



Bank Polski

Ocena racjonalności prowadzonej przez PKO
Bank Polski S.A. polityki sponsoringowej
i charytatywnej lub innej o zbliżonym
charakterze w 2020 r.

Zgodnie z zasadą zawartą w pkt II.Z.10.4. Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016, przyjętych do stosowania uchwałą nr 44/2015 Rady Nadzorczej z dnia 28 grudnia 2015 r. w sprawie przyjęcia do stosowania „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016”, Rada Nadzorcza sporządza i przedstawia Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu ocenę racjonalności prowadzonej przez PKO Bank Polski S.A. polityki sponsoringowej, charytatywnej lub innej o zbliżonym charakterze.

Rada Nadzorcza ocenia, że działalność sponsoringowa, charytatywna lub inna o zbliżonym charakterze prowadzona jest w sposób racjonalny, z dbałością o dobro społeczne. Według oceny Rady Nadzorczej, podjęte przez Bank w 2020 r. działania w ramach polityki sponsoringowej i charytatywnej lub innej o zbliżonym charakterze, budują pozytywny wizerunek marki Banku i wzmacniają jego dobrą reputację, co w efekcie przekłada się na zadowolenie interesariuszy: klientów, kooperantów, akcjonariuszy, przedstawicieli administracji państwowej i samorządowej, a także pracowników.

Informacja na temat prowadzonej przez PKO Bank Polski S.A. polityki sponsoringowej, charytatywnej lub innej o zbliżonym charakterze w 2020 roku

PKO Bank Polski jako lider polskiego sektora bankowego, organizacja zaangażowana społecznie, spółka z udziałem Skarbu Państwa, pełni istotną rolę w systemie społeczno-gospodarczym kraju. Bank nieustannie podejmuje działania przekładające się na budowanie wizerunku instytucji godnej zaufania. W 2020 roku kierowany odpowiedzialnością społeczną aktywnie włączył się w działania wspierające ochronę życia i zdrowia Polaków oraz ograniczające negatywne skutki pandemii COVID-19 na gospodarkę.

Od początku pandemii Bank, we współpracy z Fundacją jak też pozostałymi spółkami Grupy Kapitałowej Banku („GKB”), zaangażował się we wspieranie służby zdrowia i społeczeństwa. Współdziałając z instytucjami rządowymi, błyskawicznie reagował na bieżące potrzeby społeczne, przekazując darowizny pieniężne i rzeczowe na rzecz placówek medycznych czy służb sanitarnych, a także partycypował w pracach nad rozwiązaniami cyfrowymi dla instytucji rządowych, przedsiębiorców oraz wszystkich obywateli, w tym także dla osób z niepełnosprawnością.

Pracownicy Banku angażowali się w pomoc systemową, m.in. wspierając pracę infolinii Głównego Inspektoratu Sanitarnego czy infolinii Ministerstwa Rozwoju na temat Tarczy Antykryzysowej. Równie ważną rolę w działaniach na rzecz walki ze skutkami pandemii odegrali bankowi wolontariusze, którzy w całym kraju pomagali medykom, lokalnym DPS-om oraz osobom samotnym, organizując zbiórki pieniędzy i przekazując pomoc rzeczową. Zareagowali na sytuację bez wahania, wykazując się pomysłowością, solidarnością i empatią.

Oprócz wsparcia udzielanego Polakom, udzielono także pomocy dla społeczności Ukrainy, Kazachstanu i Uzbekistanu.

Informacje dotyczące wsparcia udzielonego przez GKB na rzecz walki z COVID-19 publikowane są w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego S.A. za 2020 rok.

W przeprowadzonych w 2. połowie 2020 roku badaniach ankietowych, ponad połowa Polaków pozytywnie oceniła postawę spółek z udziałem Skarbu Państwa w krytycznej dla kraju sytuacji i poziom ich zaangażowania w walkę z pandemią (badanie ankietowe IBRiS, przeprowadzone w lipcu 2020 roku).

Za walkę z pandemią COVID-19, wspieranie polskiej służby zdrowia i gospodarki, a także inne działania prospołeczne podjęte w 2020 roku, Bank otrzymał szereg nagród i wyróżnień:

- wyróżnienie w IV edycji Nagród Gospodarczych Polskiego Radia w kategorii „Filantrop Polski” za prospołeczną postawę i zaangażowanie Banku w walkę z COVID-19,
- wyróżnienie w kategorii „Finanse” w rankingu Rzeczypospolitej „Najważniejsze firmy dla Polski”, m.in. za zaangażowanie w walkę z epidemią COVID - 19,
- II miejsce w kategorii „Bank wrażliwy społecznie” w rankingu „Złoty Bankier 2020” za zaangażowanie w akcje charytatywne,
- Złoty „BohaterOn 2020” Publiczności oraz Srebrny „BohaterOn 2020” w kategorii „Firma” w rankingu „BohaterOny 2020” za całokształt działań prospołecznych, edukację historyczną oraz akcją „PKO Bohaterom”, prowadzoną przez pracowników Banku na rzecz Powstańców Warszawskich,
- „Biały Listek” w IX edycji rankingu Listki CSR „Polityki” za prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny, wspieranie zrównoważonego rozwoju i zaangażowanie społeczne (ranking przygotowywany jest we współpracy z firmą doradczą Deloitte oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu),
- wyróżnienie w 5. edycji rankingu „Instytucja Roku”, organizowanym z inicjatywy portalu moжебankowanie.pl, za projekt społeczny „PKO Bohaterom”, angażujący pracowników PKO Banku Polskiego w pomoc Powstańcom Warszawskim,
- dwie srebrne nagrody dla Gry „Bitwa o Neta” w konkursie IAB Awards Europe 2020 w kategoriach non-profit/corporate social responsibility oraz social media,
- „Laur Społecznej Odpowiedzialności Biznesu”, przyznany przez Izbę Przemysłowo-Handlową w Tarnowskich Górach za działalność zgodną z zasadami rzetelności i zaufania w biznesie, odpowiedzialne budowanie wizerunku i dobrych relacji z otoczeniem oraz działania edukacyjne skierowane zarówno do najmłodszych, jak i osób starszych, szczególnie narażonych na oszustwa finansowe,
- prezentacja projektów prospołecznych Banku w wydany w 2020 roku raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” - kapituła doceniła zarówno nowe inicjatywy Banku, jak i te kontynuowane od lat, takie jak akcje biegowe „Biegnę dla...”, „PKO Bieg Charytatywny” oraz „Bankowa Akcja Honorowego Krwiodawstwa”,
- nagroda specjalna w 85. Plebiscycie „Przeglądu Sportowego” za wspieranie polskiej piłki nożnej, w tym młodych zawodników, aktywizacje biznesowe i marketingowe, liczne akcje promocyjne skierowane do kibiców oraz klubów piłkarskich,

- nagroda specjalna redakcji tygodnika „Piłka Nożna” za działania marketingowe i biznesowe, podjęte przez Bank w związku z umową z Ekstraklasą, a w szczególności uruchomienie Programu Partnerskiego oraz realizację projektów promujących grę młodych zawodników.

W 2020 roku Bank stanął przed koniecznością zweryfikowania i wyeliminowania części zaplanowanych na 2020 rok projektów sponsorskich z uwagi na potrzebę przekierowania środków na sfinansowanie działań prowadzonych na rzecz walki z pandemią. Ponadto, wiele zaplanowanych wydarzeń (kongresów, konferencji, eventów na wolnym powietrzu) zostało odwołanych lub zrealizowanych w mniejszej skali (online), zgodnie z wdrożonym reżimem sanitarnym.

Pomimo wielu ograniczeń, w 2020 roku wpłynęły do Banku 474 nowe wnioski sponsorskie. Wsparcie finansowe uzyskało 175 projektów sponsorskich (oprócz 134 nowych projektów, kontynuowano realizację 41 projektów zainicjowanych w latach poprzednich).

W 2020 roku działalność sponsoringowa Banku była prowadzona w wymienionych niżej obszarach:

- BIZNES – umacnianie wiodącej pozycji Banku na rynku finansowym, wzmacnianie pozycji lidera technologicznego polskiego sektora bankowego, wspieranie polskich przedsiębiorców, współpraca z samorządami i administracją państwową.
- SPORT, w tym programy: „PKO Ekstraklasa” i „PKO Biegajmy razem” – zachęcanie do aktywności, wspieranie sportu masowego.
- KULTURA – wspieranie rozwoju instytucji kultury, ochrona dziedzictwa narodowego, promowanie młodych talentów.
- EDUKACJA – współpraca z uczelniami wyższymi, wspieranie projektów edukacyjnych, promujących rozwój przedsiębiorczości, innowacji i nowych technologii.

Informacje dotyczące działalności sponsorskiej Banku w ramach poszczególnych obszarów tematycznych publikowane są w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego S.A. za 2020 rok.

Bank realizował działalność sponsorską w oparciu o Zasady prowadzenia działalności marketingowej oraz public relations (PR) i komunikacji społecznej przez PKO Bank Polski, obowiązujące od 17 grudnia 2019 roku oraz na podstawie przepisów wydanych 23 stycznia 2020 roku, regulujących działalność Komitetu ds. Sponsoringu, którego zadaniem jest opiniowanie wniosków sponsorskich.

Zgodnie ze Statutem Banku, zawarcie umów sponsorskich z jednym kontrahentem o wartości przewyższającej 500 000 zł netto w stosunku rocznym wymaga uzyskania zgody Rady Nadzorczej, w związku z czym wiodące projekty sponsorskie (w szczególności realizowane w ramach programów „PKO Biegajmy razem” i „PKO Ekstraklasa”) przedstawiane są do uprzedniej oceny i decyzji Rady Nadzorczej.

Rozpatrując wnioski o realizację projektu sponsoringowego, Bank bierze pod uwagę - oprócz korzyści wizerunkowych, takich jak wartość ekspozycji marki - także profity biznesowe i relacyjne. W celu ich właściwej identyfikacji i optymalizacji Pion Marketingu i Komunikacji współpracuje z komórkami biznesowymi. Istotnym elementem realizowanych projektów sponsoringowych jest dbałość o aktywny udział przedstawicieli Banku w dyskusjach panelowych, prezentacjach i uroczystościach wręczania nagród.

Po dokonaniu wstępnej oceny eksperckiej, wyselekcjonowane oferty prezentowane są na posiedzeniu Komitetu ds. Sponsoringu, w skład którego wchodzi przedstawiciele Pionów organizacyjnych funkcjonujących w Banku: Sprzedaży Detalicznej, Relacji z Klientami Korporacyjnymi, Skarbu oraz Marketingu i Komunikacji, co zapewnia wszechstronną weryfikację każdego wniosku. W tym procesie szczególnie istotna jest opinia przedstawicieli biznesu, identyfikujących potencjał promocyjny produktów i usług bankowych oraz warunki do inicjowania, umacniania i rozwijania relacji z klientami.

Zaakceptowane do realizacji projekty sponsoringowe są na bieżąco monitorowane, analizowane i oceniane pod kątem właściwego zaangażowania pracowników Banku. Każdy projekt zamyka sprawozdanie z realizacji umowy sponsoringowej.

W celu monitorowania efektywności prowadzonej działalności sponsoringowej, Bank korzysta z badań marketingowych. Dodatkowo, Bank dysponuje panelem onlinowym, za pomocą którego sprawdzana jest ekwiwalentność mediowa najważniejszych projektów, ale również korzysta z gotowych badań syndykatowych dot. rozpoznawalności sponsorów.

W 2020 roku działalność dobroczynna Fundacji była skupiona na walce z pandemią, w związku z czym priorytet miały projekty chroniące społeczeństwo przed jej skutkami i zapobiegające rozprzestrzenianiu się wirusa. Skutkowało to znaczącym ograniczeniem możliwości zaangażowania się w zwyczajową i regularną działalność dobroczynną.

Cel działalności Fundacji jest określony w Statucie Fundacji, natomiast zasady współpracy Banku i Fundacji reguluje umowa zawarta w dniu 14 grudnia 2017 roku. Głównym źródłem finansowania celów statutowych Fundacji w 2020 roku były darowizny przekazane przez Bank na podstawie uchwał Zarządu. Zawarcie umowy darowizny między Bankiem a Fundacją wymaga zgody Rady Nadzorczej Banku.

Dodatkowe środki pieniężne Fundacja pozyskuje od klientów Inteligo, którzy dokonują transakcji bezgotówkowych kartą Inteligo Visa PayWave „Dobro procentuje”, uruchomionej w 2013 roku.

Proces oceny wniosków o udzielenie darowizny polega na analizie każdego wniosku na posiedzeniu Zespołu Fundacji w celu uzgodnienia rekomendacji. W przypadku ubiegania się o dotacje powyżej 20 tys. zł., wniosek dodatkowo podlega opiniowaniu przez członków Rady Programowej Fundacji, która odpowiada za racjonalność polityki charytatywnej. Darowizna przekazywana jest na podstawie umowy zawieranej między Fundacją a beneficjentem.

Za pośrednictwem Fundacji przekazywane są także darowizny rzeczowe na rzecz organizacji pozarządowych, w postaci sprzętu IT i mebli wycofywanych z użytkowania z różnych jednostek bankowych. W 2020 roku darowizny rzeczowe w postaci mebli i sprzętu IT trafiły do 54 organizacji.

Celem działań zrealizowanych przez Fundację w 2020 roku było wspieranie obywateli i instytucji zaangażowanych na rzecz dobra publicznego w obszarach: oświaty, wychowania, pomocy społecznej, ochrony i promocji zdrowia, kultury i sztuki, ochrony środowiska, w tym wspomaganie rozwoju wspólnot i społeczności lokalnych. Istotnym aspektem była promocja celów społecznych w środowisku bankowym oraz promowanie idei wolontariatu.

Pomimo ograniczeń wynikających z pandemii, spośród 561 wniosków, jakie wpłynęły do Fundacji w 2020 roku o przyznanie darowizny pieniężnej na realizację zadań społecznych, pozytywnie zaopiniowane zostały 143 projekty.

Poniżej przedstawione zostały obszary programowe, w których prowadzona była działalność.

- EDUKACJA - wsparcie nauki, oświaty oraz alternatywnych form edukacji w Polsce.
- TRADYCJA - kultywowanie tradycji, ochrona dziedzictwa historycznego oraz wychowanie w duchu patriotyzmu.
- NADZIEJA - pomoc społeczna skierowana do osób zagrożonych wykluczeniem, w szczególności poszkodowanych oraz niepełnosprawnych.
- ZDROWIE - ochrona życia i zdrowia oraz profilaktyka zdrowotna.
- KULTURA - ochrona dziedzictwa narodowego w dziedzinie kultury i sztuki oraz wspieranie twórczości artystycznej młodych polskich artystów, udostępnianej pro bono.
- EKOLOGIA - podejmowanie inicjatyw społecznych nastawionych na upowszechnianie wiedzy w zakresie ochrony środowiska naturalnego, zwłaszcza akwenów wodnych.
- SPORT - zachęcanie do aktywności fizycznej, w szczególności dzieci i młodzieży, jak również propagowanie aktywności fizycznej wśród osób niepełnosprawnych.

Informacje dotyczące aktywności Fundacji w 2020 roku publikowane są w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego S.A. za 2020 rok.

Ponadto, Rada Nadzorcza Banku otrzymuje kwartalną informację na temat wykorzystania przez Fundację środków przekazanych przez Bank.

Sprawozdania finansowe oraz sprawozdania Zarządu z działalności Fundacji po każdym roku obrotowym są poddawane ocenie biegłego rewidenta. Zgodnie z zasadą transparentności, sprawozdania z działalności Fundacji, prezentujące zrealizowane zadania, publikowane są na stronie internetowej Fundacji.

W 2020 roku działalność sponsorska i charytatywna wpływały pozytywnie na wizerunek Banku. Dbłość o racjonalność prowadzonej polityki sponsorskiej i charytatywnej osiągnana jest także poprzez synergii działań. W Fundacji dba o to Rada Programowa, składająca się z przedstawicieli Banku.