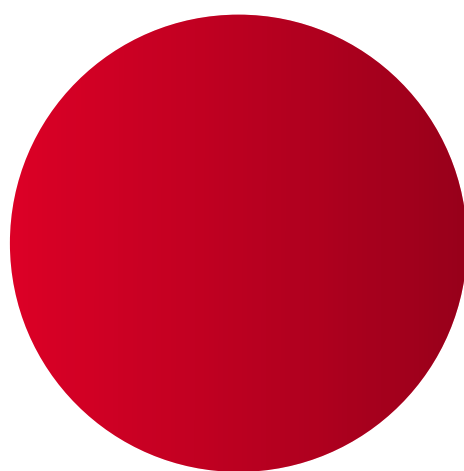


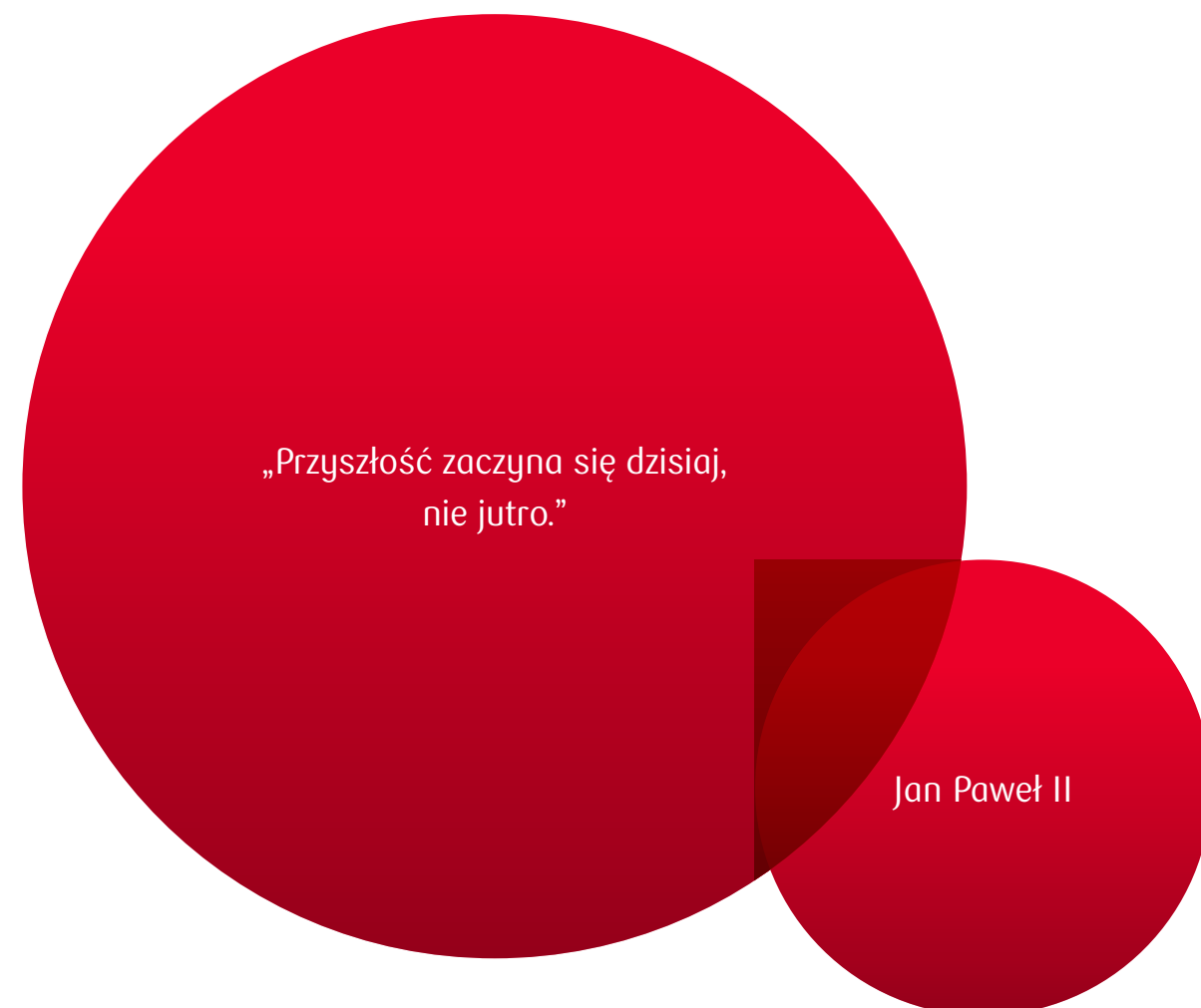


RAPORT SPOŁECZNY
PKO Banku Polskiego

2015



Bank Polski



Spis treści

2	List Przewodniczącego Rady Nadzorczej PKO Banku Polskiego
4	List Prezesa Zarządu PKO Banku Polskiego
6	Rok 2015 w liczbach
8	ROZDZIAŁ 1 - Kim jesteśmy?
30	ROZDZIAŁ 2 - Działalność biznesowa
48	ROZDZIAŁ 3 - Miejsce pracy
60	ROZDZIAŁ 4 - Zrównoważony rozwój

List Przewodniczącego Rady Nadzorczej



Piotr Sadownik
Przewodniczący Rady Nadzorczej
PKO Banku Polskiego

Szanowni Państwo,

rok ubiegły był dla Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego okresem intensywnej pracy i realizacji ambitnych inicjatyw rozwojowych. Dzięki wspólnemu wysiłkowi wszystkich pracowników Banku wypracowane zostały solidne wyniki finansowe oraz udało się wdrożyć wiele nowoczesnych rozwiązań produktowych i organizacyjnych.

PKO Bank Polski z rekordowym poziomem 267 mld zł aktywów i najwyższymi udziałami rynkowymi w depozytach (17,9 proc.) i kredytach (17,8 proc.) obsługuje obecnie prawie 9 milionów klientów indywidualnych, 430 tysięcy małych i średnich firm, ponad 14 tysięcy dużych korporacji oraz prawie 2 tysiące samorządów różnych szczebli. Dystansując drugi pod względem wielkości, działający na naszym rynku, bank o ponad 80 mld zł pod względem sumy bilansowej, PKO Bank Polski posiada niezbędny potencjał do generowania stabilnie rosnących przychodów w przyszłości.

Siłą całej Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego są polskie korzenie, blisko stuletnia tradycja oraz doskonała znajomość rynku i zmieniających się potrzeb klientów. Równie cenna w zwiększaniu przewag konkurencyjnych, a jednocześnie wzmacnianiu fundamentów długofalowego rozwoju, jest także umiejętność odważnego kreowania nowatorskich rozwiązań oraz podejmowania wyzwań wykraczających poza krótkoterminowy horyzont. Organizacja, która dysponuje takim potencjałem, ma obowiązek działania na rzecz szeroko pojętego zrównoważonego rozwoju – z pożytkiem nie tylko dla klientów i akcjona-

riuszy, ale również pracowników, lokalnych społeczności oraz całej gospodarki. Przykład zaangażowania Banku w efektywne wdrożenie programu Rodzina 500 Plus pokazuje, że dbałość o rozwój biznesu można skutecznie łączyć z udziałem w zakrojonych na szeroką skalę projektach społecznych, wyznaczając trendy i pożądane wzorce zachowań dla rynkowych konkurentów.

Analogiczne szanse stoją przed Bankiem w zakresie budowy długoterminowych oszczędności krajowych, rozwoju rynku listów zastawnych, współpracy z sektorem małych i średnich przedsiębiorstw, wspierania ekspansji zagranicznej polskich firm oraz realizacji projektu cyfrowego państwa. Rada Nadzorcza ze szczególną uwagą będzie śledziła podejmowane w tym zakresie inicjatywy i wspierała Zarząd w ich realizacji.

Strategia rozwoju Banku, w kolejnych latach, powinna umożliwić konsekwentne budowanie wartości, elastyczne reagowanie na zmieniające się uwarunkowania zewnętrzne i jak najpełniejsze wykorzystywanie zarówno wypracowanej dotąd pozycji, jak i możliwości stwarzanych przez rynek. Umacnianie pozycji lidera w warunkach silnej presji konkurencyjnej będzie wymagało dalszej dyscypliny i dobrej, umiejętnej koordynacji wielu ważnych projektów realizowanych w ramach Grupy Kapitałowej.

Dotychczasowe osiągnięcia, ale też przyszłe sukcesy nie byłyby możliwe, gdyby nie zaangażowanie i profesjonalizm pracowników wszystkich spółek Grupy. Bardzo serdecznie za to dziękuję.

List Prezesa Zarządu



Zbigniew Jagiełło
Prezes Zarządu
PKO Banku Polskiego

Szanowni Państwo,

w 2015 roku środowisko bankowe stanęło przed bardzo poważnymi wyzwaniami. Branża poniosła koszty pierwszej od 15 lat upadłości w sektorze banków spółdzielczych, finansując jednocześnie Fundusz Wsparcia Kredytobiorców oraz zwiększone składki na Bankowy Fundusz Gwarancyjny. Dodatkowo utrzymujące się na rekordowo niskim poziomie stopy procentowe istotnie obniżyły marżę odsetkowe.

Działając w tak wymagających warunkach rynkowych, PKO Bank Polski finalizował realizację strategii „Codziennie najlepszy” osiągając jej kluczowe cele. W latach 2013-2015 wzrost aktywów Grupy Kapitałowej wyniósł blisko 72 mld zł, koszt ryzyka spadł o połowę a siła finansowa wzrosła do najwyższych od 10 lat poziomów.

W kwietniu 2015 roku zakończyła się fuzja operacyjna z Nordea Bank Polska. Przebiegła ona bez jakiegokolwiek uszczerbku dla ciągłości, stabilności i bezpieczeństwa systemu informatycznego Banku, a zarazem w przyjazny dla klientów sposób. Zakup aktywów grupy Nordea w Polsce przyspieszył także rozwój kompetencji PKO Banku Polskiego w obszarze bancassurance. Przejęcie spółki ubezpieczeń na życie, a następnie budowa od podstaw spółki ubezpieczeń majątkowych, umożliwiło stworzenie szerokiej gamy własnych produktów ubezpieczeniowych, oferowanych pod wspólną marką PKO Ubezpieczenia.

Ważnym elementem realizacji strategii było uruchomienie PKO Banku Hipotecznego. W zaledwie kilka miesięcy od rozpoczęcia działalności operacyjnej, listy zastawne

emitowane przez nowy podmiot Grupy Kapitałowej uzyskały od Agencji Moody's najwyższy możliwy do osiągnięcia w Polsce rating na poziomie Aa3.

W 2015 roku sfinalizowano także proces uruchomienia oddziału korporacyjnego w Niemczech. Jest to pierwszy etap ekspansji zagranicznej, której celem jest wspieranie polskich firm podejmujących aktywność biznesową poza granicami kraju.

Od lutego 2015 roku, nasi klienci korzystają z nowego standardu płatności mobilnych BLIK, którego uruchomienie było możliwe dzięki inicjatywie PKO Banku Polskiego, na którą pozytywnie odpowiedziało 5 innych wiodących polskich banków. Obecnie z systemu korzysta łącznie ponad 1,6 mln klientów tych banków.

Te i pozostałe działania, oparte na zaangażowaniu, energii i profesjonalizmie pracowników Grupy, pozwoliły wypracować w 2015 roku skonsolidowany zysk netto w wysokości ponad 2,6 mld zł, przy wzroście aktywów do poziomu blisko 267 mld zł. Ubiegły rok był także kolejnym etapem konsekwentnego doskonalenia procesu zarządzania ryzykiem, co pozwoliło obniżyć jego koszty do poziomu 0,72 proc. wobec 0,96 proc. w 2014 roku.

Dotychczasowe osiągnięcia i wypracowane wyniki, stanowią potwierdzenie, że ambitne cele mogą być skutecznie realizowane nawet przy dużej presji ze strony warunków zewnętrznych. Są także solidnym fundamentem, a zarazem doskonałą motywacją do dalszej, intensywnej pracy z pożytkiem dla klientów, akcjonariuszy, pracowników i całej polskiej gospodarki.

Rok 2015 w liczbach

pierwszy
co do wielkości
Bank w Polsce
z aktywami

266,9
mld zł

blisko

9
mln

klientów

2180

placówek
(oddziały i agencje)

7,8
mln

klientów mających
dostęp do bankowości
elektronicznej iPKO

26
tys.

pracowników

1,3
mln

klientów
korzystających
z kanałów mobilnych

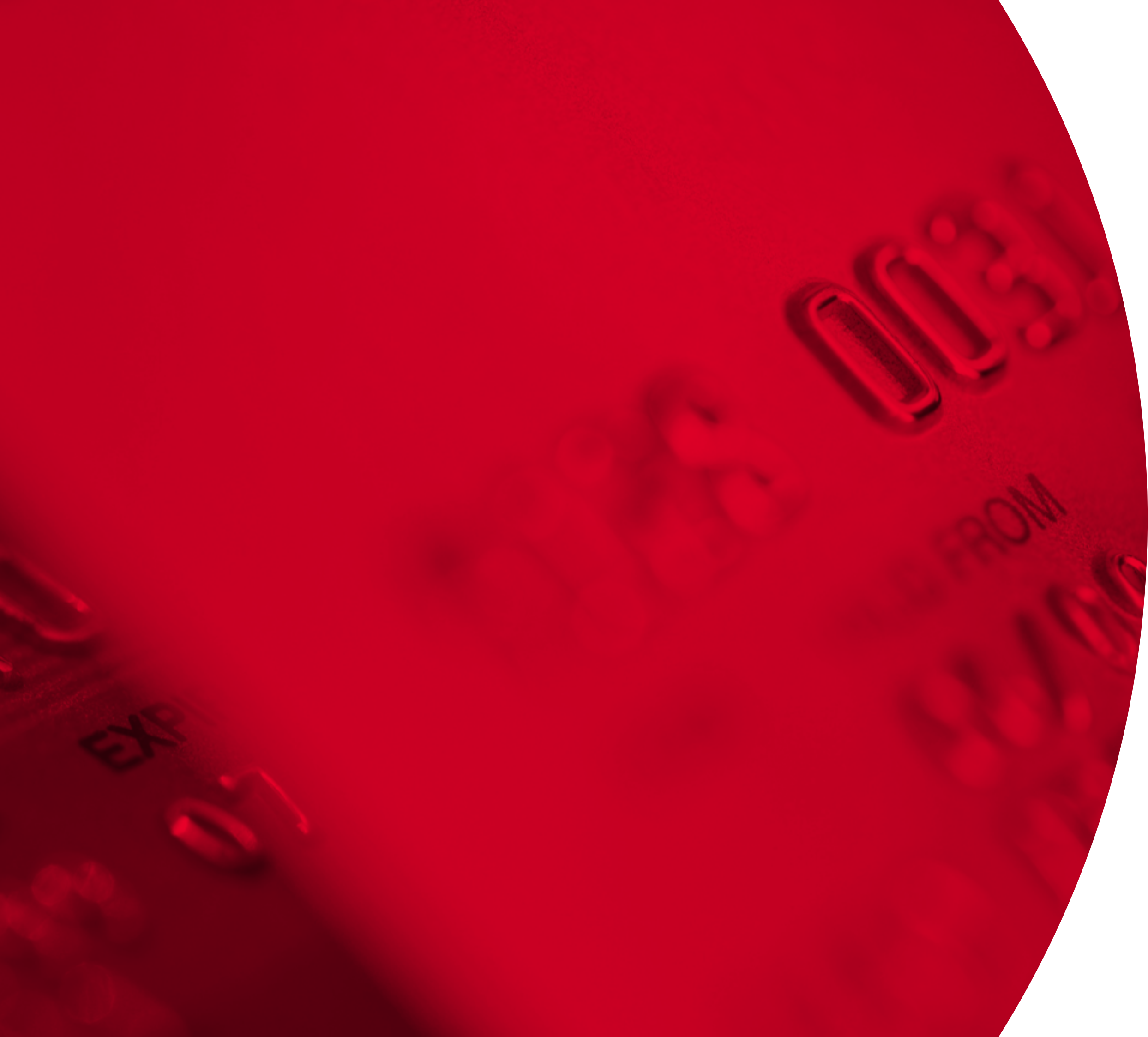
3200

bankomatów
(w tym 700 z funkcją
wpłatomatu)

ponad

80
proc.

klientów
zadowolonych
ze współpracy
z Bankiem



ROZDZIAŁ 1

Kim jesteśmy?

PKO Bank Polski jest największym Bankiem komercyjnym w Polsce oraz wiodącym Bankiem na rynku pod względem skali działania, kapitałów własnych, kredytów, depozytów, liczby klientów oraz wielkości sieci dystrybucji.

Najwyższa wartość aktywów



Wzrost aktywów
Grupy Kapitałowej
PKO Banku Polskiego
w ciągu ostatnich
5 lat

Mimo silnej konkurencji rynkowej, PKO Bank Polski rozwija się skutecznie i to nie tylko w swoim tradycyjnym obszarze - obsłudze klientów detalicznych. Jest także liderem bankowości korporacyjnej oraz dla małych i średnich przedsiębiorstw – zwłaszcza w zakresie finansowania ich działalności.

PKO Bank Polski udziela finansowania wszystkim branżom polskiej gospodarki, jest też czołowym kredytodawcą na rynku samorządów. Zajmując wiodącą pozycję pod względem osiągnięć biznesowych oraz wyników finansowych, wyznacza kierunki rozwoju bankowości w Polsce.

Wybrane dane finansowe

		2015	2014	2013	2012*	2011
Zysk netto	Bank	2 571 mln zł	3 079 mln zł	3 234 mln zł	3 583 mln zł	3 954 mln zł
	Grupa Kapitałowa	2 610 mln zł	3 254 mln zł	3 230 mln zł	3 739 mln zł	3 807 mln zł
Wynik na działalności biznesowej	Bank	10 174 mln zł	10 259 mln zł	10 268 mln zł	11 166 mln zł	10 785 mln zł
	Grupa Kapitałowa	10 665 mln zł	11 147 mln zł	10 707 mln zł	11 622 mln zł	11 142 mln zł
Ogólne koszty administracyjne	Bank	- 5 562 mln zł	-4 468 mln zł	-4 221 mln zł	-4 257 mln zł	-4 058 mln zł
	Grupa Kapitałowa	- 6 036 mln zł	-5 245 mln zł	-4 623 mln zł	-4 683 mln zł	-4 411 mln zł
Wynik z tytułu odpisów	Bank	- 1 475 mln zł	-1 981 mln zł	-2 088 mln zł	-2 459 mln zł	1 812 mln zł
	Grupa Kapitałowa	- 1 476 mln zł	-1 899 mln zł	-2 038 mln zł	-2 325 mln zł	1 930 mln zł
Wskaźnik C/I	Bank	54,7%	43,5%	41,1%	38,1%	37,6%
	Grupa Kapitałowa	56,6%	47,1%	43,2%	40,3%	39,6%
Wskaźnik ROE netto	Bank	8,9%	11,7%	11,7%	15,3%	18,3%
	Grupa Kapitałowa	9,0%	12,4%	13,2%	16,0%	17,5%
Wskaźnik ROA netto	Bank	1,0%	1,4%	1,4%	1,9%	2,2%
	Grupa Kapitałowa	1,0%	1,4%	1,6%	2,0%	2,1%
Współczynnik wypłacalności	Bank	15,3%	13,4%	13,4%	12,7%	11,9%
	Grupa Kapitałowa	14,6%	13,0%	13,6%	12,9%	12,4%

* Dane porównywalne z 2013 rokiem.

Pełne wyniki finansowe:
<http://www.pkobp.pl/grupa-pko-banku-polskiego/relacje-inwestorskie/raporty-finansowe/>

Misja PKO Banku Polskiego

Chcąc utrzymać uniwersalny, polski charakter, konsekwentnie wzmocniamy pozycję lidera we wszystkich ważnych segmentach rynku.

Z tego nadrzędnego celu wynikają nasze zobowiązania

Wobec naszych klientów

Rozwijamy się w sposób zrównoważony, skupiając się na rozpoznaniu i zaspokajaniu potrzeb klientów, z którymi budujemy silne, długookresowe relacje. Dzięki zwiększonej sprawności operacyjnej, zdecydowanie i konsekwentnie poprawiamy jakość obsługi klientów.

Wobec naszych akcjonariuszy

Dbamy o zachowanie stabilnej rentowności zgodnej z oczekiwaniami akcjonariuszy, prowadząc ostrożną politykę zarządzania ryzykiem.

Wobec naszych pracowników

Budujemy zespół z najbardziej wartościowych pracowników na rynku i mamy ambicję stać się najlepszym pracodawcą w polskim sektorze finansowym.

Filary działalności

PKO Bank Polski, wykorzystując doskonałą znajomość rynku, wieloletnie doświadczenie, największą krajową sieć dystrybucji, silne fundamenty kapitałowe oraz profesjonalizm pracowników, prowadzi działalność biznesową oferując produkty i usługi adresowane do konkretnych grup klientów. Kompleksowa oferta Banku obejmuje praktycznie wszystkie dostępne na polskim rynku produkty bankowe zarówno tradycyjne, jak i złożone - o charakterze inwestycyjnym.

W 2015 roku PKO Bank Polski rozszerzał skalę działań, powiększając sumę aktywów o ponad 18 mld zł - do 266,9 mld zł. Wartość kredytów udzielonych klientom wzrosła o 6,1 proc. - do 190,4 mld zł, a wartość depozytów o 12,3 proc. - do 195,8 mld zł. Pozwoliło to na utrzymanie wiodących udziałów w polskim rynku bankowym na poziomie odpowiednio 17,8 proc. i 17,9 proc.

Najwyższe udziały rynkowe

17,8%
rynku kredytów

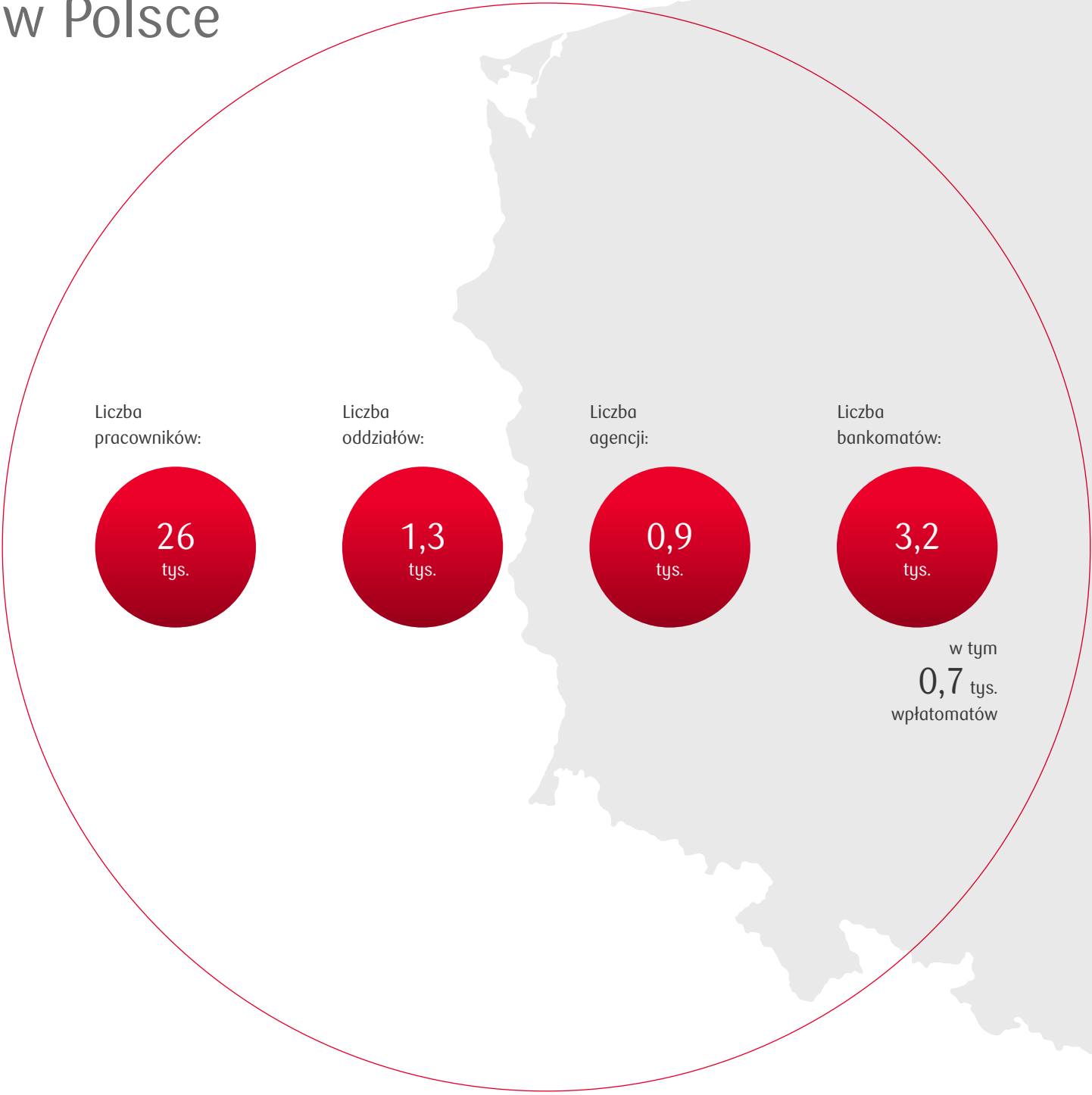
+6,1%
r/r

17,9%
rynku depozytów

+12,3%
r/r

W 2015 roku Grupa Kapitałowa Banku konsekwentnie zwiększała efektywność sieci dystrybucji. Na koniec roku największa w kraju sieć oddziałów PKO Banku Polskiego obejmowała blisko 1 280 placówek oraz prawie 900 agencji. Liczba bankomatów wyniosła blisko 3 200 urządzeń, w tym ponad 700 z funkcją wpłatomatu. Klienci Banku mogą korzystać z systematycznie poszerzanych usług bankowości elektronicznej, oferowanych pod marką iPKO i w ramach konta Intelligo oraz z bankowości mobilnej IKO. Z usług Banku korzysta blisko 9 mln klientów w segmencie detalicznym oraz ponad 14 tys. klientów w segmencie korporacyjnym.

Lider bankowości w Polsce



Grupa Kapitałowa PKO Banku Polskiego

Grupa Kapitałowa
PKO Banku Polskiego
konsekwentnie buduje
wizerunek instytucji:

bezpiecznej,
silnej
i konkurencyjnej

nowoczesnej
i innowacyjnej,
przyjaznej klientom
i sprawnie
zarządzanej

społecznie
odpowiedzialnej
i wpływającej
na dziedzictwo
kulturowe Polaków.

Strategia Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego jest oparta na zintegrowanym modelu rozwoju, w którym spółki zależne Banku uzupełniają jego podstawową ofertę usług finansowych. W skład Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego wchodzi Bank, jako jednostka dominująca oraz 14 jednostek zależnych bezpośrednio i 34 jednostki zależne pośrednio. Poza aktywnościami ściśle bankową i maklerską Grupa Kapitałowa PKO Banku Polskiego oferuje szereg usług specjalistycznych, m.in.: w zakresie leasingu, faktoringu, funduszy inwestycyjnych i emerytalnych, ubezpieczeń oraz usług agenta transferowego i outsourcingu specjalistów IT. Prowadzi też działalność deweloperską i zarządza nieruchomościami, a także,

poprzez podmioty zależne, na Ukrainie świadczy usługi bankowe, finansowe i windykacyjne. Grupa Kapitałowa funkcjonuje na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz poprzez podmioty zależne – KREDOBANK SA, „Inter-Risk Ukraina” spółka z dodatkową odpowiedzialnością, Finansowa Kompania „Prywatne Inwestycje” Sp. z o.o., Finansowa Kompania „Idea Kapitał” Sp. z o.o. – na terenie Ukrainy, jak również, poprzez spółki zależne PKO Finance AB i PKO Leasing Sverige AB – na terenie Szwecji oraz w Niemczech przez oddział korporacyjny PKO Banku Polskiego SA (PKO Bank Polski Niederlassung Deutschland) uruchomiony w 2015 roku.

W skład Grupy Kapitałowej wchodzi (jednostki zależne bezpośrednio):

PKO Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych SA (zarządzanie funduszami inwestycyjnymi),
PKO BP BANKOWY PTE SA (zarządzanie funduszami emerytalnymi),
PKO Leasing SA (działalność leasingowa),
PKO BP Finat Sp. z o.o. (działalność usługowa, w tym usługi wspomagające zarządzanie funduszami),
PKO Życie Towarzystwo Ubezpieczeń SA (ubezpieczenia na życie),
PKO Towarzystwo Ubezpieczeń SA (pozostałe ubezpieczenia osobowe i ubezpieczenia majątkowe),
Bank Hipoteczny SA (działalność bankowa),
PKO Finance AB (usługi finansowe),
KREDOBANK SA (działalność bankowa),
Finansowa Kompania „Prywatne Inwestycje” Sp. z o.o.¹ (działalność faktoringowa),
„Inter-Risk Ukraina” Spółka z dodatkową odpowiedzialnością (działalność windykacyjna),
Qualia Development Sp. z o.o. (działalność deweloperska),
Merkury – fiz an² (lokowanie środków zebranych od uczestników funduszu),
NEPTUN – fiz an² (lokowanie środków zebranych od uczestników funduszu).

¹ Drugim udziałowcem Spółki jest „Inter-Risk Ukraina” Sp. z d.o.

² PKO Bank Polski posiada certyfikaty inwestycyjne Funduszu umożliwiające, zgodnie z MSSF, sprawowanie kontroli nad Funduszem; w pozycji udział w kapitale prezentowany jest jako udział posiadanych certyfikatów inwestycyjnych Funduszu.

Strategia 2013-2015

„PKO Bank Polski. Codziennie Najlepszy”

Wizja rozwoju PKO Banku Polskiego

Bank zrealizował zdecydowaną większość celów zawartych w strategii na lata 2013 – 2015 „PKO Bank Polski. Codziennie Najlepszy”. Rozwijał się dynamicznie w sposób organiczny a poprzez akwizycję dokonał

dalszej transformacji w kierunku omnikanałowości i cyfryzacji. Stale podnosił atrakcyjność oferty, upowszechniał nowe technologie w zakresie płatności i wspierał ekspansję zagraniczną polskich firm.



efektywność i budowanie trwałych wartości oraz prowadzenie stabilnej polityki dywidendy



satisfakcja poprzez wiarygodność oraz dopasowaną do ich potrzeb ofertę produktów i profesjonalną obsługę



wizerunek odpowiedzialnego partnera zaangażowanego w długoterminowe relacje



najlepszy pracodawca w polskim sektorze bankowym, wspierający rozwój i wspólne wartości

W wyniku realizacji strategii, Bank ugruntował pozycję lidera sektora finansowego w Polsce i wiodącego banku uniwersalnego w Europie Centralnej. Umocnił pozycję PKO Banku Polskiego, jako marki o najwyż-

szej wartości na polskim rynku bankowym. O jej sile stanowią takie aspekty jak: polski charakter, bezpieczeństwo, zaufanie klientów, profesjonalizm, nowoczesna oferta, innowacyjność i nowe technologie.

Efekty realizacji strategii



w rankingu polskich marek w kategorii „Finanse” – najwyższa wartość marki



we wszystkich kluczowych segmentach



Contact Center PKO Banku Polskiego po raz 9. najlepsze w sektorze bankowym



wzrost
liczby klientów



wzrost
liczby klientów MŚP
i korporacyjnych



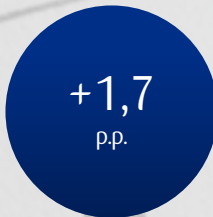
klientów
zadowolonych
ze współpracy
z Bankiem



wzrost liczby
klientów z dostępem
do bankowości
elektronicznej



wzrost aktywów
o 38%



wzrost udziału
w rynku kredytów



wzrost udziału
w rynku depozytów



ROE
w IV kw. 2015 roku*



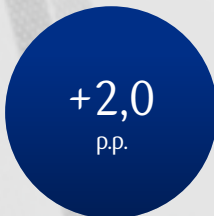
spadek
wskaźnika kredytów
zagrożonych



spadek
kosztu ryzyka



marża odsetkowa
w IV kw. 2015 roku*



wzrost siły
finansowej
– Core Tier 1

* Dane skonsolidowane po wyłączeniu zdarzeń jednorazowych w postaci kosztów związanych z upadłością SK Banku i Funduszem Wsparcia Kredytobiorców.

Rok dynamicznego rozwoju

520 tys.

liczba użytkowników aplikacji mobilnej IKO

5 mln

liczba operacji IKO w 2015 roku

+14,5%

o tyle wzrósł współczynnik wypłacalności

W 2015 roku Bank zrealizował wiele projektów strategicznych. Zakończenie integracji z Nordeą, rozwój Grupy Kapitałowej, udoskonalanie i wzmocnienie atrakcyjności oferty

produktowej - to tylko część zmian wprowadzonych w ciągu minionych 12 miesięcy. W efekcie, Bank lepiej i szybciej odpowiada na potrzeby klientów.

Najważniejsze inicjatywy biznesowe w 2015 roku

Sukces integracji z Nordeą

W kwietniu 2015 roku zakończył się proces integracji PKO Banku Polskiego z Nordea Bank Polska. W ramach ostatniego etapu fuzji operacyjnej, przeniesiono dane ponad 300 tys. klientów przejętego banku do systemów informatycznych PKO Banku Polskiego. Integracja z Nordeą była najszybciej przeprowadzonym procesem fuzji w Polsce i jednym z najsprawniej zrealizowanych w Europie, co potwierdziło wysoką sprawność operacyjną Banku i wysokie kompetencje całej organizacji.

Wpływamy na rozwój rynku

W 2015 roku na bazie stworzonej przez PKO Bank Polski aplikacji IKO, powstał Polski Standard Płatności mobilnych BLIK. To uniwersalna forma realizacji płatności bezgotówkowych oraz wypłaty gotówki z bankomatów bez użycia karty płatniczej, zbudowana wspólnie z bankami partnerskimi i Krajową Izbą Rozliczeniową.

Rozwój usług bancassurance

W marcu 2015 roku, Bank otrzymał zgodę Komisji Nadzoru Finansowego na powołanie ubezpieczeniowej spółki majątkowej PKO Towarzystwo Ubezpieczeń. Uruchomienie operacyjne spółki nastąpiło w styczniu 2016 roku.

Rozpoczęcie działalności Banku Hipotecznego

W drugim kwartale 2015 roku rozpoczął działalność PKO Bank Hipoteczny. Pod koniec roku, Bank Hipoteczny przeprowadził pilotażową emisję listów zastawnych o wartości 30 mln zł, na okres 5 lat. Długoterminowy rating dla listów zastawnych PKO BH, potwierdzony przez agencję Moody's, kształtuje się na poziomie Aa3, czyli najwyższym, jaki mogą uzyskać polskie papiery wartościowe.

Optymalizacja zarządzania kapitałem

W efekcie wdrożenia inicjatyw w zakresie optymalizacji kapitału, zmniejszył się poziom aktywów ważonych ryzykiem, a w konsekwencji spadł łączny wymóg kapitałowy. Pozwoliło to na wzmocnienie siły kapitałowej. Na koniec 2015 roku, współczynnik wypłacalności wzrósł do 14,6 proc., a Core Tier 1 wyniósł 13,3 proc. Wysokie bezpieczeństwo Banku potwierdza także niska skala dodatkowego wymogu kapitałowego określona przez KNF.

Kontynuacja zagranicznej ekspansji

W grudniu 2015 roku, PKO Bank Polski Niederlassung Deutschland rozpoczął działalność operacyjną we Frankfurcie. Otwarcie oddziału w Niemczech jest pierwszym etapem ekspansji zagranicznej PKO Banku Polskiego do krajów, w których koncentruje się aktywność biznesowa polskich firm. Trwają analizy biznesowe dotyczące uruchomienia oddziału w Czechach. Bank wspiera rodzimą przedsiębiorczość na rynkach zagranicznych, nie tylko w Europie. Aby umożliwić handlowe rozliczenia polskim firmom, podjął współpracę z bankami w Iranie i krajach Zatoki Perskiej.

Etyka i wartości

Bank stosuje najwyższe standardy powszechnie obowiązującego prawa, zaleceń regulatorów, kodeksów etycznych oraz regulacji wewnętrznych, kierując się zaufaniem, starannością i rzetelnością. Przestrzega i promuje równowagę pomiędzy potrzebami wszystkich interesariuszy, stale doskonaląc ten bardzo ważny obszar. Takie podejście sprzyja zrów-

noważonemu rozwojowi i budowaniu trwałych relacji z otoczeniem.

W codziennej działalności kierujemy się kodeksem zasad ważnych dla całej organizacji i pracowników. Pomagają nam w tym wartości PKO Banku Polskiego, które kształtują kulturę organizacyjną i wspierają realizację strategicznej wizji rozwoju.

Wiarygodność

Budujemy naszą wiarygodność wobec klientów wewnętrznych i zewnętrznych, biorąc pełną odpowiedzialność za nasze decyzje i działania. Zawsze dotrzymujemy zobowiązań. Kierujemy się najwyższymi standardami jakości. Jesteśmy uczciwi wobec siebie i innych, działając spójnie z wizją i wartościami Banku.

Ciągłe doskonalenie

Stawiamy na rozwój naszych pracowników. Dlatego nieustannie doskonalimy procesy, podnosimy nasze umiejętności i wiedzę. Aktywnie uczestniczymy w zachodzących zmianach, aby w pełni wykorzystać wynikające z nich szanse dla nas i dla Banku.

Przedsiębiorczość

Pracujemy zespołowo. Każdą decyzję i każde działanie rozpatrujemy z perspektywy kosztów i korzyści dla Banku i naszych klientów. Odważnie podejmujemy inicjatywy oraz konsekwentnie dążymy do realizacji założonych celów.

Satysfakcja klienta

Klient – zarówno zewnętrzny, jak i wewnętrzny – jest dla nas najważniejszy. Dokładamy wszelkich starań, aby dobrze poznać i zrozumieć faktyczne potrzeby naszych klientów oraz współpracowników i dostosować do nich tworzone rozwiązania.

Standardy etyczne Banku zostały spisane w Kodeksie etyki PKO Banku Polskiego stanowiącym zbiór zasad. Określają relacje między pracownikami i klientami, ale także innymi grupami interesariuszy. Kodeks pełni rolę przewodnika wskazującego, jakie postawy i zachowania są pożądane i akceptowane. Zobowiązujemy do przestrzegania przepisów i procedur obowiązujących w Banku. Zachęca do wspierania różnych form inicjatyw społecznych oraz budowania przewagi konkurencyjnej z wykorzystaniem zasad uczciwej konkurencji.

- Zasady określone w kodeksie uzupełniają dodatkowe regulacje dotyczące konkretnych obszarów działania, m.in.:
- System Kontroli Wewnętrznej wspomagający procesy decyzyjne, przyczyniając się do zapewnienia skuteczności i efektywności działania Banku, wiarygodności sprawozdawczości finansowej oraz zgodności działania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa i przepisami wewnętrznymi.
 - Standardy współpracy z klientami PKO Banku Polskiego, czyli zbiór zasad postępowania dla wszystkich pracowników, który powstał w oparciu o koncepcję zarządzania satysfakcją klienta, ujętą w kodeksie etyki, „Zasadach Dobrej Praktyki Bankowej” oraz wartościach Banku.
 - Zasady działania, w najlepiej pojętym interesie klienta PKO Banku Polskiego, obejmują wytyczne dotyczące postępowania przy realizacji zleceń klienta.
 - Zasady zarządzania konfliktami interesów w PKO Banku Polskim służą zapobieganiu konfliktom interesów, które mogłyby mieć niekorzystny wpływ na dobro klientów.
 - Zasady przyjmowania i przekazywania korzyści i prezentów, przyjęte w celu przeciwdziałania konfliktowi interesów.
 - Zasady prowadzenia komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej w PKO Banku Polskim regulujące działalność w zakresie komunikacji.

Szkolenia to ważny element budowania świadomości etycznej. W latach 2011-2015 przeprowadziliśmy wiele szkoleń skierowanych do różnych grup pracowników.



Nadzór organizacji

Najważniejszym organem PKO Banku Polskiego jest Walne Zgromadzenie, w skład którego wchodzi reprezentanci akcjonariuszy. Sposób działania Walnego Zgromadzenia określa Kodeks spółek handlowych. Ten organ powołuje członków Rady Nadzorczej, sprawującej stały nadzór nad działalnością Spółki. W jej ramach działają trzy komitety: do spraw audytu, wynagrodzeń oraz ryzyka.



Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza PKO Banku Polskiego składa się z co najmniej 5 (do 13) członków powoływanych na wspólną trzyletnią kadencję. 26 czerwca 2014 roku Skarb Państwa, jako Uprawniony Akcjonariusz, na podstawie § 11 ust. 1 Statutu Banku, ustalił liczbę

członków Rady Nadzorczej na dziewięć osób, o czym Bank poinformował raportem bieżącym nr 53/2014. Obecna kadencja wszystkich członków Rady Nadzorczej rozpoczęła się 26 czerwca 2014 roku.

Skład Rady Nadzorczej PKO Banku Polskiego

(na dzień 6.06.2016 roku)



Status niezależnego członka Rady Nadzorczej mają następujące osoby: **Piotr Sadownik, Agnieszka Winnik-Kalemba, Mirosław Barszcz, Adam Budnikowski, Andrzej Kisielewicz, Elżbieta Mączyńska-Ziemacka, Janusz Ostaszewski.**

Status Radu Nadzorczej według kategorii wiekowej i różnorodności	Podział w %	
	Kobiety	Mężczyźni
<30 lat	0%	0%
30-50 lat	22%	22%
>50 lat	11%	44%

Zarząd PKO Banku Polskiego

Członkowie Zarządu powoływani są przez Radę Nadzorczą na wspólną trzyletnią kadencję. Powołanie dwóch członków Zarządu, w tym Prezesa Zarządu, wymaga zgody Komisji Nadzoru Finansowego. 6 czerwca 2016 roku Zarząd Banku liczył 6 osób. Obecna kadencja Zarządu Banku rozpoczęła się w czerwcu 2014 roku.

Skład Zarządu PKO Banku Polskiego

(na dzień 6.06.2016 roku)



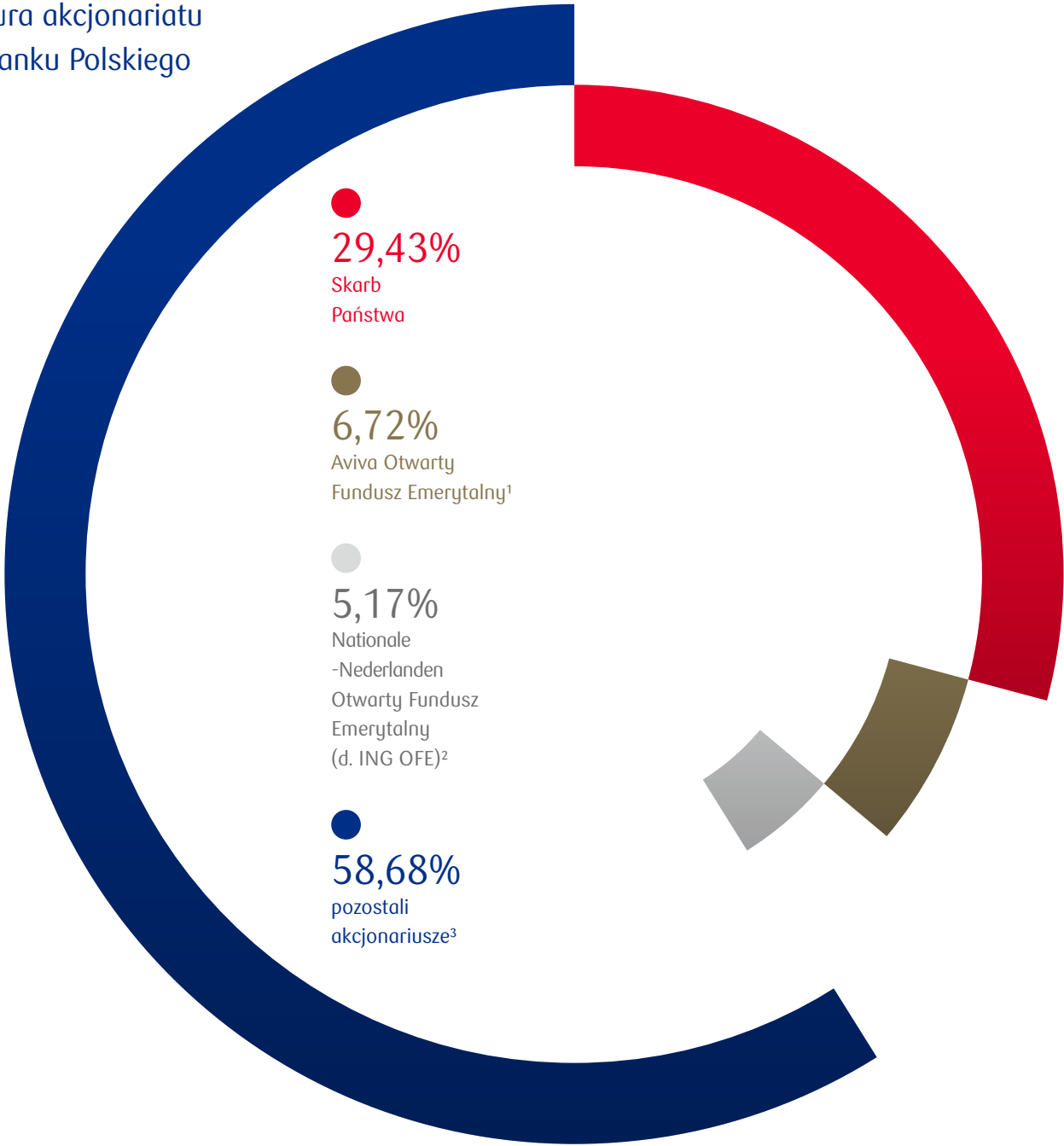
Status Zarządu według kategorii wiekowej i różnorodności	Podział w %	
	Kobiety	Mężczyźni
<30 lat	0%	0%
30-50 lat	0%	50%
>50 lat	0%	50%

Szczegółowe informacje dotyczące składów Zarządu i Rady Nadzorczej PKO Banku Polskiego są przedstawione w raportach rocznych dostępnych na stronie www.pkobp.pl w sekcji „Relacje inwestorskie”.

Relacje z inwestorami

PKO Bank Polski jest obecny na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie od ponad dekady. Z kapitalizacją, sięgającą na koniec 2015 roku ponad 34 mld zł oraz największym (13,5 proc.) udziałem w indeksie WIG20, jest jedną z najbardziej płynnych i popularnych wśród inwestorów spółek na warszawskim parkiecie. Kapitał PKO Banku Polskiego wynosi 1 250 000 tys. zł i składa się na niego 1 250 000 tys. akcji o wartości nominalnej 1 zł.

Struktura akcjonariatu PKO Banku Polskiego



¹ Stan posiadania akcji na dzień 29 stycznia 2013 roku, raportowany przez Aviva OFE po przekroczeniu progu 5% udziału w akcjonariacie PKO Banku Polskiego po rozliczeniu transakcji sprzedaży 153,1 mln akcji PKO Banku Polskiego przez BGK oraz Skarb Państwa.

² Stan posiadania akcji na dzień 24 lipca 2012 roku, raportowany przez ING OFE (aktualnie Nationale-Nederlanden OFE) po przekroczeniu progu 5% udziału w akcjonariacie PKO Banku Polskiego po rozliczeniu transakcji sprzedaży 95 mln akcji PKO Banku Polskiego przez Skarb Państwa.

³ W tym Bank Gospodarstwa Krajowego, który na dzień 31.12.2015 roku posiadał 24,5 mln akcji, co stanowi 1,96% udziału w liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu.

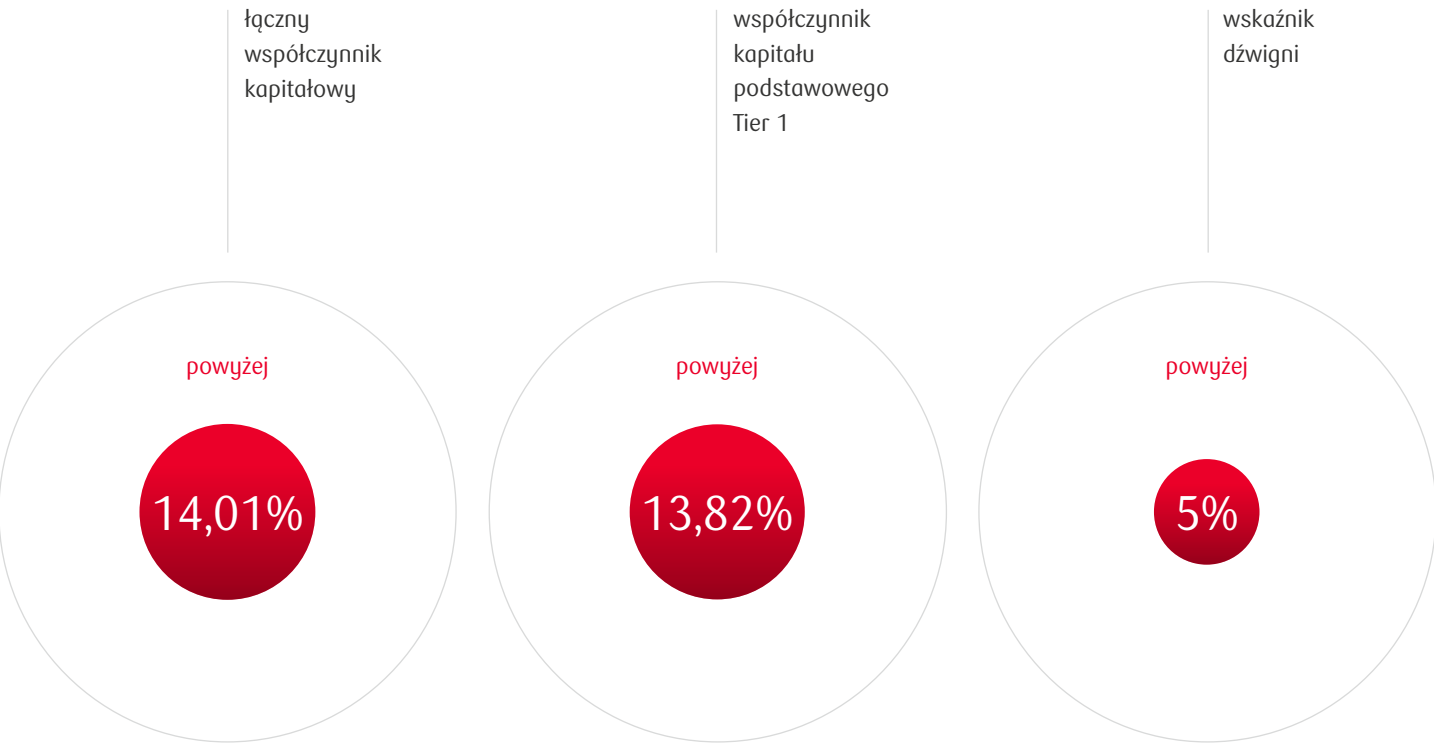
Polityka dywidendy

Celem polityki dywidendowej jest optymalne kształtowanie struktury funduszy własnych Banku i Grupy Kapitałowej Banku z uwzględnieniem zwrotu z kapitału i jego kosztu, potrzeb kapitałowych związanych z rozwojem, przy jednoczesnej konieczności zapewnienia odpowiedniego poziomu współczynników adekwatności kapitałowej.

Polityka dywidendowa zakłada możliwość realizowania wypłat z zysku Banku dla akcjonariuszy w długim terminie w kwocie nadwyżki kapitału powyżej minimalnych wskaźników adekwatności kapitałowej, z uwzględnieniem dodatkowego zabezpieczenia kapitałowego. Zasady uległy zmianie w związku z wydaniem przez Komisję Nadzoru Finansowego,

15 grudnia 2015 roku, stanowiska w sprawie polityki dywidendowej banków w 2016 roku za 2015 rok, rekomendującego wyższe poziomy minimalne miar adekwatności kapitałowej umożliwiające wypłatę dywidendy oraz wprowadzającego nowy warunek wypłaty dywidendy – poziom dźwigni finansowej.

Zgodnie z zasadami, wskaźniki adekwatności kapitałowej określające kryteria dywidendowe wynoszą:



Zarządzanie ryzykiem

Zarządzanie ryzykiem jest jednym z najważniejszych procesów wewnętrznych w PKO Banku Polskim, w tym także w oddziale Banku za granicą. Ma zapewnić rentowność działalności biznesowej, przy kontroli poziomu ryzyka i jego utrzymaniu w ramach przyjętej przez Bank tolerancji na ryzyko i systemu limitów, w zmieniającym się otoczeniu makroekonomicznym i prawnym.



Proces zarządzania ryzykiem jest nadzorowany przez Radę Nadzorczą Banku, która regularnie otrzymuje informacje o profilu ryzyka w PKO Banku Polskim oraz najważniejszych działaniach podejmowanych w zakresie zarządzania ryzykiem. Zarząd Banku określa system skutecznego zarządzania ryzykiem, kontroli wewnętrznej i szacowania kapitału wewnętrznego - odpowiada za nadzorowanie i monitorowanie działań podejmowanych przez Bank.

Zidentyfikowane ryzyko

- kredytowe
- stopy procentowej
- walutowe
- płynności
- cen towarów
- cen kapitałowych papierów wartościowych
- instrumentów pochodnych
- operacyjne
- braku zgodności
- zmian makroekonomicznych
- modeli
- biznesowe (w tym ryzyko strategiczne)
- utraty reputacji
- kapitałowe
- nadmiernej dźwigni finansowej



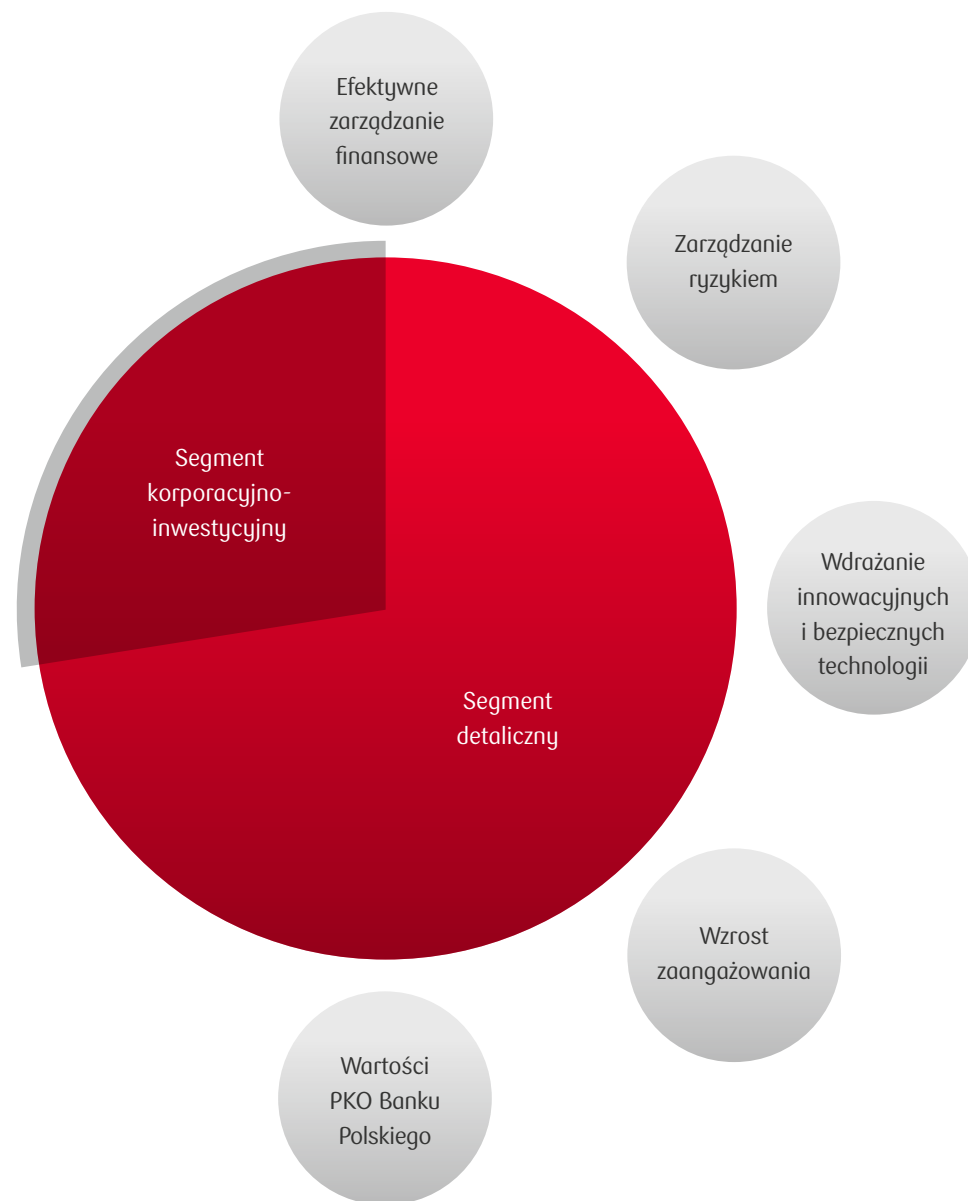
ROZDZIAŁ 2

Działalność biznesowa

Jesteśmy nowoczesnym Bankiem obecnym we wszystkich segmentach rynku. Dwa obszary biznesowe – detaliczny i korporacyjno-inwestycyjny tworzą spójny model zarządzania sprzedażą i oferowania klientom kompleksowej oferty produktowej.

Kapitał
PKO Banku
Polskiego

finansowy
ludzki
intelektualny
społeczny
naturalny



PKO Bank Polski
– największy
Bank komercyjny
w Polsce

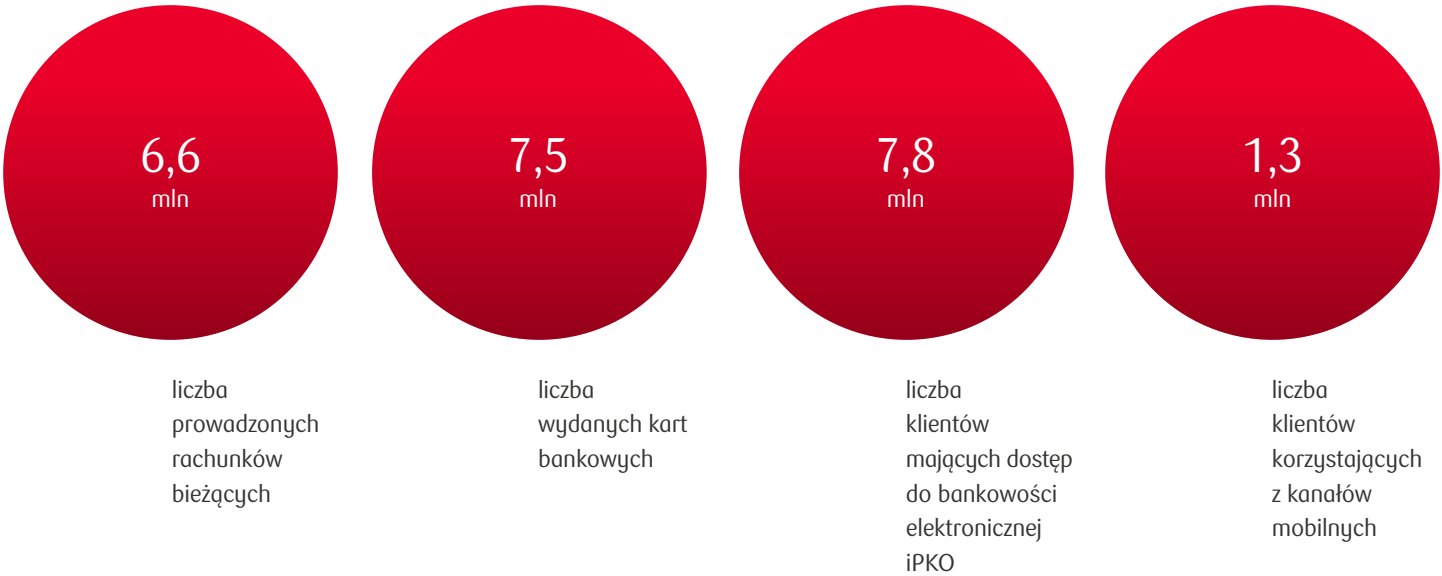
Segment detaliczny

W segmencie detalicznym PKO Bank Polski, koncentruje się na ciągłym podnoszeniu atrakcyjności i konkurencyjności oferowanych produktów, przy elastycznym reagowaniu na zmieniające się warunki rynkowe.

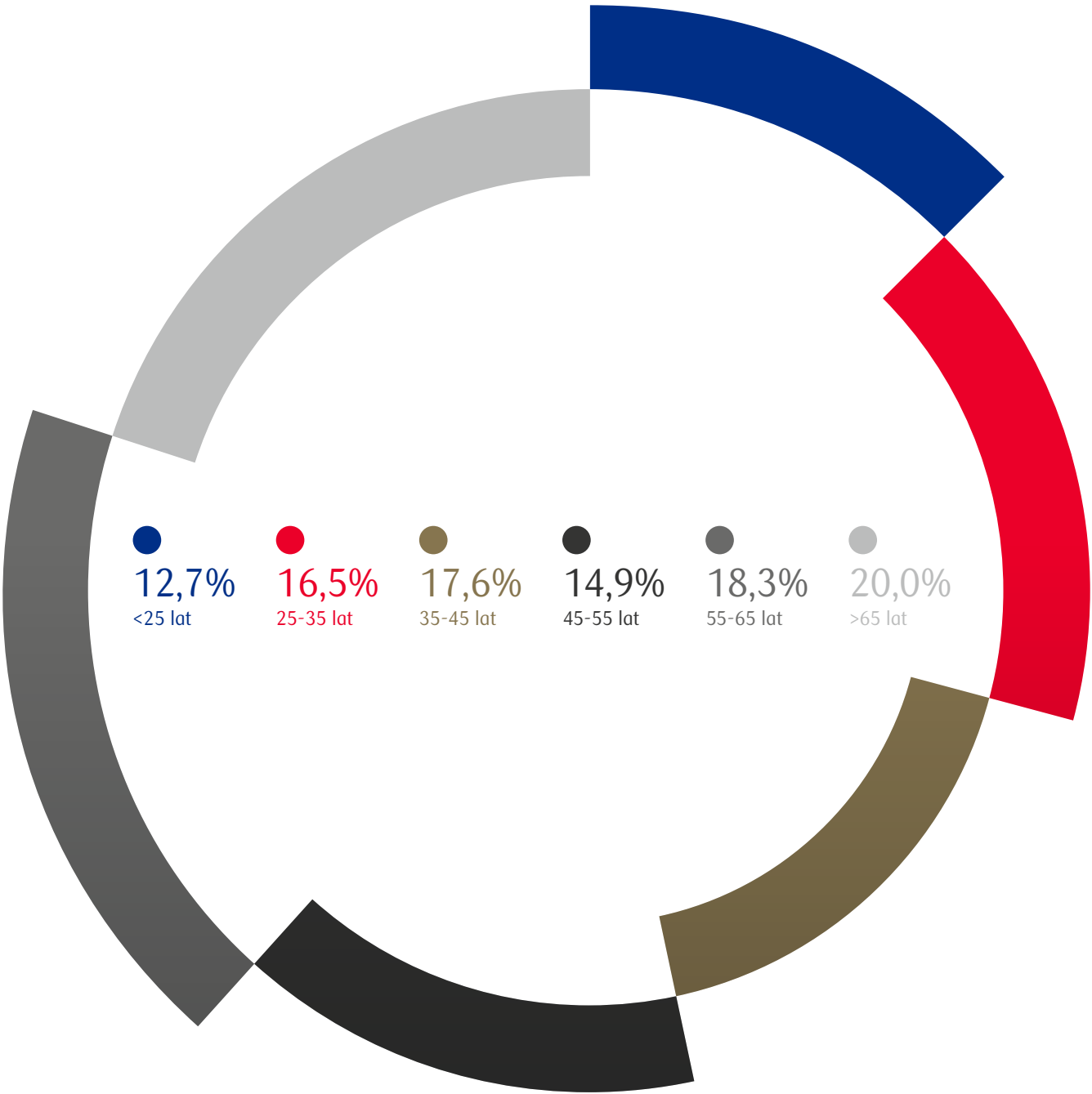
W 2015 roku Bank systematycznie podnosił jakość obsługi klienta, m.in.: poprzez rozwój kompetencji pracowników czy działania prowadzące do zwiększenia innowacyjności w zakresie nowych produktów, rozwiązań finansowych, a także omnikanałowości. Konsekwentnie realizował strategię upowszechniania elektronicznych kanałów obsługi klientów (m.in.: w zakresie bankowości elektronicznej oraz płatności mobilnych).

Najbardziej istotnym kanałem dystrybucji, z punktu widzenia liczby pozyskiwanych klientów detalicznych, była sieć oddziałów. Akwizycja nowych klientów odbywa się głównie poprzez sprzedaż rachunków bieżących (ok. 96 proc.).

DZIAŁALNOŚĆ BIZNESOWA
02
34



Struktura wieku klientów Banku



DZIAŁALNOŚĆ BIZNESOWA
02
35

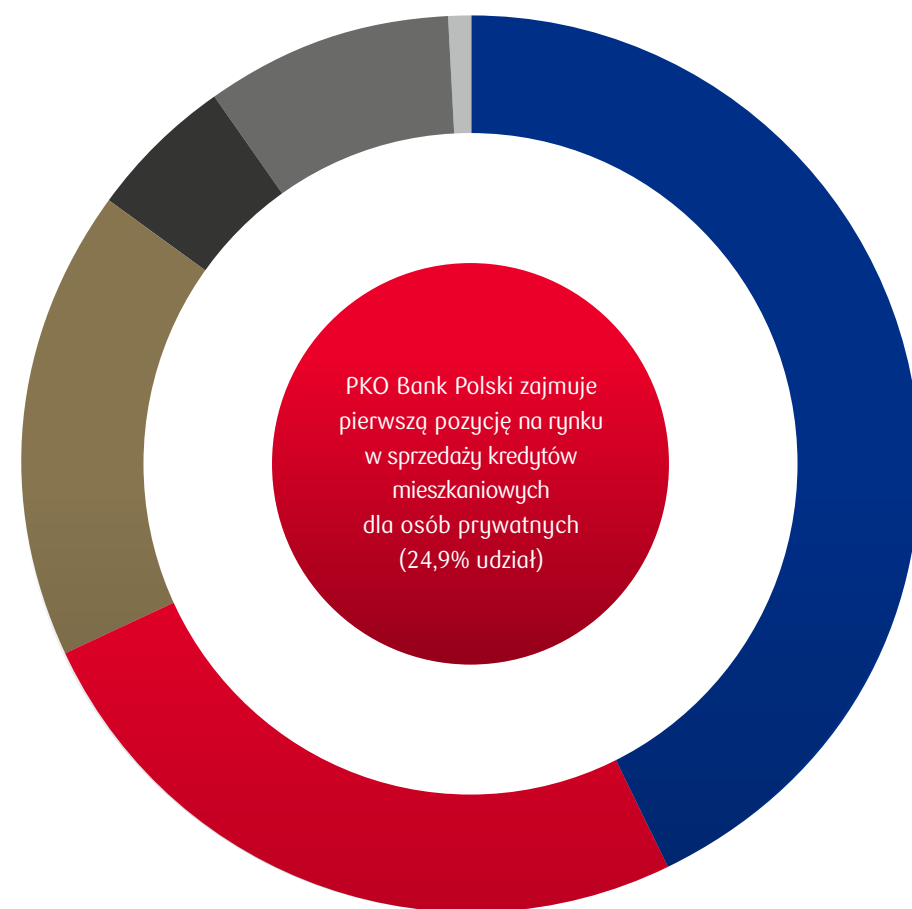
Kompleksowa oferta Banku obejmuje praktycznie wszystkie, dostępne na polskim rynku, produkty bankowe: rachunki bieżące i oszczędnościowe, lokaty terminowe, usługi private banking, produkty inwestycyjno-ubezpieczeniowe, karty kredytowe i debetowe, usługi bankowości elektronicznej, kredyty konsumpcyjne i hipoteczne, a także kredyty gospodarcze dla małych i średnich przedsiębiorstw, deweloperów, spółdzielni i zarządców nieruchomości.

Kredyty bankowości detalicznej

W 2015 roku, wartość kredytów brutto segmentu detalicznego zwiększyła się do poziomu 139,9 mld zł i od początku roku ich stan zwiększył się o 6,3 mld zł. Przyczynił się do tego w głównej mierze wzrost portfela kredytów bankowości hipotecznej, a także wzrost kredytów konsumpcyjnych. PKO Bank Polski utrzymuje dominującą pozycję na rynku kredytów mieszkaniowych.

Klienci korzystali z flagowych produktów hipotecznych Banku - z linii WŁASNY KĄT, dostępnych także w programie „Mieszkanie dla Młodych”. W 2015 roku udzieliliśmy blisko 5 tys. kredytów objętych tym programem, a ich łączna kwota wyniosła 781 mln zł. Od początku roku, wartość udzielonych kredytów wyniosła ok. 9,9 mld zł.

Struktura kredytów segmentu detalicznego na 31 grudnia 2015 roku



Z początkiem drugiego kwartału 2015 roku rozpoczął działalność PKO Bank Hipoteczny, którego zadaniem jest m.in. pozyskanie długoterminowego finansowania poprzez emisję listów zastawnych. Pod koniec roku Bank Hipoteczny przeprowadził pilotażową emisję listów zastawnych o wartości 30 mln zł. Długoterminowy rating dla listów zastawnych PKO BH potwierdzony przez agencję Moody's kształtuje się na poziomie Aa3, czyli najwyższym możliwym do uzyskania przez polskie papiery wartościowe.

Oferta depozytowa i inwestycyjna

Bank poświęca wiele uwagi konstrukcji oferty depozytowej i inwestycyjnej, aby jak najlepiej dopasowywać ją do zmieniających się potrzeb klientów. W 2015 roku wartość depozytów segmentu detalicznego zwiększyła się o 8,5 mld zł, czyli 6,1 proc., osiągając poziom 147,6 mld zł. PKO Bank Polski pozostaje liderem na rynku, pod względem liczby prowadzonych rachunków bieżących, która na koniec 2015 roku wynosiła 6,6 mln. Z bogatej oferty kont osobistych: PKO Konto bez Granic, PKO Konto za Zero, PKO Konto dla Młodych, PKO Konto Pierwsze i PKO Junior, klienci mogą wybrać

najodpowiedniejsze dla siebie. Uzupełnieniem tej oferty są rachunki oszczędnościowe. W ramach współpracy z PKO TFI klientom bankowości detalicznej i prywatnej Bank oferuje 38 funduszy niededykowanych (non-dedicated funds), o łącznej wartości aktywów 18,2 mld zł. PKO Bank Polski jest jedynym bankiem, który prowadzi sprzedaż oraz obsługę obligacji detalicznych emitowanych przez Skarb Państwa. W 2015 roku sprzedano ponad 32 mln obligacji, z czego blisko 9 mln to cieszące się dużą popularnością obligacje krótkoterminowe (KOS).



Aby dowiedzieć się, jak z oszczędzaniem radzą sobie dorośli Polacy, w 2015 roku Bank zlecił kompleksowe badania, zrealizowane przez firmę TNS Polska. Ich celem było poznanie postaw wobec oszczędzania, w szczególności długoterminowego, na większy zakup lub emeryturę. Z badań wynika, że dziewięciu na dziesięciu Polaków wie, iż regularne oszczędzanie zapewnia spokój i bezpieczeństwo. Jednocześnie – systematycznie – próbuje oszczędzać tylko co piąty ankietowany, a jakiegokolwiek oszczędności ma 67 proc. respondentów. Brak środków, często nie jest największą barierą. Większość uważa, że nie ma kompetencji, możliwości ani determinacji, by oszczędzać, a za jedną z kluczowych przeszkód uznaje brak wiedzy.



Marta Kraś
młodszy doradca-kasjer
Oddział 16 w Warszawie

Oszczędzanie i inwestowanie

Ważną rolę w kształtowaniu nawyku regularnego oszczędzania odgrywa nasz autorski Program Budowania Kapitału (PBK). Może on służyć oszczędzaniu na dowolny cel (Kapitał na Marzenia), na zabezpieczenie emerytury (Kapitał na Emeryturę) lub na wkład własny na mieszkanie (Kapitał na Własny Kąt). O popularności Programu przesądza prostota i wygoda – dobierając na starcie parametry Programu do swoich możliwości i potrzeb, potem wystarczy zasilać regularnie konto Programu (np. ustawić darmowe zlecenie stałe). Nawet najmniej wytrwali oszczędzający nie mają alibi: wytrwałość i regularność jest wpisana w konstrukcję

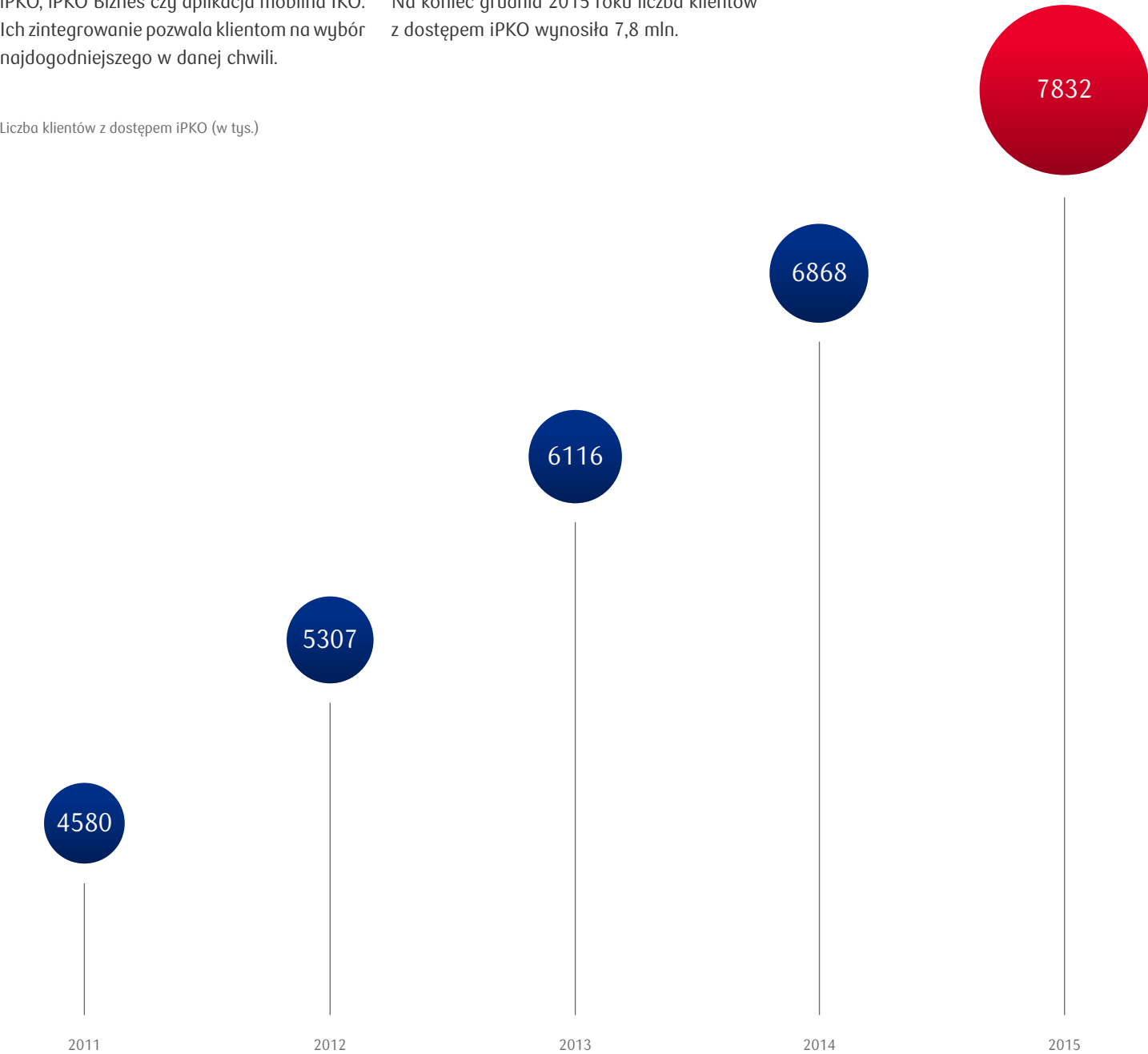
Programu i odpowiednio nagradzana (premia odsetkowa lub premia lojalnościowa). Można otworzyć kilka programów na różne cele oraz wpłacić pieniądze w dowolnym czasie i dowolnym oddziale Banku. A po kilku miesiącach sami będziemy podwójnie zaskoczeni. Tym, że nie odczuliśmy ubytku tych 100 czy 200 zł. w domowym budżecie, a także tym, jak szybko przybywa nam oszczędności. Posiadacze PBK czasami zaglądają do oddziału z pytaniem, ile już uzbierali. Po podaniu odpowiedzi za każdym razem pada z ust klienta: Naprawdę?! I widać, że w myślach planują już na co wydać zaoszczędzone pieniądze.

Bankowość elektroniczna i mobilna

PKO Bank Polski stale pracuje nad rozwojem funkcjonalności oraz wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań. Systematycznie wzrasta znaczenie zdalnych kanałów kontaktu z klientami, dlatego stale rozwijane są serwisy iPKO, iPKO Biznes czy aplikacja mobilna IKO. Ich zintegrowanie pozwala klientom na wybór najdogodniejszego w danej chwili.

Korzystanie z tych usług bankowości zapewnia klientom dostęp do informacji o swoich rachunkach i produktach, jak również umożliwia wykonywanie transakcji za pośrednictwem: internetu, terminali samoobsługowych, telefonu. Na koniec grudnia 2015 roku liczba klientów z dostępem iPKO wynosiła 7,8 mln.

Liczba klientów z dostępem iPKO (w tys.)



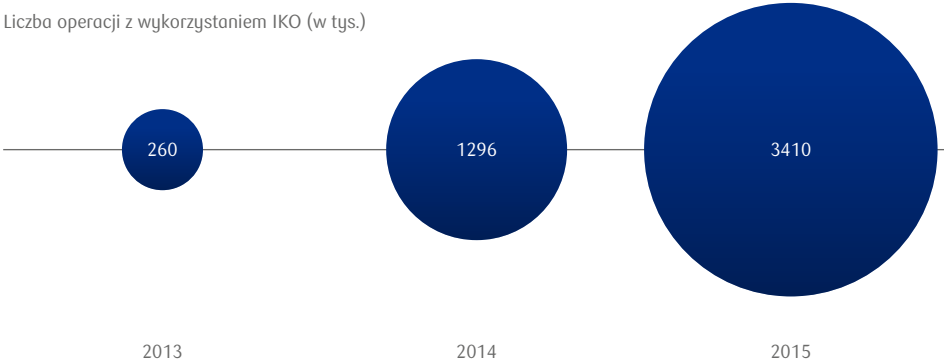
IKO to najpopularniejszy i najbardziej rozwinięty systemem płatności mobilnych w Polsce. Łączy funkcje bankowości mobilnej z możliwością dokonywania płatności mobilnych. Z aplikacji IKO korzysta już ponad pół miliona użytkowników. W 2015 roku aplikację wzbogacono o nowe funkcjonalności takie jak: doładowanie telefonu na kartę, podgląd szczegółów zle-

ceń stałych, kart i kredytów, a także możliwość wysyłania próśb o przelew do innego użytkownika aplikacji. Ponadto poszerzono katalog dyspozycji możliwych do wykonania przez użytkowników posiadających konta indywidualne w PKO Banku Polskim oraz konta Inteligo, wprowadzając możliwość zakładania lokat za pośrednictwem IKO.

Liczba aktywnych aplikacji IKO (w tys.)



Liczba operacji z wykorzystaniem IKO (w tys.)



Od IKO do BLIKA najlepsza na świecie innowacja w płatnościach

W 2015 roku, na bazie stworzonej przez PKO Bank Polski aplikacji IKO, powstał Polski Standard Płatności mobilnych BLIK, zbudowany wspólnie z bankami partnerskimi i Krajową Izbą Rozliczeniową. IKO to najpopularniejszy i najbardziej rozwinięty systemem płatności mobilnych w Polsce. Łączy funkcje bankowości mobilnej z możliwością dokonywania płatności. Projekt „Od IKO do BLIKA” uznano za najlepszą innowację w płatnościach na świecie.



Piotr Domański
specjalista
Centrum Bankowości Mobilnej

Rozwijamy się omnikanałowo!

PKO Bank Polski ma najsilniejszą reprezentację swoich klientów zarówno wśród użytkowników korzystających z bankowości internetowej, jak i mobilnej. Co czwarty użytkownik logujący się do internetowego serwisu bankowego to nasz klient. Dlatego też rozwijamy koncepcję omnikanałowości, która pozwala na kontakt z Bankiem w zależności od indywidualnych preferencji klientów: poprzez smartfon w aplikacji mobilnej IKO lub „lekką” serwis mobilny, komputer – serwis iPKO, infolinię, bankomat czy osobistą rozmowę z doradcą w oddziale. Nowa odsłona serwisu bankowości elektronicznej iPKO ma łatwiejszą nawigację, umożliwia dostosowanie go do indywidualnych potrzeb i upodobań, np. można nadawać nazwy swoim kontom, lokatom i kredytom czy przypisać zdjęcie lub grafikę (tzw. awatar) do zdefiniowanego odbiorcy. W 2015 roku klienci zyskali możliwość otrzymania kredytu odnawialnego i pożyczki 100 proc. online bez konieczności podpisywania umowy w oddziale.

Blisko Małych i Średnich Przedsię- biorstw

Bank od lat intensywnie wspiera polską przedsiębiorczość, uznając ją za ważny motor wzrostu gospodarczego. Dlatego w 2015 roku wzbogacił ofertę dla małych i średnich przedsiębiorstw o Pakiet Mobilny. To praktyczne rozwiązanie dla osób fizycznych prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą oraz osób fizycznych wykonujących wolne zawody, oczekujących oferty umożliwiającej kompleksowe zarządzanie finansami firmy – także z poziomu telefonu. Umożliwia to aplikacja mobilna IKO, z przy-

mowaniem płatności od klientów na numer telefonu włącznie.

W 2015 roku, w ramach rządowego programu pomocy dla małych i średnich firm Bank kontynuował współpracę z Bankiem Gospodarstwa Krajowego w zakresie „Portfelowej Linii Gwarancyjnej de minimis”. Dzięki temu, przedsiębiorcy mogli liczyć na wsparcie w postaci gwarancji BGK – de minimis, pozwalające im na zwiększenie dostępności kredytowania oraz uruchomienie dodatkowych środków na bieżącą działalność firmy.



Piotr Truszczyński

prezes firmy SZKŁOMAL z Lubawy

Dziś najważniejszy jest pomysł – finansowanie zawsze się znajdzie. Od 20 lat w rozwoju wspiera nas PKO Bank Polski. Partnerska, wieloletnia współpraca z Bankiem pozwala nam szybko reagować na nowe potrzeby i pomysły klientów – dzięki kredytom możemy szybko rozbudować park maszynowy, by przestawić się na nową, oczekiwaną przez

rynek produkcję. Wiele środków udało nam się pozyskać z funduszy unijnych. Teraz także „wgrzamy” się w programy dostępne w ramach nowej perspektywy finansowania – z ich pomocą chcemy zbudować nową bazę doświadczalną, która pozwoli nam być jeszcze bardziej innowacyjnymi i konkurencyjnymi.

COSME to ramowy program Unii Europejskiej na rzecz konkurencyjności przedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw na lata 2014–2020. Jego celem jest pobudzenie akcji kredytowej i inwestycji kapitałowych dla małych i średnich przedsiębiorstw w Europie.

W 2015 roku PKO Bank Polski zawarł z Bankiem Gospodarstwa Krajowego umowę portfelowej linii gwarancyjnej z regwarancją udzielaną przez Europejski Fundusz Inwestycyjny w programie COSME (PLG COSME). Gwarancjami w ramach programu PLG COSME mogą być objęte kredyty w zakresie udzielonego do 31 października 2016 roku limitu 80 mln zł.

Segment korporacyjny

Dzięki bogatej ofercie, zindywidualizowanemu podejściu do potrzeb klientów oraz profesjonalnej obsłudze PKO Bank Polski stale umacnia wizerunek wiodącego partnera polskiej przedsiębiorczości, finansując zarówno bieżącą

działalność firm, jak i planowane przedsięwzięcia. Równolegle angażuje się w realizację projektów inwestycyjnych i optymalizację finansowania w sektorze samorządowym.

14,2
tys.

liczba klientów
obsługiwanych
przez Bank
w segmencie
korporacyjnym

4
tys.

liczba obsługiwanych
przez Bank
klientów jednostek
samorządowych
i instytucji rządowych
szczebla centralnego
wraz z jednostkami
okołobudżetowymi
i powiązanymi



Roman Szczepan Kniter

Prezes Zarządu Trefl SA

Współpraca z PKO Bankiem Polskim jest dla nas następstwem kilkunastoletniej relacji z Nordea Bankiem. Dołączając do grona klientów, zachowaliśmy to, co ceniliśmy przez te wszystkie lata – szybkość podejmowania decyzji, bardzo dobrą znajomość lokalnych uwarunkowań, zaangażowanie, zyskując jednocześnie dostęp do nowych produktów

finansowych. Ich walorem są nie tylko konkurencyjne ceny, ale też rzadko spotykane na rynku warunki, jak – w naszym przypadku – kredyt inwestycyjny przyznany na 10 lat. Dla nas, rodzimej firmy, nie bez znaczenia był też fakt, że PKO Bank Polski jest polski, nie tylko z nazwy.

PKO Bank Polski
zorganizował

150

spośród
ok. 250
emisji
przeprowadzonych
przez samorządy

W 2015 roku Bank umocnił swoją pozycję w zakresie obsługi klientów sektora samorządowego. Obsługuje budżety 6 województw (podkarpackiego, mazowieckiego, wielkopolskiego, zachodniopomorskiego, lubelskiego i kujawsko-pomorskiego) oraz 8 miast wojewódzkich (Kraków, Katowice, Wrocław, Szczecin, Poznań, Rzeszów, Zielona Góra i Gorzów Wielkopolski), co jest najlepszym wynikiem na rynku. Ponadto ściśle współpracuje z jednostkami samorządu terytorialnego i finansuje przedsięwzięcia służące społeczności lokalnej. W 2015 roku utrzymał pozycję lidera w organizacji i obsłudze emisji obligacji komunalnych.

Przeprowadził ich emisje na kwotę 770 mln zł, co dało mu 33-procentowy udział w rynku. Rok 2015 to również okres umocnienia pozycji Banku w zakresie finansowania podmiotów sektora publicznego. Zgodnie z umową podpisaną z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych, jest on odpowiedzialny za prowadzenie i obsługę rachunków skonsolidowanych ZUS, Funduszu Ubezpieczeń Społecznych oraz Funduszu Emerytur Pomostowych przez kolejne cztery lata. Dobrze zbudowana infrastruktura rozliczeń międzynarodowych Banku, posłuży z kolei do realizacji zagranicznych wypłat rent i emerytur z ZUS.

Wybrane inwestycje finansowane przez PKO Bank Polski

● Lądowe farmy wiatrowe w Tychowie i Kukini

Realizującą inwestycję spółce Megawatt OMS w konsorcjum z EBOiR Bank udzielił kredytu w wysokości 554,5 mln złotych. Projekt ten jest pierwszą w kraju inwestycją funduszu Marguerite, w który Bank jest zaangażowany kapitałowo jako jeden z tzw. „core sponsorów”. Uruchamiając finansowanie projektu zyskał 5-procentowy udział w rynku finansowania energetyki wiatrowej i umocnił pozycję czołowego Banku finansującego energetykę odnawialną.

● Nowoczesna spalarnia odpadów w Poznaniu

Bank współfinansuje największą inwestycję w historii partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce. Inwestycję realizuje spółka SITA Zielona Energia, której 50-procentowym udziałowcem jest Fundusz Marguerite. Zakład będzie przetwarzał odpady z terenu miasta, jak również dziewięciu sąsiednich gmin. Instalacja ma zostać oddana do użytku w 2016 roku.

● Afrikarium-Oceanarium we wrocławskim ZOO

Budowa tematycznego oceanarium we Wrocławiu to nowatorski, pierwszy tego typu w Polsce projekt. Jego celem było zgromadzenie pod jednym dachem bogatej flory i fauny kontynentu afrykańskiego.

● Drugi Deepwater Container Terminal (DCT) w Gdańsku

Rozbudowa terminalu umożliwi wpływanie do gdańskiego portu największych na świecie kontenerowców. Drugi terminal podwoi zdolności przeładunkowe do 3 mln TEU rocznie. DCT jest największym i najszybciej rozwijającym się polskim terminalem kontenerowym oraz jedynym terminalem głębokowodnym w rejonie Morza Bałtyckiego, do którego bezpośrednio zawijają statki z Dalekiego Wschodu.

● Szczeciński Szybki Tramwaj

Budowa pierwszego etapu Szczecińskiego Szybkiego Tramwaju (SST) to krok w stronę nowego bezkolizyjnego połączenia tramwajowego w Szczecinie, łączącego prawo- i lewobrzeżną część miasta. Strabag, jako wykonawca, dzięki porozumieniu z PKO Bankiem Polskim uzyskał dwuletnie finansowanie kontraktu.

● Hala widowiskowo-sportowa Tauron Arena Kraków

Hala pomieści do 22 tys. widzów, co sprawia, że jest największą tego typu budowlą w Polsce. Do dyspozycji gości jest, m.in. 27 komfortowych łóż, 104 miejsca dla osób niepełnosprawnych i ponad 1 300 miejsc parkingowych.

Rynek kapitałowy

Dom Maklerski PKO Banku Polskiego pełni wiodącą rolę na rynku akcji i obligacji. Jest liderem pod względem liczby i wartości transakcji zrealizowanych na rynku kapitałowym. W 2015 roku udział DM w obrotach (biorąc pod uwagę transakcje sesyjne, pakietowe oraz inne) wynosił 9,1 proc. co przekłada się na II pozycję na rynku,

natomiast I pozycję na rynku zagwarantowały DM wysokie obroty na rynku obligacji (powyżej 50 proc.) i opcji (blisko 30 proc.). Systematycznie rozszerza ofertę produktową w oparciu o najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne. Klienci mają możliwość inwestowania w papiery wartościowe w złotych i walutach obcych

na 18 największych światowych giełdach papierów wartościowych.

W 2015 roku Dom Maklerski uczestniczył w organizacji emisji na rynku pierwotnym trzech spółek: Wirtualna Polska Holding SA, Atal SA oraz PEKABEX SA. Wartość transakcji przekroczyła 0,5 mld zł.



liczba Punktów Usług Maklerskich PKO Banku Polskiego



liczba rachunków papierów wartościowych (inwestycyjnych i rejestrowanych) prowadzonych przez Dom Maklerski

Wiedza, doświadczenie oraz aktywność Banku na rynkach finansowych pozwalają na zaoferowanie klientom instytucjonalnym Banku szerokiej oferty produktów skarbowych dostosowanej do potrzeb wynikających z bieżącej działalności operacyjnej, jak i tych związanych z zabezpieczeniem ryzyka finansowego. Dodatkowym atutem Banku w tym obszarze działalności jest rozległa sieć specjalistów oraz dostęp do najnowocześniejszej platformy internetowej iPKO dealer.

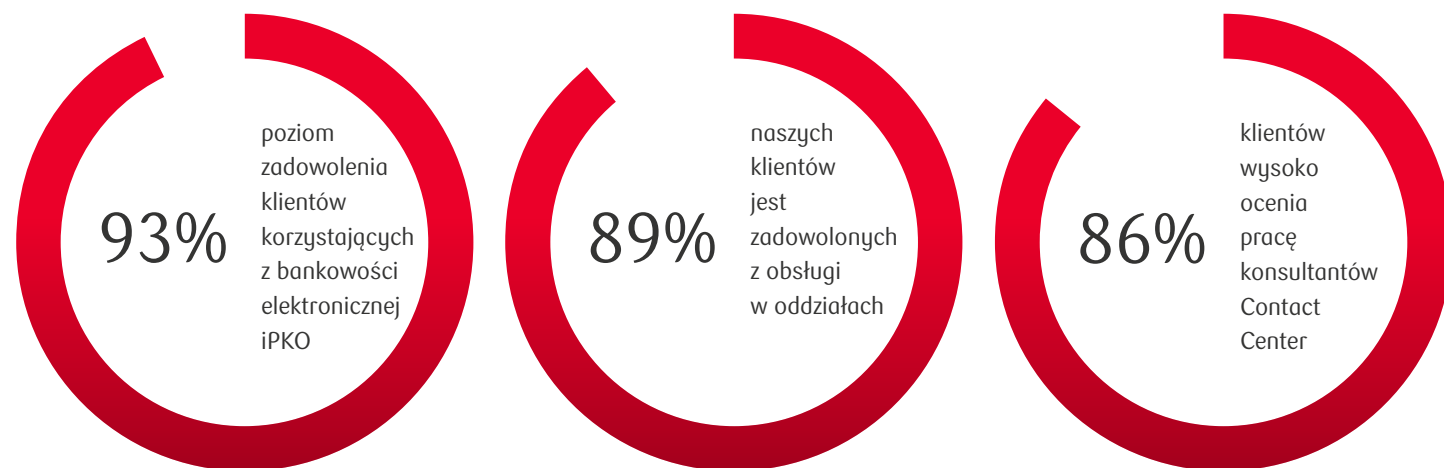
Oferta ubezpieczeniowa

PKO Bank Polski – w oparciu o własne towarzystwa ubezpieczeniowe działające pod marką PKO Ubezpieczenia – konsekwentnie rozwija ofertę ubezpieczeniową zwiększając tym samym atrakcyjność powiązanych produktów bankowych oraz dając klientom możliwość skorzystania z dodatkowych usług finansowych. Celem PKO Ubezpieczenia jest tworzenie elastycznej i atrakcyjnej oferty ubezpieczeń oraz wyznaczanie nowych standardów rynkowych w zakresie konstrukcji produktów, ich sprzedaży i obsługi posprzedażowej.

W swoim portfelu produktów oszczędnościowych posiada również jedno z najbardziej korzystnych dla klientów rozwiązań na rynku w kategorii ubezpieczeń z funduszem kapitałowym. W zakresie ubezpieczeń na życie, Bank oferuje przede wszystkim produkty przygotowywane we współpracy z PKO Życie Towarzystwem Ubezpieczeń. Natomiast w zakresie ubezpieczeń majątkowych PKO Bank Polski utworzył w pierwszym kwartale 2015 roku spółkę PKO Towarzystwo Ubezpieczeń.

Jakość

W poszukiwaniu trwałej efektywności i konkurencyjności, sięgamy po innowacyjne rozwiązania. Do oferty regularnie wprowadzane są kolejne produkty oraz modyfikowane usługi, dopasowywane do zmieniających się potrzeb klientów i realiów rynkowych. Dlatego jakość obsługi jest regularnie monitorowana – zarówno metodą Mystery Shopper, jak i poprzez badania satysfakcji i lojalności klienta, które koncentrują się na otrzymaniu informacji o zadowoleniu klientów z obsługi i oferty. Klienci bardzo dobrze oceniają obsługę w ramach wybranego przez siebie rodzaju kontaktu z Bankiem.

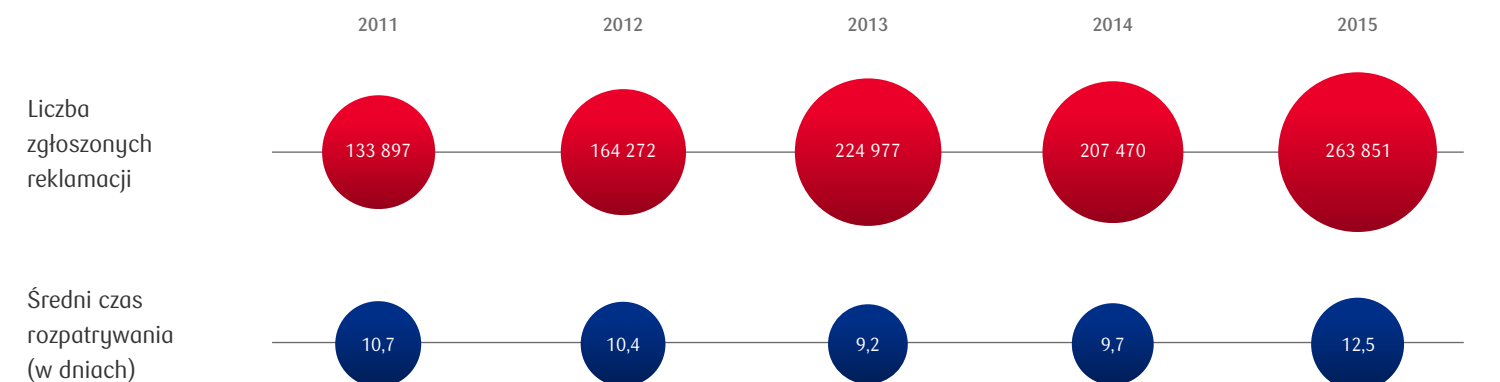


Contact Center PKO Banku Polskiego utrzymuje pozycję lidera i jest oceniane najlepiej w sektorze bankowym – wynika z badania przeprowadzonego przez instytut badawczy ARC Rynek i Opinia. Zajmuje również pierwsze miejsce w badaniu kontaktu mailowego, między innymi za najszybszy czas udzielenia odpowiedzi. Klienci doceniają konsultantów za uprzejmość i zaangażowanie, kompetencje, wiarygodność i profesjonalizm.

Polityka reklamacyjna

Reklamacje są dla nas ważną częścią komunikacji z klientem. Staramy się jak najszybciej rozpatrywać otrzymywane zgłoszenia, rozwiązywać problemy i wyciągać wnioski. Każdy może skontaktować się z nami w wygodny dla siebie sposób. Klienci mogą zgłaszać reklamacje osobiście w oddziałach i agencjach, tradycyjną pocztą, pisząc na adres korespondencyjny, dzwoniąc na infolinię, czy zgłaszając poprzez serwis transakcyjny. Proponujemy również możliwość zgłoszenia problemu przez specjalną zakładkę na profilu Banku na

Facebooku. Odpowiedzi przesyłamy stosownie do życzenia klienta pocztą tradycyjną lub mailem. Kontakt z nami możliwy jest przez 24 godziny na dobę 7 dni w tygodniu. Proces reklamacyjny został opracowany zgodnie z „Polityką zarządzania reklamacjami” i z uwzględnieniem „Zasad dobrej praktyki bankowej”. W 2014 roku PKO Bank Polski, jako jedna z pierwszych w kraju instytucji finansowych, wprowadziła stanowisko Rzecznika Klienta, który jest instancją odwoławczą wspierającą klientów w kontaktach z Bankiem.



Otwarty dialog

Prowadząc biznes w sposób odpowiedzialny, odpowiadamy na potrzeby różnych grup interesariuszy: klientów, akcjonariuszy, pracowników oraz lokalnych społeczności i partnerów biznesowych.

Od 2013 roku stanowisko klientów reprezentuje powołany przez nasz Bank Rzecznik Klienta. Jego głównym zadaniem jest reprezentowanie klientów w kontaktach z Bankiem. Jako instancja odwoławcza, wspiera także klientów w kontaktach z Bankiem oraz rozpatruje odwołania od przekazanych im odpowiedzi na zgłoszenia udzielone przez inne jednostki organizacyjne Banku. Ponadto odpowiada na pytania Komisji Nadzoru Finansowego, Arbitra Bankowego czy Rzecznika Finansowego i rzeczników konsumentów.

Na portalu edukacyjnym Bankomania sukcesywnie przedstawia klientom newralgiczne punkty w relacjach z instytucjami finansowymi, zwraca uwagę na to, co warto wiedzieć i jak poruszać się w gąszczu skomplikowanych przepisów regulujących rynek finansowy.

Bank bez barier



Martyna Pakuła
specjalista

Departament Szkoleń Wewnętrznych i Jakości Sprzedaży
wiceprzewodnicząca Zespołu ds. obsługi osób z niepełnosprawnościami
Komitetu ds. Jakości Usług Finansowych przy Związku Banków Polskich

Rozwiązania przyjazne osobom z niepełnosprawnościami

PKO Bank Polski aktywnie dąży do zwiększenia dostępności swoich usług dla klientów ze specjalnymi potrzebami. Współkreuje także wspólne działania podmiotów polskiego sektora finansowego służące przeciwdziałaniu wykluczeniom w dostępie do usług finansowych.

Obecnie Bank posiada w całym kraju ponad 1400 bankomatów dostosowanych do potrzeb osób słabowidzących. Strona internetowa i serwis transakcyjny Banku zostały przystosowane do programów czytających dla osób z wadami wzroku.

Zasady świadczenia usług bankowych osobom z niepełnosprawnościami, w tym możliwość zastosowania alternatywnych form podpisu (m.in. tuszowy odcisk kciuka), obsługi w obecności osoby zaufanej oraz zasada odczytywania treści dokumentów bankowych niewidomym, są wpisane do procedur bankowych. Pracownicy Banku są szkoleni z pierwszej pomocy osobom z niepełnosprawnościami oraz zasad obsługi klientów z różnymi rodzajami niepełnosprawności.

oraz bankowość elektroniczna zostały zaprojektowane z uwzględnieniem potrzeb osób niepełnosprawnych. Bank zapewnia także indywidualną obsługę, dostosowaną do rodzaju i stopnia dysfunkcji klienta, a w wymagających tego sytuacjach, oferuje obsługę w wydzielonym komfortowym i bezpiecznym pomieszczeniu. Osoby, które ze względu na stopień niepełnosprawności nie są w stanie samodzielnie złożyć podpisu na dokumentach, mogą skorzystać z opcji odcisku palca.

PKO Bank Polski zapewnia komfort obsługi wszystkim klientom, również tym z niepełnosprawnościami, czy odwiedzającym placówki z wózkami dziecięcymi. Nasze oddziały spełniają wszystkie normy określone w przepisach regulujących dostosowanie budynków do potrzeb osób niepełnosprawnych. W odpowiedzi na potrzeby osób niewidomych i słabowidzących Bank wyposaża kolejne bankomaty w moduły audio. Obecnie jest już blisko 1300 takich urządzeń. Również aplikacja IKO, serwis telefoniczny

Iwona Cichosz

szeft zespołu tłumaczy języka migowego, Projekt Migam

Tablet z kamerą i aplikacją Migam

Dla osób głuchych i słabosłyszących największym problemem w bezpośrednich kontaktach z bankami, jest utrudniony dostęp do informacji. Ten problem udało się rozwiązać dzięki uruchomieniu w wybranych placówkach PKO Banku Polskiego Tłumacza Migam. Doradca za pomocą tabletu łączy się z pracownikiem z naszej firmy, który tłumaczy jego wypowiedzi na język migowy. Na ekranie klient widzi tłumacza pośredniczącego i może w czasie rzeczywistym komunikować się z pracownikiem Banku. To proste i bardzo przyja-

zne rozwiązanie. Głusi mogą bezpośrednio dopytać o każdy szczegół umowy. Otrzymali pełny dostęp do informacji i oferty Banku. Mają teraz bliższy kontakt z doradcami i nabierają do nich większego zaufania, czują się bezpiecznie i korzystają z usług finansowych w komfortowy dla siebie sposób. Wystarczyło tak niewiele: tablet z kamerą, aplikacja Migam i odrobina dobrej woli. Na razie ta usługa dostępna jest w wybranych oddziałach Banku. Mamy nadzieję, że w przyszłości będzie ich dużo więcej.



W 2015 roku Bank zlecił Fundacji Integracja przeprowadzenie audytu placówek w różnych miastach kraju (m.in.: Gdańsku, Warszawie, Szczecinie, Poznaniu, Trzebiatowie, Złotowie, Zaniemyślu), aby sprawdzić ich dostępność dla osób niepełnosprawnych. Na 17 losowo wybranych oddziałów, 16 otrzymało certyfikat Integracji „Obiekt bez barier”, potwierdzający pełne przystosowanie do potrzeb osób z dysfunkcjami.

W 2016 roku rozpoczęliśmy pilotaż obsługi osób niedosłyszących i głuchych. Doradcy zostali przeszkoleni z podstaw języka migowego, a na ich stanowiskach znajdować się będą tablety umożliwiające połączenie z tłumaczem języka migowego, który w razie potrzeby będzie pośredniczył w rozmowie. Partnerem Banku jest firma Migam, świadcząca profesjonalną obsługę głuchych klientów w Polskim Języku Migowym.

Bezpieczeństwo w sieci

PKO Bank Polski to lider bankowości elektronicznej, którego misją jest wyznaczanie najwyższych standardów bezpieczeństwa, rozumianego nie tylko jako odpowiednie zabezpieczenie systemów bankowych, ale także minimalizowanie zagrożeń w sieci, na które mogą być narażeni klienci.

Na bieżąco ostrzegamy o zagrożeniach w sieci i prowadzimy szeroko zakrojoną edukację w tym zakresie. Celem podejmowanych działań jest m.in.: popularyzacja wiedzy na temat zasad bezpieczeństwa – zarówno w zakresie bankowości elektronicznej, mobilnej a także korzystania z kart płatniczych.

Materiały edukacyjne publikowane są w mediach własnych PKO Banku Polskiego, społecznościowych oraz w prasie.

PKO Bank Polski, jako pierwszy Bank w Europie rozpoczął współpracę z firmą Microsoft – w ramach programu Enterprise Customers Cyber Threat Intelligence Program (ECCTIP). Jego celem jest podnoszenie poziomu bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni poprzez wymianę informacji dotyczących potencjalnych zagrożeń. W rezultacie podpisanego porozumienia możliwa jest szybsza i bardziej skuteczna reakcja na niebezpieczne zdarzenia pojawiające się w sieci.

Dzięki wymianie informacji i doświadczeń ze specjalistami z działającej na całym świecie jednostki Digital Crimes Unit, bankowi eksperci będą w stanie reagować bardzo szybko, jeszcze zanim potencjalne zagrożenie dotrze do Polski.

Bank, pierwszy na rynku podjął współpracę z Policją w celu zapobiegania tzw. wyłudzeniom „na wnuczka”. Pracownicy Banku przeszli szkolenia pomagające rozpoznawać tego rodzaju incydenty, dzięki czemu udaremnili wiele prób wyłudzeń i pomogli uratować oszczędności życia wielu starszych osób. Działania te wielokrotnie opisywały media w całej Polsce. Akcje informacyjne, edukacyjne i ostrzeżenia przynoszą realne efekty. Wyraźnie wzrosła też świadomość klientów związana z zagrożeniem phishingiem.



ROZDZIAŁ 3

Miejsce pracy

Sukcesy i pozycja Banku nie byłyby możliwe bez zaangażowania pracowników, ich pasji oraz gotowości do ciągłego rozwoju. Tworzą oni niezwykle ważną i cenną grupę interesariuszy. Trwałą przewagę konkurencyjną budują ludzie – utalentowani, zmotywowani i zaangażowani. Będąc jednym z największych pracodawców w kraju, zapewniamy miejsce pracy i rozwoju dla ponad 26 tys. osób.

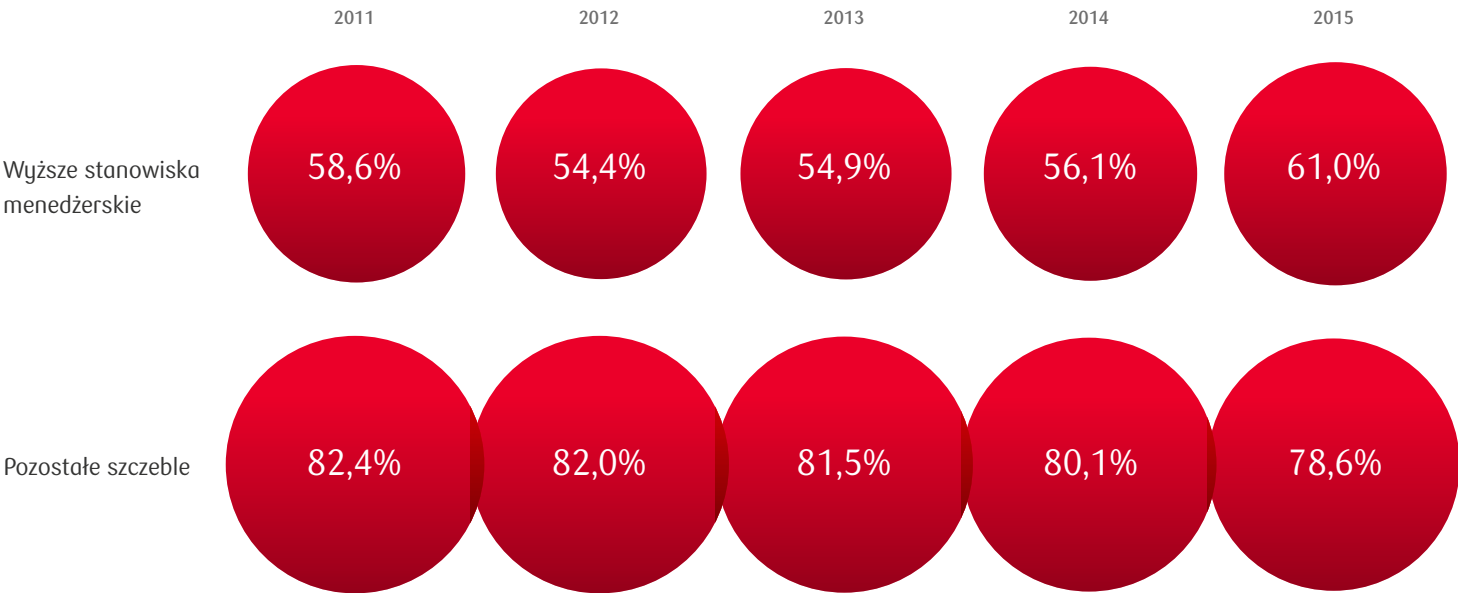
Stan i struktura zatrudnienia

Na koniec 2015 roku, Bank zatrudniał ponad 26 tys. osób. Siłą Banku jest synergia wyjątkowego doświadczenia kadry, związanej z nami od lat, ze spojrzeniem osób, które do naszego zespołu dołączyły niedawno. Średnia wieku pracowników Banku wynosi 42 lata. Blisko jedna trzecia zespołu to osoby w wieku do 35 roku życia, a pracownicy powyżej 45 roku życia stanowią niemal 35 proc.

Stan zatrudnienia według typu zatrudnienia – rodzaj umowy

	2015	2014	2013	2012	2011
czas nieokreślony, w tym:	22 438	23 260	22 534	23 661	25 042
- kobiet	17 560	18 365	18 132	19 203	20 498
- mężczyzn	4 878	4 895	4 402	4 458	4 544
czas określony, w tym:	3 172	2 343	1 733	1 751	1 363
- kobiet	2 375	1 783	1 292	1 264	963
- mężczyzn	797	560	441	487	400
okres próbny:	45	126	168	262	220
- kobiet	26	80	123	186	142
- mężczyzn	19	46	45	76	72
na zastępstwo:	367	349	206	218	126
- kobiet	295	275	173	185	105
- mężczyzn	72	74	33	33	21

Udział kobiet zatrudnionych na poszczególnych szczeblach



Na bieżąco dostosowujemy poziom zatrudnienia do aktualnych potrzeb biznesowych i planów rozwojowych Banku. Oznacza to tworzenie nowych stanowisk i miejsc pracy, ale czasem wiąże się z redukcją etatów. Co roku prowadzimy ok. 2 tys. rekrutacji związanych z realizowanymi projektami, powstawaniem nowych stanowisk i naturalną fluktuacją kadr, wynikającą m.in. ze zmian profili stanowisk.

Zwolnienia

W 2015 roku zwolnieniami, z przyczyn niedotyczących pracownika, objęto 861 osób. Było to związane z wdrażaniem zmian organizacyjnych, w tym centralizacji funkcji i procesów, dostosowywaniem zatrudnienia do zmian realizowanych w poszczególnych jednostkach organizacyjnych Banku oraz wdrażaniem nowych technologii. Pracownikom objętym restrukturyzacją Bank oferuje pomoc w postaci wsparcia finansowego i pakietów ułatwiających nabywanie nowych kwalifikacji oraz znalezienie pracy. Zgodnie z danymi przekazanymi do Urzędu Pracy m.st. Warszawy w grudniu 2015

roku, liczba pracowników, którzy mogą być objęci zwolnieniami w roku bieżącym wyniesie maksymalnie 836 osoby, przy czym dla większości z tych osób Bank będzie miał propozycje zatrudniania na zmienionych warunkach. Liczba osób zwolnionych z przyczyn od nich niezależnych została uzgodniona z zakładowymi organizacjami związkowymi. W praktyce, przewidywany poziom zwolnień zazwyczaj jest znacznie niższy od zadeklarowanego poziomu maksymalnego. W 2016 roku liczba pracowników PKO Banku Polskiego pozostanie stabilna.

Relacje z pracownikami

Dążymy do tego, aby być najlepszym pracodawcą dla obecnych oraz przyszłych pracowników i podejmujemy wiele działań w tym kierunku.

Najważniejsze z nich to:



Relacje z pracownikami regulują przejrzyste zapisy w zakresie praw i obowiązków pracowników. Do nich należą m.in. ujednolicone zasady określające możliwość awansu i dostępu do szkoleń na równych zasadach, jasno określone przepisy dotyczące oceny pracowników, czy wnoszenia i rozpatrywania skarg pracowniczych. Polityka Banku w tym zakresie zaczyna się już na etapie rekrutacji (zapisy w „Standardach rekrutacji”) i obejmuje cały okres zatrudnienia (szkolenia m.in. z Kodeksu etyki).



Zależy nam na zatrzymaniu wykwalifikowanej kadry, jak i pełnych entuzjazmu i zaangażowania stażystów, a także pozyskaniu najlepszych na rynku specjalistów i wyznaczających trendy liderów. Szczególną grupę potencjalnych pracowników stanowią studenci. Współpraca ze środowiskiem akademickim obejmuje wiele obszarów, co pozwala nam skutecznie docierać do najbardziej utalentowanych młodych ludzi, którzy mogliby stanowić cenne uzupełnienie zespołu Banku.

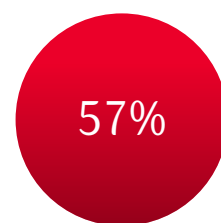
Rekrutacja wewnętrzna

Ważnym elementem polityki personalnej Banku jest rekrutacja wewnętrzna. Pracownicy mogą zmieniać miejsca zatrudnienia w organizacji, zarówno jeśli chodzi o zadania i zespoły, jak i lokalizację. Dzięki temu mogą rozwijać swoje kompetencje w nowych obszarach, sprawdzać się w wielu interdyscyplinarnych zespołach projektowych czy przedsięwzięciach. Rekrutacja wewnętrzna jest atrakcyjną propozycją dla osób, które oczekują wyzwań, a jednocześnie cenią stabilizację. Umożliwia nie tylko rozwój zawodowy, ale także

– ze względu na rozległą strukturę i placówki w całej Polsce – pozwala zachować pracę osobom, które z różnych względów chcą lub muszą zmienić miejsce zamieszkania. Bogate, pełne różnorodnych doświadczeń życiorysy pracowników z wieloletnim stażem w naszym Banku świadczą o tym, że warto budować ścieżkę kariery w oparciu o przeniesienia między jednostkami organizacyjnymi. Proces ten stanowi źródło awansów pionowych i poziomych i jest jednym z najważniejszych narzędzi motywacyjnych.



średni staż pracy
w PKO Banku
Polskim



tylu pracowników
poleciłoby swoje
miejsce pracy innym



Dominika Bytner
młodszy specjalista
Departament Sprzedaży Detalicznej

Od stażu do etatu

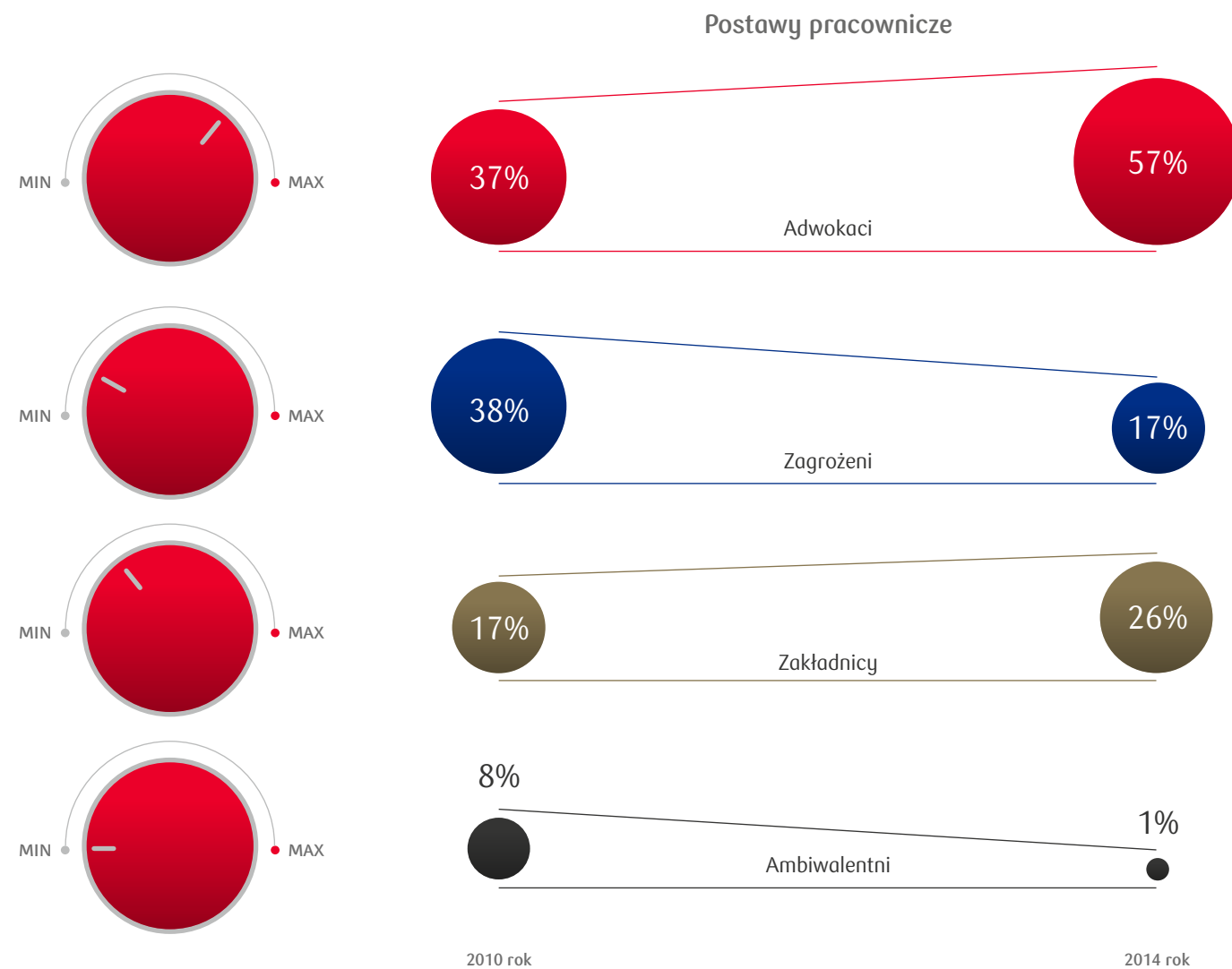
Moim celem było zdobycie doświadczenia w zakresie sprzedaży oraz bankowości. Odbylałam staż, a od blisko roku jestem pracownikiem Banku. W trakcie stażu wzbogaciłam swoją wiedzę teoretyczną o jej praktyczne zastosowanie. Uczestniczyłam m.in. w tworzeniu raportów, prezentacji oraz zestawień. Poznałam wiele rozwiązań i narzędzi, które zapewniają jednolite standardy działania w funkcjonowaniu oddziałów. Miałam również możliwość poznania inicjatyw projektowych wykonywanych na potrzeby sieci sprzedaży.

Staż i praktyki

W 2015 roku PKO Bank Polski zorganizował 600 płatnych praktyk i staży w całej Polsce, w tym m.in. we współpracy z Akademią Liderów Rynku Kapitałowego, organizacją Enactus Poland czy w ramach Letniej Akademii Analityka. Bank został partnerem Programu „Go4 Poland – Wybierz Polskę!” skierowanego do tysięcy polskich studentów za granicą, którzy chcieliby odbyć staż w Polsce. Jest także mecenasem naukowym Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. W ramach tej współpracy przewidziane są m.in. odpłatne praktyki dla studentów w placówkach PKO Banku Polskiego. Szeroka oferta oraz duża skala działania Banku umożliwia młodym ludziom sprawdzenie się w wielu interdyscyplinarnych zespołach projektowych oraz udział w interesujących przedsięwzięciach. Najlepszym umożliwiamy rozwój w naszym zespole.

Satysfakcja pracowników

Monitorowanie nastrojów i zaangażowania jest ważnym elementem komunikacji wewnętrznej, dzięki temu pracownicy mogą wyrazić opinie na temat naszej organizacji. Dlatego regularnie prowadzimy badania satysfakcji i zaangażowania pracowników. Znając nastroje, możemy aktywnie zapobiegać problemom i dostosowywać działania do realizacji celu, jakim jest zwiększenie zaangażowania pracowników. Według ubiegłorocznego badania, aż 57 proc. zatrudnionych poleciłoby swoje miejsce pracy innym. Duży wzrost liczby Adwokatów w porównaniu z pierwszą edycją w 2010 roku (37 proc.) to efekt działań zmierzających do tworzenia coraz bardziej przyjaznego środowiska pracy.



Przywiązaniu i zaangażowaniu pracowników sprzyjają przejrzyste, rynkowe warunki wynagradzania oraz klarowny plan rozwoju kompetencji. Istotnym działaniem realizującym ten cel jest System Oceny Okresowej Pracowników (SOOP), który diagnozuje kompetencje ogólnofirmowe, przywódcze i indywidualne pracowników, pozwalając określić plan doskonalenia ich kwalifikacji oraz ścieżkę rozwoju zawodowego. Ubiegłoroczna edycja SOOP objęła ponad

25 tys. osób, czyli około 95 proc. wszystkich pracowników Banku. W grupie menedżerów, najwyższymi punktowanymi kompetencjami były „Orientacja na klienta” – ponad 47 proc. ocen powyżej poziomu oczekiwanego oraz „Wywieranie wpływu” – ponad 45 proc. Natomiast w grupie pracowników najwięcej ocen powyżej oczekiwanego poziomu zostało wystawionych w kompetencjach „Sprawność organizacyjna” (44 proc.) oraz „Orientacja na klienta” (26 proc.).

Polityka wynagradzania

Podstawową regulację wewnętrzną w zakresie polityki wynagradzania stanowi Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy (ZUZP) zawarty z zakładowymi organizacjami związków zawodowych w dniu 28 marca 1994 roku (z późn. zm.), zgodnie z którym pracownikom Banku przysługują: wynagrodzenie zasadnicze, dodatki za pracę w godzinach nadliczbowych oraz w warunkach szczególnie uciążliwych i szkodliwych dla zdrowia, premie i nagrody za szczególne osiągnięcia w pracy zawodowej.

Wynagrodzenia zasadnicze oraz przyznawane pracownikom świadczenia dodatkowe są kształtowane w oparciu o wartościowanie stanowisk pracy (kategorie zaszerogowania przypisane do poszczególnych stanowisk organizacyjnych) – obiektywne kryteria i informacje o płacach oferowanych na porównywalnych stanowiskach na rynku pracy. Dzięki temu pracownicy Banku znają założenia wynagradzania oraz pozycję w przedziale płacowym dla zajmowanego stanowiska. Dysponują także informacjami o wynagrodzeniach oferowanych na porównywalnych stanowiskach na rynku, co jest istotne z punktu widzenia planowania rozwoju osobistego i dalszej kariery w Banku.

Filary wynagradzania w PKO Banku Polskim



Realizacji strategicznych celów Banku sprzyja oparty na czterech filarach system motywacyjno-premiowy, w którym wysokość wynagrodzenia zmiennego jest warunkowana poziomem i jakością realizacji zadań:

- pierwszy (tzw. MbO - Zarządzanie przez Cele) obejmuje pracowników kadry menedżerskiej i stanowiska eksperckie, na których są realizowane cele kluczowe dla Banku,
- drugi (tzw. PPBiz - Program Premii Biznesowych) obejmuje pracowników realizujących zadania biznesowe, głównie sprzedażowe w obszarze bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej oraz windykacyjne,
- trzeci (tzw. SPS - System Premiowania Sprzedaży) dotyczy osób pracujących w oddziałach detalicznych, na stanowiskach, na których realizowana jest sprzedaż produktów bankowych,
- czwarty (tzw. SPW - System Premiowy Wsparcia), obejmuje pozostałych pracowników.

Świadczenia na rzecz pracowników



Polityka szkoleniowa

PKO Bank Polski zapewnia pracownikom różnorodne formy podnoszenia kwalifikacji zawodowych. Prowadzone są projekty rozwoju zarówno twardych, jak i miękkich umiejętności. Kilkudziesięcioosobowy zespół trenerów wewnętrznych realizuje szkolenia grupowe, stonowskie oraz warsztaty wewnętrzne. W wybranych projektach, szkolenia grupowe prowadzi firmy zewnętrzne. W Banku funkcjonuje wewnętrzna platforma e-learningowa, aktywnie wykorzystywana do wielu szkoleń, np. dotyczących wiedzy produktowej, procesów oraz obsługi aplikacji informatycznych.

Wszystkie działania szkoleniowe wspierają realizację strategii Banku i są dostosowane do bieżących potrzeb rozwojowych pracowników. Celem projektów szkoleniowych realizowanych w Banku jest w szczególności:

- rozwój kompetencji pracowników zgodnie z obowiązującym w PKO Banku Polskim modelem,
- wzrost zaangażowania pracowników w realizację bieżących działań biznesowych,
- wzrost wiedzy i umiejętności związanych z realizacją celów sprzedażowych Banku,
- dbałość o zachowanie, jak najwyższej jakości obsługi klienta,
- wsparcie pozytywnego nastawienia do zmian wśród pracowników Banku,
- promocja wartości Banku.



Wioleta Ryś
p.o. kierownika Zespołu Obsługi Klienta
Oddział 1 w Łomży

Rozwój kompetencji

W 2015 roku w Banku były realizowane dwa duże projekty szkoleniowo-rozwojowe: Program Nowy Menedżer oraz Program Talenty mający ułatwić pracownikom wykorzystanie potencjału zawodowego poprzez wsparcie w intensywnym rozwoju. Zgłaszając się do Programu Talenty pracowałam na stanowisku doradcy. Obecnie już, jako p.o. kierownika, z satysfakcją wprowadzam w życie rozwiązania i metody, które poznałam podczas szkoleń. Warsztaty pomagają w niesablonowym myśleniu. Dodatkowo udział w programie to ogromny zastrzyk pozytywnej energii i jednocześnie możliwość poznania ciekawych ludzi.

370
tys.

tytu uczestników
wzięło udział
w szkoleniach
organizowanych
przez Bank
w 2015 roku

13

liczba szkoleń
e-learningowych
przypadających
na 1 pracownika

Zespół trenerów wewnętrznych PKO Banku Polskiego liczy ponad 80 osób. To co nas wyróżnia to nie tylko wielkość zespołu, ale także ogromny, ustawicznie poszerzany zakres wiedzy, 5-letnie doświadczenie trenerskie w obszarze sprzedaży, a przede wszystkim autorskie programy szkoleniowe. Wywodzą się z różnych jednostek organizacyjnych Banku, począwszy od stanowiska kasjer-dysponent, poprzez doradcę, regionalnego menedżera sprzedaży do dyrektora oddziału.

Etyka w organizacji

Staramy się działać zgodnie z wymogami, wprowadzać procedury i szkolenia dla pracowników, które wyeliminują przypadki naruszeń. Wszelkie incydenty są szczegółowo monitorowane i analizowane.

Skargi pracowników rozpatrywane są zgodnie z wewnętrznymi regulacjami – Trybem rozpatrywania skarg dotyczących naruszenia uprawnień pracowniczych pracowników Banku (załącznik do decyzji Prezesa Zarządu nr IU/CKP/445/2009 z dnia z dnia 27 listopada 2009 r.) oraz Zasadami przeciwdziałania mobbingowi w Banku (załącznik do uchwały Zarządu nr 797/C/2013 Zarządu z dnia 6 grudnia 2013 r.).

W ciągu ostatnich pięciu lat pracownicy zgłosili ogółem 340 skarg z zakresu naruszenia przestrzegania praw człowieka. Wśród nich odnotowano 4 skargi na dyskryminację/nierówne traktowanie oraz 40 dotyczących mobbingu. Wszystkie zostały rozpatrzone zgodnie z odpowiednimi przepisami (Trybem lub Zasadami przeciwdziałania mobbingowi). Wszyscy zgłaszający pracownicy otrzymali pisemną odpowiedź na swoją skargę.

Reprezentacja pracowników

W PKO Banku Polskim działają trzy organizacje związkowe: Krajowy Związek Zawodowy Pracowników Banku PKO Banku Polskiego, Komisja Zakładowa NSZZ Solidarność Pracowników PKO Banku Polskiego oraz Związek Zawodowy Pracowników PKO Banku Polskiego. Funkcjonuje także Rada Pracownicza – organ powołany w celu realizacji ustawowego obowiązku informowania pracowników o sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa, przewidywanych zmianach zatrudnienia czy działaniach, które mogą powodować istotne modyfikacje w organizacji pracy. Rada odgrywa szczególną rolę podczas konsultacji nowych projektów – może do nich zgłaszać uwagi i wątpliwości, mając na uwadze ochronę interesów pracowników.

ROZDZIAŁ 4

Zrównoważony rozwój

PKO Bank Polski jest największą instytucją finansową w kraju, liderem rynku stawiającym na zrównoważony rozwój, który od zawsze umożliwia klientom bezpieczne i wygodne korzystanie z usług finansowych. Marka PKO Banku Polskiego jest najbardziej rozpoznawalną w kraju i z roku na rok zyskuje na wartości – otrzymała miano „dobra narodowego” godnie reprezentując Polskę na arenie międzynarodowej. Marka PKO Banku Polskiego to przede wszystkim ludzie – pomysłowi, zaangażowani i kompetentni.

Jak rozumiemy naszą odpowiedzialność społeczną?

W codziennej pracy łączymy cele biznesowe z działaniami na rzecz wszystkich grup naszych interesariuszy – klientów, partnerów biznesowych, dostawców, inwestorów i pracowników. Fundamentalne znaczenie ma tu dialog społeczny oparty o transparentną komu-

nikację. Wierzymy, że jedynie dobre relacje z otoczeniem pozwalają na autentyczny rozwój, a społeczna koegzystencja jest podstawą budowy wspólnych i trwałych wartości. To one, w połączeniu z wiedzą i zaangażowaniem, ułatwiają podejmowanie właściwych

decyzji biznesowych i progresywne zarządzanie. W efekcie, prowadzone działania odpowiadają na złożone potrzeby społeczne, a reakcja otoczenia jest impulsem do dalszego doskonalenia.

Kluczowe grupy interesariuszy i wybrane formy dialogu

Interesariusze

Formy dialogu



Pracownicy

- › spotkania, telekonferencje, czaty
- › media własne, w tym: intranet, magazyn oraz portal Nasz Bank, newslettery
- › dialog ze związkami zawodowymi oraz Radą Pracowniczą
- › coroczne oceny okresowe oraz badania satysfakcji i zaangażowania
- › działania poszerzające wiedzę, w tym szkolenia tradycyjne i e-learningowe
- › aktywności w ramach programu PKO po godzinach



Klienci

- › bezpośrednie spotkania
- › Contact Center
- › strona internetowa Spółki oraz portal edukacyjny Bankomania
- › badania lojalności i satysfakcji
- › rzecznik klienta, aplikacja kliencka „Pytania i sugestie” dla użytkowników Facebooka
- › media, w tym: własne i społecznościowe



Inwestorzy

- › stała współpraca, w tym: spotkania, radshow, telekonferencje
- › bieżące raportowanie, analizy, prezentacje wyników
- › współuczestnictwo w branżowych kongresach i konferencjach
- › kodeks dobrych praktyk GPW
- › Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy



Partnerzy
biznesowi – agenci

- › bieżąca współpraca projektowa
- › spotkania bezpośrednie, czaty
- › portal komunikacji wewnętrznej dla agentów oraz newslettery
- › program szkoleń i wsparcia sprzedaży
- › badania opinii



Otoczenie
społeczne

- › bezpośrednie relacje, strona internetowa Banku oraz Fundacji PKO Banku Polskiego
- › programy edukacyjne, w tym współpraca ze szkołami i ośrodkami akademickimi
- › współuczestnictwo w branżowych kongresach i konferencjach
- › sponsoring, darowizny, partnerstwo w projektach, współpraca z organizacjami pozarządowymi, wolontariat
- › współpraca w ramach organizacji branżowych i biznesowych



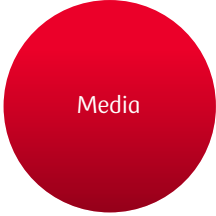
Konkurencja

- › współpraca w ramach organizacji branżowych i biznesowych
- › współuczestnictwo w branżowych kongresach i konferencjach



Otoczenie
prawne
i regulacyjne

- › bieżące spotkania
- › współuczestnictwo w branżowych debatach, kongresach i konferencjach
- › konsultacje i współpraca legislacyjna
- › odpowiadanie na zapytania i uwzględnienie rekomendacji



Media

- › dedykowany serwis Centrum Prasowe
- › spotkania i konferencje prasowe
- › bieżąca współpraca, wysyłka komunikatów prasowych
- › projekty partnerskie, debaty redakcyjne
- › komunikacja na temat bieżącej działalności firmy

Zrównoważony rozwój jest jednym z priorytetów Unii Europejskiej. Zgodnie z Traktatem o Unii Europejskiej, jej instytucje działają m.in. na rzecz trwałego rozwoju Europy, którego podstawą jest zrównoważony wzrost gospodarczy, stabilność cen oraz społeczna gospodarka rynkowa o wysokiej konkurencyjności zmierzająca do pełnego zatrudnienia i postępu społecznego, a także wysoki poziom ochrony i poprawy jakości środowiska. PKO Bank Polski nie zdefiniował odrębnej strategii zrównoważonego rozwoju. Stosuje się do zasad i regulacji związanych z poszczególnymi obszarami zrównoważonego rozwoju.

Główne dokumenty i polityki wyznaczające standardy PKO Banku Polskiego:

Obszar	Zasady, polityki i dokumenty regulujące:
Pracownicy	› Regulamin Pracy › Kodeks Etyki › Regulamin Funduszu Świadczeń Socjalnych › Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy › Zasady realizacji zadań w dziedzinie bezpieczeństwa i higieny pracy oraz przydziału środków ochrony indywidualnej, odzieży i obuwia roboczego, napojów oraz refundacji kosztów związanych z zakupem okularów i szkieł kontaktowych korygujących wzrok › Zasady przeciwdziałania mobbingowi › Zasady rekrutacji › Zasady nagradzania pracowników › Zasady premiowania pracowników › Zasady systemu oceny okresowej pracowników oraz modelu kompetencji › Zasady Zarządzania Wiedzą › Tryb rozpatrywania skarg dotyczących naruszenia uprawnień pracowniczych pracowników › Standardy opieki medycznej dla pracowników › Standardy rekrutacji

Klienci

- › Polityka bezpieczeństwa
- › Zasady zarządzania ryzykiem braku zgodności
- › Zasady zarządzania konfliktami interesów
- › Zasady zawierania umów o zakazie konkurencji z pracownikami
- › Zasady bezpieczeństwa informacji chronionych
- › Zasady ochrony osób i mienia
- › Zasady przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu
- › Tryb postępowania z informacjami zawierającymi dane osobowe oraz informacjami stanowiącymi tajemnicę bankową
- › Tryb rozpatrywania skarg dotyczących naruszenia uprawnień pracowniczych pracowników
- › Tryb bezpieczeństwa w odniesieniu do zarządzania zasobami i technologii wykorzystywanej w systemie informatycznym
- › Tryb zgłaszania przyjęcia korzyści lub prezentów
- › Standardy współpracy z klientami

Otoczenie społeczne

- › Polityka Zakupowa
- › Wymagania bezpieczeństwa w odniesieniu do dostawcy usług
- › Zasady powierzania wykonywania czynności na rzecz Banku innym podmiotom zewnętrznym, niż agenci i pośrednicy
- › Statut Fundacji PKO Banku Polskiego

Akcjonariusze

- › Zasady ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych (Komisja Nadzoru Finansowego)
- › Dobre Praktyki Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych (GPW)
- › Polityka dywidendy
- › Zasady Dobrej Praktyki Bankowej (Związek Banków Polskich)
- › Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego

Inicjujemy zmiany

Prowadzimy dialog

Oddziałujemy na otoczenie

Podstawowym założeniem działań biznesowych i społecznych Banku jest widoczna poprawa jakości życia Polaków. Ponadto, utrwalenie wizerunku marki PKO Bank Polski, jako przyjaznej, godnej zaufania instytucji finansowej, odpowiadającej na bieżące potrzeby społeczne i spełniającej normy nowoczesnej organizacji.

PKO Bank Polski aktywnie włącza się w projekt budowy Cyfrowej Polski. Współpracuje z innymi bankami i administracją rządową w programie 500 plus, umożliwiając składanie wniosków poprzez swoje serwisy iPKO i Inteligo. Klienci Banku mogą korzystać z Platformy Usług Elektronicznych (PUE) ZUS – zakładając profil z poziomu systemów transakcyjnych Banku.

Bank inicjuje i angażuje się w projekty integrujące środowisko branży finansowej, by standaryzować nowoczesne rozwiązania, ułatwiające społeczeństwu dostęp do własnych środków i zarządzanie nimi.

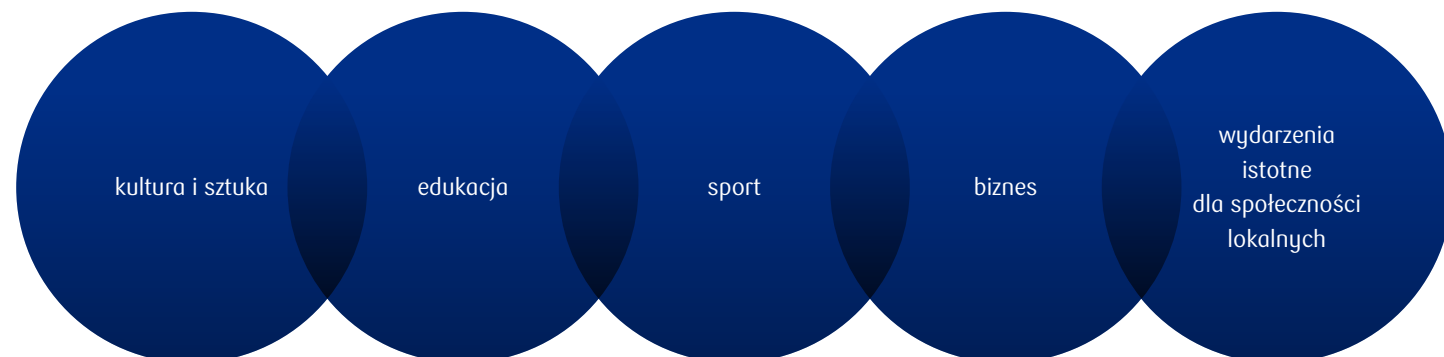
Od lat rozwija relacje z otoczeniem prowadząc aktywne działania na rzecz społeczeństwa i z jego udziałem. Bank wspiera wydarzenia i projekty edukacyjne, obywatelskie, kulturalne oraz charytatywne. Dialog społeczny to ważny element naszej blisko stuletniej tradycji, zarówno w wymiarze instytucjonalnym, historycznym, jak i w kontekście upowszechniania tożsamości narodowej i budowania dziedzictwa kulturowego.

W tym właśnie kierunku zmierza polityka sponsorska Banku, realizująca misję

dotyczącą utrzymania polskiego charakteru instytucji.

W 2015 roku Bank zrealizował 277 projektów o różnej skali. Zarówno ogólnopolskich – szeroko komunikowanych w mediach, wspieranych działaniami promocyjnymi, ale też mniejsze wydarzenia na gruncie lokalnym, np. spotkania z kulturą, wystawy, pikniki naukowe czy akcje promujące lokalną przedsiębiorczość. Największy, ponad 40 proc., udział w budżecie sponsorskim Banku stanowią wydatki na wsparcie kultury, dziedzictwa narodowego i edukacji. Około 25 proc. na sport – organizację projektu „PKO Biegajmy razem”.

Obszary programowe działalności sponsorskiej



Mecenat

kultury i sztuki

PKO Bank Polski jest ważnym na rynku mecenasem sztuki i promotorem dokonań polskich artystów, np. wystaw malarskich i fotograficznych, festiwali muzycznych, konkursów filmowych czy literackich. Najważniejszym celem tych działań jest popularyzacja

wartości kulturalnych, pogłębienie wiedzy historycznej, utrwalenie wartości patriotycznych oraz tożsamości narodowej, a przede wszystkim wzmacnianie więzi i wrażliwości społecznej, zarówno na poziomie lokalnym jak i ogólnopolskim.

KLUCZOWE DZIAŁANIA:

- współpraca z instytucjami kultury, m.in. z: Muzeum Narodowym w Warszawie, Biblioteką Raczyńskich w Poznaniu, Narodowym Forum Muzyki we Wrocławiu
- mecenat nad kolekcją portretów władców Polski autorstwa Waldemara Świerzeżo oraz wystawą „Nowy poczet władców Polski. Świerzy kontra Matejko” na Zamku Królewskim w Warszawie
- zaangażowanie w festiwale muzyczne, m.in. w: Bydgoski Festiwal Operowy, Międzynarodowy Festiwal Wratislavia Cantans, Ogólnopolski Festiwal Muzyki Dawnej Schola Cantorum, Festiwal Legend Rocka w Dolinie Charlotty
- wspieranie festiwali filmowych, m.in.: Festiwalu Filmowego w Gdyni, Międzynarodowego Festiwalu Filmów Młodego Widza Ale Kino! w Poznaniu
- współpraca z filharmoniami, teatrami i operami, m.in. z: Filharmonią Narodową w Warszawie, Filharmonią Warmińsko-Mazurską im. Feliksa Nowowiejskiego w Olsztynie, Operą Krakowską, Operą na Zamku w Szczecinie, Operą i Filharmonią Podlaską, Teatrem Polskim w Warszawie, Teatrem im. Stefana Jaracza w Łodzi, Letnią Sceną Teatru Miejskiego im. W. Gombrowicza w Gdyni
- wspieranie projektów literackich i dziennikarskich, m.in.: Festiwal Słowa w Piosence „Frazy”, Grand Press 2015



Agnieszka Morawińska

dyrektor

Muzeum Narodowego w Warszawie

Cenne wsparcie

PKO Bank Polski jest najwierniejszym Mecenasem Muzeum Narodowego w Warszawie. Podczas naszej blisko 15-letniej współpracy udało się zaprezentować najcenniejsze dobra kultury polskiej i powszechnej, edukować, pokazywać dzieła i wystawy cenne dla historii oraz przyszłości Polski i Europy. Bez hojnego wsparcia Banku nie byłoby możliwe zorganizowanie tak ważnych wystaw jak „Aleksander Gierowski 1850-1910”, „Europa Jagellonica 1386-1572”, „Wyprawa w Dwudziestolecie 1918-1939”, czy „Andrzej Wróblewski 1927-1957. W 50. rocznicę śmierci artysty.”

Muzeum Narodowe miało możliwość realizacji ambitnych planów wystawienniczych, a także konserwacji bezcennych dóbr kultury polskiej. Najlepszym przykładem jest wsparcie przez Bank Programu konserwacji obrazu Jana Matejki Bitwa pod Grunwaldem i ufundowanie nowej ramy. Od 2013 roku Bank jest mecenasem najbogatszej i najbardziej różnorodnej kolekcji sztuki średniowiecznej w Polsce. Wyrażam wdzięczność za to konsekwentne działanie PKO Banku Polskiego na rzecz dziedzictwa powierzonego opiece Muzeum Narodowego w Warszawie.

Kolekcja Zbiorów Bankowych

Naszym celem jest wspieranie i promocja polskiej sztuki współczesnej, w szczególności twórczości młodych artystów.

PKO Bank Polski jest jedną z niewielu instytucji finansowych w kraju, posiadających bogatą kolekcję malarstwa polskiego i aktywnie wspierającą młodych artystów. Bankową kolekcję tworzy ponad siedemdziesiąt dzieł uznanych polskich artystów. Są to m.in.: prace Magdaleny Abakanowicz, Stefana

Gierowskiego czy Jana Tarasina. Promocji sztuki najnowszej, poza budowaniem kolekcji, służy też projekt wspierania studentów uczelni plastycznych. Poprzez swoją Fundację Bank organizuje, m.in.: plenery dla studentów pracowni wyższych szkół artystycznych oraz wystawy prac utalentowanych adeptów sztuki. W 2015 roku odbyła się wystawa malarstwa oraz pokaz fotografii.

Edukacja finansowa

Nauka przez zabawę

Jesteśmy jedną z nielicznych instytucji w kraju, prowadzących konsekwentną edukację finansową w oparciu o kompleksowe i innowacyjne produkty bankowe. Szeroko zakrojona edukacja Banku kierowana jest do różnych grup klientów. Głównym jej celem jest ograniczenie wykluczenia finansowego, budowanie świadomości konsumenckiej, działania w zakresie cyberbezpieczeństwa.

PKO Bank Polski prowadzi aktywną edukację finansową najmłodszych. Oferuje zarówno innowacyjne produkty jak i ciekawe rozwiązania kształtujące nawyki oszczędzania i przedsiębiorczości.

Atrakcyjną propozycją edukacyjną dla dzieci poniżej 13. roku życia i ich rodziców jest PKO Junior. Ofertę tworzą m.in.: PKO Konto Dziecka, ROR Rodzica, Pierwsze Konto Oszczędnościowe oraz serwisy: junior.pkobp.pl, junior.inteligo.pl, dzięki którym dzieci mogą m.in.: zakładać wirtualne skarbonki czy inicjować operacje finansowe.

Ważną rolę w tej edukacji pełni poradnik ekonomiczny dla dzieci „Brawo Bank” (dodatek

do magazynu dla klientów – „Bankomania”). Magazyn dla najmłodszych dostępny jest w wersji papierowej, elektronicznej oraz mobilnej. W skład materiałów edukacyjnych dla dzieci i rodziców wchodzi również m.in.: książeczka o przygodach Kuby Pieniążka, jego rodziny i Żyrafy Lokatki, Poradnik dla Rodziców, oraz interaktywne gry „Przygody Lokatki” i „Władca monet”.

Nauka przez zabawę – czyli edutainment to skuteczna metoda edukacyjna często wykorzystywana w naukach ścisłych. Dzięki niej dzieci lepiej przyswajają wiedzę, a nauce towarzyszą pozytywne emocje.



dzieci posiada
PKO Konto
Dziecka



do tylu dzieci
docierają działania
edukacyjne Banku

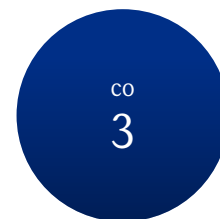
Program szkolny

Realizowana przez Bank wielopoziomowa edukacja najmłodszych ma duże znaczenie społeczne a jej celem jest nauka dobrych nawyków, np. oszczędzania czy zarządzania budżetem. Wszystko po to, by najmłodszy, w przyszłości byli świadomymi użytkownikami usług bankowych.

Ważnym elementem tej edukacji są Szkolne Kasy Oszczędności PKO Banku Polskiego. To najstarszy, obchodzący w 2015 roku jubileusz 80-lecia – największy i najnowocześniejszy program edukacji finansowej w Polsce obejmujący, m.in.: naukę oszczędzania, podstawy bankowości, ekonomii, przedsiębiorczości oraz ekologii i bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Ułatwiają to praktyczne narzędzia: serwis www.sko.pkobp.pl, SKO Konto dla Ucznia oraz platforma dla uczniów szkół należących do SKO: SzkolneBlogi.pl i profil na NK.pl.



uczniów
ma konto
w serwisie
www.sko.pkobp.pl



polska szkoła
podstawowa
uczestniczy
w programie
edukacyjnym SKO,
łącznie 4,6 tys. szkół



szkół
prowadzi
swoje blogi
na platformie
SzkolneBlogi.pl

Przystępnie o finansach

Z badań wynika, że – w przeciwieństwie do krajów Europy Zachodniej – wciąż niewielki procent Polaków gromadzi pieniądze regularnie i długoterminowo. PKO Bank Polski jest jednym z nielicznych banków w kraju, który prowadzi konsekwentną edukację, wspierając przez kompleksowe produkty. Pokazując możliwości i funkcjonalności nowo-

czesnych produktów, zapewniając dostęp do praktycznej wiedzy ekonomicznej, dostarczamy klientom niezbędne narzędzia ułatwiające zarządzanie budżetem osobistym czy firmowym. Takie działania wpływają na wzmocnienie wizerunku marki odpowiedzialnej społecznie i wspierają promocję oferty produktowej Banku.

Ważną platformą komunikacyjną Banku jest portal Bankomania.pkobp.pl – inicjujący, dopasowany do różnych grup wiekowych przekaz edukacyjny. Tworzą go tematyczne zakładki: „Bankofinanse”, „Bankodzieci”, „Bankofirma”, „Bankopasje”, „Bankokonkursy”, „Biegajmy razem”, „Najdłuższe wakacje? Oszczędzam!” oraz unikalna na rynku – „Bankowiki”. Artykuły przygotowują bankowi eksperci oraz znani dziennikarze czy fachowcy w swoich dziedzinach, np. psychologowie.

Bezpieczeństwo dla wszystkich

PKO Bank Polski edukuje także w kwestii cyberbezpieczeństwa. Ostrzega przed zagrożeniami, daje wskazówki, jak ich uniknąć. Jako pierwszy bank w Europie rozpoczął współpracę z firmą Microsoft, której celem jest podnoszenie poziomu bezpieczeństwa poprzez wymianę informacji dotyczących potencjalnych zagrożeń. Porozumienie ułatwia szybszą i bardziej skuteczną reakcję na niebezpieczne zdarzenia pojawiające się w sieci.

Bank, jako pierwszy na rynku, podjął współpracę z Policją w celu zapobiegania tzw. wyłudzeniom „na wnuczka”. Pracownicy przeszli szkolenia pomagające rozpoznawać tego rodzaju incydenty, dzięki czemu udaremni-li wiele prób wyłudzeń i pomogli uratować oszczędności życia wielu starszych osób. Działania te wielokrotnie opisywały media w całej Polsce.

Akcje informacyjne, edukacyjne i ostrzeżenia przynoszą realne efekty. Wyraźnie wzrasta świadomość klientów dotycząca kwestii zagrożeń.



Mariusz Mrozek
rzecznik prasowy
Komendanta Stołecznego Policji

Nie bądźmy obojętni

Cieszymy się, że Bank zaangażował się we współpracę z Policją, w ramach której zorganizowane zostały szkolenia dla pracowników i działania edukacyjne dla klientów. Dzięki temu wspólnie podnosimy bezpieczeństwo i zapobiegamy oszustwom „na wnuczka” i „na policjanta”.

Nie bądźmy obojętni. Zwracamy uwagę na próby oszustw, ostrzegamy też naszych krewnych, że mogą do nich telefonować osoby podszywające się pod członków rodziny. W przypadku jakichkolwiek podejrzeń, że nie jest to członek rodziny ani prawdziwy funkcjonariusz tylko oszust lub w chwili, gdy telefonująca osoba postępuje w opisany sposób, prosimy o natychmiastowe powiadomienie Policji.

Wydarzenia i projekty

PKO Bank Polski jest instytucją otwartą na ludzi młodych, zdolnych i ambitnych. Angażuje się w projekty inicjowane przez uczelnie czy organizacje studenckie i z wieloma z nich współpracuje. Bank wspiera wydarzenia promujące naukę, popularyzujące zdobywanie wiedzy i pobudzanie kreatywności. Znaczące projekty w tym obszarze:

„Mój pierwszy biznes przed 20-tką”

- Projekt organizowany przez Wyższą Szkołę Bankową we Wrocławiu, adresowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych, którego celem jest praktyczna nauka przedsiębiorczości i innowacyjności.

Olimpiada Wiedzy o Polsce i Świecie Współczesnym

- Bank od wielu lat wspiera jedną z najstarszych olimpiad przedmiotowych, objętą patronatem honorowym Prezydenta RP. Nagrodą dla laureatów są indeksy na niemal każdy uniwersytet w Polsce. Od czterech lat na facebookowym profilu Bank organizuje konkurs, którego uczestnicy mogą sprawdzić swoją wiedzę.

Akademickie Mistrzostwa Polski, Europy Środkowej i Świata w Programowaniu Zespołowym

- Po raz kolejny Bank wspierał przedstawicieli Uniwersytetu Warszawskiego. Współfinansował stypendia dla wszystkich finalistów zawodów regionalnych. W 2016 roku studenci Wydziału Matematyki, Informatyki i Mechaniki UW zajęli 5 miejsce w 40 Akademickich Mistrzostwach Świata w Programowaniu Zespołowym z Tajlandii.

Łazik marsjański

- Wspierani przez Bank studenci Politechniki Białostockiej po raz kolejny zbudowali łazika marsjańskiego. Pojazd zdobył 4 miejsce w zawodach University Rover Challenge 2015, które odbyły się w USA oraz 2 miejsce w zawodach European Rover Challenge 2015.

Mecenas naukowy Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

- Pod patronatem Banku powstała nowa specjalizacja – bankowość. Bank jest również zaangażowany w Bydgoski Festiwal Nauki, którego celem jest popularyzacja nauki wśród mieszkańców miasta i regionu.

Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej

- Jeden z najbardziej popularnych konkursów wiedzy ekonomicznej w kraju dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych. PKO Bank Polski zaprasza laureatów na płatne praktyki a Fundacja współfinansuje stypendia dla najlepszych.

Współpraca z Politechniką Wrocławską

- W semestrze letnim bankowi menedżerowie prowadzą wykłady „Sektor bankowy w Polsce. Teoria i praktyka z PKO Bankiem Polskim” dla studentów Wydziału Informatyki i Zarządzania.

Aktywność branżowa

PKO Bank Polski, jako lider na rynku finansowym, pełni ważną rolę opiniotwórczą. Jego przedstawiciele często są zapraszani do udziału w ważnych wydarzeniach ekonomicznych i chętnie angażują się w przedsięwzięcia o charakterze branżowym – konkursy, spotkania, debaty i konferencje. Część z nich to specjalistyczne panele, w których uczestnicy mierzą się z wyzwaniami stojącymi przed sektorem bankowym w kraju i Europie.

W 2015 roku byliśmy zaangażowani m.in. w konkursy: „Przedsiębiorca Roku”, „Polska Firma – Międzynarodowy Czempion”, Forum Ekonomiczne w Krynicy, Wschodni Kongres Gospodarczy, cykl spotkań „Kapitał dla Rozwoju”, Europejski Kongres w Sopocie, Warsaw Capital Market Summit. Podjęliśmy też współpracę z grupą Azoty w ramach trzyletniego programu „Grunt to wiedza”, którego celem jest m.in. rozwój nowych technologii w zakresie nawożenia i produktów nawozowych.

Sponsoring sportowy

Program Biegowy

261
tys.

tyle osób
wzięło udział
w sponsorowanych
przez Bank biegach

4,8
mln

tyle kilometrów
przemierzali
biegacze
w sponsorowanych
przez Bank biegach,
co równa się
ok. 120 okrążeniom
Ziemi wzdłuż równika

149

tyle imprez
biegowych Bank
był partnerem

Bank intensywnie angażuje się w przedsięwzięcia sportowe, mające na celu popularyzację zdrowia, aktywnego stylu życia i sprawności fizycznej. Od lat wspiera imprezy masowe, przede wszystkim biegowe.

Zalety tej dyscypliny zainspirowały nas do intensywnej jej popularyzacji. Dziś obserwujemy prawdziwą modę na bieganie, a w zjawisku tym mamy niemały udział.

W 2013 roku powstał specjalny program „PKO Bank Polski. Biegajmy razem” i od tego czasu systematycznie się rozwija. Rośnie też zaangażowanie pracowników Banku, z których 41 proc. deklaruje, że aktywnie biega zasilając rozrastającą się bankową sekcję biegową.

W 2015 roku Bank sponsorował 50 imprez biegowych, w których udział wzięło 106 339 osób. Byliśmy sponsorem tytularnym m.in.: PKO Poznań Półmaratonu, PKO Poznań Maratonu, PKO Nocnego Wrocław Półmaratonu, cyklu PKO Grand Prix Gdyni, PKO Rzeszów Biega, PKO Szczecin Półmaratonu, PKO Półmaratonu Solidarności w Lublinie, czy PKO Silesia Marathon. Byliśmy też partnerem strategicz-

nym biegów wchodzących w skład Warszawskiej Triady Biegowej „Zabiegaj o pamięć”: Bieg Konstytucji 3 Maja, Bieg Powstania Warszawskiego, Bieg Niepodległości. Aktywna popularyzacja biegów prowadzona przez Bank i rosnące z nimi zainteresowanie biegaczy sprawia, że PKO Bank Polski należy do grona najbardziej rozpoznawalnych sponsorów imprez biegowych w Polsce.



Magdalena Zimowicz,
starszy specjalista
Departament Rachunkowości i Sprawozdawczości
Członek sekcji biegowej PKO po godzinach

Mama, gazu!

Biegam od pięciu lat, a do sekcji dołączyłam zaraz po rozpoczęciu pracy w Banku, czyli 3 lata temu. Dziś nie wyobrażam sobie życia bez trenowania. Biegam 4 razy w tygodniu. Jest to moja pasja, którą staram się łączyć z podróżami. Buty do biegania zabieram ze sobą wszędzie. Ostatnio startowałam w półmaratonie w Lozannie i w maratonie w Rotterdamie, gdzie osiągnęłam życiówki. Biorę też udział w imprezach biegowych wspiera-

nych przez PKO Bank Polski. To, co lubię w tym sporcie, to poznawanie granic własnych możliwości i rywalizacja, ale również litry wylanego potu na treningach i determinacja w dążeniu do celu. Bieganie dodaje wiary w siebie, uczy cierpliwości i pozwala się zrelaksować. A córka krzycząca na mecie „Mama, gazu!” i urywanie kolejnych minut i sekund ze swoich życiówek to chwile, dla których naprawdę warto biegać.

Biegi dla potrzebujących

3 665
osób

wzięło udział
w PKO Biegu
Charytatywnym

26 720

tyle okrążeń
pokonali
uczestnicy Biegu

632
tys. zł

Fundacja
przekazała
na posiłki
dla najmłodszych

Sponsorowanym przez Bank imprezom biegowym towarzyszą, charytatywne akcje biegowe „biegnę dla...” na rzecz osób potrzebujących wsparcia w ratowaniu życia lub zdrowia. Ich pomysłodawcą są pracownicy Banku. Jeśli określona liczba zawodników ze specjalną kartką na koszulce „biegnę dla...” dotrze do mety, Fundacja PKO Banku Polskiego przekazuje darowiznę na wskazany cel.

Od 2013 roku Bank zorganizował ponad 160 charytatywnych akcji biegowych, a Fundacja PKO Banku Polskiego przekazała beneficjentom ponad 2,3 mln zł. Tylko w 2015 roku w charytatywnych akcjach „biegnę dla...”

wzięło udział ponad 30 tys. osób, które „wybiegały” 860 tys. zł.

W 2015 roku PKO Bank Polski po raz pierwszy zorganizował PKO Bieg Charytatywny – ogólnopolski bieg sztafetowy pod hasłem „Pomagamy z każdym krokiem”. Celem było dotowanie 12 lokalnych organizacji, działających na rzecz walki z ubóstwem i niedożywieniem dzieci i młodzieży uczącej się. Na 12 stadionach w całej Polsce, zawodnicy tworzący pięcioosobowe drużyny, przez godzinę pokonywali kolejne okrążenia, z których każde zostało przeliczone na posiłek dla dziecka.



Sebastian Chmara,
wiceprezes Polskiego Związku Lekkiej Atletyki,
były wieloboista, działacz sportowy i trener

Każde wydarzenie, które promuje jakąkolwiek formę ruchu jest bardzo potrzebne. Jestem koordynatorem projektu „Lekkoatletyka dla każdego!”, opracowuję programy szkoleń zawodników, organizuję imprezy sportowe skierowane do dzieci i młodzieży. Pracuję również dla Polskiego Związku Lekkiej Atletyki, gdzie tworzymy wiele projektów zachęcających

do aktywności fizycznej. Jednym z nich jest SportGeneracja promującą aktywność fizyczną młodych. W tym roku jej finał odbędzie się podczas 2. PKO Biegu Charytatywnego. Cieszę się, że Bank angażuje się w takie działania. Chcemy razem zachęcać do aktywności sportowej każdego, od juniora do seniora.

BiegamBoLubię

Narty, jeździectwo

Bank jest partnerem strategicznym ogólnopolskiego projektu „BiegamBoLubię”, zachęcającego do aktywnego spędzania czasu, wspólnych (bezpłatnych) treningów pod okiem profesjonalistów na ok. 80 stadionach w całym kraju. Akcja skierowana jest do wszystkich, bez względu na to, czy są początkującymi czy doświadczonymi sportowcami.

Od lat PKO Bank Polski jest partnerem Biegu Piastów. Międzynarodowa impreza to festiwal narciarstwa biegowego w Jakuszycach. W zabawie sportowej udział bierze 6 tys. osób i około 3 tys. kibiców.

Bank jest również sponsorem głównym prestiżowych zawodów jeździeckich Cavaliada Tour odbywających się w Poznaniu, Lublinie i Warszawie.

Razem z Fundacją PKO Banku Polskiego

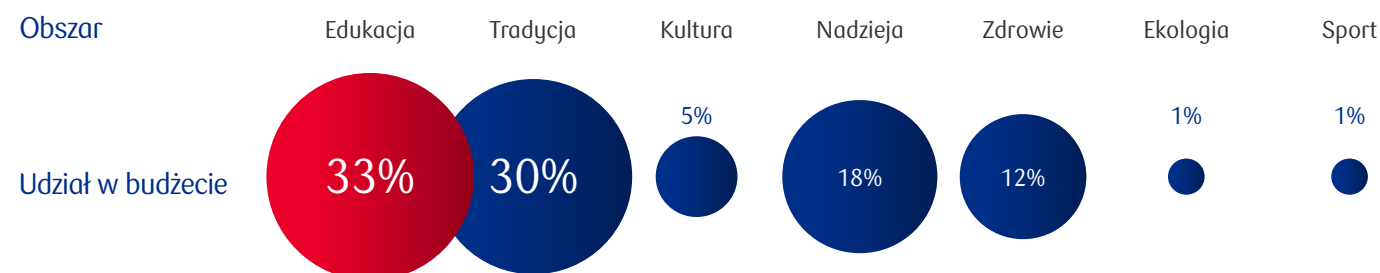
Dobroczynność to podstawowy instrument budowania solidarności społecznej. W imieniu PKO Banku Polskiego i Grupy Kapitałowej, od 6 lat w tej dziedzinie specjalizuje się Fundacja PKO Banku Polskiego. Jej celem, wpisującym się w Strategię 2013-2015 jest pogłębianie relacji ze społeczeństwem, poprzez zaangażowanie i współfinansowanie projektów mających wzmocnić więzi interesariuszy (klientów, akcjonariuszy, przedstawicieli administracji państwowej i samorządowej oraz pracowników) z marką fundatora. Kierując się mottem „Dobro procentuje” buduje partnerstwa strategiczne z organizacjami społecznymi. Aktywnie uczestniczy w rozwijaniu realizowanych przez partnerów projektów – angażuje w nie środki finansowe, ale także kompetencje, doświadczenie i wiedzę pracowników Banku, których poprzez instytucję wolontariatu dopinguje do współdziałania.

Działania Fundacji na rzecz dobra publicznego obejmują: oświatę, wychowanie, pomoc społeczną, ochronę i promocję zdrowia, kulturę i sztukę, ochronę środowiska, wspomaganie rozwoju wspólnot i społeczności lokalnych. Fundacja wspiera merytorycznie i finansowo istotne dla rozwoju Polski i społeczeństwa obywatelskiego projekty wielu środowisk i społeczności.

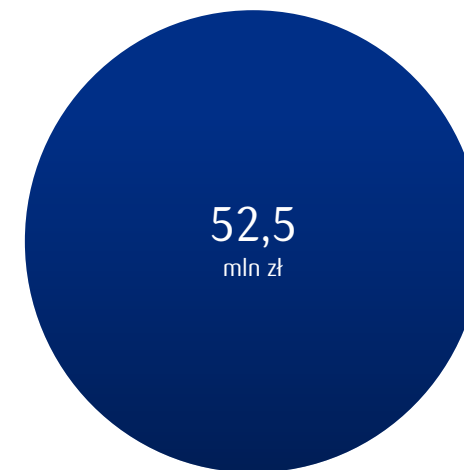
Dotowane inicjatywy wpisują się 1 z 7 obszarów programowych Fundacji:

- **Edukacja:** wsparcie nauki, oświaty oraz alternatywnych form edukacji (współpraca: Stowarzyszenie Siemacha, Klub Jagielloński - Akademia Nowoczesnego Patriotyzmu, Centrum Rozwiązań Strategicznych im. Jana Łukasiewicza).
- **Tradycja:** kultywowanie tradycji, ochrona dziedzictwa historycznego oraz wychowania w duchu patriotyzmu (współpraca: Fundacja Wspólnota Pokoleń - „Dialog Międzypokoleniowy”, Muzeum Powstania Warszawskiego - Nagroda im. Jana Rodowicza „Anody”, Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku).
- **Nadzieja:** pomoc społeczna skierowana do osób zagrożonych wykluczeniem, w szczególności poszkodowanych i niepełnosprawnych (współpraca: Stowarzyszenie SPiNKa).
- **Zdrowie:** ochrona zdrowia i życia oraz profilaktyka zdrowotna (inicjatywa własna: Bankowa Akcja Honorowego Krwiodawstwa).
- **Kultura:** ochrona dziedzictwa narodowego w dziedzinie kultury i sztuki oraz wspieranie twórczości artystycznej młodych polskich artystów (zakup i przekazanie do zasobów Polskiego Radia kolekcji nagrań i zapisów nutowych Jana Webera).
- **Ekologia:** podejmowanie inicjatyw społecznych nastawionych na upowszechnianie wiedzy w zakresie ochrony środowiska naturalnego, zwłaszcza akwenów wodnych (współpraca: Klub Gaja).
- **Sport:** zachęcanie do aktywności fizycznej, w szczególności dzieci i młodzieży, jak również osób niepełnosprawnych (inicjatywa własna: akcja charytatywna „biegnę dla...”).

Zaangażowanie Fundacji w realizację projektów w poszczególnych obszarach



Dobro procentuje



taką kwotę przeznaczyła Fundacja PKO Banku Polskiego na działania społeczne od 2011 roku

Wolontariat pracowniczy



jest zarejestrowanych w systemie wolontariatu pracowniczego

Fundacja PKO Banku Polskiego nie tylko angażuje się w pomoc, ale także propaguje ideę pomagania. W 2013 roku Bank wspólnie z Fundacją stworzył kartę dobroczynną Inteligo „Dobro procentuje”, dzięki której klienci mogą włączyć w działania charytatywne. Karta umożliwia pomaganie innym bez ponoszenia kosztów. Posiadacz karty sam wybiera cel, na który zostanie przeznaczona część dochodu Banku z transakcji bezgotówkowych dokonywanych przy użyciu karty. Fundacja realizuje również własne projekty, w tym coroczne Integracyjne Spotkania Mikołajkowe, w których biorą udział podopieczni placówek opiekuńczo-wychowawczych oraz dzieci naszych pracowników (w 2015 roku w spotkaniach uczestniczyło prawie 5 tys. dzieci z całej Polski), Bankową Akcję Honorowego Krwiodawstwa, której celem jest wychowanie kolejnych pokoleń honorowych dawców krwi (tylko w 2015 roku do akcji włączyło się ponad 2,1 tys. osób, dzięki którym udało się przekazać potrzebującym ponad 960 litrów krwi), a także charytatywną akcję biegową „biegnę dla...” oraz PKO Bieg Charytatywny.

Od 2011 roku łączna kwota przekazanych przez Fundację darowizn wyniosła ponad 52 mln zł. Tylko w 2015 roku łączna kwota darowizn wynosiła ponad 13 mln zł, w tym 10 mln zł na projekty strategiczne i 3 zł mln na projekty lokalne.

1,7
mln zł



taką kwotę Fundacja przekazała na cele charytatywne dzięki płatnościom kartą „Dobro procentuje” od 2011 roku

Doświadczony, zgrany zespół pracowników, których łączą wspólne wartości, to szansa na zbudowanie silnej kultury wolontariatu. PKO Bank Polski zachęca pracowników do zaangażowania na rzecz lokalnych społeczności, pokazując, że wolontariat

jest motorem trwałej zmiany społecznej. Każdy, to bezinteresownie podejmuje nowe wyzwania poprawia umiejętności komunikacji i współpracy w grupie, a także zyskuje wiedzę na temat pracy projektowej.



Joanna Romańska
starszy specjalista
Regionalny Oddział Detaliczny w Gdyni

Bezinteresowna pomoc

My wolontariusze mamy świadomość, że nawet mały gest może przerodzić się w ogromną pomoc, jeśli w sprawę zaangażuje się więcej osób. Nie wszystkie projekty, w których brałam udział, wymagały nadzwyczajnych działań, czy finansów. Pomagać możemy w różny sposób, czasami wystarczy nasza obecność, np. w roli opiekuna na pikniku dla dzieci. Po prostu wolontariat pracowniczy jest

dla każdego, wystarczy się zarejestrować, a potem poszukać projektu, np. w swojej okolicy lub zgłosić własny pomysł. Wolontariuszem może zostać każdy i działać w swojej okolicy czy miejscowości. Jeśli się rozejrzymy, zauważymy, kto wymaga pomocy, uwagi czy wsparcia. Większość projektów realizowanych w ramach wolontariatu pracowniczego to właśnie lokalne inicjatywy.

Środowisko naturalne

Choć bezpośredni wpływ PKO Banku Polskiego na zanieczyszczenie środowiska naturalnego jest stosunkowo niewielki, od lat podejmowane są inicjatywy służące ochronie ekosystemu. Bank realizuje m.in.:

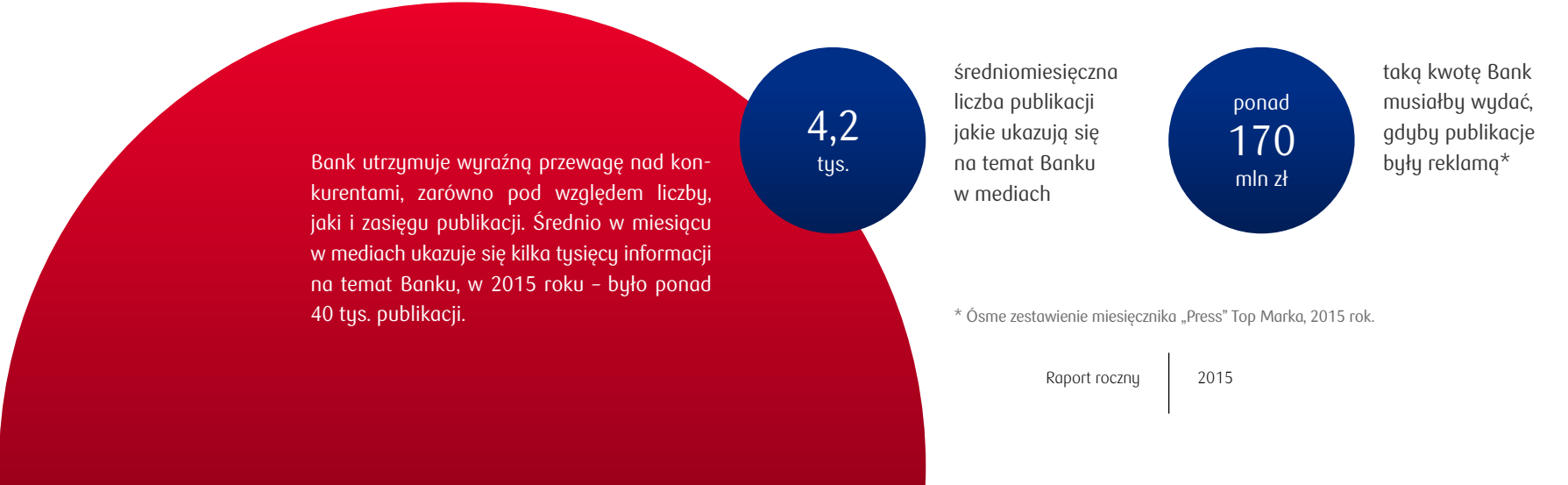


Komunikacja z otoczeniem

Istotne znaczenie dla budowania zaufania do Banku ma spójna i wielokanałowa komunikacja. Zawiera się ona w trzech podstawowych hasłach:



Bank prowadzi dialog z otoczeniem poprzez internetowe fora dyskusyjne, serwisy społecznościowe, stronę internetową, Centrum Prasowe oraz Centrum Analiz. Prowadzimy kilka profili związanych z działaniami Banku. Na Facebooku są to fanpage'e PKO Banku Polskiego i Inteligo, Bankowej Akcji Honorowego Krwiodawstwa oraz projektu PKO Bank Polski Biegajmy Razem. Nasza marka jest obecna również na Instagramie i Twitterze. Bank ma także kilka kanałów na YouTube, jak również oficjalny profil eksperta na Wykop.pl. Źródłem informacji, porad i eksperckich treści, nie tylko na tematy finansowe, jest ogólnodostępny portal edukacyjno-poradnikowy Bankomania.pkobp.pl. Serwis był nagradzany przez branżę wydawniczą i doceniany przez odbiorców, którzy aktywnie reagują na prowadzone na portalu działania komunikacyjne – w ciągu roku liczba odwiedzających wzrosła o ponad 500 proc. Nowością wśród narzędzi komunikacyjnych Banku jest – przygotowane na wzór Wikipedii kompendium haseł ekonomicznych – Bankowiki, który w 2016 roku został uznany za dobrą praktykę przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu (raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre Praktyki 2015”). Co kwartał, do klientów, trafia magazyn „Bankomania” oraz poradnik ekonomiczny dla najmłodszych „Brawo Bank”. Są one dostępne także w wersji mobilnej – na tablety i smartfony. W komunikacji wewnętrznej, narzędziem pierwszego wyboru jest „Intra”, czyli nowoczesna platforma komunikacji i wsparcia procesów biznesowych, która ma wszystkie zalety globalnej sieci. Tutaj, w jednym miejscu znajdują się narzędzia niezbędne do planowania, zlecania i monitorowania działań, np. baza wiedzy o produktach, baza przepisów wewnętrznych, a także informacje dotyczące biznesu, spraw kadrowych czy socjalnych. To połączenie wsparcia biznesowego z integracją pracowników. Ważnym źródłem wiedzy dla pracowników jest także magazyn „Nasz Bank”, którego komplementarnym elementem jest portal e-Nasz Bank. Wewnętrzną komunikację wspierają także newslettery: „Bądź na bieżąco”, „Informacja ważna dla Ciebie”, czy przygotowywany specjalnie dla doradców.



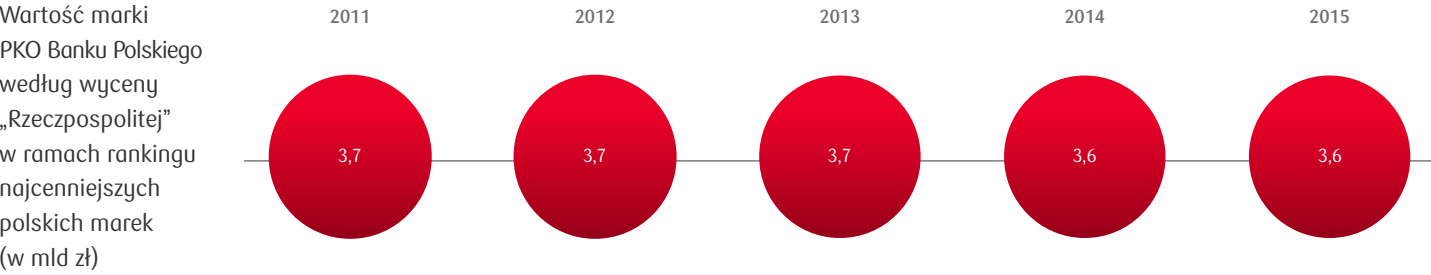
* Ósme zestawienie miesięcznika „Press” Top Marka, 2015 rok.

Reputacja

Marka PKO jest najlepiej znana na krajowym rynku usług finansowych. PKO Bank Polski jako instytucja z blisko stuletnią tradycją, lider sektora bankowego w kraju i nowoczesna organizacja korzystająca z najnowocześniejszych technologii, nieustannie ewoluuje. Zmiana jest niemal wpisana w rozwój oferty i marki, na której wartość w ogromnym stopniu wpływa wizerunek. Bank postrzegany jest

jako stabilna, solidna i wiarygodna instytucja, a znajomość marki PKO Banku Polskiego od lat utrzymuje się na wysokim poziomie, dystansując konkurentów. Według raportu Millward Brown z października 2015 roku, spontanicznie wymienia ją 60 proc. badanych, a jej wspomagana znajomość wynosi aż 93 proc. Co więcej, marka PKO Banku Polskiego zyskała miano „dobra

narodowego”, godnie reprezentującego nasz kraj na arenie międzynarodowej i znalazła się w zestawieniu Brief „25/25 lat: Marki dla Polski”. Od pierwszego zestawienia Najcenniejszych Polskich Marek według wyceny „Rzeczpospolitej” w 2006 roku wartość marki PKO Banku Polskiego potroiła się i wzrosła o 2,4 mld zł.



Markę PKO Banku Polskiego tworzy zespół ludzi! Ich wiedza, profesjonalizm, doświadczenia i pomysłowość bezpośrednio przekładają się na efekty rynkowe. To nasi pracownicy tworzą nowoczesne produkty i innowacyjną ofertę, pracują nad nowatorskimi rozwiązaniami, standardyzowaną obsługą i komunikują się z otoczeniem... po prostu budują przyjazną klientom organizację, Bank godny najwyższego zaufania.



Dominik Kaznowski
wykładowca akademicki na kierunkach związanych z nowymi mediami

Omniedukacja ekonomiczna

Nowoczesna komunikacja wymaga łączenia różnych środków i narzędzi. Szczególnie w przypadku złożonych zagadnień, do jakich na pewno zalicza się edukacja ekonomiczna. Wyzwanie jest jeszcze większe jeśli chcemy zaangażować tak wymagających odbiorców jak dzieci i młodzież. Projekt internetowej

bazy wiedzy Bankowiki czy tabletowe wydania Bankomanii stanowią dobry przykład ekosystemu treści, który obejmuje klasyczne wydawnictwa, kanał internetowy i mobilny. Dzięki takiemu podejściu można wykorzystać przewagi każdego medium bez strat w jakości komunikacji.

Nagrody i wyróżnienia

W 2015 roku PKO Bank Polski otrzymał wiele nagród i wyróżnień. Docenione zostały innowacyjne usługi i produkty, doskonała jakość obsługi klienta. Kilukrotnie wyróżniano kadrę menedżerską Banku, doskonałe wyniki finansowe oraz całokształt działalności Banku – zarówno komercyjnej, jak i społecznej.

Najważniejsze nagrody w 2015 roku

NAGRODY ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ

Ważniejsze wyróżnienia	Podmiot przyznający nagrodę	Uzasadnienie
Złoty Bankier 2014	Bankier.pl	Laureat w kategoriach „Lokata” i „Kredyt dla przedsiębiorcy”. Bank zdobył statuetki „Złotego Bankiera” za Program Budowania Kapitału oraz za Pożyczkę MSP.
Najlepsze Contact Center	ARC Rynek i Opinia	Bank został bardzo wysoko oceniony za uprzejmość, profesjonalizm i zaangażowanie konsultantów oraz ich wiedzę produktową i przygotowanie merytoryczne do rozmów.
Najlepsza oferta private banking	Wprost	Kapituła konkursu „Portfel Wprost” doceniła PKO Bank Polski za bankowość dla klientów indywidualnych, wyróżniając go w kategorii private banking.
Lider bankowości mobilnej	Newsweek	Audytorzy oceniali przede wszystkim: przyjazną nawigację, użyteczność i innowacyjność aplikacji, efektywność kontaktu z Bankiem, czas dokonywania operacji oraz nowe usługi i funkcjonalności.
Najlepsza innowacja w płatnościach na świecie	Efma	Standard płatności mobilnych BLIK uznany został za najlepszą innowację w płatnościach, spośród 500 projektów 200 banków z 59 krajów z całego świata.



JPMorgan

Nagroda za najwyższą jakość przekazów komercyjnych i międzybankowych w USD zrealizowanych w 2015 roku z JPMorgan Chase Bank New York, jedną z największych amerykańskich instytucji finansowych.



SAP

Nagroda za projekt wdrożenia nowego zintegrowanego systemu kadrowo-płacowego w kategorii szybkie wdrożenie.



Gazeta Bankowa

Kapituła konkursu doceniła Bank za zaangażowanie w przełomowy projekt dla polskiego rynku finansowego – zainicjowanie i doprowadzenie do powstania spółki PSP (Polski Standard Płatności) oraz uruchomienie systemu płatności mobilnych BLIK.



Giełda Papierów Wartościowych

Nagroda specjalna Broker Roku 2014 oraz nagrody za: najwyższą wartość obrotów animatora w obrotach sesyjnych obligacjami nieskarbowymi na rynku Catalyst oraz za najwyższy udział animatora w wolumenie obrotów opcjami.



Gazeta Giełdy Parkiet

Nagroda Byki i Niedźwiedzie dla Domu Maklerskiego PKO Banku Polskiego za skuteczne umacnianie pozycji na rynku i rozwój oferty.



Executive Club

W konkursie Diamenty Polskiej Infrastruktury doceniono wzorową współpracę w dziedzinie finansowania inwestycji w obszarze infrastruktury.



Rzeczpospolita

Wyróżnienie przyznawane instytucjom i firmom płacącym najwyższe podatki. PKO Bank Polski zapłacił blisko 800 mln zł. podatku dochodowego i był największym jego płatnikiem, spośród instytucji finansowych i 3. wśród firm z rankingu „Lista 500”.



Miesięcznik Finansowy BANK

Bank, kolejny rok, zwyciężył w rankingu „50 największych banków w Polsce”. Wygrał również w kategorii „Banki finansujące nieruchomości” i „Consumer finance”.



Warsaw Business Journal

Według rankingu „Book of Lists 2014” Bank jest najlepszym krajowym bankiem, zwycięzcą w kategorii „Banki w Polsce”.



Dziennik Gazeta Prawna

Bank został wyróżniony dwiema nagrodami – za strukturę biznesu, wyróżniając się pod względem wartości udzielonych kredytów i złożonych depozytów i tempo rozwoju.



Polish Market we współpracy z SGH

Bank doceniony został za konsekwentną realizację polityki i strategii przedsiębiorstwa oraz uznany za lidera wśród najbardziej dynamicznych i najbardziej efektywnych przedsiębiorstw w Polsce.



Employer Branding Institute

Kapituła doceniła fuzję PKO Banku Polskiego z Nordea Bank Polska. Szczególnie inicjatywy, jakie zostały zrealizowane na rzecz integracji pracowników, budowy wspólnej kultury organizacyjnej oraz stworzenia spójnych warunków pracy w jednej organizacji.

Najbardziej
pożądany
pracodawca
w opinii studentów

AIESEC

Kolejny raz Bank znalazł się w gronie najbardziej pożądanych pracodawców w rankingu „Pracodawca Roku 2014”. Zajął pierwsze miejsce w grupie firm sektora bankowego oraz czwarte ogółem.

PKO Bank Polski
wśród najbardziej
pożądanych
pracodawców

Antal International

W badaniu oceniano styl zarządzania i kulturę organizacyjną w firmie, innowacyjność, stabilność zatrudnienia, możliwość szkolenia i awansu, wysokość wynagrodzenia, lokalizację, work-life balance, a także benefity, takie jak opieka medyczna czy ubezpieczenie na życie.

Najlepszy
pracodawca
w Polsce

Universum Student Survey

W prestiżowym rankingu pracodawców Bank znalazł się wśród najlepszych pracodawców w Polsce w kategorii biznes. Podczas badania pracodawców oceniało ponad 23 tys. studentów oraz blisko 9 tys. profesjonalistów.

The Best of the Best

Instytut Rachunkowości i Podatków

Kapituła konkursu doceniła Raport Roczny za jego wartość użytkową dla inwestorów GPW, zastosowanie standardów MSSF/MSR oraz publikację w Internecie (w wersji html) podkreślając najwyższą jakość we wszystkich ocenianych obszarach. Uznanie zyskała kompletność, spójność oraz jasna i logiczna prezentacja danych (m.in.: strategii i prognoz z uwzględnieniem ryzyka i stosowania zasad ładu korporacyjnego).

NAGRODY ZWIĄZANE Z MARKĄ

QLTOWA MARKA

Rzeczpospolita, Forum Biznesu.pl

Tytuł jest przyznawany markom z długoletnią tradycją, ugruntowaną pozycją rynkową, powszechnie rozpoznawalnym i wyróżniającym się wysoką jakością produktów lub usług.

Najcenniejsza
polska marka

Wprost

PKO Bank Polski uznano za najcenniejszą markę w kraju. Rynkowa wartość firmy została wyceniona na 46,6 mld złotych. Samo logo Banku, biorąc pod uwagę średnie wyceny marek dla instytucji finansowych warte jest nawet 5 mld złotych.

Polski Konkurs
Reklamy

Klub Twórców Reklamy KTR

Spot „W jednym palcu” promujący aplikację mobilną IKO otrzymał złoto za scenografię oraz srebro w kategorii Media/Wideo. Scenografię reklamy kredytu hipotecznego zatytułowanej „W nosie” nagrodzono brązowym laurem. Oba są elementami trwającej od ponad roku platformy komunikacji marketingowej Banku „Organizm, czyli bank z życia wzięty”.

Lamparty

Agencja badawcza TNS

Bank został doceniony za zmianę wizerunku. Zyskał uznanie m.in. za wyróżniające się kampanie reklamowe, pomysłówą platformę komunikacyjną, odmłodzenie wizerunku i atrakcyjny przekaz marketingowy.

Szpalty Roku

Stowarzyszenie Prasy Branżowej
Content Marketing Polska.

Portal Bankomania został podwójnym finalistą kategorii „Digital”. Ponadto otrzymał wyróżnienie za cykl wideo w podkategorii „Digital: Publikacje cykliczne. Cykl video”.

TOP Marka

Press

Bank jest najczęściej i najlepiej opisywaną w mediach instytucją sektora bankowego. Tak wynika z 8 rankingu Top Marka.



Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

W kategorii Business-To-Business wyróżniono kampanię promującą bankowość korporacyjną „Razem widzimy więcej”, zrealizowaną we współpracy z klientami Banku – przedstawicielami renomowanych polskich firm z różnych branż i gałęzi gospodarki. W sekcji Bankowości – brąz otrzymał spot reklamowy przejrzystej karty kredytowej PKO Visa „Kamień z serca”.



Rzeczpospolita

Bank zwyciężył w kategorii „Finanse” i zajął 3 miejsce w klasyfikacji ogólnej rankingu polskich marek. Wartość marki PKO Bank Polski wyceniono na 3,6 mld zł. Od pierwszego zestawienia w 2006 roku, jej wartość trzykrotnie wzrosła – o 2,4 mld zł.

NAGRODY SPOŁECZNE



Forum Darczyńców

Bank zajął drugie miejsce w kategorii firm, które w ciągu roku przekazały najwięcej środków na cele społeczne.



CFA Society Poland, Gazeta Giełdy „Parkiet”

Bank został wyróżniony za nowoczesną formę edukacji finansowej i dedykowane jej produkty, np. PKO Junior oraz Szkolne Kasy Oszczędności. Doceniono także wspierające tę edukację działania komunikacyjne, prowadzone poprzez m.in. SzkolneBlogi.pl, „Brawo Bank” oraz zakładkę Bankodzieci na portalu Bankomania.



Agape

Portal edukacji finansowej Bankomania nagrodzono w kategorii Elektroniczny Biuletyn Zewnętrzny. Kapituła konkursu doceniła szeroki dobór tematów, profesjonalnie opracowane teksty oraz atrakcyjność wizualną, dzięki którym zyskuje on coraz więcej czytelników.



Fundacja im. Lesława A. Pagi

Nagroda za wspieranie działań Akademii, przyczyniających się do rozwoju społeczności młodych profesjonalistów rynku kapitałowego.



Filharmonia Narodowa w Warszawie

Nagroda specjalna za wspieranie działalności artystycznej.



Ministerstwo Edukacji Narodowej

Szkolne Kasy Oszczędności zostały uznane za „Inicjatywę Edukacyjną Roku”.

NAGRODY DLA KIEROWNICTWA BANKU

eDukat dla Zbigniewa Jagiełły	Fundacja Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego	Zbigniew Jagiełło, Prezes Zarządu PKO Banku Polskiego został nagrodzony za największe osiągnięcie rynkowe 2014 roku, wizję rozwoju płatności bezgotówkowych w Polsce oraz skuteczne zbudowanie koalicji ponad podziałami konkurencyjnymi na rzecz standardu płatności mobilnych.
Pro-marketingowy prezes	Mediarun.com	W 5 edycji konkursu „Dyrektor Marketingu Roku” kapituła uznała Zbigniewa Jagiełłę za najbardziej pro-marketingowego prezesa. Został doceniony za wzmacnianie pozycji marketingu w Banku.
Bankowy Menedżer Roku	Gazeta Bankowa	Bank okazał się najlepszy wśród dużych banków komercyjnych, a prezes Zbigniew Jagiełło wśród menedżerów. Kapituła konkursu brała pod uwagę wyniki finansowe uwzględniając trzy podstawowe kryteria: dynamika, efektywność i struktura portfela.
Ambasador Gospodarki Elektronicznej	Związek Banków Polskich	Adam Marciniak, Dyrektor Pionu Rozwoju i Utrzymania Aplikacji został wybrany Ambasadorem Gospodarki Elektronicznej. Został doceniony za rozwój obszaru IT Banku.
Outstanding CEO Philanthropist	Executive Club	Kapituła konkursu Responsible Business Awards doceniła Zbigniewa Jagiełłę za udzielanie wsparcia instytucjom i projektom, które zmieniają na lepsze wiele dziedzin życia społecznego.
Diament CIO	International Data Group Poland	Kapituła wyróżniła Diamentem CIO Adama Marciniaka, Dyrektora Pionu Rozwoju i Utrzymania Aplikacji w konkursie „CIO Roku” 2015. Doceniono go za doświadczenie, stworzenie zaangażowanego zespołu oraz za wizję i umiejętność przekonania do niej innych.

Nagroda „Forum Nowoczesnego Samorządu 2015”	Związek Banków Polskich	Piotr Galas, Dyrektor Departamentu Klienta Korporacyjnego i Sektora Publicznego znalazł się w gronie osób wyróżnionych, przez Związek Banków Polskich, które najbardziej przyczyniły się do rozwoju usług finansowych skierowanych do Jednostek Samorządu Terytorialnego w ciągu ostatnich 25 lat.
Najlepszy menedżer	Bloomberg Businessweek Polska	Zbigniew Jagiełło, Prezes Zarządu PKO Banku Polskiego – po raz trzeci – został uznany za najlepszego menedżera przez redakcję Bloomberg Businessweek Polska. Wyróżniono najefektywniejszych szefów firm, których nagrodzono za sukcesy, wytrwałość, nowoczesność oraz skuteczność w konkurowaniu nie tylko na polskim, ale i na zagranicznych rynkach.

Jak wiele może zdziałać firma, gdy jej pracownicy mają wspólny cel i potrafią skutecznie współdziałać, pokazuje nasz raport społeczny. Opracowanie takiego raportu wymaga szczególnej otwartości na współpracę i ogromnego zaangażowania wielu osób.

Dziękujemy wszystkim, którzy włączyli się w pracę nad Raportem społecznym PKO Banku Polskiego. W szczególności:

Ewie Ambroziak, Robertowi Baranowskiemu, Adamowi Bugajczukowi, Agnieszce Chmielewskiej, Barbarze Czeczot, Marcinowi Dąbrowskiemu, Radosławowi Defutowi, Radosławowi Dzierzędzkiemu, Jackowi Donochowi, Marcinowi Fideckiemu, Monice Gondek, Jackowi Januszkiewiczowi, Bartłomiejowi Jedlińskiemu, Grzegorzowi Jurkiewiczowi, Ewie Kaczyńskiej, Stefanowi Kasińskiemu, Tomaszowi Kasińskiemu, Annie Kęsce, Agnieszce Kielichowskiej, Marcie Konopce, Magdalenie Kopcińskiej, Agnieszce Kotrys, Agacie Kowalczuk, Michałowi Kuczmierowskiemu, Agnieszce Kurdziałek, Adamowi Legutowskiemu, Ewie Maciejewskiej, Bożenie Mardylło, Bolesławowi Mazowieckiemu, Magdalenie Miąsek, Marcinowi Nowińskiemu, Ewie Ossowskiej-Wach, Mariuszowi Partyce, Renacie Sakowskiej, Agnieszce Skalskiej, Augustynie Składowskiej, Edycie Skorupskiej, Lidii Sosnowskiej-Smogorzewskiej, Beacie Sulewskiej, Małgorzacie Szarek, Łukaszowi Świerżewskiemu, Izabeli Świderek-Kowalczyk, Agnieszce Twardowskiej, Ewelinie Wiechetek, Katarzynie Zyśce.