymusowa bądź obowiązkowa
- wolność zrzeszania się
- prawa ludności rdzennej
- praktyki bezpieczeństwa

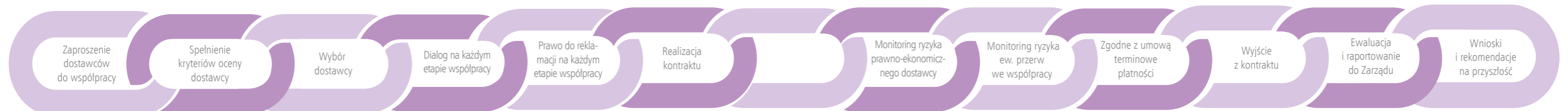
Kryteria wpływu na społeczeństwo:

- wpływ na lokalne społeczności
- korupcja
- polityka publiczna
- zgodność z lokalnym prawem
- nieuczciwa konkurencja

Kryteria środowiskowe:

- zmniejszanie zużycia energii, wody, surowców
- zmniejszanie produkcji odpadów
- bioróżnorodność
- ograniczanie emisji CO₂ i związków zanieczyszczających atmosferę
- ograniczanie wpływu na środowisko wynikającego z transportu produktów i pracowników

Łańcuch dostaw





Dobry pracodawca



50%

pracujących Polaków ma umowę
o pracę na czas nieokreślony.

Źródło: CBOS

100%

pracowników Provident Polska
jest zatrudnionych na umowę
o pracę.

Źródło: Provident Polska

6



Strategiczne podejście

Omówienie obszaru strategii

Najważniejszymi interesariuszami Provident Polska obok klientów są nasi pracownicy i doradcy klienta, bo to dzięki nim możemy realizować nasze cele strategiczne i odpowiadać na nowe wyzwania. Chcąc być pożądanym pracodawcą, zapewniamy uczciwe warunki wynagrodzenia i rozwoju zawodowego poprzez

wdrożenie jasnych i przejrzystych zasad na każdym etapie rozwoju pracownika w naszej organizacji. Uważamy, że czynnikiem stymulującym do innowacyjnych rozwiązań i otwartości jest różnorodność. Stawiamy na zespoły złożone z różnych płci i osób w zróżnicowanym wieku. Wierzymy także, że na każdym etapie rozwoju

zawodowego wciąż można się doksztalać, dlatego oferujemy szeroki wachlarz szkoleń i warsztatów. Kwestią dla nas niezwykle ważną jest również włączenie pracowników i doradców w proces zarządzania firmą i wsluchanie się w ich opinie, dlatego umożliwiamy to przez różne kanały komunikacji.

Nasza strategia CSR na lata 2014–2016



Zaangażowane środowisko pracy

Satysfakcja i zaangażowanie naszych ludzi jest istotnym źródłem sukcesu Provident Polska, dlatego też jako jeden z celów strategicznych wskazujemy budowanie zaangażowanego miejsca pracy. Budowanie zaangażowania jest przyjętą przez organizację filozofią zarządzania zasobami ludzkimi, to podejście w zarządzaniu biznesem bazujące na uwzględnieniu wpływu angażowa-

nia się pracownika w działanie na rzecz organizacji na politykę personalną, politykę rozwoju organizacji oraz produktywność przedsiębiorstwa. Provident Polska ma mocne fundamenty, aby tworzyć zaangażowane środowisko pracy. Ma bowiem dobre podstawy, takie jak misja i wizja, a także zakorzenioną kulturę organizacyjną będącą zbiorem wartości i postaw.

Provident Polska – nasze zaangażowanie i satysfakcja

W każdym roku prowadzimy badanie zaangażowania (engagement survey). Badanie traktowane jest jako integralna część procesu budowania zaangażowania, jest narzędziem, a nie celem, traktujemy je jako platformę komunikowania się z pracownikami i doradcami klienta, a pozyskane informacje – jako cenne źródło inspiracji do dalszych działań na poziomie spółki i poszczególnych zespołów. Badanie zaangażowania ma charakter globalny i jest przeprowadzane w jednym czasie na wszystkich rynkach grupy IPF. Od kilku lat współpracujemy z amerykańskim Instytutem Gallupa. Do udziału w badaniu zapraszamy wszystkich pracowników i współpracujących z nami doradców. Uczestnicy wypełniają kwestionariusz składający się z 12 pytań podstawowych oraz kilku dodatkowych, dotyczących działań

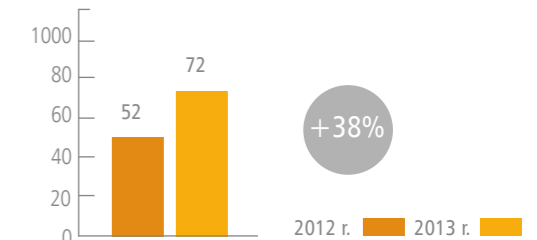
podjętych przez spółkę. Gwarantowana jest anonimowość. W każdym roku notujemy wysoką frekwencję udziału w badaniu, w ostatniej edycji udział wzięło 9709 osób, co stanowiło ponad 90% uprawnionych. Wynik, jaki uzyskaliśmy w badaniu, jest imponujący. Uczestnicy ocenili swój poziom zaangażowania na 72 procenty, co stanowi wynik aż o 20 procenty wyższy niż w roku wcześniejszym. Oznacza to, że wśród badanych firm na całym świecie aż 72% legitymuje się niższym poziomem zaangażowania. Ankietowani najlepiej ocenili relacje z przełożonymi i pozyskiwanie informacji zwrotnej, a także dostęp do materiałów i wyposażenia niezbędnego do pracy (85 perc.), znajomość oczekiwań (75 perc.), możliwości podnoszenia kwalifikacji i rozwoju (80 perc.).

Nasze zobowiązania na przyszłość

Filar 7: Zapewniamy przyjazne i rozwojowe miejsce pracy dla każdego

Cel	Wskaźnik	Ramy czasowe
Opracowanie koncepcji budowania różnorodnego środowiska pracy	Wdrożenie strategii zarządzania różnorodnością w miejscu pracy	do 2016 r.
Provident wśród liderów pracodawców na polskim rynku	Uzyskanie zewnętrznej certyfikacji Top Employer 2015	2015 r.
Ciągle doskonalenie systemu ocen pracowniczych	100% pracowników podlega corocznej ocenie wyników pracy	2015 r., 2016 r.

Wyniki badania zaangażowania w Provident Polska



Średnia całkowita w procentylach

Źródło: Provident Polska – percentyle oparte są na średnich całkowitych i porównane z odpowiednią bazą danych Instytutu Gallupa w latach 2012 i 2013.



ZBIGNIEW HOJKA
Członek Zarządu,
Dyrektor ds. Zasobów
Ludzkich, Provident
Polska

Nasza strategia w obszarze zasobów ludzkich nie-rozerwalnie związana jest z misją naszej firmy. Jesteśmy pożądanym pracodawcą, który inspirowa, rozwija, docenia i nagradza. Pracownicy i doradcy klienta są dumni, że tu pracują. Jesteśmy nowoczesną organizacją o kulturze ciągłego doskonalenia się, co przekłada się na niezmiennie dobre wyniki i długofalowe osiągnięcia całego biznesu. W dobie zmieniającego się rynku i trendów społecznych tworzenie zaangażowanego środowiska pracy jest niezwykle ważne dla każdej organizacji. Zaangażowani pracownicy to jeden z naszych strategicznych celów, który na co dzień wspiera naszą działalność na rynku. Nasze wartości i kultura organizacyjna stanowią podstawę budowania dobrego i elastycznego środowiska pracy. W Providencie obowiązują takie zasady, jak: otwartość na dialog – jako kultura tworzenia rozwiązań przez ludzi i dla ludzi – równość, przejrzystość w działaniu i jasno określone kryteria zatrudnienia, promocji i awansów w oparciu o kompetencje i umiejętności. Ważnym i praktycznym narzędziem są również kompetencje precyzyjnie oczekiwane zachowania. W Biurze Głównym i w terenie mamy wyspecjalizowane struktury HR Biznes Partnerów, którzy merytorycznie współpracują z menedżerami i wspierają pracowników w budowaniu świadomości pod kątem wartości różnorodnych zespołów, postaw i zachowań. Kiedy myślę o tym, co dla mnie osobiście oznacza zaangażowane środowisko pracy, to bez wahania mówię: otwartość w prowadzeniu rozmów, udział w tworzeniu rozwiązań, możliwość wpływania na zmiany.



Miejsce pracy dla każdego

Przyjazne miejsce pracy

Naszym kapitałem są ludzie. Provident Polska jest jednym z największych pracodawców na polskim rynku. Oferujemy stabilność! Legitymujemy się wysokimi standardami w obszarze rekrutacji, wynagradzania, szkolenia i promocji pracowników i doradców klienta. Bu-

dujemy kulturę organizacji, w której kluczowymi elementami są etyka w biznesie, różnorodność, elastyczność w działaniu i otwarta komunikacja. Jesteśmy laureatami nagród dla najlepszych pracodawców, w tym w finałowej piątce Top Employers 2013.

Stabilny pracodawca

Mamy świadomość, że dla naszych pracowników, doradców klientów, ale także ich rodzin istotna jest stabilność w obszarze zatrudnienia, wynagrodzenia i świadczeń dodatkowych. Stabilność buduje się również poprzez

Liczba zatrudnionych pracowników i osób współpracujących na umowę-zlecenie



Zatrudnienie pracowników ze względu na rodzaj umowy



2012 r. ■ 2013 r. ■

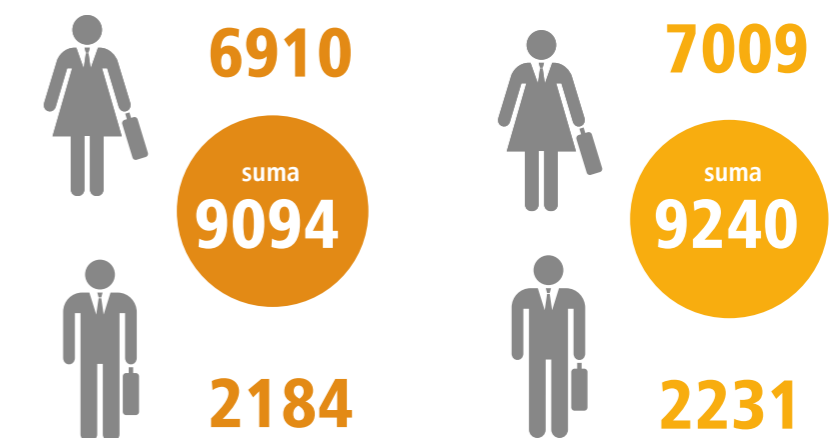
możliwość rozwoju i awansu. W obszarze zatrudniania legitymujemy się transparentnymi rozwiązaniami zgodnymi z przepisami prawa i praktyką rynkową. Standardem spółki jest zatrudnianie naszych pracowników na umowy o pracę. Z zasady pierwsza umowa jest na okres próbny, kolejna na czas nieokreślony. Nasi doradcy z kolei podpisują umowę cywilnoprawną, co związane jest z rodzajem wykonywanej pracy i zasadami współpracy, samodzielnością w działaniu i elastycznością.

Jasne zasady

Transparentność przejawia się również w procesie rekrutacji i awansowania. Model kompetencji oraz opisy stanowisk definiują oczekiwania pracodawcy, jakie muszą być spełnione przez kandydatów. Proces rekrutacji oparty jest na modelu selekcji ukierunkowanej, który gwarantuje sprawiedliwość i obiektywizm. Zasady wynagradzania definiuje obowiązująca w spółce polityka wynagradzania i świadczeń dodatkowych. Większość procesów związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi, w tym polityka równego traktowania pracow-

Doradcy klienta świadczący usługi na rzecz Provident Polska

Liczba doradców klienta



2012 r. ■ 2013 r. ■

Doradcy klienta nie są pracownikami w rozumieniu Kodeksu pracy z dnia 26 czerwca 1974 r. Doradcy klienta są osobami fizycznymi związanymi z Provident Polska umową o świadczenie usług, na podstawie której świadczą usługi pośrednictwa kredytowego. W zakresie sposobu wykonywania umowy o świadczenie usług doradca klienta zobowiązany jest do stosowania się do standardów Providenta. W zakresie zaś realizacji zadań wynikających z umowy o świadczenie usług doradcy klienta podejmują samodzielne decyzje. Umowa o świadczenie usług z doradcą klienta zawierana jest na czas nieokreślony.

David Parkinson,
Prezes Zarządu Provident Polska,
podczas uroczystego podpisania
deklaracji Karta różnorodności w lutym 2012 r.



DOBRA PRAKTYKA

W trosce o nasze mamy

Ponad połowa zespołu Providenta to kobiety, dlatego firma myśli o nich w sposób szczególny. „Dbamy o mamy” to projekt skierowany do pań przebywających na urloпах macierzyńskich. Jego celem jest wspieranie rodzicielstwa oraz rozwijanie i promowanie różnorodnych funkcji społecznych, które wiążą się z tym pięknym okresem w życiu każdej rodziny. Wszystkie firmowe mamy tuż po urodzeniu dziecka otrzymują sympatyczny upominek – tort z pieluszek oraz gratulacje od prezesa. Pozostajemy w kontakcie z naszymi mamami, co pozwala na łatwiejszy powrót do pracy po zakończeniu urlopu macierzyńskiego.



ników, została opisana i uregulowana w procedurach i instrukcjach, co zapewnia porządek i przewidywalność.

Siła różnorodności!

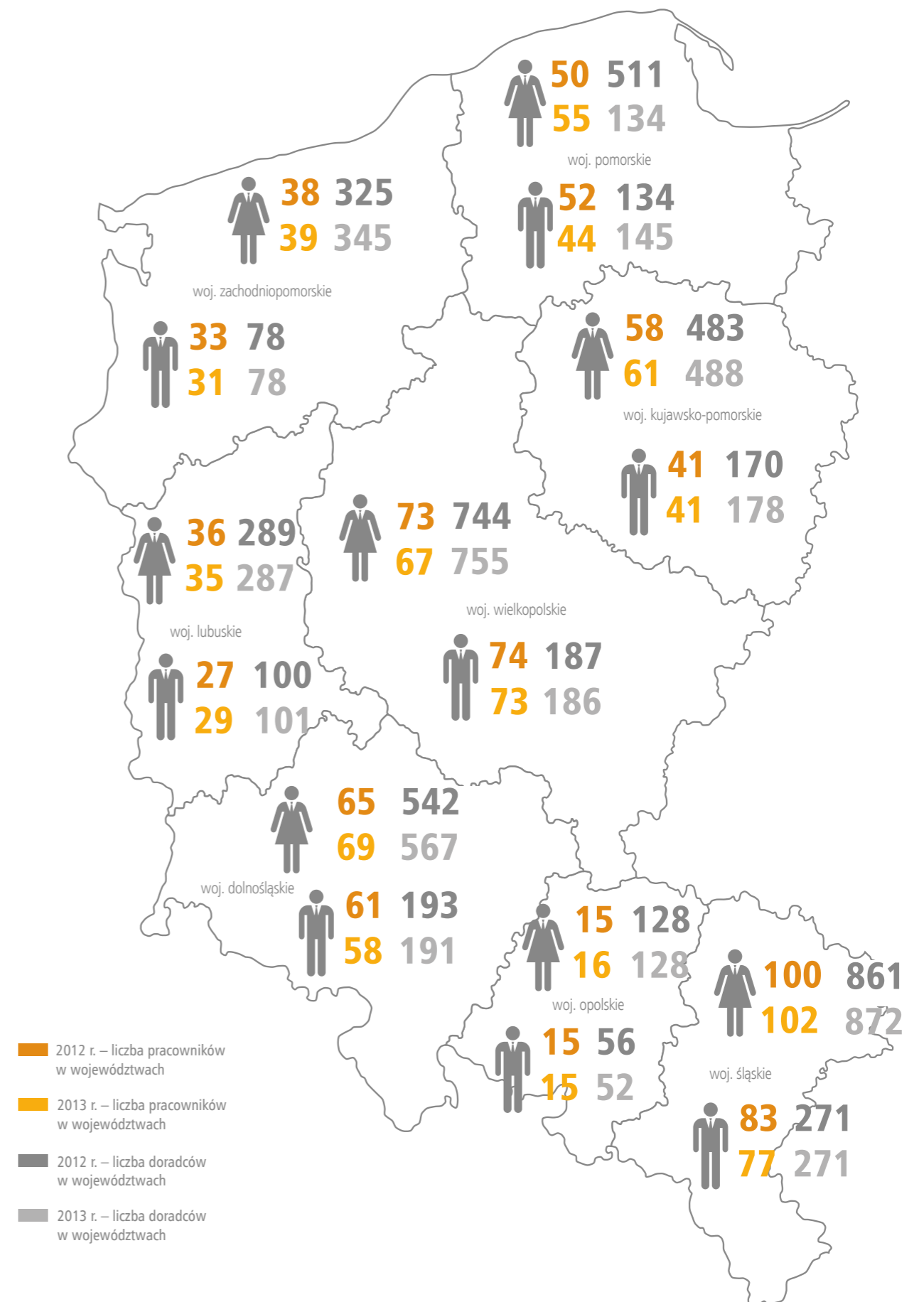
Wierzymy, że w różnorodności tkwi potencjał, który może stanowić źródło siły całej organizacji. Przyjęta strategia w tym obszarze opiera się na założeniu, że poprzez transparentne zasady działania w obszarze rekrutacji, awansu, dostępu do szkoleń i wynagradzania znosimy bariery związane z dyskryminacją pośrednią i bezpośrednią. Działamy aktywnie, budując świadomość kierowników liniowych tego, jak ważna jest różnorodność w zespole i jak wykorzystywać potencjał każdego pracownika i doradcy, bez względu na jego wiek, płeć, zobowiązania społeczne, wyznanie, orientację seksualną. Budujemy dialog z pracownikami i doradcami, dajemy im także praktyczne narzędzia do dochodzenia swoich praw. W spółce wdrożona została procedura składania skarg, HR Biznes Partnerzy pomagają rozwiązywać trudne sytuacje personalne. Działa również niezależna infolinia Whistleblowing.

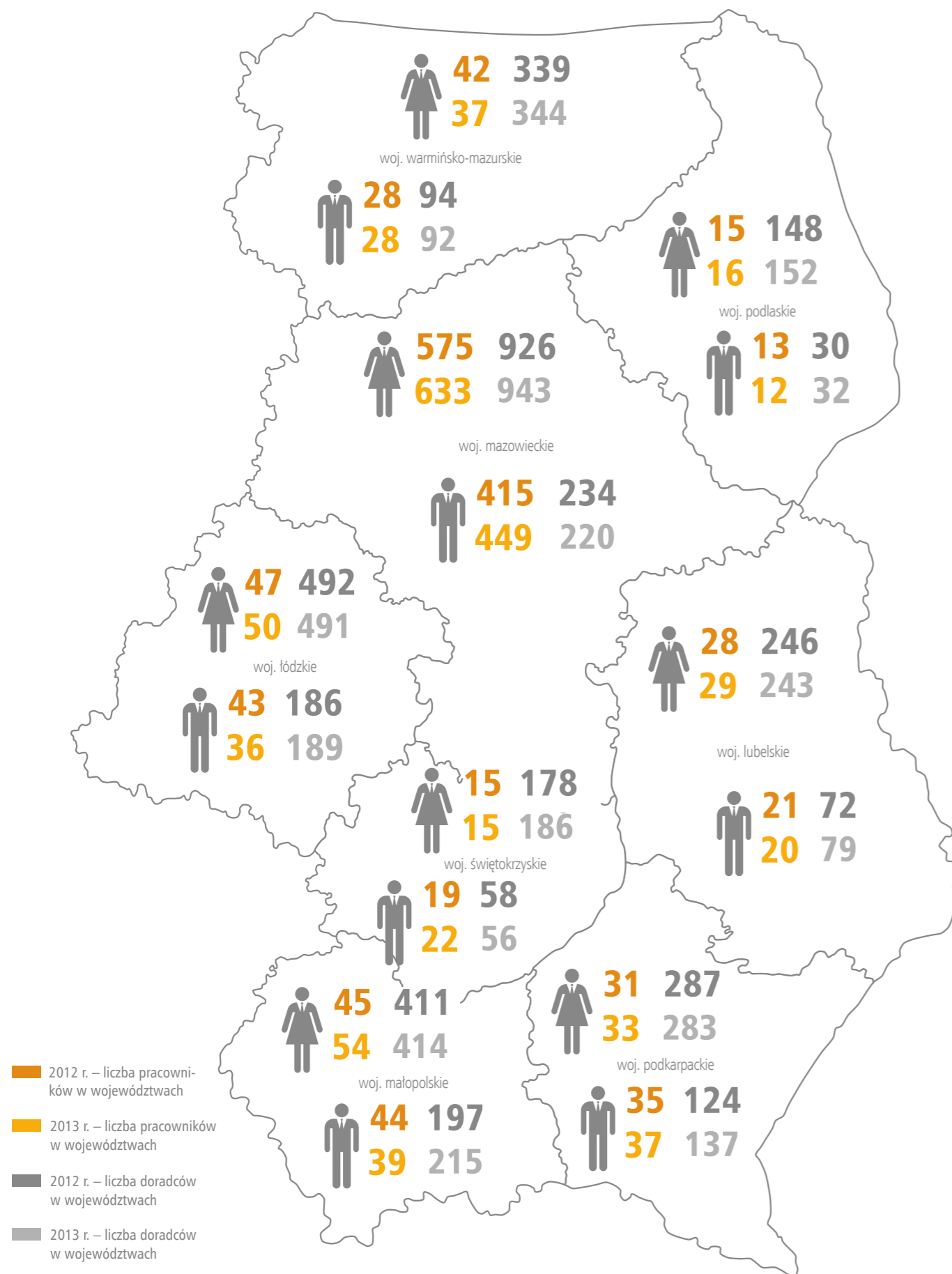
Elastyczne podejście

Proponujemy rozwiązania pozwalające na utrzymanie równowagi praca–życie osobiste. W 2014 r. wdrożyliśmy elastyczne formy czasu pracy, w tym zadaniowy czas pracy, indywidualny i skró-

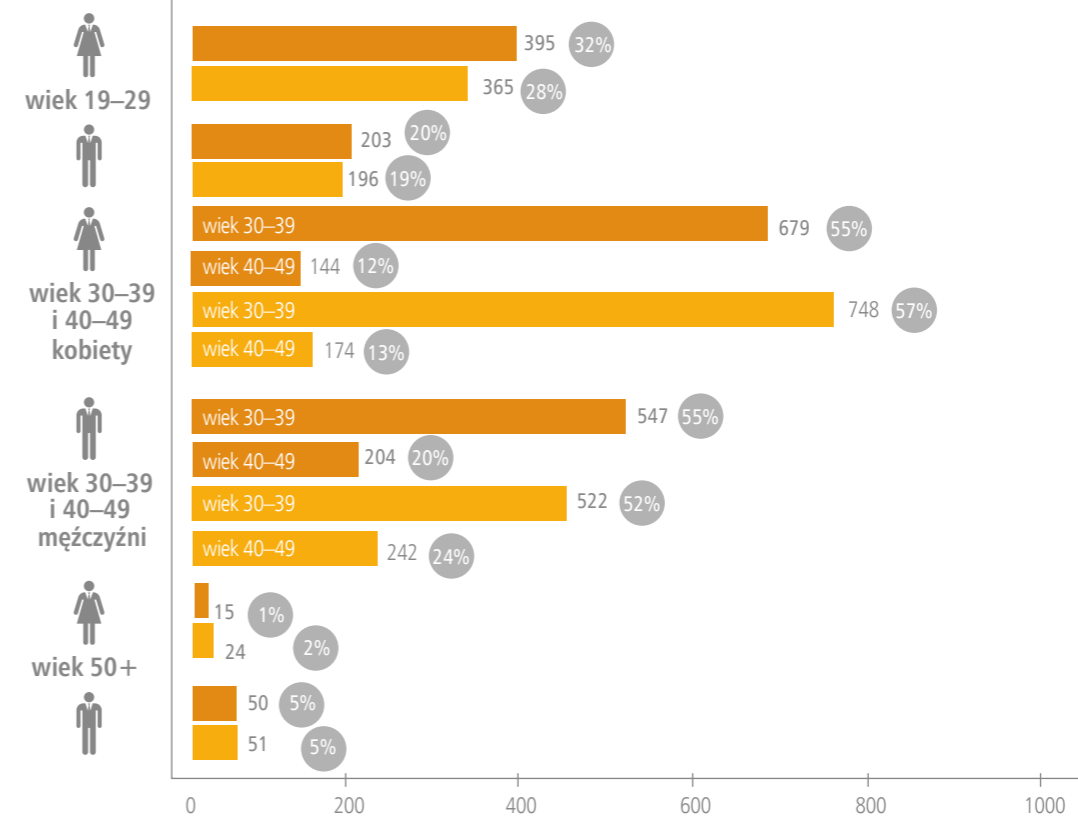
cony rozkład czasu pracy i telepracę. Nasi pracownicy pracują również w niepełnym wymiarze czasu. Rozwijamy także młodych, którzy są dla nas szczególną grupą. Właśnie z myślą o nich od kilku już lat realizujemy program praktyk studenckich „One Level Up” (w 2014 r. o 39 miejsc ubiegało się prawie 2 tys. chętnych). Polscy studenci i absolwenci uczestniczą w międzynarodowych programach rozwojowych organizowanych przez grupę IPF. Współpracujemy z biurami karier studenckich, w każdym roku prowadzimy wykłady na uniwersytetach i uczelniach, aby inspirować i motywować tych, którzy dopiero rozpoczynają swoje zawodowe życie. Z różnorodności korzystamy w praktyce. Częścią kultury organizacyjnej jest dzielenie się wiedzą i korzystanie z wzajemnych doświadczeń, dlatego też lubimy pracować w interdyscyplinarnych grupach roboczych, co gwarantuje odmienną perspektywę patrzenia na wyzwania i poszukiwanie różnych rozwiązań. Nasze podejście znalazło swe symboliczne odzwierciedlenie w lutym 2012 r., kiedy to Provident Polska stał się sygnatariuszem Karty różnorodności. Dokument ten jest pisemnym zobowiązaniem organizacji lub firmy do wdrożenia skutecznych rozwiązań w miejscu pracy oraz ich upowszechniania wśród partnerów biznesowych i społecznych.

Pracownicy i doradcy klienta w województwach





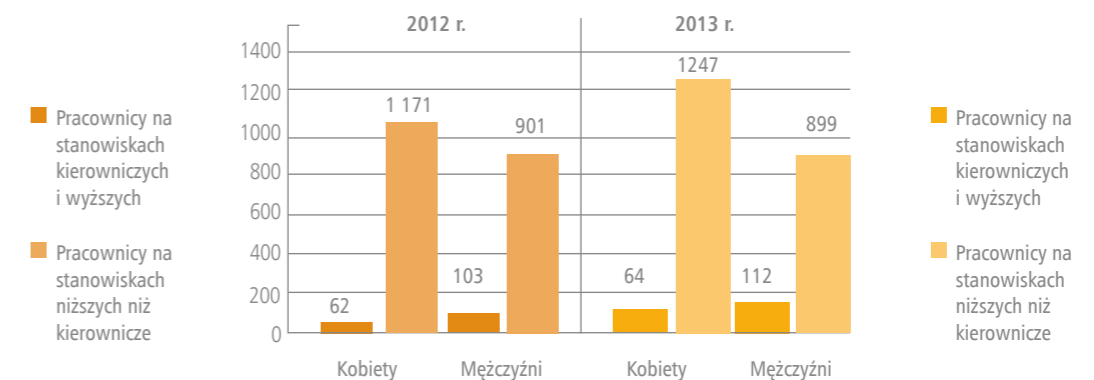
Pracownicy w podziale na wiek



2012 r. 2013 r. Procent pracowników w podziale na wiek [%] w odniesieniu do sumy pracowników danej płci

Provident Polska raportuje dane według innych przedziałów wiekowych niż analogiczne dane zbierane przez Główny Urząd Statystyczny (15–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55–64, 65+).

Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i niższych (w podziale na kategorie zatrudnienia)



Pracownicy – liczba obcokrajowców



Pracownicy nowo zatrudnieni

WOJEWÓDZTWO	2012 r.								2013 r.							
	KOBIECY				MĘŻCZYŹNI				KOBIECY				MĘŻCZYŹNI			
WIEK	19–29	30–39	40–49	50+	19–29	30–39	40–49	50+	19–29	30–39	40–49	50+	19–29	30–39	40–49	50+
DOLNOŚLĄSKIE	4	3	0	1	1	3	4	0	5	6	1	0	3	4	1	0
KUJAWSKO-POMORSKIE	8	4	0	0	2	6	0	0	4	6	2	0	6	2	1	1
LUBELSKIE	2	1	1	0	0	5	2	0	0	2	0	0	0	1	2	0
LUBUSKIE	2	1	0	0	2	1	1	0	2	1	0	0	3	3	0	0
ŁÓDZKIE	2	0	0	0	5	2	0	0	0	5	2	0	0	3	1	1
MAŁOPOLSKIE	3	1	0	0	1	2	1	0	6	5	1	0	2	1	1	0
MAZOWIECKIE	81	31	8	0	51	20	2	3	69	39	6	2	58	28	6	1
OPOLSKIE	1	0	0	0	2	0	0	0	1	1	0	0	0	3	1	0
PODKARPACKIE	2	2	1	0	1	2	2	0	4	1	1	0	1	1	3	0
PODLASKIE	1	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	0	2	0	0	0
POMORSKIE	2	4	0	0	1	5	1	0	6	7	0	0	0	2	1	0
ŚLĄSKIE	12	7	2	0	6	9	0	0	7	4	3	0	1	2	0	0
ŚWIĘTOKRZYSKIE	2	2	0	0	1	3	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	4	3	0	0	3	5	2	0	3	1	1	0	1	1	1	0
WIELKOPOLSKIE	6	2	1	0	4	6	2	0	6	4	3	0	6	2	1	1
ZACHODNIOPOMORSKIE	2	0	2	0	0	2	0	0	4	0	0	0	3	4	0	1
SUMA	134	61	15	1	80	72	17	4	119	84	21	2	87	58	20	5

W zestawieniu ujęto pracowników pracujących na rzecz Provident Polska, jak i zatrudnionych przez Provident Polska, a pracujących na rzecz Litwy.

DOBRA PRAKTYKA



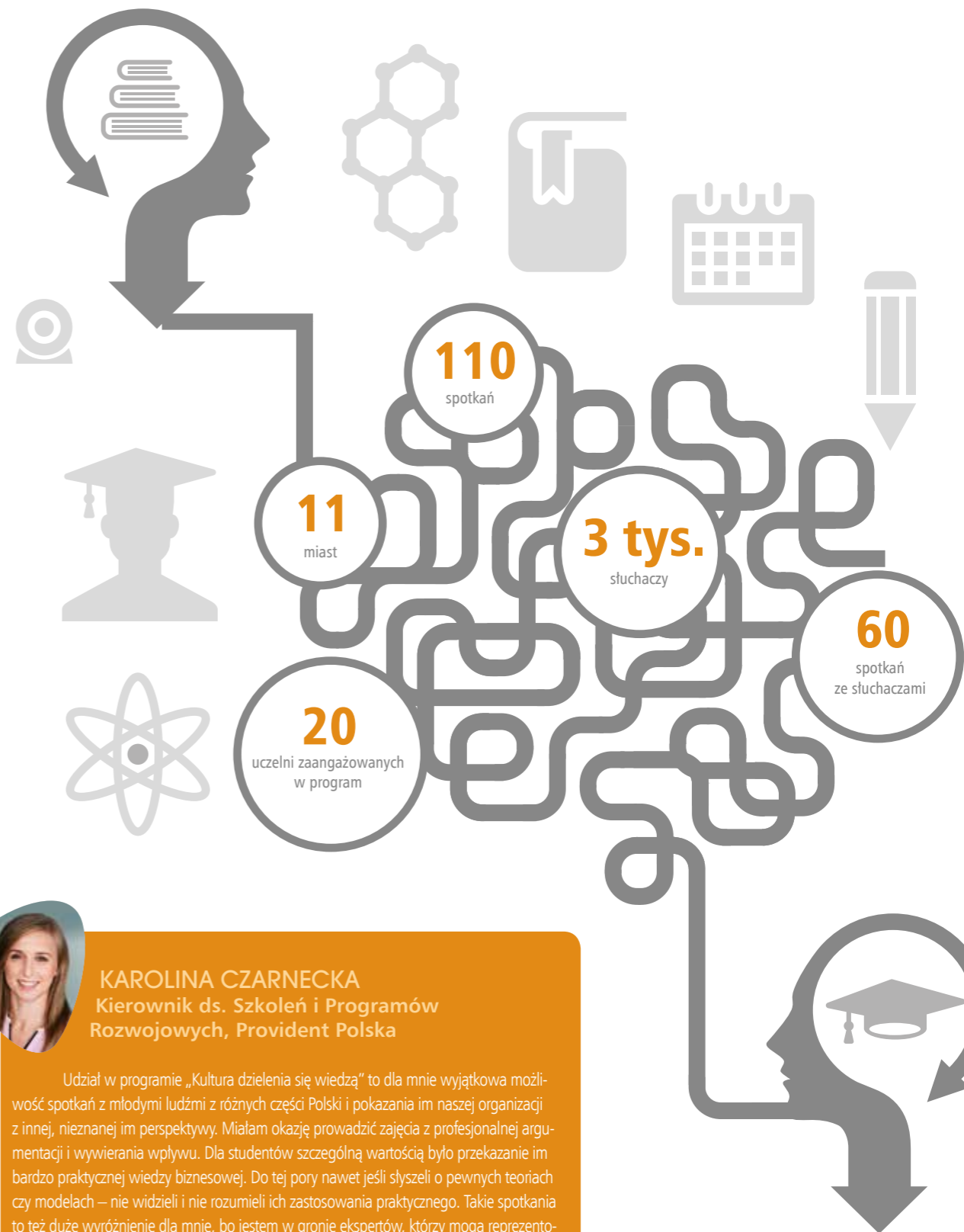
„Kultura dzielenia się wiedzą” ruszyła w 2007 r. To nasz autorski projekt społeczny, który ma przybliżyć studentom ogólną wiedzę biznesową i pokazać, jak teoria sprawdza się w prakty-

ce. Podczas spotkań eksperci Providenta mówią o własnych doświadczeniach zawodowych, pokazują, jak funkcjonować na współczesnym rynku pracy, które kompetencje i jakie predyspozycje są unikalne oraz jakie trendy obserwujemy

na przestrzeni ostatnich lat. Wykłady obejmują zagadnienia z dziedzin marketingu, szkoleń, komunikacji wewnętrznej, public relations, zarządzania ludźmi, społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). W 2011 r. za zaangażowanie na rzecz środowiska akademickiego Provident został uhonorowany Złotym Płatanem Uczelni Łazarskiego w kategorii „partner innowacyjnego kształcenia”. W 2012 r. studenci lubelskich uczelni przyznali firmie nagrodę Akant Przedsiębiorczości w kategorii: „firma odpowiedzialna społecznie”. Przy realizacji „Kultury dzielenia się wiedzą” Provident współpracuje m.in. z Forum Młodych Konfederacji Lewiatan i biurami karier największych polskich uczelni.



„Kultura dzielenia się wiedzą”



KAROLINA CZARNECKA
Kierownik ds. Szkoleń i Programów Rozwojowych, Provident Polska

Udział w programie „Kultura dzielenia się wiedzą” to dla mnie wyjątkowa możliwość spotkań z młodymi ludźmi z różnych części Polski i pokazania im naszej organizacji z innej, nieznannej im perspektywy. Miałam okazję prowadzić zajęcia z profesjonalnej argumentacji i wywierania wpływu. Dla studentów szczególną wartością było przekazanie im bardzo praktycznej wiedzy biznesowej. Do tej pory nawet jeśli słyszeli o pewnych teoriach czy modelach – nie widzieli i nie rozumieli ich zastosowania praktycznego. Takie spotkania to też duże wyróżnienie dla mnie, bo jestem w gronie ekspertów, którzy mogą reprezentować naszą firmę na zewnątrz.

Dajemy szansę młodym

Mamy świadomość zmian, jakie zachodzą na rynku pracy, obserwujemy rejestry demograficzne i prognozy związane z kształtowaniem się zasobów ludzkich w najbliższej przyszłości. Studenci i absolwenci są dla nas ważnym partnerem i chociaż będą poszukiwać pracy dopiero za kilka lat, już dzisiaj chcemy budować z nimi dobre i trwałe relacje.

DOBRA PRAKTYKA



„One Level Up” – zapraszamy studentów

Odpowiedzią na oczekiwania studentów i absolwentów jest program praktyk „One Level Up”, którego założeniem jest promowanie Provident Polska w grupie tych wszystkich, którzy w najbliższym czasie będą wchodzić na rynek pracy. Udział w programie jest szansą na skonfrontowanie wiedzy teoretycznej z praktyką, daje uczestnikom możliwość zapoznawania się z zasadami pracy i funkcjonowania w międzynarodowej, nowoczesnej organizacji. Studenci otrzymują wynagrodzenie za praktykę, co jest niewątpliwie dodatkowym atutem. „One Level Up” jest prowadzony zarówno w Biurze Głównym w Warszawie, jak i w wybranych oddziałach na terenie całego kraju. Co roku odnotowujemy rekordową liczbę zgłoszeń, o udział w ostatniej edycji ubiegало się prawie 2 tys. kandydatów.

nia się z zasadami pracy i funkcjonowania w międzynarodowej, nowoczesnej organizacji. Studenci otrzymują wynagrodzenie za praktykę, co jest niewątpliwie dodatkowym atutem. „One Level Up” jest prowadzony zarówno w Biurze Głównym w Warszawie, jak i w wybranych oddziałach na terenie całego kraju. Co roku odnotowujemy rekordową liczbę zgłoszeń, o udział w ostatniej edycji ubiegало się prawie 2 tys. kandydatów.

Pracownicy – łączna liczba odejść z pracy

WOJEWÓDZTWO	2012 r.								2013 r.							
	KOBIECY				MĘCZYŻNI				KOBIECY				MĘCZYŻNI			
WIEK	19–29	30–49	40–49	50+	19–29	30–39	40–49	50+	19–29	30–39	40–49	50+	19–29	30–39	40–49	50+
DOLNOŚLĄSKIE	2	7	3	1	2	3	4	2	2	4	1	1	2	2	3	3
KUJAWSKO-POMORSKIE	8	4	0	0	4	7	4	0	3	5	1	0	1	5	5	0
LUBELSKIE	3	1	1	0	1	3	3	0	1	1	0	0	1	2	1	0
LUBUSKIE	2	2	0	0	1	2	1	0	2	0	1	0	1	4	0	0
ŁÓDZKIE	0	0	2	0	1	4	1	1	3	1	0	0	4	3	2	1
MAŁOPOLSKIE	2	2	0	0	0	3	1	0	3	2	0	0	0	2	2	0
MAZOWIECKIE	54	29	2	1	33	34	10	0	36	18	7	2	39	28	5	5
OPOLSKIE	0	1	0	0	0	4	0	0	1	0	0	0	1	3	0	0
PODKARPACKIE	1	1	0	0	1	4	0	0	3	0	0	0	0	1	1	0
PODLASKIE	0	2	0	0	0	2	1	0	1	0	2	0	3	0	0	0
POMORSKIE	4	7	0	0	1	7	0	0	5	3	0	0	2	5	0	1
ŚLĄSKIE	5	15	2	0	5	10	2	0	3	4	3	0	2	3	4	0
ŚWIĘTOKRZYSKIE	2	1	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	3	5	1	0	4	7	1	0	5	3	0	0	0	1	2	0
WIELKOPOLSKIE	3	5	2	0	3	4	4	0	3	14	1	0	2	4	1	0
ZACHODNIOPOMORSKIE	2	2	2	0	1	0	1	0	0	0	2	0	3	1	3	0
SUMA	91	84	16	2	58	96	35	3	71	56	18	3	61	64	29	10

W zestawieniu ujęto pracowników pracujących na rzecz Provident Polska, jak i zatrudnionych przez Provident Polska, a pracujących na rzecz Litwy.

Wszystkim zainteresowanym gwarantujemy:



SABINA STODULSKA
Praktykantka w Provident Polska

Rozpoczęcie nowej pracy to jak pójście do nowej szkoły: wszystko trzeba zacząć od nowa. Nikt nas tu nie zna, musimy zbudować swój wizerunek od zera. Moje doświadczenia z poprzednich praktyk nie były najlepsze, dlatego byłam zaskoczona, kiedy okazało się, że w Providencie rzeczywiście chcą mnie czegoś nauczyć! Podczas dwóch miesięcy pracy w dziale CSR przygotowywałam analizy benchmarkowe, zostałam także włączona do prac nad przygotowaniem pierwszego raportu społecznej odpowiedzialności Providenta. Firma również umożliwiła mi przeprowadzenie akcji, która powstała z mojej inicjatywy. Polegała ona na zbiorce wśród pracowników i praktykantów przyborów szkolnych dla Domu Dziecka w Trzemesznie. Z wakacyjnych praktyk wyniosłam naprawdę dużo, nawiązałam nowe i ciekawe znajomości oraz zdobyłam cenne umiejętności. Moje wakacje były pracowite, ale owocne.

„One Level Up” w liczbach w edycji 2014 r.:



2000

kandydatów ubiegало się o przyjęcie na praktyki

54

osoby aplikowały na jedno miejsce w Biurze Głównym

40

przyjętych studentów

1–3 mies.

czas trwania praktyk

18

praktyki odbywały się w Biurze Głównym i w 18 oddziałach



Przejrzysta polityka ocen i wynagrodzeń

Wachlarz świadczeń

Aby skutecznie realizować strategię wzrostu, musimy być pewni, że systemy wynagradzania i systemy motywacyjne są sprawiedliwe, spójne, skoncentrowane na wzroście, budują zaangażowanie i satysfakcję pracowników, jak również właściwie motywują do efektywnego wykonywania zadań w zgodzie z naszymi wartościami. Nasza polityka wynagradzania opiera się na wynagrodzeniu całkowitym, w którego skład wchodzi: zasadnicze (wypadkowa wyceny stanowiska, wiedzy i doświadczenia pracownika oraz indywidualnych wyników pracy), systemy premiovne, systemy motywacyjne oraz świadczenia dodatkowe. Takie podejście ma na celu zapewnienie, że nasi pracownicy czują się docenieni i zmotywowani. Staramy się, aby opracowane pakiety wynagrodzeń zmiennych odzwierciedlały wartość i rezultaty pracy poszczególnych pracowników zarówno na poziomie realizacji wyników indywidualnych, jak i zespołowych. Oferta programów premiovnych i motywacyjnych oraz świadczeń dodatkowych dla pracowników jest szeroka i dopasowana

zarówno do strategii biznesowej, jak i potrzeb oraz oczekiwań pracowników.

Pracownicy: jasno i uczciwie

Podstawą do określenia poziomu wynagrodzenia pracownika zatrudnionego na etacie jest matryca stanowisk, dokument, który powstał w wyniku wyceny i pozycjonowania wszystkich stanowisk występujących w organizacji. Do przeprowadzenia tego procesu został powołany Komitet Wyceny Stanowisk wspierany przez ekspertów z firmy Hay Group. Wycena została przeprowadzona w oparciu o metodologię Hay Group, tj. metodę analityczno-punktową analizującą stanowiska pod względem oczekiwanej wiedzy i umiejętności, złożoności występujących problemów czy też odpowiedzialności za rezultaty wykonywanych zadań i wpływu na wyniki organizacji. W ten sposób powstała obiektywna, racjonalna i wiarygodna miara każdego stanowiska. Z matrycą stanowisk powiązana jest również matryca świadczeń dodatkowych. Wynika z niej jasno, jakie benefity przysługują na poszczególnych stanowiskach, dzie-

ki czemu nie ma miejsca na dowolność w interpretacji.

Doradcy: korzystnie i przejrzysto

Staramy się, aby system wynagradzania był przejrzysty i zrozumiały dla każdego współpracującego z nami doradcy. Jasna i precyzyjna komunikacja została opisana w wewnętrznym dokumencie dotyczącym systemów wynagrodzeń i w programach motywacyjnych dla doradców klienta w Provident Polska. Standardowe wynagrodzenie naszego doradcy składa się z wynagrodzenia za sprzedaż produktów nowym klientom, a także z prowizji za odebrane raty od klientów, których dane doradca obsługuje. Oznacza to, że wynagrodzenie doradcy uzależnione jest od jakości i efektywności wykonywanej pracy. Ponadto Provident Polska oferuje swoim doradcom pakiet atrakcyjnych programów i instrumentów finansowo-bonusowych. Ich wysokość uzależniona jest najczęściej od parametrów sprzedażowych i rozwojowych. Dodatkowo doradcy klienta osiągający konkretne cele są premiowani atrakcyjnymi nagrodami

rzeczowymi i pieniężnymi. Nasi doradcy działają w różnych regionach Polski, na zróżnicowanym geograficznie terenie. Z myślą o takich osobach funkcjonuje program finansowego wsparcia doradców ponoszących większe koszty obsługi. Najlepsi doradcy mogą także rozwijać swoje umiejętności w kierunku prowadzenia szkoleń i dzielenia się wiedzą praktyczną z młodszymi kolegami i otrzymywać z tego tytułu dodatkowe

wynagrodzenie. Szczególne osiągnięcia przyczyniające się do wzrostu naszej organizacji nagradzamy od 2014 r. poprzez Globalny System Motywacyjny, czyli międzynarodowy program dla pracowników i doradców klienta grupy IPF.

Świadczenia dodatkowe dla naszych pracowników:

- ubezpieczenie na życie,
- opieka zdrowotna,

- samochód służbowy jako narzędzie pracy,
 - program akcyjny Grupy IPF,
 - karta sportowa (możliwość zakupu na preferencyjnych warunkach).
- Świadczenia dodatkowe oferowane przez pracodawcę są dostępne dla wszystkich pracowników bez względu na wymiar etatu i rodzaj umowy o pracę. Dostępność i rodzaj benefitu mogą być uzależnione od poziomu zaszczerowania stanowiska.

Coroczne oceny jakości pracy

Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych



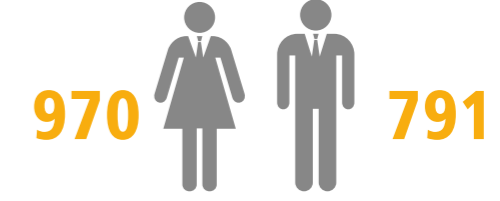
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych



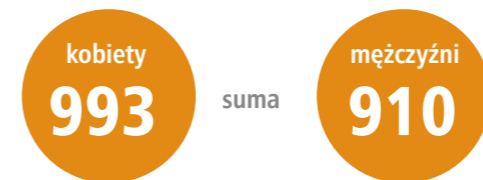
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze



Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze



łącna liczba pracowników podlegających ocenom



łącna liczba pracowników podlegających ocenom



2012 r. 2013 r.

Z założenia wszyscy pracownicy Provident Polska powinni zostać poddani przeglądowi oceny rocznej („Oceń i docień”). W wyjątkowych sytuacjach (np. długa absencja, pracownik jest zatrudniony na okres próbny lub w okresie wypowiedzenia) pracownik może zostać zwolniony z tej oceny.

System ocen: „Oceń i docień”

„Oceń i docień” angażuje pracowników i przełożonych w otwarte i szczerze rozmowy na temat wyników pracy oraz rozwoju, skupiając się na tym, co i w jaki sposób pracownik może w ciągu roku wnieść do realizacji strategii firmy. Obowiązkowo raz w roku wraz ze swoim przełożonym podsumowują osiągnięcia i wyniki pra-

cy, a efektem takiego przeglądu jest m.in. całościowa ocena końcowa pracownika. Ocena pracownika jest wykorzystywana w rocznym procesie przeglądu wynagrodzeń, zgodnie z którym wysokość podwyżki wynagrodzenia zasadniczego jest bezpośrednio powiązana z uzyskaną oceną końcową przez pracownika. Dla wie-

lu stanowisk ocena roczna jest również elementem systemu premiovnego i ma istotny wpływ na wartość wypracowanej premii. Dane pozyskane w procesie oceny okresowej są wykorzystywane także m.in. w planowaniu szkoleń wewnętrznych, rekrutacji wewnętrznej i programach rozwojowych dla pracowników.



Stawiamy na rozwój

Programy szkoleniowe

Zachęcamy zespół do doskonalenia swoich umiejętności i zdobywania fachowej wiedzy. Szkolenia są planowane zgodnie z celami firmy, departamentów, a także poszczególnych osób. Wszystkie działania rozwojowe, które oferujemy, są oparte na wnikliwej diagnozie potrzeb firmy i potrzeb rozwojowych pracowników oraz doradców klienta. Ich celem jest podnoszenie kluczowych kompetencji określonych przez firmę, a także rozwój indywidualnych talentów i umiejętności poszczególnych osób.

Działania rozwojowe są ściśle powiązane z procesem oceny rocznej „Oceń i docerń”. Może to być bezpośrednia praca z przełożonym, coaching, mentoring lub szkolenia. Wybór odpowiednich narzędzi to efekt dialogu pracownika i jego szefa. I – co najważniejsze – działania rozwojowe dobierane są dopiero po ustaleniu celów biznesowych. Pozwala to na zachowanie spójności procesów. Po zakończeniu oceny budowany jest roczny plan szkoleń. W portfolio szkoleń rozwojowych znajdują się takie, które są skierowane do

wszystkich pracowników, a także do osób zarządzających zespołami, których celem jest podniesienie kompetencji menedżerskich w tym zakresie. Dla wybranych grup pracowników przygotowujemy specjalne programy rozwojowe, tworzone na podstawie wyników oceny 360 stopni, oceny rocznej, grup fokusowych etc. Są to np. „Liga sukcesorów”, „Akademia biznesmena”, „Akademia managera”, „Klientomania”, „Uniwersytet sprzedaży” czy „Akademia rozwoju doradcy klienta”.

● Szkolenia dla pracowników

Łączna liczba godzin szkoleniowych dostarczona przez trenerów i konsultantów

8543 h 5228 h

Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na pracownika

34,87 h 20,70 h

2012 r. 2013 r.

Prezentowane dane nie zawierają wszystkich godzin szkoleniowych, w których uczestniczyli pracownicy Providenta, a jedynie liczbę godzin szkoleń wdrożeniowych i rozwojowych oraz szkoleń poświęconych zagadnieniom BHP, przypadających na pracownika w danym roku. W 4. kwartale 2014 r. wprowadzamy nową aplikację do raportowania działań szkoleniowych i rozwojowych, która zakłada nowe możliwości raportowania danych, np. w podziale na płęć i poziom zaszerogowania. Duży wpływ na liczbę szkoleń dla pracowników mają szkolenia wdrożeniowe, których liczba w związku z malejącą rotacją pracowników zmniejszyła się w 2013 r. o 37% w stosunku do 2012 r.

● Szkolenia dla doradców klienta

Łączna liczba godzin szkoleniowych dostarczona przez trenerów i konsultantów

10 123 h 7902 h 10,90 h 8,73 h

2012 r. 2013 r.

Cykl wdrożenia doradcy trwa 17 tygodni. Przedstawione powyżej godziny szkoleniowe są to dodatkowe godziny, które firma oferuje swoim doradcom. W 2013 r. trwał proces zakorzeniania nowej struktury Departamentu Szkoleń i Rozwoju. Jedną z bardziej istotnych zmian polegała na wyodrębnieniu z zespołu trenerów odpowiedzialnych głównie za dostarczanie działań szkoleniowych, grupy konsultantów. Ich zadaniem jest projektowanie procesów rozwojowych, prowadzenie sesji 1:1, coachingu oraz pracy z kierownikami w terenie. Te dodatkowe działania rozwojowe zdecydowanie poszerzają wachlarz narzędzi oferowanych przez Departament Szkoleń i Rozwoju i wpływają na liczbę godzin w sali szkoleniowej. Wprowadziliśmy ogólnopolskie programy szkoleniowe dla różnych grup pracowników (menedżerowie sprzedaży, dyrektorzy, sukcesorzy itp.). W związku z tym odbywało się mniej szkoleń lokalnych, a dużo więcej centralnych, które z założenia były dedykowane większym liczebnie grupom pracowników.

Szkolenia dla doradców klienta

Doradcy klienta rozpoczynają współpracę z Providentem od serii szkoleń wdrożeniowych, przygotowujących ich do współpracy z naszą firmą. Ten wstępny okres trwa 17 tygodni, podczas których doradcy biorą udział m.in. w szkoleniach: „Podstawowe umiejętności sprzedażowe”, „Podstawy zarządzania zaległościami”, „Bezpieczeństwo informacji, odpowiedzialność karna i cywilna oraz przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu”

oraz w ogólnym szkoleniu administracyjnym. W ten sposób doradca ma możliwość profesjonalnego przygotowania się do pracy na swoim stanowisku. Z myślą o naszych doradcach powstała „Akademia rozwoju doradcy klienta”. Program ma na celu codzienne wsparcie w podnoszeniu skuteczności działań doradców i umiejętności posługiwania się narzędziami, które wpływają na jeszcze lepszą i profesjonalną obsługę naszych klientów.

DOBRA PRAKTYKA

„Provident na obcasach”

Aby wspierać panie w łączeniu różnorodnych funkcji społecznych, przełamaniu swoich ograniczeń i rozwijaniu pasji, wdrożyliśmy program „Provident na obcasach”. Adresowany jest do kobiet, które chcą poszerzać swoje wiedzę, horyzonty i aspiracje, a prowadzony przez panie z firmy, które osiągnęły sukces. Spotkania w nieformalnej atmosferze są nie tylko doskonałą okazją

do poznania recepty na biznesową karierę, ale także stwarzają możliwość poszukiwania wskazówek, jak godzić pracę z życiem prywatnym, jak odreagować stres. Integralną częścią każdego spotkania są pokazy wizażu, a dla chętnych stylizacyjne metamorfozy. Od początku programu, który ruszył w kwietniu 2013 r., odbyły się już cztery spotkania, w których wzięło udział prawie 200 pracownic Providenta.

DOBRA PRAKTYKA

„Liga sukcesorów”

Firmy nastawione na realizację długoterminowych celów strategicznych muszą być przygotowane na różne sytuacje, które mogą mieć wpływ na ciągłość funkcjonowania biznesu, m.in. odejście któregoś z kluczowych pracowników dla firmy. Jednym ze sposobów zarządzania tym tematem jest rozwój sukcesorów. W Provident Polska proces przygotowywania osób, które w razie potrzeby mogą zastąpić kluczowych menedżerów, nazywa się „Ligą sukcesorów”. Liga to elitarna grupa osób, których doświadczenie, potencjał i zaangażowanie zostały dostrzeżone przez przełożonych i których kandydatury zostały zaakceptowane przez Zarząd spółki. Wybrana pula sukcesorów to 60 pracowników, przed którymi stoi wiele wyzwań, ale i dodatkowe możliwości rozwoju. Dlatego departament szkoleń i rozwoju daje wsparcie sukcesorom, przygotowując indywidualne plany rozwoju, coaching i cykl szkoleń oraz anglojęzycznych warsztatów rozwojowych. Od 2012 r. realizowaliśmy 15 różnych modułów szkoleniowych oraz 12 specjalistycznych warsztatów. Efektywność procesu sukcesji weryfikujemy, badając satysfakcję i wzrost wiedzy uczestników szkoleń.



Bezpieczeństwo pracowników i doradców

Zawsze bezpieczni

Provident przykłada ogromną wagę do bezpieczeństwa pracowników i doradców klienta. Prowadzimy działania i wdrażamy procedury, które mają podnosić wiedzę, a także modyfikować przekonania i zwyczaje tak, aby kwestie bezpieczeństwa były przestrzegane w każdej sytuacji. Wykorzystujemy do tego celu wdrożony system zarządzania zdrowiem i bezpieczeństwem zawodowym OHSAS 18001, oraz sięgamy po najlepsze praktyki wypracowywane na rynku polskim i w Grupie IPF. W lipcu 2013 r. Departament Bezpieczeństwa Osobistego został podzielony na dwa biura:

- Biuro Bezpieczeństwa i Higieny Pracy, które jest odpowiedzialne za zgodność prawną z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony przeciwpożarowej,
- Biuro Bezpieczeństwa Osobistego, odpowiedzialne za wewnętrzne procedury w zakresie bezpieczeństwa obowiązujące w naszej firmie. Obydwa biura tworzą razem strukturę OHSAS i są odpowiedzialne za zgodność procesów w Providencie z wymaganiami normy OHSAS.

Zgodnie z założeniami OHSAS w Providencie wprowadziliśmy politykę BHP oraz politykę bezpieczeństwa osobistego, których działanie jest potwierdzane audytami i wspierane systemem raportowania zdarzeń i incydentów. Nad wszystkim czuwają koordynatorzy ds. bezpieczeństwa oraz w oddziałach mentorzy ds. bezpieczeństwa. Lata 2012 i 2013 w Providencie to okres,



w którym podjęte zostały intensywne działania mające na celu budowanie kultury bezpieczeństwa oraz podniesienie świadomości w obszarze bezpieczeństwa wśród pracowników na wszystkich szczeblach zarządzania. W tym celu dwa razy w ciągu roku organizujemy kampanie bezpieczeństwa. Wszyscy pracownicy i doradcy klienta przechodzą obowiązkowe szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i otrzymu-

DOBRA PRAKTYKA

Mentor pomoże

Mentorzy ds. bezpieczeństwa są wsparciem w terenie dla pracowników i doradców klienta. Działają na rzecz poprawy bezpieczeństwa, propagując zasady bezpiecznej pracy oraz przybliżają dobre praktyki. Mentor bezpieczeństwa jest łącznikiem pomiędzy oddziałami a Biurem Bezpieczeństwa oraz przygotowuje raporty na temat wypadków czy incydentów (AIMS). Mentorem może zostać każdy kierownik ds. rozwoju lub kierownik rejonu ds. operacyjnych, pracujący w firmie co najmniej rok. Obecnie w Providencie działa 83 mentorów bezpieczeństwa.

ją broszury „Bezpieczeństwo i rzetelność informacji” oraz „Bezpieczeństwo osobiste”. Szczególny nacisk kładziemy na bezpieczeństwo doradców i pracowników wykonujących swoje obowiązki w terenie. Specyfika ich pracy, m.in. odwiedzanie klientów w ich domach, wiąże się z różnymi zagrożeniami. W ich identyfikowaniu pomaga specjalnie opracowana karta oceny ryzyka doradcy klienta, a w ich unikaniu – m.in. wewnętrzne zasady postępowania w domu klienta, w banku czy na ulicy, tzw. 7x10 Kroków Bezpieczeństwa. Kampania wspierana jest narzędziami takimi, jak filmy, plakaty czy książeczka zawierająca wszystkie wewnętrzne zasady bezpieczeństwa obowiązujące w Providencie. Umiejętności naszych pracowników użytkujących samochody służbowe rozwijamy, organizując dla nich Akademię Bezpiecznej Jazdy.

DOBRA PRAKTYKA

Jak jeździć bezpiecznie

Dla licznej grupy pracowników i współpracowników Providenta samochód jest narzędziem niezbędnym do wykonywania pracy, dlatego kwestie związane ze służbową flotą samochodową i szkolenia podnoszące umiejętności kierowców są bardzo istotnym elementem strategii budowania bezpieczeństwa. Provident organizuje szkolenia z zakresu bezpiecznej jazdy. Do udziału w kursie kierowani są w pierwszej kolejności pracownicy, którzy spowodowali kolizję samochodem służbowym, oraz te osoby, które otrzymały mandat za znaczne przekroczenie prędkości. W ramach bonusu mogą w nich wziąć udział także osoby, które posiadają samochód służbowy, nominowane przez swoich przełożonych. W 2013 r. w ramach „Akademii Bezpiecznej Jazdy” przeszkoliliśmy 160 osób, w 2014 r. ma w niej wziąć udział 340 pracowników.

Wskaźnik liczby wypadków pracowników

Liczba urazów w trakcie pracy



W raportowanym okresie 2012–2013 nie miały miejsca wypadki śmiertelne i wypadki ciężkie wynikające z pracy lub w trakcie jej przebiegu. Dodatkowo nie odnotowano przypadków wystąpienia chorób zawodowych związanych z pracą.

Wskaźnik niezdolności do pracy pracowników

Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków i urazów



Wskaźnik nieobecności w pracy pracowników



Uwzględniono wszystkie rodzaje absencji z wyłączeniem urlopów wypoczynkowych i okolicznościowych.



Platforma dialogu społecznego

Forum Pracownika

Standardem naszej firmy jest otwarty dialog i swoboda wypowiedzi. Pracownicy i doradcy klienta mają realny wpływ na zmiany w naszej organizacji. Unikalną platformą komunikacji stanowiąca miejsce dialogu pomiędzy pracownikami, dyrektorami a Zarządem spółki jest Forum Pracownika. Jego celem jest wymiana poglądów, opinii oraz tworzenie rozwiązań wspierających realizację strategii biznesowej i wpływających na budowanie zaangażowanego środowiska pracy. Istotną

rolę odgrywają też działające w firmie związki zawodowe.

Opiniujemy zmiany

Forum Pracownika to wyjątkowa, działająca od ponad 10 lat platforma komunikacji i dialogu między pracownikami a Zarządem. Forum spełnia trzy podstawowe funkcje: informacyjną – poprzez przekazywanie przez Zarząd spółki i dyrektorów kluczowych informacji dotyczących organizacji, opiniodawczą – poprzez opiniowanie wdrożonych lub planowanych do

wdrożenia rozwiązań, oraz promującą kulturę wpływania na zmiany – poprzez kreowanie i rekomendowanie konkretnych rozwiązań. W skład Forum wchodzi 101 reprezentantów wyłonionych w wolnych, bezpośrednich wyborach prowadzonych w oddziałach Providenta w Polsce. Podczas cyklicznych spotkań w regionach zbieramy głosy, doświadczenia i opinie pracowników na temat środowiska pracy, procesów biznesowych czy innych aktywności podejmowanych przez firmę. Aby usprawnić proces dwustronnej komunikacji i zbudować nową jakość wewnętrznego dialogu w 2013 r. powołane zostały cztery Regiony Forum organizujące spotkania poprzedzające te odbywające się w Biurze Głównym w Warszawie. Fora regionalne zajmują się sprawami lokalnymi, z kolei centralne – tematami dotyczącymi całej firmy.

Zarząd promuje kulturę otwartego dialogu

Zarząd firmy jest bardzo proaktywny w sposobie prowadzenia dialogu z pracownikami. Jest otwarty na cykliczne spotkania i rozmowy. W Biurze Głównym co

kwartał organizowane są bezpośrednie spotkania z pracownikami, na których Zarząd firmy omawia aktualną strategię firmy, plany, podsumowuje wyniki, a także odpowiada na indywidualne pytania pracowników. Zarząd firmy cyklicznie odwiedza nasze oddziały w terenie. Celem spotkań poza Biurem Głównym jest bezpośrednie informowanie o tym, jakie są cele strategiczne firmy i jak będą się one przekładać na działania pracowników czy doradców klienta. Ale nie jest to komunikacja jednostronna – wszyscy obecni mają możliwość zadawania pytań i bezpośredniej rozmowy z Zarządem.

W związkach

Provident ściśle współpracuje z czterema związkami zawodowymi działającymi

w firmie. To KZ NSZZ „Solidarność”, Związek Zawodowy Pracowników Provident Polska, KZ Ogólnopolskiego Związku Zawodowego „Inicjatywa pracownicza” i OPZZ „Konfederacja Pracy”. Do kontaktu ze związkami oddelegowany jest Dyrektor Departamentu Personalnego, który w imieniu Providenta bezpośrednio prowadzi dialog z ich przedstawicielami. Wspólnie konsultujemy kwestie regulaminu pracy, regulaminu wynagrodzeń, Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Przedstawiciele związków zapraszamy również do prac w Komisji BHP. W związkach jest zrzeszone ok. 10% pracowników Providenta. W firmie nie obowiązuje układ zbiorowy pracy.

Funkcje Forum Pracownika

Informacyjna

– poprzez przekazywanie przez Zarząd spółki i dyrektorów kluczowych informacji dotyczących organizacji

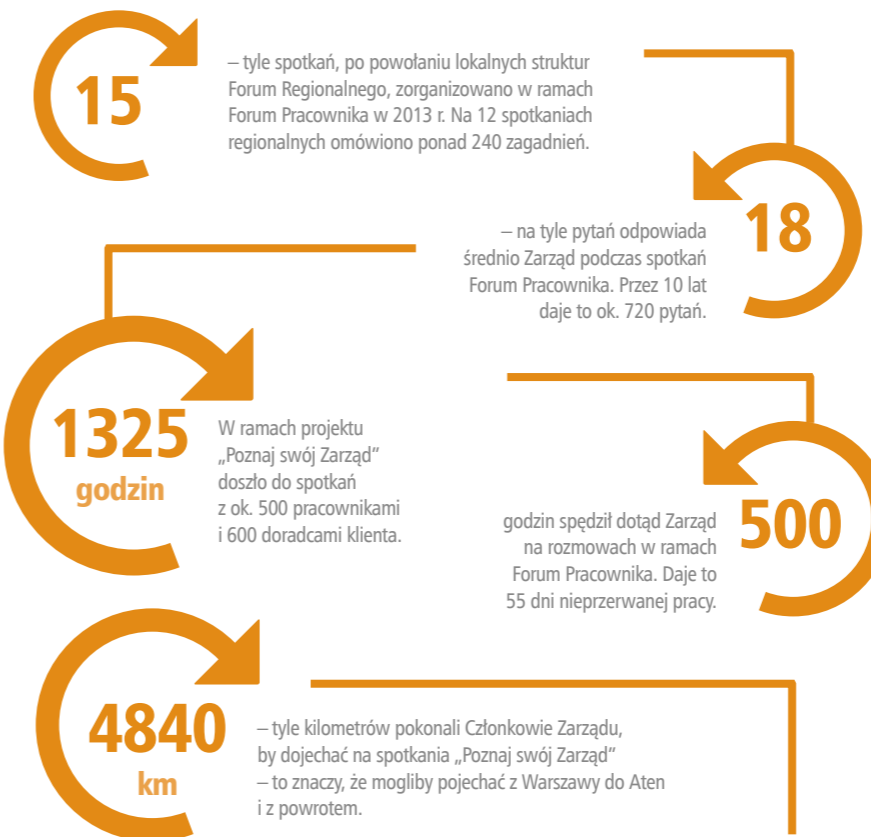
Opiniodawcza

– poprzez opiniowanie wdrożonych lub planowanych do wdrożenia rozwiązań

Promocyjna

– promująca kulturę wpływania na zmiany poprzez kreowanie i rekomendowanie konkretnych rozwiązań

Aktywni pracownicy



AGNIESZKA MICHAŁOWSKA
Doradca Klienta, oddział w Poznaniu

Portal dla doradcy zdecydowanie ułatwia mi codzienną pracę, daje mi możliwość szybszej komunikacji z innymi doradcami i firmą. Największym udogodnieniem jest dla mnie sekcja z drukami do pobrania – wcześniej, by wydrukować brakujące pliki, musiałam korzystać z materiałów innych doradców. Na portalu sprawdzam też wyniki sprzedażowe mojej sekcji, a w aktualnościach znajduję bieżące informacje na temat aktualnych promocji i akcji prowadzonych przez firmę. Na pewno potrzebne są jeszcze pewne modyfikacje platformy, ale na razie jest to dla mnie duże usprawnienie.

DOBRA PRAKTYKA

Doradcy wchodzą do sieci

Obecnie współpracuje z nami ok. 9 tys. doradców klienta. Świadczą oni usługi głównie w terenie. Chcąc ułatwić doradcom bieżący kontakt z firmą i dostęp do aktualnych informacji, w 2013 r. uruchomiliśmy dedykowany

im portal internetowy. Przygotowaliśmy aż 60 zakładek z różnorodną tematyką – od wiadomości związanych z codzienną pracą do rozrywki: przepisy kulinarne, gry czy pomysły na spędzanie wolnego czasu, nadsyłane przez samych doradców.



Dbałość o środowisko

85%

Polaków deklaruje osobiste zaangażowanie w ochronę przyrody.

Źródło: Europejska Sieć Natura 2000 i LIFE

11,2 tys.

pracowników i doradców klienta objętych jest ekologicznym programem „Zielony Provident”.

Źródło: Provident Polska





Strategiczne podejście

Omówienie obszaru strategii

Troska o środowisko naturalne wpisana jest nie tylko w DNA naszej firmy w Polsce, ale jest wymogiem międzynarodowym w całej grupie IPF. Rozumujemy, że tylko działając globalnie, w wielu obszarach naszego wpływu możemy zmniejszyć nasze negatywne oddziaływanie na środowisko. Filarem środowi-

skowy naszej strategii to zapewnienie, że w procesach biznesowych myślimy o oszczędnym korzystaniu z surowców, staramy się zmniejszać zużycie energii, wody i produkcję odpadów. Działamy operacyjnie na dużą skalę, dlatego podejmujemy działania zmniejszające zużycie paliwa i promujące bardziej

ekologiczną jazdę. Nasz wpływ mierzymy wielkością śladu węglowego, który staramy się konsekwentnie zmniejszać. Pomagają nam w tym oprócz konkretnych decyzji biznesowych i polityk zarządzania środowiskowego także działania edukacyjne skierowane do pracowników.

Nasza strategia CSR na lata 2014–2016



ADAM CZARNECKI
Specjalista ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, Provident Polska

Ekologia jest dla nas bardzo ważna i nie tylko dlatego, że jest jednym z filarów naszej strategii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Wszystkie ekodziałania prowadzimy w ramach programu „Zielony Provident”. Jego główne zadania to kształtowanie świadomości pracowników i doradców firmy w zakresie tematyki ekologicznej, rejestracji potrzeb środowiskowych w terenie oraz dostosowywanie procedur do standardów międzynarodowych. W praktyce przekłada się to na działania takie, jak kampanie i wydarzenia ekologiczne, edukacja ekologiczna poprzez dostępne narzędzia komunikacji wewnętrznej, badania wskaźników zużycia dóbr naturalnych oraz audyt ekologiczny.

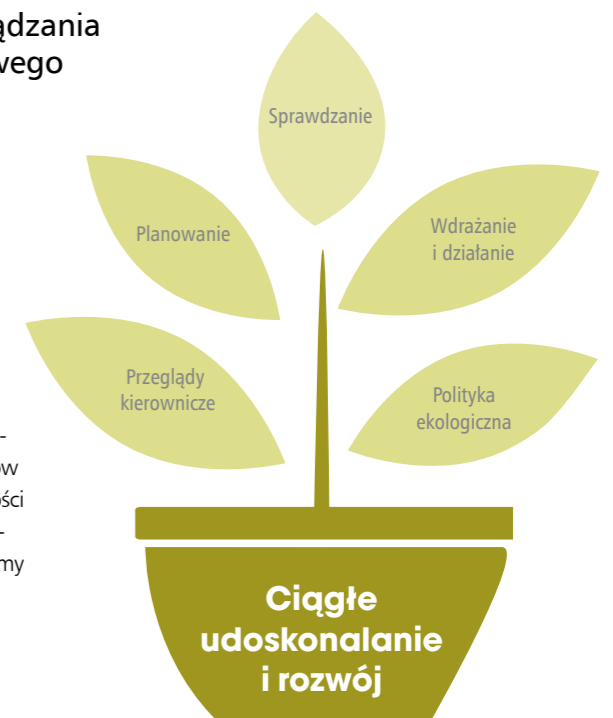
Działania te nadzorowane są przez centralę IPF oraz specjalny ekozespół, w którego skład wchodzi osoby z działów mających największy wpływ na środowisko naturalne.

Ekologia – to dla nas ważne

Ochrona środowiska naturalnego to jeden z filarów naszej strategii CSR. Jako Provident Polska działamy, opierając się na standardach, które minimalizują negatywny wpływ naszej działalności biznesowej na środowisko. Co więcej, naszym obowiązkiem jest ich opracowanie i przestrzeganie, a także wpływanie na kształtowanie postaw ekologicznych wśród naszych pracowników. Tematyką ekologiczną zajmujemy się od 2003 r. Międzynarodowy projekt, którego polską częścią jest program „Zielony Provident”, wpisuje się w ogólnorynkowy trend będący efektem zwiększającej się świadomości ekologicznej i społecznej w sferach biznesu.

Firma jest objęta zewnętrznym audytem ekologicznym według standardu ISO 14001 (więcej na: www.ipfin.co.uk). Wskaźnikiem efektywności działań w tym zakresie na rynku finansowym jest istniejący w Wielkiej Brytanii indeks giełdowy FTSE4Good. W działaniach ekologicznych bierzemy pod uwagę 27 zasad konferencji Narodów Zjednoczonych pt.: „Środowisko i Rozwój” z Rio de Janeiro. Promujemy zrównoważony rozwój. Na każdym kroku staramy się zmniejszać nasz wpływ na środowisko i minimalizować zużycie surowców naturalnych. Założenia te zawarte są w naszej polityce ekologicznej.

System zarządzania środowiskowego



ISO 14001

Jeden ze standardów ISO, stosowany w zarządzaniu środowiskowym. Konkretnie jest to norma zarządzania środowiskowego. Podstawowym kryterium, na którym opiera się działania w zakresie tego zarządza-

nia, jest identyfikacja aspektów środowiskowych. Tworzy się rejestr tych aspektów i wyszczególnia te znaczące w działalności danej organizacji. Następnie na ich podstawie buduje się cele, zadania i programy środowiskowe dla spółki.

Nasze zobowiązania na przyszłość

Filar 8: Zmniejszamy nasz wpływ na środowisko w kluczowych obszarach		
Cel	Wskaźnik	Ramy czasowe
Wdrożenie standardu w pełni zgodnego z ISO 14001	Wynik audytu ekologicznego zgodny z ISO 14001	2015–2016
Ograniczenie emisji CO ₂	Zmniejszenie zużycia CO ₂ o 7,5% na klienta	2014–2016
Promocja wśród pracowników i doradców klienta proekologicznych postaw	Wszyscy pracownicy włączeni w działania edukacyjne – coroczny event „Ekotydzień”	Corocznie do 2016
	Organizacja „Ekopikniku” dla pracowników	Corocznie do 2016



Zarządzamy naszym wpływem na środowisko

Systemowe ekowsparcie

Ochrona środowiska naturalnego jest jednym z ważnych aspektów CSR w Providencie. W rozpoznawaniu i ocenianiu wpływu spółki w tym obszarze opieramy się na polityce ekologicznej oraz Systemie Zarządzania Środowiskowego (Environmental Management System EMS) wdrożonym w całej Grupie IPF. Działalność Provident Polska nie ma bezpośredniego wpływu na środowisko naturalne, ale mamy świadomość tego, że pośrednio poprzez niektóre obszary działań możemy przyczynić się do pogorszenia jego stanu. Polityka ekologiczna została wdrożona właśnie po to, aby wszelkie sfery naszej działalności i związane z nią czynności administracyjne były prowadzone w sposób pozwalający na jak największe ograniczenie działań i procesów wywierających negatywny wpływ na środowisko naturalne. System Zarządzania Środowiskowego (EMS) z kolei kontroluje realizację naszej polityki i uwzględnia wszystkie

obszary wpływu na środowisko, które nas dotyczą. Wdrażając EMS, musieliśmy określić w odniesieniu do każdej z kategorii, czy spełnianie określonych wymagań i norm to wymóg prawny, regulacyjny, czy korporacyjny, oraz na ile ten aspekt jest wrażliwy, czyli czy ewentualne przekroczenie norm może wzbudzić niepokój naszych interesariuszy (społeczności lokalnych, udziałowców, opinii publicznej, klientów, dostawców, pracowników czy mediów). System

określa także zagrożenia środowiskowe dla każdej z kluczowych kategorii oraz definiuje, jakie są procedury zgłaszania incydentów środowiskowych. System jest zgodny z wymaganiami ISO 14001:2004 i pod kątem tej zgodności jest co roku audytowany przez kontrolera zewnętrznego. Dotychczas zrealizowane kontrole potwierdziły skuteczne wdrożenie i działanie programu ochrony środowiska w Providencie Polska, którego głównym celem – podobnie jak w całej Grupie IPF

Nasze wskaźniki ekologiczne w przeliczeniu na jednego klienta

	2012 r.	2013 r.	Różnica
Energia [kWh]	2,96	2,69	-9,12%
Benzyna [l]	7,05	6,72	-4,68%
Podróże lotnicze	0,03	0,04	33,3%
Papier z recyklingu	1,23	1,01	-17,88%
Zakupiony papier [kg]	0,42	0,33	-21,43%
Ślad węglowy [CO ₂]	10,26	9,96	-2,92%

– jest zmniejszenie emisji dwutlenku węgla i śladu węglowego firmy, ograniczenie zużycia paliw oraz papieru wykorzystywanego w Providencie. Strategia spółki dotycząca środowiska naturalnego jest częścią procesu biznesowego. Zobowiązuje nas to do dokładnego zdefiniowania celów środowiskowych w oparciu o zidentyfikowane problemy ekologiczne i do ciągłej poprawy wyników.

Wpływ pod kontrolą

Głównymi obszarami naszych działań mającymi negatywny wpływ na środowisko są: zużycie energii, zużycie papieru i wody oraz korzystanie z samochodów służbowych i innych środków transportu. Mamy świadomość, że pośredni wpływ mogą mieć także konsekwencje naszych decyzji inwestycyj-

nych i dotyczących udzielania pożyczek, a także decyzje zakupowe. Wszystkie te kategorie staramy się uwzględnić w polityce ekologicznej, której celem jest zapewnienie, że działamy w sposób maksymalnie ograniczający nasz negatywny wpływ na środowisko naturalne.

● W Providencie budujemy politykę ekologiczną, kierując się poniższymi wartościami:

Świadomość

– dlatego informujemy pracowników o wpływie spółki na środowisko naturalne, zachęcamy ich do postępowania zgodnie z polityką ekologiczną, organizujemy szkolenia kształtujące postawy proekologiczne i akcje informacyjne. Informujemy także partnerów biznesowych o naszych standardach ekologicznych oraz wymogach, które muszą spełniać produkty i usługi proponowane nam przez podwykonawców.

Ograniczanie zużycia surowców i produkcji odpadów oraz zarządzanie nimi

– promujemy ekologiczne zarządzanie łańcuchem dostaw, stosowanie materiałów nienaruszających równowagi ekologicznej, ograniczenie ilości zużywanych materiałów biurowych i papieru, a także wody wykorzystywanej w biurach.

Oszczędność energii

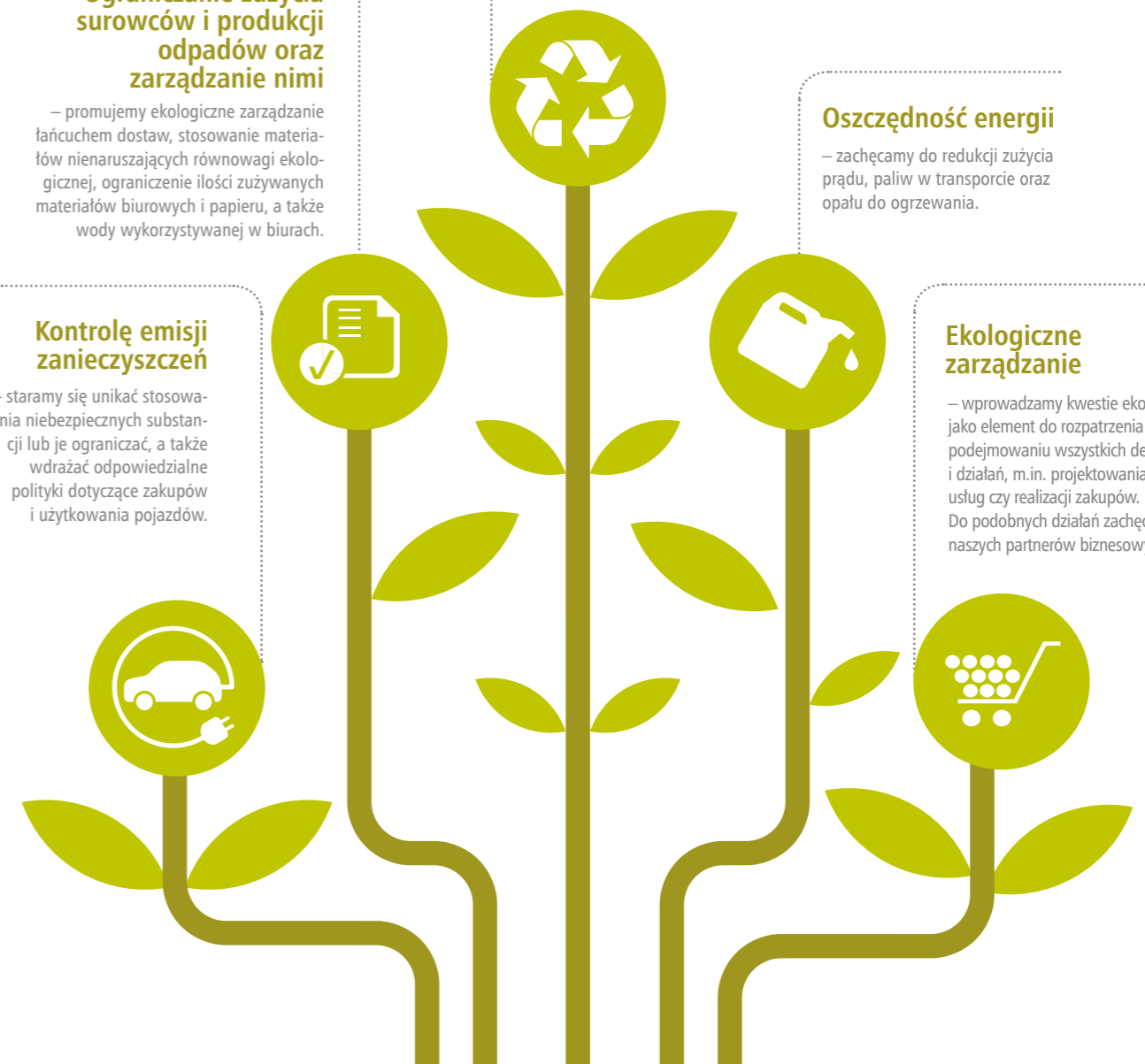
– zachęcamy do redukcji zużycia prądu, paliw w transporcie oraz opału do ogrzewania.

Kontrolę emisji zanieczyszczeń

– staramy się unikać stosowania niebezpiecznych substancji lub je ograniczać, a także wdrażać odpowiedzialne polityki dotyczące zakupów i użytkowania pojazdów.

Ekologiczne zarządzanie

– wprowadzamy kwestie ekologiczne jako element do rozpatrzenia przy podejmowaniu wszystkich decyzji i działań, m.in. projektowania nowych usług czy realizacji zakupów. Do podobnych działań zachęcamy także naszych partnerów biznesowych.





Ograniczamy zużycie surowców i emisję CO₂

Oszczędnie z papierem

Oferty, umowy, zestawienia – pracownicy i doradcy klienta w Providencie mają do czynienia z dużą ilością dokumentów, które często trzeba wydrukować. Ograniczenie ilości zużytych materiałów biurowych oraz papieru, a także zwiększenie jego ponownego wykorzystania i recyklingu to ważne aspekty polityki ekologicznej Providenta. Obejmuje ona także współpracę z dostawcami, których również namawiamy do takich oszczędności. Prowadzone dotychczas działania edukacyjne promujące drukowanie tylko tych dokumentów, które tego wymagają, a także ponowne wykorzystanie już raz zadrukowanego papieru, np. do notatek, oraz wydruk dwustronny przynoszą efekty – w 2013 r. zredukowaliśmy jego wykorzystanie o 12% w stosunku do 2012 r. Spadło zużycie papieru z recyklingu, które wynika z tego, iż drukarki stosowane w oddziałach nie mogły z nim pracować (problemy z pyleniem papieru). Cały papier zamówiony przez firmę to papier FSC.



ZIELONY PROVIDENT

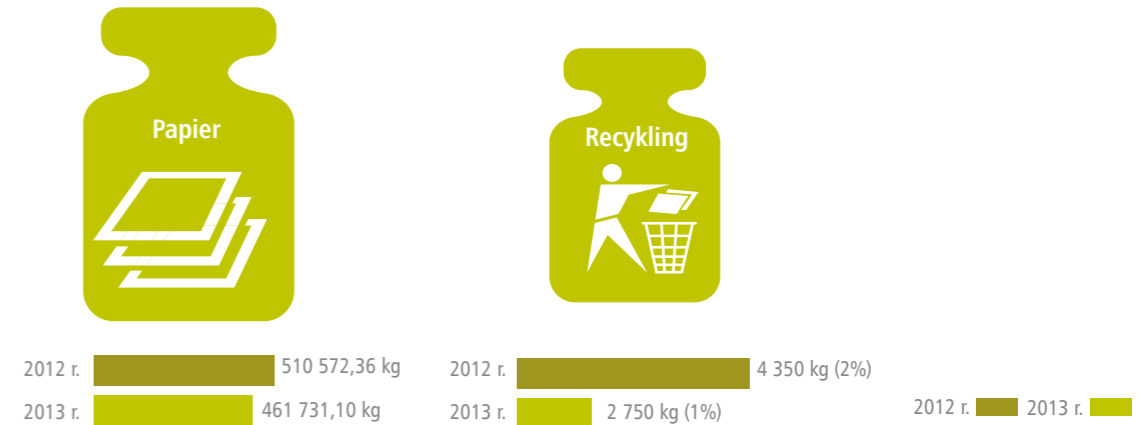


BARTŁOMIEJ WIŚNIEWSKI
Kierownik ds. Floty Samochodowej i Telekomunikacji, Provident Polska

Provident, mając na uwadze wpływ, jaki na środowisko naturalne mają spaliny emitowane przez samochody, przykładą dużą wagę do minimalizacji tego niekorzystnego czynnika. Efekt taki uzyskujemy poprzez wielopłaszczyznowe podejście do tematu służbowej floty. Wszystko zaczyna się od wyboru samochodów, które cechują się niską emisją CO₂ – osiągane jest to głównie przez nowoczesne silniki małolitrażowe. Kolejnym etapem jest optymalizacja tras przejazdów pracowników poprzez przydzielanie zoptymalizowanych miesięcznych limitów paliwowych, ściśle związanych z wykonywanymi obowiązkami. Dodatkowo każdego roku znaczną część naszych kierowców wysyłamy na szkolenia, na których dowiadują się, jak jeździć samochodem nie tylko bezpiecznie, ale i ekonomicznie, stosując zasady ekójazdy. Łącznie w 2012 i 2013 r. przeszkoliliśmy 48% naszych kierowców, a kolejnych – w najbliższych latach. Rozpoczęliśmy także testowanie nowych technologii związanych z flotą samochodową. Dwóch naszych Członków Zarządu testuje właśnie samochody elektryczne z możliwością ładowania ich do sieci, co umożliwia osiągnięcie średniego spalania na poziomie ok. 2 l/100 km.

Wykorzystanie papieru

(w tym papieru do drukarek, kopert, materiałów marketingowych) w raportowanym okresie (kg)



DOBRA PRAKTYKA

Ekójazda jest trendy

Mniejsze zużycie paliwa to mniej dwutlenku węgla, który trafia do atmosfery. Dlatego zdajemy sobie sprawę, jak ważne jest odpowiednie szkolenie naszych kierowców, by jeździli nie tylko bezpiecznie, ale i ekologicznie. Każdy nowy pracownik spółki, który będzie użytkownikiem samochodu służbowego, przechodzi szkolenie wprowadzające z polityki samochodowej. Jedną z jej zasad jest poświęcona najważniejszym zasadom bezpiecznej, ekologicznej oraz ekonomicznej jazdy. Gdy je ukończy, otrzymuje poradnik z regulami właściwego użytkownika samochodu, które pozwalają w praktyce zmniejszać szkodliwy wpływ każdego przejazdu na środowisko. Dodatkowo spółka zapewnia pracownikom szkolenia z bezpiecznej jazdy z elementami ekójazdy. W 2012 r. wzięło w nich udział 40 kierowców,

w 2013 r. – 160. W kolejnych latach ich liczba będzie rosła. Dodatkowo w 2014 r. zaangażowaliśmy się w kampanię „Zrób prezent sobie i środowisku” organizowaną przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa w partnerstwie z inicjatywą Sekretarza Generalnego ONZ „Global Compact”. Wśród działań prowadzonych podczas akcji odbyła się seria seminariów i szkoleń z ekójazdy: jazdy efektywnej i oszczędnej, a przez to proekologicznej i przyjaznej klimatowi (dzięki mniejszemu zużyciu paliwa) oraz ograniczeniu emisji i kosztów eksploatacji pojazdów. W szkoleniach wzięli udział również pracownicy Providenta. W wyniku prowadzonych działań polegających na precyzyjnym określaniu limitów paliwowych przypisanych do poszczególnych samochodów używanych do podróży

służbowych, jak i akcji propagowania zasad ekójazdy w 2013 r. zredukowaliśmy zużycie paliwa o 2,6% (w 2012 r. aż o 10%). Kolejne rozważane projekty, jak np. optymalizacja tras przejazdów za pomocą systemów GPS, mają umożliwić nam dalsze ograniczenie zużycia paliw. Ale ekologia to nie tylko sposób użytkowania, ale i samochody. Przy wyborze nowych pojazdów analizujemy ich emisję CO₂. Znaczną część użytkowanej przez nas floty to auta wyposażone w małolitrażowe, niskoemisyjne silniki benzynowe 1.0 l lub diesle 1,4 l. Provident dysponuje również największą w Polsce flotą samochodów hybrydowych (90 sztuk), których efektywność jest na bieżąco monitorowana w celu zbierania doświadczeń i danych mogących wesprzeć decyzję o ich wyborze również w przyszłości.



Zmniejszamy nasz ślad węglowy

Zmniejszenie śladu węglowego Provident Polska jest jednym z priorytetów strategii środowiskowej Grupy International Personal Finance. Większość naszej emisji dwutlenku węgla pochodzi z transportu samochodowego (74%) i zakupionej energii elektrycznej (20%). Pozostałe składowe naszego śladu węglowego to kolejowe i lotnicze podróże służbowe. Dlatego głównym obszarem redukcji jest praca nad najbardziej efektywnym wykorzystywaniem energii. Angażujemy się również w wiele innych działań: kampanie uświadamiające związane z efektywnością energetyczną (np. oszczędności w zużyciu prądu i innych nośników energii w biurach), ograniczanie zbędnych podróży służbowych, promowanie ekologicznego wykorzystywania pojazdów czy wdrażanie tele- i wideokonferencji. W 2014 r. przeprowadziliśmy się do nowej siedziby biura głównego w Warszawie. Budynek jest zgodny z wielokryterialnym systemem oceny jakości budynków BREEAM. Certyfikacja BREEAM jest obecnie standardem w branży nieru-

chomości w Europie i na świecie. Bierze pod uwagę wiele cech budynku, takich jak efektywność energetyczna, materiały i konstrukcja, eksploatacja i realizacja, gospodarka wodą i odpadami, jakość środowiska wewnętrznego, dostępność komunikacyjna. Dzięki podejmowanym działaniom w 2013 r. zmniejszyliśmy nasz ogólny ślad węglowy o 5% – z 8634 ton do 8234 ton ekwiwalentu CO₂. Kolejne wyzwania przed nami. Tak znaczny wzrost emisji CO₂ wynikającej z zużycia wody tłumaczy to, że dane za rok 2012 obejmowały powierzchnię biurową 4539 m², nieobejmującą wszystkich oddziałów. W 2013 r. zebrano dane już z prawie dwa razy większej liczby oddziałów (powierzchnia 7209 m²) oraz dodatkowo spółka połączyła niektóre oddziały, czyli mówimy tu o zwiększeniu ilości pracowników na m². W rzeczywistości zatem wzrost ten jest w granicach 10%. Wzrost emisji związanej z podróżami samolotowymi wynika z kolei z rozwoju nowych rynków dla firmy, m.in. na Litwie.



DOBRA PRAKTYKA

W służbie ekologii

Papier można oszczędzać na wiele sposobów – w drukarkach w naszych biurach w sposób domyślny wprowadziliśmy ustawienie druku dwustronnego, co pozwala zmniejszyć liczbę zużytych kartek, prowadzimy także monitoring drukowania, by sprawdzać, czy wszystko na pewno musi być przebrane na papier – np. listy do pracowników można przecież przesyłać w wersji elektronicznej i tak to właśnie robimy. W ramach działań proekologicznych zmieniliśmy też wykorzystywany papier na ekologiczny FSC. Wprowadziliśmy także centralne zarządzanie wydrukiem materiałów marketingowych, by nie powielać niepotrzebnych działań. Jednocześnie wyposażyliśmy pracowników działu operacyjnego w tablety, by przynajmniej w części to, co wcześniej musieli wydrukować, mogli przeanalizować bądź zaprezentować klientom na ekranie. To wszystko jednak nie przyniosłoby oczekiwanych rezultatów, gdyby nie kampanie edukacyjne skierowane do pracowników i doradców klienta, a także realizowane przez nas akcje ekologiczne: „Ekotydzień” i „Ekopiknik”. To podczas nich wszyscy pracownicy uczą się odpowiedzialności wobec środowiska naturalnego.

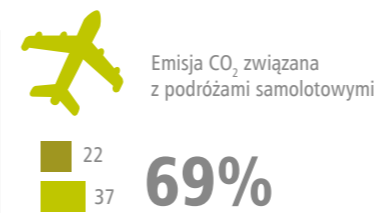
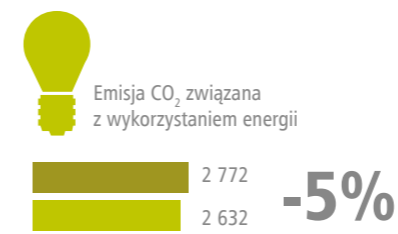
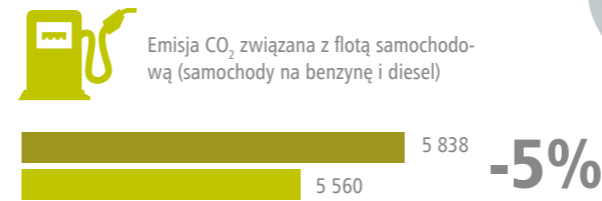
Wskaźniki emisji dwutlenku węgla



w 2013 r. w porównaniu z rokiem 2012

Na podstawie danych dotyczących zużycia energii, wody, paliwa do wyliczenia śladu węglowego korzystamy z przeliczników Defra.

Wskaźniki emisji dwutlenku węgla



2012 r. 2013 r. Zmiana

Zużycie energii

	2012 r.	2013 r.	Zmiana 2013/2012
Energia elektryczna zakupiona	8 968,28	8 023,90	-11%
Diesel	71 286,06	65 309,66	-8%
Benzyna [l]	10 081,74	13 647,65	35%
Łączne zużycie energii w organizacji	90 336,08	86 981,21	-4%



MAGDALENA KOSTULSKA
Corporate Relations,
Centrum UNEP/GRID-Warszawa

Współpraca Centrum UNEP/GRID-Warszawa z Provident Polska dotyczyła realizacji ogólnopolskiej kampanii informacyjno-edukacyjnej „Ekoprezent. Przedsiębiorco, zrób prezent sobie i środowisku”, realizowanej od grudnia 2013 r. do czerwca 2014 r. (www.ekoprezent.org). Provident Polska był partnerem kampanii skierowanej do spółek i jej pracowników, a także do społeczeństwa. Głównym celem partnerstwa było podniesienie świadomości w kwestii wyzwań związanych ze zmianami klimatu, pokazanie możliwości ograniczenia swojego wpływu na środowisko przy jednoczesnym znajdowaniu finansowych zachęt, a także podejmowanie ekopostanowień. Chodzi o wdrażanie prostych działań służących zmniejszeniu naszego negatywnego wpływu na środowisko, które ostatecznie mają doprowadzić do zmiany postaw i nawyków.

Zużywamy mniej energii

Oszczędność energii to jeden z zasadniczych elementów polityki ekologicznej firmy Provident. Co prawda jej nie produkujemy, ale kupujemy od spółki, której działalność związana z jej wytworzeniem nie jest obojętna dla środowiska. Im mniej prądu zużywamy, tym mniej pośrednio przyczyniamy się do globalnego ocieplenia. Dzięki do-

tychczas prowadzonym kampaniom edukacyjnym, szkoleniom (m.in. dotyczącym problematyki zużycia energii jest poświęcony jeden z dni „Ekotygodnia”), wprowadzeniu dokładnej ewidencji zużytej energii i wdrożeniu mniej energochłonnych technologii w 2013 r. ograniczyliśmy pobór energii przez Providenta o 8,95%.

DOBRA PRAKTYKA

Dbamy o efektywność energetyczną

Często bardziej od spektakularnych działań liczy się skala – mniejsze projekty zastosowane powszechnie przyniosą równie duże efekty, a ich zaletą jest prostota realizacji. W przypadku oszczędności energii to np. wymiana żarówek na energooszczędne w biurach spółki i wprowadzenie czujników ruchu wyłączających światło tam, gdzie nie jest ono potrzebne przez cały czas, np. w po-

mieszczeniach, gdzie stoją drukarki. W naszej spółce wprowadziliśmy także system automatycznie wyłączający komputery po godzinie 21, przy włącznikach światła i w kuchniach umieściliśmy naklejki zachęcające do oszczędzania energii. Ale działamy także centralnie – tam, gdzie było to możliwe, postanowiliśmy zmienić lokalizację naszych oddziałów i przenieść je do budynków bardziej efektywnych energetycznie, zajmując przy tym mniejszą powierzchnię.



Zielony Provident, czyli jak budujemy świadomość ekologiczną

Ekoświadomość także po pracy

Jesteśmy odpowiedzialni nie tylko za to, co robimy dla społeczności lokalnych, ale i za to, jak podchodzimy do środowiska. Dlatego w Providencie kładziemy duży nacisk na realizację działań proekologicznych. W ramach „Zielonej polityki” dbamy o świadomość ekologiczną swoich pracowników, wprowadzając standardy pracy, które minimalizują wpływ biznesowej działalności spółki na środowisko. „Zielony Provident” to program ekologiczny, który zachęca pracowników i doradców klienta do aktywnych działań proekologicznych nie tylko w godzinach pracy, ale również w życiu prywatnym. W ramach programu podjęliśmy wiele inicjatyw, m.in. przygotowaliśmy zielone rady (wysyłane e-mailem do wszystkich pracowników oraz zamieszczane w intranecie). Omawiamy w nich takie wydarzenia, jak Światowy Dzień Wody, Godzina dla Ziemi, podpowiadamy m.in., jak może wyglądać 10 pomysłów na ekowalentynki, ekologiczny ślub i ekoświęta, namawiamy do oszczędzania papieru, sprzątan



JOANNA MIESZKOWICZ
Prezes Fundacji AERIS Futuro

Każdy biznes rozwija się dzięki korzystaniu z zasobów naturalnych – prąd w biurach, paliwa w autach służbowych, papier w drukarkach, to nic innego jak węgiel, tlen, woda, drewno... O tym, w jaki sposób firma korzysta ze środowiska, świadczy efektywność jej działalności, która wpływa na wynik finansowy. Dlatego tak ważne jest raportowanie wpływu na środowisko oraz aktywne angażowanie w działania proekologiczne pracowników, partnerów, dostawców. Warto zadbać o komunikowanie w przejrzysty, mierzalny sposób – szacowanie śladu klimatycznego jest na to świetnym rozwiązaniem. Warto współpracować z organizacjami pozarządowymi, czego dowodem był sukces pikniku ekologicznego w Providencie, który był realizowany z Fundacją AERIS Futuro w 2012 r.

świata, odpowiedniego dozowania detergentów, sprawdzania parametrów AGD, przesiadania się z samochodu na rower czy obniżania temperatury w domu. W Biurze Głównym i w oddziałach wprowadziliśmy ekologiczne naklejki „Gaś światło” przy włącznikach prądu, „Gotuj tyle wody, ile zużyjesz” przy czajnikach i „Zakręcaj wodę” przy kranach. Przygotowaliśmy także plakaty ekologiczne zachęcające do oszczędzania papieru, energii i promujące ekojazdę. Dwa razy w roku przygotowujemy specjalne szkolenia ekologiczne dla pracowników, zapraszamy ich także na imprezę „Ekopiknik”. Staraliśmy się również informować pracowników o wpływie, jaki wywieramy na środowisko naturalne.

Provident Polska jest także partnerem akcji organizowanej przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa pod hasłem „Zrób prezent sobie i środowisku”. To ogólnopolska kampania edukacyjno-informacyjna, której celem jest zwrócenie uwagi, jak wiele pozornie drobnych i nieznaczących wyborów, których dokonujemy, bezpośrednio przekłada się na tempo zmian klimatycznych na naszej planecie. Wszelkie informacje na temat „zielonych inicjatyw” można znaleźć w intranecie i magazynie wewnętrznym „Nasz Provident”.

Z promowaniem rozwiązań ekologicznych staramy się wychodzić także poza spółkę. Dlatego informujemy obecnych i potencjalnych partnerów biznesowych o ekologicznych standardach obowiązujących w Providencie oraz wymogach, jakie mają spełniać produkty i usługi oferowane nam przez podwykonawców.

Ekoświadomość naszych partnerów biznesowych

Zależy nam na promowaniu odpowiedzialnego łańcucha dostaw, dlatego do stosowania procedur i praktyk proekologicznych zachęcamy także naszych partnerów. Sprawdzamy, czy nasi dostawcy mają wdrożoną politykę ekologiczną, a jeśli nie, namawiamy ich do jej wprowadzenia. Sprawdzamy także, czy w ich produktach nie ma niebezpiecznych materiałów, pytamy, czy do pro-



SABINA PASZKOWSKA, tłumacz, Provident Polska

Czy naprawdę wszystko musi być bio-, eko- i green? Oczywiście, że nie. Jednak warto wiedzieć, czym jest postawa proekologiczna i dlaczego warto stopniowo zmieniać swoje przyzwyczajenia, żeby po prostu żyło się lepiej. Dlatego też jestem zwolenniczką takich inicjatyw jak „Ekotydzień” czy „Ekopiknik”, w trakcie których w niezobowiązującej i miłej atmosferze można dużo się dowiedzieć, na przykład jak ekologicznie jeździć samochodem, jak odróżnić prawdziwe produkty eko od tych ekopodobnych, jak poprawnie sortować śmieci, bo jak się okazuje nie jest to takie proste... Zatem do zielonych działań!

DOBRA PRAKTYKA

Zielona edukacja

Ekologia jest trendy, zwłaszcza jeśli można z nią poobcować. Dlatego w ramach programu „Zielony Provident” we wrześniu 2013 r. zaprosiliśmy naszych pracowników i doradców klienta do udziału w ekologicznym tygodniu. Każdy z dni poświęciliśmy innej tematyce związanej zarówno z pracą, jak i codziennym życiem. Były zatem tematy: „Ekologia w ruchu”, „Z energią w pracy”, „Powstrzymaj papierowy potop”, „H₂Oszczędzamy” i „Jak Cię widzą ekologiczne zakupy”. Zakończeniem ekologicznego tygodnia był „Ekopiknik”, zorganizowany w dniu świętego Franciszka – patrona ekologów. Wszyscy uczestnicy otrzymali piłeczki antystresowe w kształcie kuli ziemskiej, które pomagają się zrelaksować i pomyśleć nad ekologicznymi innowacjami. Podczas pikniku

można było wziąć udział w warsztatach tworzenia ekopudełek, ekobizuterii, ekotoreb oraz wykorzystania zużytych produktów biurowych i skosztować produktów z biobazaru. Corpo-Flota, spółka zarządzająca służbowymi autami, na swoim stoisku przeprowadziła warsztaty z ekojazdy. Rozstrzygnęliśmy także konkurs „Blżej natury”, na który pracownicy i doradcy klienta mogli wysłać zdjęcia miejsc, w których czują bliższy kontakt z naturą. Wierzymy, że takie działania, połączone z konsekwentną edukacją, mają szansę zmienić nasze nawyki na bardziej ekologiczne. Zachęcamy także naszych pracowników i doradców klienta, by – wiedząc, jak podchodzimy do kwestii ekologii – podpowiadali, co jeszcze można zrobić i zmienić, by zmniejszać nasz negatywny wpływ na środowisko.





Raport z niezależnej usługi atestacyjnej

Do Zarządu Provident Polska S.A.

Identyfikacja kryteriów i opis przedmiotu

Niniejszy raport został sporządzony zgodnie z warunkami naszej Umowy z dnia 12 czerwca 2014 r. („Umowa”) zawartej w celu wykonania usługi atestacyjnej dającej umiarkowaną pewność w zakresie informacji o zrównoważonym rozwoju oznaczonych znakiem ✓ w tabeli Indeks GRI dla poziomu „Core” („Indeks GRI”) i zaprezentowanych w raporcie „Raport Społecznej Odpowiedzialności Provident Polska za lata 2012–2013” („Raport Provident”) przygotowany za okres 1 stycznia 2012 do 31 grudnia 2012 oraz 1 stycznia 2013 do 31 grudnia 2013.

Zarząd Provident S.A. („Spółka”) sporządził Raport Provident na podstawie Wytycznych do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju opublikowanych przez Global Reporting Initiative w wersji 4.0 w opcji „Core” („Wytyczne GRI G4 Core”). Raport Provident przedstawia informacje na temat zrównoważonego rozwoju Spółki w zakresie danych ilościowych i jakościowych w okresie 1 stycznia 2012 do 31 grudnia 2012 oraz 1 stycznia 2013 do 31 grudnia 2013.

Odpowiedzialność Zarządu

Za sporządzenie Raportu Provident zgodnego z Wytycznymi GRI G4 Core odpowiedzialny jest Zarząd Spółki.

Do odpowiedzialności Zarządu Spółki należy wybór i aplikacja odpowiednich metod przygotowania danych pozafinansowych oraz zaprojektowanie, wdrożenie oraz utrzymanie systemów i procesów, które zapewnią odpowiednie wsparcie dla przestrzegania Wytycznych GRI G4 Core przy opracowaniu danych pozafinansowych, wykorzystując odpowiednie w tym zakresie założenia i szacunki.

Nasza odpowiedzialność

Naszym zadaniem było wyciągnięcie wniosków czy wybrane wskaźniki uzgodnione ze Spółką i oznaczone znakiem ✓ w Indeksie GRI zaprezentowanym w Raporcie Provident zostały przygotowane według kryteriów Wytycznych GRI G4 Core. Zastosowane procedury zostały przez nas wybrane według własnego uznania i obejmują ocenę ryzyka istotnego zniekształcenia wybranych wskaźników (definicje wskaźników oraz odwołanie do miejsca prezentacji wskaźnika zostały wskazane w Raporcie Provident w Indeksie GRI).

Zrealizowaliśmy zlecenie zgodnie z Międzynarodowym Standardem Usług Atestacyjnych 3000 „Usługi atestacyjne inne niż badanie lub przegląd historycznych informacji finansowych” („ISAE 3000”).

Podsumowanie wykonanych prac

Przeprowadzone przez nas procedury obejmowały:

- Analizę strategii społecznej odpowiedzialności Spółki zaprezentowanej w Raporcie Provident oraz weryfikację dokumentacji Spółki w tym zakresie,

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.,
Al. Armii Ludowej 14, 00-638 Warszawa, Polska
T: +48 (22) 523 4000, F: +48 (22) 523 4040, www.pwc.com

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. wpisana jest do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, pod numerem KRS 000044655, NIP 526-021-02-28. Kapitał zakładowy wynosi 10.363.900 złotych. Siedzibą Spółki jest Warszawa, Al. Armii Ludowej 14.



- Wywiady z osobami odpowiedzialnymi za zarządzanie kwestiami zrównoważonego rozwoju i przygotowanie raportu społecznego w Spółce w zakresie omówienia procesów ustalonych na rzecz przygotowania Raportu Provident, w tym w zakresie procesu definiowania materialnych aspektów i granic dla Raportu Provident, nie byliśmy odpowiedzialni za wyciągnięcie wniosku na temat poprawności materialności określonej przez Spółkę,
- Ocenę struktury i skuteczności istotnych mechanizmów kontroli wewnętrznej w zakresie zbierania i przetwarzania danych dla wskaźników oznaczonych znakiem ✓ w Indeksie GRI,
- Weryfikację wskaźników oznaczonych znakiem ✓ w Indeksie GRI w oparciu o rozmowy z odpowiednimi członkami kierownictwa Spółki oraz pracownikami odpowiedzialnymi za raportowanie danych pozafinansowych oraz procedury analityczne dla wyżej wskazanych wskaźników,
- Weryfikację próby dokumentów źródłowych dla wskaźników oznaczonych znakiem ✓ w Indeksie GRI. Przykładowe analizowane dokumenty to faktury, raporty otrzymane ze źródeł zewnętrznych oraz raporty wewnętrzne, w tym raporty wygenerowane z systemów informatycznych Spółki.

W przypadku zlecenia mającego na celu wykonanie usługi atestacyjnej dającej umiarkowaną pewność, procedury zbierania dowodów są bardziej ograniczone niż w przypadku zlecenia mającego na celu udzielenie wystarczającej pewności, w związku z tym uzyskuje się mniejszą pewność niż w przypadku zlecenia mającego na celu udzielenie wystarczającej pewności.

Uważamy, że uzyskane przez nas dowody są wystarczające i odpowiednie do wydania poniższego wniosku.

Wniosek

Na podstawie przeprowadzonych procedur nie stwierdziliśmy niczego, co wskazywałoby, że wyżej wskazane wskaźniki zaprezentowane w Raporcie Provident nie są, we wszystkich istotnych aspektach, zgodne z Wytycznymi GRI G4 Core.

Ograniczenie zastosowania

Niniejszy raport został przygotowany przez PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. („PwC”) dla Provident S.A. w odniesieniu do zapisów Umowy pomiędzy PwC a Spółką i jest przeznaczony wyłącznie do użytku Zarządu Spółki. Nie należy go wykorzystywać w żadnych innych celach.

PwC nie przyjmuje w związku z tym raportem żadnej odpowiedzialności (umownej, deliktowej (w tym za zaniechanie) ani innej) wobec żadnych osób innych niż Spółka. Odpowiednio, niezależnie od formy działań, czy to w kontrakcie, umowie deliktowej ani innej, w zakresie dopuszczalnym przez prawo, PwC nie przyjmuje w związku z tym raportem żadnego rodzaju odpowiedzialności, a także nie przyjmuje żadnej odpowiedzialności za konsekwencje wynikające z raportu dla jakiegokolwiek osoby (za wyjątkiem Spółki, na zasadach wskazanych powyżej) bądź za jakąkolwiek decyzję podjętą bądź niepodjętą na podstawie niniejszego raportu.

Raport Provident powinien być odczytywany łącznie z Wytycznymi GRI G4 Core.

PricewaterhouseCoopers

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.
Warszawa, 20 października 2014 r.

Wskaźnik		Weryfikacja zewnętrzna	Odniesienia w raporcie
Strategia i analiza			
G4-1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	✓	5
Profil organizacyjny			
G4-3	Nazwa organizacji	✓	8
G4-4	Główne marki, produkty i/lub usługi	✓	11
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	✓	8
G4-6	Liczba krajów, w których firma prowadzi operacje	✓	8
G4-7	Forma własności i struktura prawna organizacji	✓	8
G4-8	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	✓	10
G4-9	Skala działalności organizacji	✓	10
G4-10	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu oraz płci	✓	70–71, 73–75
G4-11	Odsetek zatrudnionych objętych umowami zbiorowymi	✓	87
G4-12	Charakterystyka łańcucha dostaw/wartości	✓	64–65
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha dostaw	✓	Nie dotyczy
G4-14	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	✓	46–47
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	✓	22
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych/międzynarodowych organizacjach orzeczniczych	✓	22
Identyfikacja istotnych aspektów i ich granic			
G4-17	Jednostki ujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym organizacji	✓	Nie dotyczy
G4-18	Proces definiowania zawartości raportu oraz wdrożenia zasad raportowania do zdefiniowania zawartości raportu	✓	18
G4-19	Istotne aspekty zidentyfikowane w procesie definiowania zawartości raportu	✓	18–19
G4-20	Zakres i istotność dla każdego ze zidentyfikowanych aspektów wewnątrz organizacji	✓	18–19
G4-21	Zakres i istotność dla każdego ze zidentyfikowanych aspektów na zewnątrz organizacji	✓	18–19
G4-22	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia	✓	Nie dotyczy
G4-23	Znaczące zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	✓	18–19
Zaangażowanie interesariuszy			
G4-24	Lista grup interesariuszy zaangażowanych przez organizację	✓	21
G4-25	Podstawy identyfikacji i selekcji interesariuszy	✓	20
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	✓	20
G4-27	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	✓	20
Parametry raportu			
G4-28	Okres raportowania	✓	18
G4-29	Data publikacji ostatniego raportu (jeśli został opublikowany)	✓	Nie dotyczy
G4-30	Cykl raportowania (roczny, dwuletni itd.)	✓	18
G4-31	Osoba kontaktowa	✓	okładka raportu
G4-32	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia wskaźników w raporcie	✓	102–103
G4-33	Polityka i wewnętrzna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	✓	18
Skład i struktura Zarządu			
G4-34	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania	✓	13
Etyka			
G4-56	Wartości, zasady, standardy, normy postępowania organizacji, zebrane w kodeksach postępowania i kodeksach etycznych	✓	12; 46–47

Kategoria	Wskaźnik	Weryfikacja zewnętrzna	Odniesienia w raporcie
Wskaźniki ekonomiczne			
Pośrednie wpływy ekonomiczne	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Pośrednie wpływy ekonomiczne”	26–27
	G4-EC7	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa	28–35
Wskaźniki środowiskowe			
Surowce/materiały	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Surowce/materiały”	90; 92–93
	G4-EN1	Wykorzystane surowce/materiały według wagi i objętości	✓ 95
	G4-EN2	Procent materiałów pochodzących z recyklingu	✓ 95
Energia	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Energia”	97
	G4-EN3	Zużycie energii w organizacji	97
Ocena środowiskowa dostawców	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Ocena środowiskowa dostawców”	64–65; 99
	G4-EN32	Procent nowych dostawców, którzy zostali sprawdzeni pod kątem kryteriów środowiskowych	65; 99
Wskaźniki społeczne: praktyki zatrudnienia i godna praca			
Zatrudnienie	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Zatrudnienie”	68–69
	G4-LA1	Łączna liczba odejść oraz wskaźnik fluktuacji pracowników według grup wiekowych, płci i regionu	✓ 76; 78
	G4-LA2	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin, według głównych jednostek organizacyjnych	80–81
Bezpieczeństwo i higiena pracy	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Bezpieczeństwo i higiena pracy”	84
	G4 LA6	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy, a także liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą według regionów	✓ 85
Edukacja i szkolenia	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Edukacja i szkolenia”	82–83
	G4 LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według płci i struktury zatrudnienia	✓ 82–83
	G4 LA11	Odsetek pracowników podlegających regulacjom ocenom jakości pracy i przeglądowi rozwoju kariery zawodowej w podziale na płeć	✓ 81
Różnorodność i równość szans	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Różnorodność i równość szans”	72
	G4 LA12	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	✓ 73–75
Wskaźniki społeczne: respektowanie praw człowieka			
Ocena dostawców pod kątem praktyk pracowniczych	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Ocena dostawców pod kątem praktyk pracowniczych”	64–65
	G4 LA14	Procent nowych dostawców, którzy zostali sprawdzeni pod kątem kryteriów pracowniczych	65
Ocena dostawców pod kątem praw człowieka	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Ocena dostawców pod kątem praw człowieka”	64–65
	G4 HR10	Procent nowych dostawców, którzy zostali sprawdzeni pod kątem przestrzegania praw człowieka	65
Wskaźniki społeczne: wpływ na społeczeństwo			
Lokalne społeczności	FS13	Dostęp do usług na obszarach mało zaludnionych lub nierozwiniętych ekonomicznie	10
Ocena dostawców pod kątem wpływu na społeczeństwo	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Ocena dostawców pod kątem wpływu na społeczeństwo”	64–65
	G4 SO9	Procent nowych dostawców, którzy zostali sprawdzeni pod kątem wpływu na społeczeństwo	65
Wskaźniki społeczne: odpowiedzialność za produkt			
Oznakowanie produktów i usług	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Oznakowanie produktów i usług”	50–51; 58
	GR4 PR5	Rezultaty i główne wnioski z badań mierzących satysfakcję klienta, dotyczących organizacji oraz głównych kategorii produktowych	✓ 58–59
Komunikacja marketingowa	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Komunikacja marketingowa”	42–43
	G4 PR7	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu według rodzaju skutków	45
Ochrona prywatności klienta	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Komunikacja marketingowa”	40–41
	GR4 PR8	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych	✓ 41
Zgodność z regulacjami	G4-DMA	Podejście do zarządzania aspektem „Zgodność z regulacjami”	42–43
	GR PR9	Wartość pieniężna istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostawy i użytkowania produktów i usług	✓ 45

Fundamentem podejścia
do zrównoważonego
rozwoju i odpowiedzialności
społecznej są nasze
wartości: szacunek,
odpowiedzialność,
przejrzystość.

Kontakt

Provident Polska SA
ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa