



BRE BANK SA

RAPORT O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI
2006



Szanowni Państwo,

Zwracam się do Państwa w związku z opublikowaniem po raz pierwszy Raportu o Społecznej Odpowiedzialności BRE Banku. Ogłaszane dotychczas w ramach obowiązków sprawozdawczych spółek giełdowych roczne sprawozdania finansowe kładą głównie nacisk na informacje o kondycji finansowej Banku i rozwoju biznesu w obszarach jego działalności.

Postanowiliśmy wzbogacić publikowane informacje również o niefinansowe aspekty działalności Banku.

Zadaniem niniejszej publikacji jest ukazanie drugiej twarzy BRE Banku poprzez przedstawienie szerokiego zakresu informacji o działaniach mających na celu wzrost:

- Zaufania Akcjonariuszy;
- Satysfakcji i lojalności Klientów;
- Przywiązania Pracowników i ich utożsamiania się z firmą i jej celami;
- Rzetelności i wiarygodności w relacjach z partnerami biznesowymi;
- Pozytywnego postrzegania przez lokalne społeczności.

Kreowanie wzajemnych korzyści z relacji i współpracy z interesariuszami – Akcjonariuszami, Klientami, Partnerami Biznesowymi i Społecznościami Lokalnymi, w których działamy – to dla BRE Banku wartości bardzo istotne i ważne elementy jego kultury korporacyjnej. Korporacyjna odpowiedzialność społeczna jest fundamentalną zasadą, na której Bank buduje swe relacje z otoczeniem.

Tak rozumiana odpowiedzialność korporacyjna jest we wszystkich działaniach BRE Banku bardzo ważna. Nie wystarcza już w prowadzonej działalności kierować się zasadami ekonomicznej racjonalności i spełniać wszystkie prawne i formalne wymagania. Realizując swą biznesową strategię BRE Bank będzie dokonywał wyboru korzystnych rozwiązań nie tylko z punktu widzenia firmy, ale i całego otoczenia, Pracowników, społeczności i środowiska, w którym działamy.

Raport o Społecznej Odpowiedzialności BRE Bank będzie publikować systematycznie, doskonaląc jego strukturę i wzbogacając zawartość, z uwzględnieniem międzynarodowych standardów sprawozdawczości w tej dziedzinie.

Mam nadzieję, że Raport ten uczyni wizerunek Banku jeszcze bardziej przyjaznym i przekona Państwa, jak jesteście dla nas ważni.

Z wyrazami szacunku

Sławomir Lachowski
Prezes Zarządu



Spis treści

I. Społeczna Odpowiedzialność Biznesu – zasadą działalności BRE Banku	4
II. W zgodzie z zasadami ładu korporacyjnego	4
III. Przejrzystość – główna zasada w relacjach z inwestorami	5
III.1. Kim są nasi Akcjonariusze	5
III.2. Działalność informacyjna dla inwestorów i analityków	6
III.3. Udział inwestorów w wynikach Banku	7
IV. Relacje z Klientami	8
IV.1. Kim są nasi Klienci	8
IV.1.1. Klienci korporacyjni	8
IV.1.2. Klienci indywidualni/prywatni i detaliczni	9
IV.2. Realizacja misji BRE Banku	10
IV.2.1. Opieka doradców	10
IV.2.2. Działalność edukacyjna	11
IV.2.3. Obsługa reklamacji	11
IV.2.4. Zwiększenie dostępności usług	12
IV.2.5. Badania satysfakcji Klientów	14
V. Gwarancja bezpieczeństwa w prowadzonej działalności	15
V.1. Polityka bezpieczeństwa	15
V.2. Monitorowanie ryzyka operacyjnego	15
V.3. Business Continuity Plans (BCP)	16
V.4. System ubezpieczeń	16
V.5. System zabezpieczeń transakcji dokonywanych przez Internet	16
V.6. Przeciwdziałanie praniu pieniędzy oraz compliance	17
V.6.1. Przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu	17
V.6.2. Przeciwdziałanie wykorzystaniu informacji poufnych w sposób niezgodny z prawem	17
VI. BRE Bank odpowiedzialnym pracodawcą	18
VI.1. Charakterystyka zatrudnienia	18
VI.2. Korporacyjny Kanon Wartości DROGA	20
VI.3. System Motywacyjny BRE Banku	21
VI.4. Szkolenia	22
VI.5. Troska o zdrowie, bezpieczeństwo socjalne i kondycję pracowników	24
VI.6. Rada Pracowników	25
VII. BRE Bank – odpowiedzialny partner biznesowy	25
VIII. Działania na rzecz ochrony środowiska	27
VIII.1. Plan gospodarki odpadami	27
VIII.2. Gwarancje „elektryczne” BRE Banku	28
VIII.3. Prace w kierunku uzyskania certyfikatu EMAS	28
VIII.4. Inne aspekty oddziaływania Banku na środowisko	28
VIII.4.1. Opłata za korzystanie ze środowiska z tytułu emisji spalin	28
VIII.4.2. Oszczędności w zużyciu papieru	29
IX. Działania na rzecz społeczeństwa	29
IX.1. Działania Banku na rzecz kultury, sztuki, edukacji	29
IX.2. Działalność Fundacji BRE Banku	31
IX.3. Działalność sponsorska i charytatywna mBanku	33
IX.4. Działalność sponsorska i charytatywna MultiBanku	34



I. Społeczna Odpowiedzialność Biznesu zasadą działalności BRE Banku

BRE Bank, jako polska instytucja finansowa podlega wszystkim dotyczącym go przepisom prawa i dotyczącym sektora bankowego regulacjom. Działa w zgodzie ze swym statutem oraz szeregiem własnych skodyfikowanych zasad. Jako spółka giełdowa stosuje się również do przepisów obowiązujących podmioty notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Dodatkowo Bank zadeklarował, że w swej działalności będzie przestrzegać zasad ładu korporacyjnego w spółkach publicznych.

Bank, który jest zarówno podmiotem prawa polskiego, ale również członkiem Grupy kapitałowej Commerzbanku traktuje zasady ładu korporacyjnego jak i szerzej rozumianej społecznej odpowiedzialności biznesu jako wyznacznik zachowań, będący podstawowym elementem kultury korporacyjnej.

Bank posiada głęboką świadomość, że celem działania firmy jest nie tylko i wyłącznie zysk, ale również wymiar społeczny prowadzonego biznesu, wartość firmy i wrażliwość na potrzeby otoczenia społecznego. Korporacyjna odpowiedzialność społeczna jest fundamentalną zasadą, na której Bank buduje swe relacje z otoczeniem, uwzględniając interesy wszystkich podmiotów związanych z jego działalnością, czyli swych interesariuszy: Klientów, inwestorów, pracowników, partnerów biznesowych oraz lokalne społeczności. Kierując się ekonomiczną racjonalnością, dąży jednocześnie do tego, by prowadzić biznes według przejrzystych zasad, być uczciwym, lojalnym partnerem, wspierać rozwój społeczny i kulturalny. Zaangażowanie społeczne wzmacnia więzi z otoczeniem, pomaga kreować przyjazny wizerunek firmy, a tym samym zwiększa szanse pozytywnego postrzegania przez inwestorów i Klientów.

W dzisiejszym świecie biznesu jest to coraz częściej konieczność. Nie wystarczy już przy prowadzeniu firmy wypełnianie wszystkich prawnych i formalnych wymagań. Obecne oczekiwania to dobrowolne uwzględnianie w realizowanych strategiach biznesowych interesu wszystkich stron, czyli inaczej mówiąc wybór takich rozwiązań biznesowych, które są korzystne nie tylko dla firmy, ale i dla całego jej otoczenia, pracowników oraz społeczności i środowiska, w którym ona działa.

II. W zgodzie z zasadami ładu korporacyjnego

W swej działalności Bank stosuje się do wszystkich obowiązujących przepisów prawa, w tym Prawa Bankowego i uregulowań organów nadzorczych a także przepisów wewnętrznych. Jako spółka publiczna Bank nie tylko przestrzega wymogów informacyjnych wynikających z przepisów prawa, ale też dokłada wszelkich starań, by informować inwestorów o osiągniętych wynikach oraz planach dotyczących prowadzonej działalności na bliższą i dalszą przyszłość.

Dodatkowo Bank zobowiązał się do przestrzegania przyjętych na rynku zasad ładu korporacyjnego. Jako spółka giełdowa coraz większą wagę przykładła do przejrzystości swej działalności, przestrzegając zasad „Dobrych praktyk w spółkach publicznych 2005”.

W Polsce zasady ładu korporacyjnego, zebrane w dokumencie „Dobre praktyki w spółkach publicznych”, po raz pierwszy zostały ukonstytuowane przez władze Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie we wrześniu 2002 r. Dokument ten wskazuje podstawowe zasady etyki biznesowej, jakimi w codziennej działalności powinny kierować się spółki giełdowe. Nowa wersja zasad „Dobre praktyki w spółkach publicznych 2005” weszła w życie 01.01.2005 r. Obecnie trwają prace nad nowym dokumentem dobrych praktyk.

„Dobre praktyki” zawierają 53 zasady pogrupowane w bloki:

- Zasady ogólne;
- Dobre praktyki walnych zgromadzeń;
- Dobre praktyki rad nadzorczych;
- Dobre praktyki zarządów;
- Dobre praktyki w zakresie relacji z osobami i instytucjami zewnętrznymi.

Do roku 2005 spółki mogły deklorować częściowe przestrzeganie zasad, obecnie muszą jednoznacznie określić się na TAK lub NIE w odniesieniu do poszczególnych zasad.

W zakresie Dobrych praktyk BRE Bank zadeklarował przestrzeganie 52 z 53 zasad ładu korporacyjnego w brzmieniu przyjętym w roku 2005 uchwałami Zarządu Banku (z dnia 3 marca), Rady Nadzorczej (z dnia 15 marca) oraz Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia (z dnia 20 marca), zmienionym następnie w roku 2006 uchwałą Zarządu Banku (z dnia 12 stycznia), Rady Nadzorczej (z dnia 20 stycznia) oraz Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia



(z dnia 15 marca). Jedynie w stosunku do zasady 20., odnoszącej się do kwestii niezależności członków rad nadzorczych, Bank nie złożył takiej deklaracji. Statut BRE Banku nie zawiera bowiem wymogu, aby Przewodniczący Komisji do spraw audytu Rady Nadzorczej był Niezależnym Członkiem Rady Nadzorczej. Zasada 20. jest nierespektowana przez Bank tylko w tym zakresie.

Z danych GPW wynikało, że Bank nie był w swoim podejściu odosobniony, bowiem w 2006 r. około $\frac{3}{4}$ spółek deklarowała odstępstwo od zasady 20.

Deklaracja tak ścisłego przestrzegania przez BRE Bank zasad ładu korporacyjnego jest potwierdzeniem stosowanej od dawna polityki opartej na przejrzystości poczynań biznesowych, których stałymi i nieodłącznymi elementami są poszanowanie praw wszystkich akcjonariuszy oraz działanie zgodnie z uniwersalnym kodeksem etycznym.

Treść aktualnego oświadczenia BRE Banku w sprawie stosowania Dobrych Praktyk oraz treść aktualnych komentarzy Banku do zasad Dobrych Praktyk znajduje się na stronie internetowej BRE Banku: http://www.brebank.pl/pl/O_BRE_Banku/BRE_Bank/Lad_Korporacyjny/oswiadczenie/

Krajowe rankingi corporate governance prowadzone są przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową (IBnGR) i Polską Radę Dyrektorów według nieco odmiennych metodologii. W rankingu IBnGR sektor bankowy jest dość wysoko oceniany, a oceny są zróżnicowane nieznacznie. W kolejnych edycjach w latach 2001, 2003 i 2005 BRE Bank utrzymywał stabilną 4-5 pozycję w grupie 9-10 ocenianych banków. Poprawa następuje również w rankingu Polskiej Rady Dyrektorów (ranking według oceny inwestorów instytucjonalnych) i BRE w kilkunastu ocenianych kategoriach otrzymuje coraz więcej pozytywnych ocen.

Wyrazem docenienia wysiłków BRE Banku na polu przestrzegania zasad corporate governance było też przyznanie BRE Bankowi przez Gazetę Giełdy Parkiet nominacji do nagrody w kategorii „Spółka o najwyższych standardach ładu korporacyjnego” (Parkiet z 6.02.2007).

Zgodność z wymogami Transparency Directive

W 2007 r. Polska powinna implementować europejską Dyrektywę Transparency nr 2004/109 z 15 grudnia 2004 r., w sprawie harmonizacji wymogów dotyczących przejrzystości informacji o emitentach, których papiery dopuszczone są do obrotu na rynku regulowanym. Wprowadzi ona zmiany w zakresie obowiązków informacyjnych, takie jak skrócenie terminów publikacji raportów rocznych, uregulowanie obowiązkowej minimalnej treści raportu rocznego, obowiązkowe poświadczanie rocznych sprawozdań finansowych przez członków zarządów, obowiązek publikowania raportu w Internecie, obowiązek umożliwienia ciągłego dostępu do raportu przez 5 lat. BRE Bank w swej działalności informacyjnej spełnia już większość tych wymogów. Dotychczas tylko skonsolidowane sprawozdanie półroczne z działalności Grupy publikowane jest w terminie późniejszym niż wymagane Dyrektywą dwa miesiące po zakończeniu półrocza, czyli do końca sierpnia. Zgodnie z kalendarzem publikacji sprawozdanie za I półrocze 2007 r. ma być opublikowane 10 września 2007 r.

III. Przejrzystość – główna zasada w relacjach z inwestorami

III.1. Kim są nasi Akcjonariusze

Kiedy Bank powstawał w 1986 r., jego głównymi założycielami i udziałowcami byli: Ministerstwo Handlu Zagranicznego, Ministerstwo Finansów, Narodowy Bank Polski, Bank Handlowy w Warszawie S.A., Bank PKO S.A. i Bank Gospodarki Żywnościowej. Objęli oni 71% akcji Banku, a pozostałe 29% znalazło się w rękach akcjonariuszy mniejszościowych, głównie zainteresowanych rozwojem eksportu central handlu zagranicznego.

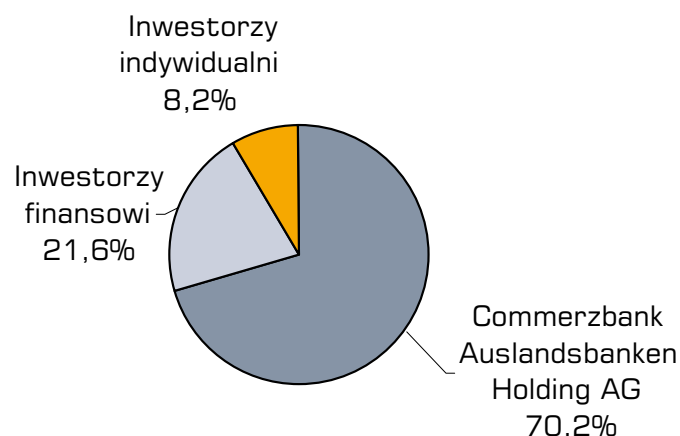
Przez minione 20 lat zaszły istotne zmiany w strukturze akcjonariatu. W 1992 r. Bank został sprywatyzowany poprzez sprzedaż akcji przez głównych udziałowców w drodze oferty publicznej. Akcje Banku od października 1992 r. znajdują się obrocie giełdowym.

Decyzja o nawiązaniu współpracy z jednym z największych banków niemieckich Commerzbankiem AG (CB), podjęta w końcu 1994 r., była kluczowa dla kapitałowego wzmocnienia Banku i jego dalszego rozwoju. Bank ten stopniowo zwiększał zaangażowanie kapitałowe poczynając od 21% w 1995, poprzez 50% w 2000 r., do 70,2% na koniec 2006 r. W 2005 r. akcje BRE Banku zostały przeniesione do spółki zależnej Commerzbank Auslandsbanken Holding AG. Był to tylko zabieg organizacyjny, polegający na grupowaniu zaangażowań zagranicznych CB w spółce holdingowej, odpowiedzialnej za te zaangażowania.



Strukturę akcjonariatu przedstawia poniższy wykres:

Struktura akcjonariatu BRE Banku na koniec 2006 r.



Przez te wszystkie lata, oprócz istotnego wsparcia kapitałowego BRE wiele skorzystał na transferze know-how od swego niemieckiego partnera. Bliska współpraca ma miejsce w dziedzinie wdrażania nowoczesnych standardów bankowości, ostatnio zwłaszcza w obszarze zarządzania ryzykiem i wymogów tzw. Basel II.

Ponadto przedstawiciele Commerzbanku aktywnie uczestniczą w zarządzaniu BRE Bankiem, wchodząc w skład Zarządu (2 osoby w 6-osobowym Zarządzie) oraz Rady Nadzorczej (4 osoby w 9-osobowym do końca lutego 2006 r., a obecnie w 8-osobowym składzie).

Zarówno BRE Bank jak i wspólna spółka BRE Leasing korzystają z Letter of Comfort CB, co znacznie zwiększa ich wiarygodność na międzynarodowych rynkach finansowych.

III.2. Działalność informacyjna dla inwestorów i analityków

Działalność informacyjna w stosunku do Commerzbanku jest bardzo ściśle uregulowana na odrębnych zasadach. Bank podlega obowiązkom informacyjnym wynikającym z członkostwa i konsolidacji w Grupie CB. Przepływ informacji ma miejsce w wielu dziedzinach, wynika zarówno z obecności przedstawicieli CB we władzach Banku, jak i odbywa się również w trakcie kontaktów roboczych.

Z punktu widzenia komunikowania się z rynkiem, bardzo ważne jest informowanie pozostałych inwestorów posiadających około 1/4 pakietu akcji BRE, a także analityków, agencji ratingowych i dziennikarzy, którzy mają istotny wpływ na kształtowanie wizerunku Banku i jego odbiór, zarówno przez otoczenie biznesowe, jak i społeczeństwo.

Rozwijanie relacji z tą grupą interesariuszy służy poprawie przejrzystości korporacyjnej. Polega to na organizowaniu konferencji przy okazji ogłaszania wyników kwartalnych, wydarzeń w Banku lub spółkach z Grupy, odbywaniu szeregu spotkań przedstawicieli Zarządu zarówno w kraju, jak i w trakcie wizyt za granicą, bieżącym udzielaniu odpowiedzi na przesyłane zapytania.

W ciągu całego roku 2006 odbyło się 370 spotkań z inwestorami, a BRE Bank był reprezentowany na 12 konferencjach, m.in. w Londynie, Nowym Jorku, Paryżu i Brukseli. Odnotowano 1388 zapytań od inwestorów i analityków w postaci e-maili i telefonów.

Rok 2006 był okresem wzmożonej aktywności w obszarach relacji inwestorskich, w których dotychczas obecność BRE Banku była mniejsza.



BRE BANK SA

Odbyło się pierwsze krajowe roadshow wśród inwestorów instytucjonalnych, przedstawiciele Banku byli obecni na europejskich konferencjach kierowanych do spółek średnich oraz do inwestorów Global Emerging Markets.

Począwszy od 2005 r., opracowane zostały arkusze kalkulacyjne, zawierające dane finansowe oraz dane biznesowe w układzie kwartalnym. Są one co kwartał rozsyłane do analityków i inwestorów.

Towarzyszy temu bieżąca działalność informacyjna która wynika nie tylko z ustawowych obowiązków informacyjnych. Źródłem aktualnych informacji jest stale wzbogacany portal internetowy Banku.

Ta strategia, w połączeniu z kontynuowaną polityką pełnej przejrzystości, (czego wyrazem są także otwarte transmisje internetowe z konferencji wyników), pozwoliła na stabilizację kursu akcji BRE w okresach wzmożonej podaży.

Działania Banku na polu relacji inwestorskich w ostatnich dwóch latach ilustruje poniższe zestawienie:

Typ relacji	Grupa odbiorców	2006	2005
Roczne Walne Zgromadzenie	Institucjonalni i prywatni inwestorzy	1	1
Spotkania z agencjami ratingowym	Agencje ratingowe	4	4
Spotkania po ogłoszeniu wyników kwartalnych	Analitycy, dziennikarze	4	4
Konferencje telefoniczne	Analitycy	4	4
Roadshows	Inwestorzy	8	2
Konferencje	Inwestorzy, analitycy	12	7
Prezentacje na GPW	Inwestorzy, analitycy	1	1
Spotkania one-to-one	Inwestorzy, analitycy	370	190
Odpowiedzi na zapytania	Inwestorzy, analitycy	1 388	480

Efektom tych działań jest coraz lepsze postrzeganie Banku i Grupy BRE Banku przez rynek, a także przyznane nagrody i wyróżnienia. Wspomniana już nominacja Gazety Giełdy Parkiet doceniła, oprócz sukcesów w praktycznym stosowaniu zasad corporate governance, przejrzystą politykę informacyjną i profesjonalizm relacji inwestorskich.

Pod koniec lutego 2007 r. we Frankfurcie nad Menem ogłoszono wyniki europejskiego rankingu w dziedzinie relacji inwestorskich (IR Global Rankings), prowadzonego przez uznane firmy konsultingowe i doradcze jak: MZ Consult, KPMG i Linklaters. BRE Bank, jako jedna z pięciu firm Europy, otrzymał nagrodę IR Global Rankings w kategorii „Disclosure Procedure”, czyli za najlepsze standardy informacji ujawnianych inwestorom. W kategorii tej, poza BRE Bankiem, zostały wyróżnione również Telekom Austria, Norsk Hydro, UBS oraz Danske Bank. Doroczne wyróżnienia IR Global Rankings przyznawane są pięciu wiodącym przedsiębiorstwom w trzech kategoriach:

- najlepsze strony internetowe poświęcone relacjom inwestorskim,
- najlepsze standardy corporate governance,
- najlepsze standardy informacji ujawnianych inwestorom.

III.3. Udział inwestorów w wynikach Banku

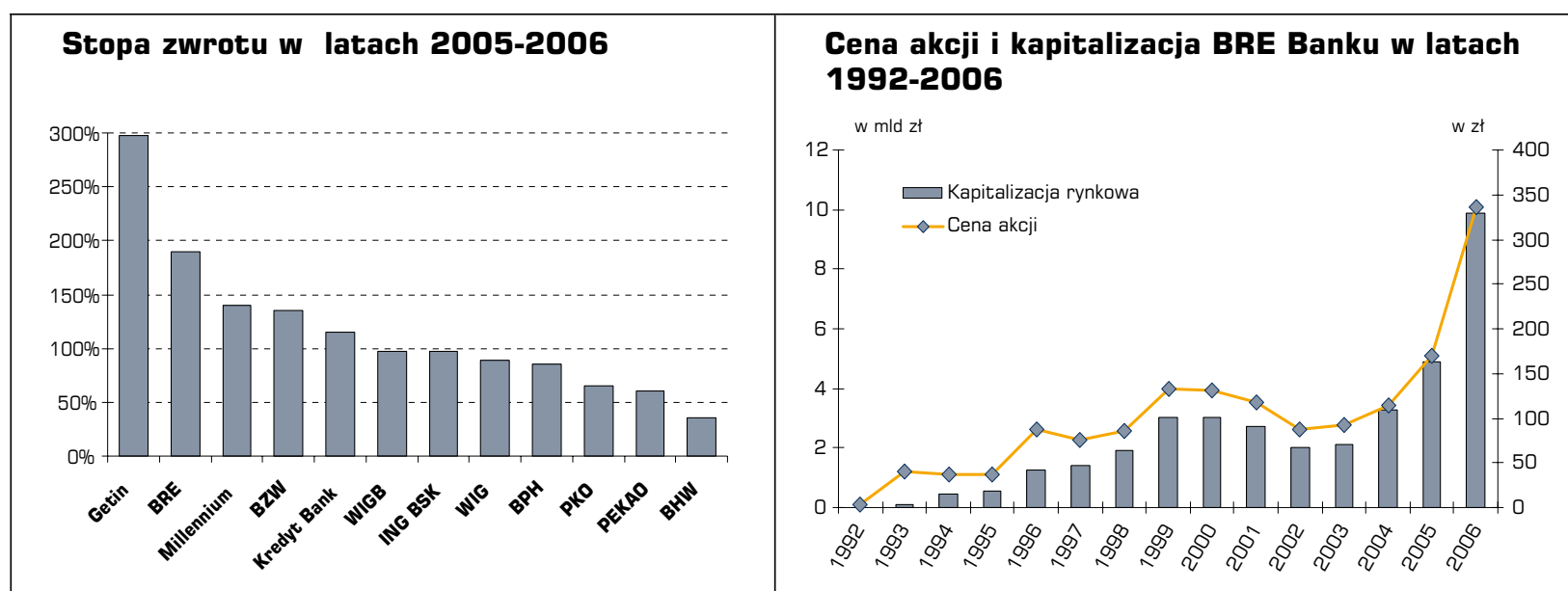
Budowanie wartości firmy dla akcjonariuszy to jeden z głównych celów działalności Banku. Uczestnictwo akcjonariuszy w sukcesach finansowych Banku może mieć dwojaką postać: partycypacji w dywidendzie lub pośrednio – dzięki wzrostowi rynkowej wyceny akcji.

Jeśli chodzi o wypłatę dywidendy, do 2001 r. włącznie Bank wypłacał dywidendę, stosując jako zasadę przeznaczanie na nią około 1/3 zysku. Jednak począwszy od roku 2002 – kiedy to odnotowano znaczną stratę, poprzez 2003 r. – kiedy wynik był niesatysfakcjonujący i ponowną stratę w 2004 r. dywidenda nie była wypłacana. W latach 2005–2006 akcjonariusze zdecydowali, by z wypracowanych środków wzmocnić kapitały, umożliwiając w ten sposób Bankowi dalszy dynamiczny rozwój.



Rekompensatą za niewypłacone dywidendy był znaczący rynkowy wzrost ceny akcji Banku w latach 2005-2006. Między pierwszą a ostatnią sesją w 2005 r. wzrosła ona ze 116 zł do 169 zł, natomiast w 2006 r. ze 170,5 zł w dniu 2.01.2006 do 336 zł w dniu 29 grudnia 2006. W sumie w okresie 2005-2006 cena akcji BRE Banku wzrosła o 189,7%, podczas gdy główne indeksy giełdowe wzrosły odpowiednio: WIG o 88,7%, WIG-20 o 67% i WIG-Banki o 97,1%.

W 2006 r. kurs akcji BRE Banku wielokrotnie wyznaczał nowe historyczne maksima. W dniu 18 grudnia 2006 r. akcje BRE Banku notowane były na najwyższym poziomie 367 zł, natomiast najniższy w ciągu roku kurs 161 zł odnotowano 14 czerwca 2006. W I kwartale 2007 r. kurs akcji BRE nadal rósł szybciej niż rynek, osiągając 30 marca kolejne historyczne maksimum 479 zł.



IV. Relacje z Klientami

IV.1. Kim są nasi Klienci

IV.1.1. Klienci korporacyjni

W początkach swej działalności, czyli ponad 20 lat temu BRE był bankiem nastawionym wyłącznie na obsługę przedsiębiorstw. W pierwszych latach jego działalność polegała głównie na udzielaniu polskim eksporterom kredytów dewizowych na zakup dóbr inwestycyjnych i technologii. Z czasem oferta produktów i usług dla firm stopniowo rozszerzała się o obsługę transakcji handlu zagranicznego, różnorodne produkty depozytowe, instrumenty pochodne. Na przełomie 1992 i 1993 Bank wdrożył zintegrowany system bankowy, co umożliwiło uruchomienie systemu elektronicznej obsługi klienta (BRESOK). Było to wówczas pionierskie rozwiązanie w Polsce. System ten, doskonalony przez lata, funkcjonuje do dziś. Oprócz niego Klienci mogą korzystać z systemu Multicash. Oba systemy działają w trybie off-line, natomiast w trybie on-line Klienci mogą dokonywać transakcji przez Internet na platformie elektronicznej o nazwie iBRE. Obecnie trwają prace nad połączeniem iBRE z systemem finansowo-księgowym Klientów.

Na koniec 2006 r. Bank obsługiwał 11,5 tys Klientów korporacyjnych, spośród których największą grupę 7,0 tys. stanowili Klienci sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw (w Banku jest to tzw. segment K3, a kryterium wyodrębnienia są roczne obroty poniżej 30 mln zł), 3,5 tys. Klientów to firmy średnie (K2 – o rocznych obrotach od 30 mln zł do 1 mld zł), natomiast około 1 tys. to Klienci segmentu K1, obejmującego grupy kapitałowe oraz duże przedsiębiorstwa o obrotach powyżej 1 mld zł.



BRE BANK SA

Klienci korporacyjni są obsługiwani poprzez 23 Oddziały Korporacyjne ulokowane w największych miastach Polski.



BRE BANK SA

NAJLEPSZA INSTYTUCJA FINANSOWA
DLA WYMAGAJĄCYCH KLIENTÓW

IV.1.2. Klienci indywidualni/prywatni i detaliczni

W roku 1996 r. do grona Klientów dołączyły osoby o wysokich dochodach, którym zaoferowano usługi Private Banking (PB). Na koniec 2006 r. usługi te oferowano 7,8 tys. Klientów. Począwszy od 2007 r. do oferty PB dla najzamożniejszych Klientów wprowadzono usługi wealth management – kompleksowe zarządzanie środkami. Klienci PB są obsługiwani w wydzielonych i przystosowanych pomieszczeniach Oddziałów Korporacyjnych.



BRE BANK SA
PRIVATE BANKING

Istotną zmianą biznesowego profilu było uruchomienie w końcu 2000 r. detalicznego ramienia BRE Banku pod nazwą mBank, pierwszego internetowego banku w Polsce, skierowanego na obsługę Klientów masowych i mikroprzedsiębiorstw. Z czasem do ich obsługi zaczęto również tworzyć niewielkie placówki – mKioski, a w miarę rozwoju oferty, zwłaszcza kredytowej, większe placówki Centra Finansowe (CF). Na koniec 2006 r. działało 50 mKiosków i 15 CF. Na koniec 2006 r. z usług mBanku korzystało 1,29 mln Klientów, w tym 135 tys. mikroprzedsiębiorstw.



mBank to lider bankowości internetowej i mobilnej. Jest pierwszym wirtualnym bankiem w Polsce realizującym misję maksimum korzyści i wygody w finansach osobistych. mBank posiada szeroką ofertę innowacyjnych produktów dla Klientów indywidualnych i przedsiębiorców.



BRE BANK SA

Kolejnym krokiem w stronę bankowości detalicznej było uruchomienie w końcu 2001 r. drugiego detalicznego projektu o nazwie MultiBank. Jego Klienci to również osoby prywatne, ale o wyższym statusie materialnym. Na potrzeby ich obsługi, oprócz zdalnych kanałów, utworzono i nadal rozwija się sieć placówek terenowych – Centra Usług Finansowych (CUF) oraz Placówki Partnerskie (PP). W końcu 2006 r. działało 46 CUF i 38 PP. Liczba Klientów osiągnęła na koniec 2006 r. 340 tys, w tym 50 tys. mikroprzedsiębiorstw.



MultiBank dla wymagających i ceniących profesjonalizm Klientów indywidualnych i przedsiębiorców. Oferuje unikalne połączenie doradztwa w najnowocześniejszych placówkach i przyjazne zarządzanie finansami przez Internet, WAP i Call Center. MultiBank to prestiżowy Klub Aquarius, bezpłatna usługa maklerska, profesjonalne doradztwo, innowacyjne produkty dla przedsiębiorców i karty kredytowe dopasowane do indywidualnych potrzeb.

IV.2. Realizacja misji BRE Banku

Misja BRE Banku

Najlepsza instytucja finansowa dla wymagających Klientów korporacyjnych, indywidualnych i przedsiębiorców

- BRE Bank jest bankiem uniwersalnym, oferującym szeroką paletę innowacyjnych produktów bankowych i niebankowych tworzących wartość dodaną dla docelowych grup Klientów;
- Wielokanałowy i wielomarkowy model biznesowy skoncentrowany na wybranych grupach Klientów;
- Doradztwo i produkty BRE Banku „szyte na miarę” potrzeb docelowych grup Klientów;
- Spółki Grupy BRE Banku dostarczają istotnych, komplementarnych produktów i usług (leasing, faktoring, usługi maklerskie, doradztwo);
- Otwarta architektura umożliwia oferowanie najlepszych produktów i usług zgodnie z wyborem Klienta.

Zacytowana powyżej misja Banku dobrze charakteryzuje podejście Banku do Klientów, stawiając ich w centrum zainteresowania. Podstawą działalności jest dostarczanie Klientom nie tylko wysokiej jakości produktów i usług, ale też zapewnienie indywidualnego podejścia, które pozwala lepiej rozpoznać ich potrzeby, szeroko rozumianego doradztwa – gdy złożoność lub innowacyjność produktu tego wymaga, łatwego dostępu do usług bankowych czy szybkiego reagowania na reklamacje. Takie kompleksowe podejście sprzyja budowaniu trwałych relacji z Klientami oraz ich rosnącej lojalności i satysfakcji ze współpracy z BRE Bankiem.

IV.2.1. Opieka doradców

W połowie lat 90-tych BRE Bank jako jeden z pierwszych banków na polskim rynku wprowadził instytucję opiekuna Klienta (account managera) dla Klientów korporacyjnych. Obecnie system opieki nad Klientami funkcjonuje w ten sposób, że Klienci najwięksi z segmentu K1 objęci są opieką tzw. kluczowych doradców (Key Account Managers) ze wsparciem Centrali w zakresie produktów skarbowych, rynków kapitałowych, finansowania handlu oraz wsparcia oddziałów w zakresie operacji bieżących. Klientom segmentu K2 dedykowane są zespoły w oddziałach (doradcy klienta i eksperci od produktów ryzyka) ze wsparciem innych specjalistów produktowych, np. specjaliści od finansowania handlu, dealerzy walutowi, specjaliści od leasingu i factoringu. Klienci segmentu K3 mogą korzystać z doradztwa produktowego w oddziałach.

Indywidualnych doradców mają Klienci Private Banking oraz członkowie Klubu Aquarius, zrzeszającego najzamożniejszych Klientów MultiBanku. Natomiast Klienci detaliczni korzystają z usług doradców w Centrach Finansowych i Centrach Usług Finansowych. Doradcy są dostępni całą dobę przez telefon.



IV.2.2. Działalność edukacyjna

Bank prowadzi szeroką działalność edukacyjną dla swych Klientów. Należą do niej szkolenia dla Klientów, gdy wprowadzane są nowe, złożone produkty. W bankowości detalicznej, która w dużej mierze jest bankowością „samoobsługową”, Klienci mogą korzystać z wiedzy przez portale internetowe. Na przykład mBank na swej stronie prowadzi „ABC giełdy”, zamieszcza informacje o produktach, materiały i instrukcje postępowania, tak by było łatwo samodzielnie przeprowadzić operację. Podobnie postępuje MultiBank, który wydaje również Biuletyn Informacyjny Centrum Oszczędzania.

Z myślą o Klientach korporacyjnych portal internetowy BRE Banku zamieszcza w Serwisie Ekonomicznym komentarze i prognozy na tematy gospodarcze. Oddzielny blok tematyczny poświęcony jest pozyskiwaniu środków z funduszy Unii Europejskiej.

Temu ostatniemu tematowi, czyli środkom z UE, Bank poświęca sporo uwagi nie tylko w świecie wirtualnym, ale i rzeczywistym, prowadząc dla firm z sektora MSP szkolenia na temat możliwości ich pozyskiwania. Wychodząc naprzeciw potrzebom obecnych i potencjalnych Klientów, zamierzających realizować nowe inwestycje ze wsparciem środków unijnych, w 2006 r. BRE Bank wspólnie z Microsoft i Econet zorganizował cykl szkoleń w poszczególnych Oddziałach BRE Banku. BRE Bank był również współorganizatorem III EUROFORUM Konsultantów Funduszy Europejskich „Rozwój poprzez innowacje – najlepsze praktyki europejskie”, które jest największym w tej części Europy spotkaniem wymiany doświadczeń niezależnych Konsultantów Funduszy Europejskich działających na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego Unii Europejskiej.

Istotną dla przedsiębiorstw rolę edukacyjną spełnia zorganizowany już dwukrotnie: w 2005 r. i 2006 r. Ranking 500 najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw. Został on szerzej przedstawiony w rozdziale IX o działalności Banku na rzecz społeczeństwa.

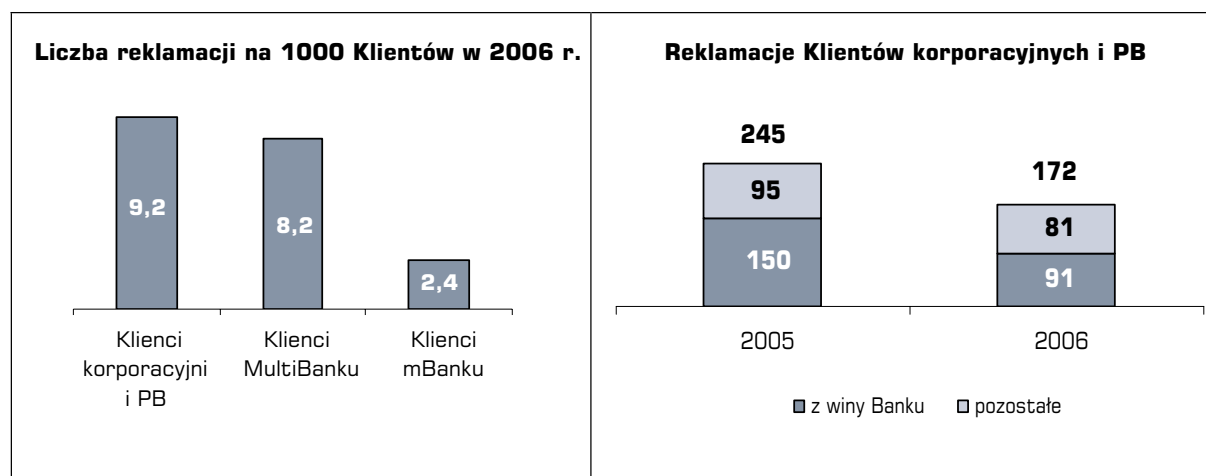
IV.2.3. Obsługa reklamacji

Sprawne i skuteczne rozpatrywanie reklamacji to istotny aspekt relacji z Klientami, będący wyrazem odpowiedzialności Banku. Zasady ewidencjonowania, rozpatrywania i analizowania składanych skarg i reklamacji są w Banku skodyfikowane w „Regulaminie kontroli wewnętrznej BRE Banku”.

Reklamacje i skargi pod adresem Banku obsługują jednostki, których działalności dotyczy przedmiot reklamacji lub skargi. Za obsługę terminową uznaje się udzielenie odpowiedzi klientowi w terminie nieprzekraczającym 30 dni od daty zgłoszenia lub złożenia reklamacji czy skargi w Banku.

Odrębnie prowadzony jest centralny rejestr reklamacji Klientów korporacyjnych, odrębnie detalicznych. Ten ostatni wspomagany jest systemem informatycznym Remedy. Centralne rejestry reklamacji i skarg służą analizie przyczyn ich powstawania, co pozwala podjąć kroki w celu usprawnienia bankowych procedur czy modyfikacji produktów. Pozwalają też monitorować tryb załatwiania reklamacji.

Analizę skarg i reklamacji Klientów korporacyjnych oraz Klientów Private Banking prowadzi Departament Audytu Wewnętrznego.





Na 1000 Klientów korporacyjnych i Klientów Private Banking łącznie w 2005 r. przypadło średnio 13,2 złożonych reklamacji, w 2006 r. ich liczba spadła do 9,2.

Spośród rozpatrzonych w 2006 r. 172 reklamacji Klientów korporacyjnych i PB w 162 przypadkach odpowiedzi udzielono w obowiązującym terminie 30 dni, w 10 przypadkach przekroczono ustawowy czas.

W celu zapewnienia wysokiej jakości obsługi Klientów detalicznych oraz sprawnego obsługiwanie zgłoszeń i wniosków reklamacyjnych na przełomie lat 2003/2004 wprowadzono ujednoliconą strategię i procedury obsługi reklamacji. Kluczowe elementy strategii dostosowywane w kolejnych latach do rozwoju działań biznesowych i operacyjnych to:

- Ułatwienie Klientom przekazywania reklamacji, wniosków i opinii dotyczących świadczonych usług poprzez: kontakt bezpośredni z doradcą w placówce, Internet, specjalny telefon obsługiwany przez managera ds. jakości. Klienci mogą również zgłaszać swoje uwagi bezpośrednio do Dyrektora Banku i Członków Zarządu za pomocą poczty elektronicznej;
- Powołanie funkcji Rzecznika Klienta w każdej Placówce, którego zadaniem jest szczególna dbałość o jakość obsługiwanych reklamacji i satysfakcję Klientów;
- Skracanie czasu i poprawa jakości rozwiązywania reklamacji na wszystkich szczeblach procesu:
 - ✓ Średni czas rozwiązywania reklamacji w roku 2006 wyniósł 11 dni;
 - ✓ 72,6% reklamacji zostało rozwiązanych w czasie poniżej 8 dni;
- Analiza, diagnoza i usprawnianie procesów najczęściej reklamowanych lub zgłaszanych przez Klientów jako nieprzyjemne. Wskutek tych działań, mimo wzrostu ilości Klientów oraz ilości transakcji w roku 2006, utrzymano na stabilnym poziomie poniższe wskaźniki:
 - ✓ wskaźnik liczby reklamacji na 1000 Klientów wyniósł w 2006 r. w MultiBanku 8,17, a w mBanku 2,4;
 - ✓ wskaźnik liczby reklamacji na tysiąc transakcji wyniósł 0,59 w MultiBanku, i 0,26 w mBanku;
- Wdrożenie systemu 6Sigma do procesu rozwiązywania reklamacji;
- Współpraca z Wojewódzkimi Urzędami Praw Konsumentów w celu wymiany doświadczeń i wdrażania rozwiązań przyjaznych dla Klientów.

W roku 2006 podjęto inicjatywę badania satysfakcji Klientów, którzy uczestniczyli w procesie reklamacyjnym. Badania takie przeprowadzone zostaną w pierwszej połowie 2007 roku. Wskaźnik monitorujący ten obszar wpisany zostanie jako element wskaźnika strategicznego wyznaczającego poziom jakości obsługi Klienta.

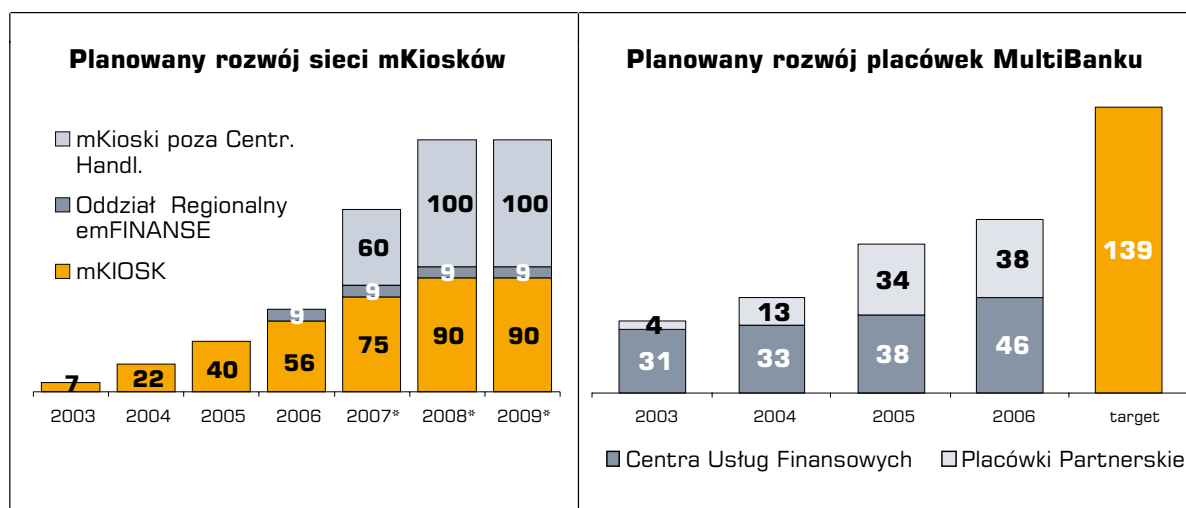
IV.2.4. Zwiększenie dostępności usług

Jeśli chodzi o obsługę Klientów korporacyjnych, planuje się rozwój sieci terenowej poprzez tworzenie biur biznesowych w ramach istniejących 23 oddziałów. Do roku 2008 przewidziano utworzenie 20 biur biznesowych. W roku 2006 rozpoczęto również projekt optymalizacji i reorganizacji polegającej na zmianie funkcjonalnej i wizerunkowej oddziałów. Zmiana funkcjonalna polega w głównej mierze na ewolucji funkcji placówki w kierunku centrum biznesowego stanowiącego miejsce spotkań branżowych, tematycznych, umożliwiającego prowadzenie wideokonferencji i szkoleń dla Klientów. Pierwsze placówki zaprojektowane zgodnie z tym standardem to II Oddział Korporacyjny Warszawa oraz oddziały korporacyjne w Gdyni i Olsztynie.

Prowadzone są jednocześnie prace nad zwiększeniem dostępności do coraz większej ilości produktów i transakcji na platformie elektronicznej, co umożliwia obsługę Klientów oddalonych od oddziałów, bez obniżenia standardu i konieczności dojazdu. Obecnie trwają prace nad umożliwieniem wykonywania poprzez system iBRE operacji związanych z finansowaniem handlu zagranicznego (trade finance).



Rok 2006 przyniósł natomiast decyzje o rozwoju placówek bankowości detalicznej, zwłaszcza mKiosków, w związku z wejściem na rynek kredytów konsumpcyjnych. Plany rozwoju sieci mKiosków przedstawia wykres:



Planowany jest szybki rozwój sieci mKiosków (poza centrami handlowym, w miastach poniżej 150 tys. mieszkańców) do 100 placówek na koniec 2008 r. Sieć sprzedaży obejmie wówczas niemal 200 punktów oraz ponad 400 pośredników współpracujących ze spółką emFinanse.

Zapadła również decyzja o istotnym zwiększeniu o 56 placówek Centrów Usług Finansowych MultiBanku. Rozbudowa sieci MultiBanku ma na celu uzupełnienie istniejącej sieci CUF (Centrów Usług Finansowych) i PP (Placówek Partnerskich) w miastach o największym potencjale (30 nowych placówek w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców) oraz wejście na rynek obsługi przedsiębiorców w mniejszych miejscowościach (26 placówek w miastach od 20 do 100 tys. mieszkańców). Udoskonalony model placówki (Placówka Przyszłości) pozwoli na dostosowanie sieci do obsługi Klientów ze strategicznych segmentów (przede wszystkim mass affluent), przenosząc główną funkcjonalność w kierunku obsługi sprzedażowej i doradczej.

Powyższe działania mają na celu przede wszystkim zwiększenie liczby obsługiwanych Klientów, w powiązaniu z: rozszerzaniem oferty, doskonaleniem jakości usług przyczyniają się do coraz łatwiejszego, dogodniejszego korzystania z oferowanych produktów i usług przez Klientów obecnych, a tym samym do wzrostu ich satysfakcji.



IV.2.5. Badania satysfakcji Klientów

Badanie opinii Klientów na temat Banku oraz mierzenie poziomu ich satysfakcji jest stałym elementem, podlegającym monitorowaniu. Zrozumienie zachowania odbiorcy usług lub produktów jest punktem wyjścia dla budowania procesu lojalności, którego głównym celem jest pozyskiwanie i utrzymywanie odpowiednich Klientów.

Badania Klientów korporacyjnych, przeprowadzone w ostatnich 2 latach przez zewnętrzne firmy, zawierały również elementy oceny satysfakcji Klientów. W przeprowadzonym w 2006 r. badaniu firmy IPSOS średnia ocena Banku przez Klientów wyniosła 4,4 w 5-stopniowej skali, a odsetek Klientów zadowolonych ze współpracy z BRE Bankiem wyniósł 93% ogółu badanych. Poniżej przedstawiono wnioski z tego badania, dotyczące oceny Banku:



Wnioski

Wizerunek BRE w oczach własnych klientów

- ❖ Klienci korporacyjni korzystający z usług BRE Banku wysoko oceniają jakość współpracy.
- ❖ Za silne strony banku uznawane są:
 - ❖ Szeroka oferta – pozwalająca na zaspokojenie zróżnicowanych potrzeb klientów. Jednocześnie BRE jest oceniany jako bank, który traktuje klientów w sposób indywidualny, oferując usługi dostosowane do potrzeb firmy.
 - ❖ Duża elastyczność banku – fakt, że bank jest tak otwarty na negocjacje, a jednocześnie dąży do zrozumienia i zaspokojenia potrzeb klienta. Informację tę potwierdzają także pracownicy odpowiedzialni za współpracę z klientami korporacyjnymi i home banking, którzy podkreślają, że w BRE możliwe jest wprowadzenie dla niektórych klientów zupełnie nowych usług, pod warunkiem że dana firma ma wystarczająco duże obroty, by wprowadzenie tych usług było ekonomicznie uzasadnione.
 - ❖ Bardzo wysoka jakość usług, w tym przede wszystkim szybkość obsługi, dobry dostęp do konta i możliwość stałego monitorowania stanu rozliczeń oraz wysokie kompetencje doradców.
 - ❖ Dobra relacja cen do jakości usług.
- ❖ Na poziomie emocjonalnym bank jest spostrzegany jako stabilny, bezpieczny, niezawodny a jednocześnie prestiżowy, z klasą. Wydaje się, że fakt, iż BRE wyraźnie adresuje swoje usługi do firm, stanowi dla klientów istotny atut. Jednocześnie znaczna grupa klientów jest świadoma, że bank oferuje także usługi dla klientów indywidualnych pod marką MultiBank i mBank.

Potwierdzeniem bardzo dobrego odbioru BRE Banku przez Klientów sektora MSP było przyznanie mu w 2006 r. tytułu „Bank Przyjazny dla Przedsiębiorców”. Celem konkursu jest promowanie najlepszych praktyk w obsłudze małej przedsiębiorczości oraz rekomendowanie banków oferujących najwyższej jakości produkty i usługi dostosowane do potrzeb MSP. Jego organizatorami są Krajowa Izba Gospodarcza, Polsko-Amerykańska Fundacja Doradztwa dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw oraz Warszawski Instytut Bankowości.

Banki były badane przez organizatorów oraz Klientów. Oceniano 20 najważniejszych aspektów współpracy z obsługującą ich placówką bankową. Tzw. Klienci tradycyjni czy odwiedzający oddział banku oceniali m.in.: konkurencyjność cenową oferty, procedury kredytowe, łatwość dostępu do Banku i Oddziału oraz dostępność indywidualnej opieki doradcy. Klienci bankowości elektronicznej punktowali m.in.: zakres i kompleksowość oferty, niezawodność i bezawaryjność dostępu, bezpieczeństwo użytkownika, jakość stosowanych zabezpieczeń, zakres i kompleksowość oferty, w tym liczbę dostępnych produktów finansowych.

Jak podkreślają organizatorzy, nowoczesne technologie i bogactwo oferty produktowej są dla przedsiębiorców wartościami pozbawionymi samoistnego znaczenia. Bank Przyjazny dla Przedsiębiorców to bank, który posiada również kompleksową ofertę produktów i usług dostosowanych do potrzeb sektora MSP, dysponuje kadrą wyspecjalizowaną w zakresie jego obsługi, traktuje przedsiębiorców jako jednych z najważniejszych Klientów oraz zapewnia im fachowe doradztwo.

Badania satysfakcji Klientów detalicznych są prowadzone regularnie, co owocuje wprowadzaniem i stałym ulepszaniem procedur. Opinie Klientów stanowią obszerny materiał do analiz. Dzięki temu przeważająca część Klientów jest zadowolona lub bardzo zadowolona z usług. Potwierdzają to wyniki prowadzonych badań satysfakcji i lojalności dobitnie wskazujące na wysoką ocenę oferty i obsługi. Ogólny indeks zadowolenia Klientów detalicznych

przekracza 90%. Badanie poziomu satysfakcji Klientów określone jest na podstawie wystawianej przez Klientów oceny uwzględniającej m.in. preferencje dostępu do banku, szerokość oferty, właściwości produktów, poziom bezpieczeństwa oraz kompetencje pracowników.

Trwałym elementem monitoringu jakości obsługi jest realizacja badań Mystery Shopping (obserwacja świadczonej usługi dokonywana w sposób ukryty przez niezależnych od firmy, obiektywnych obserwatorów). Badanie ocenia cały proces sprzedaży/wykonywanej usługi, a nie tylko jej wynik; siłą Mystery Shopping jest to, że badanie jest prowadzone w warunkach naturalnych. Proces ten jest cennym i efektywnym kosztowo narzędziem do zbierania informacji o rzeczywistych doświadczeniach Klientów w Banku. Rezultatem tych badań służyć dalszej poprawie efektywności obsługi Klientów.

V. Gwarancja bezpieczeństwa w prowadzonej działalności

Jednym z najbardziej istotnych przejawów społecznej odpowiedzialności w działalności banków, które zalicza się do instytucji zaufania publicznego, jest zagwarantowanie bezpieczeństwa powierzonych przez Klientów i akcjonariuszy środków. Zapewnienie pełnego bezpieczeństwa we wszystkich aspektach prowadzonej działalności jest przedmiotem najwyższej troski również w BRE Banku. Bank przestrzega wszystkich wymogów ostrożnościowych nałożonych na banki przez Prawo bankowe i regulacje nadzorcze, jak np. przestrzeganie limitów, tworzenie rezerw na kredyty, zarządzanie ryzykami itp. BRE Bank objęty jest obowiązkowym systemem gwarantowania depozytów zgodnie z ustawą o Bankowym Funduszu Gwarancyjnym.

V.1. Polityka bezpieczeństwa

W swej bieżącej, operacyjnej działalności BRE Bank przedsięwziął wiele środków, mających na celu zapewnienie pełnego bezpieczeństwa dokonywanych transakcji, ale również bezpieczeństwa Klientów i pracowników, mienia Banku, przechowywanych wartości oraz informacji o Klientach, kontrahentach i pracownikach.

Podstawowym dokumentem, który reguluje te kwestie jest „Polityka bezpieczeństwa BRE Banku SA”, a w zakresie ochrony danych osobowych „Polityka bezpieczeństwa danych osobowych”. Polityka bezpieczeństwa BRE Banku jest określona przez ogół działań, mających na celu zapewnienie Klientom Banku optymalnego poziomu obsługi, przy uwzględnieniu występującego ryzyka operacyjnego związanego z zagrożeniem działalnością przestępczą bądź błędami i nieprawidłowościami w postępowaniu pracowników Banku. Celem polityki bezpieczeństwa jest stworzenie podstaw do zarządzania działalnością Banku, ukierunkowanych na ograniczenie zagrożeń do poziomu uznanego przez Zarząd Banku za dopuszczalny. Polityka bezpieczeństwa uwzględnia wymagania wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa, polskich norm oraz standardów międzynarodowych.

Zakres polityki bezpieczeństwa obejmuje:

- ochronę osób,
- zabezpieczenie mienia bankowego oraz przechowywanych wartości,
- ochronę systemów informatycznych, ze szczególnym uwzględnieniem ochrony informacji stanowiących tajemnicę bankową oraz dane osobowe.

BRE Bank, ma opracowane i wdrożone procedury ochrony informacji stanowiących tajemnicę państwową bądź służbową zgodnie z wymogami ustawy o ochronie informacji niejawnych.

Dyrektywą przyjętą w zakresie stosowanych w Banku systemów bezpieczeństwa jest uznanie nadrzędnej roli zabezpieczeń uwzględniających nowoczesne rozwiązania techniczne i technologiczne przy ograniczeniu roli ochrony fizycznej pełnionej przez specjalistyczne uzbrojone formacje ochronne.

Polityka bezpieczeństwa podlega ciągłemu doskonaleniu w oparciu o ocenę Zarządu Banku działań kierownictw jednostek organizacyjnych w zakresie bezpieczeństwa.

Każdy przypadek lub incydent naruszający bezpieczeństwo Banku lub pojawiające się nowe zagrożenia są analizowane pod kątem dostosowania obowiązujących procedur lub wprowadzenia nowych narzędzi lub systemów zabezpieczeń.

V.2. Monitorowanie ryzyka operacyjnego

Jednym z narzędzi służących do podniesienia poziomu bezpieczeństwa jest monitorowanie ryzyka operacyjnego, czyli wynikającego z bieżącej, operacyjnej działalności Banku. Każda jednostka organizacyjna Banku jest zobowiązana do identyfikowania i rejestrowania strat operacyjnych w centralnej bazie danych stworzonej i nadzorowanej przez Departament Ryzyka Finansowego. Głównym celem jest ustanowienie odpowiednio dużego zbioru danych



historycznych o zdarzeniach straty występujących w Banku, by identyfikować, analizować, monitorować i kontrolować zdarzenia i straty operacyjne, które powstają w poszczególnych obszarach działalności Banku. Jest to zgodne z wymaganiami Nowej Umowy Kapitałowej (Basel II).

W zależności od wartości strat związanych z danym zdarzeniem, jednostki organizacyjne Banku, które brały udział w powstaniu straty, są zobowiązane do określenia działań zmierzających do zapobiegania powstawaniu podobnych strat w przyszłości. Działania te obejmują, w zależności od wielkości powstałej straty, zdefiniowanie mechanizmów kontrolnych mających zapobiegać powstawaniu podobnych zdarzeń w przyszłości poprzez stworzenie nowych procedur działania i przeprowadzenie niezależnej kontroli procesów w jednostce organizacyjnej przez Departament Audytu Wewnętrznego.

BRE Bank wdrożył proces samooceny ryzyka operacyjnego, który jest regularnie przeprowadzany we wszystkich jednostkach organizacyjnych Banku raz lub dwa razy do roku.

V.3. Business Continuity Plans (BCP)

Istotnym elementem zapewnienia bezpieczeństwa jest system zapewnienia ciągłości działania BRE Banku w razie wystąpienia katastrofy. Bank opracowuje tzw. Plany Utrzymania Ciągłości Działania (ang. Business Continuity Plans), zwane w skrócie Planami BCP. Plany te określają działania poszczególnych jednostek organizacyjnych, poszczególnych pracowników, a także dostawę potrzebnego zaopatrzenia. Plany BCP obejmują scenariusze dotyczące wystąpienia różnego rodzaju katastrof.

Elementem BCP jest utrzymywanie zapasowej infrastruktury technicznej, zwłaszcza informatycznej – zapasowej serwerowni, łączny, składowania danych.

V.4. System ubezpieczeń

Oprócz tradycyjnych ubezpieczeń, takich jak ubezpieczenie mienia, sprzętu elektronicznego czy ubezpieczenia OC w prowadzonej działalności, Bank ubezpieczony jest od ryzyk bankowych i od przestępstw komputerowych. W ramach ubezpieczenia od ryzyk bankowych Bank ubezpieczony jest na wypadek strat będących efektem nieuczciwości pracowników, sfałszowania czeków i papierów wartościowych, utraty, uszkodzenia lub zniszczenia mienia w obiektach ubezpieczonych i w czasie transportu, zniszczenia lokalu. Jeśli chodzi o przestępstwa komputerowe, ubezpieczenie obejmuje systemy komputerowe, elektroniczne programy komputerowe, dane i nośniki, szkody wynikłe z wirusów komputerowych, komunikację elektroniczną, transmisje elektroniczne, elektroniczne papiery wartościowe, zlecenia wydawane przez telefon oraz usługi bankowe dokonywane w Internecie.

V.5. System zabezpieczeń transakcji dokonywanych przez Internet

Ponieważ większość transakcji Klientów detalicznych, a także rosnąca część transakcji Klientów korporacyjnych jest dokonywana przez Internet, Bank wciąż doskonali systemy zabezpieczeń, by zapewnić Klientom całkowite bezpieczeństwo przeprowadzanych transakcji.

Klienci bankowości detalicznej mają zagwarantowane całkowite bezpieczeństwo posiadanych środków pieniężnych oraz zgromadzonych w systemie bankowym danych, w tym osobowych. Umożliwia się im swobodny i bezpieczny dostęp do własnych zasobów, zapewniając jednocześnie maksymalny poziom zabezpieczeń. Stosowane są nowoczesne standardy kryptograficzne obowiązujące w bankach internetowych na całym świecie, głównie:

- certyfikacja serwerów (przez największego na świecie dostawcę certyfikatów – firmę VeriSign),
- szyfrowanie wszystkich przesyłanych danych,
- hasła jednorazowe lub kody SMS dodatkowo zabezpieczają wszystkie operacje finansowe; szyfrowane są z użyciem protokołu SSL (128 bit) gwarantującym pełne bezpieczeństwo danych wymienianych między Bankiem i Klientem.

Ponadto stosuje się:

- najnowocześniejsze metody ochrony systemów informatycznych (Firewall, monitorowanie i rejestracja aktywności),
- rygorystyczne procedury operacyjne dla administratorów i pracowników,
- identyfikację sesji za pomocą unikalnych, tymczasowych plików typu „cookie”.

Dodatkowym zabezpieczeniem w internetowym serwisie transakcyjnym jest autoryzacja operacji za pomocą haseł jednorazowych lub haseł SMS.



Dysponowanie środkami pieniężnymi zawsze wymaga takiej autoryzacji. Hasła jednorazowe generowane są metodami kryptograficznymi i wydawane Klientom w formie drukowanych list zawierających 50 haseł. Kody SMS przesyłane są podczas zlecenia operacji na telefon komórkowy zlecającego, którego numer podawany jest do wiadomości Banku podczas rejestracji danych wymagającej potwierdzenia tożsamości.

Dane osobowe Klientów wykorzystywane są tylko w zakresie niezbędnym do obsługi rachunku. Otacza się je pełną ochroną, zgodnie z obowiązującymi wymogami prawnymi i nie udostępnia żadnej obcej instytucji. Zgoda na wykorzystanie danych osobowych w celach marketingowych nie jest konieczna dla otwarcia rachunku, jednak daje Klientom możliwość poznawania wszystkich wprowadzanych nowości.

Klienci korporacyjni korzystający z systemu iBRE posiadają identyfikator użytkownika, służący do identyfikacji w systemie. Aby zapewnić najwyższy poziom bezpieczeństwa, uwierzytelnienie użytkownika w trakcie logowania i autoryzacji transakcji wymaga posiadania urządzenia kryptograficznego ActivCard Token. Token kryptograficzny zabezpieczony jest czterocyfrowym kodem PIN ustalonym przez użytkownika. Połączenie z systemem iBRE jest zabezpieczone protokołem SSL ze 128-bitowym kluczem szyfrującym. To gwarantuje pełne bezpieczeństwo danych wymienianych między bankiem i Klientem. Każdorazowo, przed podaniem identyfikatora i hasła Klient powinien sprawdzić certyfikat strony logowania, aby mieć pewność, że połączenie zostało nawiązane ze stroną Banku.

V.6. Przeciwdziałanie praniu pieniędzy oraz compliance

BRE Bank realizuje zadania nałożone przez przepisy prawa w zakresie przeciwdziałania przestępstwom, których potencjalne wystąpienie jest związane ze specyfiką sektora bankowego. Chodzi o przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu oraz o prewencję w zakresie możliwych nadużyć przy wykorzystaniu informacji poufnych. Za informacje poufne uważa się te dane, których ujawnienie może doprowadzić do zmian cen na rynku regulowanym akcji Banku lub instrumentów finansowych z nimi związanych.

W obu tych sytuacjach polski ustawodawca nałożył na banki szczególną odpowiedzialność delegując niejako na instytucje finansowe niektóre zadania państwa w zakresie identyfikacji przestępstw i przeciwdziałania im. Banki potraktowano tym samym jako instytucje zaufania publicznego. BRE Bank jest świadom tego statusu i podejmuje działania, aby sprostać stosownym standardom. Także tym, które wynikają z przepisów prawa europejskiego i są wspólną odpowiedzialnością BRE Banku oraz głównego akcjonariusza – Commerzbanku.

W zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu od trzeciego kwartału 2005 roku w BRE Banku obowiązuje kompleksowy program działania, który wskazuje zadania pracowników i jednostek organizacyjnych naszej instytucji. Powołano w tym czasie wyodrębnioną jednostkę organizacyjną – Biuro Monitoringu Zgodności, która jest odpowiedzialna za przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu, jak też za przeciwdziałanie niezgodnemu z prawem wykorzystywaniu informacji poufnych.

V.6.1. Przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu

BRE Bank identyfikuje corocznie kilkadziesiąt sytuacji, które mają znamiona charakterystyczne dla prania pieniędzy. Zgodnie z wymogami prawa informowany jest o tym wyspecjalizowany organ państwa, Generalny Inspektor Informacji Finansowej (GIIF). Informacje pochodzące z BRE Banku okazały się pomocne w wykryciu i udokumentowaniu prania pieniędzy w przypadkach, które poznano na podstawie późniejszych postępowań prokuratorskich.

Na podstawie udostępnianych przez GIIF danych o organizacjach i osobach podejrzewanych o uwikłanie w działalność terrorystyczną systematycznie prowadzone są analizy pod kątem ewentualnego wykorzystywania Banku dla finansowego wsparcia terroryzmu.

V.6.2. Przeciwdziałanie wykorzystaniu informacji poufnych w sposób niezgodny z prawem

BRE Bank posiada system wewnętrznych regulacji, które służą przeciwdziałaniu wykorzystaniu informacji poufnych w sposób niezgodny z prawem. Chodzi o to, aby pracownicy Banku oraz osoby im bliskie, a także sam Bank nie wykorzystywały informacji poufnych z naruszeniem zasady równości praw uczestników obrotu na zorganizowanym rynku kapitałowym. System prewencji w tym zakresie odwołuje się do dwóch podstawowych mechanizmów: okresów zamkniętych i list obserwacyjnych.



Istotą okresów zamkniętych jest obowiązujący pracowników zakaz operacji na akcjach Banku oraz na instrumentach pochodnych w okresie poprzedzającym publikację okresowych raportów na temat wyników Banku.

Listy obserwacyjne zawierają określenie informacji poufnej, będącej wiedzą zdefiniowanej grupy pracowników Banku. Jeśli ktoś znalazł się na liście obserwacyjnej, nie może dokonywać prywatnych operacji na akcjach Banku lub innego podmiotu, którego dotyczy ta informacja aż do momentu, kiedy informacja przestaje być poufna, bowiem została ujawniona.

W BRE Banku prowadzone są systematyczne szkolenia dla pracowników, aby aktualizować ich wiedzę i poczucie odpowiedzialności zarówno w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu jak też w dziedzinie niedopuszczania do nadużycia informacji poufnych.

VI. BRE Bank odpowiedzialnym pracodawcą

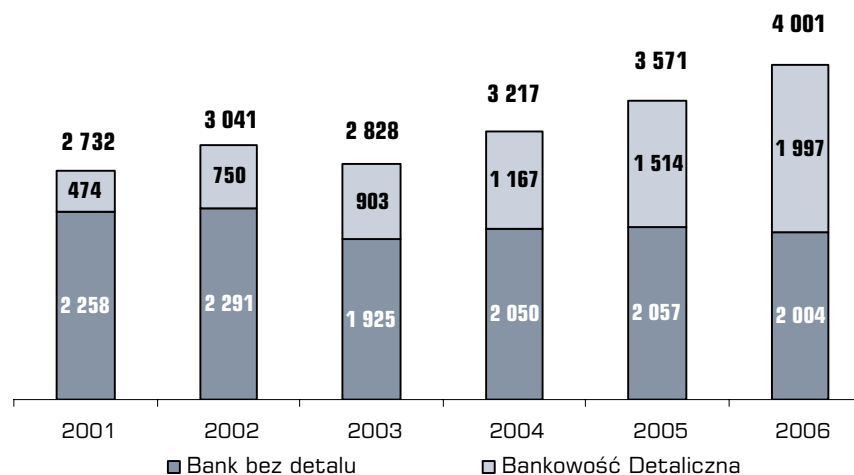
„Wyróżniamy się przez naszych Ludzi” to jedno z naczelnych haseł w działalności BRE Banku, a pracownicy to jeden z jego najcenniejszych aktywów. Dzięki ich aktywności i zaangażowaniu, wiedzy i profesjonalizmowi BRE Bank rozwija się we wszystkich obszarach działalności, Klienci otrzymują coraz szerszy wachlarz usług, wciąż doskonalsza i usprawniana jest ich obsługa, rośnie wartość firmy dla akcjonariuszy.

Jednocześnie wartość zasobów ludzkich jest obszarem, na którym konkurencja między firmami coraz bardziej rośnie. Mając tego świadomość, BRE Bank prowadzi politykę personalną, której celem jest pozyskanie, utrzymanie i rozwój utalentowanych pracowników o kompetencjach odpowiadających bieżącym i przyszłym potrzebom. Służy temu system premiowania, który stymuluje zawodowy i osobisty rozwój zatrudnionych osób, ustawianie ścieżek rozwoju dostosowanych do umiejętności, talentów, predyspozycji oraz konkursy pracownicze, wyróżniające i dodatkowo nagradzające najlepszych.

Dbłość o pracowników przejawia się znacznymi inwestycjami w kapitał ludzki. Są to zarówno wydatki związane z podnoszeniem kwalifikacji w postaci różnego rodzaju szkoleń, studiów podyplomowych, ale również wydatki o charakterze socjalnym – na opiekę zdrowotną, dodatkowe ubezpieczenia emerytalne czy na aktywny wypoczynek pracowników.

VI.1. Charakterystyka zatrudnienia

Zatrudnienie w BRE Banku w latach 2001 - 2006



Na wykresie przedstawiono rozwój zatrudnienia w BRE Banku, począwszy od 2001 r., pierwszego pełnego roku działalności detalicznej. Jak widać, przyrost zatrudnienia ma miejsce głównie w tym najmłodszym obszarze biznesowym, w którym na koniec 2006 r. pracowało 49,9% załogi (42% w przeliczeniu na etaty).

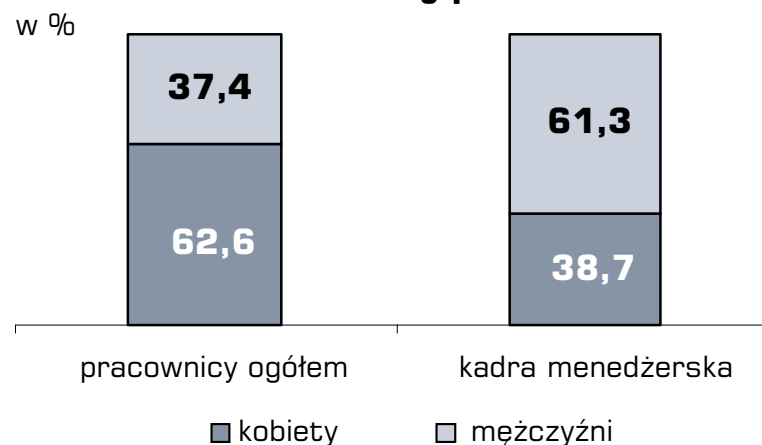


Na koniec 2006 r. zatrudnienie w BRE Banku wyniosło 4 001 osób, co w przeliczeniu daje 3 320 pełnych etatów. Różnica wynika z faktu zatrudnienia sporej grupy osób, szczególnie w bankowości detalicznej, w częściowym wymiarze czasu. Dotyczy to zwłaszcza partnerów i pracowników w Placówkach Partnerskich MultiBanku, którzy są zatrudnieni w BRE Banku na 1/10 etatu.

Rotacja (różnica między liczbą osób przyjętych i zwolnionych do średniego stanu zatrudnienia w ciągu roku) w Banku w 2006 r. wyniosła 11,23%.

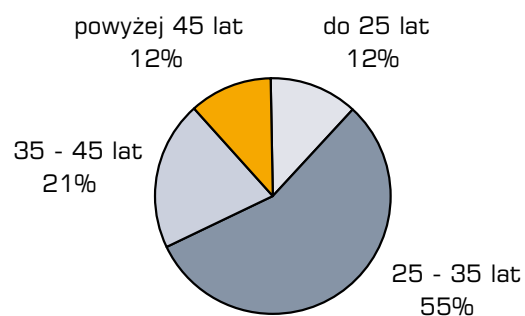
Większość zatrudnionych, bo 62,6% stanowiły kobiety. Natomiast ich odsetek w kadrze menadżerskiej (od zarządu poczynając poprzez dyrektorów i wicedyrektorów departamentów, biur i oddziałów do kierujących wydziałami) wyniósł 38,7%.

Struktura według płci w 2006 r.

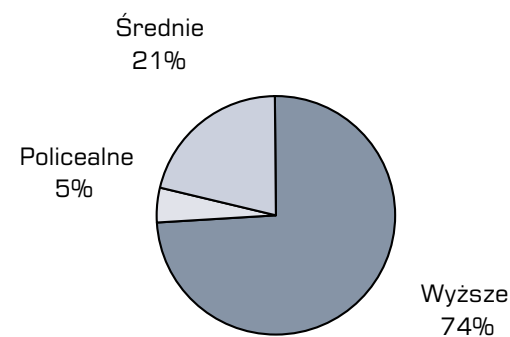


Pracownicy Banku są stosunkowo młodzi – 55% stanowią osoby między 25 a 35 rokiem życia. Są również dobrze wykształceni, bowiem 74% ogółu zatrudnionych stanowią osoby z wyższym wykształceniem i udział ten systematycznie rośnie – pięć lat wcześniej, w 2001 r., odsetek ten wynosił 63%.

Struktura zatrudnienia w BRE Banku według wieku



Struktura zatrudnienia w BRE Banku według wykształcenia





VI.2. Korporacyjny Kanon Wartości DROGA

Od 2005 r. obowiązuje w Banku Korporacyjny Kanon Wartości **DROGA** – skrót od najbardziej pożądanых cech pracowników: **Doskonałość, Realizacja, Odpowiedzialność, Gotowość, Angażowanie się**. Kanon wartości korporacyjnych DROGA jest zbiorem pożądanых postaw i zachowań pracowników. Standardy te wskazują pracownikom zasady istotne dla Banku do stosowania we własnej pracy, relacjach ze współpracownikami, partnerami biznesowymi i otoczeniem. Pracownicy oceniani są nie tylko za stopień realizacji zadań, ale również za sposób ich osiągnięcia. Prezentowanie przez pracowników postaw i zachowań wynikających z kanonu wartości korporacyjnych DROGA pozwoli Bankowi na pełniejsze wykorzystanie jego potencjału i osiągnięcie celów w perspektywie długoterminowej.



Najlepszą instytucję finansową dla wymagających Klientów tworzą najlepsi pracownicy

Oto oczekiwania wobec pracowników idących DROGĄ BRE Banku:

Doskonałość – dąży do najlepszych rezultatów, nieustannie zdobywa wiedzę i umiejętności;

Realizacja – doprowadza zadania z sukcesem do końca, efektywnie zarządza zadaniami, posiada świadomość biznesową;

Odpowiedzialność – bierze zadania na własność, przewiduje i ponosi konsekwencje swoich działań, potrafi zakwestionować status quo;

Gotowość – jest gotowy do podejmowania wyzwań, aktywnie współpracuje z innymi członkami organizacji, efektywnie kieruje poziomem swojej energii;

Angażowanie się – jest aktywny i zdeterminowany, wpływa na innych, identyfikuje się z firmą.

Z listu Prezesa Zarządu Sławomira Lachowskiego do Pracowników:

„Ktoś może zapytać o Korporacyjny Kanon Wartości BRE Banku – co to takiego? Do czego jest potrzebny? W pracy, jak i w życiu osobistym wartości mają charakter drogowskazu, który pozwala utrzymać właściwy kierunek, pomaga dotrzeć do celu. Życie zgodne z podstawowymi wartościami daje satysfakcję osobistą oraz wzbudza szacunek otoczenia.

Firmy kierujące się w swojej działalności wartościami i wymagające ich stosowania od Pracowników są bardziej konkurencyjne, osiągają więcej sukcesów i są doceniane zarówno przez Pracowników, właścicieli, kooperantów jak i konkurencję.

Droga do celu jest tak samo ważna, a często nawet ważniejsza niż sam cel. Realizacja zamierzeń może nam dać wiele satysfakcji, zadowolenia z bycia częścią czegoś ważnego, może również rozwijać nasze umiejętności i zainteresowania. Aby tak się stało, firma musi mieć kodeks wartości, określający postawy i zachowania budujące współpracę, otwartość, chęć niesienia pomocy, uczciwą konkurencję, przejrzystość, zaangażowanie i dążenie do osiągnięcia jak najlepszych rezultatów.

Niektórzy mówią, że określenie Kanonu Wartości w BRE Banku nie ma sensu, bo przecież wszyscy wiedzą, o co chodzi, Bank ma już 20 lat. Jednak sądzę, że nawet o sprawach oczywistych trzeba mówić, by nieprawdziwym stało się stwierdzenie, że wszystkich potrzebnych wartości nauczyliśmy się jako dzieci, tylko później o niektórych zapominamy.

Wartości BRE Banku zawarte w akronimie DROGA określają dążenie do **Doskonałości**, skuteczności **Realizacji** zadań, **Odpowiedzialności**, **Gotowości** do podejmowania wyzwań oraz **Angażowania** się w realizację misji Banku.

Ten zbiór najważniejszych wartości nazywamy kanonem. Ma on swoje przełożenie na oczekiwane zachowania oraz postawy, które w szerokim zakresie



swoich przejawów tworzą unikatową kulturę korporacyjną BRE Banku. Jeżeli wszyscy będziemy z przekonaniem stosować się do tych wartości, to jestem głęboko przeświadczony, że będzie nam się lepiej ze sobą pracować. Każdy z nas będzie miał więcej zadowolenia i satysfakcji, a jako organizacja z pewnością uzyskamy przewagę konkurencyjną i osiągniemy sukces.

Warunkiem koniecznym dla przetrwania kultury organizacyjnej BRE Banku jest stosowanie Kanonu Wartości DROGA w praktyce. W BRE Banku będzie się to przejawiać zawsze i wszędzie. Zasady przyjmowania do pracy będą określać profil przyszłych Pracowników, uwzględniający to, co najważniejsze w naszej kulturze organizacyjnej. Samoocena i informacja zwrotna od przełożonych oparta będzie o kryteria Kanonu Wartości BRE Banku. Natomiast decyzje o rozstaniu się z Pracownikami będą wynikać z braku zgodności ich codziennych postaw i zachowań z wartościami firmy.

Jestem przekonany, że będziemy dumni, pracując w firmie, w której wartości DROGI przenikają działania i relacje międzyludzkie.”

VI.3. System Motywacyjny BRE Banku

Jednym z najważniejszych elementów strategii personalnej firmy jest polityka wynagradzania. Odgrywa ona kluczową rolę w kształtowaniu kultury korporacyjnej. Polityka wynagradzania jest podstawowym narzędziem do realizacji misji w obszarze zarządzania kadrami BRE Banku „Wyróżniamy się przez naszych Ludzi”.

BRE Bank dąży do osiągnięcia przejrzystości zasad wynagradzania i kształtowania warunków zatrudnienia sprzyjających pozyskiwaniu i retencji najlepszych pracowników.

Na System Motywacyjny w BRE Banku składają się:

- wynagrodzenie zasadnicze,
- wynagrodzenie zmienne (premia za wyniki),
- konkursy sprzedażowe,
- fundusze szkoleniowe,
- pakiet świadczeń pracowniczych.

Polityka wynagradzania BRE Banku wykorzystywana jest do budowania przewagi konkurencyjnej na rynku poprzez pozyskiwanie i utrzymywanie kompetentnych pracowników, zdolnych do realizacji ambitnych celów Banku oraz retencji najlepszych pracowników. Polityka wynagradzania BRE Banku wyróżnia się relatywnie wysokim udziałem premii w wynagrodzeniu całkowitym. Ścisłe powiązanie wynagrodzenia całkowitego z wynikami finansowymi Banku i standardami jakościowymi wzmacnia motywację i aktywność pracowników oraz konkurencyjność Banku poprzez zapewnienie wysokiego poziomu wynagrodzeń przy jednoczesnej kontroli stałych kosztów osobowych.

Główne zasady polityki wynagradzania w BRE Banku:

- wynagrodzenie pracownika składa się z części zasadniczej i zmiennej (premia),
- wynagrodzenie zmienne uzależnione jest od wyników jednostki, zespołu i firmy, jest to wynagrodzenie za osiągnięcie celów wyznaczonych w corocznym procesie planowania zadań,
- „Top Performers”, tj. pracownicy, uzyskujący najwyższe wyniki i najlepsze oceny według standardów BRE Banku będą mogli uzyskać wynagrodzenie na najwyższych poziomach rynkowych.

Ponadto, elementem motywacji jest program opcji na akcje dla kluczowej kadry Banku.

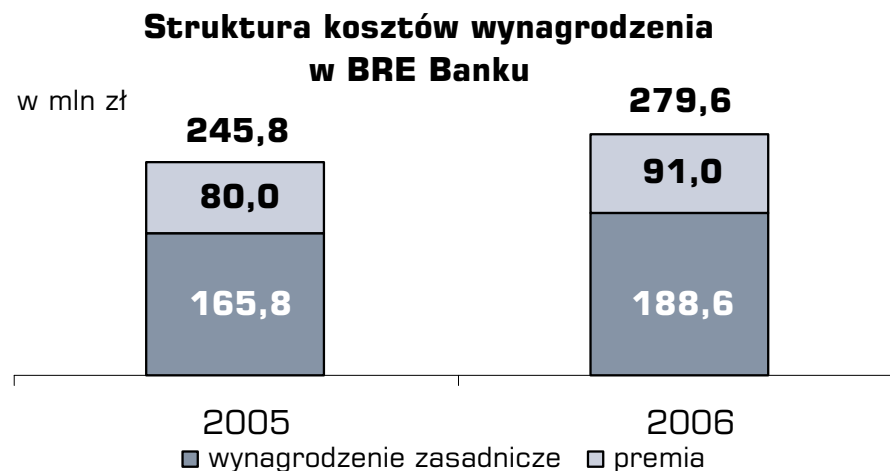
Obowiązujący system premiowania BRE Banku nagradza wykonanie i przekroczenie zadań ilościowych, uwzględniając jednocześnie ocenę zgodności stylu osiągania wyników z korporacyjnym kanonem wartości DROGA, jako istotny warunek wypłaty premii.

Najważniejszą cechą tego systemu jest możliwość wpływu pracownika na wysokość własnej premii przez realizację uzgodnionych zadań i wysoką jakość własnej pracy. Bank nagradza zarówno indywidualny jak i zespołowy wkład pracownika, zróżnicowany system wag zadań indywidualnych i zespołowych.

Ocena stopnia realizacji zadań indywidualnych oraz zgodności postaw z korporacyjnym kanonem wartości przeprowadzana jest w trakcie procesu oceny.



Dzięki zakomunikowaniu przejrzystych zasad wynagradzania możliwe jest lepsze zarządzanie oczekiwaniami i poziomem zaangażowania pracowników. W latach 2005 i 2006 koszty wynagrodzeń w podziale na wynagrodzenie stałe (wynikające z umowy o pracę) i premie przedstawiono na wykresie. W obu latach udział premii motywacyjnej wyniósł około 1/3 kosztów wynagrodzenia.



System motywacyjny dodatkowo wzmocniony jest konkursami dla pracowników. Mają one na celu aktywizowanie sprzedaży w określonych grupach produktów, a także nagradzanie pracowników za zgłaszanie innowacyjnych pomysłów i ponadprzeciętne zaangażowanie.

VI.4. Szkolenia

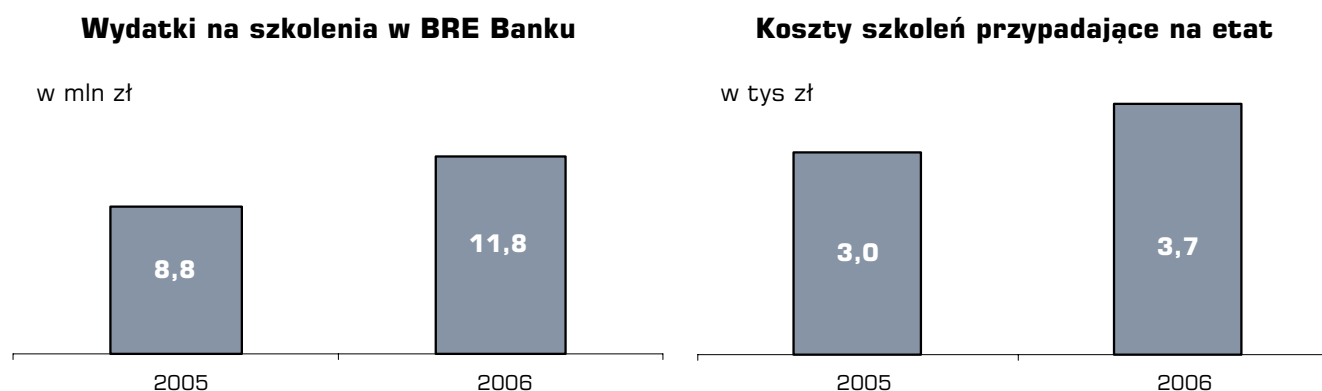
Bank przykłada do działalności szkoleniowej bardzo dużą wagę, gdyż podnoszenie kwalifikacji pracowników to jeden z kluczowych czynników rozwoju organizacji. Aby rozwój i szkolenia pracowników odbywały się w przemyślany i planowy sposób, w Banku realizowany jest Korporacyjny Program Rozwoju. Program ten powstaje w następujący sposób: pracownicy dostarczają informacji o swoich aspiracjach i potrzebach rozwojowych na etapie samooceny, natomiast menedżerowie współtworzą ich indywidualne plany rozwoju w trakcie oceny, biorąc pod uwagę rozwój kompetencji specyficznych dla danego stanowiska i potrzeby w zakresie DROGI. Korporacyjny Program Rozwoju wyznacza standardy i rekomendacje szkoleniowe dla różnych grup zawodowych, np. dla kadry menedżerskiej.

Dla wszystkich zatrudnionych dostępne są różnego rodzaju szkolenia – zarówno wewnętrzne, jak i organizowane przez firmy zewnętrzne. Wiele osób w trakcie pracy w BRE uzupełnia wykształcenie wyższe (część kończy studia podyplomowe). Bank współuczestniczy w sfinansowaniu kosztów tych studiów. W 2006 r. zrefundowano koszty studiów dla 40 osób.

Począwszy od 2006 r. uruchomiono program studiów MBA (BREmba), na które kandydaci wyłaniany są w drodze konkursu. Wybrani tą drogą pracownicy o wysokim potencjale w zakresie wiedzy i umiejętnościach przywódczych podjęli studia w najlepszych uczelniach oraz ośrodkach szkoleniowych w kraju i za granicą.



Łączne wydatki na szkolenia w Banku (szkolenia wewnętrzne, zewnętrzne, zwrot kosztów za studia i zwrot kosztów za kursy języków obcych) przedstawiono na wykresach.



Dane na wykresie wskazują, że rok 2006 przyniósł wzrost środków przeznaczanych na szkolenia, zarówno w łącznej kwocie, jak i w przeliczeniu na etat.

Działalność szkoleniowa w BRE Banku prowadzona jest odrębnie dla Banku bez Pionu Bankowości Detalicznej (Bank bez PBD) przez Departament Rozwoju Organizacji, odrębnie dla Pionu Bankowości Detalicznej przez Biuro Zasobów Ludzkich Bankowości Detalicznej. Dlatego też poniższe informacje przedstawiono w takim układzie.

W Banku bez PBD gros stanowiły szkolenia wewnętrzne (85% osoboszkoleń). Największa liczba osób wzięła udział w szkoleniach o następującej tematyce:

- Rachunek bankowy (pracownicy oddziałów korporacyjnych, 354 osoby),
- Nowy system ratingowy dla Klientów korporacyjnych (pracownicy jednostek organizacyjnych związanych z obsługą Klientów korporacyjnych, 173 osoby),
- Techniki sprzedaży z elementami negocjacji (doradcy klienta, 137 osób),
- Wykorzystanie sprawozdań finansowych w analizie ekonomiczno-finansowej kredytobiorcy (analitycy i doradcy Klientów korporacyjnych, 134 osoby).

Ponadto odbyły się inne szkolenia, między innymi dla kadry menadżerskiej, dotyczące Procesu Indywidualnej Skuteczności w zakresie zarządzania realizacją zadań jak i procesem oceny.

W ramach szkoleń wewnętrznych Bank zorganizował w roku szkolnym 2006/2007 intensywny roczny kurs języka angielskiego na różnych poziomach zaawansowania. Szkoleniem tym objęto 343 osoby. Kurs poprzedzony był określeniem poziomu kompetencji językowych uczestników kursu przez przeprowadzenie egzaminu językowego TOEIC. Kurs zakończył się ponownym egzaminem, co pozwoli określić efektywność szkolenia.

Szkolenia zewnętrzne dotyczyły głównie MS Microsoft, Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, Nowej Umowy Bazylejskiej, audytu w przedsiębiorstwie, zarządzania ryzykiem w organizacji.

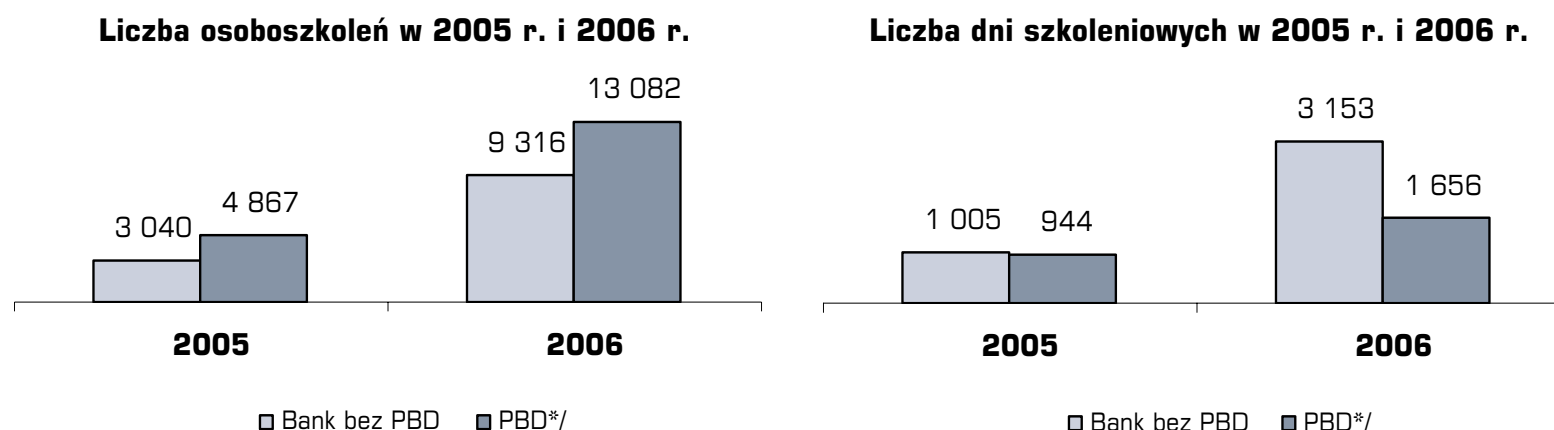
W Pionie Bankowości Detalicznej w obszarze rozwoju i szkolenia pracowników działania były prowadzone w następujących podstawowych kierunkach :

- Kapitał wiedzy – podnoszenie kompetencji pracowników w obszarze wiedzy produktowej (obecnie 80% szkoleń w tym zakresie zostało przeniesionych na platformę e-learning);
- Rozwój kompetencji menadżerskich – przygotowanie menadżerów do coraz lepszego zarządzania zespołem. Dla sukcesorów na najwyższe stanowiska menadżerskie uruchomiono program „DoBRE Liderowanie”, a dla Private Bankingu uruchomiono specjalny program „Lider w DRODZE”;
- Szkolenia dla kadry menadżerskiej w zakresie standardów związanych z jakością obsługi Klientów;
- Wzmacnianie kultury organizacji uczącej się poprzez rozbudowę strony Learning Zone (wzrost wejść na stronę w stosunku do ubiegłego roku o 70, w grudniu 2006 odnotowaliśmy 187 wejść dziennie), uaktywnieniem „Tematu miesiąca” (8 tematów miesiąca), zaangażowaniem pracowników do dzielenia się wiedzą;
- Szkolenia językowe finansowane ze środków UE – łącznie objęto nimi 100 pracowników;
- Wdrożenie do procesu szkoleń platformy e-learningowej (w 2006 r. zrealizowano 112 kursów przy wykorzystaniu własnych zasobów; oprócz szkoleń produktowych były to również e-kursy z prawa dewizowego, prawa bankowego, przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy).



Ponadto w 2006 r. w szkoleniach zewnętrznych krajowych wzięło udział 120 osób, w szkoleniach zagranicznych 17 osób.

Uruchomienie znacznej liczby szkoleń na platformie e-learningowej spowodowało wzrost liczby szkoleń wewnętrznych w PBD (liczonych jako wydarzenia szkoleniowe) o 44% oraz bardzo silny wzrost liczby osoboszkoleń, co widać na wykresie.



*/ dla PBD w 2006 r. łącznie ze szkoleniami przeprowadzonymi metodą e-learning, co stanowiło 8 448 osoboszkoleń i 112 dni szkoleniowych

Odnosząc liczbę osoboszkoleń do przeciętnego zatrudnienia w 2006 r. dla bankowości detalicznej oznaczało to 7,4 szkolenia na osobę, z czego 2,6 szkolenia metodą tradycyjną i 4,8 szkolenia metoda e-learning. W Banku bez PBD na 1 zatrudnionego przypadało 4,6 szkolenia metodą tradycyjną.

Od 2005 r. w PBD prowadzony jest Program Sukcesji, którego celem jest identyfikacja, ocena i zaproponowanie programów rozwojowo-szkoleniowych dla sukcesorów na stanowiska menedżerskie. Spośród 82 osób zgłoszonych do Rezerwowej Kadry Kierowniczej do Programu Sukcesji weszło 19 sukcesorów na stanowiska dyrektorów jednostek organizacyjnych oraz 12 sukcesorów na stanowiska menedżerów średniego szczebla i dyrektorów oddziałów MultiBanku. Program „Lider w DRODZE – przygotowanie” został zrealizowany dla sukcesorów na stanowiska średniego szczebla. 80% uczestników już w trakcie realizacji programu lub zaraz po jego zamknięciu objęło stanowiska menedżerskie.

„DoBRE Liderowanie” to roczny program rozwojowy uruchomiony we wrześniu 2006 roku dla 19 sukcesorów na stanowiska dyrektorów jednostek organizacyjnych. Jest to unikalny program, którego kluczowym elementem jest wsparcie szefów. Po zakończeniu edycji planowane jest jego uruchomienie jako projektu dla całego BRE Banku. Dotychczasowe doświadczenia wskazują, że dzięki prowadzeniu szkoleń dla pracowników z trzech linii biznesowych (mBank, MultiBank i Private Banking) udało się poprawić wewnętrzną komunikację oraz relacje pomiędzy liniami, a nawet wypracować ciekawe rozwiązania biznesowe.

O wysokiej efektywności działań szkoleniowych świadczą wyniki ewaluacji szkoleń „na gorąco” – średnia ocena wszystkich szkoleń wyniosła 5,49 na skali 6 stopniowej.

VI.5. Troska o zdrowie, bezpieczeństwo socjalne i kondycję pracowników

Ochrona zdrowia

Troska Banku o zdrowie pracowników wyraża się w zapewnieniu opieki zdrowotnej w niepublicznej służbie zdrowia. Bank opłaca za pracowników miesięczny abonament w prywatnej firmie medycznej. W ramach tego abonamentu pracownicy mają prawo do szerokiego zakresu usług medycznych – porad lekarzy wszystkich specjalności, badań podstawowych i specjalistycznych, rehabilitacji.

Opieką medyczną objęci są wszyscy pracownicy Banku, a ponadto osoby, które z BRE Banku przeszły na emeryturę (na koniec 2006 r. było to 109 osób). Pracownicy mogą opłacać abonament za członków rodziny. Wszyscy pracownicy są zobowiązani do przeprowadzania lekarskich badań okresowych.

Dodatkowe ubezpieczenie na życie z funduszem inwestycyjnym

BRE Bank; oprócz opłacania składek na obowiązkowe ubezpieczenia społeczne pracowników (co jest dość istotnym obciążeniem i w 2006 r. wyniosło 42 mln zł, stanowiąc 12% kosztów świadczeń pracowniczych); prowadzi od 1995 roku, czyli już 12 rok, program dobrowolnego dodatkowego ubezpieczenia na życie z funduszem inwestycyjnym. Warunkiem przystąpienia do programu jest 4-letni staż pracy w Banku. Wysokość składki za każdego ubezpieczonego wynosi 7% jego wynagrodzenia zasadniczego, które opłaca Bank. Dla ubezpieczonego stanowi to dochód podlegający opodatkowaniu.

Na koniec 2006 r. tym dodatkowym ubezpieczeniem objętych było 870 osób.

Sport i rekreacja

W BRE Banku od 12 lat działa BRE KLUB, który zrzesza obecnie w 18 sekcjach (między innymi narciarska, żeglarska, jeździecka, wędkarska, pływacka, rowerowa, fitness, biegowa) około 650 pracowników zainteresowanych wybraną dziedziną sportu czy rekreacji. Celem BRE KLUBU jest organizowanie czynnego wypoczynku pracowników, a także integracyjna rola wspólnie organizowanych imprez oraz promocja Banku poprzez udział w rozgrywkach i zawodach międzybankowych. W imprezach biorą udział również pracownicy Spółek Grupy Kapitałowej BRE Banku. Na dorocznym pikniku sportowym pracownicy wraz z rodzinami spotykają się, by stanąć do sportowego współzawodnictwa.

W 2005 r. odbyły się 72 imprezy i zajęcia stałe, w 2006 r. było ich 77 – od kursu tańca poprzez zawody wędkarskie, turnieje siatkówki, rajdy górskie, wyjazdy na narty w Alpy, biegi maratońskie po rejsy żeglarskie i nurkowanie w Chorwacji.



VI.6. Rada Pracowników

Od końca 2006 r. zgodnie z art. 11 pkt 3 Ustawy z 7 kwietnia 2006 roku „O informowaniu pracowników i przeprowadzaniu z nimi konsultacji” w Banku rozpoczęła działalność Rada Pracowników BRE Banku.

Głównym celem jej powołania są konsultacje z pracodawcą na temat działalności i sytuacji ekonomicznej BRE Banku, stanu, struktury i przewidywanych zmian zatrudnienia oraz działań mających na celu utrzymanie poziomu zatrudnienia, a także działań, które mogą powodować istotne zmiany w organizacji pracy lub podstawach zatrudnienia. Rada informuje pracowników poprzez stronę internetową, a pracownicy mając do dyspozycji specjalną skrzynkę e-mailową mogą kierować do Rady pytania i wnioski.

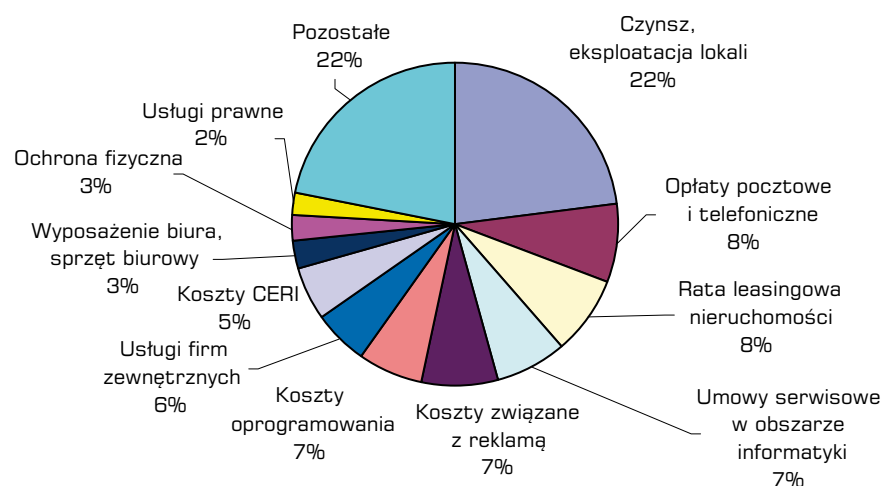
VII. BRE Bank – odpowiedzialny partner biznesowy

Bank jako duża, złożona organizacja, oferująca bardzo szeroki zakres usług, często o wysokim stopniu złożoności, dysponująca rozległą siecią placówek w całym kraju, jest nabywcą wielu dóbr i usług. Odpowiedzialność biznesowa i etyczne postępowanie przejawia się zatem również w działalności Banku jako kontrahenta w rozlicznych transakcjach z podmiotami gospodarczymi.

Wykres przedstawiający główne pozycje kosztów w 2006 r. daje obraz, kim są nasi główni kooperanci i dostawcy: są to właściciele wynajmowanych lokali, poczta i telekomunikacja, firma leasingowa, firmy informatyczne, agencje reklamowe, firmy prawne, ochroniarskie i wiele innych.



Struktura kosztów rzeczowych BRE Banku w 2006 r.



Wszelkie zakupy dokonywane są w sposób etyczny i przejrzysty, kontrahenci na większe transakcje wybierani są w drodze przetargów.

Zasady dotyczące dokonywania zakupu wyrobów lub płatności za usługi budowlane o większej wartości określone są w wewnętrznych regulacjach Banku. Jeśli wartość zakupu jest wyższa niż 50 tys. a niższa niż 150 tys. zł, zakup odbywa się w trybie przetargu ograniczonego lub konkursu ofert, przy wartości zamówienia powyżej 150 tys. zł – w drodze przetargu nieograniczonego. Dodatkowo zakupy powyżej 150 tys. zł do 500 tys. zł muszą być akceptowane przez kierownika kontroli kosztów, od 500 tys. zł do 2,5 mln zł przez Dyrektora Banku lub odpowiedniego Członka Zarządu. Zakupy o wartości powyżej 2,5 mln zł akceptuje Prezes Zarządu.

Poczynając od wyposażenia w materiały biurowe, zakupy zostały scentralizowane i ujednolicone na elektronicznej platformie tzw. buy-site. W drodze przetargu wybrano jedną firmę, która zaopatruje cały Bank. W 2006 r. w elektroniczny system zakupów zostało włączonych około 200 jednostek Banku, łącznie z placówkami bankowości detalicznej. Zamówienia są składane przez Internet, dostawa odbywa się na drugi dzień. Docelowo zakłada się, że płatności odbywać się będą w sposób scentralizowany, to znaczy firma wystawiać będzie tylko jedną fakturę za dany okres i to w formie elektronicznej, co znacznie zmniejszy pracochłonność w obszarze księgowości.

Obecnie trwają prace nad dalszą centralizacją zakupów, a mianowicie zakupów w obszarze informatyki.

Część relacji z kooperantami utrzymywana jest na zasadzie umów outsourcingowych, czyli zlecenia wyspecjalizowanym podmiotom zewnętrznym procesów niezbędnych dla funkcjonowania Banku, które zostaną tam zrealizowane efektywniej niż byłoby to możliwe we własnym zakresie. Najczęstszą przyczyną wprowadzania praktyk outsourcingowych jest chęć obniżenia kosztów i uniknięcia sytuacji korupcyjnych.

Bank coraz częściej korzysta z outsourcingu, o czym świadczy rosnąca liczba podpisanych umów. W roku 2004 zawarto 93 umowy, w 2005 r. 508 umów, w 2006 r. było ich już 620. Łącznie na koniec 2006 r. było zawartych 1 221 umów. Większość z nich (około 85%) dotyczyła bankowości detalicznej, czyli mBanku i MultiBanku i dotyczyła głównie pośrednictwa w pozyskiwaniu Klientów. Pozostała część to branża IT czyli usługi utrzymania systemów, serwisowanie itp. Umowy outsourcingu stosowane są również w zakresie windykacji należności.

Największą umową outsourcingową jest umowa przekazania na zewnątrz rozliczania płatności oraz archiwizacji dokumentów. Zajmuje się tym zlokalizowana w Aleksandrowie Łódzkim spółka CERi. Prowadzi ona archiwum elektroniczne, archiwum papierowe, identyfikację płatności masowych, system identyfikacji płatności, wprowadzanie danych, korespondencję seryjną. Spółka ta została utworzona przez Bank w 2003 r., który wyposażył ją nie tylko w kapitał, ale również przesunęło do niej kilkuset pracowników. Spółka na coraz większą skalę obsługuje również Klientów zewnętrznych.



VIII. Działania na rzecz ochrony środowiska

Ze względu na charakter prowadzonej działalności, Bank nie wywiera istotnego szkodliwego wpływu na środowisko, jak czynią to firmy produkcyjne, emitujące dymy, wytwarzające ścieki przemysłowe czy inne zanieczyszczenia.

Po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej konieczne stało się dostosowanie krajowych przepisów ochrony środowiska do standardów wspólnotowych oraz sprostanie ściśle określonym wymogom w tej dziedzinie.

VIII. 1. Plan gospodarki odpadami

Nowe obligacje prawa nałożyły na podmioty gospodarcze szereg zobowiązań, m.in. wymóg racjonalnego środowiskowo i w pełni udokumentowanego gospodarowania odpadami. Podstawowym dokumentem polskiego prawa ustalającym obowiązki w zakresie postępowania z odpadami, w tym obowiązki ciążące na posiadaczu odpadów jest ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 roku – o odpadach (Dz. U. Nr 62, poz. 628 z późn. zm.). Inne dokumenty regulujące kwestie związane z ochroną środowiska to:

- Ustawa prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2001r. Nr 62, poz. 627 z późn. zm.);
- Ustawa o użytym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym (Dz. U. z 2005 r. Nr 180, poz. 1495 z późn. zm.);
- „II Polityka Ekologiczna Państwa”;
- Krajowy Plan Gospodarki Odpadami (MP. z 2002r. Nr 11, poz. 159);

Wymienione przepisy i regulacje z zakresu ochrony środowiska nakładają na Bank, tak jak na wszystkie podmioty gospodarcze, szereg obowiązków w zakresie gospodarki odpadami.

W tym celu opracowany został „Plan Gospodarki Odpadami”. Dokument ten zawiera:

- Propozycje działań krótkoterminowych, służących niezwłocznemu spełnieniu i realizacji ustawowych obowiązków w zakresie postępowania z odpadami;
- Propozycje działań strategicznych odnośnie przygotowania Banku do wdrożenia Europejskiego Systemu Ekozarządzania i Audytu – EMAS.

BRE Bank rozpoczął reorganizację dotychczas prowadzonej gospodarki odpadami. Szczególną uwagę zwrócono na wdrożenie segregacji odpadów, m.in. odpadów opakowaniowych oraz przestrzeganie zasady bliskości przy przekazywaniu odpadów podmiotom prowadzącym działalność w zakresie odzysku i unieszkodliwiania odpadów. Do odpadów szkodliwych, będących pod ścisłą kontrolą w Banku zaliczono:

- zużyty sprzęt elektryczny i elektroniczny: zużyte tonery, kartridże, aparaty telefonii komórkowej, sprzęt audio-video, komputery, drukarki, monitory, czajniki bezprzewodowe oraz świetlówki i żarówki;
- glikol etylenowy stosowany jako nośnik ciepła w urządzeniach klimatyzacyjnych, wymieniany po upływie okresu ważności, zgodnie z danymi zawartymi w karcie charakterystyki substancji niebezpiecznej;
- odpady (szlamy) z czyszczenia osadników substancji ropopochodnych BCPT/BCS (element systemu kanalizacyjnego wewnątrz budynku).

Odpady są ewidencjonowane na kartach ewidencji i przekazywane do utylizacji na podstawie karty przejęcia odpadów. Po roku sprawozdania są przekazywane do odpowiednich urzędów, które dokonują zestawień dla poszczególnych województw.

W celu zapobiegania powstawaniu odpadów, ograniczania ilości i ich negatywnego oddziaływania na środowisko jednostki organizacyjne BRE Banku podejmują następujące działania proekologiczne:

- stosowanie energooszczędnych świetlówek o wydłużonym czasie użytkowania,
- zwiększanie udziału nowoczesnych sprzętów o podwyższonym standardzie ekologicznym (dot. głównie telefonów komórkowych, osprzętu komputerowego),
- racjonalne użytkowanie zasobów sprzętowych.

Jeśli sprzęt komputerowy czy meble, których Bank chce się pozbyć, są jeszcze zdadne do użytku, zostają przekazywane takim instytucjom jak szkoły, domy dziecka, domy kultury, gdzie mogą być jeszcze przydatne.



VIII.2. Gwarancje „elektryczne” BRE Banku

BRE Bank włączył się w działalność związaną z odzyskiem odpadów również w inny sposób. Jako pierwszy bank w Polsce odpowiedział na potrzeby przedsiębiorców wynikające z nowej Ustawy o Zużyтым Sprzęcie Elektrycznym i Elektronicznym (lodówki, telewizory, sprzęt AGD itp.) wprowadzając do swej oferty specjalny rodzaj gwarancji bankowej. Gwarancja ta jest zabezpieczeniem sfinansowania odzysku urządzeń elektrycznych i elektronicznych.

Obowiązujące od 1 lipca 2006 r. przepisy nakładają na przedsiębiorców wprowadzających sprzęt na rynek (producentów, sprzedawców i importerów) obowiązek zorganizowania i sfinansowania odbioru zużytego sprzętu, a także jego przetwarzania, odzysku, w tym recyklingu i unieszkodliwiania dla środowiska.

Firmy mogą skorzystać z usług organizacji, które zajmują się odzyskiem sprzętu elektrycznego i elektronicznego, lub też samodzielnie zorganizować cały proces. W tym przypadku zobowiązane są do wniesienia zabezpieczenia finansowego za dany rok kalendarzowy – w postaci gwarancji bankowej, depozytu lub ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej. Wchodząca w życie Ustawa stanowi jednak, że w przypadku gwarancji bankowych, gwarantem może być wyłącznie instytucja finansowa upoważniona do gwarantowania długu celnego. BRE Bank jest instytucją upoważnioną do udzielania tego rodzaju gwarancji.

VIII.3. Prace w kierunku uzyskania certyfikatu EMAS

System Ekozarządzania i Audytu (ang. Eco Management and Audit Scheme) jest unijnym instrumentem wprowadzonym w życie rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady Europy, mającym na celu ciągłe doskonalenie organizacji w zakresie osiągniętych przez nią efektów działalności środowiskowej. W praktyce podjęcie działań w kierunku wdrożenia systemu EMAS w BRE Banku będzie wymagało podjęcia i prowadzenia następujących działań:

- identyfikowanie obszarów, dla których należy opracować, poprawić i podnieść skuteczność systemu zarządzania środowiskowego,
- systematyczne poszukiwanie możliwości praktycznego ograniczenia oddziaływania na środowisko i przyjmowanie nowych celów w zakresie ochrony środowiska,
- nieustanne rozpoznawanie i eliminowanie niezgodności z wewnętrznymi i zewnętrznymi wymaganiami,
- regularne identyfikowanie aspektów środowiskowych wymagających nadzoru lub poprawy,
- zapewnianie szkoleń personelu, aby zwiększyć efektywność prac środowiskowych,
- wykonywanie analiz porównawczych z innymi firmami czy instytucjami działającymi w tej samej branży.

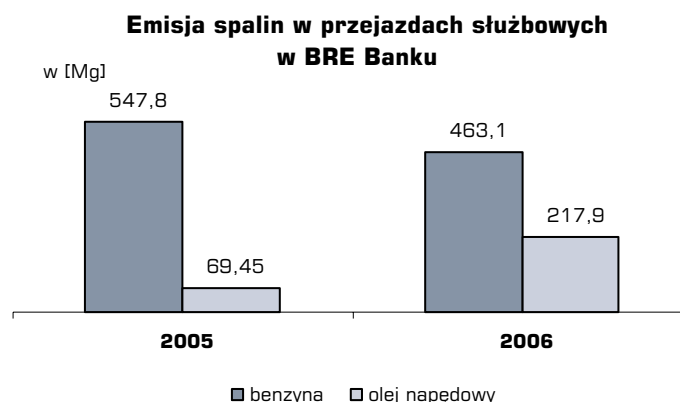
Zadania te mogą być realizowane przez odpowiednio przeszkolonych pracowników Banku lub mogą być przekazane firmie zewnętrznej, z zastrzeżeniem zachowania tajemnicy przetwarzanych danych. Z uwagi na specyfikę działalności Banku wymagania te będą dotyczyły w głównej mierze spełnienia wymogów prawa w zakresie poprawnego środowiskowo gospodarowania odpadami.

Certyfikat EMAS będzie gwarantem i wizytówką prowadzenia działalności w sposób zgodny z unijnymi i polskimi przepisami ochrony środowiska oraz poprawności i świadomości ekologicznej Banku.

VIII.4. Inne aspekty oddziaływania Banku na środowisko

VIII.4.1. Opłata za korzystanie ze środowiska z tytułu emisji spalin

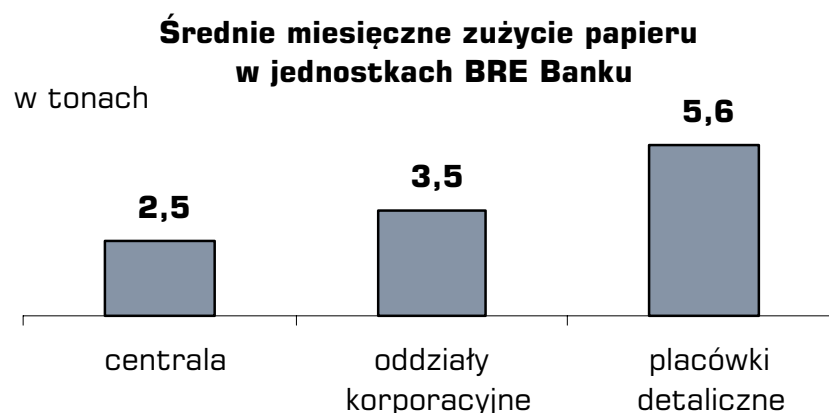
W związku z posiadaniem dość znacznej ilości taboru samochodowego, Bank ponosi rokrocznie opłatę za korzystanie ze środowiska z tytułu emisji spalin od samochodów służbowych używanych przez pracowników Banku. W 2006 r. przy przejazdach do celów służbowych zużyto 613,4 tys. litrów benzyny oraz 259,4 tys. litrów oleju napędowego. Emisja spalin z tego tytułu wyniosła odpowiednio 463,1[Mg] przy zużyciu benzyny i 217,9[Mg] przy zużyciu oleju.



Tytułem rekompensaty Bank wnosi ustawową opłatę za zanieczyszczanie środowiska. W 2006 r. opłata z tytułu emisji spalin wyniosła 8 tys. zł. Opłaty wnoszone są do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego.

VIII.4.2. Oszczędności w zużyciu papieru

Odrębnym zagadnieniem jest zużycie papieru i jego recykling. Bank, mimo coraz szerszego zastosowania Internetu i produkcji dokumentów w formie elektronicznej, wciąż zużywa znaczne ilości papieru, gdyż wiele dokumentów, zarówno wewnętrznych, jak i wychodzących do Klienta nadal ma postać papierową. Szacunkowe zużycie papieru w skali roku wynosi w Banku około 139,4 ton. Wiele dokumentów, które nie podlegają archiwizacji, jest niszczone. W Centrali Banku i placówkach zlokalizowanych w Warszawie w 2006 r. na przebież przekazano 30 ton papieru. Wykorzystywany jest on następnie jako surowiec wtórny, m.in. do produkcji materiałów ocieplających dla budownictwa.



Formą oszczędzania znacznych ilości papieru jest w Banku stosowanie na coraz większą skalę elektronicznej formy dokumentów. Obecnie wyciągi dla Klientów, zarówno korporacyjnych jak i detalicznych, są wysyłane w formie elektronicznej. Zważywszy, że Bank posiada łącznie ponad 1,6 mln Klientów, w skali roku daje to oszczędności idące w dziesiątki ton papieru.

IX. Działania na rzecz społeczeństwa

IX.1. Działania Banku na rzecz kultury, sztuki, edukacji

BRE Bank jako mecenas polskiej kultury i sztuki oraz instytucja zaangażowana w szereg działań edukacyjnych, społecznych i charytatywnych, od wielu lat kieruje się w swej pozakomercyjnej aktywności przekonaniem o stale rosnącej wadze i słuszności tego typu działań. Od dawna podejmowane przez Bank



działania na rzecz promocji wydarzeń artystycznych i kulturalnych, czy też działania wspomagające instytucje społeczne (jak domy dziecka czy szpitale), umacniają obraz społecznej odpowiedzialności BRE Banku.

Wspierając kulturę, sztukę i edukację, prowadząc działalność charytatywną Bank robi to, co Akcjonariusze i Klienci rozumieją oraz popierają i w czym chętnie uczestniczą. Daje to Bankowi możliwość zaistnienia w pełni w społeczeństwie i udowodnienia, że rozumie potrzeby i problemy społeczne i chętnie się w nie angażuje.

Przez 20 lat swej działalności BRE Bank wielokrotnie dawał dowody swego społecznego zaangażowania na polu kultury i sztuki. Bank wspierał między innymi takie instytucje jak: Muzea Narodowe w Warszawie i Gdańsku, Narodową Galerię Sztuki Zachęta, Muzeum Pałac w Wilanowie, Akademię Muzyczną im. Fryderyka Chopina w Warszawie, Polski Komitet Narodowy Międzynarodowej Rady Ochrony Zabytków ICOMOS, Związek Polskich Artystów Fotografików, Galerię Kordegarda. Sponsorował również poszczególne wystawy czy dokonywał zakupów dzieł sztuki do muzeów.

Od wielu lat Bank samodzielnie oraz za pośrednictwem Fundacji BRE Banku wspiera finansowo różne inicjatywy badawcze, dydaktyczne i edukacyjne, popularyzujące wiedzę z zakresu ekonomii. Bank angażuje się w przedsięwzięcia, które stanowią cenny wkład w rozwój nauki ekonomii i badań nad gospodarką Polski. Było to zarówno dofinansowanie programów kształcenia ekonomicznego w wybranych szkołach średnich, sponsorowanie programu oświatowego „Internet w szkołach”, fundowanie Stypendium Ekonomicznego dla Dziennikarzy specjalizujących się w tematyce ekonomicznej, którego celem jest propagowanie wiedzy z zakresu bankowości i finansów.

Odrębny rozdział stanowi współpraca BRE Banku i Instytutu CASE. W jej ramach organizowane są seminaria i konferencje dla przedstawicieli świata nauki, biznesu, dziennikarzy, studentów oraz Klientów i pracowników banku. Spotkania mają charakter otwarty i bezpłatny. Bierze w nich każdorazowo udział od 60 do 100 osób. Po każdym seminarium publikowane są zeszyty naukowe z serii: „Zeszyty BRE Bank-CASE”. Choć tematyka seminariów koncentruje się głównie na rynkach finansowych i sektorze bankowym, w ciągu ostatnich lat podejmowane były również inne ważne dla całej gospodarki problemy, np.: reformy podatkowe, rynek mieszkaniowy i ubezpieczeniowy, rynki energii czy etyka w biznesie.

Począwszy od 2005 r. działalność Banku skoncentrowała się w dużej mierze na wspieraniu przedsiębiorczości, podniesieniu konkurencyjności i jakości otoczenia biznesowego oraz promowaniu innowacyjnych rozwiązań w biznesie.

Kluczowym i największym projektem w tym zakresie był Ranking 500 najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw, przeprowadzony już dwukrotnie – w 2005 r. i 2006 r. we współpracy z Instytutem Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk oraz z Gazetą Prawną.

Powstawaniu rankingu towarzyszyły regionalne Gale Innowacyjności, które odbyły się w Katowicach, Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu, Łodzi i Warszawie. Na dedykowanych temu tematowi seminariach, które zgromadziły łącznie ponad tysiąc osób, dyskutowano m.in. na temat barier we wdrażaniu innowacyjności, ochrony praw patentowych, źródeł finansowania innowacyjnych projektów.

W ramach wspierania edukacji ekonomicznej Bank sponsorował ostatnio wydanie dwu ważnych pozycji książkowych: w 2005 „Winning znaczy zwyciężać” Jacka Welcha, a w 2006 – Trzeciej fali” Alvina Tofflera. BRE Bank był również partnerem konferencji „Jak rewolucja informatyczna zmienia rytm, strukturę i modele biznesowe dzisiejszych firm i sektorów?”.

Łączne wydatki Fundacji BRE Banku, mBanku i MultiBanku w 2006 r. na powyższe cele wyniosły 3,4 mln zł, z czego na edukację i naukę 1,4 mln zł, na kulturę 1,1 mln zł, zdrowie i pomoc społeczną 0,6 mln zł i 0,3 mln zł na inne cele.



BRE BANK SA

IX.2. Działalność Fundacji BRE Banku

Jednym z głównych filarów polityki społecznej BRE jest Fundacja BRE Banku. Została ona powołana na mocy uchwały Rady Banku z dnia 20.10.1993 r. i prowadzi działalność od 1994 r. Jedynym założycielem (fundatorem) był BRE Bank. W 2005 r. Fundacji został przyznany status organizacji pożytku publicznego. Oznacza to, że płatnicy podatku dochodowego mogą nań przekazywać 1% podatku.

Poprzez Fundację BRE Bank wspiera edukację, naukę, przedsiębiorczość, kulturę, sztukę oraz prowadzi działania charytatywne, a także współpracuje z innymi organizacjami pożytku publicznego, pomagając tym samym potrzebującym, chorym czy niepełnosprawnym dzieciom.



Statutowymi celami Fundacji są:

- 1/ wspieranie działań organów państwowych, organizacji społecznych i zawodowych oraz wspieranie inicjatyw społecznych służących podnoszeniu poziomu edukacyjnego społeczeństwa, a w szczególności podnoszeniu poziomu wiedzy ekonomicznej i bankowej,
- 2/ wspieranie przedsięwzięć mających na celu poprawę stanu zdrowotnego społeczeństwa, w szczególności dzieci i młodzieży,
- 3/ wspieranie inicjatyw instytucjonalnych i społecznych na rzecz ochrony środowiska,
- 4/ pomoc w ochronie dóbr kultury,
- 5/ podejmowanie działań na rzecz popularyzacji idei wspierania celów społecznych w środowisku bankowym i finansowym.

Od momentu rozpoczęcia działalności Fundacji w czerwcu 1994 r. do końca 2006 r. Fundacja przeznaczyła na działalność statutową 9,5 mln zł. W ostatnich latach w skali roku były to kwoty rzędu 1,5 mln zł.

Wydatki na cele statutowe koncentrowały się w następujących głównych 3 grupach:

- **Ochrona zdrowia i opieka społeczna** (pomoc dla chorych i upośledzonych dzieci, pomoc dla placówek służby zdrowia i opieki społecznej);
- **Edukacja** (pomoc materialna dla szkół, organizacji naukowych, sponsorowanie prac badawczych, wydawnictw, fundowanie nagród dla laureatów);
- **Kultura** (dotowanie imprez kulturalnych, wydawnictw, twórców kultury, dofinansowanie budowy pomników, renowacja zabytków i obiektów sakralnych).

W strukturze wydatków statutowych dotychczas dominowały wydatki związane z ochroną zdrowia i opieką społeczną (odpowiednio w 2004 i 2005 r.: 64 i 57,3%). W ramach tej grupy wydatków, główną część stanowiła pomoc finansowa dla chorych dzieci (koszty operacji, zabiegów rehabilitacyjnych, innej terapii). Pomoc ta realizowana była głównie za pośrednictwem wyspecjalizowanych organizacji np. Fundacji Dzieciom „Zdążyć z pomocą”, Fundacji „Synapsis” i innych.

W ramach wydatków statutowych przeznaczonych na cele edukacyjne Fundacja udzielała systematycznej pomocy finansowej dla licznych szkół podstawowych i ponadpodstawowych z terenu całego kraju, w celu sfinansowania zakupu pomocy naukowych, sprzętu komputerowego, organizacji posiłków dla dzieci z rodzin najuboższych itp. Fundowano nagrody dla uczestników konkursów i olimpiad (m.in. Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej). Udzielano też pomocy finansowej dla domów dziecka i szkół z terenu całego kraju, w szczególności w zakresie organizacji wypoczynku zimowego i letniego dla dzieci.



Wśród podmiotów, którym Fundacja udzielała pomocy finansowej można wyróżnić „stałych” odbiorców pomocy finansowej udzielanej przez Fundację. Są to m.in.:

W dziedzinie ochrony zdrowia i pomocy społecznej:

- Polski Komitet Pomocy Społecznej,
- Fundacja SYNAPSIS,
- Fundacja „Pożywienie Darem Serca”,
- Polskie Towarzystwo Walki z Kalectwem,
- Mokotowskie Hospicjum Świętego Krzyża,
- Fundacja Dzieciom „Zdążyć z pomocą”

oraz inne fundacje i stowarzyszenia gromadzące środki finansowe na operacje, terapię i turnusy rehabilitacyjne m.in. dla dzieci z porażeniem mózgowym, dzieci z autyzmem, dzieci oczekujących na przeszczepy wątroby.

Fundacja BRE Banku otrzymała Statuetkę SUMMA BONITAS (Największa Dobroć), najwyższe odznaczenie, przeznaczone dla Darczyńców, którzy przez długi czas wspierają program „Zdążyć z Pomocą”.

W dziedzinie edukacji i nauki:

- Fundacja Semper Polonia,
- Krajowy Fundusz na Rzecz Dzieci,
- Komitet Główny Olimpiady Wiedzy Ekonomicznej przy Polskim Towarzystwie Ekonomicznym,
- Polskie Bractwo Kawalerów Gutenberga,
- Szkoły i placówki oświatowo-wychowawcze wspomagane przez Fundację: Towarzystwo Przyjaciół Dzieci w Górze, Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Makowie Mazowieckim, Domy Dziecka, Szkolny Ośrodek dla Dzieci Słabowidzących w Warszawie i inne.

W dziedzinie kultury o ochrony zabytków:

- Towarzystwo Śpiewacze HARFA,
- Stowarzyszenie PRO MUSICA ANTIQUA,
- Fundacja Paderewski in Memoriam,
- Związek Literatów Polskich,
- Społeczny Komitet Opieki nad Starymi Powązkami.

Zgodnie z przyjętą strategią oraz planem wydatków statutowych w 2006 roku nastąpiło przesunięcie głównego obszaru działalności statutowej z ochrony zdrowia i opieki społecznej na obszar przedsięwzięć z zakresu edukacji i nauki. Przeznaczono na ten cel 60% wydatkowanych środków wobec 22% w 2005 r.

Ważniejsze przedsięwzięcia finansowane w 2006 roku przez Fundację:

1. Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości – zawarto umowę w sprawie realizacji „Programu Stypendiów Pomostowych” (program pomocy materialnej dla młodzieży w trudnej sytuacji materialnej rozpoczynającej studia wyższe) w roku akademickim 2006/2007. Fundacja BRE Banku ufundowała 40 stypendiów i uczestniczy w pracach Komisji Stypendialnej FEP.
2. Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości – umowa o dofinansowanie przez Fundację BRE konkursu na biznesplany dla młodych ludzi, organizowanego w ramach Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości.
3. Fundacja w 2006 roku ogłosiła i zorganizowała konkurs na najlepsze prace magisterskie z okazji 20-lecia BRE Banku pod hasłem „Nowoczesna bankowość w zjednoczonej Europie”.
4. Zgodnie z zawartą w dniu 16 grudnia 2005 r. umową o współpracy Fundacja BRE Banku i Fundacja CASE kontynuowały współpracę polegającą na inicjowaniu i organizowaniu seminariów i konferencji dla naukowców, ekspertów i praktyków zarządzania na temat problemów transformacji polskiego systemu gospodarczego, a w szczególności systemu bankowego oraz publikacji dotyczących problematyki ekonomii i finansów.



5. Fundacja Wspierania Nauczania Języka Polskiego – wsparcie realizacji programu „Partnerstwo dla szkół”, tj. sfinansowanie organizacji wymiany uczniów pomiędzy szkołami w Polsce i na Litwie.
6. Fundacja przekazała darowiznę na rzecz Krajowego Funduszu na rzecz Dzieci z przeznaczeniem na realizację programu pomocy uczniom wybitnie zdolnym.
7. Zgodnie z umową zawartą z Niemiecko-Polsko-Ukraińskim Stowarzyszeniem, Fundacja wsparła budowę domu dziecka w Kijowie przeznaczonego dla dzieci ulicy.

Fragment wywiadu z Panem Henrykiem Okrzeją, Prezesem Fundacji BRE Banku

„W jaki sposób Fundacja BRE Banku realizuje swoje statutowe zadania?”

Wspieramy finansowo, najczęściej w formie darowizny, działania służące podnoszeniu poziomu wiedzy, promujące przedsiębiorczość oraz działalność charytatywną i rozwoju kultury. W większości przypadków są to projekty lub przedsięwzięcia realizowane wspólnie z organizacjami społecznymi specjalizującymi się w danej dziedzinie. W taki sposób współpracujemy między innymi z Fundacją Synapsis, Polskim Komitetem Pomocy Społecznej czy Fundacją Dzieciom „Zdążyć z Pomocą”. Jestem przekonany, że to najlepszy sposób, który gwarantuje, że pieniądze i sprzęt zostaną przekazane tym najbardziej potrzebującym ludziom.

Pomoc charytatywna to tylko jedna z wielu dziedzin, którymi zajmuje się Fundacja.

Oczywiście. Zgodnie ze strategią Fundacji większość środków w bieżącym roku jest przeznaczona na projekty dotyczące edukacji i wspierania przedsiębiorczości, jak na przykład program pomocy dla młodzieży w trudnej sytuacji materialnej rozpoczynającej studia wyższe, który zakłada ufundowanie 40 stypendiów. Jesteśmy również partnerem Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości, które organizują projekty mające na celu rozbudzenie przedsiębiorczości wśród młodych ludzi. Interesujemy się przedsięwzięciami kulturalnymi, sportowymi, dbamy o ochronę środowiska. Jesteśmy świadomi, że sukces i przewaga konkurencyjna takiej instytucji jak BRE Bank wiąże się także z jej społeczną rolą.

A w jaki sposób my, Pracownicy, możemy wesprzeć Fundację BRE Banku?

Od ubiegłego roku Fundacja BRE Banku jest organizacją pożytku publicznego, co oznacza, że może przyjmować wpłaty 1% należnego podatku dochodowego. Chciałbym naprawdę gorąco zachęcić wszystkich Pracowników BRE Banku oraz Spółek Grupy do skorzystania z tej możliwości i przekazywania 1%. W ten sposób mamy szansę dołożenia wspólnej cegiełki dla szczytnej działalności naszej organizacji.

Dla mnie osobiście, przekazanie 1% podatku będzie też wyrazem poparcia dla działań naszej Fundacji.”

IX.3. Działalność sponsorska i charytatywna mBanku

Akcje sponsoringowe i charytatywne są bardzo istotnym elementem działalności mBanku związanej z dążeniem do budowania wizerunku banku dynamicznego, przeznaczonego dla ludzi ceniących czas i wygodę, ale także lubiących nowe wyzwania. Wiele projektów wspieranych przez mBank zachęca do aktywnego trybu życia. Ponadto zaangażowanie w akcje społecznościowe pomaga zaprzeczyć tezę o odhumanizowaniu instytucji działających w Internecie, bez bezpośredniego kontaktu z Klientem.

mBank, lider innowacyjności, od początku swojej działalności kładzie duży nacisk na wspieranie ciekawych inicjatyw, w szczególności związanych z kulturą, edukacją oraz sportem. mBank jednak jest nie tylko sponsorem, mecenatem czy darczyńcą, ale także inicjatorem wielu wydarzeń.

Tradycją mBanku jest przeprowadzanie z okazji świąt Bożego Narodzenia oraz Wielkanocy zbiórki pieniędzy na rzecz fundacji wspierających najbardziej potrzebujących. Klienci mogą za pomocą usługi mTRANSFER przekazywać środki na konto fundacji. Szczególną opieką została objęta Fundacja ABCXXI – Cała Polska czyta dzieciom, organizator jednej z najbardziej znanych kampanii społecznych w Polsce.

Dodatkowo co roku seria gadżetów mBanku jest licytowana podczas aukcji internetowej, z której całkowity dochód jest przekazywany na kolejne Finały Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.



mBank zawsze chętnie wspiera inicjatywy, których celem jest edukacja. W szczególności popiera różne działania skierowane do studentów – jednej z najliczniejszych grup Klientów banku. Do tej pory mBank współpracując z organizacjami studenckimi objął patronat nad różnymi konferencjami, olimpiadami oraz konkursami, m.in. zrealizował wspólnie z firmą QUESTUS projekt Problemy Biznesu, w ramach którego opracowano materiał „mBank – wirtualny czy fizyczny”, a także wsparł konferencję AdverTeaser III organizowaną przez Koło Naukowe Uniwersytetu Warszawskiego Target.

Sport wpisuje się doskonale w realizowaną przez mBank politykę sponsoringową. Jednym z interesujących wydarzeń było wsparcie wyprawy himalaistów w zdobyciu trzech ośmiotysięczników. mBank jest także organizatorem wielu ciekawych wydarzeń sportowych. Zainicjował mBank Łódź Maraton oraz mBank eXtreme w Sielpi – imprezy dla wszystkich tych, którzy lubią sprawdzać granice swojej wytrzymałości.

Ponadto mBank bierze udział w wydarzeniach kulturalnych, m.in. jest mecenasem Łódź Art. Center, wspiera cykl spotkań Alfabet Literatury organizowany przez Poleski Ośrodek Sztuki w Łodzi. mBank był także głównym sponsorem płyty i trasy koncertowej zespołu Myslovitz „Happiness is easy”.

Umocnianie i poszerzanie relacji z Klientami, którzy tworzą mSpołeczność pierwszego wirtualnego banku w Polsce, to jeden z najważniejszych elementów strategii funkcjonowania mBanku.

IX.4. Działalność sponsorska i charytatywna MultiBanku

MultiBank od początku swojego istnienia prowadzi akcje dobroczynne oraz wspiera instytucje kulturalno-oświatowe. Dzięki takim przedsięwzięciom umacnia się wizerunek banku, który dba nie tylko o finanse swoich Klientów. Działania sponsoringowe prowadzone przez MultiBank wspierają instytucje kulturalne, dzięki czemu przyczyniają się do popularyzacji sztuki. W akcje charytatywne angażuje się zaś nie tylko MultiBank jako instytucja, ale także Klienci, którzy za jego pośrednictwem przyłączają się do wspólnego dobroczynnego dzieła.

MultiBank jest instytucją, która inwestuje w rozwój sztuki i pomaga wyjątkowym ludziom realizować swoje pasje. Wspiera również akcje, dzięki którym pomoc trafia do najbardziej potrzebujących.

Na szczególną uwagę zasługuje działalność Łoży kulturalnej Klubu Aquarius. W ramach programu upowszechniania sztuki w Klubie AQ, MultiBank przekazuje środki finansowe instytucjom kulturalnym umożliwiając realizację ambitnych przedsięwzięć.

W ramach Łoży kulturalnej funkcjonuje Łoża teatralna, która współpracuje z wybranymi teatrami w Polsce. Są to:

1. Teatr Atelier – Sopot
2. Teatr Muzyczny – Gdynia
3. Teatr Nowy – Warszawa
4. Teatr Stu – Kraków
5. Kino Adria – Bydgoszcz
6. Teatr Polski – Szczecin
7. Teatr Rozrywki – Chorzów
8. Teatr Polski – Wrocław
9. Teatr Wielki – Poznań

MultiBank zasponsorował również Festiwal Monodramów – Monofest w Teatrze Studyjnym w Łodzi. Impreza cieszyła się dużym zainteresowaniem publiczności i najprawdopodobniej wpisze się ona w kalendarz cyklicznych imprez odbywających się w Łodzi.

MultiBank wspiera również młodych artystów:

- Sponsoring imprezy Oskary Fashion – impreza promująca młodych projektantów mody;
- Sponsoring studiów Natalii Brzozowskiej w elitarnej Królewskiej Akademii Muzycznej w Londynie.

W ramach wspierania innych imprez kulturalnych MultiBank w 2006 roku sponsorował również:

- Festiwal Kultury Chrześcijańskiej – cykliczna impreza międzynarodowa, organizowana przez Księdza Waldemara Sondkę – nominowanego do tytułu Łodzianina roku 2006;
- Narodową Galerię Sztuki – „Zachęta”;



BRE BANK SA

- Tu Es Petrus – sponsoring koncertu w Łodzi;
- Koncert zespołu TSA;
- Koncert poświęcony pamięci Agnieszki Osieckiej „Pamiętajmy o Osieckiej”;
- Stowarzyszenie Jazzowe Częstochowa;
- Stowarzyszenie Literackie im. Krzysztofa Kamila Baczyńskiego;
- Rockandrollowe Polmil Party;
- Koncert Magdaleny Moszew;
- Wydanie dwóch albumów z fotografiami miasta Łodzi.

MultiBank wspiera również ludzi z pasją. W 2006 roku udzielił pomocy w realizacji:

- Wyprawy na Broad Peak (Falchan Kangri) – 8047 m n.p.m. Wyprawa organizowana przez MultiBank i himalaistę Piotra Pustelnika;
- Wyprawy do Nepalu 2 Klientek Klubu Aquarius;
- VIII edycji Explorers Festival w Łodzi.

Akcje charytatywne:

- Darowizna na rzecz Domu Dziecka w Warszawie – finansowanie wyjazdu dzieci na ferie;
- Sponsoring wigilii charytatywnej w łódzkiej hali Expo;
- Sponsoring 2 koncertów charytatywnych na rzecz Duszpasterstwa Niestyszających w Łodzi;
- Sponsoring akcji „Cała Polska Czyta Dzieciom”.

