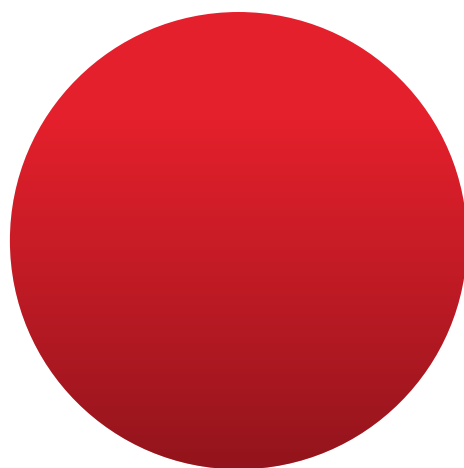


RAPORT SPOŁECZNY
PKO Banku Polskiego

2016



Bank Polski



RAPORT SPOŁECZNY
PKO Banku Polskiego
2016



Bank Polski

A large red circle with a radial gradient, transitioning from a bright red at the top to a darker red at the bottom. It is centered on a white background.

„Wspieramy rozwój
Polski i Polaków”

Spis treści

2

List Przewodniczącego Rady Nadzorczej PKO Banku Polskiego

4

List Prezesa Zarządu PKO Banku Polskiego

6

Lider Bankowości w Polsce

8

ROZDZIAŁ 1 - Kim jesteśmy?

40

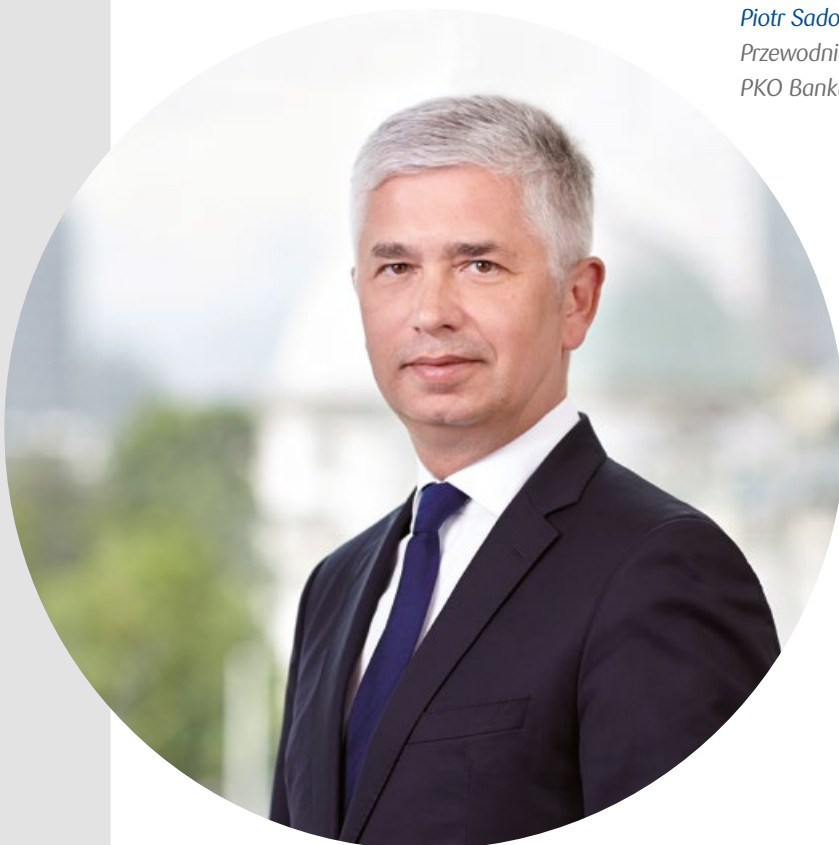
ROZDZIAŁ 2 - Działalność biznesowa

62

ROZDZIAŁ 3 - Miejsce pracy

78

ROZDZIAŁ 4 - Zrównoważony rozwój



Piotr Sadownik

Przewodniczący Rady Nadzorczej
PKO Banku Polskiego

List Przewodniczącego Rady Nadzorczej

Szanowni Państwo,

ubiegły rok był dla Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego czasem opracowywania i wdrażania nowej cyfrowej strategii oraz uruchomienia wielu ambitnych projektów, których cele i oczekiwane efekty w wielu przypadkach wybiegają poza horyzont jednego roku sprawozdawczego. Dzięki wspólnemu zaangażowaniu Grupa wypracowała solidny wynik finansowy, konsekwentnie umacniając pozycję niekwestionowanego lidera polskiego sektora bankowego.

Grupa PKO Banku Polskiego z rekordowym poziomem 285,6 mld zł aktywów obsługiwała na koniec 2016 roku ponad 9,2 mln klientów

zarówno poprzez sieć ponad dwóch tysięcy placówek, w tym tysiąc dwieście własnych oddziałów, jak i w coraz bardziej popularnych kanałach elektronicznych. Z tych ostatnich korzysta już ponad 2 mln klientów, co czyni bank krajowym liderem bankowości mobilnej. Dystans jaki dzieli PKO od drugiego pod względem sumy bilansowej banku w Polsce, wzrósł do ponad 90 mld zł, zwiększając oczekiwania na jeszcze bardziej efektywne wykorzystanie tego potencjału w przyszłości. Zysk netto wypracowany przez Grupę Kapitałową PKO Banku Polskiego w 2016 roku wyniósł 2,87 mld zł, co stanowi ponad 20 proc. zysków całego krajowego sektora bankowego.

Cechą charakterystyczną bilansu Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego jest silna baza depozytowa oraz bezpieczny poziom kapitałów własnych. Kolejny rok z rzędu były one solidnym fundamentem do zwiększania wyniku na działalności biznesowej poprzez stabilny rozwój organiczny oraz przejęcia, stanowiące kolejny etap rozwoju banku. Wskaźnik kredytów do depozytów na koniec 2016 roku wyniósł 97,8 proc., a wskaźnik kredytów do stabilnych źródeł finansowania – 83,7 proc., co świadczy o bardzo dobrej kondycji płynnościowej banku.

Lista biznesowych osiągnięć Grupy PKO była w ubiegłym roku imponująca. Warto wymienić, że zachowała ona wysoki udział w rynku kredytów i depozytów na poziomie odpowiednio 17,8 proc. i 17,3 proc. oraz umocniła pozycję w rynku usług leasingowych poprzez nabycie Raiffeisen-Leasing Polska od austriackiej grupy RBI. Zajmowała także pierwszą pozycję na rynku sprzedaży kredytów mieszkaniowych dla osób prywatnych posiadając 31,9 proc. udziału. Była również największym kredytodawcą

dla małych i średnich przedsiębiorstw udzielając finansowania z gwarancjami de minimis sięgającego 22,1 proc. udziału w tym rynku. Dzięki akumulacji zysku wypracowanego w 2015 roku, wzmocniona została pozycja kapitałowa Grupy PKO Banku Polskiego, co przełożyło się na wzrost łącznego współczynnika kapitałowego do poziomu 15,8 proc., czyli o 1,2 p.p. więcej niż na koniec 2015 roku.

W 2016 roku PKO Bank Polski przyjął Strategię na lata 2016-2020 „Wspieramy rozwój Polski i Polaków”. W hasło strategii zawarta jest esencja tego, co najlepsze w blisko stuletniej historii tej instytucji. PKO Bank Polski doskonale zna potrzeby Polaków i polskich firm. To dla nich konsekwentnie zmienia się, inwestuje w rozwój i odpowiedzialnie wdraża nowoczesne technologie, aby umożliwić klientom wygodne zarządzanie finansami w każdym miejscu i czasie. Taka jest właśnie misja PKO Banku Polskiego. Nadając jej kształt konkretnych celów strategicznych bank mierzy się z wyzwaniem stojącym przed całym sektorem finansowym oraz polską gospodarką, bo jest jej integralną częścią. Projekty zrealizowane w ostatnich latach pokazują, że angażując się w nowe inicjatywy, Grupa potrafi istotnie poszerzyć skalę współpracy z otoczeniem zewnętrznym, z korzyścią dla swej podstawowej działalności. PKO Bank Polski jest pionierem w udostępnianiu klientom bezpiecznego i prostego dostępu do usług administracji publicznej w serwisie bankowości elektronicznej. iPKO umożliwia szybkie, proste i bezpieczne składanie wniosków o świadczenie wychowawcze 500+, dostęp do Platformy Usług Elektronicznych ZUS, uproszczone rozliczanie z fiskusem, tworzenie profilu zaufanego, a w przyszłości także dostęp do wielu innych usług e-administracji. Tempo i skala w jakiej przybywa klientów korzystających z tych udogodnień dowodzą, że bank obrał właściwy kierunek rozwoju.

Dynamikę zmian w biznesie bankowym w coraz większym stopniu kształtuje jednak wymagające otoczenie regulacyjne i niskie stopy procentowe. Z tego powodu wyzwaniem

staje się osiągnięcie wysokiej efektywności i atrakcyjnego zwrotu na kapitale, a to warunek dalszego dynamicznego rozwoju. Bank stanął przed potrzebą transformacji modelu biznesowego, której kierunek wyznacza cyfryzacja życia społecznego. Lepiej dopasowane produkty, wygodniejsze narzędzia transakcyjne, czy poprawa jakości procesów wewnętrznych to tylko niektóre z możliwości jakie oferuje digitalizacja. Z drugiej strony cyfrowa rzeczywistość przynosi coraz to nowe zagrożenia dla sektora bankowego. Przede wszystkim w zakresie cyberbezpieczeństwa, zarówno powierzonych bankowi oszczędności, jak i różnego typu danych. Z tym również trzeba się zmierzyć. Nowe, niezawodne technologie i cyberbezpieczeństwo to warunki konieczne by wdrożyć przełomowe w skali kraju rozwiązania.

Nadrzędnym celem naszej organizacji pozostaje satysfakcja klienta i jego pozytywne doświadczenia w kontakcie z bankiem. W horyzoncie obecnej strategii służyć temu będą m.in. działania zmierzające do zmniejszenia liczby dokumentów papierowych, rozbudowy bazy wiedzy o klientach i ułatwienie dostępu do tych zasobów, a także jednolity standard obsługi we wszystkich kanałach kontaktu. Bank będzie też wykorzystywał potencjał współpracy z zewnętrznymi partnerami do zwiększenia wartości dodanej usług bankowych. Równolegle powinien doskonalić się wewnętrznie. Potrzebne są zmiany w zarządzaniu, by środowisko pracy było motywujące i elastyczne, procesy wysoce zautomatyzowane i efektywne, a narzędzia z których korzystają pracownicy ułatwiały współpracę wewnątrz organizacji. Obecna strategia jest sumą dotychczasowych doświadczeń, rozumienia rynku, aspiracji, ale też wiedzy o mocnych i słabych stronach organizacji. To dobry punkt startowy do osiągnięcia wyznaczonych celów z pożytkiem dla akcjonariuszy, klientów i wszystkich pracowników Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego, a także lokalnych społeczności oraz całej rodzimej gospodarki.



Zbigniew Jagiełło

Prezes Zarządu

PKO Banku Polskiego

List Prezesa Zarządu

Szanowni Państwo,

z przyjemnością prezentuję sprawozdanie finansowe PKO Banku Polskiego za 2016 rok, które dowodzi, że po raz kolejny umocniliśmy się na pozycji niekwestionowanego lidera polskiej bankowości, wypracowując solidne zyski, a jednocześnie dbając o budowanie bezpiecznych fundamentów pod przyszły rozwój. Skala działania Grupy Kapitałowej Banku, wyrażona sumą aktywów, wzrosła w 2016 roku o 7 proc. do poziomu 285,6 mld zł z czego ponad 200 mld to kredyty udzielone klientom. Jednocześnie wzrosła jakość portfela kredytowego mierzona wskaźnikiem kredytów z rozpoznaną utratą wartości, który spadł do 5,9 proc. z 6,6 proc. przed rokiem.

Zwiększyliśmy także liczbę klientów do 9,2 mln, czyli o ponad 200 tys., utrzymując pozycję lidera zarówno w rynku kredytów, jak i depozytów, z udziałami na poziomie odpowiednio 17,8 i 17,3 proc.

W warunkach historycznie niskich stóp procentowych, przy wysokiej dyscyplinie kosztowej skonsolidowany zysk netto wzrósł do 2,87 mld zł, a Grupa Kapitałowa Banku zachowała bezpieczną i efektywną strukturę bilansu. Wskaźnik kredytów do stabilnych źródeł finansowania wyniósł 83,7 proc., a łączny współczynnik kapitałowy 15,81 proc., co daje solidne podstawy do dalszego rozwoju akcji kredytowej. Poprawie uległy również wskaźniki efektywności mierzonej zwrotem na kapitale oraz na aktywach.

W 2016 roku wypracowaliśmy nową strategię Banku określającą cele rozwojowe do 2020 roku. Jej hasło „Wspieramy rozwój Polski i Polaków” materializuje się każdego dnia zarówno w bieżącej obsłudze naszych klientów, jak i w licznych długofalowych projektach, które wpisują się w strategię rozwoju gospodarczego kraju. Podstawowy kierunek zmiany naszego modelu biznesowego wyznacza cyfryzacja życia społecznego i jej konsekwencje dla naszych klientów oraz dla całej polskiej gospodarki.

Inwestycje w innowacyjne rozwiązania i kreowanie nowych standardów w skali rynku, współpraca z instytucjami publicznymi w ramach rozwiązań ePaństwa oraz przeciwdziałanie cyberzagrożeniom należą do kluczowych kierunków naszej strategii biznesowej. Koncentrując się na potrzebach i oczekiwaniach klientów w 2016 roku kontynuowaliśmy intensywny rozwój produktów i kanałów elektronicznych, w tym naszej flagowej aplikacji IKO. Zyskując kolejne funkcjonalności i ułatwienia w korzystaniu z usług Banku przeszła ona z fazy

aplikacji płatniczej do etapu rozwoju, który możemy określić mianem „bank w telefonie”. Jej liczne zalety i dalszy potencjał rozwoju potwierdza fakt, że już ponad milion osób aktywowowało iKO na swoich urządzeniach mobilnych.

Jako najbardziej cyfrowy bank na rynku angażujemy się także w projekty istotnie zwiększające skalę digitalizacji usług publicznych. PKO Bank Polski udostępnił swoim klientom możliwość składania w kanale bankowości elektronicznej iPKO wniosków o świadczenie wychowawcze z programu 500+. Z tej opcji już w pierwszych miesiącach jego funkcjonowania skorzystało ponad 300 tys. polskich rodzin, czyli co trzecia składająca ten wniosek przez Internet. We współpracy z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych udostępniliśmy w tym samym kanale dostęp do PUE ZUS oraz możliwość prostego, szybkiego i bezpiecznego zakładania Profilu Zaufanego. Dzięki niemu, nasi klienci logując się do iPKO mają dostęp nie tylko do oferty Banku, ale także do coraz szerszej oferty usług administracji publicznej w każdym miejscu i o każdej porze, gdy tego potrzebują.

Doceniając potencjał innowacyjnych rozwiązań tworzonych przez polskich naukowców i młodych przedsiębiorców Bank intensywnie współpracuje i wspiera środowisko polskich startupów. W ubiegłym roku zaangażowaliśmy się m.in. w Startup Weekend Warsaw i Program Akceleracyjny MIT Enterprise Forum Poland. Kolejnym etapem rozwoju współpracy z tym środowiskiem jest zakup na początku 2017 roku cyfrowej spółki ZenCard, oferującej platformę do tworzenia programów lojalnościowych dla sieci handlowych, sklepów i punktów usługowych. Tym samym staliśmy się pierwszym polskim Bankiem, który zainwestował bezpośrednio w rozwiązanie fintechowe.

Dbając o stabilny rozwój organiczny poszczególnych spółek grupy, wzmacniamy ich rynkową pozycję także poprzez przejęcia i fuzje.

W grudniu PKO Leasing z sukcesem sfinalizował zakup od austriackiego właściciela spółki Raiffeisen Leasing Polska, stając się głównym leasingodawcą w kraju z udziałem w rynku przekraczającym 13 proc. Modele biznesowe spółek, których fuzja prawna planowana jest na drugi kwartał 2017 roku, wzajemnie się uzupełniają. Dzięki tej transakcji będziemy mieli jeszcze bardziej kompleksową ofertę dla segmentu małych i średnich przedsiębiorstw istotnie zwiększając skalę finansowania polskich firm.

Wspieramy także ekspansję zagraniczną rodzimych przedsiębiorstw oferując bogatą gamę produktów bankowości międzynarodowej oraz przygotowując uruchomienie kolejnych po Frankfurcie nad Menem oddziałów korporacyjnych za granicą. W 2016 roku finalizowaliśmy formalnoprawną ścieżkę do otwarcia placówki w czeskiej Pradze, której operacyjne uruchomienie planowane jest na początek drugiego kwartału 2017 roku.

Oferta oraz liczne inicjatywy podejmowane przez bank doceniane są zarówno przez pozostałych uczestników rynku finansowego, jaki przez klientów. Potwierdzeniem są liczne nagrody, dotyczące m.in. innowacyjnych produktów i usług, doskonałej jakości obsługi klienta oraz wyników finansowych. Wyrazem zaufania do PKO Banku Polskiego jest również stały wzrost wartość marki, która wyceniana na 3,6 mld zł jest najcenniejszą marką w polskim sektorze finansowym.

Dziękuję Klientom – za okazane nam zaufanie, Akcjonariuszom – za wsparcie naszych decyzji, a Pracownikom – za ogromne zaangażowanie i profesjonalizm będące podstawowym motorem naszych sukcesów oraz gwarancją ich kontynuacji w przyszłości. Suma inicjatyw podejmowanych w ubiegłym roku oraz osiągnięte dzięki nim rezultaty po raz kolejny dowodzą, że PKO Bank Polski jest solidnym i perspektywicznym bankiem, zdolnym sprostać wyzwaniom nadchodzących lat, wspierając naszych klientów i rodzimą gospodarkę.

Lider bankowości w Polsce

285,6
mld

wartość
aktywów

1
miejsce

na rynku leasingu
po przejęciu
Raiffeisen Leasing
Polska

2
mln

klientów
korzystających
z kanałów mobilnych

29,4
tys.

pracowników
Grupy Kapitałowej
PKO Banku Polskiego

01

6



1
miejsce

w kluczowych
segmentach rynku

9,2
mln

klientów

3,2
tys.

placówek
(oddziały i agencje)

4

miejsce
w stress testach
EBA w 2016 r.

jeden z najbezpieczniejszych
banków w Europie

Zajmujemy wiodącą pozycję
wśród instytucji finansowych
w Polsce

01

7





ROZDZIAŁ 1

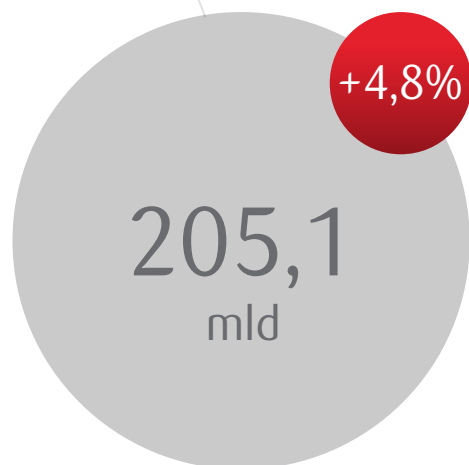
Kim jesteśmy?

PKO Bank Polski jest największym bankiem komercyjnym w Polsce oraz wiodącym Bankiem na rynku polskim pod względem skali działania, kapitałów własnych, kredytów, depozytów, liczby klientów oraz wielkości sieci dystrybucji. Grupa Kapitałowa PKO Banku Polskiego, której Bank jest podmiotem dominującym należy do największych instytucji finansowych w Polsce, a także jest jedną z największych grup finansowych Europy Środkowo-Wschodniej.

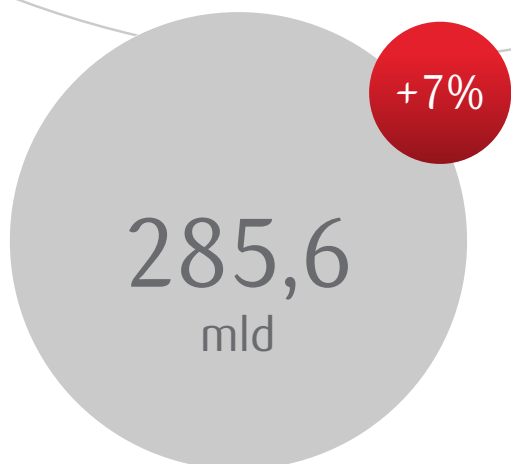
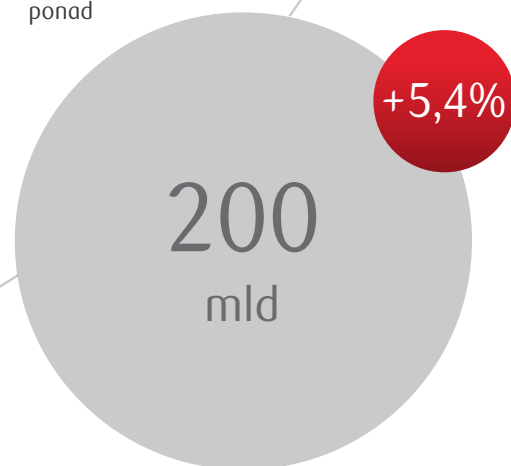
01

9

Finanse w 2016 roku



ponad



2,87
mld

zysk netto

Rozwijamy się
wspierając klientów
i realizując projekty wpisujące się
w nową strategię gospodarczą kraju.
Wspieramy rozwój Polski i Polaków.

Efekty działalności Banku

+10
mld

wzrost
aktywów

+216
tys.

wzrost
liczby klientów

1
mln

użytkowników
bankowości
mobilnej IKO

17,2%

wzrost
zysku

17,3%

udział w rynku
depozytów

1
pozycja

na rynku
kredytów
mieszkaniowych
dla osób
prywatnych

+1,9
p.p.

wzrost
współczynnika
kapitałowego

31,9%

udział w rynku
kredytów
mieszkaniowych

1
pozycja

na rynku
kredytów dla
małych i średnich
przedsiębiorstw

+22,1%

udziału
w rynku kredytów
de minimis*

17,8%

udział w rynku
kredytów

* Według danych przekazanych przez Centrum Poreczeń i Gwarancji Banku
Gospodarstwa Krajowego z dnia 31 grudnia 2016 roku;

Wybrane dane finansowe

		2016	2015	2014	2013	2012
Zysk netto (w mln PLN)	Bank	2 888	2 571	3 079	3 234	3 583
	Grupa Kapitaowa	2 874	2 610	3 254	3 230	3 739
Wynik działalności finansowej (w mln PLN)	Bank	10 983	10 174	10 259	10 268	11 166
	Grupa Kapitaowa	11	1 0665	1 1147	1 0707	11 622
Ogólne koszty administracyjne (w mln PLN)	Bank	-5 034	-5 563	-4 468	-4 221	-4 257
	Grupa Kapitaowa	-5 590	-6 036	-5 245	-4 623	-4 683
Wynik z tytułu odpisów (w mln PLN)	Bank	-1 408	-1 474	-1 981	-2 088	-2 459
	Grupa Kapitaowa	-1 623	-1 476	-1 899	-2 038	-2 325
Wskaźnik C/I	Bank	45,8%	54,7%	43,5%	41,1%	38,1%
	Grupa Kapitaowa	47,4%	56,6%	47,1%	43,2%	40,3%
Wskaźnik ROE netto	Bank	9,2%	8,9%	11,7%	11,7%	15,3%
	Grupa Kapitaowa	9,1%	9,0%	12,4%	13,2%	16,0%
Wskaźnik ROA netto	Bank	1,1%	1,0%	1,4%	1,4%	1,9%
	Grupa Kapitaowa	1,1%	1,0%	1,4%	1,6%	2,0%
Współczynnik wypłacalności	Bank	17,2%	15,3%	13,4%	13,4%	12,7%
	Grupa Kapitaowa	15,8%	14,6%	13,0%	13,6%	12,9%

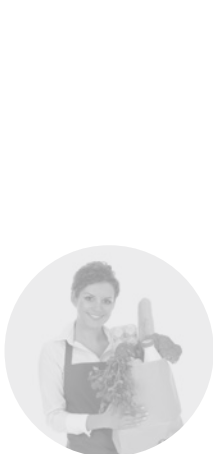
* Dane porównywalne z 2013 rokiem.
Źródło: jednostkowe sprawozdania finansowe za poszczególne lata

„Wspieramy rozwój Polski i Polaków”

01

Od blisko 100 lat codziennie dostarczamy
naszym klientom rozwiązania finansowe.
Rozumiemy potrzeby Polaków i polskich firm.





IKO

nowe
funkcjonalności
aplikacji mobilnej

500+

możliwość
składania
wniosków
o świadczenie
z programu

PUE
ZUS

dostęp do platformy
usług elektronicznych

Profil
Zaufany

możliwość bezpłatnego
potwierdzania tożsamości
w administracji
elektronicznej

finanse
publiczne

lider w kompleksowej
obsłudze budżetów
samorządowych

PFR

strategiczny partner
Grupy Polskiego
Funduszu Rozwoju

KDR

specjalna oferta
dla posiadaczy
Karty Dużej Rodziny

01



15

Misja PKO Banku Polskiego

Jako jeden z największych banków w Europie Środkowej i Wschodniej odpowiedzialnie dbamy o interesy akcjonariuszy, klientów, pracowników i społeczności lokalnych.

Dbamy o naszych klientów

Dbamy o naszych akcjonariuszy

Dbamy o naszych pracowników

Dbamy o naszą społeczność

Konsekwentnie zmieniamy się, inwestujemy w rozwój i odpowiedzialnie wdrażamy nowoczesne technologie, aby umożliwić naszym klientom wygodne zarządzanie finansami w każdym miejscu i czasie. Jesteśmy dumni z naszej historii i polskich korzeni. Chcemy nadal mieć pozytywny wpływ na Polskę – ludzi, firmy, kulturę i środowisko.

Filary działalności

W PKO Banku Polskim rok 2016 upłynął nie tylko pod znakiem poprawy wyników biznesowych. Wypracowano także nową strategię określającą cele rozwojowe do 2020 roku. Jej hasło: „Wspieramy rozwój Polski i Polaków” realizuje się każdego dnia zarówno w jakości bieżącej obsługi klientów, jak i w licznych długofalowych projektach, które wpisują się w strategię rozwoju gospodarczego kraju.

Jest instytucją nowoczesną i elastyczną, płynnie modyfikującą zarówno swoją strukturę, strategię biznesową, jak i ofertę, wobec niezwykle zmiennego otoczenia rynkowego oraz coraz precyzyjniej definiowanych oczekiwań klientów.

PKO Bank Polski jest największym bankiem w Polsce, a także jedną z wiodących instytucji finansowych Europy Środkowo-Wschodniej pod względem kapitałów własnych, aktywów, udziałów w rynku, liczby klientów i rozległości sieci dystrybucji.

Szeroką gamę usług Banku uzupełniają oferty funduszy inwestycyjnych, produktów ubezpieczeniowych, usług płatniczych, leasingu i faktoringu oferowanych przez spółki Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego.

Jest silnym i nowoczesnym bankiem uniwersalnym, łączącym tradycyjnie dominującą rolę w sektorze detalicznym z sukcesywnym wzmocnieniem pozycji rynkowej segmentu korporacyjnego i inwestycyjnego.

Strategia Banku koncentruje się na potrzebach klientów, a ewolucja modelu biznesowego jest wynikiem digitalizacji życia społecznego i gospodarczego. Bank inwestuje w innowacyjne produkty i rozwiązania organizacyjne, także we współpracy z firmami z branży FinTech

Od prawie 100 lat PKO Bank Polski troszczy się o finanse kolejnych pokoleń klientów, mnożąc ich oszczędności oraz wspierając ich plany i inwestycje.

Tworząc produkty i usługi, które wyznaczają nowe trendy na rynku, jest prekursorem innowacyjności nadającym ton dyskusji o przyszłości rodzimej branży finansowej.

e-administracja

Liczba klientów
w segmencie
detalicznym:

9,2
mln

Liczba klientów
w segmencie
MŚP:

429
tys.

Liczba klientów
w segmencie
korporacyjnym:

15
tys.

Liczba klientów
bankowości
elektronicznej

8,6
mln

Liczba
oddziałów

1 238

Liczba
agencji

837

Liczba kart
bankomatowych

7,9
mln

Liczba
bankomatów:

3 206

Podstawowy kierunek zmiany modelu biznesowego wyznacza cyfryzacja życia społecznego i jej konsekwencje dla klientów Banku oraz dla całej polskiej gospodarki. Koncentrując się na potrzebach i oczekiwaniach klientów w 2016 roku PKO Bank Polski kontynuował intensywny rozwój produktów i kanałów elektronicznych, w tym flagowej aplikacji IKO, którą aktywowano ponad milion razy.

Jako najbardziej cyfrowy Bank na rynku, angażowaliśmy się także w projekty istot-

nie zwiększające skalę digitalizacji usług publicznych. PKO Bank Polski udostępnił możliwość składania w kanale bankowości elektronicznej iPKO wniosków o świadczenie z programu 500+. Z tej opcji już w pierwszych miesiącach funkcjonowania programu skorzystało ponad 300 tys. polskich rodzin, czyli co trzecia składająca ten wniosek przez Internet. We współpracy z ZUS umożliwiliśmy w tym samym kanale dostęp do PUE ZUS oraz daliśmy możliwość prostego, szybkiego i bezpiecznego zakładania Profilu Zaufanego.

1,2
mln

płatności
zblizeniowych
telefonem
z aplikacją IKO

57
tys.

transakcji
zblizeniowych
telefonem
z aplikacją IKO
na tydzień

100
tys.

aplikacji IKO
z aktywnymi
płatnościami
zblizeniowo

PKO Bank Polski jest pionierem w dostarczaniu klientom bezpiecznego i prostego dostępu do usług administracji publicznej poprzez bankowość elektroniczną. Tempo i skala w jakiej nasi klienci zaczęli korzystać z tych udogodnień pokazują, że jest to właściwy kierunek rozwoju.

Start-up

Doceniając potencjał innowacyjnych rozwiązań tworzonych przez polskich naukowców i młodych przedsiębiorców Bank intensywnie współpracuje i wspiera środowisko polskich startupów. W ubiegłym roku PKO Bank Polski zaangażował się m.in. w Startup Weekend Warsaw i Program Akceleracyjny MIT Enterprise Forum Poland, w ramach którego

prowadzona jest ścieżka dla startupów fintechowych „Let's Fintech with PKO Bank Polski!”. Kolejnym etapem rozwoju współpracy z tym środowiskiem jest zakup na początku 2017 roku cyfrowej spółki ZenCard, oferującej platformę do tworzenia programów lojalnościowych dla sieci handlowych, sklepów i punktów usługowych.

Fuzja i ekspansja

Obajac o stabilny rozwój organiczny poszczególnych spółek, Grupa Kapitałowa wzmacnia ich rynkowe pozycje także poprzez przejęcia i fuzje. W grudniu PKO Leasing z sukcesem sfinalizował zakup od austriackiego właściciela spółki Raiffeisen Leasing Polska, stając się liderem rynku leasingu w Polsce, z udziałem przekraczającym 13 proc.

PKO Bank Polski wspiera także ekspansję zagraniczną rodzimych przedsiębiorstw oferując bogatą gamę produktów bankowości międzynarodowej oraz przygotowując uruchomienie kolejnych po Frankfurt nad Menem i Pradze oddziałów korporacyjnych za granicą.

Kanały dystrybucji

W 2016 roku największa w kraju sieć oddziałów, jaką posiada PKO Bank Polski, tworzyło 1 238 oddziałów oraz 837 agencji. Klienci mogą korzystać z systematycznie wzbogacanych usług bankowości elektronicznej,

oferowanych pod marką iPKO i w ramach konta Inteligo oraz bankowości mobilnej IKO. Do dyspozycji klientów pozostaje stale rosnąca sieć 3 206 bankomatów.



Start-up

doceniamy
potencjał
innowacyjnych
rozwiązań



13%

udziału
PKO Leasing
w rynku



IKO

usługi
bankowości
elektronicznej

837

agencji

3 206

bankomatów

01



21

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
oraz dbającej o rozwój
świadomości
kulturowej Polaków.

Strategia Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego jest oparta na zintegrowanym modelu rozwoju, w którym spółki zależne Banku stanowią centra produktowe, uzupełniające podstawową ofertę usług finansowych Banku. W skład Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego wchodzi Bank, jako jednostka dominująca oraz 42 spółki zależne bezpośrednio lub pośrednio.

Poza działalnością ściśle bankową i maklerską Grupa Kapitałowa

PKO Banku Polskiego oferuje szereg usług specjalistycznych: w zakresie leasingu, faktoringu, funduszy inwestycyjnych i emerytalnych, ubezpieczeń oraz usług agenta transferowego, outsourcingu specjalistów IT i wsparcia w zakresie prowadzenia działalności przez inne podmioty. Prowadzi też działalność deweloperską i zarządza nieruchomościami, a także, poprzez podmioty zależne, świadczy na Ukrainie usługi bankowe, finansowe i windykacyjne.

Skład Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego (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).

* ujmowane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego SA metodą pełną.

¹ Drugim udziałowcem Spółki jest „Inter-Risk Ukraina” Spółka z dodatkową odpowiedzialnością.

² PKO Bank Polski posiada certyfikaty inwestycyjne Funduszu; w pozycji udział w kapitale prezentowany jest udział posiadanych certyfikatów inwestycyjnych Funduszu.

Grupa Kapitałowa prowadzi działalność 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 i Czechach przez oddziały korporacyjny. W 2016 roku PKO Leasing SA zakończył z transakcją zakupu Raiffeisen-Leasing Polska SA (RLPL), stając się głównym leasingodawcą w kraju z udziałem w rynku ponad 13 proc. Przed sfinalizowaniem transakcji PKO Leasing SA był najbardziej dynamicznie rozwijającym się przedsiębiorstwem leasingowym w Polsce.

Przejęcie
Raiffeisen-Leasing
Polska SA pozwoli zwiększyć
efektywność usług oraz zapewnić
przedsiębiorstwom szeroką
i dopasowaną do potrzeb
ofertę na każdym etapie
rozwoju firmy.

Strategia 2016-2020

„Wspieramy rozwój Polski i Polaków”

Kierunki rozwoju PKO Banku Polskiego wyznacza Strategia na lata 2016-2020. Kierunek transformacji modelu biznesowego Banku pozostanie ściśle powiązany z dynamicznie postępującą cyfryzacją życia społecznego oraz strategią rozwoju gospodarczego Polski.

Bank będzie nadal łączył troskę o wzrost wartości dla akcjonariuszy z zaangażowaniem społecznym i stawiał na zrównoważony rozwój. W codziennej pracy będzie integrował cele biznesowe z działaniami na rzecz wszystkich grup interesariuszy, przy jednoczesnym zaangażowaniu w inicjatywy społeczne. Kluczowym fundamentem budowania dialogu z klientami, pracownikami, akcjonariuszami i otoczeniem społecznym, będą wartości Banku oraz transparentna komunikacja.

Cele strategiczne

01

W perspektywie 2020 roku
PKO Bank Polski
zamierza osiągnąć:

rentowność
powyżej
10%

kapitału własnego
(ROE)

wskaźnik
kosztów poniżej
45%

do dochodów
(C/I)

utrzymać
75-78
p.b.

koszty
ryzyka

adekwatny poziom
TCR CET1

poziomy wskaźników
powyżej wymogów
regulacyjnych
i nadzorczych,
jednocześnie
umożliwiający
wypłatę dywidendy

Korzyści wynikające z realizacji Strategii



01

25



Szymon Wałach

dyrektor Pionu Klienta Detalicznego
w PKO Banku Polskim

Strategia PKO Banku Polskiego na lata 2016-2020 jest odpowiedzią na zmieniające się otoczenie rynkowe i potrzebę dostosowania się organizacji do nowych wyzwań. Nowa strategia w wielu obszarach buduje na solidnych fundamentach wypracowanych w ramach ostatnich 7 lat. Strategia „Lider” pozwoliła osiągnąć pozycję niekwestionowanego lider rynku bankowego i zbudować dystans do

konkurentów. W ramach kolejnej strategii „Codziennie Najlepszy” położyliśmy nacisk na doskonalenie i sprawność organizacyjną. Obecna strategia jest kolejnym etapem rozwoju Banku w kierunku klientocentrycznej organizacji budującej swoją przewagę na jakości doświadczeń klientów oraz przewadze technologicznej i operacyjnej na konkurentami.

Sześć dźwigni zrównoważonego rozwoju

Blisko klienta

PKO Bank Polski będzie koncentrował się na wspieraniu rozwoju polskiej przedsiębiorczości, szczególnie w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw, a także satysfakcji klienta rozumianej jako budowanie trwałych relacji w jego kontakcie z Bankiem. Będzie temu służyć prosta i transparentna oferta, wysokiej klasy doradztwo, elastyczne rozwiązania cenowe, intuicyjne i szybkie procesy sprzedażowe oraz zmniejszenie liczby dokumentów papierowych.

Doskonałość dystrybucyjna

W oparciu o zdiagnozowane potrzeby klientów rozwijane będą kanały dystrybucji tworząc holistyczny model omnikanalowego systemu obsługi. Bank będzie dążył do zapewnienia spójnych doświadczeń klientów we wszystkich kanałach kontaktu. Zamierzenia te będą realizowane poprzez kontynuację procesu modernizacji i unowocześniania sieci oddziałów, które odgrywają kluczową rolę w budowaniu relacji z klientami oraz pozycji na rynku, a także poprzez dalszy rozwój zdalnych kanałów kontaktu oraz wzrost liczby i aktywności klientów korzystających z rozwiązań cyfrowych.

Sprawność operacyjna

Strategia zakłada dalsze doskonalenie procesów wewnętrznych. Szybkości i sprawności w podejmowaniu decyzji sprzyjać będzie wysokiej jakości analityka danych, automatyzacja i dematerializacja procesów, innowacyjne metody identyfikacji i autoryzacji oraz przeciwdziałanie biurokracji.

Nowoczesna organizacja

Kluczem do osiągnięcia celów strategicznych będzie dobrze zmotywowany i zaangażowany zespół. Strategia kładzie duży nacisk na kreowanie przyjaznego, wspierającego i otwartego środowiska pracy. Służyć temu będzie angażujące przywództwo, nowoczesne zarządzanie wiedzą i promowanie rozwiązań ułatwiających współpracę w ramach organizacji.

Innowacje i technologie

PKO Bank Polski będzie konsekwentnie inwestował w innowacyjne rozwiązania aktywnie angażując się w kreowanie nowych standardów w skali rynku, innowacyjnych narzędzi dla klientów i organizacji oraz we wzmacnianie roli instytucji zaufania publicznego i w przeciwdziałanie cyberzagrożeniom. Bank będzie wspierał rozwój polskich innowatorów w segmencie przedsiębiorstw (mikro, małych i średnich oraz korporacyjnych), a także angażował się w perspektywiczne projekty oraz dziedziny i branże przyszłości.

Rozszerzanie modelu biznesowego

Realizacji tej dźwigni strategicznej służyć będzie aktywne monitorowanie krajowego rynku pod kątem potencjalnych przejęć, rozszerzanie dostępności oferty spółek z Grupy Kapitałowej, rozwój zagraniczny wspierający ekspansję klientów, alianse z partnerami strategicznymi m.in. poprzez platformy lojalnościowe oraz współpraca z instytucjami publicznymi w ramach rozwiązań e-Państwa. Dążąc do pozycji lidera rozwiązań technologicznych Bank zakłada także inwestowanie w wybrane spółki z sektora nowych technologii.

Przewagi konkurencyjne PKO Banku Polskiego

Najsilniejsza marka finansowa w Polsce

Klienci doceniają naszą markę kojarząc ją nie tylko z bankiem dbającym o ich indywidualne potrzeby, ale także zapewniającym wysokie bezpieczeństwo powierzanych środków. Wartość marki Banku w 2016 roku wyniosła 3,6 mld zł według wyceny „Rzeczpospolitej” w ramach rankingu najcenniejszych polskich marek.

Największa w Polsce sieć dystrybucji

Największa na polskim rynku bankowym wielokanałowa sieć dystrybucji tworzy warunki dla zwiększania przychodów Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego i pozwala dywersyfikować ich źródła. Zasięg sieci dystrybucji umożliwia dostarczanie produktów i usług bankowych w najwygodniejszy dla klientów sposób.

Wysoka jakość obsługi klientów

Największa baza klientów tworzy warunki dla wyznaczania standardów w zakresie obsługi klientów, oferowanych produktów i usług, jak również innowacji technologicznych.

Innowacje i płatności

Inwestując w rozwój usług bankowości elektronicznej i mobilnej PKO Bank Polski dynamicznie dostosowuje się do zmieniających się preferencji klientów. Projekt płatności mobilnych IKO oraz stworzenie innowacyjnego w skali światowej standardu płatności BLIK potwierdziły wysoką wartość oferowanych rozwiązań biznesowych. Bank aktywnie współpracuje ze start-upami technologicznymi wyznaczając ścieżkę dla pozostałych polskich banków oraz wspiera rozwój e-Państwa poprzez wykorzystanie innowacyjnych rozwiązań w administracji publicznej.

Zaangażowanie w rozwój polskiej przedsiębiorczości

Bank wyróżnia się kompleksową ofertą produktów skierowaną zarówno do mikro, małych i średnich, a także dużych przedsiębiorstw. Dysponuje pełną gamą nowoczesnych rozwiązań finansowych: od produktów rozliczeniowych i transakcyjnych, kredytowych i depozytowych, poprzez specjalistyczne usługi maklerskie oraz finansowe w zakresie leasingu i faktoringu. Podążając za potrzebami polskich przedsiębiorców, otwartych na nowe kierunki rozwoju, wspiera ich w ekspansji zagranicznej.

Kompetentna i zaangażowana kadra

Od lat PKO Bank Polski należy do grona najbardziej pożądanych pracodawców zarówno wśród studentów jak i specjalistów oraz menedżerów.

Stabilna baza finansowania

Bank posiada bezpieczną i stabilną strukturę finansowania opartą o depozyty klientów, w większości detalicznych. Wysoka ocena wiarygodności finansowej Banku umożliwia dostęp do finansowania na polskim i międzynarodowym rynku obligacji.

Silna Grupa

wGrupa PKO Banku Polskiego wyróżnia się wśród konkurentów w finansowaniu przedsiębiorstw, w tym mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich firm. Oferuje im kredyty na działalność operacyjną i inwestycyjną, usługi leasingowe i faktoringowe oraz organizuje i pośredniczy w sprzedaży obligacji korporacyjnych. PKO Bank Polski wspiera polskich eksporterów.

01

27

2016: rok dynamicznego rozwoju

Sukcesy biznesowe PKO Banku Polskiego

PUE
ZUS

możliwość
korzystania
z usług
urzędów

Jako pierwszy w Polsce Bank udostępnił klientom możliwość utworzenia Profilu Zaufanego z poziomu bankowości internetowej. Profil Zaufany umożliwia korzystanie z usług urzędów przez Internet. Klienci mogą elektronicznie zarejestrować działalność gospodarczą z jednoczesnym zgłoszeniem do urzędu skarbowego, GUS oraz ZUS, KRUS, a także korzystać z funkcji PUE ZUS.

IKO

nowe
funkcje
aplikacji

Aplikację IKO Bank wzbogacił o nowe funkcjonalności: możliwość wpłaty na numer telefonu innego użytkownika IKO, wpłaty do wpłatomatów oraz realizowanie płatności i przelewów przy wykorzystaniu QR kodów.

60 mld

wartość wsparcia
oferowanego
przez PFR

Umocnił pozycję lidera w zakresie usług dla samorządów poprzez podpisanie umowy na kompleksową obsługę budżetu województwa podkarpackiego i jego 23 jednostek organizacyjnych. Łącznie Bank obsługuje sześć województw.

Karta
Dużej
Rodziny

50% prowizji
dla kredytu
Własny Kąt
Hipoteczny

Wprowadził specjalną ofertę dla posiadaczy Karty Dużej Rodziny, w ramach której obniżono prowizję za udzielenie kredytu mieszkaniowego Własny Kąt Hipoteczny o 50 proc.

Nowy
Rytm
Sprzedaży

innowacyjny
program
sprzedażowy

Udostępnił unowocześnioną wersję serwisu informacyjnego, która zapewnia bardziej wygodny dla klienta kontakt z Bankiem i szybszy dostęp do usług bankowych.

Rozwój oferty produktowej wspierał Nowy Rytm Sprzedaży – innowacyjny program sprzedażowy, który został zintegrowanym systemem motywacyjnym dla doradców.

Etyka i wartości

Bank stosuje najwyższe standardy przestrzegania 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 zrównoważonemu 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.



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.

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

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.

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.

Zasady określone w kodeksie uzupełniają dodatkowe regulacje dotyczące konkretnych obszarów działania, m.in.:

- System Kontroli Wewnętrznej wspomagający procesy decyzyjne, przyczynia 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 to 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 konfliktów interesów, które mogłyby mieć niekorzystny wpływ na dobro klientów.
- Zasady przyjmowania i przekazywania korzyści i prezentów zostały przyjęte w celu przeciwdziałania konfliktowi interesów.
- Zasady prowadzenia komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej w PKO Banku Polskim regulują działalność w zakresie komunikacji.

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

Różnorodność

Zarządzanie różnorodnością w Banku dotyczy wszystkich pracowników, jego władz oraz kluczowych menedżerów. Działania związane z różnorodnością dotyczą wielu aspektów działalności naszej organizacji i mają na względzie poszanowanie innych osób, równe traktowanie i wykorzystanie potencjału pracowników. Zbiór tych inicjatyw jest prezentowany raz do roku przed Radą Nadzorczą oraz Zarządem Banku.

Nasze rozumienie różnorodności przejawia się w tym, że ludzie są dla nas ważni bez względu na płeć, wiek, stan zdrowia, orientację seksualną, wyznanie, stan cywilny, czy kraj pochodzenia. Ludzie są dla nas ważni ze względu na umiejętności, kwalifikacje, wiedzę, pasje, wartości.

Dlatego w ramach naszych regulacji, procesów i polityki personalnej wprowadziliśmy następujące rozwiązania:

Zasady etyki, przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi

Kodeks Etyki oraz Regulamin pracy Banku zawierają zapisy dotyczące m.in. przeciwdziałania dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie oraz orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy.

Standardy rekrutacji zgodne z Dyrektywą UE w sprawie równego traktowania przy zatrudnieniu

Prowadząc projekty rekrutacyjne, przestrzegamy zapisów w zakresie równego traktowania przy zatrudnieniu i wykonywaniu zawodu. Procesy związane z wyborem kandydatów opierają się na obiektywnych przesłankach, a ich poszczególne etapy odbywają się według ustalonych wzorów i zasad.

Wartościowanie stanowisk oparte na obiektywnych kryteriach

Istotę procesu wartościowania stanowisk w Banku stanowi wycena stanowisk według merytorycznych kryteriów, co zapobiega dyskryminacji.

Przepisy dotyczące dostosowania stanowiska pracy dla osób niepełnosprawnych

Zasady realizacji zadań w dziedzinie bezpieczeństwa i higieny pracy oraz standardy rozwiązań technologicznych i technicznych stanowią o podejmowaniu niezbędnych czynności w celu dostosowania stanowiska pracy dla osób niepełnosprawnych.

Program Staży i Praktyk

Zatrudniamy i dajemy możliwości rozwoju uczniom, studentom, absolwentom szkół średnich oraz uczelni o różnych profilach.

Model kompetencji i system oceny pracowniczey oparty o kompetencje i efekty pracy

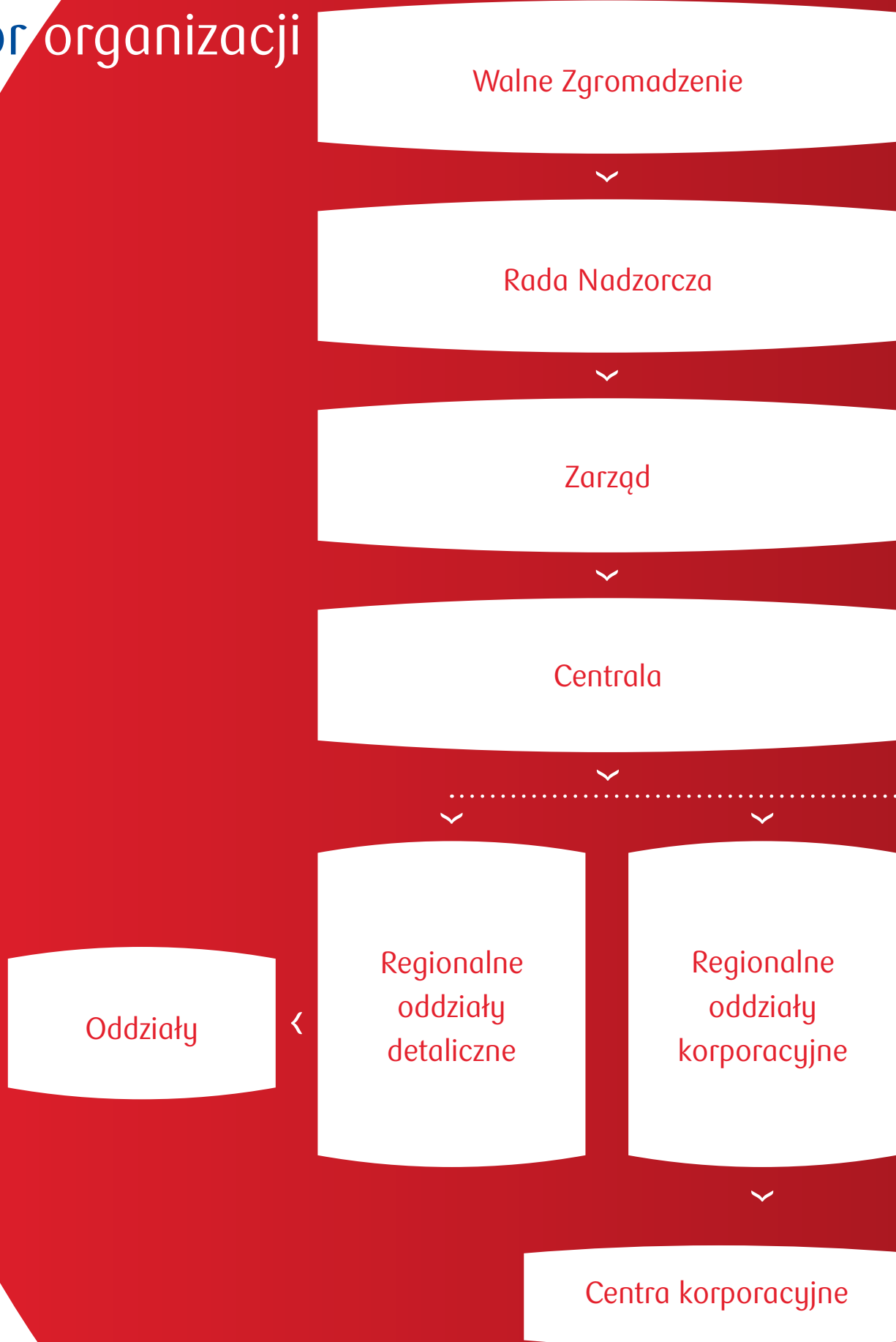
Na podstawie modelu kompetencji, obejmującego kompetencje ogólnofirmowe, przywódcze i specyficzne przeprowadzana jest każdego roku ocena pracownicza. W ramach systemu oceny okresowej każdy pracownik razem ze swoim przełożonym podczas rozmowy okresowej ustala indywidualny plan rozwoju.

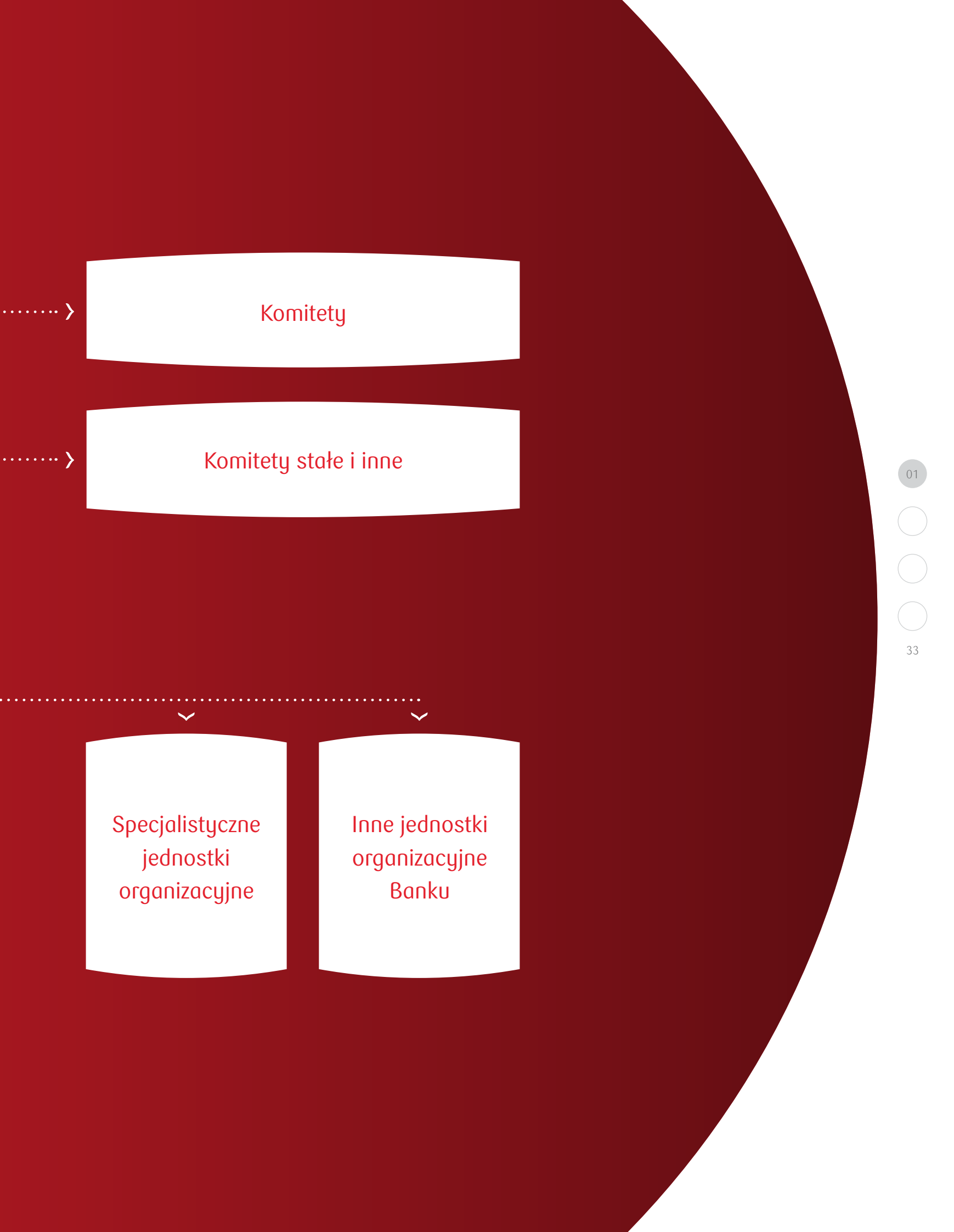
Polityka rozwoju wszystkich pracowników

01

31

Nadzór organizacji





Rada Nadzorcza

Piotr Sadownik
Przewodniczący
Rady Nadzorczej

Grażyna Ciurzyńska
Wiceprzewodnicząca
Rady Nadzorczej

Zbigniew Hajłasz
Sekretarz Rady Nadzorczej

Mirosław Barszcz
Członek Rady Nadzorczej

Adam Budnikowski
Członek Rady Nadzorczej

Wojciech Jasiński
Członek Rady Nadzorczej

Andrzej Kisielewicz
Członek Rady Nadzorczej

Elżbieta Mączyńska-Ziemacka
Członek Rady Nadzorczej

Janusz Ostaszewski
Członek Rady Nadzorczej

Mariusz Andrzejewski
Członek Rady Nadzorczej*

Jerzy Paluchniak
Członek Rady Nadzorczej*

Rada Nadzorcza PKO Banku Polskiego składa się z 5 do 13 członków powoływanych na wspólną trzyletnią kadencję. Członkowie Rady Nadzorczej są powoływani i odwoływani przez Walne Zgromadzenie.

26 czerwca 2014 roku Skarb Państwa, jako Uprawniony Akcjonariusz, na podstawie § 11 ust. 1 Statutu Banku ustalił liczbę członków Rady Nadzorczej na 9 osób, o czym Bank poinformował raportem bieżącym nr 53/2014.

31 grudnia 2016 roku Rada Nadzorcza Banku liczyła 9 osób. 22 czerwca 2017 roku Skarb Państwa, jako Uprawniony Akcjonariusz, na podstawie § 11 ust. 1 Statutu Banku ustalił liczbę członków Rady Nadzorczej na 11 osób, o czym Bank poinformował raportem bieżącym nr 23/2017.

Obecna kadencja wszystkich członków Rady Nadzorczej rozpoczęła się 22 czerwca 2017 roku.

Skład Rady Nadzorczej PKO Banku Polskiego na dzień 31.12.2016 roku
*Dotyczył do składu Rady Nadzorczej PKO Banku Polskiego 22 czerwca 2017 roku.

Zarząd PKO Banku Polskiego



Zbigniew Jagiełło
Prezes Zarządu Banku



Maks Kraczkowski
Wiceprezes Zarządu Banku
odpowiedzialny za Obszar
Bankowości Międzynarodowej
i Transakcyjnej oraz
Współpracy z Samorządami
i Agencjami Rządowymi



Mieczysław Król
Wiceprezes Zarządu Banku
odpowiedzialny za Obszar
Bankowości Ubezpieczeniowej
oraz Obszar Prawny
i Zgodności



Janusz Derda
Wiceprezes Zarządu Banku
odpowiedzialny za Obszar
Informatyki i Usług**



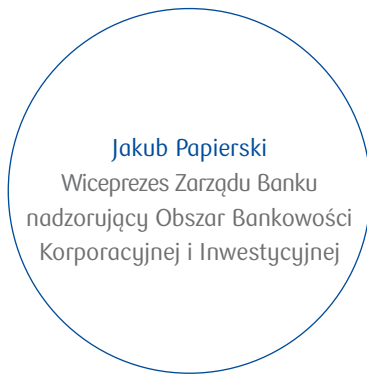
Bartosz Drabikowski
Wiceprezes Zarządu Banku
odpowiedzialny za Obszar
Finansów
i Rachunkowości



Jan Emeryk Rościszewski
Wiceprezes Zarządu Banku
odpowiedzialny za Obszar
Rynku Detalicznego



Piotr Mazur
Wiceprezes Zarządu Banku
odpowiedzialny za Obszar
Zarządzania Ryzykiem



Jakub Papierski
Wiceprezes Zarządu Banku
nadzorujący Obszar Bankowości
Korporacyjnej i Inwestycyjnej



Rafał Antczak
Wiceprezes Zarządu Banku
odpowiedzialny za Obszar
Bankowości Przedsiębiorstw,
Strategii i Analiz*

Członkowie Zarządu powoływani są przez Radę Nadzorczą na wspólną trzyletnią kadencję. Powołanie dwóch członków Zarządu, w tym prezesa Zarządu, wymaga zgody Komisji Nadzoru Finansowego. Na koniec 2016 roku Zarząd Banku liczył 8 osób. 14 czerwca 2017 roku Rada Nadzorcza PKO Banku Polskiego podjęła uchwały powołujące ponownie wszystkich członków Zarządu Banku na dotychczas pełnione funkcje. Do składu Zarządu dołączył Rafał Antczak, odpowiedzialny za Obszar Bankowości Przedsiębiorstw, Strategii i Analiz. Kolejna trzyletnia, wspólna kadencja Zarządu, rozpoczęła się 2 lipca 2017 roku.

*Dołączył do składu Zarządu na podstawie uchwały podjętej przez Radę Nadzorczą PKO Banku Polskiego 14 czerwca 2017 roku

**Zrezygnował z członkostwa w Zarządzie PKO Banku Polskiego z końcem 9 sierpnia 2017 roku

Relacje z Inwestorami

PKO Banku Polski jest obecny na Giełdzie Papierów Wartościowych ponad dziesięć lat. 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. W 2016 roku kurs akcji PKO Banku Polskiego wzrósł o 3 proc.

Pomimo przewagi niekorzystnych czynników rynkowych, które wpływają strukturalnie na

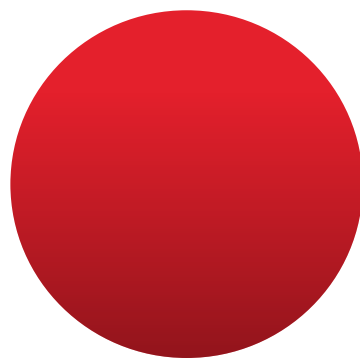
poziom rentowności sektora bankowego w Polsce, Bank koncentruje się na stałym osiąganiu atrakcyjnych dla inwestorów wyników biznesowych i dostosowaniu modelu działania do nowego otoczenia rynkowego celem zapewnienia zwrotu na kapitale powyżej jego kosztu, a tym samym budowy wartości dla akcjonariuszy.

PKO Bank Polski jest obecny na polskiej Giełdzie od niemal 13 lat, można zatem śmiało powiedzieć, że jesteśmy już doświadczeni

w kształtowaniu relacji z rynkiem. Głównym założeniem wypracowanej przez te lata polityki budowania prawidłowych relacji inwestorskich jest transparentność. To ona wspiera kreowanie pozytywnego wizerunku spółki wśród uczestników rynku kapitałowego. Staramy się rozpoznawać i trafnie odpowiadać na potrzeby inwestorów oraz prowadzić komunikację ważnych z ich punktu widzenia zdarzeń.

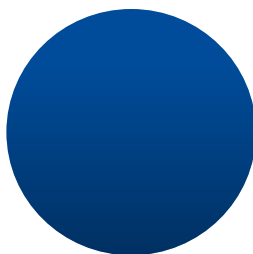
01

Struktura akcjonariatu PKO Banku Polskiego w 2016 roku



58,68%

Pozostali
Akcjonariusze



29,43%

Skarb
Państwa



6,72%

Aviva Otwarty
Fundusz Emerytalny



5,17%

Nationale
-Nederlanden
Otwarty Fundusz
Emerytalny

Polityka dywidendy

Polityka dywidendowa PKO Banku Polskiego zakłada realizowanie wypłat zysku w długim terminie z zachowaniem zasady ostrożnego zarządzania Bankiem i Grupą Kapitałową Banku, stosownie do możliwości finansowych Banku i Grupy Kapitałowej Banku, z uwzględnieniem wymogów i rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego (KNF) w zakresie polityki dywidendowej.

Zgodnie ze stanowiskiem Komisji Nadzoru Finansowego 6 grudnia 2016 roku w sprawie polityki dywidendowej wymagany poziom współczynników kapitałowych dla PKO Banku Polskiego do wypłaty dywidendy z zysku w wysokości do 50 proc, wynosi odpowiednio dla:



łączny
współczynnik
kapitałowy
TRC



współczynnik
kapitału
podstawowego
Tier 1

01



37

Zgodnie z wytycznymi KNF Bank powinien spełniać kryteria kwalifikujące do wypłaty dywidendy zarówno na poziomie jednostkowym, jak i skonsolidowanym na ostatnią datę sprawozdawczą przed decyzją o jej wypłacie.

Zarządzanie ryzykiem

Zarządzanie ryzykiem jest jednym z najważniejszych procesów wewnętrznych w PKO Banku Polskim. Jego celem jest zapewnienie rentowności działalności biznesowej, przy zapewnieniu kontroli poziomu ryzyka i jego utrzymaniu w ramach przyjętej przez Bank tolerancji na ryzyko i systemu limitów, w zmieniającym się otoczeniu makroekonomicznym i prawnym. Poziom ryzyka stanowi ważny składnik procesu planistycznego.

Proces zarządzania ryzykiem jest nadzorowany przez Radę Nadzorczą, która regularnie otrzymuje informacje o profilu ryzyka w Banku oraz o najważniejszych działaniach podejmowanych w zakresie zarządzania ryzykiem. Radę Nadzorczą Banku wspierają m.in. następujące komitety: Komitet ds. Wynagrodzeń, Komitet ds. Ryzyka Rady Nadzorczej oraz Komitet Audytu Rady Nadzorczej. Zarząd w zakresie zarządzania ryzykiem odpowiada za strategiczne zarządzanie ryzykiem, w tym za nadzorowanie i monitorowanie działań podejmowanych przez Bank w zakresie zarządzania ryzykiem. Podejmuje najważniejsze decyzje mające wpływ na profil ryzyka Banku oraz uchwała przepisy wewnętrzne Banku dotyczące zarządzania ryzykiem.

Ryzyka zidentyfikowane w Banku

- kredytowe
- operacyjne
- stopy procentowej
- ryzyko walutowych kredytów hipotecznych
- walutowe
- płynności (w tym finansowania)
- instrumentów pochodnych
- braku zgodności i postępowania
- zmian makroekonomicznych
- modeli, biznesowe (w tym ryzyko strategiczne)
- utraty reputacji
- nadmiernej dźwigni finansowej
- inne ryzyka cenowe
- cen kapitałowych papierów wartościowych
- cen towarów
- kredytowe koncentracji
- ryzyko postępowania
- kapitałowe

• istotne ryzyka • ryzyka



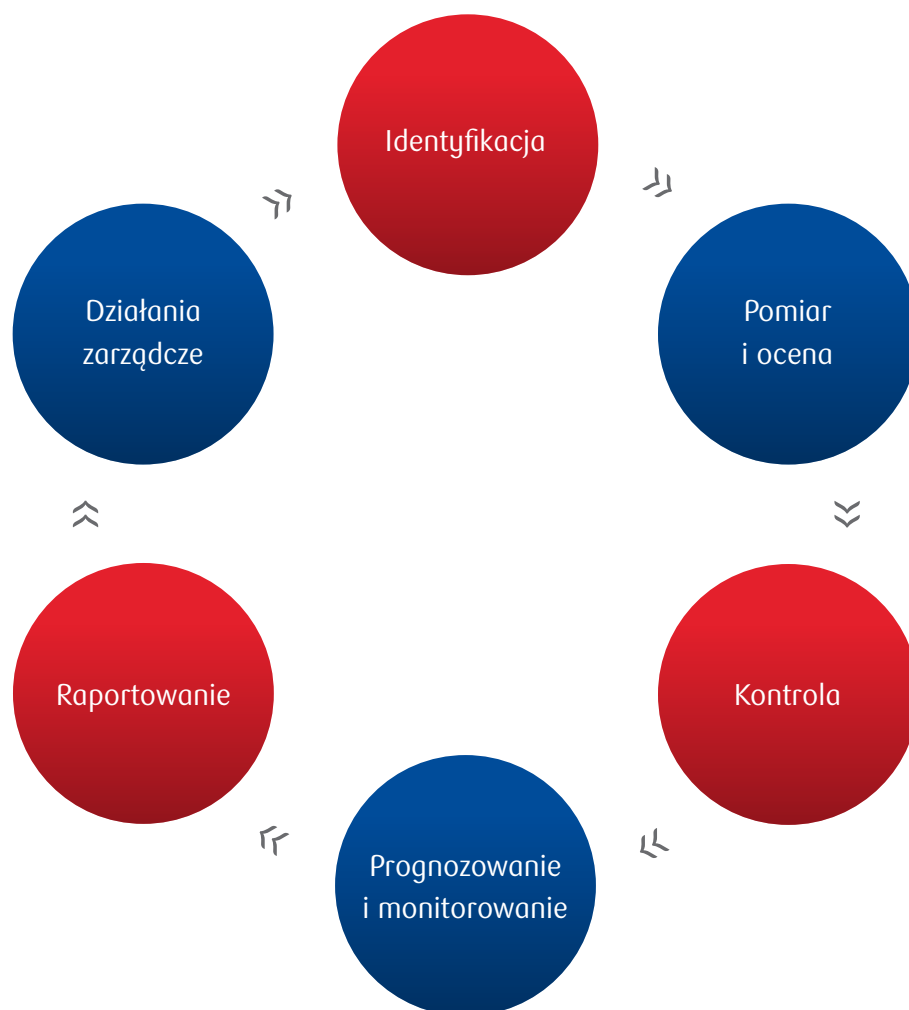
Paweł Metrycki

dyrektor Pionu Ryzyka Bankowego
w PKO Banku Polskim

Na pozycję Banku wpływ ma nie tylko jego działalność biznesowa ale też szereg procesów zachodzących w jego otoczeniu jak np. zmiany regulacyjne czy sytuacja makroekonomiczna. Aby kontrolować ryzyko w PKO Banku Polskim nie tylko spełniamy wymagania nadzorcze i analizujemy rynek, ale przede wszystkim świadomie zarządzamy ryzykiem na wszystkich poziomach, we wszystkich

procesach z wykorzystaniem najnowszych i sprawdzonych narzędzi. Identyfikujemy i mierzymy ryzyka, sterujemy nimi oraz monitorujemy podejmowane działania. W ten sposób chronimy wartości kapitału akcjonariuszy, depozyty klientów oraz wspieramy Bank w prowadzeniu efektywnej działalności i wywieraniu pozytywnego wpływu na rynek.

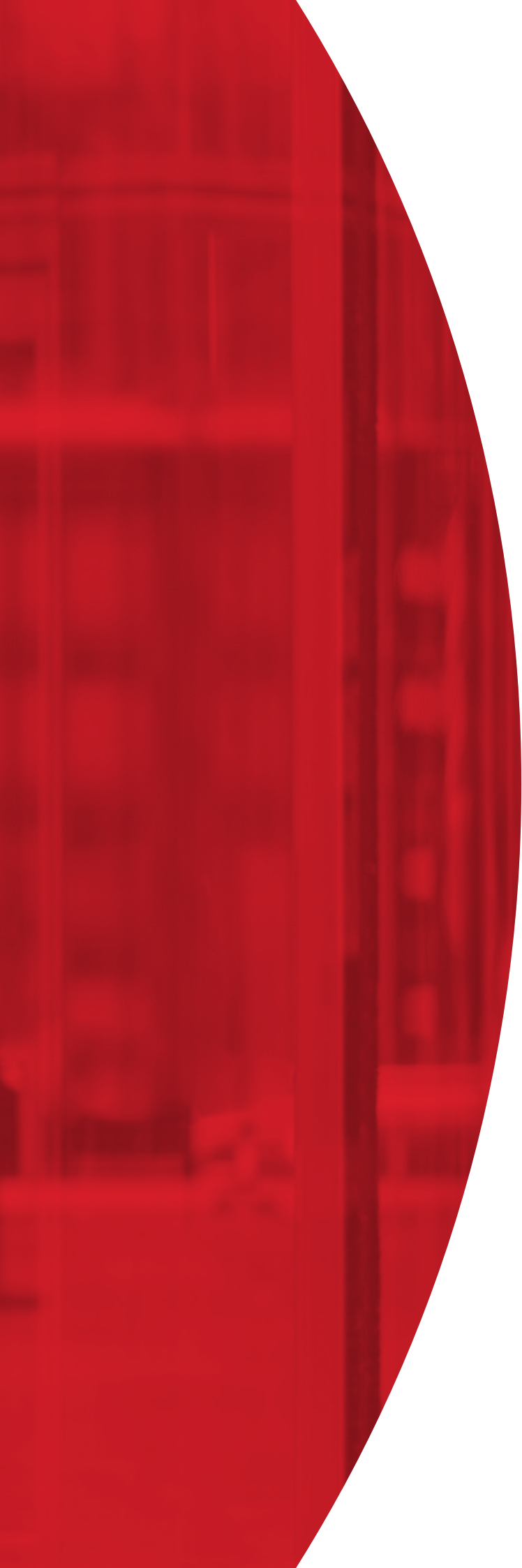
Proces zarządzania ryzykiem



Celem zarządzania ryzykiem poprzez dążenie do utrzymywania poziomu ryzyka w ramach przyjętego poziomu tolerancji jest:

- ochrona wartości kapitału akcjonariuszy
- ochrona depozytów klientów
- wsparcie Banku w prowadzeniu efektywnej działalności





ROZDZIAŁ 2

Działalność biznesowa

Nasza siła oparta jest na trzech filarach: bankowości detalicznej, korporacyjnej i inwestycyjnej. Mimo odmiennej specyfiki każdego z tych obszarów łączy je maksymalna koncentracja na potrzebach klientów i zapewnieniu im obsługi najwyższej jakości.



02



41

Sieć dystrybucji i kanały dostępu

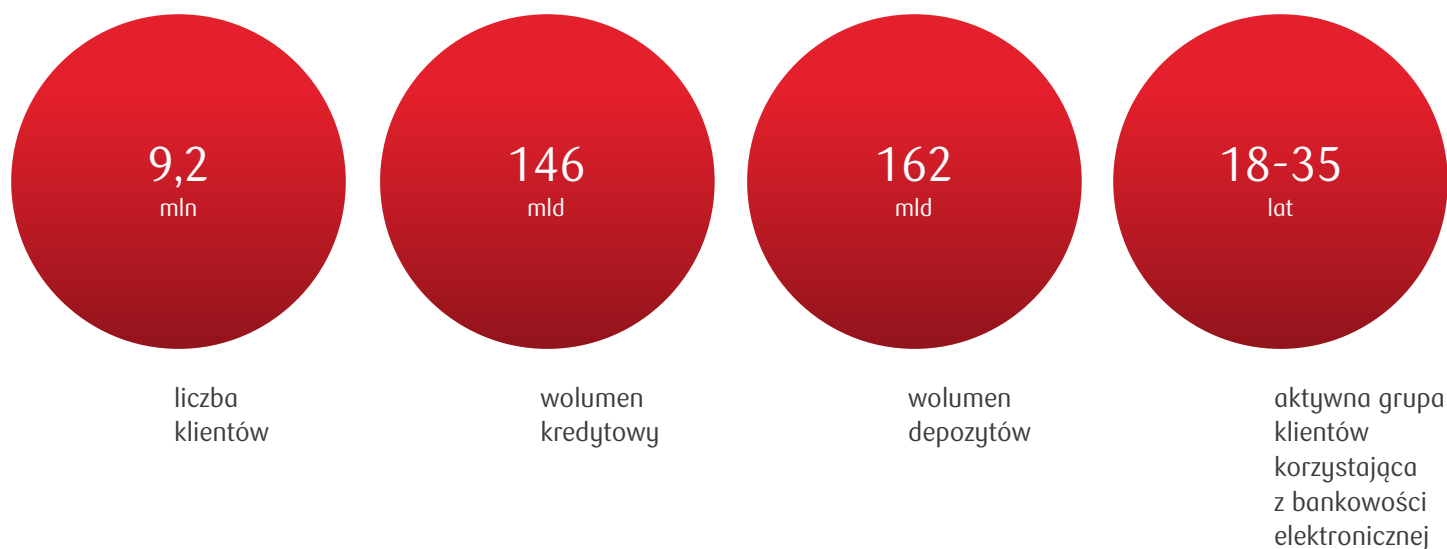
W 2016 roku detaliczna sieć placówek Banku liczyła 1 198 oddziałów skupionych w 11 oddziałach regionalnych oraz osiem biur bankowości detalicznej. W stosunku do stanu na koniec 2015 roku liczba oddziałów detalicznych ogółem zmniejszyła się o 40 placówek. Proces zmniejszania dużych oddziałów realizowany jest z jednoczesną uniwersalizacją mniejszych placówek oraz przekształceniem w uzasadnianych przypadkach małych w agencje. Istotne uzupełnienie sieci oddziałów i bankomatów stanowi sieć 837 agencji. Sieć sprzedaży segmentu korporacyjnego obejmuje 32 Regionalne Centra Korporacyjne skupione w siedmiu Regionalnych Oddziałach Korporacyjnych oraz oddziały w Niemczech i w Czechach.



02



42



W 2016 roku w segmencie detalicznym PKO Bank Polski kontynuował zrównoważony rozwój, skupiony na rozpoznaniu i zaspokajaniu potrzeb klientów, z którymi buduje silne, długookresowe relacje. Klientom segmentu detalicznego Bank oferuje pełen zakres produktów i usług bankowych. Ponadto obejmuje transakcje dokonywane z małymi i średnimi przedsiębiorstwami, deweloperami, spółdzielniami i zarządcami nieruchomości.

Nasi klienci

Godna zaufania marka Banku, umiejętność łączenia tradycji z nowoczesnością oraz przejrzysta oferta produktowa, uwzględniająca zmieniające się w czasie preferencje klientów sprawiają, że Bank rozpoznawany jest nie tylko w dużych ośrodkach miejskich. Większość klientów Banku (ok. 67 proc.) zamieszkuje gminy poniżej 100 tys. mieszkańców. Dodatkowo pod względem profilu demograficznego ok. 48 proc. klientów indywidualnych stanowią klienci poniżej 45 roku życia.

Najbardziej istotnym kanałem dystrybucji produktów i usług są oddziały Banku. Pozyskiwanie nowych klientów odbywa się głównie poprzez sprzedaż rachunków bieżących (ponad 87 proc.) oraz kredyty konsumpcyjne (ponad 12 proc.).

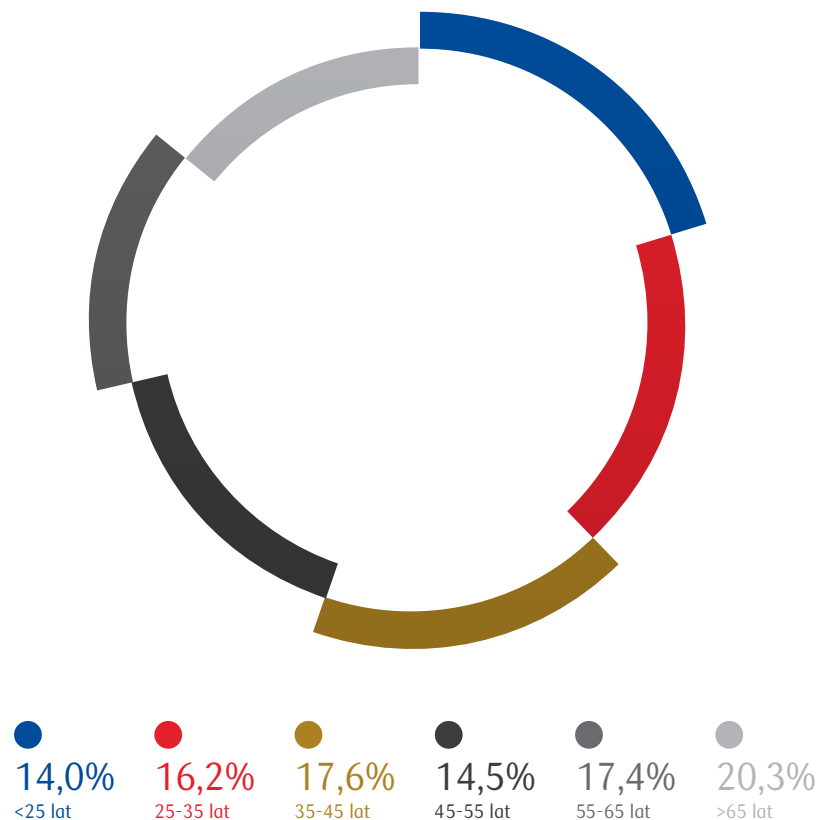


Grzegorz Oszast

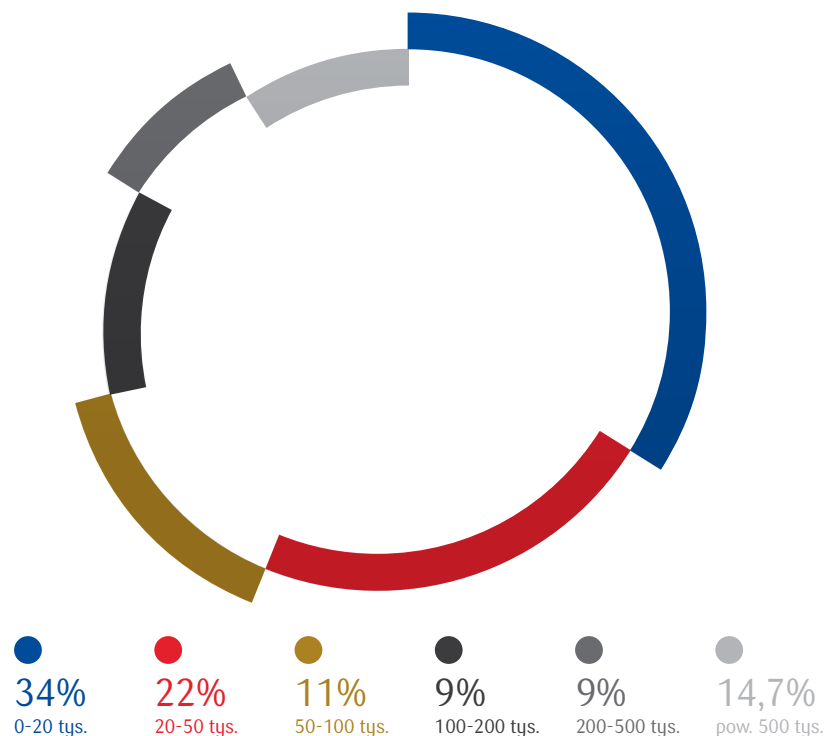
dyrektor Pionu Sprzedaży
Detalicznej w PKO Banku Polskim

Kompleksowo dbamy o „doświadczenie klienta”, zapewniając dystrybucję produktów i usług w komfortowy dla niego sposób. Idziemy z duchem czasu. Zrównoważony rozwój charakteryzuje naszą bankowość elektroniczną i sieć oddziałów. W specjalnie wyselekcjonowanych placówkach laboratoryjnych przed masowym wdrożeniem testujemy nowe technologie. Należą do nich biometria, terminale samoobsługowe czy technologia wideoanalizy i lokalizacji.

Struktura wieku klientów Banku



Rozkład klientów Banku wg miejsca zamieszkania



Oferta kont

1,1
mln

kont dla osób
do 26 roku życia

co 20''

nowe
Konto dla Młodych

17,5
tys.

bezpłatnych kont

Rodzina
500+

Paweł Placzke

dyrektor Departamentu Produktów
Klienta Indywidualnego
w PKO Banku Polskim



Szybko reagujemy na trendy. Zmienia się proces zakupowy, jego forma, jak i podejście do konsumpcji. Na rynek wchodzić millenials, a my mamy dla nich idealną ofertę. Notujemy jeden z najefek-

tywniejszych wzrostów organicznych na rynku w zakresie liczby prowadzonych rachunków, a ponad połowę nowych kont otwierają właśnie osoby poniżej dwudziestego szóstego roku życia.

Bank pozostaje liderem na rynku pod względem liczby prowadzonych rachunków bieżących, która liczba na koniec 2016 roku wynosiła prawie 6,9 mln.

Poziom liczby rachunków jest pochodną zróżnicowanej oferty pod względem preferencji klientów. W skład oferty wchodzi: PKO Konto bez Granic, PKO Konto za Zero, PKO Konto dla Młodych i PKO Junior. Dla osób korzystających z Programu „Rodzina 500+” Bank dostosował swoją ofertę, wprowadza-

jąc skierowane do nich Konto za Zero Rodzina 500+ (bezpłatne). W 2016 roku otwarto ponad 17,5 tys. takich kont.

Ponadto Bank rozszerzył dostępność oferty PKO Konto dla Młodych. Obecnie mogą z niej korzystać nie tylko studenci i absolwenci uczelni, którzy ukończyli 18 lat, a nie przekroczyli jeszcze 26 roku życia, ale wszystkie osoby znajdujące się w podanym przedziale wiekowym.



Bank konsekwentnie realizuje rozwój Bankowości Prywatnej, koncentrując się na ścisłej współpracy wewnątrz Grupy Kapitałowej. Zespół zajmujący się obsługą najbardziej zamożnych klientów liczy ponad 60 doradców oraz 30 analityków biznesowych. Biura Bankowości Prywatnej obsługują klientów w 9 największych miastach w Polsce: Warszawie, Gdańsku, Krakowie, Katowicach, Poznaniu, Wrocławiu, Łodzi, Szczecinie i Bydgoszczy.

Bank klientom z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, zainteresowanym kompleksową, nowoczesną i atrakcyjną cenowo obsługą, oferuje dwa pakiety: PKO Konto Firmowe dla osób fizycznych i PKO Rachunek dla Biznesu stworzony dla przedsiębiorców z większymi wymaganiami.

8
mln

kart płatniczych
z logo PKO
Banku Polskiego

co 4
transakcja

dokonywana jest kartą
Banku w terminalu POS

100
tys.

kart do płatności
zblizeniowych

Kredyty bankowości detalicznej

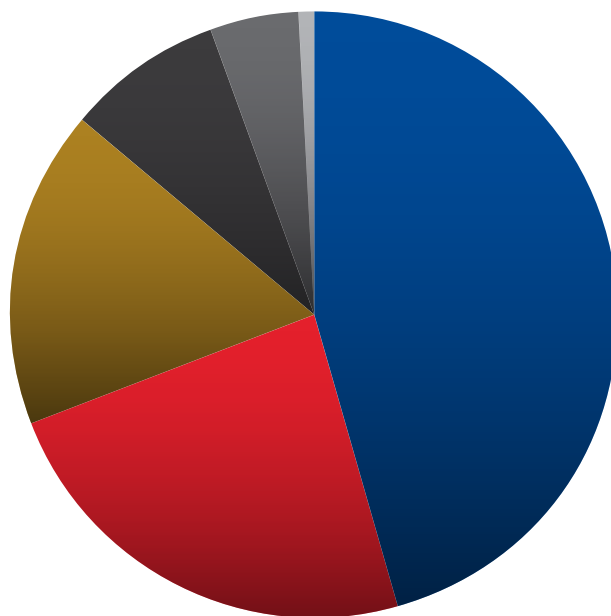
W 2016 roku wartość kredytów brutto segmentu detalicznego wynosiła 146 mld zł i od początku roku ich stan zwiększył się o blisko 6 mld zł. Przyczynił się do tego w głównej mierze wzrost portfela kredytów bankowości hipotecznej oraz bankowości detalicznej i prywatnej.

PKO Bank Polski od lat jest liderem w finansowaniu potrzeb mieszkaniowych Polaków.

Z danych prezentowanych przez Związek Banków Polskich wynika, że na koniec 2016 roku Bank zajmował pierwszą pozycję na rynku, posiadając 31,9 proc. udziału w sprzedaży kredytów mieszkaniowych dla osób prywatnych. Od początku roku udzielono kredytów na łączną kwotę blisko 12,5 mld zł.

W 2016 roku Bank udzielił w ramach programu „Mieszkanie dla Młodych” niemal 8,5 tys. sztuk kredytów na łączną kwotę 1,4 mld zł. Program polega na dofinansowaniu ze środków budżetu państwa wkładu własnego oraz przyznaniu dodatkowego finansowego wsparcia w formie spłaty części kredytu.

Struktura kredytów (stan na 31.12.2016)



45,6%
kredyty
mieszkaniowe
złotowe

23,5%
kredyty
konsumpcyjne

17,1%
kredyty
obrotowe

8,4%
kredyty
mieszkaniowe
walutowe

4,8%
kredyty
inwestycyjne
i inwestorskie

0,6%
pozostałe
kredyty

Małe i średnie firmy

PKO Bank Polski od lat skutecznie wspiera polską przedsiębiorczość, dostosowując ofertę do aktualnych potrzeb małych i średnich firm. Najlepszym przykładem jest program kredytów z gwarancją de minimis, który realizuje zgodnie z umową zawartą z Bankiem Gospodarstwa Krajowego. W 2016 roku wartość udzielonych kredytów w ramach programu „Portfelowej Linii Gwarancyjnej de minimis” wyniosła 4,0 mld zł. Bank był największym kredytodawcą spośród 21 banków udzielających kredytów z gwarancjami de minimis, mając 22,1 proc. udziału w rynku. Przyznany limit gwarancyjny w 2016 roku uległ zwiększeniu o 2,5 mld zł i wynosi aktualnie 7,3 mld zł.

W 2016 roku Bank zawarł z BGK aneks do umowy Portfelowej Linii Gwarancyjnej de minimis, na podstawie którego są udzielane innowacyjnym przedsiębiorcom gwarancje de minimis ze środków Funduszu Gwarancyjnego Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (POIG). Pula dostępnych środków w PKO Banku Polskim wynosi 55 mln zł.

1
miejsce

największy
kredytodawca
z gwarancjami
de minimis

7,3
mld

przyznane
limity
gwarancyjne



Agnieszka Wardak
dyrektor Centrum
Bankowości Przedsiębiorstw
w PKO Banku Polskim

Skutecznie umacniamy pozycję czołowego partnera dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Już co piąta firma zmieniająca bank decyduje się na PKO Bank Polski, ponieważ u nas mogą liczyć na szeroki wachlarz pożyczek oraz kredytów obrotowych i inwestycyjnych. Jednym z przykładów jest Pożyczka MSP, z której skorzystało dotychczas już 22 tys. klientów, a łączna kwota udzielonego finansowania to 2,6 mld zł. Interesującą propozycją w zakresie finansowania jednoosobowej działalności gospodarczej jest kredyt „na jedno kliknięcie”.



02



47

Leasing dla małych i średnich przedsiębiorstw

W ramach oferty Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego klienci sektora małych i średnich przedsiębiorstw mogą korzystać z produktów i usług leasingowych. W formie leasingu finansowany jest praktycznie każdy środek trwały, w zależności od potrzeb klientów.

W grudniu 2016 roku PKO Leasing wchodzący w skład Grupy PKO Banku Polskiego zakończył z sukcesem transakcję zakupu Raiffeisen-Leasing Polska, stając się dzięki temu głównym leasingodawcą w kraju, z udziałem w rynku ponad 13 proc. Leasing stanowi drugie obok kredytu główne źródło finansowania działalności gospodarczej. Modele biznesowe spółek wzajemnie się uzupełniają. Przejęcie Raiffeisen-Leasing Polska pozwoli zwiększyć efektywność usług oraz zapewnić przedsiębiorstwom szeroką i dopasowaną do potrzeb ofertę na każdym etapie rozwoju firmy.

Dzięki zakupowi 100 %
akcji Raiffeisen-Leasing Polska
Grupa PKO Bank Polski
stała się największym
leasingodawcą w Polsce.

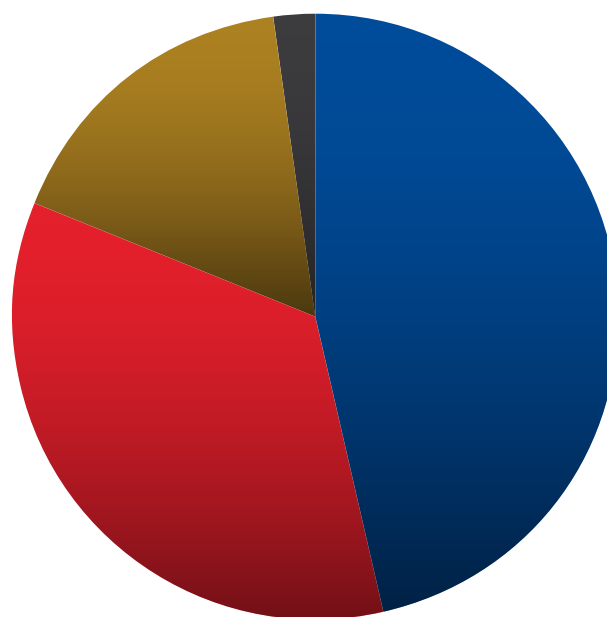
Oferta depozytowa i inwestycyjna

W 2016 roku Bank kontynuował działania mające na celu uatrakcyjnienie oferty depozytowej z uwzględnieniem aktualnej sytuacji rynkowej i pozycji konkurencyjnej. Jednocześnie prowadzone były działania zmierzające do dywersyfikacji źródeł finansowania działalności.

W 2016 roku depozyty segmentu detalicznego wynosiły 162 mld zł i od początku roku ich stan zwiększył się o 14 mld zł. Klienci tego segmentu lokowali środki przede wszystkim w depozytach terminowych.

PKO TFI zarządza środkami powierzonymi przez blisko pół miliona klientów. Oferuje ponad 40 różnorodnych typów funduszy i programów inwestycyjnych o łącznej wartości ponad 20 mld zł.

Struktura depozytów segmentu detalicznego
(na 31.12.2016)

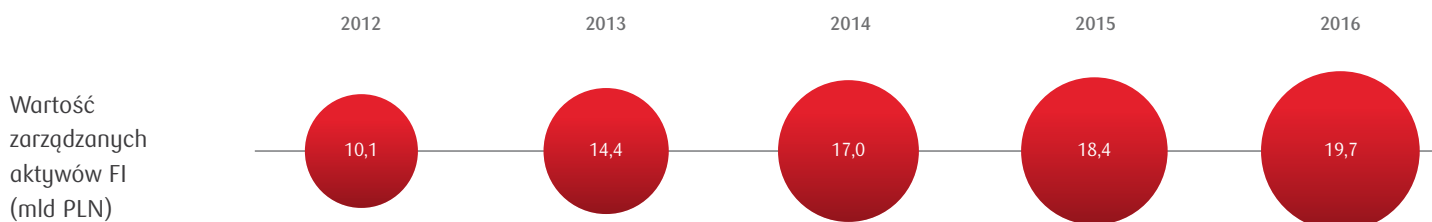


46,5%
depozyty
terminowe

34,7%
depozyty
bieżące

16,7%
rachunki
oszczędnościowe

2,1%
oszczędnościowa
księżeczka
mieszkaniowa



PKO Bank Polski posiada wyłączność na sprzedaż oraz obsługę obligacji detalicznych emitowanych przez Skarb Państwa. W 2016 roku sprzedano blisko 46 mln szt. obligacji (w 2015 roku sprzedaż obligacji wyniosła 32 mln szt.).

Bank konsekwentnie rozwija ofertę produktów ubezpieczeniowych, zwiększając atrakcyjność powiązanych z nimi produktów bankowych oraz dając klientom możliwość zabezpieczenia zobowiązań, majątku oraz otrzymania pomocy w przypadkach losowych.

Najbardziej cyfrowy bank

Inwestycje w innowacyjne rozwiązania i kreowanie nowych standardów w skali rynku, współpraca z instytucjami publicznymi w ramach rozwiązań e-Państwa oraz przeciwdziałanie cyberzagrożeniom to również kluczowe kierunki nowej strategii biznesowej banku.



Maciej Wyszczarski

dyrektor Pionu Sieci i Operacji w PKO Banku Polskim,
koordynator biznesowy programu
Od Papierowej do Cyfrowej Polski

PKO Bank Polski realizuje strategię „Wspieramy rozwój Polski i Polaków” i wzmacnia cyfrowe fundamenty dla społeczno-gospodarczego rozwoju kraju. Dostęp poprzez kanały elektroniczne Banku do PUE ZUS, Profilu Zaufanego czy możliwość składania wniosków o 500+ to przede wszystkim wygoda dla obywateli i przedsiębiorców, szybsze i tańsze procedury, a co za tym idzie oszczędność czasu

i pieniędzy. Nie bez znaczenia jest także satysfakcja z faktu, że żyje się w nowoczesnym, innowacyjnym i przyjaznym obywatelowi kraju. Sukces tego przedsięwzięcia pozwoli nam zwiększyć konkurencyjność Polski i polskich firm. Cieszę się, że nasi klienci chcą razem z nami być częścią tej rewolucji i po raz kolejny pokazali, że są otwarci na innowacje.

PKO Bank Polski jako lider technologiczny sektora bankowego od lat inicjuje projekty integrujące środowisko branży finansowej. Nasze projekty skupiają się na ułatwianiu społeczeństwu dostępu do usług mobilnych i internetowych – nie tylko związanych z bankowością. Przykładem jest włączenie się w inicjatywę „Od papierowej do cyfrowej Polski”, będącą częścią Planu na Rzecz Od-

powiedzialnego Rozwoju. Pierwszym projektem w ramach współpracy z administracją rządową było wdrożenie składania wniosków o świadczenie 500+ z poziomu serwisów bankowych, kolejnym – umożliwienie tą drogą logowania do PUE ZUS. Przełomem w upowszechnianiu usług e-administracji i ułatwieniu dla milionów obywateli i firm stało się jednak udostępnienie klientom ban-

ków możliwości zakładania Profilu Zaufanego, umożliwiającego korzystanie z usług urzędów przez Internet. Od początku współpracowaliśmy z Ministerstwem Cyfryzacji i Centralnym Ośrodkiem Informatyki nad wdrożeniem i jako pierwsi uruchomiliśmy tę funkcję. Do tej pory, za pośrednictwem iPKO i Inteligo, swój Profil Zaufany aktywowało już ponad 150 tys. osób.

Bankowość elektroniczna i mobilna



Dariusz Mazurkiewicz

prezes zarządu Polskiego Standardu Płatności

Nowoczesne technologie cyfrowe decydują o innowacyjności i konkurencyjności gospodarki. Stopień ich wykorzystania w sektorze publicznym i obrocie gospodarczym określa poziom rozwoju społeczno-gospodarczego państw. W Polskim Standardzie Płatności nieustannie pracujemy nad rozwojem BLIKA – powszechnego standardu płatności, który jest dostępny dla wszystkich uczestników polskiego rynku bankowego. BLIK powstał dzięki

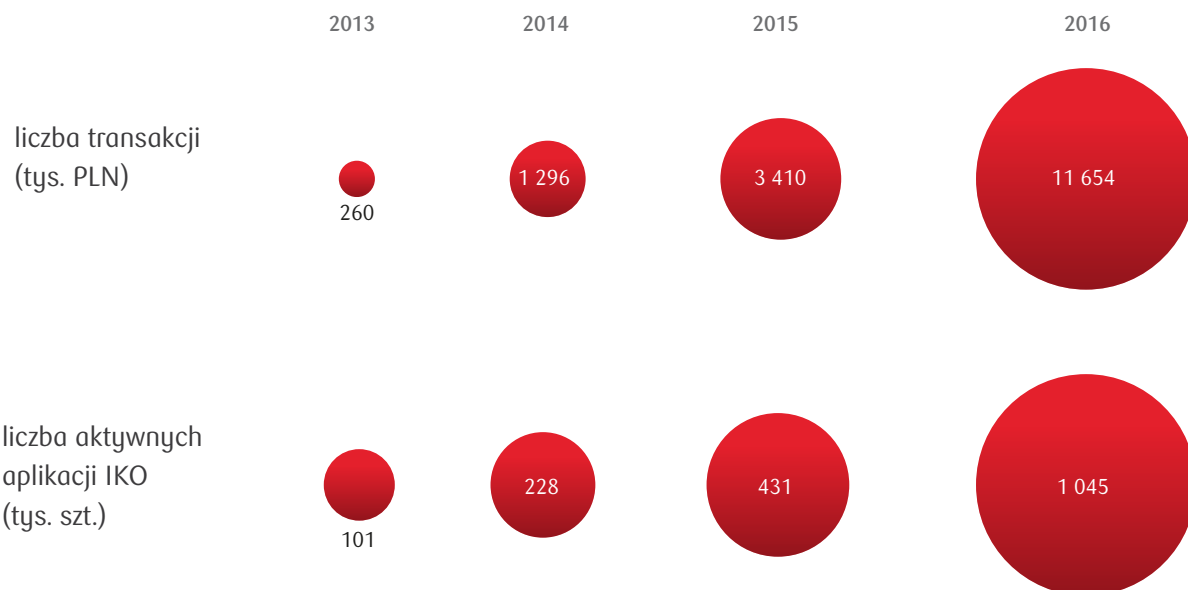
dobrej współpracy największych polskich banków, a podstawą rozwiązania była mobilna aplikacja PKO Banku Polskiego – IKO. PKO Bank Polski dał bodziec i zintegrował rynek, zmieniając oblicze bankowości mobilnej, bo dziś dostęp do BLIKA ma ok. 70 proc. wszystkich klientów krajowych instytucji finansowych. BLIK jest rozwiązaniem unikalnym na skalę światową.

Klienci segmentu detalicznego w ramach serwisu iPKO mogą korzystać z pakietu usług bankowości elektronicznej. Dodatkowo dla małych i średnich przedsiębiorstw istnieje możliwość skorzystania z usług bankowości elektronicznej pod nazwą iPKO Biznes. Korzystanie z tych usług zapewnia klientom dostęp do informacji o swoich rachunkach i produktach, jak również umożliwia wykonywanie transakcji za pośrednictwem: Internetu, terminali samoobsługowych, telefonu.

Duże znaczenie dla rozwoju usług finansowych w Polsce miało stworzenie aplikacji IKO, która stała się bazą do stworzenia BLIKA – nowoczesnego systemu płatności mobilnych. Projekt „Od IKO do BLIKA” uznano za najlepszą innowację w płatnościach na świecie. Obecnie BLIK swym zasięgiem obejmuje

ok. 60 proc. wszystkich klientów krajowych instytucji finansowych.

Bank stworzył też innowacyjne i unikalne oferty dla dzieci, które zmieniły polski rynek bankowy i sposób myślenia o edukacji finansowej. Dzieci poniżej 13 roku życia mogą w PKO Banku Polskim korzystać z przeznaczonych dla nich ofert: bankowości PKO Junior – w formie serwisu transakcyjnego i aplikacji mobilnej – oraz programu Szkolnych Kas Oszczędności wspierającego naukę oszczędzania w szkołach. PKO Junior to pierwsza tego typu oferta w Polsce i najprawdopodobniej jedna z pierwszych na świecie. Kolejne Szkolne Kasy Oszczędności PKO Banku Polskiego to największy i najstarszy program edukacji finansowej dla dzieci w Polsce.



Aplikacja mobilna iKO pozostaje liderem rynku zarówno pod względem liczby aktywacji, jak i zwirtualizowanych kart w technologii HCE do płatności zbliżeniowych. Jest też regularnie nagradzana i doceniana przez ekspertów rynkowych i samych użytkowników. iKO od wielu miesięcy jest najlepiej oceniane wśród aplikacji bankowych w trzech największych sklepach z aplikacjami.

W aplikacji iKO pojawiło się wiele nowych funkcji, w tym między innymi czasowe blokowanie karty, pożyczka gotówkowa, dodawanie i zarządzanie zleceniami stałymi, ustawianie serii przelewów i przelewów z datą przyszłą, złożenie wniosku o dopuszczalne saldo debetowe, a także aktywacja iPKO i iPKO w jednym procesie za pomocą hasła pierwszego logowania.

W czerwcu 2017 roku Bank odnotował w iKO średnio ponad 700 tysięcy unikalnych użytkowników i ponad 5 milionów logowań do aplikacji tygodniowo. Biorąc pod uwagę dwa pierwsze kwartały 2017 roku, transakcja w iKO jest dokonywana średnio co 1 sekundę. Klienci Banku mają też obecnie 100 tysięcy aktywnych kart w iKO do płatności zbliżeniowych, i zapłacili w ten sposób łącznie już 1,2 miliona razy. W czerwcu klienci płacili zbliżeniowo telefonem z iKO średnio 57 tysięcy razy w każdym tygodniu.



Jakub Grzechnik

dyrektor Centrum Bankowości Mobilnej i Internetowej w PKO Banku Polskim

PKO Bank Polski jest bankiem ery mobilnej. Aż 22 proc. Polaków logujących się na konto za pośrednictwem smartfona lub tabletu to klienci PKO Banku Polskiego. Na koniec pierwszego kwartału 2017 roku Bank miał niemal 1,8 mln aktywnych mobilnych klientów i 1,2 mln aktywnych aplikacji iKO, co zagwaranto-

wało mu pozycję lidera na polskim rynku mobilnych usług bankowych. Stale rozwijamy funkcjonalności naszej bankowości mobilnej. Jej użytkownicy to doceniają, bowiem już 90 tys. klientów – najwięcej na rynku – płaci zbliżeniowo przy użyciu telefonu z iKO.

Segment korporacyjny

PKO Bank Polski obsługuje obecnie niemal 15 tysięcy klientów korporacyjnych, którzy mogą liczyć na profesjonalną i specjalistyczną pomoc doradców oraz kompleksową ofertę produktów bankowości transakcyjnej. Dzięki podziałowi na specjalizacje branżowe (m.in. Rolnictwo i Przemysł Spożywczy, Produkcja i Handel) skutecznie odpowiadamy na potrzeby naszych klientów prowadzonych różnego rodzaju działalność.

W swojej ofercie posiadamy także instrumenty wspierające ekspansję zagraniczną, takie jak akredytywy oraz gwarancje i inkasa, które zabezpieczają transakcje biznesowe. Za granicą naszych klientów wspierają nasi specjaliści we Frankfurcie nad Menem i Pradze. W ten sposób PKO Bank Polski z sukcesami dąży do pozycji partnera finansowego pierwszego wyboru dla polskich firm prowadzących biznes na zagranicznych rynkach.

Jesteśmy strategicznym partnerem Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju w zakresie udostępniania oferty wsparcia dla eksportu. Wartość wsparcia oferowanego przez PFR w ramach Programu Ekspansji Międzynarodowej Polskich Przedsiębiorstw, którego realizację wspiera PKO Bank Polski, wynosi łącznie około 60 mld zł.



02



52



z 16 województw
obsługuje
Bank PKO



kredyty korpo-
ralne
brutto



depozyt
klientów
korporacyjnych



klientów
korporacyjnych
obsługuje
Bank PKO

Paweł Pach

dyrektor Pionu Relacji
z Klientami Korporacyjnymi
w PKO Banku Polskim

PKO Bank Polski dzięki bogatej ofercie, zindywidualizowanemu podejściu do potrzeb klientów oraz profesjonalnej obsłudze jest wiodącym partnerem polskiej przedsiębiorczości. Finansujemy zarówno bieżącą działalność firm, jak i ich przyszłe przedsięwzięcia. Analizujemy sytuację

biznesową klienta w dłuższej perspektywie, nie tylko przez pryzmat najbliższej transakcji. Nasz doradca, identyfikując konkretną potrzebę klienta, może zaoferować pełen wachlarz usług nie tylko stricte bankowych, ale też Grupy Kapitałowej.



Katarzyna Michalak-Magda
prezes Zarządu Poltreg S.A.

Metoda Treg, której komercjalizacją zajmuje się nasza spółka poprawia jakość życia dzieci chorych na cukrzycę typu 1. Współpracę z PKO Bankiem Polskim Bankiem rozpoczęliśmy dzięki udziałowi Spółki w pierwszej edycji MIT Enterprise Forum Polska, którego Bank jest partnerem. Zostaliśmy laureatami jego pierwszej edycji. Dzięki temu mieliśmy okazję ulepszyć nasz model biznesowy we współ-

pracy ze światowej klasy mentorami oraz zbudować relacje, które ułatwiają nam rozwój biznesu, w tym z PKO Bankiem Polskim. Dzięki tak rozpoczętej współpracy łatwiej było zidentyfikować obszary realnych potrzeb finansowych Spółki np. finansowaniu zakupu sprzętu niezbędnego do wyposażenia laboratorium w formie leasingu.

Bankowość międzynarodowa

Ukraina

Szwecja

Czechy

Niemcy

PKO Bank Polski aktywnie uczestniczy w rozwoju międzynarodowej ekspansji swoich klientów, oferując im wsparcie na rynkach zagranicznych. Podejmowane są inicjatywy ułatwiające obsługę finansową polskich firm działających na rynkach międzynarodowych. Jedną z nich było otwarcie oddziału Banku w Republice Federalnej Niemiec i w Czechach. Uruchomienie placówek korporacyjnych za granicą jest elementem strategii ekspansji międzynarodowej Banku zakładającej podążanie za klientami i wspieranie rozwoju polskich firm. Jej istotnym elementem było wejście na rynek niemiecki. Bank jest też obecny na Ukrainie, gdzie działa należący do grupy kapitałowej Kredobank, oraz w Szwecji, gdzie od 2013 roku funkcjonuje spółka PKO Leasing Sverige. Równoległe do zwiększania fizycznej obecności na rynkach zagranicznych rozwijana jest także

oferta finansowania handlu międzynarodowego na odległych rynkach. Bank współpracuje z bankami korespondentami w każdym istotnym regionie świata, był też pierwszym polskim bankiem gotowym do dokonywania rozliczeń z Iranem po zniesieniu części sankcji nałożonych na ten kraj. W ostatnim czasie PKO Bank Polski wzmacnia swój potencjał do wzajemnych rozliczeń w regionie Zatoki Perskiej.

Ponadto Bank zapewnia specjalistyczne wsparcie zagranicznych firm działających w Polsce m.in. pochodzących z krajów skandynawskich, Korei Południowej i Ukrainy. W tym celu zostały powołane zespoły ekspertów dedykowane obsłudze firm z tych krajów, co sprzyja zacieśnianiu relacji gospodarczych. Szeroka paleta oferowanych produktów oraz wysokiej klasy zespół doradców sprawiają, że PKO Bank Polski jest

coraz częściej doceniany przez zagranicznych klientów.

PKO Bank Polski posiada szeroką i efektywną sieć rachunków nostro, ponad 1400 nawiązanych relacji SWIFT

z bankami w różnych krajach i rynkach. Jednocześnie prowadzi około 200 rachunków loro dla banków zagranicznych, wykorzystywanych do rozliczania operacji tych banków zarówno w Polsce, jak i na rynkach trzecich. Bank aktywnie współpracuje z uczestnikami rynku, wspierając działalność swoich klientów na rynkach zagranicznych i rozszerza wachlarz walut dostępnych, czego przykładem może być wdrożenie dolara nowozelandzkiego (NZD), singapurskiego (SGD) oraz randa południowoafrykańskiego

Robert Zmiejko

dyrektor Pionu Rozwoju Zagranicznego
w PKO Banku Polskim



Bank podąża za klientami wszędzie tam, gdzie są oni aktywni. W grudniu 2015 roku uruchomił oddział korporacyjny we Frankfurcie, ułatwiający finansowanie polskich przedsiębiorstw na rynku niemieckim. W kwietniu 2017 roku rozpoczął działalność nasz oddział korporacyjny w Pradze. Wspieramy polskie firmy także na odleglejszych rynkach. Współpra-

cujemy z bankami chińskimi. W lutym 2016 roku, po częściowym zdjęciu sankcji nałożonych na Iran, byliśmy pierwszym bankiem, który uruchomił usługi dla przedsiębiorstw zainteresowanych tym kierunkiem. Bank wymienił z kilkoma irańskimi bankami klucze SWIFT, co otworzyło drogę do prowadzenia rozliczeń finansowych między Polską a Iranem.

Rynek kapitałowy

Dom Maklerski PKO Banku Polskiego jest jednym z najstarszych domów maklerskich w Polsce, prowadzi działalność od 1991 roku. Przez ponad 25 lat funkcjonowania wyspecjalizował się w obsłudze maklerskiej klientów instytucjonalnych i indywidualnych. Pełni wiodącą rolę na rynku akcji i obligacji. Jest liderem pod względem liczby i wartości transakcji zrealizowanych na rynku kapitałowym.

Kluczowym elementem jego strategii jest szeroka oferta produktowa oraz dbałość o to, aby inwestowanie było wygodne

i nowoczesne. DM PKO Banku Polskiego posiada największą sieć sprzedaży usług maklerskich w Polsce. To ponad 1100 Punktów Usług Maklerskich, które zlokalizowane są w oddziałach banku, oraz 33 Punkty Obsługi Klienta DM PKO Banku Polskiego. Szeroka sieć placówek umożliwia inwestorom na terenie całego kraju łatwy i szybki dostęp do usług maklerskich oraz stanowi wsparcie w budowaniu długookresowych relacji z klientami. DM PKO Banku Polskiego oferuje inwestorom indywidualnym m.in. profesjonalny serwis transakcyjny supermakler wyposażony

w szereg narzędzi analitycznych (dostępny także w wersjach mobilnych na smartfony i tablety), powiązanie rachunku inwestycyjnego z rachunkiem bankowym i dostęp do usług maklerskich z poziomu systemów bankowości elektronicznej iPKO/Inteligo, profilowany serwis rynkowy (PAP, Notoria) wzbogacony o atrakcyjne materiały analityczne i rekomendacje, szereg specjalistycznych produktów inwestycyjnych oraz indywidualną opiekę maklerską dla najbardziej wymagających inwestorów.

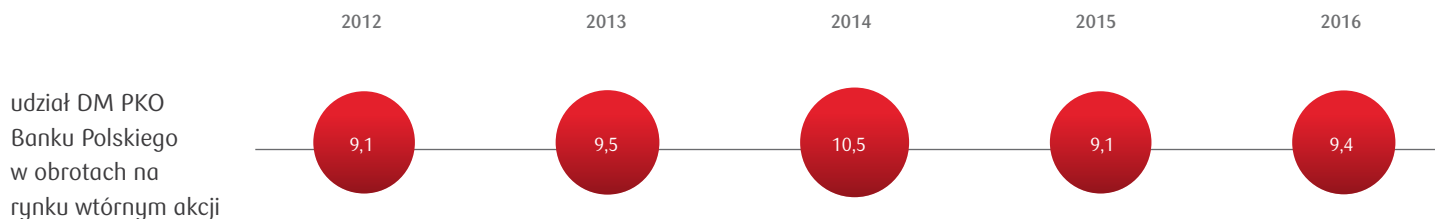
157,4
tys.

liczba rachunków
papierów
wartościowych
i rachunków
pieniężnych
prowadzonych
przez Dom Maklerski
PKO Banku Polskiego

170,4
tys.

liczba rachunków
rejestranych
prowadzonych
przez Dom Maklerski

W 2016 roku wartość obrotów Biura na rynku wtórnym akcji przekroczyła 39 mld zł co stanowiło blisko 10 proc. rynku i pozwoliło uzyskać drugie miejsce. Dom Maklerski pełni funkcję agenta emisji obligacji detalicznych i aktywnie uczestniczy w obrocie obligacjami na GPW, posiada niemal połowę udziału w obrocie i od lat zajmuje pierwszą pozycję wśród uczestników rynku.



Dom Maklerski PKO Banku Polskiego systematycznie poszerza ofertę skierowaną do inwestorów. W lipcu 2017 roku udostępnił bezpłatną usługę Doradztwa inwestycyjnego opartego na Portfelach modelowych. Usługa Doradztwa inwestycyjnego to sześć Portfeli modelowych dopasowanych do różnych profili inwestycyjnych, zróżnicowanych ze względu na instrumenty finansowe wchodzące w ich skład. Mogą to być zarówno obligacje, akcje z rynku polskie-

go jak i ETF-y z giełd zagranicznych. Klienci w zależności od ich profilu inwestycyjnego mają do wyboru aż sześć bazowych scenariuszy inwestycyjnych: Oszczędnościowy, Obligacyjny Plus, Zrównoważony, Dochodowy, Globalny i Agresywny. Dom Maklerski PKO Banku Polskiego co roku prowadzi cykl bezpłatnych, otwartych szkoleń dla osób zainteresowanych poszerzeniem wiedzy o rynkach kapitałowych i usłudze Doradztwa. Spotkania odbywają

się od kilku do kilkunastu miastach w Polsce. Podczas spotkań zarówno początkujący jak i aktywni inwestorzy będą mogli dowiedzieć się jak wygodnie i bezpiecznie inwestować w oparciu o wyniki prac analitycznych Biura Analiz Rynkowych DM PKO Banku Polskiego, oraz uniknąć typowych błędów dzięki prowadzeniu inwestycji zgodnie ze strategią inwestycyjną przyjętą w odpowiednim Portfelu modelowym.



Filip Paszke

dyrektor Domu Maklerskiego
PKO Banku Polskiego

Systematycznie budujemy wiodącą pozycję wśród domów maklerskich, a miniony, jubileuszowy dla nas rok był szczególnie dobry. Udało nam się znacząco umocnić udziały we wszystkich segmentach działalności. Nowoczesne narzędzia, profesjonalna kadra i atrakcyjna oferta wyróżniają nas na rynku.

NewConect

Dom Maklerski
jest aktywnym
użytkownikiem
rynku

blisko
250
mln

wartość
zrealizowanych
obrotów
plasuje DM na
4. pozycji na rynku
i 3. pod względem
animowanych
spółek (48)

Start-up

PKO Bank Polski angażuje się w inicjatywę wspierania innowacyjnych start-upów w ramach projektu MIT Enterprise Forum Poland. Jest to program akceleracji start-upów, którego celem jest wyłonienie najlepszych polskich młodych firm, które prezentują odpowiedni potencjał biznesowy i unikalne pomysły, potem także ich wsparcie oraz komercjalizacja najlepszych rozwiązań. Projekt angażuje zarówno osoby z MIT Enterprise Forum Poland, mające doświadczenie w akce-

leracji metodą opracowaną w Massachusetts Institute of Technology, jak i mentorów reprezentujących partnerów programu i młodych przedsiębiorców. Każdy z nich jest opiekunem ścieżki związanej z obszarem działalności firmy. PKO Bank Polski prowadzi program „Let's Fintech with PKO Bank Polski!”, dedykowany start-upom proponującym rozwiązania finansowe związane z płatnościami, bankowością mobilną i internetową, bezpieczeństwem i inwestycjami. Wsparty go też VISA i Hewlett-Packard.

W maju 2017 roku ogłoszono partnerstwo PKO Banku Polskiego i akceleratora MassChallenge – jednego z największych akceleratorów dla start-upów technologicznych na świecie. Celem projektu jest przyciągnięcie do Polski, a następnie rozwój najlepszych start-upów technologicznych z regionu Europy Środkowo-Wschodniej

Przemysław Jesionowski

Business Development Director IC Solutions – jeden ze zwycięzców ścieżki „Let's Fintech with PKO Bank Polski!”

Jesteśmy zafascynowani nowymi technologiami, bacznie obserwujemy rzeczywistość, szybko rozpoznajemy trendy rynkowe i włączamy się w opinie na temat naszych produktów. Program akceleracji realizowany przez MIT Enterprise Forum Poland był dla nas szansą, z której nie mogliśmy nie skorzystać, myśląc

o komercjalizacji naszego rozwiązania – długopisu służącego do automatycznej cyfryzacji papierowych dokumentów. Jesteśmy dumni z tego, że PKO Bank Polski docenił nasz pomysł, tworząc go technologię i jego potencjał biznesowy. Współpraca z taką marką jest dla nas ogromną możliwością rozwoju.



Grzegorz Pawlicki

dyrektor Biura Innowacji i Doświadczeń Klienta w PKO Banku Polskim

Jesteśmy partnerem głównym programu akceleracji start-upów MIT Enterprise Forum Poland. To swego rodzaju kuźnia młodych polskich firm, które dzięki nam otrzymują szansę na rozwój oraz komercjalizację swoich pomysłów. Równolegle z akceleratorem MITEF prowadzimy działania związane z wyszukiwaniem start-upów już w dojrzałej

fazie rozwoju, tzw. „late stage”, także na rynkach zagranicznych. Dzięki naszej aktywności w tym obszarze dziś możemy się pochwalić inwestycją w start-up fintechowy Zencard oraz partnerstwem z jednym z największych na świecie akceleratorów dla start-upów – marką MassChallenge.



Programem „Let’s Fintech with PKO Bank Polski!”
zainteresowało się 26 podmiotów.

Do finału wybrano sześć najlepszych projektów:

-  **Coinfirm Blockchain Lab** – zespół wypracował rozwiązanie do potwierdzania i uwierzytelniania dokumentów na podstawie blockchain, służące do eliminacji nadużyć w obrocie dokumentami online.
-  **Moneyfriend** – start-up opracował chatbota dla Facebook Messengera, przeznaczonego dla młodych klientów. Projekt zakłada stworzenie bankowego bota, dzięki któremu klienci będą mogli komunikować się z bankiem.
-  **Nu Delta** – twórcy aplikacji mobilnej służącej do błyskawicznego, automatycznego rozpoznania informacji z faktur za pomocą aparatu w telefonie. Aplikacja ma usprawnić przetwarzanie dokumentów papierowych na elektroniczne.
-  **IC Solutions** – twórcy intuicyjnej technologii IC Pen, elektronicznego długopisu służącego m.in. do automatycznej cyfryzacji papierowych dokumentów. IC Pen to informatyczna odpowiedź na wyzwanie współczesności, czyli paperless – skuteczne i zgodne z prawem ograniczenie zużycia papieru.
-  **Fenige** – wdrożył platformę do przesyłania błyskawicznych przelewów międzynarodowych. SaaS Manager – zespół stworzył unikalną platformę informatyczną do tworzenia i integracji usług w chmurze. Dzięki konkretnym funkcjonalnym rozwiązaniom niezbędnym do działania aplikacji SaaS Manager pozwala zaoszczędzić wiele czasu potrzebnego do tworzenia nowego produktu.

Zwycięzcy otrzymali specjalny grant
(do 200 tys. zł plus 50 tys. zł na usługi doradcze) oraz kompleksową pomoc: doradztwo przy stworzeniu lub weryfikacji modelu biznesowego, wsparcie mentorów, porady ekspertów z zakresu pozyskiwania dotacji, przepisów podatkowych i ochrony własności intelektualnej, a wreszcie testy w środowisku klienckim w Oddziałach Laboratoryjnych PKO Banku Polskiego, co stanowi unikalną szansę na zweryfikowanie tych pomysłów i ocenę ich wartości zarówno dla klientów, jak i dla biznesu.

Jakość

10 lat
Contact Center

Contact Center PKO
Banku Polskiego
najlepiej ocenianym
w sektorze bankowym



Agnieszka Wrońska

dyrektor Centrum Obsługi Klienta
Detalicznego w PKO Banku Polskim

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 od 10 lat 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, kompetencję, wiarygodność i profesjonalizm. Infolinia Banku została również doceniona za najwyższą jakość obsługi w badaniu Instytucja Roku 2016.

Nasi klienci coraz częściej korzystają z rozwiązań mobilnych i oczekują szybkiej oraz merytorycznej obsługi, niezależnie od kanału kontaktu, który wybiorą. Koncentrujemy się na tych potrzebach i dążymy do tego, żeby doświadczenia klienta były równie dobre, niezależnie od wybranej formy kontaktu z bankiem. Wyróżnienia przyznawane w niezależnych badaniach i audytach potwierdzają, że najwyższa na rynku finansowym jakość obsługi zdalnej jest w PKO Banku Polskim standardem.

Zen Card

Bank jest też otwarty na wdrażanie we własnych systemach nieszablonowych rozwiązań proponowanych przez młodych naukowców i przedsiębiorców. Na początku roku jako pierwsza polska instytucja finansowa zainwestowaliśmy w start-up fintechowy. Dokonując zakupu ZenCardu, pokazaliśmy, że jesteśmy gotowi na wdrażanie innowacyjnych rozwiązań i wysłaliśmy do inwestorów jasny sygnał, że warto inwestować w perspektywiczne polskie start-upy, ponieważ najlepsze opracowywane przez nie rozwiązania mogą być z powodzeniem przejmowane przez działające w Polsce innowacje.

W połowie 2017 roku została uruchomiona platforma ZenCard 2.0, na bazie której ruszyła pierwsza kampania promocyjna dla renomowanych klientów – MAKRO i Visa. PKO Bank Polski jest partnerem pierwszego wyboru dla młodych spółek technologicznych, umożliwiając im relacje z największymi klientami. Platforma lojalnościowa ZenCard została zintegrowana z systemami eService, agenta rozliczeniowego z Grupy Kapitałowej PKO Banku Polskiego, co dało możliwość oferowania usługi dodanej zarówno mniejszym, jak i dużym sieciom handlowym.

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 e-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 utworzył stanowisko Rzecznika Klienta, który jest instancją odwoławczą wspierającą klientów w kontaktach z Bankiem.



Monika Poncyliusz

rzecznik klienta w PKO Banku Polskim

Zadaniem Rzecznika klienta jest poszukiwanie niestandardowych rozwiązań, wypracowanie porozumienia satysfakcjonującego obie strony. Zmieniają się warunki rynkowe, sposoby kontaktu z Bankiem, ludzkie przyzwyczajenia, ale nie zmienia się jedno: oczekiwanie klientów, że Bank będzie instytucją zaufania publicznego, otwartą na dialog i współpracę.

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. Jako instan-

cja odwoławcza wspiera 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 rzecz-

ników 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.



02



59

Bank bez barier

1 300

bankomaty
z modułami
dla osób
niewidomych
i słabowidzących

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 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.

O 2016 roku w wybranych oddziałach w Warszawie, Wrocławiu, Poznaniu, Opolu i Krakowie obsługujemy osoby niedosłyszące i głuche. Doradcy zostali przeszkoleni z podstaw języka migowego. Każda placówka została wyposażona w specjalnie przygotowany tablet. Na początku spotkania nawiązywane jest wideopłączenie z tłumaczem języka migowego. Na ekranie klient widzi tłumacza pośredniczącego i może w czasie rzeczywistym komunikować się z pracownikiem Banku. Głusi mogą bezpośrednio dopytać o każdy szczegół umowy. Otrzymali pełny dostęp do informacji i oferty Banku.

Bezpieczeństwo

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 w zakresie bankowości elektronicznej, mobilnej, a także korzystania z kart płatniczych.

W sieci coraz częściej pojawiają się publikowane przez internautów zdjęcia dokumentów i kart płatniczych, co niesie za sobą wiele zagrożeń dla ich właścicieli.

#Cyberstrażnik wykorzystuje kilka popularnych narzędzi do monitoringu Internetu w poszukiwaniu treści zawierających dane osobowe (np. fotografie kart płatniczych, dokumentów i świadectw maturalnych). Edukacyjny przekaz akcji realizowanej w ubiegłym roku dotarł do ok. 2 mln użytkowników Internetu.

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. 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 na bieżąco przechodzą szkolenia pomagające rozpoznawać tego rodzaju incydenty, dzięki czemu udaremnili wiele prób wyłudzeń i pomogli uratować oszczędności życia wielu starszych osób. Akcje informacyjne, edukacyjne i ostrzeżenia przynoszą realne efekty. Znacząco wzrasta świadomość klientów dotycząca kwestii zagrożeń.

W akcjach polegających na zapobieganiu kradzieży konieczna jest współpraca pracowników Banku i policji. Scenariusz niemal zawsze jest taki sam. Do oddziału przychodzi starsza osoba chcąc wypłacić większą sumę. Zazwyczaj ją znamy i wiemy, jakich operacji najczęściej dokonuje. Tym razem transakcja jest nietypowa. Do tego jakieś dziwne zachowanie, włączony telefon, podenerwowanie. Wtedy u kasjera zapala się czerwona lampka i zaczyna klienta dopytywać, co zamierza z tymi pieniędzmi zrobić, na co są mu potrzebne, czy nie boi się sam nieść tak dużej sumy? Mamy już wyrobione kontakty w komendzie policji. Dzięki temu reakcja jest bardzo szybka.



Małgorzata Górka

doradca w Oddziale 39
PKO Banku Polskiego w Warszawie

Razem z koleżankami i kolegami pomogła uratować pieniądze wielu klientów.

W akcjach polegających na zapobieganiu kradzieży konieczna jest współpraca pracowników Banku i policji. Scenariusz niemal zawsze jest taki sam. Do oddziału przychodzi starsza osoba chcąc wypłacić większą sumę. Zazwyczaj ją znamy i wiemy, jakich operacji najczęściej dokonuje. Tym razem transakcja jest nietypowa. Do tego jakieś dziwne zachowanie, włączony telefon, podenerwowanie. Wtedy u kasjera zapala się czerwona lampka i zaczyna klienta dopytywać, co zamierza z tymi pieniędzmi zrobić, na co są mu potrzebne, czy nie boi się sam nieść tak dużej sumy? Mamy już wyrobione kontakty w komendzie policji. Dzięki temu reakcja jest bardzo szybka.

02

61





ROZDZIAŁ 3

Miejsce pracy

Bank łączy realizację celów biznesowych z działaniami, które odpowiadają na zróżnicowane potrzeby pracowników. Trwałą przewagę konkurencyjną naszej organizacji budują ludzie – utalentowani, zaangażowani i gotowi do ciągłego rozwoju. Realizujemy inicjatywy sprzyjające przyjaznej atmosferze pracy, ułatwiające godzenie jej z życiem prywatnym oraz wspieramy pracowników w trosce o zdrowie i rozwój pozazawodowych pasji. Jesteśmy jednym z największych pracodawców w kraju, zapewniamy miejsce pracy i rozwoju dla blisko 25,5 tys. osób.



Miejsce pracy

Bank łączy realizację celów biznesowych z działaniami, które odpowiadają na zróżnicowane potrzeby pracowników. Trwałą przewagą konkurencyjną naszej organizacji budują ludzie – utalentowani, zaangażowani i gotowi do ciągłego rozwoju.

Realizujemy inicjatywy sprzyjające przyjaznej atmosferze pracy, ułatwiające godzenie jej z życiem prywatnym oraz wspieramy pracowników w trosce o zdrowie i rozwój pozazawodowych pasji. Jesteśmy jednym z największych pracodawców w kraju.

Na koniec 2016 roku Bank zatrudniał ponad 25,5 tys. osób. Naszą siłą jest synergia doświadczenia pracowników związanych z nami od lat ze świeżym spojrzeniem tych, którzy dopiero dołączyli do nas. Średnia wieku pracowników wynosi 42 lata. Ponad 28 proc. naszej kadry nie przekroczyło 35 roku życia, a 36 proc. ma ponad 45 lat.



03



64

średnia
wieku
pracowników

42
lata

liczba
zatrudnionych
kobiet

2502

liczba
zatrudnionych
pracowników

29,4
tys.

liczba
zatrudnionych
mężczyzn

1021



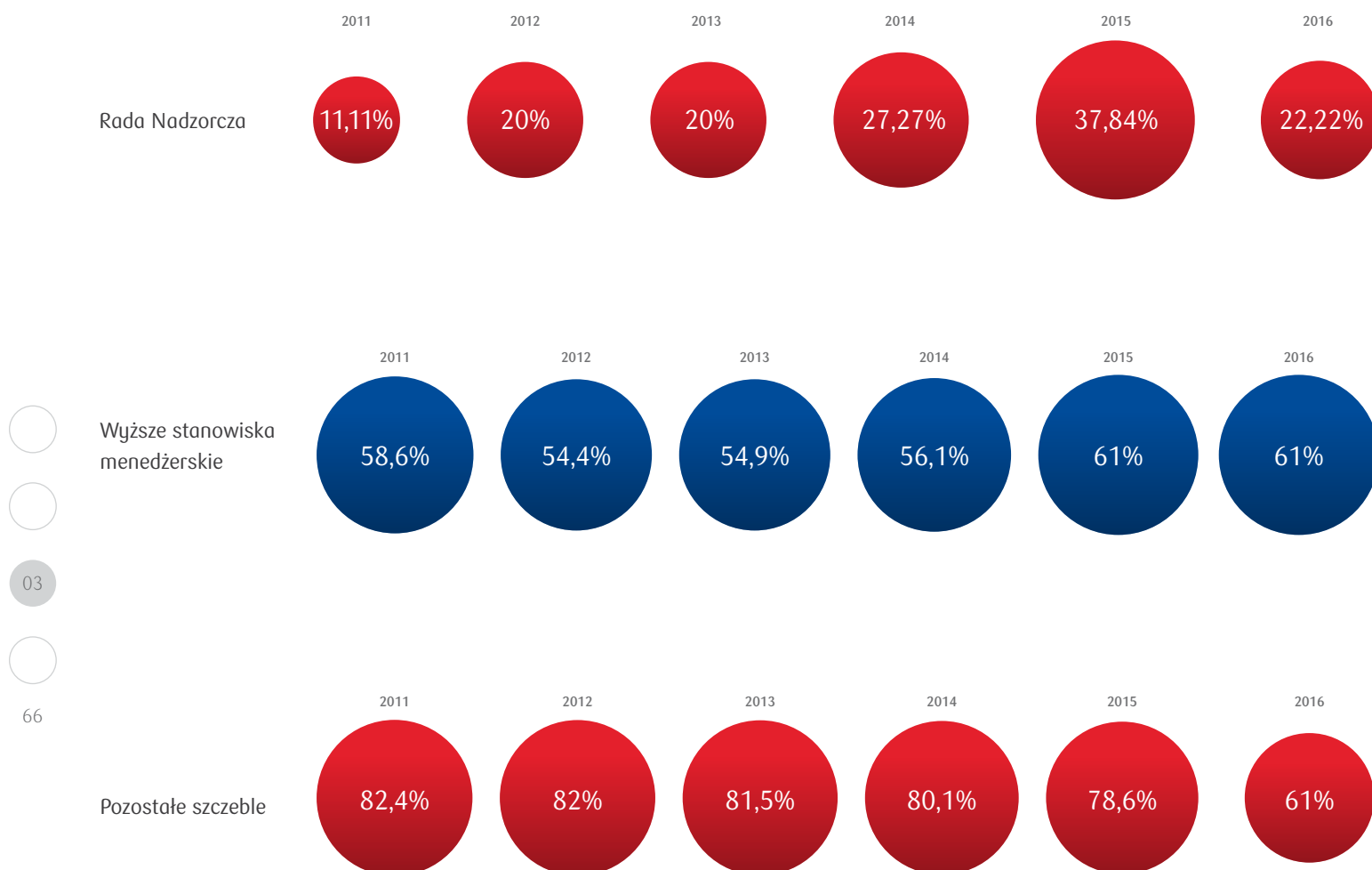
Stan zatrudnienia według typu zatrudnienia, rodzaj umowy oraz płci

	2012	2013	2014	2015	2016
liczba pracowników zatrudnionych w danym roku	2 189	1 796	4 280	3 523	2 532
czas nieokreślony:	23 661	22 534	23 260	22 438	21 815
w tym kobiet	19 203	18 132	18 365	17 560	16 960
czas określony:	1 751	1 733	2 343	3 172	3 296
w tym kobiet	1 264	1 292	1 783	2 375	2 465
okres próbny:	262	168	126	45	58
w tym kobiet	186	123	80	26	22
na zastępstwo:	218	206	349	367	313
w tym kobiet	185	173	275	295	251
łączna liczba zatrudnionych kobiet	1 499	1 250	3 052	2 502	2 502
łączna liczba zatrudnionych mężczyzn	690	546	1 228	1 021	1 021
wskaźnik fluktuacji pracowników	11%	13%	11%	14%	2 465



65

Procent kobiet w podziale na lata



Zwolnienia

PKO Bank Polski poziom zatrudnienia dostosowuje na bieżąco do aktualnych potrzeb biznesowych i planów rozwojowych. Wdrażanie zmian organizacyjnych, w tym centralizacji funkcji i procesów, zmian w procesach realizowanych w poszczególnych jednostkach organizacyjnych Banku oraz wdrażanie nowych technologii oznacza tworzenie nowych stanowisk, ich przekształcanie lub przemieszczanie, a w niektórych przypadkach – redukcję etatów.

Liczba osób zwalnianych z przyczyn od nich niezależnych zawsze jest uzgodniona z zakładowymi organizacjami związkowymi. Pracownikom objętym restrukturyzacją Bank oferuje pomoc w postaci wsparcia finansowego i pakietów ułatwiających nabywanie nowych kwalifikacji oraz znalezienia pracy. W 2016 roku poziom zwolnień był zdecydowanie niższy od planowanego – zrealizowano około 1/3 zwolnień w stosunku do planów zakładanych na początku roku, które obejmowały 836 osób.

W grudniu 2016 roku PKO Bank Polski przekazał do Urzędu Pracy m.st. Warszawy zaawizowanie, że liczba pracowników Banku, którzy w 2017 roku mogą być objęci zwolnieniami, wyniesie maksymalnie 950 osób na terenie całego kraju. Analogicznie jak w latach ubiegłych, dla większości z nich Bank ma propozycje zatrudnienia na zmienionych warunkach.

Średni staż pracy w PKO Banku Polskim

15
lat

Rekrutacja wewnętrzna

PKO Bank Polski umożliwia pracownikom zmianę miejsca zatrudnienia zarówno jeśli chodzi o zespoły i zadania, jak i lokalizację. Dzięki temu mogą rozwijać swoje kompetencje w nowych obszarach, sprawdzać się w wielu interdyscyplinarnych zespołach projektowych czy przedsiębiorstwach.

Rekrutacja wewnętrzna to ciekawa propozycja dla osób, które oczekują wyzwań, a jednocześnie cenią stabilizację. Życiorysy wielu pracowników Banku pokazują, że taka ścieżka kariery pozwala na rozwój, jest źródłem satysfakcji i daje poczucie spełnienia zawodowego.



67

Kultura nowoczesnej organizacji

Wciąż staramy się umacniać pozycję Banku, jako najlepszego pracodawcy w sektorze finansowym.

Dlatego naszym celem jest, aby każdy pracownik mógł wykorzystać swój talent i jednocześnie potencjał organizacji. To zapewnia rozwój innowacyjności i efektywności biznesowej oraz tworzenie środowiska pracy pozwalającego zachować równowagę między życiem zawodowym a prywatnym.

Tworzymy środowisko pracy oparte na współpracy, współdzieleniu odpowiedzialności i otwartości na zmiany.

Zapewniamy atrakcyjne możliwości rozwoju zawodowego. Naszym celem jest budowanie poczucia dumy i identyfikacji z marką PKO Banku Polskiego.

Relacje z pracownikami regulują przejrzyste zapisy w zakresie ich praw i obowiązków, 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.

Zasady te stosujemy od etapu rekrutacji (zapisy w „Standardach rekrutacji”) przez cały okres zatrudnienia (szkolenia m.in. z Kodeksu Etyki). Pozwala to na utrzymanie wykwalifikowanej kadry, przyciąganie najlepszych specjalistów z rynku oraz zaangażowanych stażystów.

Najlepszy pracodawca

Działania, które zapewniają nam pozycję
jednego z najlepszych pracodawców na rynku:

- przestrzeganie regulacji i respektowanie praw człowieka,
- tworzenie i stosowanie standardów dotyczących warunków pracy, wynagradzania, obowiązków pracodawcy,
- jednolity system wynagradzania oparty na wartościowaniu poszczególnych stanowisk,
- przestrzeganie zasad etyki, tworzenie systemu zgłaszania nieprawidłowości i przeciwdziałanie lobbingowi,
- prowadzenie polityki rozwoju pracowników, także poprzez ścieżki kariery i awansu,
- docenianie różnic i poszanowanie indywidualizmu, troska o bezpieczeństwo pracowników,
- benefity związane z koncepcją work-life-balance.

W ubiegłym roku Bank ogłosił nową strategię na lata 2016-2020 „Wspieramy rozwój Polski i Polaków”. Jej nadrzędnym celem w obszarze HR jest wzrost zaangażowania i satysfakcji pracowników – powyżej średniej krajowej – poprzez kontynuację tworzenia przyjaznego, wspierającego i otwartego środowiska pracy. Dzięki Programowi „Kultura Nowoczesnej Organizacji”, który jest elementem strategii, chcemy stać się w jeszcze większym stopniu otwartym, dynamicznym, przyjaznym i atrakcyjnym pracodawcą.

Otwarty na młode pokolenie

Cenimy entuzjazm, zaangażowanie i otwartość na zmianę młodego pokolenia. W wielu obszarach współpracujemy ze środowiskiem akademickim, co pozwala nam skutecznie docierać do najbardziej utalentowanych młodych ludzi i zapraszać ich do naszego zespołu.

Szeroka oferta oraz duża skala działania Banku umożliwiają młodym ludziom sprawdzenie się w wielu interdyscyplinarnych zespołach projektowych oraz udział w interesujących przedsięwzięciach.

Bank partnerem
nowatorskiego
projektu
edukacyjnego

Akademia
Liderów Rynku
Kapitałowego

oferta dla uczniów,
studentów
i absolwentów
<18 lat

500
praktyk

oferta dla studentów
IV i V roku oraz
absolwentów
>30 lat

200
staży



W ubiegłym roku staże organizowaliśmy 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!”, zachęcającego polskich studentów za granicę do zdobywania doświadczenia zawodowego w Polsce. Z informacjami o rekrutacji docieramy poprzez obecność na targach pracy, media społecznościowe, zaangażowanie w projekty studenckie promujące przedsiębiorczość oraz współpracując z uczelniami. Bank jest mecenasem naukowym Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego

w Bydgoszczy. W ramach tej współpracy przewidziane są m.in. odpłatne praktyki dla studentów w placówkach PKO Banku Polskiego. Uczelni, której studenci mogli korzystać z wiedzy pracowników naszego Banku, jest też Politechnika Wrocławska. W semestrze letnim ubiegłego roku akademickiego studenci uczestniczyli w wykładach „Sektor bankowy w Polsce. Teoria i praktyka z PKO Bankiem Polskim” prowadzonych przez najbardziej doświadczonych menedżerów naszego Banku. Najlepszych uczestników zaprosiliśmy na płatne praktyki.

interaktywna „grywalizacja”

Podążając za trendami w employer brandingu, podczas tegorocznej wiosennej edycji targów wprowadziliśmy elementy „grywalizacji” na nasze stoiska targowe. Młodzi ludzie mogli sprawdzić swoją wiedzę o PKO Banku Polskim i finansach, uczestnicząc w interaktywnej grze.

Joanna Czarnecka

dyrektor Pionu Zarządzania Personalem
w PKO Banku Polskim

W PKO Banku Polskim zatrudniamy wiele młodych osób, dając im szansę na rozwój kompetencji i zdobywanie doświadczeń oraz wiedzy. Dla tych, którzy stawiają pierwsze kroki na rynku pracy, co roku przygotowujemy bogatą ofertę płatnych praktyk i staży. Ponieważ jesteśmy instytucją finansową, najwięcej ofert znajdują u nas studenci bankowości, ekonomii oraz finansów i rachunkowości. Jednocześnie interesujące propozycje mamy dla osób kształcących się na innych kierunkach, takich

jak informatyka, matematyka, fizyka, zarządzanie, psychologia czy prawo. Naszym praktykantom i stażystom oferujemy atrakcyjne wynagrodzenie, elastyczne godziny pracy, udział w interesujących i ambitnych projektach realizowanych we współpracy z ekspertami. Ponadto studenci i absolwenci otrzymują indywidualne wsparcie opiekuna, który w trakcie całej współpracy dba o komfort ich pracy i rozwój merytoryczny.



Polityka wynagrodzenia

Wynagrodzenia zasadnicze oraz przyznawane pracownikom świadczenia dodatkowe są kształtowane w oparciu o wartościowanie stanowisk pracy (kategorie zaszerzegowania przypisane do poszczególnych stanowisk organizacyjnych) oraz analizę wynagrodzeń rynkowych w sektorze bankowym.

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.

Jesienią 2016 roku przeprowadzona została regulacja wynagrodzeń. Była jednym z etapów zmian w systemie wynagrodzeń i świadczeń pracowniczych. Dotychczasowe wynagrodzenia najmniej zarabiających osób, zostały dostosowane do aktualnego poziomu rynkowego.

Filary wynagradzania w PKO Banku Polskim

wynagrodzenie
zasadnicze

dotatki za pracę
w godzinach nadliczbowych
oraz w warunkach
szczególnie uciążliwych
i szkodliwych dla zdrowia

premie i nagrody
za szczególne osiągnięcia
w pracy zawodowej

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.).

03

71

System motywacyjny

Realizacji strategicznych celów Banku sprzyja oparty na czterech filarach system motywacyjno-premiowy, w którym wysokość wynagrodzenia zmiennego jest warunkowana poziomem jakości 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.

Pozapremiowy fundusz nagród

Niezależnie od systemu premiowego, w Banku istnieje fundusz nagród z przeznaczeniem na:

- indywidualne uznaniowe nagrody dla pracowników Banku uzyskujących wyróżniające wyniki w pracy zawodowej lub za osiągnięcia, w wyniku których uzyskano efekty ważne dla Banku,
- nagrody w konkursach związanych z wynikami pracy.

Ponadto w związku z uchwałą Komisji Nadzoru Finansowego nr 258/2011, dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady Europejskiej nr 2013/36/UE oraz rozporządzeniem delegowanym Komisji Europejskiej nr 604/2014 Bank wprowadził odrębne przepisy ustalające politykę zmiennych składników wynagrodzeń stosowaną wobec osób na stanowiskach kierowniczych.

Świadczenia na rzecz pracowników

Opieka medyczna

Bank zapewnia pracownikom dodatkową opiekę medyczną. Pracownicy mogą korzystać programu profilaktycznego „Zdrowie jak w Banku”.

Program MyBenefit

Z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych pracownicy otrzymują środki na zakup świadczeń dostępnych na platformie MyBenefit.

Pracowniczy Program Emerytalny (PPE)

Program długookresowego oszczędzania. Bank finansuje składki podstawowe - 3 proc. wynagrodzenia.

Ubezpieczenie grupowe

Pracownicy mogą przystępować do atrakcyjnego kosztowo, ubezpieczenia grupowego.

Świadczenia socjalne

W ramach ZFŚS pracownicy otrzymują m.in.: zapomogi losowe i socjalne, preferencyjne pożyczki na cele mieszkaniowe, dofinansowanie do opieki nad dziećmi, czy do wypoczynku zorganizowanego dla dzieci i dorosłych. W 2016 roku pomoc otrzymało ponad 98 tys. osób na łączną kwotę 107,5 mln zł.

Pracownicy PKO Banku Polskiego wszystkie informacje dotyczące spraw pracowniczych mogą uzyskać w jednym miejscu, dzwoniąc lub wysyłając e-maila do wewnętrznego Contact Center HR. Zespół konsultantów odpowiada na pytania z zakresu m.in. obsługi kadrowo-płacowej, spraw socjalnych, rekrutacji, szkoleń. Nowe rozwiązanie przyspiesza i upraszcza proces komunikacji między pracownikami a służbami HR – jednostkami odpowiedzialnymi za obszar zarządzania personelem.

Integracja i realizacja pasji

Wspólne bieganie, udział w zawodach rowowych, narciarskich czy żeglarskich, spływy kajakowe, wycieczki krajoznawcze czy wspólne wyjścia na kręgle – to tylko kilka przykładów aktywności pracowników PKO Banku Polskiego. Są one możliwe dzięki programowi "PKO po godzinach". To unikatowa inicjatywa – pracownicy sami zgłaszają pomysł konkretnej imprezy lub utworzenia sekcji sportowej, a pracodawca zapewnia jej dofinansowanie. Tradycją są już zawody pracowników Banku i Grupy Kapitałowej w sportach zimowych

czy regaty żeglarskie. W ubiegłym roku pracownicy wszystkich regionalnych jednostek Banku mogli uczestniczyć w rodzinnych piknikach, które promowały aktywne spędzanie czasu w towarzystwie współpracowników i rodziny.

Wspólnemu spędzaniu czasu z rodziną i najbliższymi sprzyja także włączenie się Banku w obchody „Międzynarodowego Dania Rodzin” i zapewnienie pracownikom z tej okazji dodatkowych godzin wolnych od pracy.



Piotr Helmecki

ekspert w Departamencie Finansowania Klientów Indywidualnych, Kapitan drużyny piłki nożnej w PKO Banku Polskim

Drużynę piłki nożnej PKO Banku Polskiego tworzą pracownicy pochodzący z niemal wszystkich obszarów biznesowych. Trzon naszej piłkarskiej reprezentacji tworzą zmotywowani i zaangażowani zawodnicy, co stanowi solidną podstawę do realizacji kolejnych celów, zaś dzięki sportowym zmaganiom mamy

możliwość zadbać o odpowiednią równowagę pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym. Na swoim koncie mamy wiele sukcesów, m.in. I miejsce w Turnieju o Puchar Związku Banków Polskich, II miejsce w Międzynarodowym Turnieju Futsalu w Toruniu i wicemistrzostwo I ligi w rozgrywkach LBC.

Inwestycje w rozwój

Wspieranie rozwoju pracowników to najlepsza inwestycja. 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, stanowiskowe oraz

warsztaty wewnętrzne. W wybranych projektach szkolenia grupowe prowadzą firmy zewnętrzne.

Pracownicy Banku aktywnie korzystają także z wewnętrznej platformy e-learningowej, m.in. ze szkoleń w zakresie wiedzy produktowej, procesów oraz obsługi aplikacji informatycznych.

Cele realizowanych projektów szkoleniowych

- rozwój kompetencji pracowników zgodnie z modelem kompetencji PKO Banku Polskiego,
- 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.

W 2016 roku w szkoleniach organizowanych przez PKO Bank Polski wzięło udział łącznie ponad 96 tys. uczestników, co oznacza, że jeden pracownik Banku uczestniczył średnio w czterech szkoleniach.



pracowników
skorzystało
ze szkoleń
e-lerningowych



pracowników
skorzystało
ze szkoleń
katalogowych

Dodatkowym wsparciem w zakresie rozwoju wiedzy i umiejętności jest wewnętrzna platforma gamifikacyjna. Dzięki niej pracownicy sieci sprzedaży detalicznej mają możliwość podnoszenia wiedzy oraz rozwoju umiejętności sprzedażowych.

Przy zaangażowaniu firm szkoleniowych oraz przy wsparciu trenerów wewnętrznych Banku realizowane są szkolenia katalogowe, dostępne dla wszystkich pracowników. Rozwijają one kompetencje miękkie pracowników oraz ich wiedzę z zakresu zarządzania projektami i narzędziami MS Office.

Bartłomiej Jedliński
kierownik zespołu
w Biurze Jakości Sprzedaży
w PKO Banku Polskim



Konstrukcja portalu gamifikacyjnego „Podróż do przyszłości” nawiązuje do gry sieciowej pozwalającej uczestnikom podejmować wyzwania, wyruszać na misje, zdobywać kolejne poziomy wtajemniczenia, odznaczenia oraz wirtualne i realne nagrody. Rywalizacja między uczestnikami odbywa się dwutorowo: indywidualnie

oraz w zespołach. 97 proc. pracowników oddziałów bierze udział w grach. W ciągu roku na platformie uruchomiono ponad 40 misji. Osiągnęliśmy najważniejszy cel – ogromne zaangażowanie uczestników, którzy poprzez rywalizację zdobywają wiedzę i uczą się pracy zespołowej.

Jednym z istotnych elementów systemu szkoleń dla pracowników w PKO Banku Polskim są kursy językowe, realizowane w formie zajęć indywidualnych lub grupowych. Bank finansuje naukę angielskiego, niemieckiego, rosyjskiego, ukraińskiego lub innego języka obcego, jeżeli istnieje taka biznesowa potrzeba. Zajęcia organizowane są na wielu poziomach.

Pracownicy mogą też uczestniczyć w branżowych kursach angielskiego dotyczących m.in. obsługi produktów skarbowych i inwestycyjnych, rynków międzynarodowych, księgowości, prawa.

W 2016 roku w Banku były realizowane programy i szkolenia m.in.:

Nowy
Manager

program adaptacyjny
dla nowych
menedżerów Banku

Talenty PKO
Banku
Polskiego

dwuletni program
szkoleniowo-rozwojowy
skierowany do wybra-
nych pracowników

szkolenia
adaptacyjne

dla pracowników
sieci sprzedaży
detalicznej we
wszystkich biznesach

szkolenia we
Frankfurcie

dla pracowników
oddziału
korporacyjnego
we Frankfurcie

Katarzyna Laska

Oddział 45

PKO Banku Polskiego
w Warszawie



Na lektoraty językowe w Banku uczęszczę już od kilku lat. Zajęcia nie tylko pozwalają mi łatwiej porozumiewać się w języku angielskim, ale także zainspirowały mnie do nauki innych języków obcych. Kolejnym moim celem jest hiszpański. Mówienie w językach obcych otwiera wiele drzwi, ale najpierw trzeba

przed nimi stanąć i znaleźć w sobie motywację do przejścia przez nie. Dla mnie ważne jest, żebym mogła swobodnie poruszać się po świecie i komunikować z ludźmi. A jeśli przyjdzie do mojego oddziału anglojęzyczny klient – to będę mogła mu pomóc.

Dzięki uruchomionemu wiosną 2016 roku Kompetikonowi pracownicy mogą zdobywać zarówno nową wiedzę, jak i odświeżyć zdobytą wcześniej. To narzędzie, które zawiera szkolenia e-learningowe skrojone na miarę. Każdy pracownik Banku znajdzie tu wskazówki i przykłady, z którymi ma do czynienia na co dzień. Dodatkowo dostęp do wszystkich szkoleń, nawet tych dotyczących kompetencji przywódczych, mają pracownicy, którzy nie zajmują stanowisk kierowniczych. Pozwala to na rozwój i na przemyślenie działań związanych ze ścieżką kariery.

Etyka w organizacji

Staramy się działać zgodnie z wymogami, wprowadzać procedury i szkolenia dla pracowników, które wyeliminują przypadki naruszeń obowiązujących zasad. 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 27 listopada 2009 roku)

oraz z Zasadami przeciwdziałania mobbingowi w Banku (załącznik do uchwały Zarządu nr 797/C/2013 z dnia 6 grudnia 2013 roku).

W 2016 roku pracownicy zgłosili ogółem 52 skargi z zakresu naruszenia uprawnień pracowniczych. Wśród nich odnotowano 8 skarg 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 funkcjonuje 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.

W Banku działają trzy organizacje związkowe: Krajowy Związek Zawodowy Pracowników PKO Banku Polskiego, Komisja Zakładowa NSZZ Solidarność Pracowników PKO Banku Polskiego oraz Związek Zawodowy Pracowników PKO Banku Polskiego.



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 rozpoznawalna w kraju i z roku na rok zyskuje na wartości – uzyskała miano „dobra narodowego” – godnie reprezentując Polskę na arenie międzynarodowej. Marka PKO Banku Polskiego to przede wszystkim ludzie – pomysłodawcy, zaangażowani i kompetentni.



04

79

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. Fundamentem jest dialog społeczny oparty o transparentną komunikację. 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
- › aktywności w ramach programu PKO po godzinach
- › szkolenia – tradycyjne i e-learningowe, dostosowane do potrzeb

Klienci

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

Inwestorzy

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



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



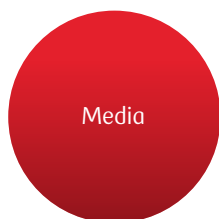
- › bezpośrednie relacje, strona internetowa Banku oraz Fundacji PKO Banku Polskiego
- › programy edukacyjne, w tym współpraca ze szkołami i ośrodkami akademickimi
- › współuczestnictwo w branżowych kongresach i konferencjach
- › sponsoring, darowizny, partnerstwo w projektach, współpraca z organizacjami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



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



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



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



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 Banku:

Zasady, polityki i dokumenty regulujące:

- › 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



83

Inicjujemy zmiany. Prowadzimy dialog. Oddziałujemy na otoczenie.

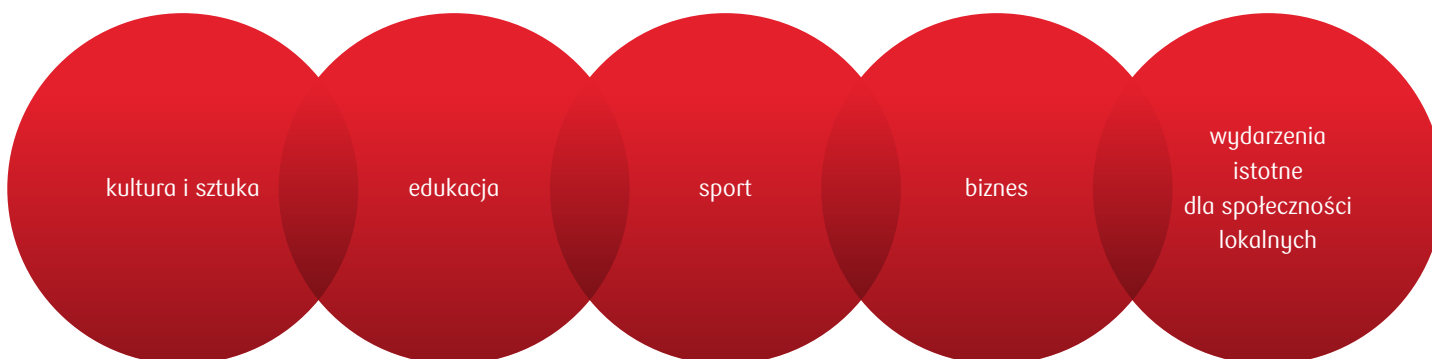
Celem wszystkich działań PKO Banku Polskiego – tak biznesowych, jak i społecznych – jest poprawa jakości życia Polek i Polaków oraz utrwalenie wizerunku marki PKO Bank Polski jako polskiej, przyjaznej i godnej zaufania instytucji finansowej, która odpowiada na bieżące potrzeby społeczne i spełnia normy nowoczesnej organizacji.

PKO Bank Polski 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.

Jako odpowiedzialna i godna zaufania instytucja finansowa inwestuje w kolejne pokolenia i włącza się w działania na rzecz młodych ludzi – wychowanków domów opieki, domów dziecka, uczniów szkół w niewielkich miejscowościach, artystów, naukowców oraz przedsiębiorców. Dialog społeczny i dobro wspólne to ważne elementy w blisko stuletniej tradycji Banku, 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 2016 roku Bank zrealizował 348 projektów o różnej skali – zarówno międzynarodowe, np. Światowe Dni Młodzieży, ogólnopolskie, np. obchody 1050-lecia Chrztu Polski, Kongres 590, ale też mniejsze wydarzenia na gruncie lokalnym, np. spotkania z kulturą, wystawy, pikniki naukowe czy akcje promujące lokalną przedsiębiorczość.

Obszary programowe działalności sponsorskiej



Największy udział w budżecie sponsorskim Banku stanowią wydatki na wsparcie kultury, dziedzictwa narodowego, edukacji oraz organizację projektu sportowego „PKO Biegajmy razem”.

Światowe Dni Młodzież to jeden z najważniejszych projektów sponsorskich w 2016 roku. PKO Bank Polski był Partnerem Strategicznym wydarzenia, w którym udział wzięło ponad 3 mln uczestników ze 187 krajów.

PKO Bank Polski jest społecznie odpowiedzialną instytucją, dla której wolność i przywiązanie do tradycji to naturalne wartości, dlatego angażuje się w działania utrwalające świadomość i tożsamość narodową, wspierające budowę dziedzictwa narodowego oraz kształtowanie postaw obywatelskich a także popularyzuje idee nowoczesnego patriotyzmu. Misję tę Bank realizuje m.in. poprzez mecenat i patronaty. Angażuje się w działania upamiętniające ważne wydarzenia z naszej historii, m.in. obchody rocznicy Wybuchu Powstania Warszawskiego, Dnia Niepodległości, Narodowego Dnia Pamięci „Żołnierzy Wyklętych” tu ważnym elementem projektu był udział Banku w akcji społecznej „Przywracamy godność bohaterom”, której celem była materialna pomoc znajdującym się w trudnej sytuacji żyjącym żołnierzom wyklętym i kombatantom II wojny światowej.

Najważniejszym celem naszych działań jest upowszechnianie wartości kulturalnych, pogłębienie wiedzy historycznej oraz utrwalenie wartości patriotycznych, a przede wszystkim wzmacnianie więzi i wrażliwości społecznej, zarówno na poziomie lokalnym jak i ogólnopolskim.

Od kilku lat Fundacja PKO Banku Polskiego jest partnerem nagrody im. Jana Rodowicza „Anody”. Laureaci nagrody to „powstańcy czasu pokoju”. Inicjatywa promuje współczesnych bohaterów – ludzi, którzy często nie doceniają swojej postawy, nie mają świadomości, że to co robią i jacy są, jest niezwykle i szczególne. Udowadniają, że odwaga, bezinteresowność i patriotyzm są ponadczasowymi wartościami. Jan Rodowicz Anoda był żołnierzem Szarych Szeregów i Batalionu „Zośka”, walczył w akcji pod Arsenałem i w Powstaniu Warszawskim.

Michał Kuczmierowski

dyrektor Pionu Marketingu i Komunikacji PKO Banku Polskiego

Po niemal 100 latach funkcjonowania na polskim rynku czujemy się odpowiedzialni za budowanie i wspieranie kapitału społecznego oraz zachowywanie naszej tożsamości narodowej. Szczególne znaczenie w tym procesie mają edukacja oraz mecenat kultury i sztuki. Łącząc cele biznesowe z potrzebami interesariuszy, można tworzyć nową wartość. Realizujemy wielopoziomą edukację, aktywnie współpracujemy z uczelniami i instytucjami kultury.

Promujemy naukę, popularyzujemy wiedzę i wartości kulturalne, pobudzamy kreatywność, wpływamy na kształtowanie gustu odbiorcy oraz jego wrażliwość. Mecenat kultury i sztuki jest jednym z głównych obszarów naszej działalności sponsoringowej. Popularyzując wartości kulturalne, uświadamiamy rolę, jaką dziedzictwo kulturowe odgrywa w rozwoju kraju i w tworzeniu społeczeństwa jutra.



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.

Piotr Sułkowski

dyrektor naczelny i artystyczny
Filharmonii Warmińsko-Mazurskiej
im. Feliksa Nowowiejskiego w Olsztynie



Patronat PKO Banku Polskiego miał udział i wpływał na realizację wydarzeń muzycznych na najwyższym poziomie artystycznym. Szczególne wyzwania dla naszej instytucji przyniósł rok 2016, ogłoszony Rokiem Feliksa Nowowiejskiego. Koncerty z udziałem światowej

sławy polskich solistów oraz premiera dwupłyty albumu z oratorium „Quo vadis” nominowanego w dwóch kategoriach do nagrody „Fryderyk 2016” to wydarzenia artystyczne, którym towarzyszył PKO Bank Polski. Doceniamy to znaczące zaangażowanie.

04

Kluczowe działania

86

współpraca z instytucjami kultury, m.in. z: Muzeum Narodowym w Warszawie, Biblioteką Raczyńskich w Poznaniu, Muzeum Kinematografii w Łodzi

mecenat nad kolekcją portretów władców Polski autorstwa Waldemara Świerzego oraz wystawą „Nowy poczet władców Polski. Świerzy kontra Matejko” w Muzeum Narodowym w Gdańsku

mecenat nad wystawą „Brescia. Renesans na północy Włoch. Moretto-Savoldo-Moroni, Rafael-Tycjan-Lotto” w Muzeum Narodowym w Warszawie

zaangażowanie w festiwale muzyczne, m.in. w: Bydgoski Festiwal Operowy, Międzynarodowy Festiwal Wroclavia Cantans, Muzyczny Festiwal w Łańcucie, Bydgoski Festiwal Operowy, Letni Festiwal Opery Krakowskiej, Ogólnopolski Festiwal Muzyki Dawnej Schola Cantorum, Festiwal Legend Rocka w Dolinie Charlotty, Wędrowny Festiwal Filharmonii Łódzkiej „Kolory Polski”, Międzynarodowy Festiwal Braci Wieniawskich w Lublinie

wspieranie produkcji filmowych, np. dokumentu „Bitwa wrocławska” w reż. Beaty Januchty oraz festiwali, m.in.: Festiwalu Filmowego w Gdyni, Festiwalu Filmów Dokumentalnych „Niepokorni, Niezłomni, Wyklęci” 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

wspieranie projektów literackich, np. Festiwalu Słowa w Piosence „Frazy” czy YAPA – festiwalu Ogólnopolski Przegląd Piosenki Turystyczne

współpraca z Teatrem Polskim w Warszawie, Teatrem im. Stefana Jaracza w Łodzi, Letnią Sceną Teatru Miejskiego im. W. Gombrowicza w Gdyni oraz Teatrem Muzycznym w Poznaniu, który przygotował spektakl „Jesus Christ Superstar” wystawiany z okazji obchodów 1050-lecia Chrztu Polski

PKO Bank Polski jest społecznie odpowiedzialną instytucją, dla której wolność i przywiązanie do tradycji to naturalne wartości, dlatego angażuje się w działania utrwalające świadomość i tożsamość narodową, wspierające budowę dziedzictwa narodowego oraz kształtowanie postaw obywatelskich a także popularyzuje idee nowoczesnego patriotyzmu. Misję tę Bank realizuje m.in. poprzez mecenat i patronaty. Angażuje się w działania upamiętniające ważne wydarzenia z naszej historii, m.in. obchody rocznicy Wybuchu Powstania Warszawskiego, Dnia Niepodle-

głości, Narodowego Dnia Pamięci „Żołnierzy Wyklętych” tu ważnym elementem projektu był udział Banku w akcji społecznej „Przywracamy godność bohaterom”, której celem była materialna pomoc znajdującym się w trudnej sytuacji żyjącym żołnierzom wyklętym i kombatantom II wojny światowej.

Najważniejszym celem naszych działań jest upowszechnianie wartości kulturalnych, pogłębienie wiedzy historycznej oraz utrwalenie wartości patriotycznych, a przede wszystkim wzmacnianie więzi i wrażliwości społecznej, zarówno na poziomie lokalnym jak i ogólnopolskim.



Arkadiusz Gołębiewski

pomysłodawca oraz twórca Festiwalu Filmowego „Niepokorni, Niezłomni, Wyklęci”

Festiwal Filmowy „Niepokorni, Niezłomni, Wyklęci” to jedyne w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej wydarzenie, tak szeroko prezentujące audiowizualne prace poświęcone Żołnierzom Wyklętym oraz polskiej historii od 1939 do 1989 roku. Festiwal, upamiętniając i edukując, łączy najróżniejsze sfery sztuki i różne

formy przekazu. Doceniamy działania PKO Banku Polskiego na rzecz ochrony dziedzictwa narodowego, pogłębiania wiedzy historycznej i utrwalania tożsamości narodowej. Dlatego cieszymy się, że właśnie z takim partnerem przygotowujemy tę lekcję historii i integrujemy pokolenia.

Od kilku lat Fundacja PKO Banku Polskiego jest partnerem dwóch nagród upamiętniających losy bohaterów – wspólnie z Muzeum Powstania Warszawskiego czci pamięć bohatera Powstania Warszawskiego - Jana Rodowicza Anody. Laureaci nagrody to „powstańcy czasu pokoju” – ludzie, którzy zamiast walki z bronią w ręku, codzienną postawą stają w obronie wartości i stanowią wzór do naśladowania

Działania sponsorskie realizowane przez PKO Bank Polski SA mają na celu kształtowanie wizerunku Banku jako godnej zaufania instytucji finansowej, zaangażowanej społecznie, nowoczesnej i otwartej na potrzeby klientów. Bank z racji prawie 100-letniej historii, jest szczególnie predystynowany do udziału w projektach, które wspierają dobro wspólne, przybliżają społeczeństwu nasze dziedzictwo, kulturę, sztukę. Doświadczenie i pozycja lidera na rynku finansowym obliguje także do pomagania młodym ludziom w stawieniu czoła wyzwaniom przyszłości i osiąganiu sukcesów w realizacji innowacyjnych projektów, wyznaczaniu kierunków rozwoju polskiej nauki i przedsiębiorczości.

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 2016 roku odbyły się 4 wystawy prac plastycznych: Filipa Moszanta „Poza słowami”, Lucyny Krzywik – malarki i pracownicy Banku – „Dwa światy”, wystawa poplenerowa młodych artystów z warszawskiej pracowni sztuki prof. Mirosława Bałki „THERE. Artysta w przestrzeni miejskiej” oraz ekspozycja w ramach projektu „No Budget Show”. W centrali Banku zorganizowano także wystawę okolicznościową na 200-lecie Uniwersytetu Warszawskiego „Dwa stulecia. Dobry początek”.



Lucyna Krzywik

starszy analityk w Departamencie Bankowości Korporacyjnej i Inwestycyjnej PKO Banku Polskiego, autorka wystawy „Dwa światy”, której Bank był mecenasem

Najczęściej sięgam po olej, akryl, grafit, monotypię i kolaż, ale też eksperymentuję. Stosuję symbolikę, co pozostawia odbiorcy pole do własnej interpretacji i odczuwania dzieła. Ważnym elementem mojej twórczości jest także portret. Cenię sobie emocje, jakie tworzą się w relacji

artysty z modelem. Cieszę się, że w 2016 roku mogłam pokazać swoje drugie „ja” w mojej pracy. PKO Bank Polski od lat jest niekwestionowanym mecenasem sztuki. Wystawę w siedzibie naszego Banku traktuję więc jako wyróżnienie.

Filipa Moszant

Autor wystawy „Poza słowami”, której Bank był mecenasem

Wystawa była prezentowana w warszawskiej centrali Banku. Przygotowałem zestaw 14 prac, które najbardziej ilustrują rozwój mojej wyobraźni i rozumienie kształtów. „Poza słowami” Ma zwrócić uwagę na doznania płynące z obrazów. Odbiorca powinien dbać o zatrzymanie wewnętrznego dialogu i poczuć w sobie wzrastającą pierwotną radość

poza słowami, które często ograniczają wachlarz wrażeń i w ogóle rzeczywistości. Chciałbym, aby poprzez moje, obrazki widz doznał chwili zawieszenia, by mógł choć przez moment wyjść poza linearnie myślenie. Być może to poszerzy perspektywę, pozwoli zaktualizować informacje na temat siebie, swojego otoczenia czy rzeczywistości w ogóle.



Wartości i dziedzictwo historyczne

Ważnym aspektem działalności sponsor-skiej Banku jest zaangażowanie w projekty inspirowane historią, promujące postawę patriotyczną i wartości tożsamościowe. Bank włącza się i wspiera wydarzenia kulturalne organizowane z okazji rocznic ważnych wy-

darzeń historycznych, np. koncerty i wystawy związane z Powstaniem Warszawskim, uchwaleniem Konstytucji 3 Maja, Dniem Niepodległości, 1050 rocznicą Chrztu Polski czy obchodami Narodowego Dnia Pamięci Żołnierzy Wyklętych.

Ważne wydarzenia kulturalne w 2016 r.

- › widowisko „Niezlomnym honor” oraz koncert piosenek Niezlomnych „Wilczy ślad” – organizowane z okazji Narodowego Dnia Pamięci Żołnierzy Wyklętych;
- › nagranie 50 tys. audiobooków z powieścią „Klamra – mój ojciec?” będącą wspomnieniem majora Adama Lazarowicza „Klamry”;
- › wzniesienie i odsłonięcie pomnika Danuty Siedzikówny „Inki” w Miłomłynie;
- › koncert z okazji obchodów 95. rocznicy III Powstania Śląskiego;
- › IV edycja Akademii Nowoczesnego Patriotyzmu;
- › cykl lekcji patriotyzmu w wybranych szkołach ponadgimnazjalnych.

„Przywracamy
godność
bohaterom”

- › PKO Bank Polski włączył się w akcję społeczną Fundacji Red is Bad, której założeniem jest pomoc żyjącym uczestnikom Powstania Antykomunistycznego oraz kombatanom II wojny światowej. Oprócz wsparcia materialnego jej celem jest propagowanie idei niesienia pomocy bohaterom wojennym.

W 2017 tuż przed rocznicą wybuchu Powstania Warszawskiego otwarto wystawę „1000 pamiątek. Dary z lat 2007–2017”, którą można było oglądać w Muzeum Powstania Warszawskiego. PKO Bank Polski był mecenasem tego wydarzenia. MPW od początku istnienia gromadzi dokumenty, fotografie, wspomnienia i inne pamiątki związane ze stolicą oraz jej mieszkańcami, a przede wszystkim z uczestnikami Powstania Warszawskiego. W ciągu dekady zebrano ponad 100 tys. eksponatów, z czego przeszło 70 tys. zostało przekazanych w darze. W kolekcji placówki znajdują się zarówno obiekty o charakterze militarnym, jak i przedmioty codziennego użytku czy rzeczy osobiste Powstańców.



04

89

Edukacja finansowa



edukacja finansowa dla dzieci

04

90

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.

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, mobilnej i AR. W skład materiałów edukacyjnych dla dzieci i rodziców wchodzi również m.in.: książeczka o przygodach Kubu 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.

Brawo Bank AR

Wykorzystując możliwości, jakie daje technologia AR (Rozszerzonej Rzeczywistości) PKO Bank Polski opracował aplikację „Brawo Bank AR”. Dzięki niej czytelnicy magazynu uzyskali dostęp do dodatkowych treści, m.in. artykułów oraz gier i łamigłówek w trójwymiarowej odsłonie. Po zainstalowaniu bezpłatnej aplikacji na urządzeniu mobilnym i przyłożeniu go do odpowiedniej strony gazety czytelnicy mogą zobaczyć na ekranie smartfona lub tabletu poruszającą się postać z rysunku czy usłyszeć jej głos, np. gdy zadaje kolejną zagadkę. To unikalne na rynku rozwiązanie.

Rozszerzona Rzeczywistość (ang. Augmented Reality) to system, za pomocą którego mogą łączyć się wymiary – rzeczywisty z wirtualnym, tworząc nową jakość w interaktywnym czasie. Technologia ta coraz częściej jest stosowana w edukacji. Niezaprzeczalną korzyścią AR jest uatrakcyjnienie przekazu i zachęcenie do zainteresowania tematem, co w przypadku edukacji finansowej dzieci jest nieocenionym wsparciem.

Rośnie świadomość ekonomiczna młodych Polaków. To efekt edukacji finansowej, którą jako jeden z nielicznych w kraju, aktywnie i od wielu lat prowadzi PKO Bank Polski. Podstawą tych działań są innowacyjne produkty: PKO Junior i SKO oraz narzędzia komunikacyjne, jak aplikacja w technologii rozszerzonej rzeczywistości „Brawo Bank AR”.

160 tys.
kont na
sko.pkobp.pl

4,6 tys.
szkół
w programie
SKO

700
szkół prowadzi
SzkolneBlogi.pl

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 najmłodsi, w przyszłości byli świadomymi użytkownikami usług bankowych. Ważnym elementem tej edukacji są Szkolne Kasy Oszczędności PKO Banku Polskiego. To najstarszy, 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.

Przystępnie o finansach

Bankomania

platforma komunikacyjna
Bankomania.pkobp.pl – dopasowany do różnych grup wiekowych przekaz edukacyjny. Artykuły przygotowują bankowi eksperci oraz dziennikarze i fachowcy

Karolina Oleksa
psycholog,
trener kompetencji miękkich

Portal Bankomania udowadnia, że tematyka finansowa może być równie atrakcyjna w warstwie merytorycznej, jak i wizualnej. Projekt pokazuje, jak kreatywnie używać różnych form kontentu. Przykładem są materiały wideo, nieodłączny element komunikacji z klientami. Brałam udział w cyklu materiałów edukacji finansowej zainicjowanej przez Bank. Naszym celem było udzielenie odpowiedzi m.in. na pytania, dlaczego boję się płacić

telefonem, dlaczego jak mam „doła”, to idę do sklepu, czy dzięki promocjom na pewno oszczędzamy. Odbiorcy aktywnie reagowali na publikowane na portalu i kanale YouTube filmy. Profesjonaliści zaś docenili cykl za wykorzystanie nowoczesnych narzędzi, wiedzy eksperckiej i rozwiązań multimedialnych wpływających na spójny przekaz i wizerunek PKO Banku Polskiego.



Z badań wynika, że – w przeciwieństwie do krajów Europy Zachodniej – wciąż niewielki procent Polaków gromadzi pieniądze regularnie i długoterminowo. PKO Bank Polski jest jednym w nielicznych banków w kraju, który prowadzi konsekwentną edukację, wspieraną przez kompleksowe produkty. Pokazując możliwości i funkcjonalności no-

woczesnych 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.

Wydarzenia i projekty

PKO Bank Polski jest instytucją otwartą na ludzi młodych, zdolnych, ambitnych i ciekawych świata. Angażuje się w projekty inicjowane przez uczelnie czy organizacje studenckie i z wieloma z nich współpracuje. Bank wspiera także wydarzenia promujące naukę, popularyzujące zdobywanie wiedzy i pobudzanie kreatywności. Bank wspiera w edukacji finansowej studentów uczelni wyższych (m.in. Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Politechniki Wrocławskiej, Uniwersytetu Śląskiego).

Znaczące projekty Banku w obszarze edukacji finansowej studentów

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, Wrocławskiego i Jagiellońskiego. Współfinansował stypendia dla wszystkich finalistów zawodów regionalnych. W 2016 roku studenci Wydziału Matematyki, Informatyki i Mechaniki Uniwersytetu Warszawskiego zdobyli srebrny medal, a drużyna Uniwersytetu Wrocławskiego – brązowy w 40 Akademickich Mistrzostwach Świata w Programowaniu Zespołowym w Tajlandii.

Łazik marsjański

Wspierani przez Bank studenci Politechniki Białostockiej po raz kolejny budowali łazika marsjańskiego – RED. Drużyna konstruktorów z Wydziału Mechanicznego Politechniki Białostockiej zajęła 5 miejsce w European Rover Challenge 2016 – zawodach będących europejską wersją University Rover Challenge w USA. Ponadto zwyciężyła w zawodach Robochallenge 2016 w kategorii Freestyle Showcase oraz Robotic Arena 2016 w kategorii Freestyle.

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 Banku współfinansuje stypendia dla najlepszych.



04

92



dr inż. **Justyna Tolstoj-Sienkiewicz**
wykładowca na Wydziale Mechanicznym
Politechniki Białostockiej, opiekun
łazika marsjańskiego RED



Robotyka w połączeniu z perspektywą wypraw kosmicznych to siła, która wciąga, angażuje i wręcz zmusza do zdobywania wiedzy, śledzenia wydarzeń, a także motywuje. W przypadku moich studentów to idealny mix wszystkich tych trzech składników. Z jednej strony wymaga to od nich ciągłego pogłębiania wiedzy, szukania coraz to nowszych, ciekawszych rozwiązań, bardzo często znacznie wykraczających poza wiedzę zdobywaną na studiach, z drugiej zaś – to godziny spędzone na ciężkiej, czasem żmudnej pracy przy projektowaniu, składaniu, testowaniu czy poprawianiu konstrukcji.

A żeby to wszystko przyniosło satysfakcjonujący efekt, musi być połączone z pasją, z jaką tworzony jest każdy kolejny analog łazika na naszej uczelni.

Każde wsparcie jest dla nas niezwykle cenne. Dzięki niemu projekty mogą być rozbudowane. Programy unijne dają pewien zastrzyk „pewności finansowej”, jednak mają swoje ograniczenia i nie ukrywajmy, wiążą się z czasochłonnymi procedurami i rozbudowaną biurokracją. Dofinansowanie z m.in. PKO Banku Polskiego pozwoliło nam zbudować robota na wysokim poziomie.

Aktywność branżowa

PKO Bank Polski, jako lider na rynku finansowym, pełni ważną rolę opiniotwórczą. W 2016 roku Bank angażował się w istotne wydarzenia promujące patriotyzm gospodarczy, rodzinny biznes i innowacyjność w dziedzinie finansów. PKO Bank Polski był partnerem strategicznym pierwszej edycji Kongresu 590 organizowanego pod hasłem „Uwalniamy polski potencjał” i włączył się w kongres nowej gospodarki IMPACT’16. Postępująca cyfryzacja usług finansowych sprawia, że PKO Bank Polski aktywnie włącza się w działania z zakresu cyberbezpieczeństwa, a jego przedstawiciele uczestniczą w konferencjach pogłębiających te zagadnienia, m.in. w I Polskim Forum Cyberbezpieczeństwa w Warszawie czy Europejskim Forum Cyberbezpieczeństwa w Krakowie. Równie istotne są kwestie bezpieczeństwa i stabilności finansowej Polski w Europie i na świecie, dlatego Bank uczestniczy w merytorycznych spotkaniach, konferencjach i wspiera konkursy branżowe stymulujące rozwój i strategię rodzimych podmiotów. W 2016 roku Bank uczestniczył m.in. w XXVI Forum Ekonomicznym w Krynicy, w Kongresie „Polska Chemia” i wsparł konkursy, np. Przedsiębiorca Roku 2015 czy Polska Firma – Międzynarodowy Czempion.



Łukasz Oprawski
prezes zarządu Fundacji
im. Sławomira Skrzypka

Uwolnienie potencjału polskiego biznesu oraz wypracowanie jak najlepszych rekomendacji dla jego rozwoju to główne założenia ogólnopolskiego Kongresu 590. Swoim zaangażowaniem w inicjatywę PKO Bank Polski potwierdza, jak istotne w jego codziennej działalności są inwestycje w rozwój, wdrażanie nowoczesnych technologii czy wspieranie polskich przedsiębiorców. Poprzez Kongres 590 dajemy możliwość dyskusji na temat wszystkich istotnych decyzji gospodarczych oraz ekonomicznych, cieszymy się, że w tym niezwykle ważnym przedsięwzięciu naszym partnerem jest lider polskiej bankowości, który od lat ma tak pozytywny wpływ na rozwój rodzimej przedsiębiorczości.

Sponsoring sportowy

Program biegowy

PKO Bank Polski angażuje się w przedsięwzięcia sportowe mające na celu popularyzację zdrowia, aktywnego stylu życia i sprawności fizycznej. Do wspólnej aktywności zachęca Polaków m.in. w ramach programu „PKO Biegajmy razem”, który działa od 2013 roku. Propaguje w ten sposób ideę, że bieganie to najlepiej oprocentowana lokata, która przez całe życie będzie przynosiła zyski w postaci lepszego samopoczucia – to sport, który kształtuje charakter, wyrabia kondycję, uczy pokory i wytrwałości w dążeniu do celu.

W 2016 roku w ramach programu odbyło się kilkadziesiąt imprez biegowych w całej Polsce, m.in.: PKO Wrocław Maraton, PKO Nocny Wrocław Półmaraton, PKO Silesia Marathon, PKO Poznań Maraton,

PKO Bydgoski Festiwal Biegowy, PKO Półmaraton Szczecin oraz cykle biegowe: PKO Rzeszów Biega i PKO Grand Prix Gdyni. Na szczególną uwagę zasługują te upamiętniające wydarzenia historyczne, np. Warszawska Triada Biegowa „Zabiegaj o pamięć”, w skład której wchodzi trzy biegi: Bieg Konstytucji 3 maja, Bieg Powstania Warszawskiego i Bieg Niepodległości.

Bank nie tylko sponsoruje największe imprezy biegowe, ale także umożliwia odpowiednie przygotowanie się do nich. Po raz kolejny Bank został partnerem strategicznym akcji edukacyjnej „Biegam-BoLubię”. Do listopada na prawie 80. stadionach lekkoatletycznych na terenie całego kraju odbywały się bezpłatne spotkania biegowe.



04

94

41%

pracowników
zasila bankową
sekcję biegową

261
tys.

uczestników biegów
sponsorowanych
przez Bank

4,8
mln km

120 okrążeń Ziemi
przemierzyli
biegacze

149

liczba
imprez
biegowych

Biegając, można również nieść pomoc osobom potrzebującym, poprzez udział w akcjach charytatywnych, organizowanych przez Bank podczas każdego ze sponsorowanych biegów.

Hasłem przewodnim imprez sponsorowanych przez Bank jest „Pomagamy z każdym krokiem”, dlatego też biorąc w nich udział, uczestnicy mogli dołączyć do akcji charytatywnych „Biegnę dla...” na rzecz osób potrzebujących wsparcia w ratowaniu życia lub zdrowia. Po ukończeniu biegu przez określoną liczbę uczestników z przypiętą kartką „Biegnę dla...” Fundacja PKO Banku Polskiego przekazywała pieniądze 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. W 2016 roku w charytatywnych akcjach

„Biegnę dla...” wzięło udział ponad 30 tys. osób, które „wybiegały” 860 tys. zł. W 2016 roku PKO Bank Polski po raz drugi 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.

Bank zaangażował się też w projekt dla najmłodszych SportGeneracja. Został jego sponsorem strategicznym. Finał dziecięcych eliminacji pod nazwą PKO Bieg Charytatywny Młodych miał miejsce w czasie 2. PKO Biegu Charytatywnego.



Łukasz Siubczyński

ekspert, Departament Klientów
Małych i Średnich Przedsiębiorstw,
członek sekcji biegowej PKO po godzinach
w PKO Banku Polskim

Kiedys myślałem: „Dlaczego biec, skoro można iść lub jeździć?”. Przygodę z bieganiem rozpocząłem 8 lat temu przez przypadek, dla towarzystwa, aby poprawić ogólną kondycję fizyczną i stało się! A raczej stałem się nałogowcem. Odkryłem, że ten sport to nie tylko wysiłek fizyczny, ale również wyzwanie, walka ze swoimi słabościami, oderwanie od codzienności. To także nagroda i przyjemność przełamywania kolejnych barier. Zaczynałem od magicznych dwóch okrążeń, aby dojść do poziomu, gdy przebiegnięcie czterdziestu nie stanowi już większego problemu i jest dla mnie formą relaksu. Od 2013 r. należę do sekcji biegowej PKO Banku Polskiego i biorę udział w wielu zawodach sponsorowanych przez Bank, np. PKO Półmaratonie Solidarności czy biegach z cyklu Warszawska Triada Biegowa „Zabiegaj o pamięć”.



Karolina Gorczyca

aktorka, biegaczka, ambasadorka
programu „PKO Bank Polski Biegajmy razem”

Każdy wysiłek fizyczny jest mi bliski, ponieważ dodaje energii i pozwala oderwać się od codziennych obowiązków. Regularnie biegam, pływam oraz jeżdżę na rowerze. Dodatkową i niezwykle ważną motywacją jest dla mnie pomaganie. Dlatego przyłączyłam się do PKO Biegu Charytatywnego organizowanego przez PKO Bank Polski. To bardzo szlachetna, niezwykła inicjatywa – zawodnicy po prostu biegają, robią to, co lubią i co daje im radość, a jednocześnie sprawiają tym radość innym, bardziej potrzebującym. Chyba nie ma nic lepszego, bo ten wysiłek nic nas nie kosztuje. Cieszę, że mogłam wystartować w Warszawie z moimi zespołem Gold Team. Na pewno powtórzymy to w trzeciej edycji biegu. Zachęcam wszystkich do zbierania drużyn, razem możemy zrobić coś naprawdę dobrego!



04

95

3 665

osób wzięło
udział w PKO Biegu
Charytatywnym

26 720

okrążeń
pokonali
uczestnicy

632
tys.

Fundacja
przekazała
na posiłki
dla najmłodszych



Narciarstwo, jeździectwo, żeglarstwo

Poza imprezami biegowymi, które zdecydowanie dominowały w kategorii sponsoringu sportowego, Bank wspierał w 2016 roku także inne prestiżowe imprezy sportowe takie jak:

Bieg Piastów

- Już po raz 40. w Szklarskiej Porębie-Jakuszycach odbył się coroczny Bieg Piastów – najstarszy i zarazem najbardziej popularny bieg narciarski w Polsce, w którym udział wzięło blisko 5500 biegaczy. Bieg Piastów ma charakter globalny, wzięli w nim udział zawodnicy z 27 krajów Europy i Ameryki Północnej.

Cavaliada

- Cykl międzynarodowych konnych zawodów w skokach przez przeszkody, cieszący się ogromnym zainteresowaniem publiczności. Jest to największa tego typu impreza w Polsce. W roku 2016 Bank był sponsorem głównym imprezy odbywającej się w Poznaniu i Lublinie oraz finału konkursu rozgrywanego w Warszawie; dodatkowo w ramach święta jeździectwa zostało zorganizowane wydarzenie Cavaliada Summer Jumping w Kołobrzegu.

Dni Morza w Szczecinie

- Jedna z największych imprez plenerowych w kraju. Przy reprezentacyjnym nabrzeżu Szczecina w 2016 roku zacumowały wyjątkowe jachty i żaglowce. Imprezę odwiedziło 125 tys. osób. Szczecin po raz kolejny był żeglarską stolicą Polski i Europy.

04

96

The Tall Ships Races w Szczecinie

PKO Bank Polski po raz kolejny był partnerem tego wyjątkowego wydarzenia. Impreza zgromadziła ponad 70 najpiękniejszych żaglowców z całego świata! Gigantyczne czterosztowce, statki z historią oraz dwa i pół tysiąca żeglarzy. Bank akcją #wejźnapokład zachęcał do poznania tradycji, poczucia klimatu pracy na morzu oraz życia na dawnych i współcześnie budowanych żaglowcach. Wrzucam też zdjęcie do wymiany zamiast tej łódki – dajemy ten z nazwą ZAGLOWCE7



Razem z Fundacją PKO Banku Polskiego

Kierując się mottem „Dobro procentuje”, Fundacja PKO Banku Polskiego działa na rzecz dobra publicznego, inspirowała różne środowiska i oddziałuje na społeczności lokalne. Za pośrednictwem Fundacji Bank wspiera je finansowo, merytorycznie i motywuje do działania na rzecz rozwoju.

Fundacja dostrzega wspólne dobro w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Współfinansując projekty nastawione na budowanie solidarności społecznej, pogłębia relacje z klientami.

Fundacja buduje partnerstwo strategiczne z organizacjami społecznymi, a także z jed-

nej strony dopinguje pracowników Banku do angażowania się w działalność społeczną, z drugiej – uczestniczy w ich inicjatywach. Działalność charytatywna wpływa na kształtowanie wizerunku PKO Banku Polskiego jako biznesu zaangażowanego społecznie.

Projekty

Głównym źródłem finansowania zadań Fundacji są dotacje od Fundatora. Dodatkowe środki pieniężne z przeznaczeniem na cele dobroczynne, przekazywane na podstawie odrębnych umów, pochodzą z zysku wygenerowanego podczas obrotu bezgotówko-

wego dokonywanego przez klientów Inteligo powiązanego z kartą typu affinity Dobro procentuje (od 2013 roku). PKO Bank Polski dzieli się zyskiem z każdej transakcji bezgotówkowej dokonanej przy użyciu karty charytatywnej.

O momentu swojego powstania w 2010 roku Fundacja przeznaczyła ponad 74,5 mln zł na cele społeczne. Dotowane inicjatywy wpisują się w 7 obszarów programowych.

Małgorzata Głębicka

prezes Fundacji PKO Banku Polskiego



Pomagamy oraz propagujemy ideę pomagania. Zachęcamy pracowników do udziału w wolontariacie. W 2016 roku zorganizowaliśmy ogólnopolską akcję „Paczka dla nastolatka”, której celem była przedsięwzięta pomoc wychowankom domów dziecka. Dzięki zaangażowaniu bankowych wolontariuszy zebrane upominki zostały zapakowane i zawiezione do 120 placówek opiekuńczo-wychowawczych. To wspaniałe, że tyle osób zdecydowało się obdarować młodych ludzi oraz że zebrała się tak liczna grupa chętnych do pomocy w realizacji tego pomysłu. Dzięki zaangażo-

waniu pracowników mogliśmy sprawić radość wychowankom z placówek opiekuńczo-wychowawczych w całej Polsce. Zaangażowanie pracowników w akcję potwierdziło, że wolontariat jest motorem trwałej zmiany. Każdy, kto bezinteresownie podejmuje nowe wyzwania, poprawia umiejętności komunikacji i współpracy w grupie, a także zyskuje wiedzę nt. pracy projektowej. Wolontariusz wzmacnia poczucie własnej wartości, a jego działania są inspiracją dla innych.



04

97

Projekty specjalne Fundacji:

Bankowa
Akcja
Honorowego
Krwiodawstwa

Integracyjne
Spotkania
Mikołajkowe

Kolekcja
Zbiorów
Bankowych

Pamiętki
Bankowe

Sprzączki
i Guziki
z Orzełkiem
z rdzy

W 2016 roku na realizację 42 projektów strategicznych, w tym na 5 strategicznych projektów specjalnych (niewymagających nawiązania partnerstwa z organizacją zewnętrzną) Fundacja przekazała 17,8 mln zł. W partnerstwie na poziomie lokalnym na re-

alizację 402 projektów Fundacja przekazała 2,4 mln zł. Na tym poziomie po raz drugi został zrealizowany projekt specjalny PKO Bieg Charytatywny. Podobnie jak w roku 2015, projekt odbył się jednocześnie na 12 stadionach w całej Polsce.

Jan Ołdakowski

dyrektor Muzeum Powstania Warszawskiego



Nagroda im. Jana Rodowicza „Anody” to honorowe odznaczenie dla osób wyróżniających się zaangażowaniem w działaniach społecznych oraz postawą stanowiącą przykład dla młodego pokolenia. Cieszymy się, że właśnie w Fundacji PKO Banku Polskiego znaleźliśmy partnera tej inicjatywy i wspólnie z nią nagradzamy „Powstańców” czasu pokoju – ludzi, którzy zamiast walki z bronią w rękę,

codzienną postawą stoją w obronie wartości i stanowią wzór do naśladowania. Współpraca ta ma mocne fundamenty, bo zarówno PKO Bank Polski, jak i jego Fundacja funkcjonują w świadomości społecznej jako inicjatorzy i promotorzy wartości patriotycznych, utrwalający pamięć o wybitnych ludziach i ważnych wydarzeniach historycznych.

Pomoc osobom indywidualnym, zarówno dzieciom, jak i dorosłym wyniosła ponad 1,5 mln zł. Liczba indywidualnych beneficjentów sięgnęła 116 osób, spośród których 31 to pracownicy PKO Banku Polskiego i ich rodziny.

Krzysztof Marciniak

prezes Stowarzyszenia Pomocy Niepełnosprawnym Kierowcom SPiNKa



Blisko dwudziestu niepełnosprawnych studentów Politechniki Wrocławskiej zdobyło prawo jazdy dzięki programowi Absolvent Driver. To jedyny taki projekt w Polsce! To fantastyczna sprawa! A zatem pierwszy rok uznajemy za wspólny sukces – Fundacji PKO Banku Polskiego, Stowarzyszenia SPiNKa oraz naszych beneficjentów. Wspólnie z Fundacją Banku realizujemy duży projekt pt. „Mobilność

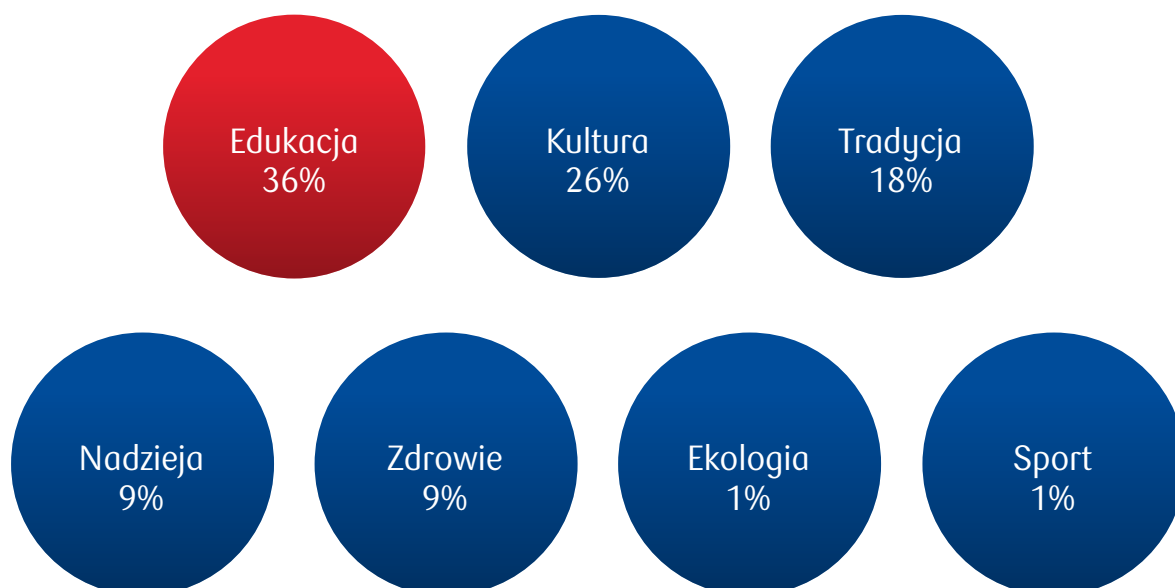
motoryzacyjna osób niepełnosprawnych”, gdzie finansujemy nie tylko kursy na prawo jazdy, ale także specjalistyczną adaptację pojazdów dla osób niepełnosprawnych oraz zakup takich aut. Realnie wpływamy na zmianę statusu społecznego i zawodowego młodych ludzi z niepełnosprawnościami i to jest zasadniczym kryterium oceny naszej współpracy.

Wolontariat pracowniczy

Bank zachęca pracowników do angażowania się na rzecz lokalnych społeczności, pokazując, że wolontariat może być motorem trwałej zmiany. Mamy w Banku blisko 1200 aktywnych wolontariuszy. Włączają się, a często sami inicjują akcje, których celem jest pomoc

potrzebującym. Każdy wolontariusz może zgłosić swój własny lokalny bądź indywidualny projekt społeczny. Fundacji wspiera go w weryfikacji wiarygodności wnioskodawcy oraz budowaniu relacji między Bankiem a lokalnym środowiskiem.

Zaangażowanie Fundacji w realizację projektów w poszczególnych obszarach programowych (udział w jej budżecie):



W 2017 roku bankowi wolontariusze włączyli się w akcję „Podaruj swój czas seniorowi”. Pracownicy byli zachęceni tworzenia grup bankowych wolontariuszy, których zadaniem jest aktywne spędzanie czasu z seniorami (mieszkańcami domów opieki) – wizyt, rozmów, wspólnych spacerów, zapraszania o siebie do domu na niedzielny obiad, czy pomoc w zakupach. Zaangażowanie w akcję „Podaruj swój czas seniorowi” to tylko jeden z przykładów wrażliwości naszych pracowników na potrzeby innych. Bankowi wolontariusze „rozdali radość” m.in. mieszkańcom Domu Pomocy Społecznej dla Kobiet czy Domu Chemika w Warszawie.

Pracownicy Banku w okresie przedświątecznym włączają się także w akcję Szlachetna Paczka. Poszczególne oddziały, departamenty czy biura wybierają rodzinę, a następnie kompletują paczkę składającą się z produktów, które są jej potrzebne. Wspierają także inicjatywy

Caritas Polska m.in. zbiórkę pieniędzy dla dzieci i młodzieży polskiej na Litwie. Materialnie pomagają dzieciom i młodzieży z placówek opiekuńczo-wychowawczych oraz organizacja wspólnej zabawy z dziećmi pracowników Banku (m.in. akcja „Paczka dla nastolatka” i „Integracyjne Spotkania Mikołajkowe”).

W projektach, których celem jest pomoc potrzebującym, pracownicy Banku mogą uczestniczyć przez cały rok. Są wśród nich akcje jednorazowe np. zbiórka pieniędzy na operację chorej Oliwki. Włączyła się do niej m.in. Bankowa drużyna piłkarska biorąc udział w charytatywnym turnieju piłki halowej, a Fundacja PKO Banku Polskiego przekazała 20 tys. zł. Pracownicy chętnie biorą też udział w projektach cyklicznych m.in. Bankowej Akcji Honorowego Krwiodawstwa, czy charytatywnych akcjach biegowych „biegnę dla...”.

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 organizacja korzystająca z najnowocześniejszych technologii, nieustannie ewoluuje.

Bank postrzegany jest jako stabilna, solidna i wiarygodna instytucja, a znajomość marki PKO Banku Polskiego od lat utrzymuje się na wysokim poziomie, dystansując konkurentów. Od pierwszego zestawienia Najcenniejszych Polskich Marek według wyceny „Rzeczpospolitej” w 2006 roku wartość marki PKO Banku Polskiego wzrosła o 2 mld zł. Rankingowi „Rzeczpospolitej” towarzyszy konkurs „Młoda Marka Sukcesu”, którego inicjatorem jest PKO Bank Polski. Celem konkursu jest wyróżnienie i promocja ambitnych oraz dynamicznie rozwijających się przedsiębiorstw. Produkty polskich firm są coraz bardziej rozpoznawalne i poszukiwane, zdobywają uznanie w kraju i na świecie. PKO Bank Polski, jako niekwestionowany lider na rynku finansowym, od lat wspiera rozwój polskiego biznesu i angażuje się w promocję młodych marek, przedsiębiorstw oraz innowacyjnych start-upów.

PKO Bank Polski to przykład marki, która udowadnia, że można łączyć tradycję oraz bezpieczeństwo z innowacyjnością i nowoczesnością. Jako lider nowoczesnej bankowości angażujemy się w inicjatywy przyszłości i zgodnie z ideą patriotyzmu gospodarczego wspieramy rozwój Polski i Polaków.

Marka PKO Banku Polskiego od lat jest doskonale widoczna na rynku i ceniona przez ekspertów. W 2015 r. Bank zwyciężył w rankingu Najcenniejszych Polskich Marek tygodnika „Wprost”, gdzie rynkowa wartość firmy została wyceniona na 46,6 mld złotych, a logo Banku, biorąc pod uwagę średnie wyceny marek dla instytucji finansowych, może być warte nawet 5 mld złotych.

PKO Bank Polski jest także bankową Top Marką 2016, czyli najbardziej medialną i najlepiej prezentowaną marką w branży bankowej – wynika z badania tegorocznego Top Marka, przygotowanego przez magazyn „Press” i Press-Service Monitoring Mediów. Bank zyskał najwięcej punktów za liczbę i zasięg publikacji.

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, standaryzowaną obsługą i komunikują się z otoczeniem... Po prostu budują przyjazną klientom organizację, Bank godny najwyższego zaufania.

Solidny

Stabilny

Wiarygodny

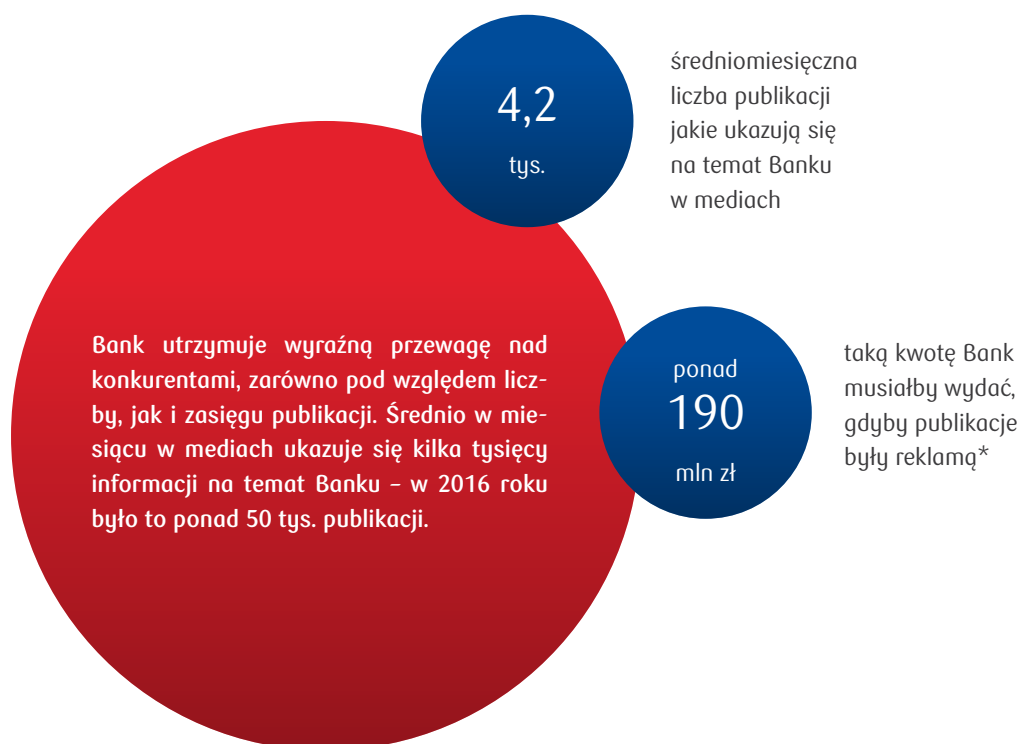
Komunikacja z otoczeniem

Istotne znaczenie dla budowania zaufania do Banku ma spójna i wielokanałowa komunikacja. 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.pl. Wśród narzędzi komunikacyjnych jest przygotowane na wzór Wikipedii kompendium haseł ekonomicznych – Bankowiki. 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 platforma komunikacji i wsparcia procesów biznesowych, która ma wszystkie zalety globalnej sieci. 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.



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

Środowisko naturalne

Bezpośredni wpływ PKO Banku Polskiego na zanieczyszczenie środowiska naturalnego jest stosunkowo niewielki. Mimo to od lat podejmujemy inicjatywy służące ochronie ekosystemu. Realizujemy m.in. programy:

Ambicją PKO Banku Polskiego jest kształtowanie postaw ekologicznych klientów. Służą temu akcje informacyjne i edukacyjne, kredytowanie proekologicznych projektów infrastrukturalnych oraz zachęcanie klientów do rezygnacji z papierowych wyciągów operacji bankowych.

program optymalizacji
wydruków i redukcji
zużycia papieru

oszczędzanie energii
elektrycznej

recykling zużytego
sprzętu komputerowego
i telefonów
komórkowych

zbiórki makulatury,
baterii i tonerów

digitalizacja
dokumentów

Nagrody i wyróżnienia przyznane Bankowi

W 2016 roku Bank otrzymał wiele nagród i wyróżnień. Docenione zostały działania społeczne, innowacyjne usługi i produkty, doskonała jakość obsługi klienta, kilkakrotnie wyróżniono kadrę managerską Banku, doskonałe wyniki finansowe oraz całokształt działalności Banku. Najważniejsze przyznane nagrody to:

Dynamiczny rozwój i doskonałe wyniki finansowe

Kolegium

Szczegóły

„Wprost”

W drugiej edycji przygotowanego przez tygodnik „Wprost” zestawienia 200 największych polskich firm PKO Bank Polski otrzymał wyróżnienie. O miejscu w rankingu decydowała wartość przychodów ze sprzedaży uzyskanych w poprzednim roku. Z przychodami ze sprzedaży w wysokości blisko 15 mld zł był najwyższym notowanym bankiem i zachował ubiegłoroczną, 8. pozycję w rankingu.

200 Największych
Polskich Firm 2015

Miesięcznik
finansowy
BANK

PKO Bank Polski kolejny rok z rzędu zwyciężył w rankingu Miesięcznika Finansowego BANK – „50 największych banków w Polsce”. Był najlepszy pod względem sumy aktywów, która w ubiegłym roku wyniosła blisko 267 mld zł. W tegorocznej 21. edycji rankingu otrzymał statuetkę w kategorii banków oferujących kredyty konsumenckie – Consumer Finance. Ponadto Adam Marciniak, dyrektor Pionu Rozwoju i Utrzymania Aplikacji, został uhonorowany tytułem „Innowator Rynku Bankowego 2015”.

50 największych
banków w Polsce

„Dziennik
Gazeta Prawna”

W drugiej edycji rankingu „Gwiazdy Bankowości” organizowanego przez „Dziennik Gazetę Prawną” PKO Bank Polski był drugi w kategorii struktura biznesu, wyróżniając się pod względem wartości udzielonych kredytów i złożonych depozytów. W 2015 roku kredyty udzielone klientom Banku wzrosły o 6,1 proc. do 190,4 mld PLN, a wartość depozytów do 195,8 mld PLN, tj. o 12,3 proc. Przy tworzeniu rankingu brane były pod uwagę tempo rozwoju, dochodowość i efektywność, struktura biznesu oraz poziom innowacyjności. Partnerem merytorycznym rankingu jest firma doradcza PwC.

Gwiazdy
Bankowości 2016

„Warsaw
Business Journal”

Według rankingu Book of Lists 2016/2017 przygotowywanego przez magazyn „Warsaw Business Journal”, PKO Bank Polski oraz DM zajęły pierwsze miejsca w rankingu Book of Lists 2016/2017. Po raz kolejny były najlepsze w kategoriach: banki w Polsce i domy maklerskie. Book of Lists to największa i najdłużej obecna na polskim rynku wydawniczym firma, która w formie rankingów prezentuje najlepiej prosperujące firmy z różnych sektorów biznesu w Polsce. Co roku są w nim wyróżniane najlepsze, największe i najbardziej dynamiczne przedsiębiorstwa.

Book of Lists



04

103

„Polish Market”

W czternastej edycji rankingu polskich przedsiębiorstw PKO Bank Polski uzyskał tytuł Perły Polskiej Gospodarki w kategorii „perły sektora finansowego”. Doceniony został za konsekwentną realizację strategii, dynamiczny rozwój i wzmacnianie pozycji lidera.

Perły
Polskiej Gospodarki

„The Banker”

PKO Bank Polski po raz czwarty został uhonorowany nagrodą „Bank of the Year in Poland”. Doceniono umocnienie wiodącej pozycji rynkowej i znaczącą poprawę jakości portfela kredytowego, a także utrzymanie wysokiej efektywności działania, solidną pozycję płynnościową oraz wzmocnienie siły kapitałowej. To prestiżowe wyróżnienie w branży finansowej potwierdza, że skuteczna strategia polskiego Banku znajduje uznanie także za granicą.

Bank Roku
w Polsce według
miesięcznika
„The Banker”

„Super Ekspres”

W trzeciej edycji konkursu „Super Ekspresu” w kategorii bankowość i finanse PKO Bank Polski zdobył nagrodę Złoty Laur „Super Biznesu”. Kapituła doceniła dynamiczny rozwój Banku, jego aktywność w rozwijaniu bankowości mobilnej i internetowej oraz zaangażowanie w budowę e-państwa. Uznanie zyskała również wypracowana przez Bank pozycja rynkowa oraz nieustanny postęp i poszerzanie obszarów działalności, np. powołanie PKO Banku Hipotecznego.

Złoty Laur
„Super Biznesu”

Wyróżnione działania w zakresie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR)

„Etyczna Firma”

Za odpowiedzialność i kulturę organizacyjną PKO Bank Polski został nagrodzony w drugiej edycji konkursu „Etyczna Firma”. To wyróżnienie przyznawane jest przedsiębiorstwom, które kompleksowo i systemowo prowadzą działania na rzecz budowy i wzmacniania kultury organizacyjnej opartej o etykę i wartości w sposób najbardziej kompleksowy i systemowy, wykazujące największą aktywność w tym obszarze na tle innych przedsiębiorstw w Polsce.

Etyczna Firma 2015

„Gazeta Bankowa”

Dziennikarze „Gazety Bankowej” wyróżnili PKO Bank Polski w Rankingu Firm Odpowiedzialnych Społecznie „Odpowiadam Polsce” w kategorii Zdrowie i Społeczeństwo za popularyzację idei krwiodawstwa w ramach prowadzonej przez Bank od 2009 roku Bankowej Akcji Honorowego Krwiodawstwa.

Odpowiadam Polsce

Instytut
Rachunkowości
i Podatków

Już po raz czwarty, Raport Roczny PKO Banku Polskiego, został uhonorowany nagrodą specjalną „The Best of The Best” w konkursie na najlepszy raport roczny – The Best Annual Report organizowanym przez Instytut Rachunkowości i Podatków. Wyróżnienie to jest dowodem profesjonalizmu. Kapituła Konkursu doceniła wysoką jakość sprawozdawczości finansowej, a także jego wartość wizerunkową. Uznanie zyskała kompletność, spójność oraz jasna i logiczna prezentacja danych. W 2016 roku PKO Bank Polski wydał także Raport Społeczny za rok 2015, który obok informacji biznesowych prezentuje realizowane przez Bank działania w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu.

The Best
Annual Report

„Gazeta Finansowa”

PKO Bank Polski znalazł się w gronie 25 Najlepszych Pracodawców 2016 w rankingu przygotowanym przez „Gazetę Finansową”. Tytuł Najlepszego Pracodawcy został przyznany firmom, które przede wszystkim dbają o dobrą atmosferę pracy, rozwój pracownika oraz poziom satysfakcji. Bank został doceniony za kompleksowe działania służące budowie atrakcyjnego środowiska pracy i rozwoju kariery oraz ułatwianie godzenia jej z życiem prywatnym, także za aktywność na rynku pracy.

Najlepszy
pracodawca 2016

Kowalski Pro-Media

Zbigniew Jagiełło, prezes Zarządu PKO Banku Polskiego, został wyróżniony w XIII edycji ogólnopolskiego konkursu organizowanego w ramach Programu Solidny Pracodawca Roku 2015 za skuteczną politykę personalną Banku, która przekłada się na jakość oferowanych produktów i świadczonych usług. Szczególnie doceniono modernizację struktury HR w dużej i stabilnej organizacji w sposób odpowiadający najnowszemu światowemu trendom oraz zaimplementowanie systemu zarządzania kapitałem ludzkim SAP. PKO Bank Polski został również doceniony za działania w obszarze CSR, łączenie celów biznesowych z zaangażowaniem społecznym. Był jedyną instytucją finansową, która otrzymała dwie nagrody.

Solidny
Pracodawca roku 2015

Tendence Graduate
Barometr 2016

W ósmej edycji studenckiego rankingu najbardziej pożądaných polskich pracodawców Tendence Graduate Barometr 2016 PKO Bank Polski zajął 4 miejsce w kategorii Biznes i poprawił ubiegłoroczną pozycję. W zestawieniu przed Bankiem pojawili się międzynarodowi giganci Google i Apple oraz Narodowy Bank Polski.

PKO Bank Polski
Idealnym Pracodawcą



04

105

PKO Bank Polski, jako pierwsza firma sektora finansowego i trzecia w Polsce, otrzymał międzynarodowy certyfikat potwierdzający najwyższe standardy procesów zakupowych. Certyfikat przyznała największa na świecie organizacja branży zakupowej Chartered Institute of Procurement and Supply (CIPS). Jest on udokumentowaniem wiarygodności biznesowej Banku wobec klientów i kontrahentów.

Certyfikat CIPS
dla PKO
Banku Polskiego

PKO Bank Polski został nagrodzony w konkursie BIG DATA: Think Big CEE, w kategorii Rozwiązanie Roku, za podnoszenie poziomu bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni i minimalizowanie zagrożeń, na które klienci mogą być narażeni w sieci. To efekt udziału Banku w programie Microsoft Enterprise Customers Cyber Threat Intelligence Program (ECCTIP).

Bank doceniony
za najwyższe
standardy
bezpieczeństwa

PKO Bank Polski zdobył tytuł „Marki Godnej Zaufania 2016” w kategorii kredyty i pożyczki dla firm w zestawieniu miesięcznika „My Company Polska” opracowanym na podstawie wyników badania zrealizowanego przez instytut badawczy Millward Brown. Niemal 12 proc. ankietowanych spontanicznie wskazało markę PKO Bank Polski.

Marka
Godna Zaufania

Aż dwa projekty PKO Banku Polskiego – Szkolne Kasy Oszczędności oraz PKO Bieg Charytatywny – znalazły się w pierwszym w Polsce, obejmującym 10 projektów zestawieniu „Edukacyjne działania biznesu. Lista najbardziej znaczących inicjatyw”. Spośród 271 inicjatyw poddanych pod ocenę kapituły, 51 z nich przeszło do trzeciego etapu. Wśród nich m.in. pięć z PKO Banku Polskiego: SKO, PKO Bieg Charytatywny, akcja edukacyjna #cyberstrażnik, bezpłatne szkolenia dla przedsiębiorców oraz wspieranie start-upów.

PKO Bank Polski
– doceniony edukator

PKO Bank Polski został finalistą międzynarodowego konkursu The Global Inclusion Awards 2016. Prowadzony przez Bank od ponad 80 lat program edukacyjny SKO znalazł się w gronie sześciu najlepszych inicjatyw nagrodzonych w kategorii Child & Youth Friendly Banking Award. Międzynarodowe jury doceniło szeroką skalę programu (prawie 5 tysięcy zaangażowanych szkół, 6 tysięcy nauczycieli), różnorodność i innowacyjność stosowanych rozwiązań oraz stały rozwój SKO w zakresie udostępnianych materiałów edukacyjnych.

SKO w finale Child
& Youth Friendly
Banking Award

CIPS

BIG DATA

„My Company
Polska”

Forum
Odpowiedzialnego
Biznesu

The Global
Inclusion Awards
2016

PKO Bank Polski Liderem nowoczesnych technologii

Izba Gospodarki
Elektronicznej

Bank został wybrany najbardziej cyfrowym bankiem w konkursie e-Commerce Polska Awards 2016 organizowanym przez Izbę Gospodarki Elektronicznej. O przyznaniu tytułu zadecydowało zaangażowanie PKO Banku Polskiego w projekty z zakresu e-administracji, cyberbezpieczeństwa, ale również jakości mobilnej i elektronicznej bankowości. To kolejne wyróżnienie za innowacyjność, wdrażanie najnowocześniejszych technologii i tworzenie rozwiązań, które stają się wzorem dla innych instytucji finansowych.

Najbardziej
cyfrowy bank

Fundacja
Rozwoju Obrotu
Bezgotówkowego

Kapituła konkursu eDukaty 2016 IV Międzynarodowego Kongresu Płatności Bezgotówkowych przyznała nagrodę PKO Bankowi Polskiemu w kategorii wydarzenie roku świata bezgotówkowego za wdrożenie płatności zbliżeniowych HCE do aplikacji mobilnej IKO. Uznane zyskała skala, na jaką użytkownicy IKO korzystają z tego sposobu dokonywania transakcji oraz wygoda i bezpieczeństwo rozwiązania. eDukat symbolizuje ewolucję pieniądza – z postaci materialnej do formy elektronicznej.

eDukat 2016
dla płatności
zbliżeniowych HCE

„Puls Biznesu”,
Bankier.pl

PKO Bank Polski został zwycięzcą rankingu ergonomii kanałów elektronicznych z najlepszą aplikacją mobilną. W audycie jakości usług bankowych, przeprowadzonym przez „Puls Biznesu” i portal Bankier.pl, bardzo wysokie oceny zebrały kanały elektroniczne PKO Banku Polskiego – IKO i iPKO. Pod względem ergonomii, wygody i użyteczności podstawowych procesów z wynikiem na poziomie 71,9 punktów zdeklasował konkurencję o prawie 10 punktów. Aplikacja mobilna IKO została uznana za najlepszą na rynku.

Ranking ergonomii
kanałów
elektronicznych

„Computerworld”

W jubileuszowej XX edycji konkursu „Computerworld” Lider Informatyki 2016 PKO Bank Polski został zwycięzcą kategorii „bankowość i finanse”. Jury doceniło Bank za projekt umożliwiający klientom składanie wniosków w programie „Rodzina 500 Plus” oraz korzystanie z Platformy Usług Elektronicznych (PUE) ZUS.

Lider
Informatyki 2016

„Gazeta Bankowa”

Wdrożone przez PKO Bank Polski rozwiązanie informatyczne dostosowujące Bank do wymogów Rozporządzenia UE EMIR wygrało w kategorii „Bankowość i finanse” konkursu „Gazety Bankowej”. Celem tego kompleksowego oprogramowania jest ograniczenie ryzyka kredytowego i operacyjnego na rynku transakcji pochodnych.

Lider 2015 roku

Związek
Banków Polskich

Kapituła konkursowa XI Kongresu Gospodarki Elektronicznej organizowanego pod patronatem Związku Banków Polskich wybrała PKO Bank Polski Partnerem Roku 2015. O zwycięstwie zdecydowało zaangażowanie Banku na rzecz integracji sektora bankowego wokół gospodarki cyfrowej, wsparcie dla innowacyjnych rozwiązań ułatwiających dostęp do ważnych usług i świadczeń poprawiających komfort codziennego życia milionom Polaków.

PKO Bank Polski
Partnerem
Roku 2015



107

Najlepsze produkty i usługi

Bankier.pl

W siódmej edycji rankingu Złoty Bankier, PKO Bank Polski zdobył statuetkę w kategorii kredyt hipoteczny za kredyt mieszkaniowy WŁASNY KĄT Hipoteczny. Został on doceniony za dostęp do finansowania również w przypadku niskiego wkładu własnego, a także za warunki wcześniejszej spłaty oraz promocyjne obniżenie marży w pierwszym roku trwania umowy.

Złoty Bankier 2015

„Wprost”

W konkursie Portfel „Wprost” PKO Bank Polski został zwycięzcą jednej z głównych kategorii – „Bank dla klienta indywidualnego”. O pozycji lidera zdecydowała nowoczesna i przejrzysta oferta produktowa, dopasowana do potrzeb klientów.

PKO Bank Polski
najlepszy dla klientów
indywidualnych

Comperia.pl

Kredyt WŁASNY KĄT Hipoteczny PKO Banku Polskiego triumfował w lipcowym zestawieniu kredytów hipotecznych przygotowanym przez redakcję Comperia.pl. Analitycy sprawdzili oferty banków dedykowane osobom chcącym wziąć kredyt na kwotę 250 tys. z dwudziestoletnim okresem spłaty. Dla przyjętych parametrów najkorzystniejsza okazała się oferta PKO Banku Polskiego.

WŁASNY KĄT
hipoteczny
PKO Banku Polskiego
ze statuetką
Comperia Stars

Comperia.pl

Contact Center PKO Banku Polskiego po raz dziesiąty zdeklasował rywali w cyklicznym badaniu przeprowadzonym przez ARC Rynek i Opinia (stanął na podium po raz jedenasty). Infolinia Banku zdobyła ogólną ocenę 97,1 punktu przy średniej dla rynku 82,5. Doceniony został kontakt zarówno mailowy, jak i telefoniczny. Audytorzy najwyżej ocenili dostępność infolinii, jakość połączenia i samej rozmowy, w tym uprzejmość, zaangażowanie i profesjonalizm konsultantów. W przypadku kontaktu mailowego Bank również uzyskał maksymalne noty za szybkość odpowiedzi oraz kompetencje i uprzejmość pracowników.

Najlepsze
Superbrands
Contact Center

Silna Marka

Rada Marek

W XI edycji plebiscytu Superbrands Polska, PKO Bank Polski, lider rynku usług finansowych, wyróżniony został tytułami Superbrands 2016/17 i Created in Poland Superbrands 2016/17. Są one potwierdzeniem siły marki, jej wiarygodności oraz zaufania, jakim obdarzyli ją klienci. Laureatów plebiscytu wybiera ekspercka Rada Marek, składająca się z ponad 50 ekspertów w dziedzinie marketingu, badań, strategii, branding, reklamy i PR, na podstawie badań konsumenckich zrealizowanych przez instytut badawczy ARC Rynek i Opinia. Wzięło w nich udział ponad 15 tys. konsumentów, którzy opiniowali ponad 2000 marek.

Superbrands

„Magazyn Press”,
Press-Service
monitoring Mediów

PKO Bank Polski jest najczęściej i najlepiej opisywaną w mediach instytucją sektora bankowego – wynika z siódmego już rankingu „Top Marka”. Zyskał najwięcej punktów za liczbę i zasięg publikacji. Analiza objęła informacje zamieszczane w prasie, internecie i mediach społecznościowych. Również ekwiwalent reklamowy dla wszystkich publikacji, w których przywoływany był PKO Bank Polski, okazał się najwyższy wśród banków i wyniósł ponad 190 mln zł.

Lider rankingu
TOP Marka

TNS Polska

PKO Bank Polski otrzymał „Lamparta 2016” w konkursie na najbardziej podziwianą kreację marki bankowej i ubezpieczeniowej. Został doceniony za odmłodzenie marki, konsekwencję i spójną stylistykę działań marketingowych. W tegorocznej edycji Bank zajął 3 miejsce.

Lamparty

Business
Magazine Manager

Bank został laureatem plebiscytu „Globalna Polska” w kategorii „Polskie marki z tradycją, które wciąż mają silną tradycję”.

PKO Bank Polski
jedną z najbardziej
rozpoznawalnych
i aktywnych
marek



04

109

Działalność Maklerska

Gazeta Giełdy
„Parkiet”

Dom Maklerski PKO Banku Polskiego zdobył tytuł „Domu Maklerskiego Roku” w 22. edycji organizowanego przez Gazetę Giełdy „Parkiet” konkursu Byki i Niedźwiedzie, którego celem jest uhonorowanie spółek, instytucji oraz osób, które najbardziej wyróżniły się na rynku kapitałowym przyczyniając się do jego rozwoju.

Byki i Niedźwiedzie

Stowarzyszenie
Inwestorów
Indywidualnych,
Bankier.pl

Dom Maklerski PKO Banku Polskiego zajął pierwsze miejsce w rankingu przygotowanym przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych i Bankier.pl. To dowód na skuteczność w budowie wiodącej pozycji wśród domów maklerskich w Polsce.

Lider Ogólnopolskiego
Badania Inwestorów



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, Monice Bryskiej, Marice Chrobocińskiej, Barbarze Czczot, Katarzynie Dresler, Beacie Galant, Aleksandrze Gieros-Brzezińskiej, Bartłomiejowi Jedlińskiemu, Ewie Kaczyńskiej, Stefanowi Kasińskiemu, Tomaszowi Kasińskiemu, Annie Kęsce, Marcie Konopce, Magdalenie Kopcińskiej, Agnieszce Kotrys, Michałowi Kuczmierowskiemu, Marcinowi Nowińskiemu, Grzegorzowi Osińskiemu, Mariuszowi Partyce, Renacie Sakowskiej, Agnieszce Skalskiej, Agnieszce Siwickiej, Augustynie Skłodowskiej, Edycie Skorupskiej, Lidii Sosnowskiej-Smogorzewskiej, Małgorzacie Szarek, Izabeli Świderek-Kowalczyk, Agnieszce Twardowskiej, Marzenie Zalejskiej, Agnieszce Załęskiej .

