

raport o odpowiedzialności biznesu < 2008 >

Egzamin z kryzysu

Zrównoważony rozwój
w trudnych czasach



BRE BANK SA



BRE BANK SA

Spis treści

2	<	List Prezesa
4	<	Kalendarium
6	<	1. BRE Bank
8	<	1.1. O raporcie
12	<	1.2. Rozwój CSR w BRE
16	<	1.3. Kim jesteśmy
18	<	1.4. Zaangażowanie kredytowe BRE Banku według branż
20	<	1.5. Grupa BRE Banku
24	<	1.6. Nasi Klienci
28	<	1.7. Władze spółki
28	<	1.7.1. Rada Nadzorcza
30	<	1.7.2. Zarząd Banku
34	<	1.8. Nasi Akcjonariusze
35	<	1.8.1. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy
36	<	1.9. BRE Bank – podstawowe wielkości
37	<	1.10. Ład korporacyjny
38	<	1.11. Compliance
39	<	1.12. Audyt wewnętrzny
40	<	1.13. Współpraca z Komisją Nadzoru Finansowego
41	<	1.14. Zarządzanie ryzykiem
43	<	1.15. BREnova – odpowiedź na wyzwania rynku
44	<	2. Relacje
46	<	2.1. Wartości przyświecające odpowiedzialności biznesu BRE Banku, czyli relacje-kompetencje-innowacyjność
48	<	2.2. Frontem nie tylko do Klientów czyli nasze RELACJE z interesariuszami
50	<	2.3. Razem łatwiej czyli członkostwa BRE Banku
51	<	2.4. Relacje z Klientami
62	<	2.5. Na dobre i na złe, czyli jak zachowywaliśmy się w trudnych sytuacjach
68	<	2.6. Relacje z Pracownikami
69	<	2.7. BRE Bank odpowiedzialnym pracodawcą
78	<	2.8. Zawsze w kontakcie, czyli komunikacja wewnętrzna BRE Banku
81	<	2.9. Relacje z Inwestorami
83	<	2.10. Relacje ze Społeczeństwem
90	<	2.11. Relacje z otoczeniem – środowisko
96	<	3. Kompetencje
99	<	3.1. Młodzi z nami, czyli działania skierowane do studentów
103	<	3.2. Szkolenia dla Pracowników
110	<	3.3. Kompetencje w biznesie
110	<	3.3.1. Działania edukacyjne BRE Banku
120	<	4. Innowacyjność
122	<	4.1. Innowacyjność według BRE Banku
132	<	Tabela wskaźników GRI
137	<	Tabela Global Compact
137	<	Obliczenia stosowane w raporcie
138	<	Spis wykresów
139	<	Raport poświadczający



◀ List Prezesa ▶

Szanowni Państwo,

z dumą i radością przekazujemy Państwu już trzeci nasz raport podsumowujący odpowiedzialność biznesu BRE Banku. Do trzech razy sztuka – chciałoby się powiedzieć. Sztuką nie jest jednak dla nas „produkowanie” kolejnych dokumentów, ale stawianie sobie rokrocznie coraz wyższej poprzeczki. Od tej ambitnej strony znają nas Klienci, którym od lat staramy się dostarczać produkty najwyższej klasy oraz wyjątkowy poziom obsługi. Z równym szacunkiem, zaangażowaniem i otwartością podchodzimy do oczekiwań wszystkich naszych interesariuszy.



Uważamy, że warto głośno chwalić się osiągnięciami na polu odpowiedzialności biznesu. Z co najmniej dwóch powodów. Po pierwsze, dokładamy w ten sposób nasz mały kamyczek do lawiny dobrych praktyk, która – mam nadzieję – przetoczy się przez Polskę. Rośnie wprawdzie grono firm społecznie zaangażowanych, ale efekt kuli śnieżnej jest nam ciągle bardzo potrzebny. Dość powiedzieć, że w 2007 r. byliśmy w gronie pierwszych firm, tworzących raporty społeczne w Polsce. Po drugie i najważniejsze, podsumowanie odpowiedzialności biznesu BRE jest tak naprawdę podziękowaniem i ukłonem w stronę wszystkich osób i organizacji, bez których tego raportu by nie było. W codziennej pogoni za wynikami, zyskami, rentownością często zapominamy o setkach – z pozoru – drobnych akcjach oraz inicjatywach. Zapominamy o okrucinach dobra, dzięki którym świat staje się lepszy.

Chciałbym w tym miejscu podziękować przede wszystkim zespołowi BRE Banku, który angażuje się bez reszty w działania na rzecz zrównoważonego, społecznie odpowiedzialnego rozwoju naszej organizacji. Cieszę się, że mogę być częścią firmy, która wpisuje się w wartości, spełnia marzenia i aspiracje pracujących w niej ludzi. Odpowiedzią na wyzwania naszych czasów i potwierdzeniem obranego przez nas kierunku działań jest projekt BREnova – model zrównoważonego rozwoju wprowadzony z początkiem 2009 roku, który przybliżyliśmy w dalszej części raportu.

Mapa partnerów, z którymi budujemy koalicję na rzecz wzrostu świadomości znaczenia odpowiedzialności społecznej, sukcesywnie się zagęszcza. W 2008 roku, opisanym w tym raporcie, poszerzyliśmy kręgi naszych partnerów o organizacje promujące odpowiedzialny biznes – Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Global Compact, wzbogacając w ten sposób paletę naszych inicjatyw CSR.

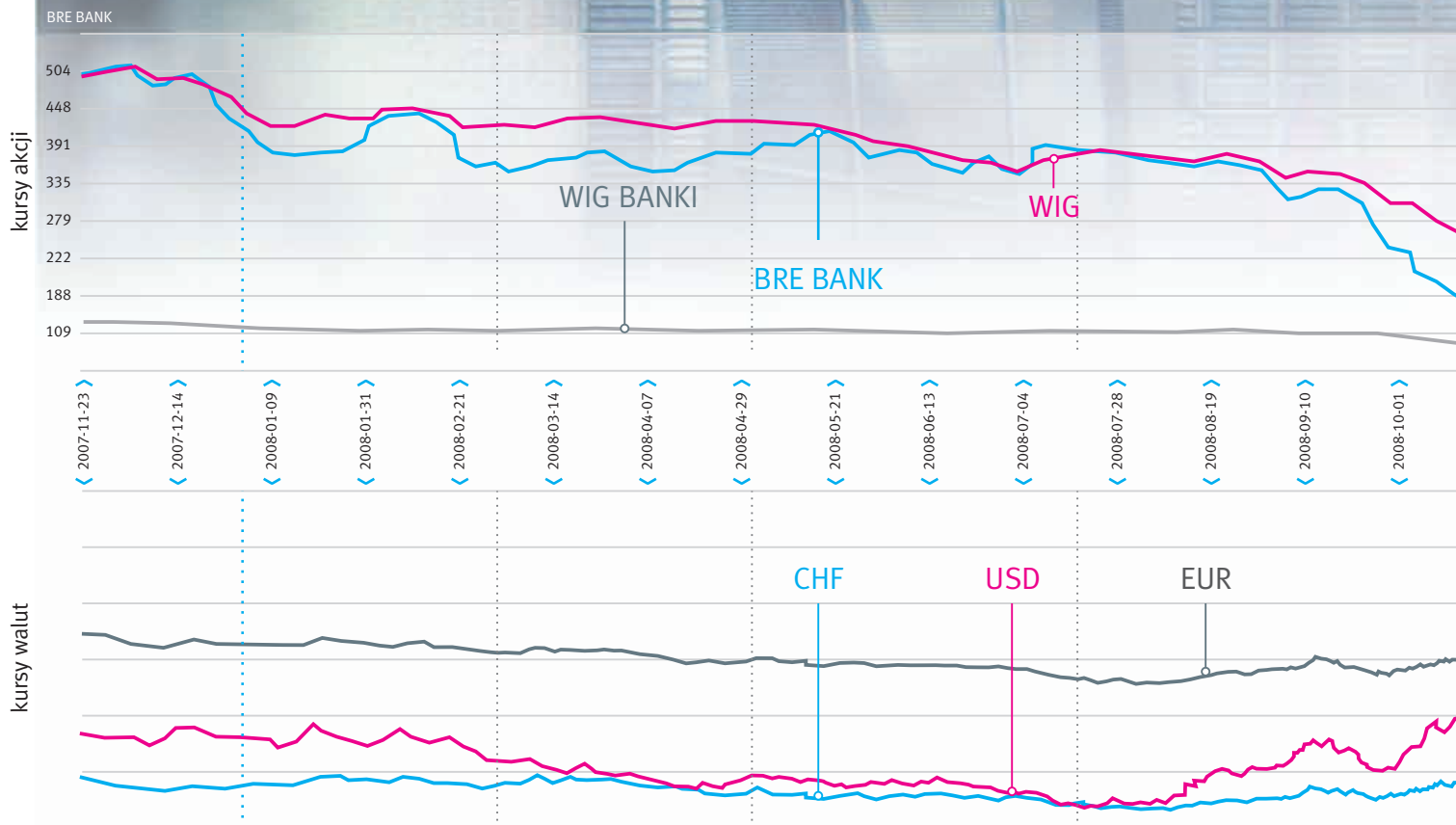
Znakiem rozpoznawczym naszej działalności zawsze była ambicja nieustannego dążenia do najwyższej jakości i innowacyjności. Ta sama dewiza przyświeca nam w działaniach CSR, dlatego zdecydowaliśmy się na wprowadzenie GRI, dołączając w ten sposób do wąskiego grona firm raportujących na najwyższym poziomie, popartym weryfikacją zewnętrzną. Metodologia GRI okazała się idealna dla identyfikacji mocnych i słabych stron w zakresie zarządzania odpowiedzialnością biznesu firmy. Wnikliwa i całościowa analiza działań jest doskonałą bazą dla sformułowania strategii CSR na kolejne lata, nad którą obecnie pracujemy.

Nie jest tajemnicą, że ostatnie kilkanaście miesięcy było dla branży finansowej – i nie tylko – okresem trudnym. Turbulencje na globalnych rynkach finansowych położyły się cieniem na wynikach większości banków na świecie, odcisnęły również swoje piętno na relacjach z naszymi interesariuszami. Jeszcze niedawno marketingowa poprawność nakazywałaby trudne tematy „zamieść” pod przystawiony dywan, ale nie chcemy pudrować rzeczywistości. Ten raport jest manifestem naszej otwartości, dowodem na to, że nie boimy się poruszać trudnych tematów, a to dlatego, że – jako organizacja ucząca się – traktujemy przejściowe problemy jako lekcję, która pomaga nam nieustannie zmieniać się na lepsze.

Mariusz Grendowicz

Prezes Zarządu,
Dyrektor Generalny Banku

Kalendarium



> 2008

14 MARCA 2008

Mariusz Grendowicz
obejmuje stanowisko
prezesa Zarządu
BRE Banku

6 MAJA 2008

wyniki Grupy BRE Banku
po I kwartale 2008 roku

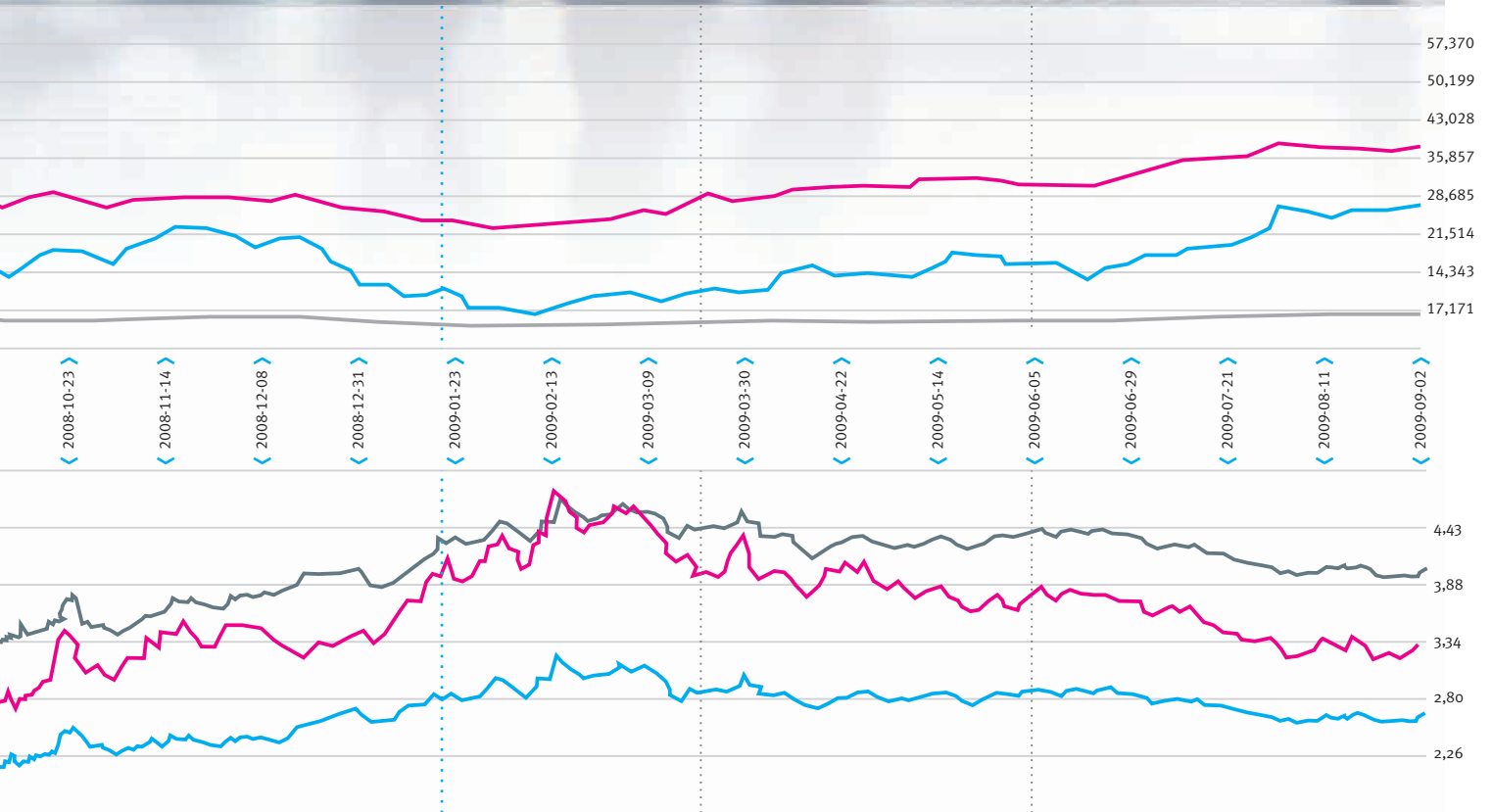
31 LIPCA 2008

wyniki Grupy BRE Banku
po II kwartale 2008 roku



BRE BANK SA

WIG, WIG BANKI



> 2009

15 WRZEŚNIA 2008

upadek banku inwestycyjnego Lehman Brothers



Więcej w rozdziale Relacje, strona 82

30 PAŹDZIERNIKA 2008

wyniki Grupy BRE Banku po III kwartałach 2008 roku

3 LUTEGO 2009

wyniki Grupy BRE Banku – podsumowanie 2008 roku ogłoszenie programu BREnova



Więcej w rozdziale BRE Bank, strona 43

29 KWIETNIA 2009

wyniki Grupy BRE Banku po I kwartale 2009 roku

6 SIERPNI 2009

wyniki Grupy BRE Banku po II kwartale 2009 roku

◀ BRE Bank ▶

Klienci: **2 541 098**

Pracownicy: **5 770**

Przychody netto
w ostatnim roku finansowym: **857 459 tys. zł**

dane na koniec 2008 r.



1.1. < O Raporcie >



I Edycja
Raport o Społecznej
Odpowiedzialności 2006

Raport BRE Banku o odpowiedzialności biznesu 2008 jest już trzecią publikacją poświęconą działaniom naszego Banku na rzecz interesariuszy. Zgodnie z zasadą stosowaną w ubiegłych latach, aktualny raport zawiera opis naszego zaangażowania na tle ekonomicznym, społecznym, środowiskowym w poprzednim roku kalendarzowym, tj. 2008. Raportowanie społeczne zapoczątkowaliśmy w 2007 roku, podsumowując 2006 rok.

Poprzednie raporty ukazywały się równoległe z raportem rocznym – czyli pierwszy w marcu 2007 a ostatni w marcu 2008 roku. W tym roku jest inaczej, gdyż uznaliśmy, że „ciężar gatunkowy” materiału zasługuje na oddzielną publikację. Tym wydawnictwem chcemy pokazać jak kluczową rolę odgrywa dla nas kwestia odpowiedzialności w biznesie i jednocześnie podziękować wszystkim osobom i organizacjom, które pomogły nam w realizacji naszej społecznej misji.

Raport zawiera opis wydarzeń, które wpłynęły na relacje BRE Banku, mBanku i MultiBanku z poszczególnymi grupami interesariuszy w 2008 roku. Ze szczególną uwagą staraliśmy się poruszyć kwestie dotyczące naszych relacji z Klientami, ale nie zapomnieliśmy o grupie, bez której sukcesy naszego Banku – także na polu społecznym – nie byłyby możliwe. Mowa, oczywiście, o naszych Pracownikach.

Słowem najczęściej odmienianym przez wszystkie przypadki w 2008 r. był „kryzys”. Nie mogło tego słowa zabraknąć więc i w naszym raporcie. Pokazujemy jak globalne turbulencje wpłynęły na nasze otoczenie rynkowe i na nasze działania. Tłumaczymy, w jaki sposób stawialiśmy i nadal stawiamy mu czoła.

Raportowaniu poddaliśmy okres od stycznia do grudnia 2008 roku, zważywszy jednak, że wiele bardzo istotnych wydarzeń dla BRE miało miejsce w pierwszej połowie 2009 roku, dane jakościowe dotyczą okresu do 31 sierpnia 2009 roku włącznie.



< Funkcja raportu >

Pierwotną rolą raportu była funkcja informacyjna, ale gorąco wierzymy, że będzie on również znakomitym narzędziem edukacji dla wszystkich firm i organizacji zainteresowanych tematyką zaangażowania społecznego. Mamy bowiem ambicje ustanawiania najwyższych standardów i kanonu dobrych praktyk, również i w tej dziedzinie. Świadomi, że wiele zjawisk i wydarzeń charakterystycznych dla branży finansowej może być niezrozumiałych dla osób spoza tego sektora, staramy się je przystępnie tłumaczyć. Lubimy dzielić się wiedzą – i ten raport to potwierdza. W każdym możliwym miejscu umieszczamy odnośniki do źródeł internetowych, gdzie można znaleźć szczegółowe dane dotyczące konkretnego zagadnienia.

⟨ Podmioty objęte raportowaniem ⟩

Przedstawione dane dotyczą działań BRE Banku – bankowości korporacyjnej oraz mBanku, MultiBanku, BRE Private Banking & Wealth Management – Bankowości Detalicznej BRE na terenie Polski. Podsumowując politykę personalną i relacje z zespołem odnosimy się również do grona Pracowników mBanku z Czech i Słowacji. Spółki Grupy BRE Banku nie są objęte tegorocznym raportowaniem, lecz mamy ambicję by w przyszłości opisać w raporcie ich osiągnięcia na polu ekonomicznym, społecznym i środowiskowym.

⟨ GRI ⟩

Dotychczasowa metodologia raportowania społecznego została w tym roku wzbogacona o międzynarodowy standard **Global Reporting Initiative**. W ten sposób dołączyliśmy do wąskiego grona firm na polskim rynku, które systemowo podchodzą do swoich społecznych zobowiązań i chcą stale poprawiać efektywność swoich działań na tle ekonomicznym, środowiskowym i społecznym. W treści raportu uwzględniliśmy również wskaźniki z suplementu branżowego, stworzonego z myślą o firmach z sektora finansowego.

Naszym wyróżnikiem w relacjach z interesariuszami zawsze była przejrzystość i otwarta komunikacja. Zdecydowaliśmy się na uwzględnienie wytycznych GRI w naszym raportowaniu, by jeszcze lepiej zarządzać CSR w naszej organizacji. Zależało nam także na narzędziach, które pomogą w regularnej ewaluacji i mierzeniu efektywności projektów inicjowanych z myślą o naszych interesariuszach.

Miano lidera raportowania finansowego wśród polskich banków (I miejsce w konkursie „The Best Annual Report” organizowanym przez Instytut Rachunkowości i Podatków w 2006 i 2007 roku) zobowiązuje. Dlatego zależało nam, by także raportowanie społeczne BRE należało do wzorowych i mogło dumnie reprezentować branżę bankową w Polsce i na arenie międzynarodowej.

By zapewnić transparentność procesu raportowania, wskaźniki GRI zostały poddane weryfikacji przez audytora zewnętrznego – firmę PricewaterhouseCoopers.

Dodatkowo poziom aplikacji wskaźników zaraportowanych w dokumencie został poddany weryfikacji Global Reporting Initiative, w wyniku czego otrzymaliśmy potwierdzenie, że odpowiadają one kryteriom poziomu B(+). Oznacza to, że jesteśmy pierwszą organizacją w Polsce publikującą cyklicznie raport społeczny i stosującą wytyczne GRI, która przeszła weryfikację zarówno audytora zewnętrznego, jak również przeprowadzoną przez eksperta Global Reporting Initiative i otrzymała potwierdzenie zgodności raportowanych wskaźników z kryteriami GRI na poziomie B(+). Dzięki temu mamy gwarancję, że sposób prezentowania przez nas informacji jest zgodny z międzynarodowymi standardami raportowania społecznego.



II Edycja
Raport o Społecznej
Odpowiedzialności 2007

Informacje dodatkowe

Global Reporting Initiative - GRI, Inicjatywa ds. Ogólnoświatowej Sprawozdawczości została powołana do życia w roku 1997 przez Coalition of Environmentally Responsible Economies (CERES, amerykańską organizację pozarządową – Koalicję na rzecz Odpowiedzialnej za Środowisko Gospodarki, we współpracy z U.N. Environment Programme UNEP (Program Środowiskowy ONZ).

» www.globalreporting.org

Kryteria Poziomów Aplikacji

		Za zgodność z GRI G3	C	C+	B	B+	A	A+
Opcjonalnie	Własna deklaracja							
	Weryfikacja tzw. "strony trzeciej"			Zewnętrzna weryfikacja raportu		Zewnętrzna weryfikacja raportu		Zewnętrzna weryfikacja raportu
	Weryfikacja GRI					Zewnętrzna weryfikacja raportu		Zewnętrzna weryfikacja raportu





◀ Proces tworzenia raportu ▶

Tworząc nasz raport, inspirowaliśmy się najlepszymi publikacjami instytucji finansowych ze świata, które były nagradzane w najważniejszych konkursach. Wzięliśmy również pod uwagę wytyczne, jakie uwzględnia przy wystawianiu ratingów, międzynarodowa agencja ratingowa Oekom AG specjalizująca się w dostarczaniu informacji dla inwestorów instytucjonalnych w zakresie inwestycji odpowiedzialnych społecznie.

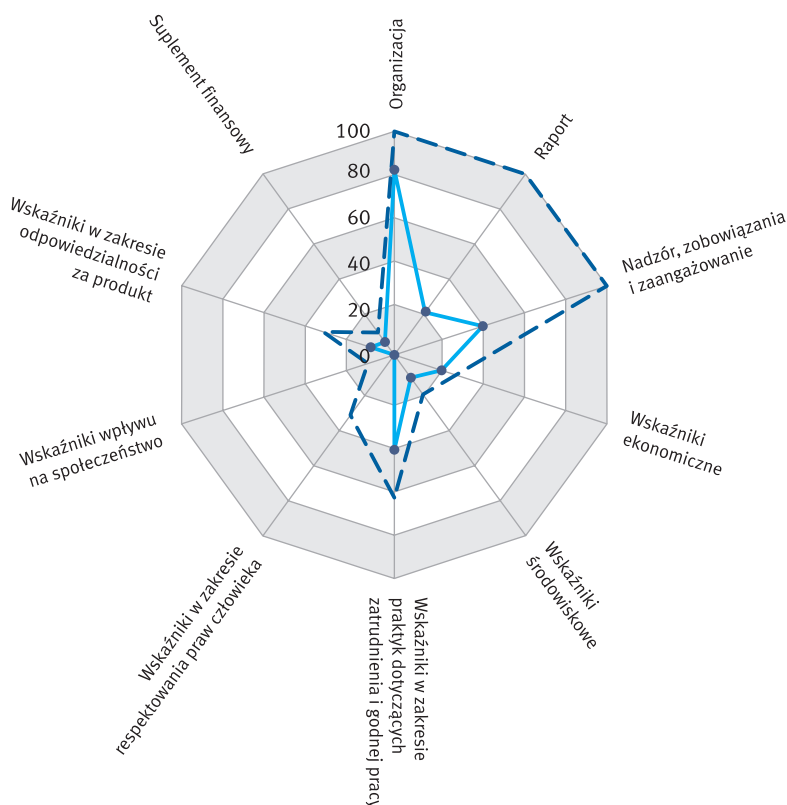
Raport o odpowiedzialności biznesu BRE Banku 2008 jest zwięźczeniem pracy zespołu projektowego stworzonego specjalnie na potrzeby tegorocznej publikacji. W jego skład weszli przedstawiciele jednostek organizacyjnych Banku – Departamentu Audytu Wewnętrznego, Biura Monitoring i Zgodności, Departamentu Rozwoju Organizacji, Departamentu Logistyki, Biura Kadr i Płac oraz naszych ramion detalicznych – mBanku i MultiBanku jak i jednostek biznesowych bankowości korporacyjnej. Pracownicy tych działów opracowali materiały, które pozwoliły stworzyć przekrojowy raport uwzględniający priorytetowe kwestie BRE Banku na tle społecznym, środowiskowym i biznesowym w 2008 roku. Najwyższa jakość pozyskanych danych wynika z funkcjonujących w organizacji procesów i systemów zbierania i monitorowania informacji, co przyczyniło się do wzbogacenia zawartości tegorocznego raportu. O komentarz poprosiliśmy również ekspertów, z którymi współpracowaliśmy przy wspólnych przedsięwzięciach w ubiegłym roku. Tworząc publikację nie odnotowaliśmy ograniczeń w zakresie i zasięgu pozyskiwanych danych.

◀ Zakres raportowania ▶

W porównaniu do ubiegłorocznej publikacji, znacząco rozwinęliśmy część poświęconą naszej organizacji. Szczegółowo opisujemy mechanizmy zarządzania i nadzorowania Bankiem. Dużo uwagi poświęciliśmy też zagadnieniom pozafinansowym – odpowiedzialności za produkt czy działaniom środowiskowym. Poddaliśmy również głębszej analizie BRE Bank jako pracodawcę – rozwijając znacznie tę sekcję w porównaniu do naszych wcześniejszych raportów. Udało nam się również uwzględnić 2 wskaźniki z suplementu finansowego, które w branży finansowej nie są często raportowane.

WYKRES 01. Rozwój zagadnień objętych raportowaniem w latach 2007-2008

● 2007
— 2008



◀ Struktura raportu ▶

Publikacja składa się z 4 rozdziałów: **BRE Bank, Relacje, Kompetencje i Innowacyjność**.

Pierwszy rozdział to wizytówka BRE Banku. Pokazujemy w jaki sposób nasz Bank jest nadzorowany i zarządzany, chwalimy się naszymi wynikami i nowoczesnymi produktami. Informujemy również o strategicznych Spółkach Grupy BRE Banku, o naszych członkostwach i strategicznych partnerstwach.

Rozdział Relacje skupia się przede wszystkim na konkretnych działaniach i projektach. Uzasadniamy, jakie cele sobie stawiamy i jakie inicjatywy podejmujemy z myślą o naszych Klientach, Pracownikach, Inwestorach, społeczeństwie, środowisku naturalnym.

Kompetencje to sekcja, gdzie uzasadniamy, w jaki sposób angażujemy się w rozwijanie wiedzy studentów, stażystów, Pracowników, przedsiębiorców, uczestników rynku. To priorytetowy obszar naszych działań, gdyż od przedsiębiorczości i zmysłu biznesowego współpracujących z nami Klientów uzależnione jest nasze „być albo nie być”.

Innowacyjność jest wpisana w DNA naszej organizacji. Ten rozdział przybliży, co sprawia, że możemy mówić o sobie w ten sposób. Innowacyjność w wydaniu BRE to nie tylko nowoczesne produkty czy nieszablonowe podejście do zarządzania. Staramy się również wzmacniać innowacyjność w całej polskiej gospodarce – pomagamy firmom współfinansować projekty z funduszy unijnych, działamy na rzecz popularyzacji innowacji m.in. poprzez badanie **Kamerton Innowacyjności**.

Informacje dodatkowe

Kamerton Innowacyjności
– Ranking Najbardziej Innowacyjnych Firm w Polsce.



» www.innowacyjnefirmy.pl

◀ Cykl raportowania ▶

Tegoroczna publikacja ze względu na liczbę i różnorodność istotnych dla nas kwestii jest dość obszerna. Nauczeni doświadczeniem wiemy, że na rozwój dobrych praktyk potrzeba czasu. Zamierzamy utrzymać roczny cykl raportowania – raport ilościowy dotyczący roku 2009 będzie uzupełnieniem niniejszej publikacji. Będzie udostępniony w wersji elektronicznej na naszej stronie internetowej brebank.pl. Pełna wersja raportu ukaże się w 2011 i będzie podsumowaniem roku 2010.





1.2. < Rozwój CSR w BRE >

< Najważniejsze wydarzenia >

Informacje dodatkowe

Program Partnerstwa to kompleksowy program współpracy Forum Odpowiedzialnego Biznesu z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei odpowiedzialnego biznesu w Polsce.



Forum
Odpowiedzialnego
Biznesu

>> www.fob.org.pl

W miarę wzrostu skali inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju konieczna była instytucjonalizacja naszej działalności w obszarze CSR, potwierdzająca nasze strategiczne i systematyczne podejście do odpowiedzialnego biznesu i dowodząca wagi, jaką przykładamy do działań na tym polu. W styczniu 2008 roku w strukturze naszego zespołu pojawiło się nowe stanowisko – specjalisty ds. CSR, zajmującego się wyłącznie kwestiami naszego zaangażowania społecznego.

W marcu 2008 roku uruchomiliśmy stronę internetową Fundacji BRE Banku, gdzie na bieżąco informujemy o naszych działaniach i projektach społecznych:

www.fundacijabrebanku.pl

Jesteśmy w pełni świadomi, że działanie w pojedynkę jest nieefektywne, dlatego łączymy siły i zawiązujemy partnerstwa. W maju 2008 r. przystąpiliśmy do [Programu Partnerstwa Forum Odpowiedzialnego Biznesu](#) – najstarszej w Polsce organizacji promującej zrównoważony rozwój. We współpracy z FOB-em wspólnie udało się zorganizować spotkania z Chrisem Laszlo (więcej w rozdziale KOMPETENCJE na stronie 118). Wzięliśmy również udział w Targach Dobrych Praktyk. Jesteśmy zaangażowani w prace grup roboczych skupiających się na temacie edukacja.

The screenshot shows the BRE Bank website interface. At the top, there is a navigation menu with links: O BRE Banku, Relacje inwestorskie, Centrum prasowe, Serwis ekonomiczny, Kariera, Kontakt, English, Szukaj, and a search bar. Below the navigation is a banner for 'Najlepsza instytucja finansowa dla wymagających klientów'. The main content area features several service categories: Małe i średnie przedsiębiorstwa, Duże przedsiębiorstwa, korporacje i instytucje, Private Banking & Wealth Management, and Klienci indywidualni i mikroprzedsiębiorstwa. There is also a 'Logowanie do iBRE' button. Below these are two promotional banners: one for 'Wiedza, rozwój, jakość życia' featuring a hot air balloon and the 'FUNDACJA 15 lat BRE BANKU' logo, and another for 'Skontaktuj się z Fundacją' with a photo of a man and a 'Złóż wniosek o dofinansowanie' button.

W maju 2008 opublikowano wyniki „Good Company Ranking”, w których BRE zajęło 11 miejsce, w kategorii instytucji finansowych. Wyniki rankingu poddaliśmy analizie i wyciągnęliśmy wnioski co do obszarów, które wymagają zdecydowanej poprawy.

W lipcu Grupa BRE Banku przystąpiła do inicjatyw Global Compact. Deklarujemy przestrzeganie 10 fundamentalnych zasad i wdrażamy je w swojej działalności.

W sierpniu promowaliśmy drugi raport o odpowiedzialności społecznej 2007.

Rok ubiegły zaowocował rozpoczęciem współpracy ze Stowarzyszeniem Przyjaciół Integracji. Dzięki temu udało się zrealizować dwa audyty w BRE Banku i zaangażować się w konkurs Człowiek bez Barier za pośrednictwem Fundacji BRE Banku.

W listopadzie opublikowaliśmy książkę Chrisa Laszlo „Firma zrównoważonego rozwoju”. Promowanie wiedzy, w tym również o zrównoważonym rozwoju, to jeden z naszych podstawowych celów.

Na początku 2009 roku zdecydowaliśmy się na wprowadzenie GRI jako naszego standardu raportowania.

Na przełomie lutego i marca 2009 roku zaangażowaliśmy się we współpracę z Fundacją Orange, w pierwszy program o odpowiedzialnym biznesie „Nie tylko pieniądze”, który był emitowany w TV Biznes.

By umożliwić naszym Pracownikom angażowanie się w projekty społeczne, stworzyliśmy program wolontariatu pracowniczego „Zróbmy razem coś dobrego”.

W maju 2009 roku opublikowano ranking odpowiedzialnych firm, w którym BRE odnotowało wyższy wynik w porównaniu do poprzedniego roku. W kategorii Bankowość i Ubezpieczenia BRE Bank zajął 9. pozycję w rankingu.



Mirella Panek-Owsiańska

prezes Forum
Odpowiedzialnego Biznesu

Współpracując w ramach Programu Partnerstwa z Forum Odpowiedzialnego Biznesu, firma ma możliwość zdobywania praktycznej wiedzy oraz udziału w spotkaniach poświęconych różnym zagadnieniom społecznej odpowiedzialności biznesu. Wspólną inicjatywą Forum Odpowiedzialnego Biznesu i BRE Banku w ubiegłym roku było opublikowanie książki "The Sustainable Company" Chrisa Laszlo. Zainteresowanie, jakie wzbudziła ta lektura, jest dowodem na to, że kwestie zrównoważonego rozwoju cieszą się coraz większą popularnością w naszym kraju i warto angażować się w promowanie tej dyscypliny. Nie ukrywam, że z ciekawością będę obserwować jak Bank będzie rozwijać swoją strategię odpowiedzialności, jak będzie odpowiadać na wyzwania polskiego rynku, jak będzie wdrażał w życie standardy etyczne oraz standardy odpowiedzialnego pożyczania (Responsible Lending Standard). Cieszy mnie to, że BRE Bank prowadzi wiele programów edukacyjnych dla różnych grup interesariuszy.



◀ Nagrody i rankingi ▶

» Ranking Dobrych Praktyk 2008 przygotowany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu – wyróżnienie dla dwóch dobrych praktyk

» Badanie nad innowacyjnością polskiej gospodarki – więcej w rozdziale Innowacyjność strona 120



» Wyróżnienie od Stowarzyszenia na rzecz Bezpieczeństwa Finansowego Obywateli RP za promowanie edukacji finansowej

» Good Company Ranking 2008

» Ranking Odpowiedzialnych Firm 2009

» OEKOM

» Liderzy Filantropii 2008



Więcej o bizsupport rozdziale
Kompetencje, strona 113



BRE BANK SA

W CZASACH, GDY CORAZ BARDZIEJ LICZY SIĘ ETYCZNOŚĆ I ODPOWIEDZIALNOŚĆ, ZAUFANIE ZE STRONY PRACOWNIKÓW I KLIENTÓW, GDY CORAZ WAŻNIEJSZE JEST SPEŁNIANIE ROSNĄCYCH OCZEKIWAŃ RÓŻNYCH GRUP INTERESARIUSZY, GDY ISTOTNY JEST SPOSÓB PROWADZENIA BIZNESU, A NIE TYLKO EFEKTY FINANSOWE, TAKŻE OCZEKIWANIA WOBEC PRZYWÓDCÓW SĄ ZNACZNIE WYŻSZE.

Etyczne zachowanie kierownictwa w danej organizacji ma istotny wpływ na etyczność decyzji podejmowanych przez wszystkich Pracowników. Menedżerowie najlepiej przekazują Pracownikom zasady odpowiedzialności wtedy, gdy ich codzienne zachowanie jest spójne z deklarowanymi wartościami, stanowiąc w ten sposób pożądany wzór. Jasno określone reguły raportowania, pomagają efektywniej oceniać uzyskiwane rezultaty i jednocześnie wyraźniej pokazują nową rolę biznesu w społeczeństwie.

Kryzys gospodarczy, który uzmysłowił wszystkim, do czego brak odpowiedzialności wśród uczestników rynku prowadzi, jednocześnie też skłania do stawiania na nowo fundamentalnych pytań o rolę biznesu w rozwoju społecznym. Wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem zmieniają model biznesowy i stawiają wszystkie przedsiębiorstwa oraz ich liderów w nowej roli. Odpowiedzialne zarządzanie powinno bowiem dotyczyć wszystkich decyzji, działań, na wszystkich poziomach organizacji, we wszystkich obszarach jej funkcjonowania. Ze społecznego punktu widzenia nie zawsze jest istotne, czy odpowiedzialność ta wynika wyłącznie z poczucia moralnej powinności, czy też z dobrze pojętego interesu firmy w krótszej lub dłuższej perspektywie. Jednak z punktu widzenia przejrzystości działalności firmy i jej społecznego wizerunku należy odróżniać poszczególne formy i obszary tej odpowiedzialności. Temu służy raport.

Coraz bardziej powszechne jest przekonanie, że rozwój organizacji, która np. dostarcza innowacyjne rozwiązania z obszaru bankowości jest potrzebny nie tylko po to, aby akcjonariusze mogli mieć wyższą dywidendę, a menedżerowie wyższe wynagrodzenia. Taka organizacja powinna koncentrować się na tym, co jest społecznie najważniejsze i jednocześnie ekonomicznie uzasadnione, czyli powinna dostarczać produkty i usługi, które są najbardziej właściwe, poszukując i wdrażając najlepsze rozwiązania, budując relacje ze swoimi interesariuszami, dzieląc się wiedzą. Na tym właśnie polega strategiczne myślenie biznesowe w kategoriach potrzeb różnorodnych interesariuszy, zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności. W efekcie korzyść mogą odnieść wszyscy. Dobra, społecznie odpowiedzialna firma to taka, która istnieje dla wspólnego dobra. Raport społecznej odpowiedzialności pozwala to zrozumieć.

dr Bolesław Rok

Centrum Etyki Biznesu,
Akademia Leona Koźmińskiego



1.3. < Kim jesteśmy >



BRE BANK SA

NAJLEPSZA INSTYTUCJA FINANSOWA
DLA WYMAGAJĄCYCH KLIENTÓW



BRE Bank koncentruje się na obsłudze nowoczesnych, dynamicznych firm: międzynarodowych korporacji, dużych przedsiębiorstw oraz szybko rozwijającego się sektora MSP. Swoim Klientom oferuje najwyższy standard obsługi oraz zestaw produktów „szytych na miarę”. BRE Bank jest ekspertem w dziedzinie wyspecjalizowanych transakcji bankowości inwestycyjnej, dokonywanych na zlecenie Klienta i cenionym partnerem firm, którym pomaga w obsłudze wszelkich transakcji związanych z eksportem i handlem zagranicznym. Ponadto specjalizuje się w doradztwie i finansowaniu projektów z funduszy Unii Europejskiej.

Szeroką ofertę przygotował również dla Klientów indywidualnych. Jest pionierem w zakresie obsługi osób o wysokim statusie finansowym lub społecznym, charakteryzujących się wyrafinowanymi potrzebami dotyczącymi oferty i jakości obsługi. Jako jeden z pierwszych na polskim rynku, w 1995 r. zaofiarował Klientom usługi Private Banking.

Informacje dodatkowe

Centrala i Zarząd BRE Banku
ul. Senatorska 18
00-950 Warszawa, skr. poczt. 728

BRE Bank SA zarejestrowany jest:
Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy
XII Wydział Gospodarczy Krajowego
Rejestru Sądowego, nr rejestru
przedsiębiorców KRS 0000025237

NIP: 526-021-50-88



BRE BANK SA
PRIVATE BANKING & WEALTH MANAGEMENT

Dzisiaj jest liderem tego segmentu i w ramach BRE Private Banking & Wealth Management oferuje profesjonalną obsługę, polegającą na kompleksowym zarządzaniu majątkiem. Integralną częścią bankowości prywatnej BRE Banku jest spółka BRE Property Partner Sp. z o.o. oferująca zamożnym Klientom usługi związane z bezpośrednimi inwestycjami na rynku nieruchomości.



BRE BANK SA



Dla energicznych osób, które cenią wygodę i chętnie korzystają z nowoczesnych technologii i standardowych produktów bankowych stworzono mBank, otwartą platformę finansową, gdzie Klienci dostają tylko najlepsze produkty i usługi, zgodnie z zasadą: „Najwyższa jakość za najniższą cenę” – czyli maksimum korzyści i wygoda.

BRE Bank operuje w Polsce, Czechach i na Słowacji. W Polsce świadczy usługi Klientom korporacyjnym (BRE Bank) i indywidualnym (mBank, MultiBank, Private Banking & Wealth Management). W Czechach i na Słowacji świadczy swoje usługi mBank.



Klientom zamożnym i przedsiębiorcom, przedstawicielom rodzącej się w Polsce klasy średniej, którzy oczekują produktów i usług dostosowanych do ich potrzeb BRE Bank proponuje obsługę poprzez MultiBank – przyjazny świat finansów.



Podział działalności BRE Banku na linie i obszary biznesowe, na dzień 30 czerwca 2009 r.

BRE Bank			
< LINIE >	Korporacje i Rynki Finansowe	Bankowość Detaliczna	
	Klienci Korporacyjni i Instytucje	Działalność Handlowa i Inwestycyjna	
< OBSZARY BIZNESOWE >	<ul style="list-style-type: none"> • Obsługa korporacji (Grupy kapitałowe) • Obsługa finansowa dużych przedsiębiorstw • Obsługa małych i średnich przedsiębiorstw • Instytucje Finansowe • Finansowanie strukturalne i mezzanine 	<ul style="list-style-type: none"> • Ryzyko i Zarządzanie Płynnością • Rynki Finansowe 	<ul style="list-style-type: none"> • mBank (Klienci indywidualni i mikroprzedsiębiorstwa) • MultiBank (Klienci indywidualni i mikroprzedsiębiorstwa) • BRE Private Banking & Wealth Management (Klienci bogaci)

1.4. < Zaangażowanie kredytowe BRE Banku według branż >

Jednym z głównych produktów oferowanych przez BRE Bank, zarówno Klientom indywidualnym, jak i korporacyjnym, są kredyty. Poniższa tabela prezentuje strukturę udzielonych przez Bank kredytów według branż, którym zostały udzielone.

Lp	Branże	Zadłużenie kapitałowe (w tys. zł) 31.12.2008	%	Zadłużenie kapitałowe (w tys. zł) 31.12.2007	%
1	Osoby fizyczne	26 538 966	61,82%	13 790 558	51,21%
2	Metale	1 092 428	2,54%	899 090	3,34%
3	Paliwa płynne i gaz ziemny	1 004 087	2,34%	341 442	1,27%
4	Energetyka i ciepłownictwo	911 347	2,12%	425 394	1,58%
5	Obsługa nieruchomości	906 297	2,11%	640 847	2,38%
6	Leasing i wynajem	846 747	1,97%	696 576	2,59%
7	Pozostały handel hurtowy	815 607	1,90%	607 143	2,25%
8	Drewno i meble	811 307	1,89%	604 628	2,25%
9	Transport i biura turystyczne	713 987	1,66%	625 238	2,32%
10	Zarządzanie, consulting, reklama	693 230	1,61%	519 114	1,93%
11	Motoryzacja	676 848	1,58%	527 365	1,96%
12	Budownictwo	639 459	1,49%	414 742	1,54%
13	Materiały budowlane	549 592	1,28%	233 831	0,87%
14	Podstawowe artykuły spożywcze	537 174	1,25%	150 858	0,56%
15	Chemia i tworzywa sztuczne	487 304	1,14%	452 669	1,68%
16	Pośrednictwo finansowe	455 794	1,06%	332 958	1,24%
17	Informatyka i telekomunikacja	381 925	0,89%	384 852	1,43%
18	Hotele i restauracje	98 845	0,23%	71 520	0,27%
19	Administracja publiczna	6 400	0,01%	3 535	0,01%



◀ Rozmowa z Przemysławem Gdańskim, członkiem Zarządu ds. Bankowości Korporacyjnej BRE Banku ▶

» *Przedsiębiorcy skarżą się na banki, które ograniczają dostępność kredytu. Czy mają rację?*

– W warunkach spowolnienia ekonomicznego naturalne jest, że banki ostrożniej podchodzą do ryzyka i oczekują lepszych zabezpieczeń. Do zmniejszenia kwoty kredytu czy skrócenia okresu spłaty może dojść np. wtedy, gdy dochodzi do znacznego pogorszenia sytuacji finansowej przedsiębiorcy. Takie działania nie są jednak podejmowane w oderwaniu od sytuacji kredytobiorcy.

» *Na rynku mówi się dużo o listach branż, które na kredyt liczyć nie mogą.*

– Nie mamy żadnej czarnej listy i nie planujemy jej przygotowywać. Oczywiście są sektory gospodarki na kryzys narażone bardziej i takie, które radzą sobie lepiej. W branżach mniej odpornych na kryzys jesteśmy bardziej ostrożni i bardziej selektywni, ale w każdej, nawet w najtrudniejszej są firmy, które otrzymają kredyt na bieżącą działalność czy inwestycje.

» *Od czasu wybuchu kryzysu finansowego kredyty znacznie podrożały. Kiedy firmy mogą liczyć na to, że marże bankowe zaczną spadać?*

– Marże są wyższe, bo poszły w górę koszty płynności. Skoro koszt surowca, jakim są dla banków środki na rachunkach, jest wyższy, to naturalne, że również cena produktu finalnego, jakim jest kredyt, poszła w górę. Trzeba również pamiętać o rosnących kosztach ryzykach, które trzeba doliczyć do ceny pożyczek. To powoduje, że marże dla przedsiębiorstw są zdecydowanie wyższe niż przed rokiem. Wiem, że przedsiębiorcy przywykli do bardzo niskich marż, ale w najbliższym czasie nie spodziewam się ich spadku.





1.5. < Grupa BRE Banku >

Dzięki uzupełnieniu oferty BRE o wyspecjalizowane usługi finansowe, świadczone przez spółki strategiczne Grupy, BRE Bank stworzył niezwykle nowoczesną, kompleksową i elastyczną ofertę w dziedzinie bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej, detalicznej i zarządzania aktywami, uzupełnioną o usługi faktoringowe, leasingowe, doradztwo, usługi maklerskie a także o ubezpieczenia. Przyjęta strategia Grupy BRE Banku umożliwia zaspokojenie wszystkich, nawet najbardziej wyszukanych potrzeb finansowych.

ZMIANY W GRUPIE BRE BANKU W 2008 ROKU

PRZENIESIENIE POSIADANYCH PRZEZ BRE BANK SA UDZIAŁÓW W BRE LEASING I POLFACTOR
ORAZ WIĘKSZOŚCI UDZIAŁÓW W BRE BANKU HIPOTECZNYM DO SPÓŁKI SPECJALNEGO
PRZEZNACZENIA BRE HOLDING SP. Z O.O. (LUTY 2008)
FINALIZACJA SPRZEDAŻY PTE SKARBIEC-EMERYTURA (GRUDZIEŃ 2008)



>> www.intermarket.at/

< W skład Grupy BRE Banku wchodzi następujące spółki strategiczne: >

Korporacje i rynki finansowe:

Grupa Intermarket

Grupa Intermarket - Intermarket Bank AG

Intermarket Bank AG to największy austriacki bank faktoringowy z 57%* udziałem w tamtejszym rynku. Poprzez swoje spółki zależne, Intermarket Bank AG jest znaczącym graczem w świadczeniu usług faktoringowych w Czechach (Transfinance a.s. – 16% udział w rynku), na Węgrzech (Magyar 14% udział w rynku) oraz w Polsce (Polfactor – 11%). W mniejszym stopniu obecny jest również na rynku słowackim (Transfactor Slovakia – 10% udział) i słoweńskim (S-Factoring – 3%).

Grupa Intermarket świadczy usługi dla małych i średnich przedsiębiorstw prowadzących działalność produkcyjną oraz usługową. Oferta skierowana jest również do eksporterów i importerów, przedsiębiorstw rozpoczynających działalność oraz do firm wchodzących na nowe rynki. Grupa Intermarket świadczy usługi z zakresu faktoringu krajowego i międzynarodowego w tym: finansowania należności, zarządzania należnościami, zabezpieczenia ryzyka w przypadku niewyptalności Klienta oraz inkasa należności.

* udziały w poszczególnych rynkach na koniec 2008 roku.



BRE BANK SA

Polfactor

Polfactor SA jest jedną z największych firm faktoringowych w Polsce i działa od 1 kwietnia 1995 roku. Od ponad 10 lat Polfactor konsekwentnie buduje pozycję rynkową wykorzystując doświadczenia i wiedzę swoich akcjonariuszy. Polfactor SA zapewnia swoim Klientom finansowanie oraz profesjonalne zarządzanie należnościami, przejęcie ryzyka wypłacalności, prowadzenie kont rozliczeniowych odbiorców i efektywne egzekwowanie należności. Oferuje usługi: faktoringu krajowego z regresem, z przejęciem ryzyka wypłacalności odbiorcy oraz faktoring eksportowy i gwarancje importowe.



» www.polfactor.pl

BRE Bank Hipoteczny

BRE Bank Hipoteczny SA jest największym w Polsce specjalistycznym bankiem hipotecznym, który odgrywa wiodącą rolę na rynku finansowania nieruchomości oraz emisji listów zastawnych. Silną pozycję rynkową zbudował pod marką RHEINHYP-BRE Bank Hipoteczny, utożsamianą z profesjonalizmem, nowoczesnością i wysokim poziomem usług.



» www.rhb.com.pl

BRE Leasing

BRE Leasing jest jedną z najstarszych instytucji leasingowych w Polsce. Powstała w 1991 roku, a pod obecną nazwą działa od końca 1997 roku. Firma ma bogate doświadczenie w obsłudze dużych, niestandardowych projektów, zwłaszcza w leasingu wyposażenia przemysłowego. Osiąga również znaczące sukcesy na rynku leasingu pojazdów, poszerzając krąg Klientów o kontrahentów z sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz przedsiębiorstw mikro.



» www.bre-leasing.pl

Dom Inwestycyjny BRE Banku

Dom Inwestycyjny BRE Banku SA (DI BRE) jest uniwersalnym biurem maklerskim, oferującym wszystkie usługi maklerskie dostępne na polskim rynku kapitałowym. DI BRE jest jednym z najdłużej działających polskich domów maklerskich - usługi świadczy od 1991 roku. Uczestnicząc w dynamicznym rozwoju polskiego rynku kapitałowego od początku jego istnienia, uzyskał kompetencje i doświadczenie niezbędne do zapewnienia najwyższego profesjonalizmu świadczonych usług oraz cieszy się zaufaniem Klientów.



» www.breinwest.com.pl

BRE Corporate Finance

BRE Corporate Finance SA należy do segmentu firm świadczących usługi z zakresu bankowości inwestycyjnej. Pośredniczymy w procesie integrowania podmiotów posiadających kapitał z firmami, które poszukują inwestorów. Zapewniamy profilowane i fachowe usługi doradcze we wszelkich decyzjach priorytetowych. Doradza firmom na różnych etapach rozwoju, działających we wielu branżach i sektorach gospodarki, stosując najnowsze narzędzia finansowe. Usługi BRE Corporate Finance (BCF) skierowane są do dużych firm, Klientów instytucjonalnych i korporacyjnych.



BRE Corporate Finance SA

» www.bcf.pl





Bankowość Detaliczna:



BRE Private Banking & Wealth Management

Spółka jest integralną częścią obszaru bankowości prywatnej BRE Banku. Spółka zapewnia Klientom dostęp do wiedzy wysoko wykwalifikowanych specjalistów i analityków. Fundament budowanych strategii zarządzania majątkiem stanowią analizy i rekomendacje przygotowywane przez ekspertów zatrudnionych w spółce, jak również w podmiotach współpracujących, takich jak kancelarie prawne, doradcy podatkowi, firmy ubezpieczeniowe i towarzystwa funduszy inwestycyjnych.



emFinanse

emFinanse jest spółką powstałą w sierpniu 2005 roku. Obecnie trwają prace przygotowawcze zmierzające do zmiany profilu jej działalności, po których będzie skupiała się na sprzedaży produktów kredytowych mBanku i MultiBanku oraz na poszerzeniu dotychczasowej oferty o produkty innych banków. Przekształcona spółka emFinanse będzie oferować usługi pod nazwą Aspiro.



» www.breubezpieczenia.pl

BRE Ubezpieczenia

BRE Ubezpieczenia rozpoczęła działalność w czerwcu 2006 roku. Następnie utworzono towarzystwo ubezpieczeń BRE Ubezpieczenia Towarzystwo Ubezpieczeń S.A., które otrzymało licencję na prowadzenie działalności ubezpieczeniowej. Przedmiotem działalności spółki są ubezpieczenia majątkowe i osobowe. Specjalnością firmy jest budowanie innowacyjnych programów bancassurance dla sektora finansowego.



» www.ceri.pl

CERI

CERI to firma outsourcingowa, która świadczy usługi w zakresie rozliczania i identyfikacji płatności Klientów masowych, wprowadzania danych, skanowania i indeksowania dokumentacji, archiwum elektronicznego i archiwum papierowego, a także obsługi indywidualnych Klientów firm i instytucji, które na skalę masową realizują procesy rozliczeniowe, operują dużą liczbą dokumentów w postaci papierowej i przetwarzają masowo dane w postaci elektronicznej.



BRE.locum

» www.brelocum.pl

BRE.locum

BRE.locum jest spółką deweloperską BRE BANKU SA działającą w wielu dziedzinach związanych z rynkiem nieruchomości, ale podstawą jej działalności jest budowa osiedli mieszkaniowych. Oferta BRE.locum kierowana jest do osób poszukujących mieszkań dla siebie, bądź traktujących je jako inwestycję. Ze względu na działalność firmy w dużych ośrodkach uniwersyteckich, znaczną grupę Klientów stanowią ludzie młodzi, rozpoczynający studia i życie zawodowe.



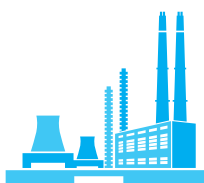
GRUPA BRE BANKU

< LINIE >	Grupa BRE Banku		
>	Korporacje i Rynki Finansowe	Bankowość Detaliczna	
BANK	Klienci Korporacyjni i Instytucje	Działalność Handlowa i Inwestycyjna	
<	<ul style="list-style-type: none"> • Obsługa korporacji (Grupy kapitałowe) • Obsługa finansowa dużych przedsiębiorstw • Obsługa małych i średnich przedsiębiorstw • Instytucje Finansowe • Finansowanie strukturalne i mezzanine 	<ul style="list-style-type: none"> • Ryzyko i Zarządzanie Płynnością • Rynki Finansowe 	<ul style="list-style-type: none"> • mBank (Klienci indywidualni i mikroprzedsiębiorstwa) • MultiBank (Klienci indywidualni i mikroprzedsiębiorstwa) • BRE Private Banking & Wealth Management (Klienci bogaci)
>	<ul style="list-style-type: none"> • BRE Bank Hipoteczny SA • BRE Leasing Sp. z o.o. • Grupa Intermarket <ul style="list-style-type: none"> - Intermarket Bank AG - Polfactor SA - Transfinance a.s. - Magyar Factor zRt • Dom Inwestycyjny BRE Banku SA • BRE Corporate Finance SA • BRE Holding Sp. z o.o. • Tele-Tech Investment Sp. z o.o. • Garbary Sp. z o.o. 	<ul style="list-style-type: none"> • BRE Finance France SA 	<ul style="list-style-type: none"> • BRE Wealth Management SA • emFinanse Sp. z o.o. / Aspiro • BRE Ubezpieczenia TU SA • BRE Ubezpieczenia Sp. z o.o.
SPÓŁKI KONSOLIDOWANE	Inne spółki	<ul style="list-style-type: none"> • BRE.locum SA • Centrum Rozliczeń i Informacji CERTI Sp. z o.o. 	
<			

1.6. < Nasi Klienci >

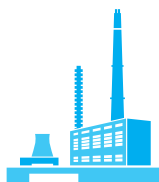
Klienci Bankowości Korporacyjnej

Klienci Bankowości Korporacyjnej BRE Banku są podzieleni na trzy segmenty:



K1

to segment obejmujący grupy kapitałowe oraz duże przedsiębiorstwa o rocznych obrotach powyżej 1 mld zł. Klienci tego segmentu zgłaszają zapotrzebowanie na profesjonalne doradztwo zorientowane na finansowanie strukturyzowane, rynki kapitałowe oraz innowacyjne produkty. BRE Bank oferuje zaawansowane instrumenty finansowe oraz dostosowane do oczekiwań Klientów rozwiązania technologiczne w zakresie instrumentów Cash Management oraz doradztwo w zakresie transakcji kapitałowych.



K2

do tego segmentu zalicza się średnie przedsiębiorstwa o rocznych obrotach od 30 mln zł do 1 mld zł. Strategicznymi, dla Klientów segmentu K2, są usługi w zakresie strukturyzacji finansowania transakcji handlowych obejmujące elementy finansowania zarówno bieżącego, jak i długoterminowego, głównie z wykorzystaniem instrumentów dyskontowych (dyskonto wierzytelności z regresem i bez regresu) oraz produkty rynku walutowego, instrumenty pochodne, proste i złożone zarządzanie środkami finansowymi z wykorzystaniem Elektronicznych Kanałów Dystrybucji oraz finansowanie inwestycyjne.



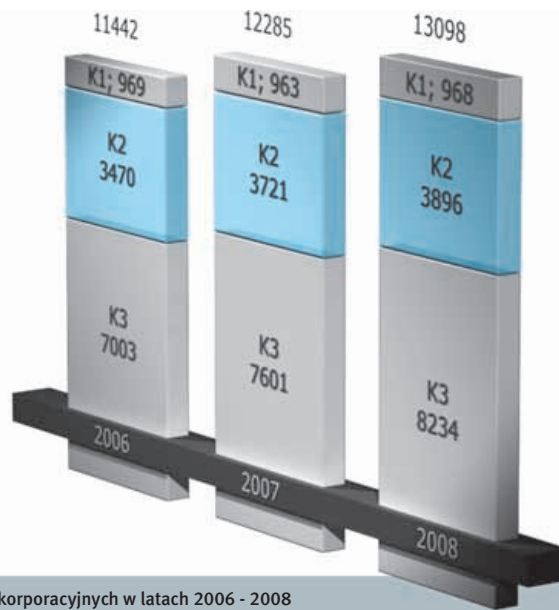
K3

to segment średnich i małych przedsiębiorstw o rocznych obrotach do 30 mln zł, prowadzących pełną księgowość, ze szczególnym uwzględnieniem uczestników obrotu z zagranicą. Strategiczna oferta produktowa skierowana do Klientów segmentu K3 oparta jest na linii Pakietów EFEKT (EFEKT, EFEKT PLUS, EFEKT Finansowy, EFEKT Inwestycyjny) zapewniających kompleksową obsługę bankową, dostosowaną do stopnia rozwoju i charakteru działalności przedsiębiorstwa. Produkty obciążone ryzykiem udostępniane są w ramach limitu, co upraszcza i przyspiesza dostęp do nich.



W 2008 roku pozyskano **2 433** nowych Klientów korporacyjnych,
 » z czego **76%** stanowili Klienci segmentu **K3**,
 » a **19%** Klienci segmentu **K2**.

Łączna liczba Klientów korporacyjnych na koniec grudnia 2008 r. wyniosła 13 098 podmiotów (wzrost od końca 2007 roku netto o 813 firm).



WYKRES 02. Liczba Klientów korporacyjnych w latach 2006 - 2008

Rok 2008 stał pod znakiem rozwoju sieci terenowej placówek BRE Banku. Uruchomiono 17 biur korporacyjnych w całej Polsce, tak, że na koniec 2008 r. funkcjonowało łącznie 21 tego typu placówek. Otwarto nowy, trzeci z kolei oddział w Warszawie, dzięki czemu sieć oddziałów zwiększyła się do 24. Dokonano dalszej optymalizacji i reorganizacji funkcjonalnej i wizerunkowej sieci korporacyjnej.

Sieć placówek BRE Banku »



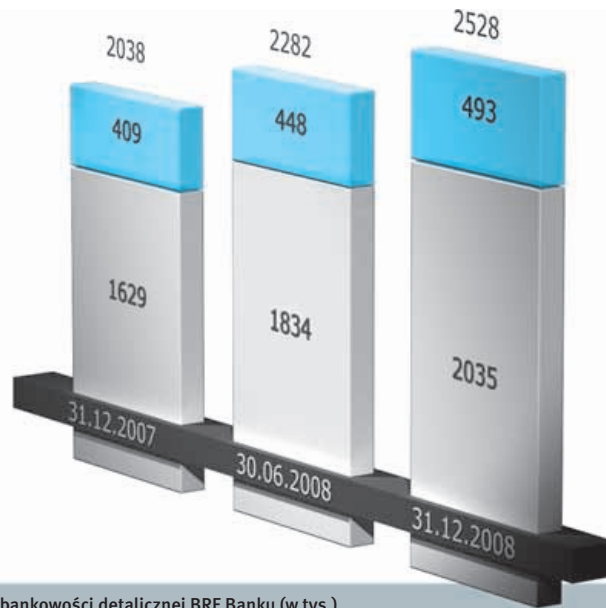


◀ Klienci Bankowości Detalicznej i Private Banking ▶

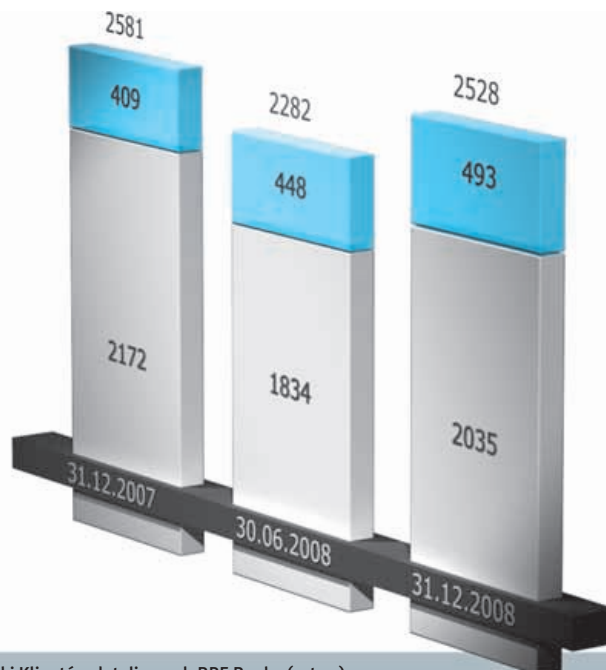
Informacje dodatkowe

Private banking - to zindywidualizowana i kompleksowa obsługa finansowa, a także pozafinansowa zamożnego Klienta przez bank. Najczęściej spotykane polskie tłumaczenie tego terminu to „bankowość prywatna”.

Klientami Bankowości Detalicznej BRE Banku są głównie osoby fizyczne, ale również mikroprzedsiębiorstwa (w mBanku i MultiBanku), Linia ta obejmuje również usługi **Private Banking** dedykowane najzamożniejszym Klientom indywidualnym Banku.



WYKRES 03. Klienci bankowości detalicznej BRE Banku (w tys.)



WYKRES 04. Rachunki Klientów detalicznych BRE Banku (w tys.)



W ramach usług świadczonych przez mBank i MultiBank prowadzone są: rachunki bieżące dla Klientów indywidualnych, rachunki oszczędnościowe, lokaty terminowe, oferowane są produkty inwestycyjne, karty kredytowe i debetowe, dokonywane są rozliczenia finansowe, operacje wekslowe, czekowe oraz wystawiane są gwarancje, udziela się kredytów hipotecznych i konsumpcyjnych. Oferta obejmuje również internetowe usługi maklerskie oraz usługi ubezpieczeniowe. Ofertę uzupełnia platforma e-commerce oraz pierwszy w Polsce, niezależny, wirtualny operator komórkowy – **mBank mobile**.



» www.mbankmobile.pl

Klienci mBanku obsługiwani są w mKioskach (w tym również w mKioskach Partnerskich), w Centrach Finansowych (CF), natomiast Klienci MultiBanku mogą skorzystać z usług Banku w Centrach Usług Finansowych (CUF) oraz w Placówkach Partnerskich. Biura Private Banking znajdują się przy 18 oddziałach BRE Banku w największych miastach Polski. Każdy Klient ma dedykowanego indywidualnego doradcę, z którym może spotkać się również w wybranym przez siebie miejscu poza siedzibą Banku lub zrealizować transakcję telefonicznie, faksem lub za pośrednictwem bankowości internetowej.

The screenshot shows the mBank mobile website interface. At the top, there is a search bar and navigation links for 'szukaj', 'logowanie', and 'rejestracja'. Below the navigation, there are links for 'Promocje', 'Karta', 'MIXer', 'Sklep', and 'Pomoc'. The main banner features the text 'od teraz w mBank mobile 27 gr/min' and lists three promotional points: 'plaska stawka do wszystkich sieci', 'absurdalnie do Play również', and 'Internet 20 MB za darmo co miesiąc'. The banner also includes an image of a group of people jumping joyfully.

W 2008 roku mBank oraz MultiBank znacznie rozszerzyły swoją sieć dystrybucyjną, gdyż w sumie powstało 80 nowych placówek.

Na koniec 2008 r. sieć dystrybucyjna

mBank  liczyła 161 lokalizacji

(68 mKiosków, 16 Centrów Finansowych (CF) i 77 mKiosków partnerskich).

W ciągu roku powstało 58 nowych placówek (7 mKiosków, 1 CF i 50 mKiosków partnerskich).

Natomiast sieć dystrybucji

MultiBank  liczyła 131 placówek

(79 Centrów Usług Finansowych - CUF i 52 Placówek Partnerskich - PP,

w tym: 48 Placówek Przyszłości - CUF i PP łącznie).

W 2008 roku powstały 22 placówki (14 CUF i 8 PP).

1.7. < Władze spółki >

< 1.7.1. Rada Nadzorcza >

Zgodnie ze Statutem i Regulaminem Rady Nadzorczej w skład Rady wchodzi co najmniej 5 członków. Kadencja Rady dotychczas trwała dwa lata i kończyła się w dniu Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego wyniki Banku za 2007 rok. Kadencja Rady wybranej na Walnym Zgromadzeniu w dniu 14 marca 2008 r. jest już dłuższa, bo trzyletnia.

RN BRE Banku składa się z 10 członków (w tym 5 członków niezależnych – według kryteriów zawartych w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW). Do kompetencji Rady Nadzorczej, oprócz praw i obowiązków przewidzianych w przepisach prawa, należy regularny nadzór nad działalnością BRE Banku. Zgodnie z Regulaminem Rady Nadzorczej kandydaci na członków powinni posiadać należyte wykształcenie, doświadczenie zawodowe oraz doświadczenie życiowe, reprezentować wysoki poziom moralny oraz być w stanie poświęcić niezbędną ilość czasu pozwalającą w sposób właściwy sprawować funkcje w Radzie Nadzorczej.

Posiedzenia Rady Nadzorczej odbywają się co najmniej 4 razy w roku.

Skład Rady Nadzorczej:

- Maciej Leśny** – Przewodniczący Rady Nadzorczej (członek niezależny)
- Martin Blessing** – Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej (do 4 września 2008)
- Andre Carls** – Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej (od 5 września 2008)
- Achim Kassow** – Członek Rady Nadzorczej
- Teresa Mokrysz** – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny)
- Michael Schmid** – Członek Rady Nadzorczej
- Waldemar Stawski** – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny)
- Jan Szomburg** – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny)
- Marek Wierzbowski** – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny)
- Martin Zielke** – Członek Rady Nadzorczej
- Stefan Schmittmann** – Członek Rady Nadzorczej



Członkowie Rady Nadzorczej BRE Banku tworzą trzy komisje: Prezydialną, ds. Audytu oraz ds. Ryzyka.

Do podstawowych zadań komisji prezydialnej należy wykonywanie bieżącego nadzoru nad działalnością Banku w okresach między posiedzeniami Rady Nadzorczej. Ponadto członkowie komisji Prezydialnej rozpatrują sprawy dotyczące zasad wynagradzania i wysokości wynagrodzeń Członków Zarządu, w tym ustalania stawek wynagrodzeń.

Wynagrodzenia Rady Nadzorczej dostępne są na www.brebank.pl, w sekcji Ład Korporacyjny i Dobre Praktyki.

Komisja ds. Audytu zajmuje się przede wszystkim wydawaniem opinii odnośnie wyboru biegłego rewidenta Banku przez Walne Zgromadzenie i otrzymywaniem informacji o kwartalnych raportach finansowych oraz zyskach i stratach przed ich publikacją. Dodatkowo członkowie tej komisji rekomendują Radzie Nadzorczej przyjęcie lub odrzucenie sprawozdania finansowego i sprawują stały nadzór nad systemem kontroli wewnętrznej w Banku, w tym nadzoru nad działalnością Departamentu Audytu Wewnętrznego. W ramach Rady Nadzorczej funkcjonuje również Komisja ds. Ryzyka. Do zadań jej członków należy przede wszystkim: sprawowanie stałego nadzoru nad ryzykiem kredytowym, ryzykiem rynkowym oraz ryzykiem operacyjnym, a także zatwierdzanie zaangażowania obciążonego ryzykiem jednego podmiotu, zgodnie z parametrami określonymi przez Radę Nadzorczą w danym czasie.

W celu uniknięcia konfliktów, jakie mogą zaistnieć wśród członków Rady Nadzorczej stosuje się procesy przewidziane **Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na GPW**, zgodnie z którymi o zaistniałym konflikcie interesów lub możliwości jego powstania, członek Rady Nadzorczej powinien poinformować Radę i powstrzymać się od zabierania głosu w dyskusji oraz od głosowania nad uchwałą w sprawie, w której zaistniał konflikt interesów.



WARSAW
STOCK
EXCHANGE

» www.corp-gov.gpw.pl

Obecny skład poszczególnych komisji przedstawia się następująco:

Komisja Prezydialna:	Komisja ds. Audytu:	Komisja ds. Ryzyka:
Maciej Leśny – Przewodniczący Andre Carls – Członek Michael Schmid – Członek Jan Szomburg – Członek	Martin Zielke – Przewodniczący Andre Carls – Członek Maciej Leśny – Członek Jan Szomburg – Członek	Michael Schmid – Przewodniczący Andre Carls – Członek Maciej Leśny – Członek Waldemar Stawski – Członek

Kadencja obecnej RN wygasa z dniem Walnego Zgromadzenia w 2011 r.



◀ 1.7.2. Zarząd Banku ▶

Zgodnie ze statutem i Regulaminem Zarządu – Zarząd BRE Banku składa się z co najmniej trzech członków powoływanych na wspólną pięcioletnią kadencję. Rada Nadzorcza powołuje i odwołuje Prezesa Zarządu, wiceprezesów oraz pozostałych członków Zarządu, działając zgodnie z przepisami Prawa bankowego. Mandat członka powołanego przed upływem danej kadencji wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych członków Zarządu. Kadencja obecnego Zarządu upływa z dniem Walnego Zgromadzenia 2013 r.



Mariusz Grendowicz

Prezes Zarządu,
Dyrektor Generalny Banku



Skład Zarządu BRE Banku



Karin Katerbau

Wiceprezes Zarządu (od 01.10.2009 r.),
Dyrektor Banku ds. Finansów



Wiesław Thor

Wiceprezes Zarządu,
Dyrektor Banku ds. Zarządzania Ryzykiem



Przemysław Gdański

Członek Zarządu,
Dyrektor Banku ds. Bankowości Korporacyjnej



Jarosław Mastalerz

Członek Zarządu,
Dyrektor Banku ds. Bankowości Detalicznej



Christian Rhino

Członek Zarządu,
Dyrektor Banku ds. Operacji i Informatyki



Hans Dieter Kemler

Członek Zarządu,
Dyrektor ds. Bankowości Inwestycyjnej (od 01.07.2009 r.)

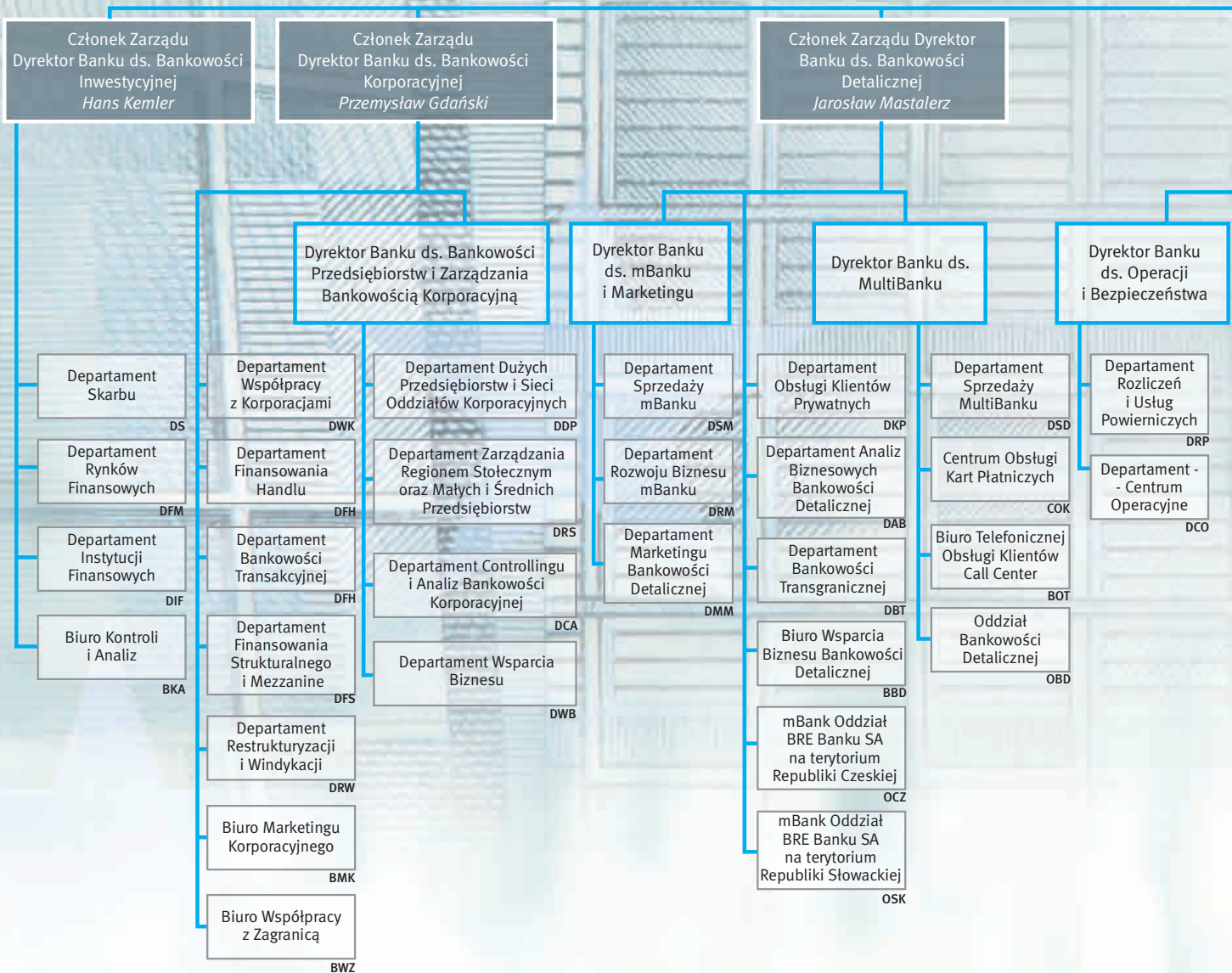
Członkowie Zarządu ponoszą wspólnie odpowiedzialność za całokształt działalności Banku. Pracują w sposób kolegiálny i informują się wzajemnie o najważniejszych sprawach Banku podlegających kompetencji poszczególnych Członków Zarządu. Zarząd może powoływać stałe komitety lub zespoły w celu realizacji określonych funkcji, koordynacji pracy jednostek organizacyjnych Banku lub realizacji określonych zadań.

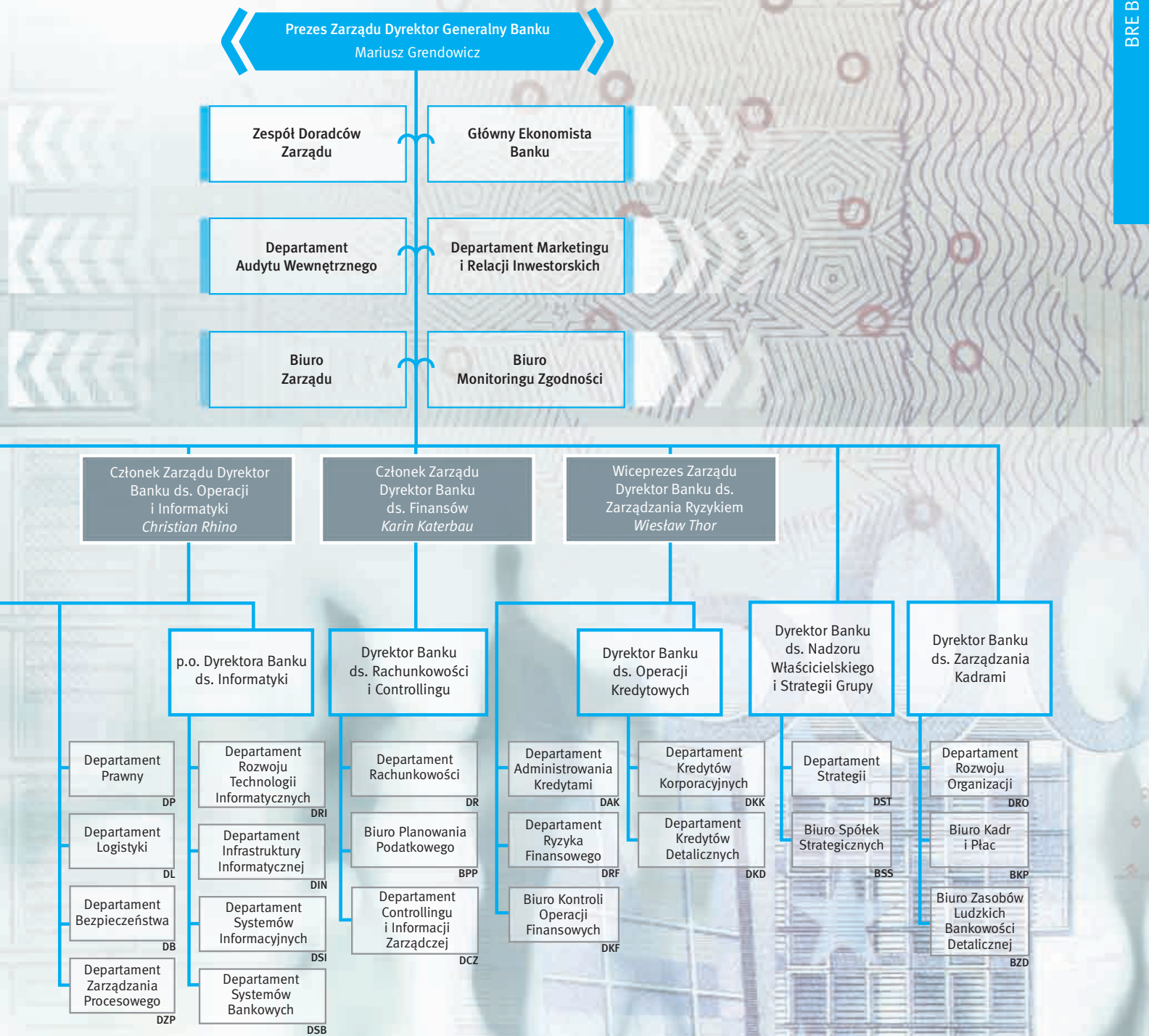
WBRE Banku obecnie działają następujące komitety:

- › Komitet Kredytowy Zarządu Banku,
- › Komitet Kredytowy Bankowości Detalicznej,
- › Komitet Kredytowy Private Banking,
- › Komitet ds. Zarządzania Aktywami i Pasywami Grupy BRE Banku,
- › Komitet Inwestycyjny,
- › Komitet Ryzyka BRE Banku SA,
- › Komitet ds. Rozwoju Oferty Bankowości Korporacyjnej,
- › Komitet Zarządzania Operacyjnego Grupy BRE Banku SA,
- › Komitet ds. Zarządzania Kapitałem,
- › Komitet Projektów Informatycznych BRE Banku SA,
- › Komitet ds. Zarządzania Jakością Danych na potrzeby wyliczania regulacyjnego wymogu kapitałowego Banku (AIRB),
- › Komitet Zarządzania Zasobami (IRC).

Schemat struktury organizacyjnej BRE Banku SA

(31.08.2009 r.)







Zarząd prowadzi sprawy Banku, reprezentuje Bank i ustala wytyczne odnośnie jego działalności, w szczególności obciążonej ryzykiem, w tym polityki kredytowej, inwestycyjnej, zarządzania aktywami i pasywami Banku, a także polityki gwarancyjnej. Zarząd przekazuje Radzie Nadzorczej regulacje i wyczerpujące informacje o wszystkich istotnych sprawach dotyczących działalności Banku oraz o ryzyku związanym z prowadzoną działalnością i sposobach zarządzania tym ryzykiem.

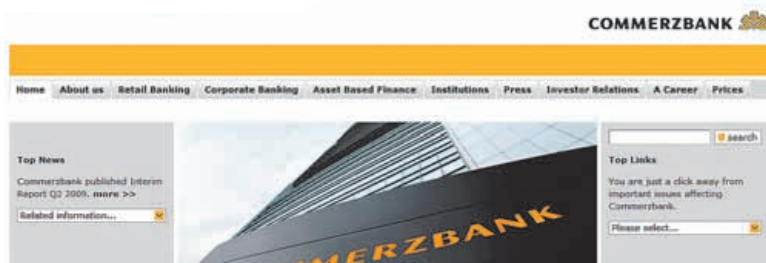
Zarząd pracuje w oparciu o regulamin zatwierdzony przez Radę Nadzorczą. Regulamin ten określa między innymi sprawy, które wymagają kolegiąlnego rozpatrzenia i podjęcia uchwały przez Zarząd. Uchwały Zarządu wymaga m.in. podejmowanie decyzji o zaciągnięciu zobowiązań lub rozporządzeniu aktywami, których łączna wartość w stosunku do jednego podmiotu przekracza 5% funduszy własnych Banku, z tym że Zarząd, na mocy uchwały, może upoważnić stałe komitety lub osoby do podejmowania takich decyzji.

W celu uniknięcia konfliktów, które mogą zaistnieć w pracy członków Zarządu, stosuje się procedury przewidziane Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na GPW. Zgodnie z nimi o zaistniałym konflikcie interesów lub możliwości jego powstania członek Zarządu powinien poinformować pozostałych przedstawicieli Zarządu. Ponadto powinien powstrzymać się od zabierania głosu w dyskusji oraz od głosowania nad uchwałą w sprawie, w której zaistniał konflikt interesów.

Wynagrodzenie członków Zarządu składa się z części stałej oraz zmiennej dostosowanej i uzależnionej od wyników finansowych Spółki. Wysokość wynagrodzenia jest corocznie weryfikowana przez Radę Nadzorczą. Łączna wysokość wynagrodzeń wszystkich, a także indywidualna każdego z członków Zarządu w rozbiciu na jego składniki jest ujawniana w sprawozdaniu finansowym.

Link: http://www.brebank.pl/raport_roczny_2008/sprawozdanie_finansowe/

1.8. < Nasi Akcjonariusze >



BRE Bank posiada strategicznego Akcjonariusza. Jest nim **Commerzbank AG**, który wcześniej bezpośrednio, a obecnie poprzez swoją w 100% zależną spółkę Commerzbank Auslandsbanken Holding AG, od wielu lat jest zaangażowany kapitałowo w BRE Bank.

Udział Commerzbanku wzrastał od 21% w 1995 r. poprzez 50% w 2000 r. do poziomu 72,16% w 2003 r. Począwszy od 2005 r. udział ten nieznacznie zmalał w związku z realizacją programów opcji menedżerskich w BRE Banku. Na koniec 2008 r. Commerzbank Auslandsbanken Holding AG posiadał

69,78% akcji i głosów na Walnym Zgromadzeniu (WZ) BRE Banku. Pozostałe 30,22% akcji znajduje się w wolnym obrocie (free float). Akcjami tymi obracają głównie inwestorzy finansowi (około ¾ free float) w tym dwaj, którzy przekraczają próg 5% akcji i głosów na WZA: Commercial Union Otwarty Fundusz Emerytalny BPH CU WBK, posiadający pakiet 5,05% akcji i głosów na WZA BRE Banku oraz ING Otwarty Fundusz Emerytalny z 5,01% kapitału zakładowego Banku i takim udziałem w głosach na WZA. Pozostałymi akcjami obracają inni inwestorzy, w tym indywidualni. Ponieważ nie przekraczają progu 5% akcji BRE Banku, nie mają obowiązku informowania o fakcie ich nabycia.

Commerzbank jest drugim co do wielkości prywatnym bankiem niemieckim, z rozległą siecią oddziałów w Niemczech i Europie. W 2008 r. zapadła decyzja o przejęciu przezeń Dresdner Banku AG. Ta jedna z największych fuzji w historii niemieckiej bankowości zostanie sfinalizowana w 2009 r.

Pod koniec 2008 r. w efekcie następstw światowego kryzysu finansowego Commerzbank skorzystał z rządowego programu pomocy dla sektora finansowego i otrzymał 8,2 miliarda euro, które podniosły o 10% jego kapitały. Po raz drugi został zasilony kwotą w wysokości 10 miliardów euro z państwowego funduszu SoFFin. W zamian za to państwo uzyskało od Commerzbanku pakiet mniejszościowy (25 procent akcji plus jedna akcja), wystarczający na blokowanie decyzji podejmowanych przez Zarząd Commerzbanku i Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

COMMERZBANK 

 www.commerzbank.com



BRE BANK SA

◀ 1.8.1. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy ▶

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy jest najwyższą władzą spółki. Jest ono zwoływane i przygotowywane zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych, Statutem Banku oraz Stałym Regulaminem Walnego Zgromadzenia.

Walne Zgromadzenie (WZ) w trybie zwyczajnym zwoływane jest przez Zarząd raz w roku – w naszym Banku odbywa się to od lat w marcu. Natomiast w miarę potrzeb na wniosek Zarządu, Rady Nadzorczej bądź na żądanie Akcjonariuszy, reprezentujących razem co najmniej jedną dziesiątą część kapitału zakładowego zwołuje się także Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie.

Akcjonariusz lub Akcjonariusze są uprawnieni do złożenia wniosku na WZ, ale najpierw muszą przedstawić go Zarządowi, który następnie wraz ze swoją opinią przekaże go Radzie Nadzorczej. Ta z kolei podejmie decyzję, czy dany wniosek zostanie zgłoszony na Walne, czy też nie. Jednak gdyby wniosek taki został zgłoszony przez Akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 1/10 kapitału zakładowego na miesiąc przed WZ, wniosek ten musi zostać przedstawiony na Zgromadzeniu.

Każda akcja Banku daje prawo do jednego głosu (nie ma akcji uprzywilejowanych). Akcjonariusze mogą uczestniczyć w Walnym osobiście bądź za pośrednictwem swoich pełnomocników.

Głosowanie przeprowadzane jest w sposób jawny. Natomiast tajne głosowanie zarządza się przy wyborach oraz nad wnioskami o odwołanie członków organów Banku lub likwidatorów, o pociągnięciu ich do odpowiedzialności, a także w sprawach osobowych. Ponadto należy zarządzić tajne głosowanie na żądanie choćby jednego z Akcjonariuszy obecnych lub reprezentowanych na WZ.

Uchwały WZ co do zasady zapadają zwykłą większością głosów, chyba że przepisy Kodeksu spółek handlowych lub postanowienia Statutu stanowią inaczej. W zgromadzeniu powinni uczestniczyć członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej oraz, jeśli przedmiotem obrad są sprawy finansowe, biegły rewident. Podczas obrad Zarząd udziela odpowiedzi na pytania Akcjonariuszy zadane w trakcie WZ, pod warunkiem, że dotyczą one porządku obrad. Odpowiedzi takie udzielane są bezpośrednio, a w uzasadnionych przypadkach na piśmie w ciągu dwóch tygodni od zakończenia Zgromadzenia.

Zgodnie z Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych przeprowadzane są transmisje online z obrad Walnego Zgromadzenia, a zapis transmisji oraz pytania Akcjonariuszy i odpowiedzi umieszczane są na stronie internetowej.



1.9. < BRE Bank – podstawowe wielkości >

BRE Bank lokuje się w czołówce polskich banków pod względem wielkości aktywów i funduszy własnych. Wśród banków notowanych na warszawskiej giełdzie BRE Bank na koniec 2008 r. zajmował 3. miejsce pod względem aktywów i wielkości portfela kredytów i pożyczek dla sektora niefinansowego i budżetowego oraz 5. miejsce pod względem depozytów i zobowiązań wobec Klientów (dane skonsolidowane).

Podstawowe dane*/ na koniec roku	2005	2006	2007	2008
Suma bilansowa (mln zł)	32 739,1	42 330,6	55 983,0	82 605,2
Kredyty i pożyczki udzielone Klientom (mln zł)	15 376,0	23 044,7	33 682,7	52 142,5
Zobowiązania wobec Klientów (mln zł)	20 349,4	24 669,9	32 401,9	37 750,8
Wartość księgową (mln zł)	2 035,2	2 530,8	3 324,5	3 894,5
Zysk brutto (w mln zł) z działalności kontynuowanej i zaniechanej	338,0	576,4	954,6	1 000,1
Zysk netto (mln zł) z działalności kontynuowanej i zaniechanej	247,5	421,3	710,1	857,5
Współczynnik wypłacalności (%)	11,10	10,39	10,16	10,04
ROE brutto (%)	17,8	26,9	35,9	30,8
Wskaźnik poziomu kosztów (C/I w %)	69,3	63,7	55,5	55,1
Zatrudnienie w BRE Banku	3 571	4 001	4 795	5770**
Wynagrodzenie w BRE Banku w mln zł	245,8	279,6	370,5	442,6
Liczba placówek korporacyjnych BRE Banku na koniec roku				
oddziałów	23	23	23	24,0
biur			4	21
Liczba placówek detalicznych na koniec roku				
mBank	54	65	103	161
MultiBank	72	84	109	131
Inwestycje w społeczność – Fundacja BRE Banku (tys zł)	1 500,0	1850,0	2250,0	3250,0

Podstawowe wskaźniki giełdowe dla Grupy	2005	2006	2007	2008
Liczba akcji na koniec roku	28 983 972	29 516 035	29 660 668	29 690 882
Zysk z działalności kontynuowanej i zaniechanej na akcję (zł)	8,60	14,36	24,01	28,90
Wartość księgową na akcję (zł)	70,22	85,74	112,08	131,17
Cena/zysk	19,65	23,40	21,03	6,80
Cena/wartość księgową	2,41	3,92	4,49	1,50
Cena akcji na ostatniej sesji w roku (zł)	169	336	505	196,5

*/ dane finansowe – oprócz wynagrodzenia, wielkości skonsolidowane

**/ przedstawiona liczba zatrudnienia różni się od podanej w sprawozdaniu finansowym za 2008 rok, ponieważ nie wliczono do niej osób zatrudnionych na zastępstwo

1.10. < Ład korporacyjny >

ŁAD KORPORACYJNY (ANG. CORPORATE GOVERNANCE) TO CAŁOKSZTAŁT DZIAŁAŃ I REGULACJI, UKIERUNKOWANYCH NA ZAPEWNIENIE RÓWNOWAGI, POMIĘDZY INTERESAMI WSZYSTKICH PODMIOTÓW ZAANGAŻOWANYCH W FUNKCJONOWANIE DANEJ SPÓŁKI (INWESTORÓW, KADRY ZARZĄDZAJĄCEJ, PRACOWNIKÓW I DOSTAWCÓW), CO SPRZYJA JEJ ROZWOJOWI.

W Polsce zasady ładu korporacyjnego, zebrane w dokumencie „Dobre praktyki w spółkach publicznych”, po raz pierwszy zostały inkorporowane przez władze Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie we wrześniu 2002 r. Dokument ten wskazywał podstawowe zasady etyki biznesowej, jakimi w codziennej działalności powinny kierować się spółki giełdowe. Kolejna wersja zasad – „Dobre praktyki w spółkach publicznych 2005” – obowiązywała od początku 2005 r. do końca 2007 r. Od początku obowiązywania „Dobrych praktyk” BRE Bank deklaruje ich przestrzeganie. Dotyczy to również nowej wersji, czyli „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW”, które weszły w życie z dniem 1 stycznia 2008 r. W związku z tym 7 stycznia 2008 r. Zarząd BRE Banku podjął uchwałę w sprawie stosowania „Dobrych Praktyk”, zaś Rada Nadzorcza podjęła stosowną uchwałę 24 stycznia 2008 roku.



Zgodnie z nowymi zasadami informowania, Bank będzie raportował wówczas, gdy nastąpi naruszenie którejś z dobrych zasad, w sposób trwały lub incydentalny. Raporty będą publikowane analogicznie jak raporty bieżące oraz umieszczane na stronie internetowej BRE Banku.

Ponadto równoległe z raportami rocznymi, począwszy od raportu rocznego za 2007 r., publikowane będą raporty dotyczące stosowania zasad ładu korporacyjnego.



Więcej informacji
w internecie



[www.brebank.pl/
raport_roczny_2008](http://www.brebank.pl/raport_roczny_2008)



Informacje dodatkowe

W 2008 r. został ogłoszony przez Komisję Nadzoru Finansowego Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego

» www.knf.gov.pl

⟨ Raport o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego ⟩

Ponadto Bank już w 1995 r. dobrowolnie zobowiązał się do przestrzegania dobrych praktyk branżowych czyli Zasad Dobrej Praktyki Bankowej, opracowanych przez Związek Banków Polskich (pod pierwotną nazwą – Kodeks Dobrej Praktyki Bankowej).

Dokument ten reguluje zasady:

- ⟩ postępowania Banków w stosunkach z Klientami,
- ⟩ wzajemnych stosunków pomiędzy Bankami,
- ⟩ reklamy,
- ⟩ postępowania Pracownika Banku,
- ⟩ postępowania ze skargami i reklamacjami Klientów.

W 2008 r. został ogłoszony przez Komisję Nadzoru Finansowego Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego. Ponieważ ogłoszone w nim zasady pokrywają się z Zasadami Dobrej Praktyki Bankowej, do tych ostatnich wprowadzono tylko zapis „Zasady Dobrej Praktyki Bankowej, którymi kierują się Banki, uwzględniają treść norm zawartych w Kanonie Dobrych Praktyk Rynku Finansowego”. Zatem dokonując korekty odpowiednich zapisów wewnętrznych regulacji, Bank automatycznie zadeklaruje stosowanie Kanonu.

1.11. ⟨ Compliance ⟩

W BRE Banku realizowana jest polityka compliance. Jej istotą jest gwarantowanie, aby w Banku przestrzegane były przepisy prawa oraz standardy postępowania instytucji finansowych. Do realizacji zadań o profilu compliance w BRE Banku powołano wyspecjalizowaną jednostkę organizacyjną – Biuro Monitoringu Zgodności (BMZ).

BMZ podlega bezpośrednio Prezesowi Zarządu Banku i nie ma zależności tej jednostki od jednostek biznesowych, co jest istotne z punktu działania BMZ, gdyż jednostka compliance aby działać efektywnie powinna być niezależna w możliwie największym stopniu. Gwarantuje to Polityka compliance przyjęta w 2008 roku przez Zarząd Banku i zatwierdzona przez Radę Nadzorczą.

Jednostka compliance w BRE Banku ma zagwarantowany dostęp do niezbędnych informacji związanych z możliwymi odstępstwami od stosowania wymogów prawa i standardów rynkowych. Współpracuje w tym zakresie w szczególności z Departamentem Audytu Wewnętrznego i Departamentem Bezpieczeństwa.

W dziedzinie compliance wprowadzono szereg regulacji bankowych, które gwarantują w szczególności, że:

- » 1/ Przypadki wykorzystania Banku w procederze prania brudnych pieniędzy i w finansowaniu terroryzmu będą identyfikowane i raportowane do właściwych organów państwa.
- » 2/ Informacje poufne nie będą wykorzystywane w taki sposób aby stawiać Pracowników Banku w korzystniejszej sytuacji w stosunku do innych uczestników zorganizowanego rynku kapitałowego. Pracownicy Banku mogą bowiem wykorzystywać informacje, które po ujawnieniu wpływają na publiczne notowania akcji, głównie naszej instytucji finansowej. Regulacje obowiązujące w BRE Banku nakładają skuteczne ograniczenia na prywatne inwestycje Pracowników, którzy mają dostęp do informacji poufnych.

W dziedzinie compliance wprowadzono szereg regulacji bankowych, które gwarantują w szczególności, że:

- » 3/ Dane osobowe Klientów są skutecznie chronione, a ich wykorzystywanie i przetwarzanie podlega rygorom przepisów prawa. Dowodem na niezawodność BRE Banku w ochronie danych osobowych w 2008 roku jest brak prawomocnych kar związanych z niedostateczną ich ochroną.
- » 4/ Prezenty wręczane i otrzymywane od Klientów Banku nie wywołują sytuacji korupcyjnych. Polityka obowiązująca w tym zakresie zakłada, że wartość prezentów nie może przekraczać określonej kwoty a odstąpienia od tej reguły muszą być uzasadnione i podlegać zatwierdzeniu przez przełożonych. Szczególnym rygorom podlegają prezenty wręczane urzędnikom administracji publicznej.
- » 5/ W Banku stosowane są zasady ograniczania możliwości konfliktu interesów, którego istotą jest uzyskiwanie przez Bank i jego Pracowników w sposób nieuczciwy, nieuzasadnionych korzyści kosztem Klientów. Unikanie konfliktu interesów polega też na gwarancjach równego traktowania Klientów. Dlatego w BRE Banku wprowadzono daleko idące ograniczenia w uczestnictwie Pracowników w radach nadzorczych i zarządach spółek, które są naszymi Klientami. Taka sytuacja potencjalnie faworyzuje bowiem niektórych Klientów kosztem pozostałych.
- » 6/ Reklamy produktów bankowych podlegają wnikliwej ocenie pod kątem obowiązujących przepisów i standardów. W przypadkach wątpliwych, ostatecznymi decydentami, co do stosowania reklamy są Departament Prawny i jednostka compliance.

System zapewnienia zgodności działania Banku z prawem i standardami rynkowymi działa skutecznie, czego obiektywną miarą jest nienałożenie w ciągu ostatnich lat żadnych sankcji finansowych na BRE Bank za niezastosowanie się do wymogów prawa.

1.12. < Audyt wewnętrzny >

Misją Departamentu Audytu Wewnętrznego jest: „zapewnienie Klientom i Akcjonariuszom Banku rzetelności, bezpieczeństwa i efektywności Banku poprzez pełnienie funkcji zapewniającej i doradczej.”

Bezpośrednim celem działania DAW jest dostarczanie Zarządowi oraz Radzie Nadzorczej Banku rozsądnego zapewnienia o adekwatności i skuteczności funkcjonowania: systemu kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, oraz zasad corporate governance, zgodnie z założeniami Zarządu i Rady Nadzorczej Banku, poprzez niezależne oraz obiektywne badanie i ocenę. DAW odpowiedzialny jest za świadczenie usług zapewniających i doradczych, na rzecz podmiotów zależnych i podmiotów zewnętrznych, którym Bank, w zakresie dopuszczonym przepisami prawa, powierzył wykonywanie w imieniu i na rzecz Banku pośrednictwa w zakresie czynności bankowych oraz wykonywanie innych czynności faktycznych, związanych z działalnością bankową (w rozumieniu art. 4 ust.1 pkt 16a i 16b ustawy Prawo Bankowe i na mocy art. 6a ust. 1 tej ustawy).

DAW przeprowadza w podmiotach zależnych i zewnętrznych audyty planowe i doraźne, oraz monitoruje realizację zaleceń i rekomendacji z przeprowadzonych audytów.

Podstawą funkcjonowania audytu wewnętrznego w BRE Banku SA jest ścisła współpraca i komunikacja pomiędzy Zarządem, Radą Nadzorczą i jednostkami biznesowymi Banku. Departamentem Audytu Wewnętrznego kieruje Dyrektor DAW, który podlega administracyjnie bezpośrednio Prezesowi Zarządu Banku, a funkcjonalnie Komisji ds. Audytu. Realizując misję audytu wewnętrznego. Dyrektor DAW nie podlega operacyjnie lub funkcjonalnie Członkom Zarządu Banku lub Dyrektorom Banku odpowiedzialnym za działania operacyjne.



Do głównych funkcji Departamentu Audytu Wewnętrznego należy: planowanie działalności audytu wewnętrznego, wykonywanie usług zapewniających i doradczych oraz monitorowanie wykonania zaleceń i rekomendacji poaudytowych. Dodatkowo w DAW dokonuje się systematycznej oceny systemu kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem i przestrzegania zasad ładu korporacyjnego. Przedstawiciele jednostki w ramach swoich obowiązków wykonują szereg działań, mających na celu zapewnienie skuteczności działania audytu wewnętrznego w BRE Banku. Pracownicy DAW skupiają się na realizowaniu zadań pozaaudytowych, do których należą: opiniowanie wewnętrznych przepisów, regulacji, polityk i procedur działalności operacyjnej Banku pod kątem kontroli wewnętrznej i ryzyka. Ponadto Pracownicy DAW biorą udział w pracach komitetów projektowych, komisji i innych ciał kolegialnych w ramach wykonywania obowiązków o charakterze zapewniającym lub doradczym.

Zaangażowani są również w działania doradcze w zakresie działalności podstawowej Banku, nadzór merytoryczny nad systemem kontroli wewnętrznej oraz w wykonywanie innych zadań o charakterze weryfikacyjnym, konsultacyjnym lub doradczym, na zlecenie Zarządu Banku lub Komisji ds. Audytu.

Planowanie działań DAW obejmujące zadania audytowe i nieaudytowe, odbywa się w cyklu rocznym. Podlegają mu wszystkie obszary działania Banku, które tworzą tzw. Uniwersum Audytu. Planowanie odbywa się na podstawie oceny ryzyka, wykonywanej na podstawie wewnętrznie przyjętej metodologii o charakterze wielokryterialnym. Ryzyko jest analizowane w obszarach działalności Banku, wewnętrznych procesach, produktach, usługach i funkcjach. W analizie ryzyka, przy planowaniu zadań uwzględniane są zarówno priorytety Zarządu, jak i Kierownictwa Banku. Plan roczny przedstawiany jest do zatwierdzenia Zarządowi Banku i jest akceptowany przez Radę Nadzorczą Banku.

Przedstawiciele Departamentu Audytu Wewnętrznego w 2007 roku wydali 171 zaleceń, natomiast w roku 2008 – 478. Znaczny wzrost wydanych zaleceń jest efektem zwiększonej ilości działań audytowych w porównaniu do lat ubiegłych.

Zagadnienia poddawane audytowi wewnętrznemu w BRE Banku:

- › Procesy obsługi produktów bankowości korporacyjnej
- › Procesy obsługi produktów bankowości inwestycyjnej
- › Procesy obsługi produktów bankowości detalicznej
- › Procesy i zarządzanie IT i bezpieczeństwem
- › Procesy zarządzania ryzykami – system zarządzania ryzykiem
- › Procesy wsparcia
- › Spółki Grupy BRE Banku

1.13. < Współpraca z Komisją Nadzoru Finansowego >

W przypadku kompleksowego badania działalności Banku przez Komisję Nadzoru Finansowego, Departament Audytu Wewnętrznego koordynuje współpracę z organem kontrolnym w imieniu Banku poprzez: koordynację przygotowywania wymaganych dokumentów i sprawozdań oraz bieżącą współpracę z zespołem kontrolnym. Ponadto przedstawiciele DAW opracowują harmonogram realizacji zaleceń pokontrolnych przy współpracy jednostek organizacyjnych Banku odpowiedzialnych merytorycznie za ich wykonanie, wdrożenie oraz sporządzanie okresowych sprawozdań z ich realizacji. Dodatkowo DAW koordynuje również obsługę korespondencji z Komisją Nadzoru Finansowego w sprawie skarg i reklamacji.



1.14. < Zarządzanie ryzykiem >

BRE BANK PRZYKŁADA DUŻĄ WAGĘ DO PROCESU KONTROLI I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM. ZAJMUJĄ SIĘ TYM NA BIEŻĄCO WYSPECJALIZOWANE JEDNOSTKI ORGANIZACYJNE BANKU ODPOWIADAJĄCE ZA PROCES KONTROLI RYZYKA, A TAKŻE JEDNOSTKI AKTYWNIIE ZARZĄDZAJĄCE RYZYKIEM. W CELU REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA RYZYKIEM, ZARZĄD BANKU, POWOŁAŁ ODPOWIEDNIE KOMITETY, W SKŁAD KTÓRYCH WCHODZĄ PRZEDSTAWICIELE ZARZĄDU I KADRY KIEROWNICZEJ.

Zarządzanie ryzykiem w BRE Banku zaczyna się od szeroko pojętej odpowiedzialności Rady Nadzorczej BRE Banku, która, między innymi, zatwierdza strategię i polityki zarządzania ryzykiem Banku. W ramach Rady Nadzorczej funkcjonuje Komisja ds. Ryzyka Rady Nadzorczej, która nadzoruje procesy zarządzania ryzykiem, w szczególności ryzykiem rynkowym, ryzykiem płynności, ryzykiem kredytowym i ryzykiem operacyjnym, oraz ocenia ekspozycje Banku na poszczególne rodzaje ryzyka.

Członkowie Zarządu Banku, odpowiednio do swoich obowiązków i kompetencji, są odpowiedzialni za poszczególne rodzaje ryzyka występujące w działalności Banku. Prezes Zarządu Banku ponosi odpowiedzialność za ryzyko strategii biznesowej, ryzyko reputacji oraz ryzyko braku zgodności. Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Banku ds. Zarządzania Ryzykiem, jest odpowiedzialny za nadzór nad wszystkimi mierzalnymi rodzajami ryzyka, to jest nad ryzykiem rynkowym, ryzykiem płynności, ryzykiem kredytowym oraz nad ryzykiem operacyjnym, w szczególności odpowiada za wdrożenie strategii i realizację polityk zarządzania ryzykiem w Banku. Odpowiedzialność za nadzór nad ryzykiem inwestycyjnym ponosi Dyrektor Banku ds. Bankowości Inwestycyjnej, Członek Zarządu. Dyrektor Banku ds. Operacji i Informatyki, Członek Zarządu, odpowiada za ryzyko procesów operacyjnych. Ponadto, ryzyko kadrowe nadzorowane jest przez Dyrektora Banku ds. Zarządzania Kadrami.

Bieżące zarządzanie ryzykiem rynkowym, ryzykiem płynności, kredytowym i operacyjnym jest realizowane na różnych poziomach zarządczych Banku, począwszy od Zarządu Banku, aż po jednostki operacyjnie monitorujące ryzyko oraz jednostki aktywnie zarządzające poszczególnymi rodzajami ryzyka. W celu realizacji powyższych zadań w zakresie zarządzania tymi rodzajami ryzyka, Zarząd Banku powołał szereg Komitetów, na które delegował uprawnienia w odniesieniu do poszczególnych elementów procesu zarządzania ryzykiem oraz określił odpowiednią strukturę organizacyjną Banku wraz z czytelnym podziałem kompetencji jednostek organizacyjnych.

W 2008 roku obszarami poszczególnych ryzyk zajmowały się: Komitet Kredytowy Zarządu Banku, Komitet ds. Zarządzania Aktywami i Pasywami Grupy BRE Banku, Komitet Zarządzania Kapitałem, Komitet Ryzyka BRE Banku oraz Komitet Inwestycyjny. Na szczeblu Rady Nadzorczej, która zatwierdza strategię i polityki zarządzania ryzykiem Banku, funkcjonuje Komisja ds. Ryzyka Rady Nadzorczej.

BRE Bank prowadzi proces monitorowania ryzyka kredytowego, operacyjnego, rynkowego, płynności i stopy procentowej księgi bankowej w ramach Grupy BRE Banku, w oparciu o miary ryzyka stosowane w BRE Banku, przy równoczesnym uwzględnieniu różnic wynikających z rodzaju i skali działalności realizowanej przez podmioty z Grupy.

Szczegółowy opis występujących w działalności Grupy BRE Banku ryzyk oraz ich miar zawarty jest w punkcie 3. Skonsolidowanego sprawozdania finansowego według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej za 2008 rok.

Informacje dodatkowe

» www.brebank.pl/raport_roczny_2008/sprawozdanie_finansowe/



Każdy lubi być nagradzany – my również. Z dumą mówimy o naszych sukcesach.
W 2008 roku doceniły nas następujące instytucje:

Nagroda	Organizator	Data
BRE Bank – II miejsce w rankingu aktywności dealerskiej na rynku pieniężnym i walutowym	Narodowy Bank Polski	Styczeń 2008
BRE Bank – Godło Bank Przyjazny dla Przedsiębiorców	Krajowa Izba Gospodarcza Polsko - Amerykańska Fundacja Doradztwa dla Małych Przedsiębiorstw	Styczeń 2008
mBank – EUROPRODUKT dla Supermarketu Ubezpieczeń Samochodowych	Polskie Towarzystwo Handlowe	Styczeń 2008
BRE Bank – II miejsce w rankingu najlepszych polskich stron internetowych	Hallvarsson & Halvarsson	Marzec 2008
mBank – mPlan hipoteczny I miejsce w rankingu kredytów hipotecznych	Pasaż finansowy Wirtualnej Polski	Marzec 2008
BRE Bank – „Laur zwycięstwa” w rankingu relacji inwestorskich sektora bankowego. BRE Bank uzyskał pierwsze miejsce w kategoriach: stron www, raportów rocznych oraz ładu korporacyjnego	Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	Kwiecień 2008
BRE Bank – Finalista rankingu „IR Magazine 2008 Awards” w kategorii „Najlepsze relacje inwestorskie w polskiej spółce”	IR Magazine	Maj 2008
BRE Bank – I dla BRE Banku miejsce w rankingu najlepszych instytucji finansowych w kategorii „banki komercyjne”	Rzeczpospolita	Czerwiec 2008
mBank – I miejsce w rankingu „50 Największych Banków w Polsce 2008” – mBank największym bankiem w sieci	Miesięcznik Finansowy BANK	Czerwiec 2008
BRE Bank – II miejsce dla BRE Private Banking & Wealth Management w rankingu usług bankowości prywatnej	Manager Magazyn	Lipiec 2008
BRE Bank – I miejsce w rankingu trafności przewidywania danych makroekonomicznych	Gazeta Giełdy Parkiet	Październik 2008
BRE Bank – I miejsce w konkursie „The Best Annual Report”	Instytut Rachunkowości i Podatków	Październik 2008
mBank – „Błogi firmowe 2008” – I miejsce w kategorii błogi dojrzałe	Blogifirmowe.wordpress.com	Październik 2008
BRE Bank – Spółka Wysokiej Reputacji w kategorii finanse w rankingu PremiumBrand	Premium Brand	Październik 2008
mBank – Najlepszy bank dla nowoczesnego Klienta	Gazeta Wyborcza oraz Open Finance	Listopad 2008
BRE Private Banking & Wealth Management – I miejsce w rankingu firm zarządzających aktywami w 2008	Gazeta Giełdy Parkiet	Luty 2009
BRE Private Banking & Wealth Management – Najlepszy Private Banking w Polsce	Euromoney Magazine	Luty 2009
MultiBank – „Jakość obsługi”, I miejsce w kategorii banki	Portal jakośćobsługi.pl	Marzec 2009



1.15. < BREnova – odpowiedź na wyzwania rynku >



The logo for BREnova features the word 'BRE' in a bold, dark blue sans-serif font above the word 'nova' in a lighter blue sans-serif font. A vertical bar with a gradient from orange to yellow is positioned between the two words, partially overlapping the 'v' in 'nova'.


Odpowiedzią BRE Banku na dużą niepewność, jaką przyniósł 2009 rok zarówno w gospodarce jak i w zakresie tendencji w systemie bankowym jest program BREnova. Jego głównym priorytetem jest zapewnienie efektywności działań w dobie spowolnienia gospodarczego. Program BREnova to zestaw inicjatyw po stronie dochodowej i kosztowej. Program ma na celu zrewidowanie istniejącego modelu biznesowego zarówno w obszarze bankowości korporacyjnej, jak i detalicznej.

Dwa główne filary to:

wzrost dochodów poprzez zmianę struktury dochodów, cross-selling, rozwój oferty, udoskonalenie produktów, etc.

optymalizacja kosztów i – co ważniejsze –
– konsekwentne ich monitorowanie
i udoskonalone zarządzanie kosztami
(w krótkiej i długiej perspektywie).

BREnova poprzez działania o charakterze długoterminowym zapewnia stabilny wzrost w czasie spowolnienia gospodarczego oraz solidny fundament do dalszego rozwoju. Projekt wnosi zmiany o charakterze długoterminowym, mającym stanowić o przyszłym sukcesie, a nie jest jedynie reakcją na pogorszenie rynku w krótkim okresie.



We współczesnym biznesie,
gdzie produkty są porównywalne,
a wszelkie innowacje i przewagi
technologiczne szybko niwelowane
przez rynkowych konkurentów,
kluczem do długofalowego
sukcesu są

⟨relacje⟩

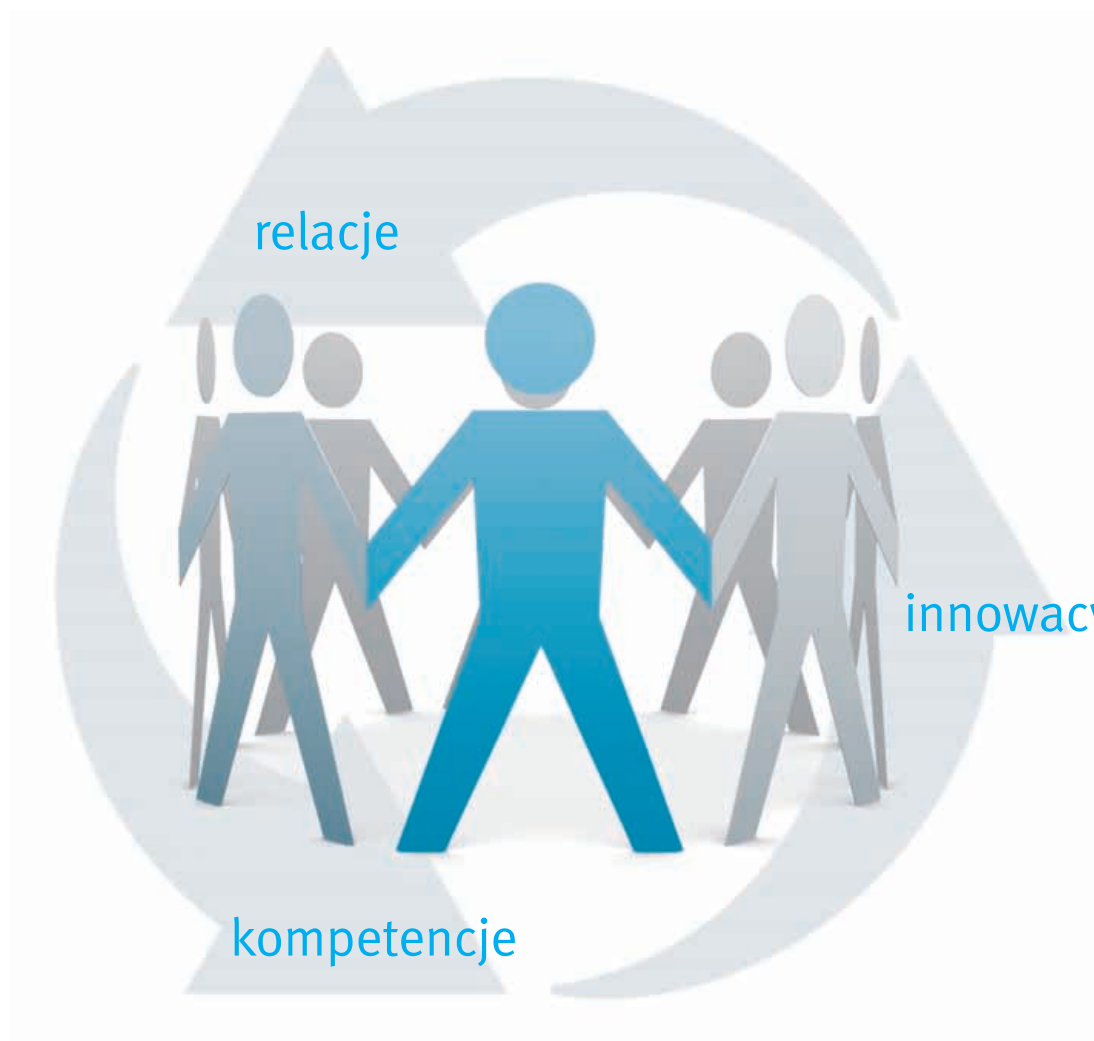


BRE BANK SA



2.1. < Wartości przyświecające odpowiedzialności biznesu BRE Banku, czyli relacje-kompetencje-innowacyjność >

ISTOTĘ NASZEGO SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA POSTANOWILIŚMY POKAZAĆ PRZEZ PRYZMAT TRZECH NAJWAŻNIEJSZYCH DLA NAS WARTOŚCI: RELACJI, KOMPETENCJI I INNOWACYJNOŚCI. KAŻDA Z NICH JEST TRWALE WPISANA W DNA NASZEJ ORGANIZACJI I PRZYŚWIECA WSZYSTKIM NASZYM DZIAŁANIOM, ZARÓWNO TYM ZWIĄZANYM Z PODSTAWOWĄ DZIAŁALNOŚCIĄ, JAK I MISJĄ SPOŁECZNĄ (PROMOCJA WIEDZY EKONOMICZNEJ, PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ETC.).



We współczesnym biznesie, gdzie produkty są porównywalne, a wszelkie innowacje i przewagi technologiczne szybko niwelowane przez rynkowych konkurentów, kluczem do długofalowego sukcesu są **relacje**. Przez lata udowodniliśmy, że lubimy i umiemy wsłuchiwać się w potrzeby naszych interesariuszy, a ich opinie są dla nas cenną biznesową inspiracją. Nie jest przypadkiem, że to właśnie w grupie BRE Banku powstał mBank – wzorcowy przykład na to, jak silne więzy z odbiorcami produktu przekładają się na wielki rynkowy sukces innowacji. Od początku istnienia mBanku to właśnie aktywne kontakty z Klientami były kopalnią wiedzy na temat tego, w którym kierunku powinien rozwijać się pierwszy wirtualny bank w Polsce. Ale relacje to dla nas nie tylko realizacja słynnego hasła „Klient – nasz pan”. Siłą naszej organizacji są również relacje z Pracownikami: staramy się, by motywacją do pracy było nie tylko adekwatne do zaangażowania wynagrodzenie, ale i możliwość uczestnictwa w wielu programach, uwzględniających aspiracje, marzenia, wartości Pracowników. Równie znaczenie przykładamy również do kontaktów z naszymi pozostałymi interesariuszami: Inwestorami i regulatorami rynku. Duże znaczenie przykładamy do relacji z lokalnymi społecznościami (modelowym przykładem zaangażowania na tym polu są nasze działania w Łodzi, kolebce mBanku i MultiBanku) oraz dbałości o środowisko. Angażujemy się również w spójne z naszymi społecznymi wartościami inicjatywy zewnętrzne (Global Compact, Forum Odpowiedzialnego Biznesu etc.).

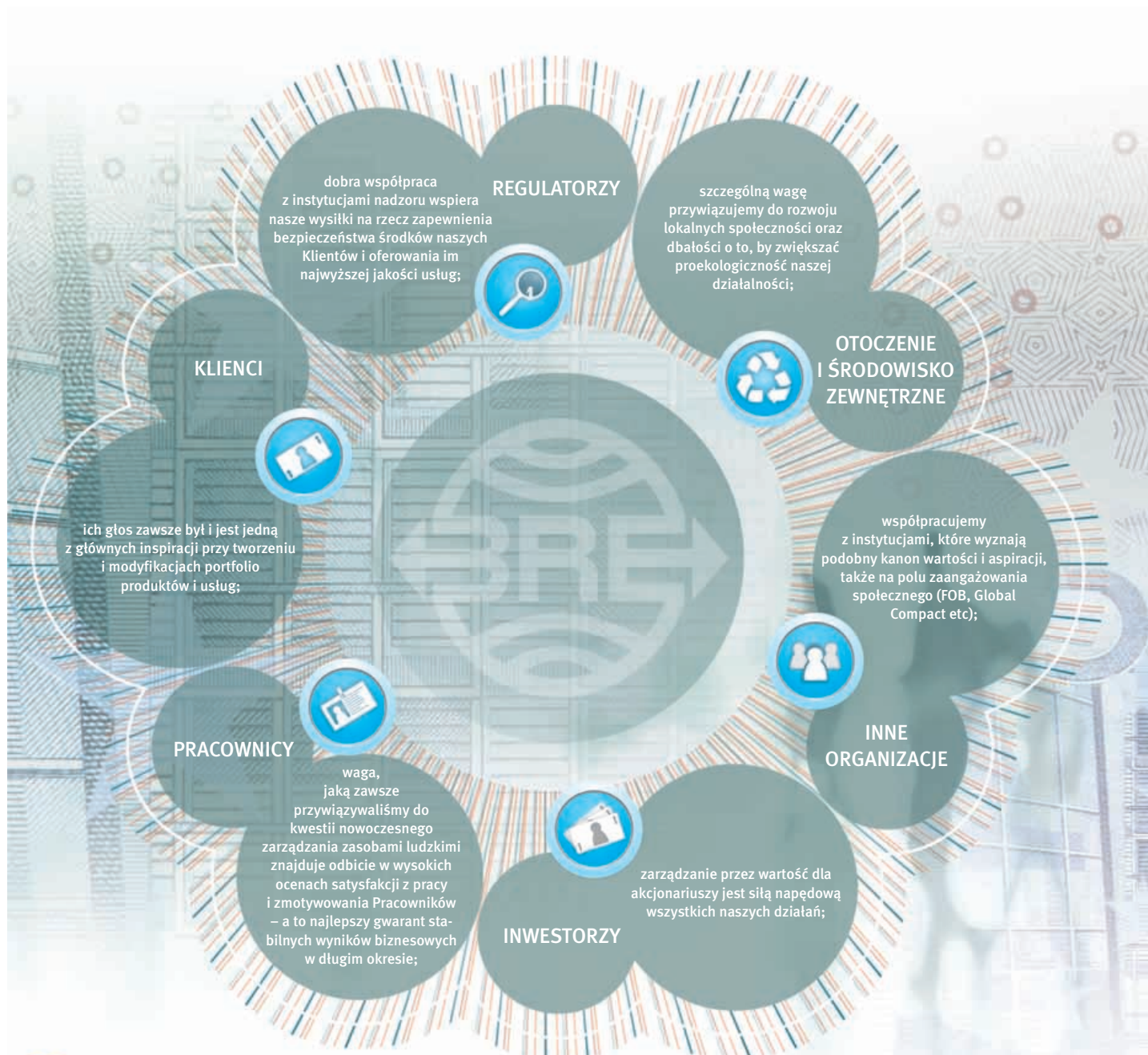
Relacjom muszą towarzyszyć najwyższe **kompetencje**. To one są wyznacznikiem kultury organizacyjnej BRE Banku od początku jego istnienia. Zawsze mocno inwestowaliśmy w rozwój Pracowników, wierząc, że to fundament innowacyjnego biznesu. Szkoleniami objęci są praktycznie wszyscy Pracownicy naszego Banku, możemy się pochwalić też jednym z najszerzych na rynku spektrów strategicznych programów rozwoju kompetencji (talent management, programy menedżerskie etc.). Naszą wiedzę i doświadczeniem chcemy też dzielić się z innymi, dlatego realizujemy wiele programów edukacji ekonomicznej (dla młodych ludzi, przedsiębiorców etc.) oraz angażujemy się w organizację wydarzeń wnoszących istotny wkład w jakość dyskursu ekonomicznego w Polsce (Forum Makroekonomiczne, seminaria BRE-CASE etc.).

Otoczenie zmienia się coraz szybciej. To, co wczoraj było nowoczesne, dziś jest standardem, jutro będzie przeszłością, dlatego **innowacyjność** to drugie imię BRE Banku. Od lat udowadniamy, że można w Polsce stworzyć klimat, w którym nieustannie podsyca się twórczy niepokój, a innowacje mogą być przekuwane w realne korzyści biznesowe. Koronnym dowodem jest tu oczywiście sukces mBanku, ale i pozostałe linie biznesowe są przesiąknięte tym duchem. Dość powiedzieć, że jako pierwsi na rynku wprowadziliśmy szereg innowacyjnych rozwiązań dla segmentu Klientów korporacyjnych. Krzewieniu innowacyjności sprzyja kultura naszego Banku – dokładamy wszelkich starań do tego, by Pracownicy nie bali się podejmować nietuzinkowych działań, byśmy umieli zawczasu dostrzegać i inwestować w ludzi, którzy codziennie są gotowi podważać status quo. Ducha rewolucyjnej odwagi pobudzamy na wszelkie sposoby – podczas warsztatów menedżerskich, cyklicznych spotkań kadry ze znanymi innowatorami, szkoleń nastawionych na wzmacnianie kreatywności itp.



2.2. < Frontem nie tylko do Klientów, czyli nasze RELACJE z interesariuszami >

DŁUGOFALOWY SUKCES KAŻDEGO BIZNESU ZALEŻY OD TRWAŁOŚCI I JAKOŚCI RELACJI – Z OBECNYMI I POTENCJALNYMI KLIENTAMI, PRACOWNIKAMI, INWESTORAMI, ORGANAMI NADZORU, OTOCZENIEM, ORGANIZACJAMI O PODOBNYCH CELACH I WARTOŚCIACH. DOKŁADAMY WSZELKICH STARAŃ, BY FORMA I CZĘSTOTLIWOŚĆ KONTAKTÓW SŁUŻYŁY OBOPÓLNEJ SATYSFAKCJI.



◀ Nasze kontakty z interesariuszami ▶

Interesariusz	Forma kontaktu	Częstotliwość kontaktu
Klienci indywidualni	Badanie satysfakcji	
	mBank	» Każdego miesiąca
	MultiBank	» Każdego miesiąca
	Private Banking	» 1 raz w roku
	Forum mBanku	» Codziennie
	Blog	» Codziennie
	mSpolecznosc.pl	» Codziennie
	mRada	» Codziennie
	Opieka doradcy MultiBanku	» Codziennie
	mLinia	» 24h
MultiLinia	» 24h	
Klienci korporacyjni	Badanie satysfakcji	» 1 raz w roku
	Opieka doradcy	» Według potrzeb Klienta
Pracownicy	Badanie opinii	» Każdej jesieni
	Rada pracownicza	» 6 razy w roku
	Wolontariat pracowniczy	» 4 razy w roku
Inwestorzy	Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy	» 1 raz w roku (marzec)
	Opieka doradcy	» Stałe odpowiedzi na zapytania inwestorów
Media	Biuro prasowe	» Stałe odpowiedzi na zapytania dziennikarzy
Regulatorzy	Korespondencja	» Bieżąca współpraca z Dep. Audytu Wewnętrznego
Organizacje pozarządowe	Wnioski wysyłane do Fundacji BRE Banku	» Stała współpraca i wymiana informacji
Studenci	Warsztaty mBanku	» 1 raz do roku
	Meeter Greeter	» Cały rok
Kontrahenci	Współpraca Pracowników z partnerami biznesowymi w ramach konkretnych projektów	» W zależności od potrzeb

2.3. < Razem łatwiej, czyli członkostwa BRE Banku >

Partnerstwo i praca zespołowa zawsze były jednym z atrybutów naszej kultury organizacyjnej. Wierzymy, że wymiana myśli, doświadczeń, poglądów oraz wspólne działania pozwalają na osiągnięcie lepszych rezultatów. Dlatego jesteśmy otwarci na współpracę z innymi partnerami, którym bliski jest nasz sposób myślenia i działania. Współpracę z naszymi partnerami traktujemy strategicznie i długofalowo, gdyż wierzymy, że wspólnie można wypracować wiele rozwiązań na rzecz sektora finansowego – w każdym aspekcie – biznesowym, naukowym i społecznym. Dlatego należymy do czołowych organizacji biznesowych i branżowych, wspólnie pracując nad poprawą warunków funkcjonowania branży finansowej w Polsce. Naszymi partnerami są także członkowie organizacji naukowych oraz tych skupiających ludzi i firmy świadome znaczenia odpowiedzialności społecznej w biznesie. Mariusz Grendowicz, prezes BRE Banku jest osobiście zaangażowany w prace Związku Banków Polskich, gdzie pełni funkcję członka Zarządu VII kadencji. Ponadto działa również w Polskim Związku Pracodawców Banków i Instytucji Finansowych, pełniąc funkcję Prezesa Zarządu.

Członkostwa biznesowe

< Związek Banków Polskich >	<ul style="list-style-type: none"> • Reprezentowanie i ochrona wspólnych interesów w zakresie uregulowań prawnych dotyczących ustawodawstwa bankowego. • Promocja sektora bankowego i jego usług. • Upowszechnianie zasad dobrej praktyki bankowej. • Organizacja wymiany informacji pomiędzy bankami.
< PKPP Lewiatan >	<ul style="list-style-type: none"> • Reprezentowanie na szczeblu ogólnokrajowym społecznych i gospodarczych interesów zrzeszonych pracodawców. • Jednoczenie wokół działań zmierzających do rozwoju gospodarczego kraju.
< Polska Rada Biznesu >	Promocja swobody działalności gospodarczej opartej na przestrzeganiu niezmienności podstawowych norm prawnych regulujących sferę działalności gospodarczej.
< Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych >	Platforma współpracy z przedsiębiorcami.
< Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych >	<ul style="list-style-type: none"> • Udział przedstawicieli Banku w szkoleniach z udziałem przedstawicieli KNF, GPW. • Uczestnictwo w opiniowaniu projektów aktów prawnych z zakresu działania rynków kapitałowych.
< Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa >	Partnerstwo na rzecz wspólnego wpływania na kształt życia gospodarczego obu krajów.
< Izba Przemysłowo-Handlowa >	Promocja działalności BRE Banku w kraju i za granicą.
< Organizacja Audytorska IIA >	Wypracowywanie wspólnych standardów i procedur postępowania audytorskiego.
< Międzynarodowe Stowarzyszenie Ekspertów ds. Ryzyka Finansowego PRIMA >	Propagowanie najlepszych praktyk w zakresie zarządzania ryzykiem finansowym oraz integracja polskiego środowiska ekspertów specjalizujących się w zarządzaniu ryzykiem finansowym.

Członkostwa w organizacjach naukowych

◀ Polskie Towarzystwo Ekonomiczne ▶

Doradztwo i korzystanie z form działalności Towarzystwa służących podnoszeniu kwalifikacji zawodowych Pracowników Banku.

◀ Lubelskie Towarzystwo Naukowe ▶

Dostęp do materiałów i wyników projektów badawczych prowadzonych przez Towarzystwo.

Członkostwa w organizacjach społecznych i promujących odpowiedzialny biznes

◀ Forum Odpowiedzialnego Biznesu ▶

Współpraca w ramach Programu Partnerstwa jest zobowiązaniem do stałego promowania koncepcji zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej biznesu w otoczeniu biznesowym i społecznym BRE Banku.

◀ UNDP Global Compact ▶

BRE Bank identyfikuje się i przestrzega we wszystkich sferach swojej działalności 10 fundamentalnych zasad Global Compact, do których zaliczają się postanowienia z zakresu respektowania praw człowieka, zachowywania standardów pracy, ochrony środowiska naturalnego oraz przeciwdziałania korupcji.

◀ Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji ▶

Poprawa sytuacji osób niepełnosprawnych w Polsce dzięki kształtowaniu świadomości społecznej w zakresie niepełnosprawności, a także wspólne urzeczywistnianie integracji osób z niepełnosprawnością, opartej na współistnieniu, współpracy i partnerstwie we wszystkich relacjach życia obywatelskiego.

2.4. ◀ Relacje z Klientami ▶

Klient ma zawsze rację, a jak nie – patrz punkt pierwszy. Tę anegdotę przytacza wiele podręczników zarządzania, ale w praktyce niewiele firm potrafi autentycznie w słuchać się w potrzeby Klientów, jeszcze mniej umie utrzymywać z nimi aktywne, zażyłe relacje. W sektorze finansowym przez lata dominował tradycyjny, konserwatywny model kontaktów, w którym Klient był tylko petentem onieśmielającej biurokracją i konserwatywnym instytucji.

Tę hegemonię „marmurowej” bankowości przełamał dopiero mBank, który nie tylko zaoferował innowacyjne usługi, ale i niespotykaną wcześniej otwartość na Klienta. mRada, forum, blog, spotkania z Klientami – od momentu, w którym mBank rzucił wyzwanie tradycyjnej bankowości minęło już 9 lat i na arenie finansowej pojawiło się wielu nowych graczy, ale ciągle mBank pozostaje liderem pod względem pionierskich sposobów współpracy i komunikacji z Klientami.

Podobne wartości i zasady w relacjach z Klientami wyznają wszystkie inne linie biznesowe naszej organizacji. Warto podkreślić, że jesteśmy z Klientami na dobre i na złe, umiemy rozmawiać z nimi także wtedy, gdy mamy różne zdania (zarządzanie informacją podczas problemów „starego portfela” kredytów hipotecznych czy opcji walutowych).

Informacje dodatkowe

Hegemonię „marmurowej”
bankowości przełamał dopiero

mBank 

który nie tylko zaoferował
innowacyjne usługi, ale
i niespotykaną wcześniej
otwartość na Klienta:

- mRada,
- forum,
- blog,
- spotkania z Klientami.

» www.mbank.pl/blog

» www.mbank.pl/forum

Informacje dodatkowe

Wyniki badania satysfakcji Klientów korporacyjnych bardzo nas cieszą: z sondaży prowadzonych w latach 2005-2007 wynika, że 91-94% (zależnie od segmentu) Klientów korporacyjnych zdecydowanie poleciłoby nasz Bank komuś, kto chciałby skorzystać z usług bankowych dla biznesu.

⟨ Klienci korporacyjni ⟩



BRE BANK SA

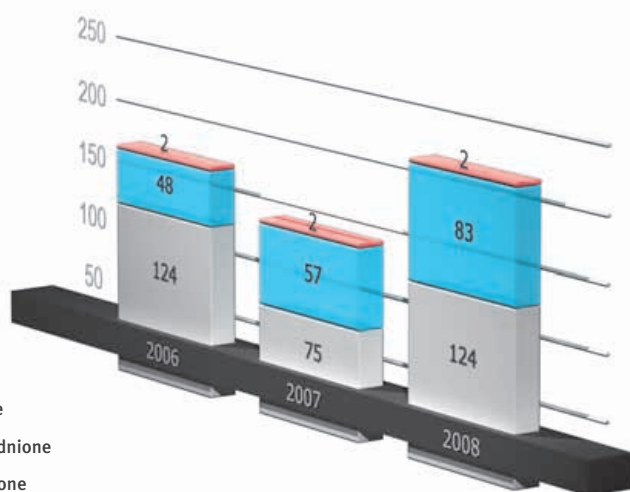
Od lat jesteśmy w czołówce banków najchętniej wybieranych przez Klientów korporacyjnych. Wysoka pozycja w rankingach i grono wiernych Klientów – ambasadorów marki mogłoby uśpić niejedną firmę, ale my nieustannie staramy się zmieniać, by jeszcze lepiej wpisywać się w oczekiwania Klientów i przyczynić się do wzrostu ich zadowolenia z naszych usług. W tym celu od czterech lat prowadzimy **regularne badania satysfakcji Klientów korporacyjnych**.

Wyniki tych badań bardzo nas cieszą: z sondaży prowadzonych w latach 2005-2007 wynika, że 91-94% (zależnie od segmentu) Klientów korporacyjnych uważa naszą ofertę za najlepszą i zdecydowanie poleciłoby nasz Bank komuś, kto chciałby skorzystać z usług bankowych dla biznesu.

W 2008 r. zapytaliśmy Klientów, czy uważają BRE Bank za najlepszą ofertę dla swojej firmy. Takiego zdania było – zależnie od segmentu – od 67% (segment K3) do 85% Klientów (segment K2). Rezultaty tych badań są dla nas jednocześnie ogromnym wyzwaniem do utrzymania tak wysokich not w przyszłości. Chcemy i umiemy temu wyzwaniu sprostać. Istotny aspekt relacji z Klientami to **sprawne i skuteczne rozpatrywanie reklamacji**. Zasady ewidencjonowania, rozpatrywania oraz analizowania składanych skarg i reklamacji skodyfikowaliśmy w „Regulaminie kontroli wewnętrznej BRE Banku”.

Najważniejsze jego zapisy to:

- ▶ 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.
- ▶ „Sercem” systemu są centralne rejestry reklamacji i skarg. Pozwalają one nie tylko możliwie szybko rozpatrzyć wniosek klienta, ale i pełnią szczególną rolę informacyjną – analiza przyczyn powstawania reklamacji i skarg pomaga nam usprawniać procedury oraz modyfikować produkty.
- ▶ Prowadzimy odrębne centralne rejestry dla Klientów korporacyjnych i detalicznych (ten drugi wspomagany jest systemem informatycznym Remedy). Analizę skarg i reklamacji Klientów korporacyjnych oraz Klientów Private Banking prowadzi Departament Audytu Wewnętrznego.



W 2008 r. Klienci korporacyjni i Private Banking złożyli 209 reklamacji. To liczba przewyższająca wprawdzie poziom z lat 2006 (174 zgłoszeń) i 2007 (134), ale ciągle znikoma, jeśli zważyć na skalę naszego zaangażowania w sektorze korporacyjnym i liczbę obsługiwanych Klientów. Analiza reklamacji z 2008 roku wykazała, że 40% reklamacji Klientów było nieuzasadnionych. W pozostałych przypadkach były one uzasadnione (124 reklamacje). W 94% przypadków odpowiedzi udzielono w obowiązującym terminie 30 dni.

WYKRES 05 Reklamacje Klientów korporacyjnych i Private Banking



BRE BANK SA

⟨ Klienci detaliczni ⟩



mBank

mBank, jako jedna z pierwszych marek w Polsce, zbudowała swoją przewagę na partnerskich relacjach z Klientami. Szczerość, rzetelność, otwartość, odpowiadanie na rzeczywiste potrzeby Klientów to z jednej strony rezygnacja ze skomplikowanej i zagmatwanej komunikacji (w mBanku nie ma oślawionych „gwiazdek” i „drobnych druczków”), z drugiej – oferowanie tylko takich produktów, których naprawdę potrzebują. Dzięki zaufaniu, jakim darzą nas Klienci, możemy budować głębsze, trwalsze relacje oraz modyfikować usługi i funkcjonalności zgodnie z oczekiwaniami Klientów.

Sukces mBanku to zastuga nie tylko bezkonkurencyjnych parametrów merytorycznych oferty, ale i pewnej aury, która od początków towarzyszyła pierwszemu wirtualnemu bankowi w Polsce. Dziś mBank to coś więcej niż miejsce zawierania transakcji, lokowania, pożyczania pieniędzy. To autentyczna społeczność, której członkowie komunikują się między sobą, zawierają znajomości, wymieniają informacje, komentują wydarzenia, nie tylko z życia Banku.

Członkowie tej społeczności to osoby bardzo świadome oferty, wnoszące do relacji Klient – Bank wiele cennych informacji w postaci swojej wiedzy i doświadczenia. Grupę Klientów zgromadzonych wokół mBanku wyróżnia także otwartość na innowacyjne rozwiązania i najnowocześniejsze technologie. Warto zauważyć, że w skład tej społeczności wchodzi różna, ale wzajemnie uzupełniająca się grupa osób – od początkujących Klientów mBanku, przez poszukującego informacji po liderów opinii.

mBank stwarza swoim obecnym i przyszłym Klientom wiele możliwości współkształtowania oferty Banku oraz tworzenia wyjątkowej społeczności wokół Banku. Mimo rozwoju placówek naziemnych, podstawowym obszarem działania i komunikowania się mBanku pozostaje Internet. To naturalne środowisko mBanku, dlatego bierzemy czynny udział w przemianach i jesteśmy wrażliwi na rodzące się w sieci trendy. Wierzymy, że kluczem do sukcesu w komunikacji internetowej jest autentyczność.

⟨ mRada ⟩

Ciała doradcze złożone z Klientów to unikat na polskim rynku, nie tylko w sektorze finansowym. mRada funkcjonuje nieprzerwanie od 2000 r. Jej członkowie są obecnie wybierani na dwuletnie kadencje przez Klientów na forum bankowym, a następnie na podstawie Kodeksu Honorowego zapraszani do bezinteresownego udziału w jej pracach. mRada funkcjonuje jako lista mailingowa, na której toczą się dyskusje przedstawicieli Klientów z Pracownikami Banku. mRada otrzymuje informacje niedostępne dla wszystkich Klientów, na przykład opiniuje nowe rozwiązania, konsultuje je z innymi Klientami i jest ambasadorem marki w Internecie. Bliski kontakt i dostęp do informacji, nawet poufnych, pogłębia zaufanie i relacje międzyludzkie.

⟨ Forum ⟩

Platforma spotkań, wymiany opinii i wiedzy na temat oferty mBanku działa nieprzerwanie od kwietnia 2001 r. Opiera się na prostych i przejrzystych zasadach dotyczących publikacji, zawartych w etykiecie. Obecnie posiada blisko 21 tys. zarejestrowanych uczestników. Ich aktywność jest bardzo duża – codziennie na forum pojawia się średnio ponad 140 wypowiedzi.

⟨ Blog ⟩

To kolejny owoc ścisłego związku unikalnego modelu mBanku z Internetem. mBank jako jedna z pierwszych instytucji finansowych, już w 2007 r., zdecydowała się na komunikację z Klientami za pośrednictwem blogu. To jednocześnie pierwsze tego typu narzędzie prowadzone oficjalnie na stronach internetowych Banku w Polsce – do tej pory można było spotkać jedynie blogi analityków czy managerów, związanych z poszczególnymi instytucjami.

Blog mBanku przykuwa uwagę i wciąga w dyskusję. Jest to możliwe dzięki szerokiemu zaangażowaniu Pracowników. Swoje artykuły publikują nie bankowi eksperci, ale także mRadni. W biuletynach, trafiających do naszych Klientów zachęcamy wszystkich zainteresowanych do dzielenia się swoimi przemyśleniami. Obecnie blog mBanku ma ponad 45 autorów i jednego redaktora.

Blog jest jednym z najchętniej odwiedzanych miejsc w serwisie informacyjnym mBanku. Średnia liczba wizyt w miesiącu przekracza 220 tys.

Informacje dodatkowe

Blog jest jednym z najchętniej odwiedzanych miejsc w serwisie informacyjnym mBanku. Średnia liczba wizyt w miesiącu przekracza **220 tys.**



» www.mbank.pl/blog

Informacje dodatkowe



» www.mspolecznosc.pl

« mSpolecznosc.pl »

Popularność tego serwisu jest najlepszym dowodem na to, że mBank to coś więcej niż bank. Członkowie serwisu angażują się nie tylko w dyskusje o produktach czy funkcjonalności systemu transakcyjnego Banku, ale coraz częściej biorą udział w akcjach charytatywnych, nierzadko sami je inicjując. mBank od 2001 r. na stronach mSpolecznosc.pl zachęca Klientów do wspierania potrzebujących. Klienci zjednoczeni wokół tej idei przekazują od lat środki na rzecz WOŚP, fundacji czy stowarzyszeń ogólnopolskich bądź lokalnych.

Inne inicjatywy mBanku na polu zaangażowania społecznego:

« Audyt oferty produktowej mBanku pod kątem dostosowania do potrzeb osób niepełnosprawnych »

Ocenę dostępności usług mBanku do potrzeb osób niewidzących i słabowidzących prowadzili specjaliści ze Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji. Trwający od grudnia 2008 r. do marca 2009 r. audyt pozwolił zlokalizować bariery i utrudnienia, z jakimi stykają się osoby niepełnosprawne podczas korzystania z usług Banku. Osoby z dysfunkcjami wzroku badały zarówno procesy jak i procedury, otwierały konta, dokonywały operacji, korzystały z usług mLinii. Ich spostrzeżenia zaowocowały wprowadzeniem modyfikacji procedur i wytycznych dla kurierów dostarczających umowy o prowadzenie rachunków; wprowadzono również dodatkową procedurę przyjmowania dyspozycji od Klientów, nie mogących skontaktować się z mLinia ze względu na niepełnosprawność.

Obserwacje **PRICEWATERHOUSECOOPERS**

Jednym z istotnych elementów odpowiedzialności i dbałości o Klienta jest dostępność oraz funkcjonalność usług bankowych dla osób niepełnosprawnych. W trakcie wizyt w siedzibie mBanku, przeprowadziliśmy wywiady z osobami nadzorującymi inicjatywy skierowane na poprawę dostępności usług finansowych dla osób niepełnosprawnych. Zaprezentowane nam materiały, jak również rozmowa z ekspertami Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji oraz wyniki przeprowadzonego przez nich Audytu Architektonicznego, wskazują na aktywność Banku w obszarze jak najlepszego przystosowania swojej oferty dla osób niepełnosprawnych.

« Badanie satysfakcji Klientów mBanku »

mBank prowadzi stały monitoring poziomu satysfakcji Klientów. Głównym wskaźnikiem wykorzystywanym w badaniach jest Odsetek Promotorów Netto (Net Promotor Score), czyli odsetek osób gotowych polecić daną markę rodzinie/przyjaciółom/znajomym. Poniższą metodologię wykorzystujemy zarówno przy okazji dużych badań, zlecanych firmom zewnętrznym, jak i w naszych własnych badaniach, realizowanych wśród Klientów przez Pracowników mBanku.

Opis metodologii badania Odsetka Promotorów Netto (OPN)

PYTANIE	Na ile prawdopodobne jest to, że polecił(a)by Pan(i) tego właśnie doradcę [z którym miał(a) Pan(i) ostatnio kontakt] przyjacielowi lub znajomemu? Proszę posłużyć się skalą od 1 do 5, na której 1 oznacza, że na pewno nie polecił(a)by Pan(i) tego doradcę, a 5 oznacza, że z całą pewnością polecił(a)by im Pan(i) tego doradcę.
SPOSÓB POMIARU	Skala pytania ustalona jest od 1 do 5 (wskazanie „5” oznacza największe prawdopodobieństwo rekomendacji marki). Na podstawie odpowiedzi zbudowana jest struktura 3 grup respondentów: „PROMOTORÓW” (odpowiedzi 5), „PASYWNYCH” (4) oraz „KRYTYKÓW” (1-3). Wynik OPN uzyskuje się poprzez różnicę: Promotorów i Krytyków.



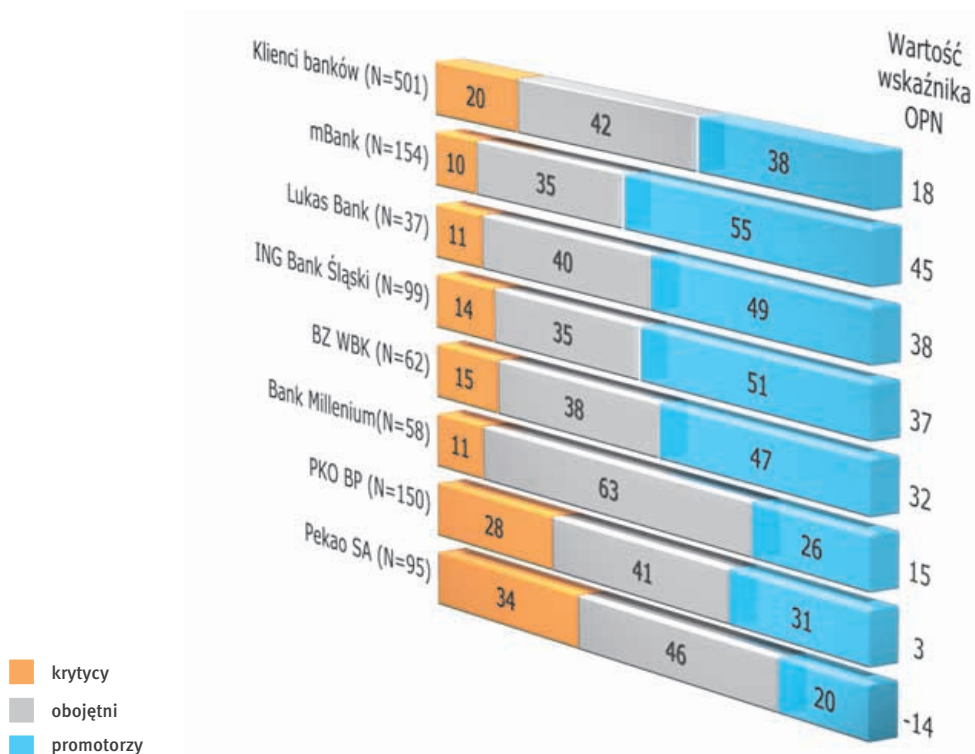
< Badania własne >

Badania własne, prowadzone w 2008 roku dotyczyły poziomu satysfakcji naszych Klientów z obsługi w punktach mBanku (Centrach Finansowych oraz mKioskach). Warto podkreślić jest wyjątkowo wysoki poziom zadowolenia Klientów z kontaktu z doradcami w naziemnej sieci sprzedaży – na koniec 2008 roku odsetek promotorów netto wyniósł 81%. Badanie to prowadzone jest co miesiąc, metodą wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo (CATI), na reprezentatywnej próbie 600-700 Klientów mBanku, którzy odwiedzali nasze placówki.

< Badania zlecone >

W styczniu 2009 roku firma Pentor RI przeprowadziła na zlecenie mBanku badanie wizerunku marek bankowych działających na polskim rynku. Badanie zostało zrealizowane metodą wywiadów osobistych wspomaganych komputerowo (CAPI), na reprezentatywnej próbie 154 Klientów mBanku oraz 501 Klientów największych banków, a jego celem było m.in. określenie znajomości, wizerunku, oczekiwań i preferencji oraz poziomu satysfakcji z banków. W istocie badanie odwoływało się do doświadczeń i opinii Klientów, dotyczących roku 2008.

Wyniki badania pokazują, że Klienci mBanku są bardzo zadowoleni z jego usług i wykazują największą na rynku gotowość do polecenia swojego Banku innym. Podczas gdy średnia rynkowa wartość Odsetka Promotorów Netto (OPN) to 18%, wśród naszych Klientów jest to 45% (2,5 raza więcej). Wartość wskaźnika OPN dla mBanku i największych banków prezentuje poniższy wykres.



WYKRES 06. Wartość wskaźnika OPN dla mBanku i największych banków

Ponadto, co kwartał we wszystkich placówkach mBanku prowadzimy badanie typu „mystery shopping” realizowane przez firmę badawczą Pentor.

Tajemniczy Klienci audytują Pracowników obsługujących kredyty hipoteczne, kredyty gotówkowe oraz karty kredytowe, sprawdzając, czy obsługa Klienta jest na odpowiednio wysokim poziomie, zgodna ze szczegółowo określonymi standardami mBanku. Wyznaczone standardy obejmują m.in. takie obszary, jak: komunikacja z Klientem, obsługa reklamacji, zachowanie czystości w placówce, odpowiedni ubiór, identyfikacja potrzeb Klienta oraz prezentacja produktów. Na koniec 2008 roku poziom spełnienia standardów wyniósł 90%.

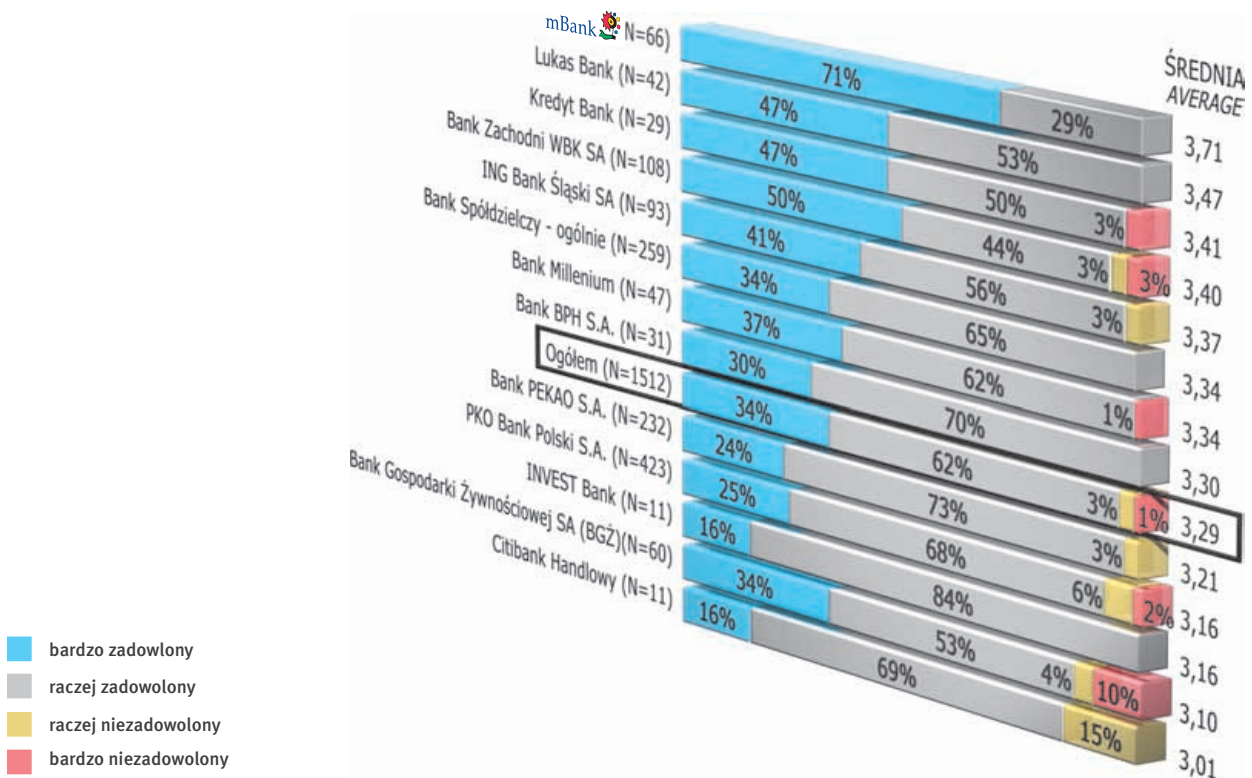
⟨ Badania zewnętrzne ⟩

Pozycję Banku potwierdzają także wyniki Audytu Bankowości Detalicznej, realizowanego przez firmę Pentor. Audyt Bankowości Detalicznej jest badaniem syndykatowym, regularnie monitorującym opinie, postawy i zachowania ludności wobec banków oraz korzystanie z usług i produktów bankowych.

Badanie prowadzone jest od początku 2002 roku, jako powtarzalne badanie konsumenckie, realizowane metodą wywiadów osobistych wspomaganym komputerowo (CAPI) na reprezentatywnej, losowej próbie ludności kraju w wieku powyżej 15 lat. Dane są gromadzone w comiesięcznych falach, w których każdorazowo uczestniczy 1000 osób.

⟨ Wyniki części audytu, dotyczące poziomu satysfakcji Klientów ⟩

W 2008 roku raz na kwartał pytano Klientów największych polskich banków: *Czy jest Pan(i) zadowolony(a) z usług tego banku?* Na koniec 2008 roku aż 71% Klientów mBanku odpowiedziało, że jest bardzo zadowolony z naszych usług, natomiast 29% Klientów mBanku poziom swojego zadowolenia określiło mianem: jestem raczej zadowolony. Cieszy nas bardzo, że najwyższy poziom zadowolenia z usług bankowych wyrazili właśnie Klienci naszego Banku. Ten wynik motywuje nas do ulepszania naszej oferty, by poziom zadowolenia wśród osób korzystających z naszych usług się stale zwiększał. Poniżej przedstawiamy wyniki badania z 4. kwartału 2008 r.



WYKRES 07. Badanie satysfakcji klientów - wyniki za 4. kwartał 2008 roku

Obserwacje PRICEWATERHOUSECOOPERS

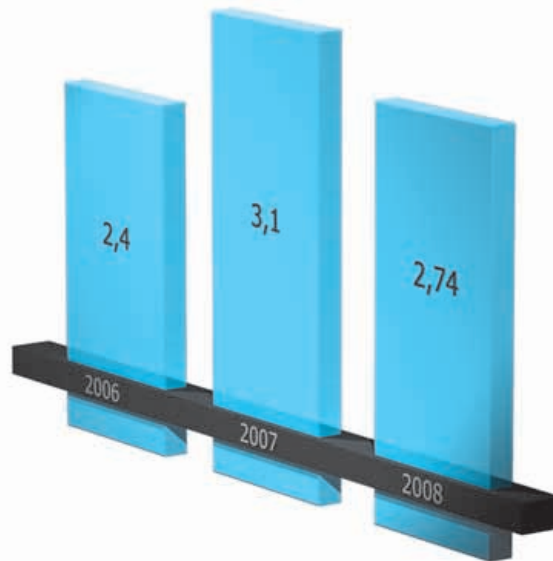
Podczas spotkań z przedstawicielami BRE Banku – zarówno części korporacyjnej jak i detalicznej (mBanku oraz Multibanku) przeprowadziliśmy szereg rozmów z osobami odpowiedzialnymi za obszar relacji z Klientami. Przedstawiono nam wyniki towarzyszących temu procesowi zewnętrznych badań satysfakcji Klientów przeprowadzonych przez agencję badawczą Pentor, co wskazuje na przykładanie przez BRE Bank dużej wagi do procesu monitorowania zadowolenia swoich Klientów z oferowanych im usług i produktów.



Obstuga reklamacji w mBank

Podobnie jak w segmencie bankowości korporacyjnej, także w mBanku na bieżąco prowadzimy monitoring reklamacji, pozwalający na wykrywanie wszelkich nieprawidłowości występujących w procesach, a głosy Klientów są dla nas przyczynkiem do modyfikacji funkcjonalności produktów, procesów i procedur. Analizujemy również na bieżąco czas udzielenia odpowiedzi Klientowi, dokładając wszelkich starań, by ten czas był możliwie najkrótszy. W 2008 r. średni czas rozwiązania reklamacji wyniósł 16 dni, przy czym 56% zażaleń Klientów zostało rozwiązanych w czasie do 7 dni, a 74% do 14 dni.

W 2008 roku wskaźnik liczby reklamacji na 1000 Klientów wyniósł 2,74 (w skali roku), a w przeliczeniu na 10 000 transakcji 2,69.



Klienci mBanku

WYKRES 08. Liczba reklamacji na 1000 Klientów w latach 2006-2008

	2008
Liczba reklamacji / 1000 Klientów	2,74
Liczba reklamacji / 1000 transakcji	2,69
Średni czas rozwiązania reklamacji	16 dni
Udział reklamacji rozwiązanych do 7 dni	56%
Udział reklamacji rozwiązanych do 14 dni	74%

MultiBank



< Relacje z Klientami >

MultiBank to głównie Bank z polecenia. Rekomendacje naszych Klientów to nasza duża siła. Staramy się, aby nasi Klienci byli nie tylko petentami, ale partnerami. Tworzymy z nimi przyjazne relacje, które procentują. Szczególną grupą są Klienci Aquarius. Klub Aquarius to model obsługi Klientów zamożnych w MultiBanku, który zawiera w sobie pakiet standardowych produktów i usług bankowych, oferowanych Klientom na korzystniejszych warunkach oraz pewną „wartość dodaną”. Ta wartość dodana nie jest związana bezpośrednio z bankowością, jednak to właśnie dzięki niej kreowana jest społeczność Klubu i oferta Klub Aquarius wyróżnia się na rynku bankowym. Idea Klubu wyrasta z przekonania, że świat finansów to nie tylko inwestycje, oszczędzanie i pomnażanie pieniędzy, ale również pewien styl życia i sposób bycia. Klub Aquarius pragnie dać swoim członkom poczucie wspólnoty i przynależności do wąskiej i elitarniej grupy najlepszych Klientów MultiBanku. Ta budowa i rozbudowa emocjonalnych więzi z Klientem w Klubie Aquarius jest realizowana poprzez rozszerzoną komunikację, łączność z Klientami oraz indywidualny i zaangażowany sposób obsługi. Efektem tych działań w dłuższym terminie jest powiązanie emocjonalne Klientów z Bankiem i dużo mniejsza liczba klientów chętnych do zmiany Banku, pomimo rosnącej konkurencji ofertowej i cenowej innych banków oraz długoterminowa stabilność aktywów Banku.

Każdy Klient Aquarius posiada dedykowanego osobistego doradcę, który jest jego opiekunem. Pomaga Klientowi poruszać się w świecie finansów, wyjaśnia wątpliwości, tłumaczy mechanizmy działania produktów bankowych, informuje o nowościach w Banku itp. Doradca posiada szeroką wiedzę nie tylko o najnowszych produktach, ale także o aktualnych wydarzeniach z branży gospodarczej i finansowej. Obsługa Klientów Aquarius odbywa się w wydzielonych, komfortowych pokojach, zapewniających spokój podczas podejmowania ważnych decyzji finansowych.

Pokoje Aquarius to nie jedyne miejsce spotkań doradca-klient. Wspólnie wspinamy się po górach lub pływamy „Pod żaglami MultiBanku”. Osoby lubiące mniej ekstremalne aktywności spotykają się na wydarzeniach kulturalnych, klubowych imprezach, premierowych pokazach samochodów czy wyszukanych degustacjach. Jest to czas i miejsce aby w swobodnej atmosferze porozmawiać nie tylko o finansach. Wiedząc, że każdy z nas jest inny, nie poprzestajemy tylko na bezpośredniej relacji człowiek-człowiek.

Z myślą o członkach klubu Aquarius powstał serwis www.klubaquarius.pl, za pomocą którego Klienci mogą wziąć udział w konkursach okolicznościowych, zapoznać się z nowościami oraz ze specjalną ofertą rabatową, czy po prostu sprawdzić telefon i e-mail do swojego doradcy. Wirtualny Klub Aquarius to miejsce dla ludzi z pasją, osób o nieprzeciętnych zainteresowaniach, czego dowodem są „strony klubowiczów”, które pozwalają autorom zaprezentować siebie, a także podzielić się z innymi Członkami Klubu swoimi niecodziennymi pasjami. Strony Klubowiczów znakomicie umożliwiają także wymianę kontaktów na płaszczyźnie biznesowej.



< Działania regionalne >

W ciągu ostatniego półtora roku w MultiBanku przeprowadzono szereg działań regionalnych, które miały na celu wzmocnienie relacji z Klientami. Na terenie całej Polski organizowano różnorakie spotkania, na które zapraszani byli nasi Klienci. Należą do nich warsztaty m.in. florystyczne, śniadania biznesowe, pikniki, prezentacje i szkolenia z zakresu inwestowania m.in. z partnerami biznesowymi Banku, degustacje. MultiBank współuczestniczył również w organizowanych świętach miast i społeczności lokalnych. Inspiracje do prowadzonych działań pochodziły od Pracowników placówek MultiBanku. Zgłaszane inicjatywy uwzględniały specyfikę regionalną i potrzeby mieszkańców różnych regionów Polski. Dzięki takim spotkaniom budujemy z naszymi Klientami trwałe relacje. Dają one możliwość bezpośrednich kontaktów, poza środowiskiem bankowym. Takie relacje owocują wzrostem lojalności do naszego Banku.



BRE BANK SA

◀ Komunikacja z Klientami ▶

Unikalnym znakiem rozpoznawczym MultiBanku jest wielokanałowość. Dotyczy ona zarówno form dostępu i możliwości zarządzania finansami osobistymi (od obsługi w nowoczesnych oddziałach po innowacyjną internetową platformę transakcyjną), jak i naszej komunikacji z Klientami. Nasi Klienci mogą wybrać najdogodniejszy dla siebie sposób kontaktu z bankiem:



komunikaty do rachunku

– krótkie informacje o promocjach i zmianach w standardowej ofercie;



SMS

– treściwe komunikaty o nowościach lub najistotniejszych zmianach w ofercie;



mailingi

– informacje produktowe oraz informacje o otwarciu nowych placówek;



newsletter

– najnowsze informacje o MultiBanku, promocje i oferty specjalne.

Klient może decydować o jego zawartości, wybierając w momencie zapisu interesującą go tematykę;



Wiadomości z MultiBanku

– najnowsze informacje o ofercie dla klientów indywidualnych, dotyczące rachunków osobistych, kart płatniczych, aktualnych konkursów i promocji;



Biuletyn Inwestycyjny Centrum Oszczędzania

– informacje o nowoczesnym inwestowaniu dla aktualnych i przyszłych posiadaczy bezpłatnej usługi maklerskiej oraz rachunku inwestycyjnego;



Wydarzenia Klubu Aquarius

– wiadomości z Klubu Ekskluzywnej Bankowości MultiBanku;



Bezpieczeństwo

– najważniejsze informacje o bezpieczeństwie korzystania z usług MultiBanku za pośrednictwem kanałów zdalnych, w tym Internetu;



Oferty MultiPasażu

– korzystne oferty zakupów on-line bez wychodzenia z domu, oferty specjalne w atrakcyjnych cenach;



Promocje w doładowaniach

– najnowsze informacje o promocjach i ofertach specjalnych doładowań telefonów komórkowych.

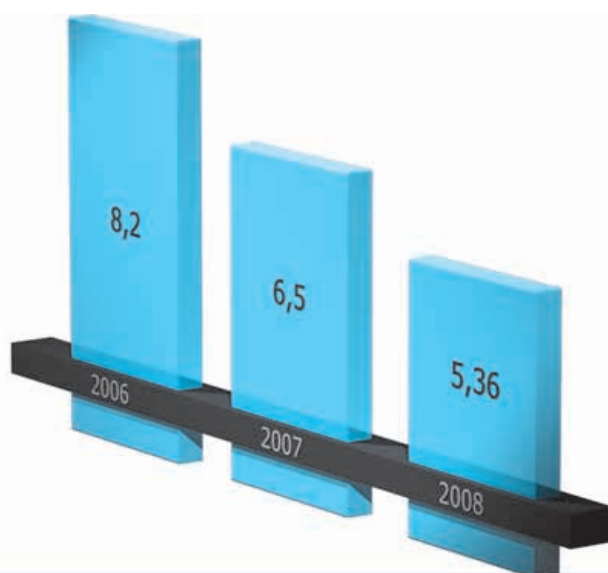
Staramy się łączyć wykorzystanie nowoczesnych narzędzi marketingowych z dbałością o komfort i prywatność Klientów, dlatego w grudniu 2007 r. wprowadziliśmy politykę częstotliwości kontaktu z Klientami MultiBanku. Dla każdego z kanałów określono maksymalną ilość komunikatów (2 telefony, pięć komunikatów w serwisie transakcyjnym, dwa SMS-y, cztery e-maile, jedna korespondencja tradycyjna miesięcznie).

◀ Obsługa reklamacji w MultiBanku ▶

Swoboda wyboru najbardziej wygodnego dla Klienta kanału dotyczy również procesu składania reklamacji. Zarówno sam wniosek, jak i odpowiedź Banku mogą być przekazane telefonicznie, listownie (w tym e-mailem) bądź podczas osobistego spotkania.

Reklamacje to zawsze okres testu, którego wiele firm nie zdaje. MultiBank ma na tym polu czym się pochwalić. Przede wszystkim z roku na roku spada liczba reklamacji (z 8,2 na 1000 Klientów w 2006 r. do 5,36 w 2008 r.), co potwierdza trafność konstrukcji oferty Banku, bezawaryjność procesów oraz adekwatność procedur do oczekiwań Klientów.

Po drugie, wiele takich potencjalnie konfliktowych zdarzeń potrafimy wykorzystać do zacieśnienia więzów z Klientem. Dowód? Aż 32% Klientów ankietowanych w I kwartale 2009 r. przyznało, że proces reklamacyjny zachęcił ich do szerszego korzystania z usług MultiBanku. Z tych samych badań wynika, że z terminowości rozpatrzenia reklamacji zadowolonych bądź bardzo zadowolonych było 57% Klientów, a 62% uznało, że wnioski zostały rozpatrzone poprawnie i skutecznie. Wysokie noty zbierają także pracownicy zaangażowani w przyjęcie i rozpatrzenie reklamacji – zadowolonych z kontaktów z nimi było aż 72% Klientów.



Klienci MultiBanku

WYKRES 09. Liczba reklamacji na 1000 Klientów w latach 2006-2008

	2008
Liczba reklamacji / 1000 Klientów	5,36
Liczba reklamacji / 1000 transakcji	4,12
Średni czas rozwiązania reklamacji	16 dni
Udział reklamacji rozwiązanych do 7 dni	48,5%
Udział reklamacji rozwiązanych do 14 dni	69,5%



Zależy nam na zrozumieniu oczekiwań i zachowań odbiorców produktów, wierząc, że to najważniejsza „cegielka” w procesie budowania bazy lojalnych, aktywnie korzystających z usług MultiBanku, Klientów. Dlatego sukcesywnie monitorujemy satysfakcję Klientów, a wnioski z badań wykorzystujemy do modyfikacji portfolio procesów i procedur. Wyniki badań mogą napawać nas dumą. Przykładowo, w przeprowadzonym w 2008 r. badaniu „Customer Satisfaction”, średni wskaźnik satysfakcji wyniósł 4,3 (w skali 1 do 5), co można zinterpretować jako fakt, że aż 82,5% ankietowanych Klientów jest zadowolonych z korzystania z MultiBanku. Z tego badania wiemy również, że 89% Klientów poleciłoby MultiBank znajomym i rodzinie, 86% Klientów jest zadowolonych z obsługi Klienta w MultiBanku, a 84% Klientów uważa, że obsługa w MultiBanku jest lepsza niż w innych bankach.

W celu jeszcze lepszego monitorowania zadowolenia Klientów, od 2009 r. badamy skłonność Klientów do polecenia MultiBanku bliskim metodologią Net Promotor Score. W tym celu miesięcznie przeprowadzamy ponad 2000 wywiadów z Klientami korzystającymi z placówek MultiBanku lub Multilinii.

Zgodność obsługi Klientów z przyjętymi w Banku standardami monitorujemy również za pomocą badań typu „mystery shopping”. W 2008 roku zostały wykonane dwie fale badania, w 2009 – też dwie, a jesienią zostanie wykonana kolejna. Badaniu są poddawani pracownicy sieci placówek, contact center oraz przedstawiciele Banku.

Wysoką jakość naszej obsługi w oczach Klientów potwierdzają niezależne badania i nagrody – MultiBank zdobył „Godto Jakości Obsługi 2008”, zajmując w tym rankingu pierwsze miejsce w kategorii banki.



Stopień realizacji standardu obsługi w poszczególnych kanałach:

	2008
Sieć placówek	84%
Contact Center	82%
Zewnętrzna sieć agencyjna	89%

⟨ Komunikacja marketingowa ⟩

W październiku 2008 roku Komisja Nadzoru Finansowego wystosowała do przedstawicieli sektora bankowego rekomendację wraz ze wskazówkami i zasadami reklamowania usług bankowych. W listopadzie analogiczną rekomendację przedstawiła Komisja Etyki Bankowej przy Związku Banków Polskich. Jej celem było zwrócenie uwagi na to, że przekaz marketingowy w Bankach musi cechować się odpowiedzialnością.

W ślad za rekomendacjami wprowadziliśmy w styczniu 2009 r. nową politykę decydującą o opracowywaniu i rozpowszechnianiu reklam produktów i usług przez niego oferowanych. Jasno definiuje ona, jak konstruować przekaz reklamowy, by nie wprowadzać Klienta w błąd i nie poddawać w wątpliwość solidności innych banków. Dokument zawiera również zapis o tym, że informacje zawarte w reklamie oferty produktowej powinny być sformułowane w sposób precyzyjny i zrozumiały dla Klienta. Od momentu wprowadzenia w życie dokumentu wszystkie reklamy przed emisją poddawane są weryfikacji Departamentu Prawnego.

Informacje dodatkowe



Więcej w rozdziale
Kompetencje, strona 110



Więcej w sekcji Relacje ze
społeczeństwem,
strona 88

< Sponsoring >

Zawsze byliśmy zainteresowani wspieraniem interesujących i nietuzinkowych projektów. By działać w sposób usystematyzowany i konsekwentny, spójny z wizerunkiem marek wchodzących w skład naszej Grupy, na początku 2009 roku zatwierdziliśmy strategię działań eventowo-sponsoringowych na lata 2009 – 2011.



BRE BANK SA



Spotkania merytoryczne o tematyce finansowej/ekonomicznej (konferencje, seminaria, warsztaty)



Wydarzenia o charakterze rozrywkowym – sporty masowe, projekty artystyczne muzyki alternatywnej, literatura współczesna, itp.



MultiBank



Działania regionalne, wspierające m.in. przedsiębiorczość wśród dzieci i młodzieży np. kampania Bezpieczne Finanse Twojego Dziecka (Białystok), Program Młodzi w Łodzi (konkurs dla młodych przedsiębiorców).

2.5. < NA DOBRE I NA ZŁE, czyli jak zachowywaliśmy się w trudnych sytuacjach >

MAŁO KTÓRA FIRMA LUBI I UMIE MÓWIĆ O TYM, JAK STAWIŁA CZOŁA SYTUACJOM KRYZYSOWYM. KULTURA WIECZNEGO SUKCESU NAKAZUJE PUDROWAĆ RZECZYWISTOŚĆ, POKAZYWAĆ TYLKO JASNE KARTY Z HISTORII, A TRUDNE SYTUACJE SKRZĘTNIE „ZAMIATAĆ POD DYWAN”. A PRZECIEŻ KONFLIKTY, RÓŻNICE ZDAŃ, BŁĘDY SĄ NIEUNIKNIONE W KAŻDEJ ORGANIZACJI – Wszak NIE MYLI SIĘ TYLKO TEN, KTO NIC NIE ROBI.

Dlatego nie wypieramy się tego, że i nam przytrafiły się zdarzenia, które kosztowały nas sporo nerwów, stresu i energii na ich szczęśliwe rozwiązanie.

Jako organizacja ucząca się chcemy i potrafimy wyciągać wnioski z błędów, także własnych. Nieskromnie uważamy, że naszej postawy w trudnych sytuacjach nie musimy się wstydić. Zawsze staraliśmy się tak funkcjonować w kryzysie, by niezależnie od jego przyczyny, priorytetowo traktować Klientów i ich potrzeby – szybko informować ich o postępie zdarzeń oraz proponować alternatywne rozwiązania zaistniałego problemu.

Poniżej zamieszczamy opis czterech przypadków, w których – naszym zdaniem – udało nam się dochować wierności tym zasadom.



BRE BANK SA

◀ CASE I (MultiBank) – awaria systemu Visa Europe w Polsce ▶

Wtorek, 15 stycznia 2008 roku, był sądnym dniem dla wielu posiadaczy kart płatniczych z emblematem Visa. Na skutek problemów z księgowaniem niektórych transakcji przez organizację Visa Europe, pojedyncze transakcje mogły zostać zaksięgowane na rachunku Klientów kilku polskich banków od dwóch do nawet kilkunastu razy.

Nie trudno wyobrazić sobie niepokój Klientów, którym nagle z konta znika większość środków, a wielu z nich stoi przed perspektywą zapłaty stałych zobowiązań (np. rat kredytów hipotecznych). Takie rozterki były udziałem ok. 5 tys. Klientów MultiBanku, którzy wypłacali gotówkę z bankomatów innych niż maszyny sieci Euronet.

Chociaż za awarię odpowiadał podmiot zewnętrzny, MultiBank wziął na siebie całe odium zdenerwowania użytkowników kart i zadbał o rozwiązanie, które miało ochronić Klientów. Powołany sztab kryzysowy natychmiast anulował wszystkie operacje gotówkowe i bezgotówkowe wykonane kartami płatniczymi Visa i rozliczone feralnego 15 stycznia br. Dodatkowo, niezależnie od działań firmy Visa, rozpoczęliśmy proces automatycznego zwracania Klientom należnych środków, wstrzymując się jednocześnie z ich ponownym zaksięgowaniem do czasu otrzymania poprawnych informacji od organizacji rozliczeniowej.

Od razu na bieżąco informowaliśmy Klientów o zaistniałej sytuacji, szczególną wagę przywiązywaliśmy do kontaktów z osobami bezpośrednio poszkodowanymi, w celu zapewnienia im, że środki zgromadzone na rachunku bankowym są bezpieczne i zostaną zwrócone. Zobowiązaliśmy się także do rezygnacji z prowizji i opłat, które mogły zostać naliczone w wyniku awarii oraz do pokrycia wszelkich kosztów, które Klienci mogli ponieść z powodu braku dostępu do środków na rachunku. Komunikowaliśmy się z Klientami przy wykorzystaniu wszystkich dostępnych kanałów: za pomocą strony internetowej, indywidualnych komunikatów do rachunków w serwisie transakcyjnym, za pomocą komunikatów na multilinii oraz telefonicznych i SMS-owych akcji skierowanych bezpośrednio do osób, których dotyczył problem.

◀ CASE II (MultiBank) – reklama prasowa lokaty terminowej 8,08% ▶

W październiku 2008 roku Komisja Nadzoru Finansowego zgłosiła zastrzeżenie do jednej z reklam prasowych MultiBanku. Regulator sugerował, że rozmiar czcionki i jej kolor powodują, że przekaz jest nieczytelny dla Klienta. W ocenie KNF, sformułowania użyte w przekazie (dotyczące bezpieczeństwa lokaty) mogły wprowadzać Klienta w błąd. MultiBank w pełni zastosował się do uwag regulatora, zmieniając rozmiar, kolor czcionki oraz sposób ekspozycji tekstu dotyczącego minimalnej kwoty oraz okresu trwania lokaty. Ponadto, poinformowano KNF o pracach nad wewnętrznym aktem prawnym w sprawie reklam produktów i usług oferowanym Klientom BRE Banku.

◀ CASE III (mBank i MultiBank) – problem „starego portfela” ▶

Siły społeczności skupionej wokół mBanku doświadczyliśmy w ubiegłym roku. Klienci, którzy zakwestionowali sposób ustalania oprocentowania kredytów hipotecznych udzielanych w mBanku i MultiBanku, we frankach szwajcarskich zaciąganych przed wrześniem 2006 r., połączyli siły i do dnia dzisiejszego prowadzą akcję przeciwko Bankowi, z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi marketingu i PR (witryny internetowe: www.mstop.pl, www.nabiciwmbank.pl; billboardy, przekazy do mediów etc.).


Klienci oczekują, że przejdą na nowe warunki ustalenia oprocentowania – LIBOR+marża, przy zachowaniu marży z okresu boomu na rynku nieruchomości, gdy wiele banków, walcząc o klienta oferowało marże na poziomie około 1%. Dziś my sami płacimy za franki szwajcarskie nawet dziesięciokrotnie więcej niż przed rozpoczęciem kryzysu, więc staramy się prowadzić otwarty dialog, rozwiewać niejasności, proponować zmianę oprocentowania na uczciwych, rynkowych warunkach, odbiegających jednak od oczekiwań Klientów działających w ramach ruchu konsumenckiego www.mstop.pl i www.nabiciwmbank.pl

Bazując na swoich dotychczasowych doświadczeniach, podjęliśmy otwarty dialog o tym problemie, który rzutuje na relacje z częścią Klientów. Wyszliśmy poza formalną komunikację, odbyliśmy spotkania z Klientami.

Od początku zdarzeń staraliśmy się możliwie najpełniej stosować zasadę uczciwego traktowania całej społeczności Klientów w zakresie warunków kredytowania. Priorytetem było też dla nas zachowanie równowagi pomiędzy satysfakcją Klientów a wymogami rynku, które musimy respektować w dążeniu do satysfakcjonującej akcjonariuszy rentowności.

Informacje dodatkowe

- » www.visaeurope.com
- » www.visa.pl

 Więcej w sekcji
Komunikacja marketingowa,
strona 61

- » www.mstop.pl
- » www.nabiciwmbank.pl

Przypomnijmy chronologię tych zdarzeń:



◀ Jak reagowali Klienci „starego portfela”? ▶

Centrum, wokół którego gromadzą się Klienci są fora mstop.pl i nabiciwmbank.pl – platformy komunikowania się, dzielenia wiedzą, jak i pomysłami akcji, które mają przyciągnąć uwagę mediów. Użytkownicy serwisów są bardzo aktywni, także poza wzmiankowanymi serwisami. Dotychczas oklejali naklejkami własne samochody, wykupili mobilne tablice reklamowe w trzech dużych miastach, aktywnie korzystali z serwisu Blip.pl.

Równolegle prowadzili dialog z regulatorami (zawiadomienia do UOKiK i KNF zaowocowały wszczęciem postępowania z urzędu i pozwem sądowym) oraz samym Bankiem. Publicznie wystosowali swoją propozycję dla BRE Banku. „Najbardziej naturalnym rozwiązaniem wydaje się być taka marża, jak była w dniu zawarcia umowy. To jest to, na co Bank się zgodził, a zarazem to, co zaakceptował Klient, podpisując w dobrej wierze umowę.” – można było przeczytać na www.nabiciwmbank.pl.

◀ Jak zareagowaliśmy na protest? ▶

Od początku akcji protestacyjnej Klientów byliśmy zainteresowani osiągnięciem kompromisu, który pozwalałby pogodzić oczekiwania Klientów z racjami Banku. Wyjściem naprzeciw oczekiwaniom Klientów były propozycje zmiany zasad oprocentowania starych umów, gwarantujące znacznie niższe poziomy marż od proponowanych obecnie nowym Klientom. Nie mogliśmy przystać na spełnienie postulatu, by marże były wynikiem różnicy pomiędzy oprocentowaniem a stawką LIBOR w dniu uruchomienia kredytu.

Dlatego od początku prowadziliśmy otwarty dialog z Klientami z tzw. „starego portfela”, proponując każdemu indywidualnie zmianę sposobu ustalania oprocentowania kredytu. Mogliśmy zaoferować bardzo atrakcyjne warunki (marżę na poziomie ok. 2,3, a więc istotnie poniżej średnich poziomów rynkowych).



23.02.2009

Po spotkaniu z Klientami, Bank przedstawił kolejną ofertę. Propozycja skierowana była do Klientów posiadających kredyty w CHF. Dotyczyła możliwości obniżenia oprocentowania kredytu hipotecznego, w powiązaniu z aktywnym korzystaniem z oferty mBanku. Informacja o ofercie została przesłana Klientom mailem i komunikatem w serwisie transakcyjnym.

27.03.2009

Nastąpiła obniżka oprocentowania kredytów „starego portfela” – w CHF o 0,25 p.p. oraz o 0,8 p.p. w PLN. Bank przypomniał wówczas, przesyłając nowe harmonogramy spłat po obniżce, że oferta przejścia na LIBOR lub WIBOR i marżę (z możliwością obniżenia oprocentowania) jest wciąż aktualna. Klienci otrzymali także komunikaty w serwisie transakcyjnym.

1.09.2009

Składamy Klientom posiadającym kredyty w PLN z najwyższym oprocentowaniem propozycję, która zakłada przejście na system naliczania oprocentowania oparty na stałej marży i WIBOR; zaproponowana marża jest bardzo atrakcyjna, - waha się w granicach 1,8-2%, podczas gdy średnie marże na rynku to 3,5%. Zapraszamy Klientów na spotkania do Centrów Finansowych, na rozmowy z doradcą i podpisanie aneksu.

1.10.2009

mBank wystosował do Klientów posiadających kredyty w CHF w „starym portfelu” kolejną propozycję – obejmującą możliwość przewalutowania kredytu na PLN, na nowych warunkach. Średnia zaproponowana marża wynosi 1,8%. Propozycja objęta pakietem specjalnych usług (money back; mechanizm bilansowania oraz ubezpieczenie na życie), który umożliwia dodatkowe zmniejszenie kosztów kredytów. W dniu przedstawienia oferty 20% Klientów mogło zyskać na kapitale dzięki przewalutowaniu. Oferta obowiązuje do 31 marca 2010 r. i umożliwia przewalutowanie kredytu w tym okresie w wybranym przez Klienta momencie. Klienci otrzymali e-maile i komunikaty transakcyjne.

8.10.2009

Przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów ma się odbyć rozprawa w sprawie dwóch zapisów stosowanych w umowach na odnawialną linię kredytową zabezpieczoną hipoteką.

◀ Jak komunikowaliśmy się z Klientami?▶

- ▶ Na stronie korporacyjnej BRE Banku uruchomiona została specjalna podstrona poświęcona kwestii „starego portfela” http://media.brebank.pl/press/kredyty_hipoteczne
- ▶ W grudniu 2008 r., obserwując rosnące oczekiwania Klientów w zakresie zmiany oprocentowania kredytów, składamy obietnicę, że do końca stycznia 2009 r. podejmiemy decyzję odnośnie propozycji dla Klientów.
- ▶ Zgodnie z obietnicą, 22 stycznia 2009 r. w serwisie transakcyjnym pojawia się komunikat z propozycją przejścia na zasadę LIBOR + marża. Równoległe, do Klientów wysyłane są tradycyjne listy analogicznej treści.
- ▶ Tego samego dnia odbywa się moderowany czat z ekspertem od kredytów tzw. „starego portfela”.
- ▶ 26 stycznia 2009 r. – publikujemy odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania.
- ▶ 27 stycznia 2009 r. – na blogu mBanku pojawia się artykuł „Zrozumieć franka”, wyjaśniający podstawy naszych decyzji, oraz decyzja na temat obniżki oprocentowania (-0,75p.p.) dla celowych kredytów hipotecznych udzielonych w PLN w „starym portfelu”.
- ▶ 2 lutego 2009 r. – publikujemy na blogu propozycję spotkania.
- ▶ 14 lutego 2009 r. – w Łodzi odbywa się spotkanie Klientów z przedstawicielami Banku. Uczestnicy dochodzą do wniosku, że nie sposób zapewnić jednego, satysfakcjonującego wszystkich Klientów rozwiązania, dlatego Bank powinien przygotować wachlarz propozycji. Dodatkowo oferta ma obowiązywać także tych Klientów, którzy w 2009 roku skorzystali ze styczniowej propozycji zmiany warunków wyznaczania oprocentowania.
- ▶ 23 lutego 2009 r. w serwisie transakcyjnym pojawia się komunikat z propozycją przejścia na zasadę LIBOR + marża. Równoległe do Klientów wysyłane są e-maile.
- ▶ 27 marca 2009 r. w serwisie transakcyjnym pojawia się kolejny komunikat, informujący o obniżce oprocentowania i przypominający, że propozycja przejścia na nowe warunki z możliwością obniżenia oprocentowania jest aktualna.
- ▶ Uruchamiamy specjalny kanał na youtube (mBankTV), na którym umieszczamy m.in. pełen zapis lutowego spotkania w Łodzi.
- ▶ 1 września 2009 r. dla Klientów posiadających kredyty w PLN z najwyższym oprocentowaniem w serwisie transakcyjnym pojawia się komunikat z propozycją przejścia na zasadę WIBOR + marża. Równoległe do Klientów wysyłane są e-maile.
- ▶ 1 października 2009 r. w serwisie transakcyjnym pojawia się komunikat dla Klientów posiadających kredyty w CHF z propozycją przewalutowania i przejścia na zasadę WIBOR + marża oraz skorzystania z pakietu dedykowanych usług. Równoległe do Klientów wysyłane są e-maile.
- ▶ Trwa rozmowa i wymiana argumentów na mForum i mBlogu. Kilkuosobowa, specjalna mEkipa zajmuje się prowadzeniem tego dialogu online.

Informacje dodatkowe

Na stronie korporacyjnej BRE Banku uruchomiona została specjalna podstrona poświęcona kwestii „starego portfela”

» media.brebank.pl/press/kredyty_hipoteczne

◀ CASE IV (BRE Bank) – opcje walutowe – odpowiedzialne podejście ▶

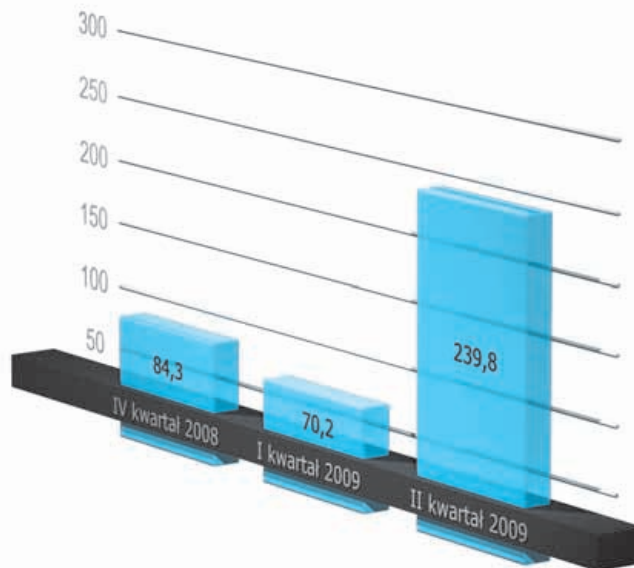


TEMAT OPCJI WALUTOWYCH WSTRZĄSNĄŁ ŚWIATEM FINANSÓW: POKUSA ZYSKÓW SPRAWIŁA, ŻE PODRĘCZNIKOWY INSTRUMENT ZABEZPIECZENIA WPŁYWÓW W WALUTACH OBCYCH PRZED RYZYKIEM KURSOWYM ZACZĄŁ BYĆ UŻYWANY NIEZGODNIE Z JEGO PRZEZNACZENIEM. SZEFOWIE FIRM PRZEKONANI, ŻE ZŁOTY BĘDZIE SIĘ UMACNIAŁ, NIE TYLKO SIĘ ZABEZPIECZALI, ALE RÓWNIEŻ ZARABIALI NA APRECIACJI. WIELU Z NICH BOLEŚNIE PRZEKONAŁO SIĘ, ŻE „GRA NA WALUTACH” MOŻE BYĆ BARDZO NIEBEZPIECZNA.

Oczywiście, świat finansów nie jest bez winy. Problem opcji walutowych pokazał pewne luki w systemie, które doprowadziły do erupcji zjawiska do tak niebezpiecznie dużych rozmiarów. Dowiódł także, że instytucje finansowe nie miały możliwości współpracy ze sobą, przez co możliwe było zawieranie przez jednego Klienta kilku podobnych transakcji. Wiele wskazuje również na to, że po stronie banków pojawiły się zaniedbania w zakresie informowania przedsiębiorców o ryzyku związanym z tą działalnością.

Lekcja opcji była bolesna nie tylko dla przedsiębiorców, ale i samych banków – odpisy z tego tytułu przez wiele kwartałów ciążyły na wynikach instytucji finansowych. Bankowcy podeszli jednak do tej kwestii odpowiedzialnie. Zgodnym chórem sprzeciwili się sugestiom, że należy anulować legalnie zawarte umowy. W naszej ocenie takie stanowisko uchroniło nasz kraj przed oskarżeniami o łamanie podstawowych zasad gospodarki rynkowej. Gdyby pod naciskiem przedsiębiorców uchwalono szkodliwe prawo, mogłoby to skutkować wieloma procesami przed międzynarodowymi sądami.





WYKRES 10. Wysokość odpisów związanych z transakcjami pochodnymi w BRE Banku w poszczególnych kwartałach 2008 i 2009 roku (w mln zł)

Niestety postawa części polityków utrudniła prowadzenie negocjacji z firmami, które popadły w kłopoty. Wypowiedzi prezesów wielu banków wskazują, że przed nagłośnieniem tej kwestii przez media i jej upolitycznieniem, rozmowy z przedsiębiorcami szły w bardzo dobrym kierunku. Udało się ich przekonać do zamykania niebezpiecznych kontraktów i ustalano korzystny dla obu stron sposób restrukturyzacji powstałego zadłużenia. Jednak przez kolejne miesiące te negocjacje stały praktycznie w miejscu.

Od początku przekonywaliśmy naszych Klientów, że najlepszym sposobem na wyjście z kłopotów jest respektowanie zapisów umów. Przykłady firm, które usiadły do rozmów z nami, pokazują, że takie postępowanie może zakończyć się sukcesem. Udało się to choćby firmie Feroco, należącej do jednego z najbardziej znanych polskich przedsiębiorców Zbigniewa Jakubasa. Dzięki odpowiedzialnemu podejściu naszego Banku, który przejął akcje firmy w zamian za jej długi, Feroco dalej może prowadzić swoją działalność. „Udało nam się wspólnie z głównym inwestorem Feroco wypracować rozwiązanie, które istotnie wzmacnia spółkę i pozwoli jej konkurować na atrakcyjnym i perspektywicznym rynku” – powiedział wówczas w Gazecie Giełdy „Parkiet” Przemysław Gdański, członek zarządu BRE Banku, odpowiedzialny za bankowość korporacyjną. „To rozwiązanie opiera się na zaangażowaniu kapitałowym Banku w spółkę oraz zapewnieniu jej finansowania obrotowego” – tłumaczył Gdański.

Przygotowanie nowatorskiej w skali polskiego sektora bankowego transakcji wymagało intensywnego zaangażowania zarówno Zbigniewa Jakubasa, zarządu Feroco, jak i BRE Banku. „W każdym przypadku staramy się poszukiwać niestandardowych rozwiązań, które wspierają naszych Klientów w tych trudnych czasach” – podkreślał Przemysław Gdański.

Podobny pozytywny scenariusz ziścił się w przypadku giełdowej spółki PKM Duda. Dzięki aktywnej współpracy pomiędzy bankami udało się uchronić tę firmę przed upadłością, a jej pracowników przed bezrobociem. Instytucje finansowe zgodziły się na restrukturyzację zadłużenia tej firmy i zaangażowanie kapitałowe, co było rozwiązaniem korzystnym dla obu stron.

2.6. < Relacje z Pracownikami >

Informacje dodatkowe



Więcej o szkoleniach dla Pracowników w rozdziale Kompetencje, strona 103

WYRÓŻNIAMY SIĘ PRZEZ NASZYCH LUDZI

To jedno z naczelnych haseł działalności BRE Banku. Podręcznikowe zasady podkreślające, że Pracownicy są najcenniejszym aktywem każdego przedsiębiorstwa, nie są u nas pustym hasłem.



Mamy świadomość, że tylko dzięki ich energii, zaangażowaniu, wiedzy i profesjonalizmowi możemy się rozwijać i realizować nasze cele. To, że Klienci otrzymują coraz doskonalszą obsługę i coraz szerszy wachlarz usług, a Akcjonariusze mogą cieszyć się wzrostem wartości Banku – to zasługa ludzi codziennie pracujących na siłę marek z naszej Grupy.

< Korporacyjny Kanon Wartości DROGA >

DROGA TO SKRÓT OD CECH, KTÓRYCH SZUKAMY W NAJLEPSZYCH PRACOWNIKACH: DOSKONAŁOŚĆ, REALIZACJA, ODPOWIEDZIALNOŚĆ, GOTOWOŚĆ, ANGAŻOWANIE SIĘ.

Ów kanon naszych wartości korporacyjnych obowiązuje od 2005 r. i definiuje nie tylko nasze oczekiwania względem Pracowników, ale i zasady, które stanowią wspólny mianownik wszystkich naszych działań – własnej pracy, relacji ze współpracownikami, Klientami, partnerami biznesowymi, otoczeniem. DROGA pozwala oceniać Pracowników nie tylko za „suche” wykonanie zadania, ale również za sposób jego realizacji.

Nasze cztery lata w ciągłej DRODZE pokazują, że dzięki kanonowi wartości możemy bardziej świadomie wykorzystywać potencjał tkwiący w każdym z Pracowników, a więc szybciej rozwijać się i osiągać zakładane długoterminowe cele.



Chcemy, by Pracowników idących DROGĄ cechowały:

DOSKONAŁOŚĆ

- dążenie do najlepszych rezultatów,
- nieustanne zdobywanie wiedzy i umiejętności;

REALIZACJA

- doprowadzanie zadań z sukcesem do końca,
- efektywnie zarządzanie zadaniami,
- świadomość biznesowa;

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

- branie zadań na własność,
- przewidywanie i ponoszenie konsekwencji swoich działań,
- umiejętność kwestionowania status quo;

GOTOWOŚĆ

- chęć podejmowania wyzwań,
- aktywna współpraca z innymi członkami organizacji,
- efektywne zarządzanie własną energią i zaangażowaniem;

ANGAŻOWANIE SIĘ

- aktywność i determinacja, wpływ na postawy innych,
- identyfikacja z firmą.



2.7. < BRE Bank odpowiedzialnym pracodawcą >

Regulamin pracy definiuje nasze podstawowe obowiązki jako pracodawcy: zapewnianie Pracownikom równego traktowania w zakresie nawiązywania i rozwiązywania stosunku pracy, warunków zatrudnienia, awansowania oraz dostępu do szkoleń, bez względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także bez względu na rodzaj umowy o pracę (zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy). Jako instytucja reprezentująca sektor finansowy nie mamy do czynienia z problemem zatrudniania nieletnich (reguluje to kodeks pracy), jak również praca przymusowa jest w naszym przypadku niedopuszczalna. Rozumiemy, że w wielu krajach jest to poważny problem i jesteśmy zdecydowanie przeciwni działaniom firm stosującym takie praktyki.

Z regulaminów nas obowiązujących wywiązujemy się w 100% i nie odnotowaliśmy żadnych przypadków dyskryminacji, a Pracownicy wykonują swoje obowiązki zgodnie z posiadaną umową o pracę oraz zakresem czynności. Naszą misją odpowiedzialności jako pracodawcy traktujemy jednak znacznie szerzej niż regulaminowy zapis o równym traktowaniu. Uważamy, że odpowiedzialny pracodawca musi umieć zadbać o to, by stworzyć Pracownikom możliwie najlepsze warunki pracy i rozwoju – a pod tym względem od lat jesteśmy w czołówce branży finansowej, porównując liczbę i różnorodność narzędzi wspierających rozwój Pracowników, utrzymujących ich motywację i lojalność.

Kluczowym elementem skutecznej strategii personalnej i fundamentem pożądanej kultury korporacyjnej jest oczywiście odpowiednia polityka wynagradzania. Tak, jak – zgodnie z hasłem – wyróżniamy się przez naszych ludzi, tak chcemy wyróżniać się doskonałym systemem motywacyjnym. Doskonałym, czyli obliczonym na pozyskiwanie i utrzymanie najlepszych Pracowników, gwarantujących przewagę konkurencyjną na rynku.



Na nasz system motywacyjny składają się:

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

Polityka wynagradzania BRE Banku wyróżnia się relatywnie wysokim udziałem premii w wynagrodzeniu całkowitym. Uważamy bowiem, że ściśle powiązanie wynagrodzenia całkowitego z wynikami finansowymi Banku i standardami jakościowymi wzmacnia motywację i aktywność Pracowników. Podnosi także konkurencyjność naszego 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),
- › zmienna część wynagrodzenia zależy od wyników jednostki, zespołu i firmy; warunkiem jej otrzymania jest osiągnięcie celów wyznaczonych w corocznym procesie planowania zadań,
- › system nagradza wykonanie i przekroczenie zadań ilościowych. Istotnym warunkiem wypłaty premii jest ocena zgodności stylu osiągania wyników z korporacyjnym kanonem wartości DROGA,
- › Pracownik ma wpływ na wysokość własnej premii przez realizację uzgodnionych zadań i wysoką jakość własnej pracy. Bank nagradza zarówno indywidualny jak i zespołowy wkład Pracownika,
- › realizacja zadań indywidualnych oraz zgodności postaw z korporacyjnym kanonem wartości podlega ocenie w Procesie Indywidualnej Skuteczności,
- › system jest dodatkowo wzmacniany konkursami dla Pracowników, mającymi na celu aktywizowanie sprzedaży w określonych grupach produktów, a także nagradzanie Pracowników za zgłaszanie innowacyjnych pomysłów i ponadprzeciętne zaangażowanie,
- › „top performers”, czyli Pracownicy uzyskujący najwyższe wyniki i najlepsze oceny, mogą liczyć na wynagrodzenie na najwyższych poziomach rynkowych,
- › uzupełnieniem programu motywacyjnego jest program opcji na akcje dla kluczowej kadry Banku.

Informacje dodatkowe



Więcej o Procesie Indywidualnej Skuteczności w rozdziale Kompetencje, strona 109



BRE BANK SA

⟨ Kim jesteśmy? ⟩

ZESPÓŁ NASZEGO BANKU STANOWI 5770 OSÓB (STAN NA KONIEC GRUDNIA 2008 ROKU). DZIĘKI DYNAMICZNEMU ROZWOJOWI DZIAŁALNOŚCI BIZNESOWEJ, W 2008 R. W POLSCE, CZECHACH I NA SŁOWACJI PRZYBYŁO NAM 975 NOWYCH KOLEŻANEK I KOLEGÓW. 49% Z NAS JEST ZATRUDNIONYCH W BANKU NA CZAS NIEOKREŚLONY, ZAŚ 51% NA CZAS OKREŚLONY.



WYKRES 11. Zatrudnienie w BRE Banku w podziale na rodzaj umowy o pracę w latach 2007-2008



WYKRES 12. Zatrudnienie w BRE Banku w latach 2006-2008

Informacje dodatkowe

Najwięcej osób pracuje w regionie łódzkim i mazowieckim (w sumie 65%), a najmniej w województwie opolskim (6%) i świętokrzyskim (8%). W Czechach i na Słowacji za operacje BRE Banku odpowiadają 124 osoby.

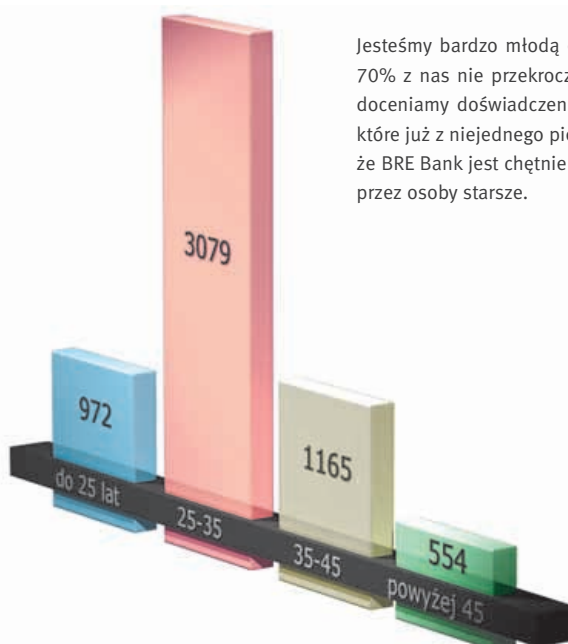


WYKRES 13. Zatrudnienie w BRE Banku w podziale na regiony

⟨ Wiek ⟩

Jesteśmy bardzo młodą ekipą – tak duchem, jak i ciałem. 70% z nas nie przekroczyło 35. roku życia. Równocześnie doceniamy doświadczenie – zawodowe i życiowe – osób, które już z niejednego pieca chleb jadły, dlatego cieszy nas, że BRE Bank jest chętnie wybieranym miejscem pracy także przez osoby starsze.

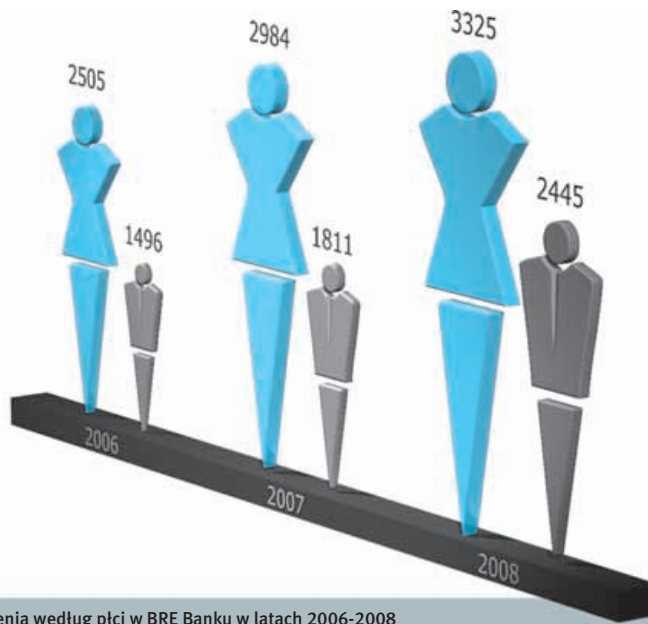
- do 25 lat
- 25 - 35 lat
- 35 - 45 lat
- powyżej 45 lat



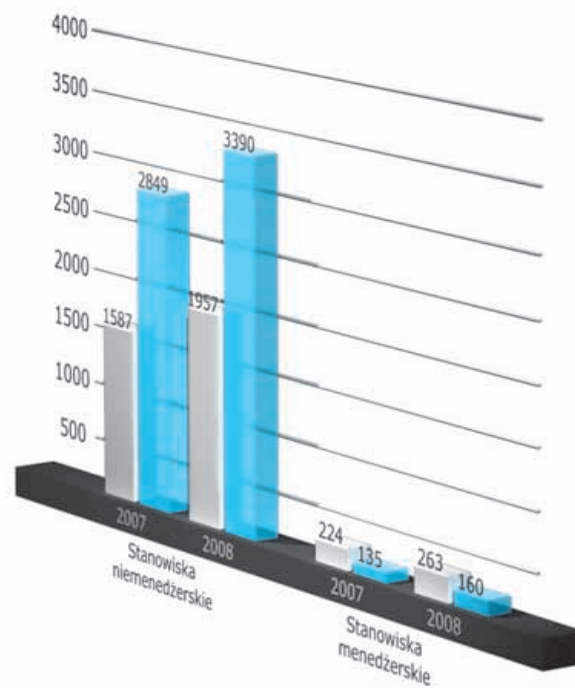
WYKRES 14. Zatrudnienie w BRE Banku w podziale na grupy wiekowe

⟨ Płeć ⟩

Panie dominują w naszych statystykach – stanowią bowiem blisko 57% Pracowników. Panowie musieli wziąć sobie te statystyki do serca, gdyż dużo skuteczniej niż panie w ubiegłym roku zabiegali o pracę u nas – na 341 kobiet przyjętych do pracy w 2008 r. przypadło aż 634 mężczyzn. Z roku na rok rośnie liczba kobiet piastujących stanowiska menedżerskie, aczkolwiek ciągle palma pierwszeństwa na tym polu należy tu do mężczyzn (62%).

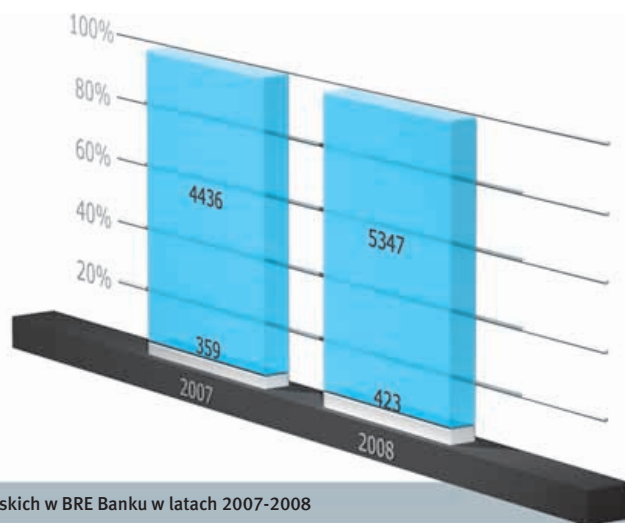


WYKRES 15. Struktura zatrudnienia według płci w BRE Banku w latach 2006-2008



■ mężczyźni
■ kobiety

WYKRES 16. Zatrudnienie na stanowiskach menedżerskich i niemenedżerskich w BRE Banku w latach 2007-2008 w podziale na płeć



WYKRES 17. Liczba stanowisk menedżerskich i niemenedżerskich w BRE Banku w latach 2007-2008



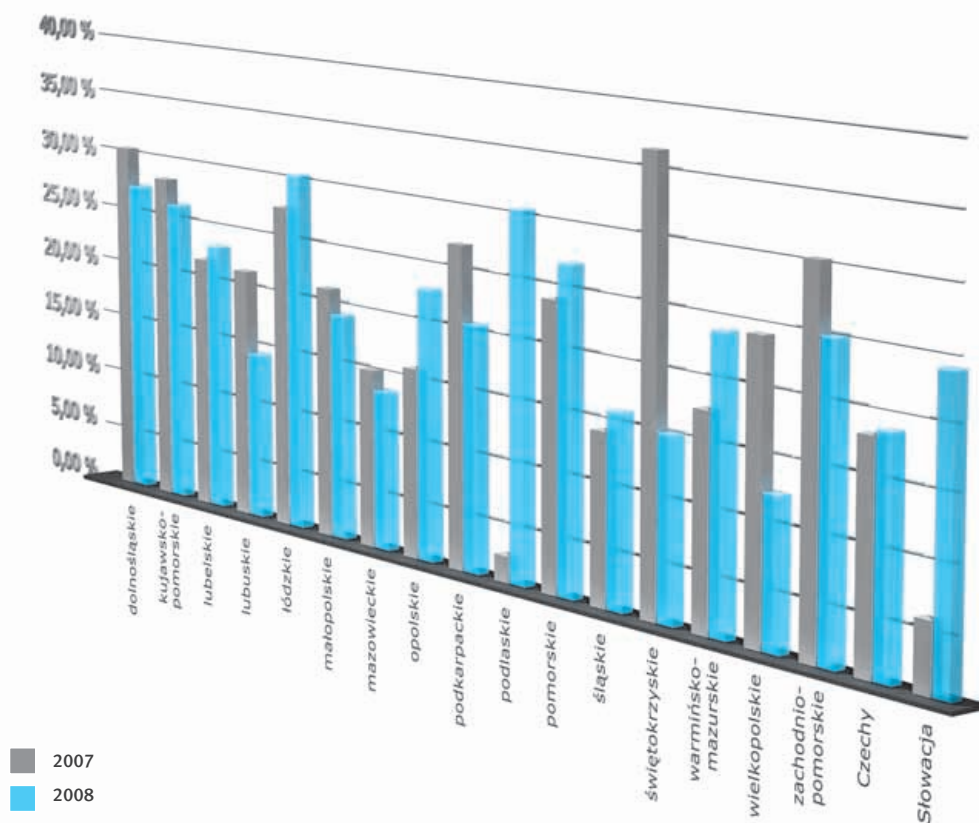
Piotr Szabunia

Dyrektor Departamentu Rozwoju Organizacji

O kryzysie gospodarczym mówi się przez pryzmat wielkich liczb i wielkich problemów, zapominając często, że kryzys ma i tę inną, indywidualną stronę medalu – trudną sytuację człowieka tracącego pracę. Podobnie było i u nas. Globalny kryzys finansowy zmusił nas do poszukiwania rentowności w drodze zwolnienia części Pracowników. Staraliśmy się maksymalnie złagodzić dramat zwalnianych Pracowników – tak od strony finansowej (atrakcyjne odprawy), jak i czysto ludzkiej. Głęboko wierzę, że trudne decyzje już za nami, a podnosząca się z kryzysu gospodarka pozwoli nam wkrótce robić to, co lubimy najbardziej – oferować kolejnym ambitnym, zdolnym ludziom możliwość pracy w szybko rosnącej, nowoczesnej organizacji.

Rotacja Pracowników

Utrzymanie najlepszych Pracowników jest jednym z naszych priorytetów, aczkolwiek zdajemy sobie sprawę, że rotacja kadry jest naturalnym procesem występującym w każdej firmie. W 2008 roku szeregi naszego zespołu opuściło 1170 osób. Największą rotację odnotowaliśmy w regionach: łódzkim (30,38%), podlaskim (30,19%) i dolnośląskim (27,08%). Natomiast najniższy poziom odpływu Pracowników zanotowano w regionach: wielkopolskim (12,46%), mazowieckim (13,62%) i lubuskim (14,29%).



WYKRES 18. Rotacja Pracowników w podziale na regiony

⟨ KOBIETY ⟩

↗ Największa rotacja

- region opolski (wiek do 25 lat – 150%),
- region podlaski (wiek od 25 do 35 lat – 31,58%),
- w Czechach (wiek od 35 do 45 lat – 40%),
- na Słowacji (wiek powyżej 45 lat – 100%).

↘ Najniższa rotacja

- region lubelski (wiek do 25 lat – 26,6%),
- region podkarpacki (wiek od 25 do 35 lat – 4,65%),
- region dolnośląski (wiek od 35 do 45 lat – 5,41%),
- region mazowiecki (wiek powyżej 45 lat – 4,71%).

⟨ MĘŻCZYŹNI ⟩

↗ Największa rotacja

- region łódzki (wiek do 25 lat – 69,08%),
- region podlaski (wiek od 25 do 35 lat – 47,62%),
- na Słowacji (wiek od 35 do 45 lat – 150%),
- region lubelski (wiek powyżej 45 lat – 33,33%).

↘ Najniższa rotacja

- region śląski (wiek do 25 lat – 16%),
- region lubuski (wiek od 25 do 35 lat – 7,69%),
- region małopolski (wiek od 35 do 45 lat – 6,06%),
- region mazowiecki (wiek powyżej 45 lat – 8,89%).

⟨ Zdrowie i bezpieczeństwo pracy Pracowników ⟩

⟨ Ochrona zdrowia ⟩

Zapewniamy Pracownikom opiekę zdrowotną w niepublicznej służbie zdrowia. Abonament umożliwia dostęp do szerokiego zakresu usług medycznych – porad lekarzy wszystkich specjalności, badań podstawowych i specjalistycznych, rehabilitacji. Opieką medyczną objęci są wszyscy Pracownicy Banku (5770 osób na koniec 2008 r.), niezależnie od wymiaru pracy. Pracownicy mogą samodzielnie opłacać abonament za członków swoich rodzin. Wszyscy Pracownicy są zobowiązani do przeprowadzania lekarskich badań okresowych.

⟨ Ubezpieczenie na życie z funduszem inwestycyjnym ⟩

Program dobrowolnego dodatkowego ubezpieczenia na życie z funduszem inwestycyjnym w dwóch towarzystwach ubezpieczeniowych funkcjonuje w naszym Banku już od 14 lat (od 1995 r.). Warunkiem przystąpienia do niego jest czteroletni staż pracy. Wysokość składki za każdego ubezpieczonego wynosi 7% jego wynagrodzenia zasadniczego; składkę opłaca Bank, a dla ubezpieczonego stanowi ona dochód podlegający opodatkowaniu. Zakres ubezpieczenia oprócz funduszu inwestycyjnego obejmuje ochronę życia osoby ubezpieczonej oraz poważne zachorowania określone w Ogólnych Warunkach Ubezpieczenia.

Ubezpieczony ma prawo doboru funduszy inwestycyjnych, zgodnych z jego profilem inwestowania. Na koniec 2008 r. tym dodatkowym ubezpieczeniem objętych było 858 Pracowników BRE Banku.

⟨ Bezpieczne miejsce pracy ⟩

W 2008 r. odnotowaliśmy tylko jeden wypadek w pracy. To znaczący progres w porównaniu z 2007 r., w którym Pracownicy BRE Banku (części korporacyjnej) uczestniczyli w 10 wypadkach w pracy i w 9 w drodze do pracy. Jeden z nich był wypadkiem śmiertelnym. Wypadki w pracy polegały głównie na drobnych urazach kończyn dolnych, powodujących kilkuniedniową niezdolność do pracy. Główną przyczyną była dekoncentracja w poruszaniu się na ciągach komunikacyjnych. Niestety skutki wypadków i powrót do zdrowia naszych Pracowników przełożyły się na znaczny wzrost dni utraconych z powodu dolegliwości związanych z ich leczeniem. W 2007 roku było to 80 dni, zaś w 2008 r. – 416.

W celu zmniejszenia wypadkowości, zwłaszcza w zakresie wypadków komunikacyjnych, prowadzimy szkolenie „Bezpieczna Jazda” dla Pracowników korzystających z samochodów służbowych, pokonujących rocznie ponad 30 tys. km. W 2008 r. tym szkoleniem objęto 250 Pracowników.

Inne wypadki i sposoby ich unikania są omawiane na regularnie prowadzonych szkoleniach BHP. W 2008 roku wzięło w nich udział 1348 osób (178 Pracowników bankowości korporacyjnej i 1170 w bankowości detalicznej). Tak duży wzrost ilości zorganizowanych spotkań instruktażowych podyktowany był zarówno dużą rotacją, jak i intensywną rekrutacją Pracowników do nowopowstających w 2008 roku Centrów Usług Finansowych. W roku 2007 przeszkolono w ramach szkolenia okresowego 133 osoby (w 2006 r. 87 osób).

◀ Otwartość na osoby z niepełnosprawnością ▶

W sierpniu 2008 roku rozpoczęliśmy strategiczną współpracę ze Stowarzyszeniem Przyjaciół Integracji, której celem jest poprawa sytuacji osób niepełnosprawnych w Polsce. Chcemy wspierać wysiłki Stowarzyszenia na rzecz kształtowania świadomości społecznej w zakresie niepełnosprawności oraz urzeczywistniania integracji osób z niepełnosprawnością, opartej na współistnieniu, współpracy i partnerstwie we wszystkich relacjach życia obywatelskiego.

Projekty prowadzone wspólnie ze Stowarzyszeniem Przyjaciół Integracji:

- ▶ Audyt architektoniczny siedziby Centrali BRE Banku w Warszawie
- ▶ Edukacyjna gra terenowa podczas pikniku Pracowników Grupy BRE Banku
- ▶ Audyt oferty produktowej mBanku pod kątem dostępności dla osób z różnym rodzajem niepełnosprawności
- ▶ Partnerstwo Fundacji BRE Banku w konkursie „Człowiek bez barier 2008”



Informacje dodatkowe



Więcej w rozdziale **Relacje z Klientami** strona 51



Więcej w rozdziale **Relacje ze społeczeństwem** strona 88

◀ Audyt architektoniczny ▶

Podczas naszych spotkań ze Stowarzyszeniem Przyjaciół Integracji powstał pomysł przygotowania raportu o stopniu dostosowania centrali Banku do potrzeb osób (Klientów i Pracowników) z różnymi typami niepełnosprawności. Latem 2008 roku siedziba centrali BRE została poddana całościowemu audytowi, przeprowadzonemu przez specjalistę ze Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji. Ekspert dokonywał pomiarów ciągów komunikacyjnych oraz pomieszczeń, sprawdzał też dostępność przestrzeni wokół budynku pod kątem potrzeb osób niewidomych, niesłyszących i poruszających się na wózkach inwalidzkich.

Po zakończonym przeglądzie udało się wprowadzić jedną trzecią rekomendacji. Niestety, konserwator zabytków nie wyraził zgody na zbudowanie podjazdu umożliwiającego wejście do zabytkowej siedziby centrali BRE. Osoby poruszające się na wózkach mogą jednak bez problemu dotrzeć do centrali, przejeżdżając przez sąsiadujący z centralą oddział MultiBanku, wolny od barier architektonicznych.



⟨ Piknik rodzinny z Integracją ⟩

Rokroczny czerwcowy piknik w Jachrance to okazja dla Pracowników naszego Banku do integracji i wspólnej zabawy na świeżym powietrzu.

W ostatnim pikniku uczestniczyli goście specjalni – przedstawiciele Integracji, którzy w bardzo obrazowy sposób przybliżyli nam problematykę osób z niepełnosprawnością.

Pracownicy Banku pokonywali tor przeszkód, doświadczając na własnej skórze problemów, z jakimi na codzień borykają się osoby nieporuszające się o własnych siłach. Inicjatywa spotkała się z bardzo dużym zainteresowaniem i torowi czoła stawiało ponad 200 Pracowników.

Piknik otworzyli wspólnie Piotr Pawłowski, prezes Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji i Mariusz Grendowicz, prezes BRE Banku.



Pracownicy Banku pokonywali tor przeszkód, doświadczając na własnej skórze problemów, z jakimi na codzień borykają się osoby nieporuszające się o własnych siłach.

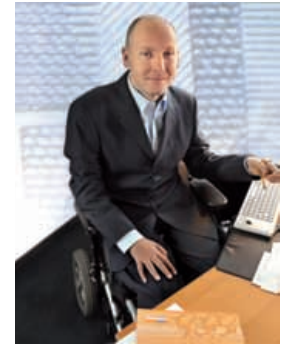


⟨ Zatrudnianie osób z niepełnosprawnością ⟩

Jesteśmy otwarci na osoby z niepełnosprawnością, z myślą o ich potrzebach przystosowaliśmy logistycznie m.in. call center w Łodzi. Stale poszerzamy formalne i nieformalne kontakty ze środowiskiem osób niepełnosprawnych, czyli z Państwowym Funduszem Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON), z biurami pośrednictwa pracy dla niepełnosprawnych: Polską Organizacją Pracodawców Osób Niepełnosprawnych (POPON), Centrami Aktywizacji Zawodowej Osób Niepełnosprawnych (CAZON), Fundacją Razem, Pełnomocnikiem Osób Niepełnosprawnych na Uniwersytecie Łódzkim i na Politechnice Łódzkiej.

Na koniec 2008 r. w Call Center w Łodzi zatrudnione były 4 osoby niepełnosprawne. W centrali Banku i w Oddziałach Korporacyjnych pracowało 13 osób niepełnosprawnych, natomiast w 2008 r. – 10.

Komentarz



Piotr Pawłowski

Prezes Stowarzyszenia
Przyjaciół Integracji

Podczas jednego ze spotkań dyrektorów i prezesów banków zrzeszonych w Związku Banków Polskich zostało poproszone o przedstawienie doświadczeń osób z niepełnosprawnością w korzystaniu z usług sektora szeroko rozumianych finansów. Osobą, która po zakończeniu oficjalnych prezentacji miała wiele dodatkowych pytań i spostrzeżeń co do dnia dzisiejszego, ale i planów dotyczących Klientów bankowych z niepełnosprawnością, był Pan Mariusz Grendowicz, prezes BRE Banku. Jak się później okazało, był to bardzo ważny moment we współpracy pomiędzy Integracją, a Grupą BRE Banku – od tego dnia datują się lista licznych wspólnych przedsięwzięć i inicjatyw, zmierzających do poprawy wizerunku i sposobu funkcjonowania osób z niepełnosprawnością w naszej rzeczywistości. Wierzę, iż dzięki takim i innym wspólnym inicjatywom wspieranym i inicjowanym przez BRE Bank i Integrację uda nam się uczynić wiele dobrego na rzecz integracji społecznej i zawodowej osób z niepełnosprawnościami w naszym społeczeństwie.



⟨ Sport i rekreacja ⟩

Działający od 16 lat BRE KLUB zrzesza Pracowników zainteresowanych tą samą dziedziną sportu czy rekreacji. Celem założenia BRE KLUBU było zorganizowanie czynnego wypoczynku Pracowników, integracja w ramach wspólnie organizowanych imprez, a także promocja Banku poprzez udział w rozgrywkach i zawodach międzybankowych. Wszyscy Pracownicy Banku mają możliwość zapisania się do dowolnie wybranej sekcji i uczestniczenia w organizowanych przez nią imprezach. Do powstałej jako pierwszej (w 1995 r.) sekcji narciarskiej dołączyły kolejne – w 2008 r. działało 19 sekcji, zrzeszających łącznie 983 Pracowników naszej Grupy.



W związku z ubiegłorocznym jubileuszem 15-lecia istnienia BRE Klubu sekcje zorganizowały szereg wyjątkowo atrakcyjnych imprez. Dla przykładu, sekcja narciarska zainicjowała Nowy Rok wyjazdem do stacji narciarskiej Latemar we włoskich Dolomitach, żeglarska – poza licznymi rejsami po Mazurach, wzięła udział w zlocie żaglowców w Den Helder i Bremerhaven, pokonując trasę pomiędzy portami na pokładzie żaglowca Pogoria.

Na uwagę zasługują również inicjatywy podjęte przez inne kluby: kurs tańca towarzyskiego w Tunezji (sekcja tańca towarzyskiego), kurs nurkowy, skoki spadochronowe (sekcja sportów ekstremalnych), Maraton Warszawski (sekcja BRE Runners), spływ Dunajcem (sekcja wodna SEALS) i wiele innych.



BRE KLUB cały czas rozwija swoją działalność. W 2008 r. powstały kolejne sekcje – sekcja bokserska i sekcja piłki nożnej. Na stronach intranetowych BRE KLUBU znajdują się informacje o bieżącej działalności poszczególnych sekcji oraz relacje z imprez przez nie organizowanych.

2.8. ⟨ ZAWSZE W KONTAKCIE, czyli komunikacja wewnętrzna BRE Banku ⟩

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA SŁUŻY CELOM INFORMACYJNYM, EDUKACYJNYM I MOTYWACYJNYM. WYKORZYSTUJEMY W NIEJ WSZYSTKIE NAJNOWOCZEŚNIEJSZE TECHNIKI KOMUNIKACJI, M.IN. INTRANET (KORPORACYJNY I DETALICZNY), MAILINGI, BIULETYN PRASOWY, KURIER BRE BANKU, ORAZ SZEREŻ NARZĘDZI MULTIMEDIALNYCH.

⟨ Intranet ⟩

To główne źródło informacji dla Pracowników o wydarzeniach z życia organizacji, nowych produktach, przyznanych nagrodach i wyróżnieniach, kwestiach pracowniczych czy opinii na temat bieżącej sytuacji rynkowej. Na początku 2009 roku Intranet został wzbogacony o program tworzenia stron dedykowanych poszczególnym jednostkom. Za ich pośrednictwem Pracownicy mogą dowiedzieć się o najważniejszych projektach prowadzonych przez każdą jednostkę, zasięgnąć informacji o pełnionych przez nią funkcjach i wykonywanych zadaniach, a także zapoznać się z jej strukturą.

⟨ Biuletyn Prasowy ⟩

To kompendium najciekawszych publikacji prasowych o tematyce ekonomicznej i rynkowej. Artykuły wybierane są spośród tekstów zamieszczanych w największych dziennikach i tygodnikach ogólnopolskich. Ma on postać codziennego newslettera, wysyłanego do skrzynek e-mailowych wszystkich Pracowników. Newsletter ten zawiera materiały dotyczące BRE Banku, mBanku i MultiBanku, spółek Grupy BRE oraz istotnych informacji z rynku, w tym konkurencji, regulacji prawnych i sektora bankowego.

⟨ Zmieniamy się dla naszych Pracowników ⟩

Na przełomie 2008 i 2009 roku rozpoczęliśmy dwa znaczące projekty mające zapewnić przepływ informacji w Grupie BRE – audyt komunikacji wewnętrznej oraz audyt intranetu grupy.

Audyt komunikacji wewnętrznej jest złożonym procesem, którego pierwszą fazą były wywiady indywidualne z Pracownikami. Na ich podstawie przeprowadzone zostało badanie ankietowe. Wyniki audytu pozwoliły nam na zidentyfikowanie luk komunikacyjnych i podjęcie działań mających na celu dostosowanie narzędzi do potrzeb Pracowników, które zostaną sukcesywnie wprowadzane na przełomie 2009 i 2010 roku.

Celem audytu intranetu grupy jest zbadanie możliwości wprowadzenia wspólnej platformy intranetowej dla Grupy BRE Banku SA, co przeloży się pozytywnie na komunikację i wspólne inicjatywy biznesowe.

⟨ Słuchamy opinii naszych Pracowników ⟩

Badanie satysfakcji

Głos Pracowników jest dla nas równie ważny co opinie Klientów. Dlatego cieszą nas wyniki badań satysfakcji, z których wynika, że Pracownicy są zadowoleni z atmosfery pracy oraz współpracy w swoich zespołach. Uważają oni także, że ich kompetencje zawodowe są dopasowane do zadań, które realizują. Za mocną stroną organizacji uważają jasną ścieżkę podejmowania decyzji. Badanie satysfakcji pokazało także obszary wymagające poprawy.

Tego typu pełne badanie będzie prowadzone co dwa lata (po raz pierwszy odbyło się we wrześniu 2008 r.), krótsza edycja – rokrocznie. Badanie zostało przeprowadzone we wszystkich Spółkach Grupy Commerzbanku, w tym również w BRE. Pytania elektronicznej ankiety skupiały się przede wszystkim na środowisku pracy. Jeden moduł dedykowano oczekiwaniom Pracowników w zakresie działań na polu odpowiedzialnego biznesu.

Głównymi celami badania były:

- ⟩ ocena poziomu zaangażowania, lojalności i motywacji Pracowników,
- ⟩ poznanie i hierarchizacja potrzeb Pracowników,
- ⟩ znaczenia potrzeb Pracowników dla efektywnego działania Banku,
- ⟩ ocena BRE Banku, kadry zarządzającej, współpracowników.

Rada Pracowników

W BRE Banku nie funkcjonują związki zawodowe, lecz od końca 2006 roku działa 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.

Informacje zbierane przez Radę dostępne są na stronach internetowych, a Pracownicy mają do dyspozycji specjalną skrzynkę e-mailową, na którą mogą kierować do Rady pytania i wnioski. W 2008 roku przedstawiciele Rady podjęli działania dotyczące modyfikacji wykorzystania i podziału środków z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych BRE Banku. Ponadto, przedstawili stanowisko Pracowników na temat firmy zaopatrującej Bank w usługi medyczne oraz poinformowali o spostrzeżeniach na temat pracowniczej restauracji.



◀ Projekty społeczne dla Pracowników BRE Banku ▶

Artystyczne Atrium



Sztuka współczesna staje się coraz bardziej fascynującym zjawiskiem. Szokuje, flirtuje z odbiorcami, bywa zabawna, pouczająca, jest jednak z całą pewnością niejednoznaczna, skłania odbiorców do refleksji i poszukiwania własnych interpretacji. Wierząc, że nikt nie pozostaje wobec niej obojętny, we współpracy z Pracownią Rzeźby Wydziału Edukacji Wizualnej ASP w Łodzi zaprezentowaliśmy w kwietniu 2008 roku wystawę prac łódzkich artystów rzeźbiarzy – wykładowców i studentów Wydziału Edukacji Wizualnej.

Intencją organizatorów wystawy było wywołanie dyskusji wokół sztuki współczesnej, która cechuje się ogromną nietuzinkowością i nieprzewidywalnością. Podczas wydarzenia zaprezentowano w sumie ponad 30 wyjątkowych prac. Wystawa spotkała się z dużym zainteresowaniem Pracowników Banku. Wystawy w Atrium będą kontynuowane w 2009 roku.



Święta Pełne Marzeń

Święta Pełne Marzeń to akcja trwająca w okresie przedświątecznym, zapoczątkowana z myślą o innych – podopiecznych organizacji społecznych, których los jest bliski naszym Pracownikom. Inicjatywa umożliwiła wystanie jednego dobroczynnego marzenia, które wyraża się w ufundowaniu konkretnego wsparcia do kwoty 2000 złotych – leków, żywności czy wyjazdu na zimowisko. Panuje pełna dowolność co do organizacji, którą osoba zatrudniona w Banku chciałaby wesprzeć. Pracownicy za pośrednictwem e-maila wysłali swoje marzenia. Podczas spotkania wigilijnego pięciu prezesów wylosowało pięć spośród 114 nadesłanych marzeń, które następnie zostały zrealizowane. Akcja będzie kontynuowana w 2009 roku.

Zróbmy razem coś dobrego

Zróbmy razem coś dobrego to program wolontariatu pracowniczego stworzony w marcu 2009 roku we współpracy z Fundacją BRE Banku. Umożliwia on zrealizowanie projektu społecznego według indywidualnego pomysłu Pracowników Banku. Tak jak różne są zainteresowania, tak i pomysły na działania społeczne mogą być bardzo zróżnicowane. By zainteresować Pracowników tematyką pomocy społecznej, osoby biorące udział w programie mają szansę zainicjować i zrealizować ciekawy projekt, w który mogą włączyć się jego koledzy i koleżanki z pracy, znajomi i rodzina. Co kwartał organizowane są kolejne edycje programu: wiosenna, letnia, jesienna i zimowa. Co trzy miesiące kapituła wybiera 5 najciekawszych projektów, które są zgodne z celami statutowymi Fundacji BRE Banku (edukacja, ochrona zdrowia i opieka społeczna, kultura i sztuka) Następnie pięć zespołów otrzymuje wsparcie finansowe na realizację swoich pomysłów. W 2009 roku odbędą się 3 edycje: wiosenna, letnia i jesienna, w ramach których zrealizowanych zostanie w sumie 15 różnych przedsięwzięć. W kolejnych latach będzie realizowanych 20 przedsięwzięć każdego roku. Program jest stałym działaniem na polu społecznej odpowiedzialności, które będzie kontynuowane w przyszłości.



Oszczędzamy razem

Akcja Oszczędzamy razem to coroczny projekt dla Pracowników Banku, mający na celu optymalizację kosztów podczas codziennej pracy, zarówno w sferze wykonywania projektów, jak i na płaszczyźnie ekologicznej. Pomysły na optymalizację kosztów przesyłane są przez Pracowników BRE Banku drogą mailową i oceniane przez komisję złożoną z reprezentantów różnych jednostek organizacyjnych Banku. Komisja ocenia nadesłane pomysły pod kątem: niskiego kosztu wdrożenia, czasu wdrożenia projektu, szacunkowej wartości zaoszczędzonych pieniędzy rocznie dzięki wdrożeniu proponowanego pomysłu, możliwości implementacji pomysłu i łatwości jego wdrożenia.

W tym roku, na wniosek Pracowników, część drukarek przełączona została na dwustronny tryb druku, zredukowaliśmy koszty zakupu tonerów, wybrano firmę, której sprzedawać będziemy zużyte tonery, oraz by podnieść świadomość ponoszonych wydatków – opublikowaliśmy nowy (wynegocjowany) cennik firmy kurierskiej, z której korzystamy.



2.9. < Relacje z Inwestorami >

GENEROWANIE WARTOŚCI DLA AKCJONARIUSZY JEST PODSTAWOWĄ POWINNOŚCIĄ KAŻDEJ SPÓŁKI AKCYJNEJ. DLATEGO TAK ISTOTNE JEST, BY DO INWESTORÓW TRAFIAŁA KOMPLETNA, PRZEJRZYSTA INFORMACJA NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI NASZEGO BANKU, JEGO STRATEGII, PLANÓW, CELÓW.

Służymy Inwestorom informacją w każdej postaci, zarówno podczas spotkań „na żywo”, jak i za pośrednictwem poczty elektronicznej czy telefonu. Informacje dla Inwestorów są także dostępne na stronach internetowych Banku, a ich zawartość i funkcjonalność są stale dostosowywane do aktualnych potrzeb naszych Akcjonariuszy i Inwestorów. W 2008 r. przedstawiciele działu Relacji Inwestorskich uczestniczyli łącznie w 174 spotkaniach indywidualnych z Inwestorami i analitykami giełdowymi (średnio ponad trzy spotkania w tygodniu!). Liczba kontaktów za pośrednictwem zespołu IR z analitykami i Inwestorami w postaci maili i telefonów w 2008 roku przekroczyła 1,6 tys.

Jako że innowacyjność to ważna cecha naszej działalności, wykorzystujemy zdobycze technologii także w komunikacji z Inwestorami. Inwestorzy i analitycy mogą nie tylko bezpośrednio uczestniczyć w spotkaniach z Zarządkiem, ale też oglądać ich przebieg w Internecie (na żywo bądź jako zapis archiwalny umieszczony na stronach www).

Efektywną formą kontaktów z Inwestorami portfelowymi są konferencje oraz road-show. Dlatego chętnie uczestniczymy w krajowych i zagranicznych konferencjach inwestorskich oraz organizujemy road-shows. Te ostatnie były ważnym elementem szeroko zakrojonych działań Relacji Inwestorskich związanych z komunikowaniem zmian w Zarządzie Banku, które nastąpiły w 2008 r. Zorganizowaliśmy szereg zagranicznych road-show z udziałem nowopowołanego prezesa oraz nowego Członka Zarządu. Spotkania z najważniejszymi Inwestorami Banku znacząco przyczyniły się do ograniczenia niepewności, jaką wśród niektórych uczestników rynku mogły zasiać zmiany we władzach BRE Banku. Efekty tych wizyt znalazły swoje odzwierciedlenie w poprawie wyceny Banku w stosunku do grupy odniesienia.

Komentarz



Joanna Filipkowska

kierująca wydziałem
Relacji Inwestorskich BRE Banku

W poprzednich latach kurs akcji BRE rósł najszybciej spośród największych banków notowanych na GPW, natomiast w 2008 r. kurs obniżył się znacząco. O negatywnym sentymencie Inwestorów do BRE w 2008 r. przesądziła przede wszystkim ogólna silna bessą na całym parkiecie, ze szczególnym uwzględnieniem sektora bankowego. Istotnym wydarzeniem, które miało wpływ na kształtowanie się kursu akcji BRE Banku, była zmiana na stanowisku Prezesa Zarządu Banku, w marcu 2008 roku. Zaufanie Inwestorów zostało w dużej mierze odbudowane dzięki działaniom Zarządu i działu Relacji Inwestorskich.

⟨ Ratingi BRE Banku ⟩

Rok 2008 i pierwsze półrocze 2009 to okres powszechnego obniżania ratingów banków w obliczu światowego kryzysu finansowego. Powstała swoista reakcja łańcuchowa, gdyż zmiana ratingu dominującego akcjonariusza powodowała korektę ratingu jego spółki-córki. Pozytywne decyzje agencji ratingowych stały się niemal ewenementem. BRE Bankowi, dzięki korzystnym wynikom finansowym, w 2008 roku udało się utrzymać oceny ratingowe na niezmiennym poziomie. Agencje Moody's Investors Service i Fitch Ratings skorygowały „in minus” jedynie perspektywy niektórych ocen.

Do zmian ocen ratingowych doszło dopiero w 2009 roku, w następstwie korekt w ratingu Commerzbanku (na obniżenie jego ratingu złożyły się straty wykazane za 2008 r., przejęcie Dresdner Banku, dofinansowanie przez niemiecki rząd oraz zmian w strukturze akcjonariatu).

Co ciekawe, dwie wiodące agencje odmiennie zinterpretowały wpływ sytuacji Commerzbanku na kondycję BRE Banku. I tak, 2 marca 2009 r. agencja Moody's obniżyła rating długoterminowy BRE Banku dla depozytów z „A2” do poziomu „A3” i rating krótkoterminowy z „Prime 1” do „Prime 2”, pozostawiając na niezmiennym poziomie rating siły finansowej „D” (rating abstrahujący od możliwości ewentualnego wsparcia zewnętrznego). Ponadto w maju 2009 roku agencja Moody's zweryfikowała ocenę wsparcia systemowego (tj. określającego potencjalną zdolność i gotowość rządu do udzielenia pomocy ważnym dla gospodarki banków). W konsekwencji rating długoterminowy BRE Banku „A3” umieszczony został na liście obserwacyjnej z możliwością obniżenia.

Natomiast agencja Fitch w dniu 8 maja 2009 roku podwyższyła rating długoterminowy BRE Banku z „A-” do „A” i rating krótkoterminowy z „F2” do „F1”. Agencja potwierdziła rating indywidualny na poziomie „C/D” i rating wsparcia na poziomie „1”, usuwając BRE Bank z listy obserwacyjnej ze wskazaniem negatywnym. Zmiany dokonane przez Fitch związane były z decyzją Komisji Europejskiej z dnia 7 maja dotyczącą udzielenia zgody na wsparcie kapitałowe Commerzbanku przez Fundusz Stabilizacji Rynku Finansowego (SoFFin) i na kontynuowanie działalności w zakresie bankowości korporacyjnej i detalicznej w Europie Środkowo-Wschodniej.

⟨ Impuls ze świata ⟩

Rok 2008 na GPW upłynął pod znakiem kryzysu w USA związanego z kredytami hipotecznymi sub-prime. Już w 2007 roku można było obserwować jego początki, ale największa fala załamania zaufania przyszła na rynek międzybankowy właśnie w 2008 r. Kryzys nie oszczędził największych banków Ameryki i Europy, doprowadzając do bankructw takich gigantów jak inwestycyjny bank Lehman Brothers. Głębokie zawirowania nie ominęły też państw regionu Europy Środkowo-Wschodniej; najmocniej odczuły je Węgry i Ukraina, których finanse publiczne już wcześniej borykały się z problemami.



Choć stan polskiej gospodarki jest zdecydowanie lepszy od wspomnianych państw, to skutki kryzysu dotknęły i nasz kraj, traktowany przez globalnych inwestorów jako ryzykowny rynek wschodzący. Silny odpływ kapitału zagranicznego z Polski wywołał duże spadki na GPW oraz przyczynił się do osłabienia polskiej waluty.

Polskie banki odczuły kumulację negatywnych skutków kryzysu w październiku: brak zaufania na rynku międzybankowym doprowadził do drastycznego ograniczenia akcji kredytowej, szczególnie we frankach szwajcarskich, ze względu na znacznie ograniczoną podaż tej waluty. Październik był też najgorszym miesiącem na GPW w 2008 roku. W tym miesiącu WIG stracił 24,8%, a przecena w sektorze bankowym sięgnęła 30,0%.



2.10. < Relacje ze Społeczeństwem >

DOBROczynność jest dziś żelaznym punktem strategii wszystkich instytucji finansowych, ale warto przypomnieć, że to właśnie nasz bank był pionierem na tym polu. Założona 15 lat temu Fundacja BRE Banku, pod parasolem której angażujemy się w liczne projekty społeczne, była jedną z pierwszych zarejestrowanych fundacji w środowisku bankowym.

Od początku istnienia Fundacja pełniła szczególną rolę. Zawsze mocno identyfikowaliśmy się z jej działalnością. Wielu pracowników bezpośrednio angażowało się w projekty zbieżne z ich wartościami, realizując w ten sposób własne marzenia, potrzeby, aspiracje.



Fundacja BRE Banku na stałe wpisała się w krajobraz instytucji charytatywnych w Polsce. Chcąc podnieść jakość życia społeczeństwa, w tym także udzielając pomocy osobom najbardziej potrzebującym, działamy na wielu polach. Staramy się oferować nie tylko konkretną pomoc (innym fundacjom, stowarzyszeniom domom dziecka), ale i wiedzę (szczególnie bliskie są nam projekty promujące przedsiębiorczość i popularyzujące wiedzę ekonomiczną). Trzecim ważnym dla nas nurtem jest kultura – angażujemy się w liczne wydarzenia kulturalne, artystyczne, ochronę dóbr dziedzictwa narodowego. Jesteśmy również pomysłodawcą i organizatorem dużych wydarzeń lokalnych, takich jak Łódź Maraton.

Czy pomoc da się zmierzyć? Jak najbardziej – od powstania Fundacji do końca 2008 roku wpłynęło do nas prawie 9 tys. wniosków. Udało nam się pomóc w ponad 4 tys. przypadków. Wartość darowizn przekazanych od 1994 roku przez Fundację to ponad 14 milionów złotych.

W 2008 roku Fundacja BRE Banku przekazała – na rzecz projektów społecznych, realizowanych przez organizacje pozarządowe, na rzecz projektów związanych z szeroko rozumianą edukacją (w tym na stypendia) oraz na cele związane z kulturą – darowiznę o łącznej wartości 3 210 000 PLN.



Wybrani partnerzy Fundacji BRE Banku

- > Fundacja Dzieciom „Zdążyć z pomocą”
- > Krajowy Fundusz na Rzecz Dzieci
- > Fundacja Rozwoju Kardiologii w Zabrze
- > Fundacja ABCXXI - „Cała Polska Czyta Dzieciom”
- > Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości
- > Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości w Łodzi
- > Polska Akcja Humanitarna
- > Zamek Królewski w Warszawie
- > wybrane szkoły i domy dziecka i wiele, wiele innych.

- >> www.dzieciom.pl
- >> www.fundusz.org
- >> www.frk.pl
- >> www.inkubatory.pl
- >> www.fep.lodz.pl
- >> www.zamek-krolewski.pl

edukacja



zdrowie



kultura



czyli trzy obszary działalności Fundacji BRE Banku

⟨ EDUKACJA, NAUKA, WSPIERANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ⟩

Świadomość
ekonomiczna
Polaków ciągle jest
daleka od ideału,
a przecież z ekonomią
nierozzerwalnie
związane jest życie
i dobrobyt każdego
z nas.



Umiejętne zarządzanie finansami osobistymi, cnota systematycznego oszczędzania, sztuka trafnego inwestowania i przedsiębiorczość powinny być przedmiotem edukacji już od najmłodszych lat. Niestety, ciągle nie są, stąd tak ważna rola wszelkich organizacji non-profit, które promują edukację finansową i krzewią przedsiębiorczość wśród młodych ludzi. Fundacja BRE Banku od lat wspomaga ich funkcjonowanie, przekazując na tego typu projekty co najmniej połowę rocznego budżetu. W 2008 r. wsparliśmy działania edukacyjne kwotą ponad 1,8 mln złotych.



BRE BANK SA

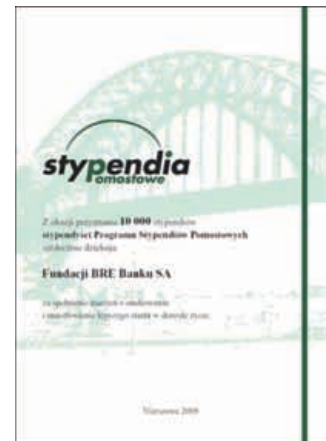
◀ Ważniejsze projekty ▶

STYPENDIA

Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości (FEP)

Fundacja BRE Banku współpracuje z Fundacją Edukacyjną Przedsiębiorczości od 2006 roku. Mamy przyjemność wspierać Program Stypendiów Pomostowych Fundacji, a od 2007 r. także konkurs dla stypendystów Programu studiujących na kierunkach: ekonomia, finanse i bankowość i stosunki międzynarodowe. Program Stypendiów Pomostowych ułatwia młodzieży ze wsi i małych miast pokonanie bariery finansowej, która często uniemożliwia rozpoczęcie nauki w szkole wyższej. O stypendia Fundacji mogą ubiegać się maturzyści przyjęci na pierwszy rok studiów magisterskich, pochodzący z rodzin o bardzo niskich dochodach i jednocześnie osiągający dobre wyniki w nauce. W 2008 roku Fundacja BRE Banku wsparła w ten sposób 50 młodych ludzi. W ramach Konkursu dla Stypendystów FEP jego laureatom przyznanych zostało również 50 stypendiów.

» www.fep.lodz.pl



Akademyjne
Inkubatory
Przedsiębiorczości

Konkurs na Biznesplany

Konkurs na Biznesy Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości to fenomenalna inicjatywa, wprowadzająca nową jakość do myślenia o stymulowaniu przedsiębiorczości wśród młodych ludzi i zapobiegania bezrobociu wśród absolwentów wyższych uczelni poprzez zaoferowanie im kompletnego wachlarza narzędzi potrzebnych do realizacji marzeń o własnej firmie. Fundacja BRE Banku sekunduje tej inicjatywie od początku jej powstania, czyli 2005 r.

Konkurs umożliwia autorom najlepszych pomysłów założenie firmy oraz opiekę „preinkubacyjną” Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości. Podczas pięciu edycji Konkursu zgłoszono w sumie 3 700 biznesplanów. Z tego grona wyróżniono i nagrodzono 50 inicjatyw; 15 z nich uzyskało wsparcie finansowe ze środków Fundacji BRE Banku. Laureaci otrzymują również pakiet indywidualnych szkoleń. Współpraca Fundacji BRE Banku z AIP w ramach Konkursu na Biznesplany będzie kontynuowana w roku akademickim 2009/2010. Kolejna, szósta już, edycja konkursu rusza jesienią.



Gala finału V edycji konkursu na biznesplany Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości

Komentarz



Dariusz Żuk

prezes AIP

Większość podobnych inicjatyw oferuje jedynie środki pieniężne na tworzenie własnego biznesu. Atutem Konkursu na Biznesplany AIP jest to, że Fundacja BRE Banku oraz AIP zapewniają cały wachlarz narzędzi służący do zbudowania i prowadzenia firmy. Od pięciu lat Fundacja AIP i Fundacja BRE Banku prowadzą konkurs, który pomaga tysiącom młodych osób urzeczywistnić biznesowe marzenia.

EDUKACJA DZIECI



Fundacja ABCXXI – Cała Polska czyta dzieciom

Fundacja ABCXXI została założona w grudniu 1998 r. przez p. Irenę Koźmińską. Celem Fundacji jest wspieranie zdrowia emocjonalnego, psychicznego, umysłowego oraz moralnego dzieci i młodzieży poprzez działania oświatowe, edukacyjne, organizacyjne i promocyjne.

1 czerwca 2001 r. Fundacja zainicjowała bardzo dziś popularną kampanię społeczną „Cała Polska czyta dzieciom”. Akcja ma pomóc w uświadomieniu ogromnego znaczenia czytania dziecku dla jego rozwoju emocjonalnego oraz wyrobieniu wśród dorosłych nawyku codziennego czytania dzieciom. Naukowcy i praktycy zgodnie twierdzą, że czytanie dziecku na głos uczy je języka i myślenia, rozwija pamięć i wyobraźnię, jest również źródłem wiedzy oraz wzorców moralnych zachowań.

Fundacja BRE Banku wspiera inicjatywę od 2006 r. W 2008 r. udzieliliśmy pomocy finansowej z przeznaczeniem na realizację kilku projektów, m.in. zaproszenie do Polski na serię wykładów Jima Trelease'a, głównego amerykańskiego propagatora głośnego czytania dzieciom. To właśnie jego bestsellerowy „The Read-Aloud Handbook” (Podręcznik głośnego czytania) był inspiracją dla kampanii „Cała Polska czyta dzieciom”.

Fundacja BRE Banku udzieliła także wsparcia dla projektu zakupu kolekcji książek „Cała Polska czyta dzieciom” dla szkół, przedszkoli i bibliotek na terenie całego kraju, szkolenia dla liderów i koordynatorów kampanii czytania i programu nauczania wartości oraz przeprowadzenia semestralnych studiów podyplomowych dla nauczycieli.



Krajowy Fundusz na Rzecz Dzieci

Krajowy Fundusz na Rzecz Dzieci, od 1981 roku wszechstronnie pomaga wybitnie zdolnym uczniom w rozwoju ich talentów i zainteresowań. Fundusz upowszechnia także wiedzę o szczególnych potrzebach dzieci i młodzieży wybitnie uzdolnionej oraz o metodach pracy z nimi.

Fundacja BRE Banku współpracuje z Funduszem od 2006 r. W ubiegłym roku ufundowaliśmy nagrody dla laureatów polskich eliminacji Konkursu Prac Młodych Naukowców Unii Europejskiej. Dofinansowaliśmy częściowo warsztaty muzyczne w Zakopanem, wielodyscyplinarne obozy naukowe i rozwojowe w Świdrze oraz obozy językowe.



Polska Akcja Humanitarna (PAH)

Polska Akcja Humanitarna (PAH) – program edukacyjny w Afganistanie

W ramach projektu „Poprawa dostępu i jakości edukacji w prowincji Pandższir w Afganistanie” PAH prowadzi kursy języka angielskiego i obsługi komputera w trzech afgańskich szkołach średnich. Organizowane od września 2008 r. kursy musiały zostać poprzedzone wyremontowaniem i wyposażeniem pracowni w sprzęt komputerowy, na który niezbędne środki finansowe przekazała nasza Fundacja. Wartość tego projektu jest nie do przecenienia, zważywszy niską jakość edukacji w Afganistanie, szczególnie w prowincjach o charakterze wiejskim.



BRE BANK SA

◀ OCHRONA ZDROWIA I POMOC SPOŁECZNA ▶

OD POCZĄTKU SWOJEGO ISTNIENIA FUNDACJA BRE BANKU NIESIE POMOC PLACÓWKOM SŁUŻBY ZDROWIA I OPIEKI SPOŁECZNEJ, JAK RÓWNIEŻ CHORYM I UPOŚLEDZONYM DZIECIOM. GROS DOFINANSOWANIA ZE ŚRODKÓW FUNDACJI PRZEZNACZANE JEST NA ZAKUP SPRZĘTU MEDYCZNEGO ORAZ REHABILITACJĘ I LECZENIE POTRZEBUJĄCYCH. W 2008 ROKU PRZEZNACZYLIŚMY NA TEN CEL PONAD 900 TYS. ZŁOTYCH, CZYLI NIEMALŻE 30% UBIEGŁOROCZNEGO BUDŻETU FUNDACJI.

◀ Ważniejsze przedsięwzięcia współfinansowane w 2008 roku przez Fundację BRE Banku: ▶

Finansowanie kosztów leczenia i rehabilitacji dzieci:

Fundacja Dzieciom „Zdążyć z pomocą”

Fundacja BRE Banku od wielu lat wspomaga finansowo działalność Fundacji Dzieciom „Zdążyć z pomocą”, która od 1998 roku realizuje program o tej samej nazwie, adresowany do dzieci chorych na dziecięce porażenie mózgowe oraz inne schorzenia wymagające długotrwałej terapii i rehabilitacji. Nasza Fundacja w 2008 roku dokonała darowizny finansowej z przeznaczeniem na koszty leczenia i rehabilitacji łącznie 200 podopiecznych Fundacji.

Fundacja Pomocy Osobom Niepełnosprawnym „Słoneczko” w Złotowie

Fundacja Pomocy Osobom Niepełnosprawnym „Słoneczko” powstała w 2004 roku przy Centrum Hipoterapii i Rehabilitacji Zabajka w Stanicy. Centrum organizuje turnusy rehabilitacyjne dla osób niepełnosprawnych z całej Polski, w szczególności dla dzieci cierpiących na dziecięce porażenie mózgowe. Współpracujemy z Fundacją „Słoneczko” od 2007 r., finansując koszty leczenia i rehabilitacji łącznie 50 podopiecznych Fundacji.

Wsparcie finansowe programów dożywiania dzieci:

Fundacja „Pożywienie Darem Serca” (FPDS)

Fundacja BRE Banku od wielu lat wspiera charytatywną działalność FPDS. Celem organizacji jest dożywianie dzieci w wieku od 5 do 16 lat, pochodzących przede wszystkim z rodzin dysfunkcyjnych, wielodzietnych i rozbitych. FPDS pomaga dzieciom przebywającym w świetlicach środowiskowych, ośrodkach szkolno-wychowawczych, szkołach specjalnych oraz zawodowych, które nie zostały objęte rządowym programem dożywiania. Codziennie FPDS dostarcza do ośrodków wytypowanych m.in. przez Kuratorium Oświaty około 650 ciepłych posiłków. Fundacja BRE Banku od wielu lat wspiera charytatywną działalność FPDS.

Polska Akcja Humanitarna (PAH)

Polska Akcja Humanitarna od 1998 r. prowadzi program dożywiania dzieci „Pajacyk”. Celem programu jest wyrównanie szans edukacyjnych dzieci pochodzących ze środowisk zagrożonych lub dotkniętych biedą strukturalną, a nieobjętych pomocą gmin. Z pomocy „Pajacyka” korzystają więc przede wszystkim ci uczniowie, którzy z różnych powodów nie kwalifikują się do otrzymywania środków z funduszy socjalnych. Od 2007 roku wsparcia finansowego dla tej akcji udziela też nasza Fundacja.



Albin Batycki

Laureat konkursu „Człowiek bez barier 2008”

Sitą Inicjatywy corocznego konkursu „Człowiek bez barier”, czasopisma „Integracja” jest jej szeroki zakres działania obejmujący wszystkie dziedziny życia społecznego. Patrząc retrospektywnie na wszystkich laureatów konkursu widzimy jak nagroda, którą otrzymali stała się dla nich ogromnym dopingiem do dalszego działania. Cieszę się bardzo, że mogłem uczestniczyć w tym konkursie. Dziękuję też Fundacji BRE Banku za wsparcie konkursu – powoduje ono wzrost rangi otrzymanej przeze mnie nagrody.

» www.dzieciom.pl

» www.fundacja-slonieczko.pl

» www.fpds.org.pl

» www.pah.org.pl

Inne projekty:



Fundacja Dzieci Niczyje (kampania społeczna „Dobry Rodzic – Dobry Start”)

„Dobry Rodzic – Dobry Start” to pierwszy w Polsce program profilaktyki mającej na celu zapobieżenie krzywdzeniu małych dzieci (w wieku 0–3 lat). Program realizowany jest pod honorowym patronatem Ministra Pracy i Polityki Społecznej oraz Ministra Zdrowia. Jego celem jest ochrona małych dzieci przed krzywdzeniem, poprzez wsparcie ich rodziców (opiekunów) w umiejętności wychowywania bez przemocy. Fundacja zapewnia m.in. bezpłatne materiały edukacyjne i oferty pomocy. Nasza Fundacja dofinansowała przygotowanie i wydanie broszur, w ramach kampanii społecznej poświęconej dobremu rodzicielstwu oraz wydanie publikacji „Dzieci rozwodzających się rodziców” (dla profesjonalistów pomagających dzieciom).



Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji (konkurs „Człowiek bez Barier”)

Stowarzyszenie powstało w 1995 roku z inicjatywy Piotra Pawłowskiego, twórcy czasopisma „Integracja”, skierowanego do osób z niepełnosprawnością, ich rodzin i przyjaciół. Stowarzyszenie zorganizowało się wokół idei integracji we wszystkich aspektach życia społecznego. Pragnie propagować i urzeczywistniać integrację osób z niepełnosprawnością w społeczeństwie, opartą na współtętnieniu, współpracy i partnerstwie we wszystkich dziedzinach życia społecznego.

Konkurs „Człowiek bez Barier” promuje ludzi, którzy pomimo niepełnosprawności osiągnęli sukces życiowy. Tytuł „Człowiek bez barier” przyznawany jest corocznie osobie, która odnosi sukcesy w życiu zawodowym i prywatnym, jest uznanym artystą, wybitnym sportowcem, liderem społeczności lokalnej, działa w organizacji pozarządowej, odnosi sukcesy w biznesie, zmienia swoim życiem i działalnością stereotypowy wizerunek osoby z niepełnosprawnością. Laureatem ubiegłorocznej edycji konkursu został Albin Batycki, mistrz Polski w grze singlowej w tenisie na wózkach, działacz sportowy i społeczny. Nasza fundacja dofinansowała kampanię outdoorową i ufundowała nagrodę główną w konkursie „Człowiek bez Barier”.

◀ KULTURA, WYDARZENIA ARTYSTYCZNE, OCHRONA DÓBR DZIEDZICTWA NARODOWEGO ▶

FUNDACJA BRE BANKU OD 1994 ROKU ANGAŻUJE SIĘ W LICZNE PROJEKTY MAJĄCE NA CELU M.IN. WSPIERANIE DZIAŁALNOŚCI WYSTAWIENNICZEJ, OPIEKĘ NAD DZIEŁAMI SZTUKI, RENOWACJE ZABYTKÓW I OBIEKTÓW SAKRALNYCH. CZĘSTO RÓWNIEŻ DOTUJE IMPREZY KULTURALNE, WYDAWNICTWA, TWÓRCÓW KULTURY.

◀ Ważniejsze przedsięwzięcia, finansowane w tym obszarze przez Fundację w 2008 roku: ▶



Zamek Królewski w Warszawie

Od 2007 roku Fundacja BRE Banku wspiera działania wystawiennicze Zamku Królewskiego w Warszawie. Wydarzeniem 2008 roku była wystawa Skarbiec Katedry Wileńskiej, wspólny projekt Archidiecezji Wileńskiej, Zamku Królewskiego w Warszawie oraz Zamku Królewskiego na Wawelu w Krakowie. Wystawa ta była pierwszym pokazem tego wspaniałego zbioru poza granicami Litwy. Towarzyszył jej obszerny, bogato ilustrowany katalog dzieł, wzbogacony o kilka znakomitych esejów uczonych litewskich, omawiających historię diecezji wileńskiej oraz samą katedrę wraz z jej imponującym skarbcem. Nasza Fundacja dofinansowała wydanie tego katalogu.

Współpraca z Muzeum Bursztynu w Gdańsku

Muzeum Bursztynu stanowi oddział Muzeum Historycznego Miasta Gdańska i dzięki ciekawym ekspozycjom stało się jedną z największych atrakcji turystycznych miasta. Fundacja BRE Banku, od początku powstania muzeum, aktywnie angażuje się w działania mające na celu uatrakcyjnienie kolekcji gdańskich bursztynów oraz ukazywanie ich piękna szerokiej publiczności.

Poza eksponatami zakupionymi w 2007 roku, w 2008 roku Fundacja BRE Banku przyczyniła się do poszerzenia kolekcji Muzeum Bursztynu, poprzez pozyskanie 9 dodatkowych inkluzji (5 roślinnych i 4 zwierzęce). Te unikalne okazy prezentują gatunki roślin i zwierząt sprzed ok. 40 milionów lat.



Działania społeczne mBanku



mBank jest mecenasem kultury oraz sponsorem imprez edukacyjnych i sportowych. Z wielu działań Banku na tym polu na szczególne wyróżnienie zasługują OFF Festiwal i mBank Łódź Maraton.

Off Festiwal jest jedną z najciekawszych alternatywnych imprez w Polsce. Od 2006 roku regularnie odbywa się w Mysłowicach, dając fanom możliwość wysłuchania ulubionych wykonawców muzyki alternatywnej z kraju i zagranicy. Festiwal jest imprezą wielopłaszczyznową, wydarzeniem nie tylko muzycznym, ale i społecznym. Podczas imprezy prezentowane są różne gatunki muzyczne, odbywają się wystawy, warsztaty, dyskusje panelowe. Częścią festiwalu są także Międzynarodowe Targi Wolontariatu.



mBank Łódź Maraton jest jedną z największych imprez tego typu w Polsce. Został zainicjowany w 2004 roku jako impreza dla biegaczy, kibiców i wszystkich sympatyków aktywnego spędzania czasu.

W dotychczasowych edycjach maratonu wystartowało 3500 biegaczy z 14 krajów świata, którzy przebiegli łącznie 143 962 km, wypili 4900 litrów wody, 2100 litrów odżywek i zjedli 0,7 tony bananów.



2.11. < Relacje z otoczeniem - środowisko >

Staramy się być Bankiem przyjaznym środowisku.

Lubimy kolor zielony. Nasza proekologiczna postawa przejawia się przede wszystkim w praktyce – staramy się implementować i realizować programy gospodarowania odpadami w placówkach Banku.

Nasze osiągnięcia: Programy gospodarowania odpadami wprowadzone w 2008 roku

Plany na przyszłość: Kampania „Gramy w zielone” umożliwiająca funkcjonowanie Banku w sposób bardziej przyjazny środowisku.

Do ekologii podchodzimy procesowo (doskonalenie działania w czterech etapach PDCA: plan – planuj, do – wykonaj, check – sprawdź, act – działaj), dążąc do osiągnięcia jak najwyższych standardów zarządzania środowiskiem, będącego dla nas integralnym elementem zarządzania firmą.

< Zasoby wykorzystywane w BRE Banku >

Poziom wykorzystania energii, wody oraz gazu w BRE Banku w 2008 roku

Wykorzystanie gazu

442 486 m³

Wykorzystanie energii

27 201 805 kWh

Wykorzystanie wody bieżącej

51 515 m³



Institucje finansowe, z racji swojego charakteru, nie zaliczają się do grona największych trucieli środowiska, ale i one mogą wiele zrobić na polu ekologii, ograniczając zużycie zasobów, mogących negatywnie wpływać na środowisko naturalne. Należy też pamiętać, że Banki finansują również inwestycje, w tym takie, których realizacja także może mieć znaczący wpływ na poziom wykorzystywania surowców. Mając tego świadomość, prewencyjnie czynimy wszelkie starania, by sukcesywnie redukować ilość zużycia zasobów, takich jak: paliwa uzyskiwane z ropy naftowej (w tym gaz ziemny), energia elektryczna, woda, papier.

⟨ **Gaz ziemny** ⟩ wykorzystywany jest jedynie w czterech placówkach do ogrzewania. Jego spożycie kształtowało się na tyle niskim poziomie, iż – zgodnie z prawem ochrony środowiska z tytułu wprowadzania gazów lub pyłów do powietrza – nie musieliśmy uiszczać opłaty środowiskowej.

⟨ **Energię elektryczną** ⟩ konsumują przede wszystkim urządzenia biurowe oraz oświetlenie – wewnętrzne biur i zewnętrzne placówek Banków. Używamy jej również do klimatyzatorów i systemów ogrzewania. W celu minimalizowania ilości pochłanianej energii, stosujemy energooszczędne świetlówki o wydłużonym czasie użytkowania. Każdego roku rośnie udział nowoczesnego sprzętu o podwyższonym standardzie ekologicznym. W 2008 roku posiadaliśmy w sumie ponad 12 tysięcy urządzeń biurowych, z czego ponad 65% stanowiły komputery stacjonarne, 16% laptopy i 17% drukarki.

⟨ **Bieżąca woda** ⟩ wykorzystywana przede wszystkim w miejscach socjalnych oraz do klimatyzatorów. By zapewnić Pracownikom wodę pitną najlepszej jakości, współpracujemy z firmą zaopatrującą wszystkie jednostki w wodę źródlaną. W 2008 roku do Banku dostarczono jej ponad 421 tys. litrów. Woda ta dostarczana jest w plastikowych zbiornikach wielorazowego użytku.

⟨ Papier ⟩

Choć rewolucja internetowa stała się faktem i coraz więcej dokumentów występuje w formie elektronicznej, jak każdy Bank ciągle zużywamy znaczne ilości papieru. Wiele dokumentów, zarówno wewnętrznych, jak i wychodzących do Klienta nadal ma postać papierową.



WYKRES 19. Wykorzystanie papieru w BRE Banku (w tys. ryz)

Modelowym przykładem świadomego podejścia do zarządzania zasobami naturalnymi są działania MultiBanku. Detaliczne ramie BRE Banku priorytetowo traktuje kwestię ograniczenia ilości papieru wykorzystywanego do wykonania wydruków i do produkcji materiałów reklamowych.

W efekcie przeglądu materiałów drukowanych na potrzeby działalności bankowej, jak i tych informujących o ofercie skierowanej do Klientów, udało się wskazać materiały, które nie wymagały już dłuższej formy drukowanej. Dodatkowo rozpoczęto również prace, nad umożliwieniem Klientom rezygnacji z papierowych harmonogramów spłat kredytów hipotecznych, na rzecz harmonogramów elektronicznych. Przygotowano również liczne działania do wprowadzenia: ograniczenie objętości „Regulaminu obsługi kredytów udzielanych na podstawie Umowy o świadczenie usług bankowych w MultiBanku” – z 30 stron do 6.

Inny materiał – *vademecum kart kredytowych* – był do tej pory drukowany w nakładzie 10 000 sztuk, a jego objętość wynosiła 32 strony. Optymalizacja pozwoliła zredukować jego objętość, bez szkody dla merytoryki, do 20 stron, dzięki czemu zaoszczędziliśmy 120 000 stron wydruku. Zmniejszono również nakład ulotek informujących o ofercie – z ponad 1,5 mln sztuk w 2008 r. do 557 tys. sztuk w I kwartale 2009 r. Skrócono również regulaminy otwierania rachunków bankowych i regulaminy kredytów drukowane przez Pracowników placówek i wydawane do nowo otwieranego rachunku. Dotychczasowy „Regulamin otwierania i prowadzenia rachunków bankowych” miał 32 strony, po modyfikacji – 6 stron. Projekt zakładający redukcję wykorzystania papieru zostanie całkowicie wdrożony w III kwartale 2009 roku.

⟨ Paliwa ⟩

Za największą emisję spalin odpowiadają w naszym przypadku podróże służbowe Pracowników. W 2007 roku w naszym posiadaniu znajdowało się 1061 aut. Rok później flota powiększyła się do 1232 aut, na skutek rozwoju działalności, ale i wymiany części floty na nowe pojazdy. Dążymy jednak do redukcji emisji spalin oraz liczby posiadanych samochodów – zakładamy, że na koniec 2009 r. liczba służbowych samochodów, użytkowanych przez Pracowników naszej Grupy, spadnie do 850. Miesięczny limit paliwa przydzielany jest Pracownikom w zależności od klasy samochodu i zajmowanego stanowiska.



Rozmiary floty samochodowej obciążają nas do uiszczania opłaty za korzystanie ze środowiska z tytułu emisji spalin od samochodów służbowych używanych przez Pracowników.

W 2008 roku znacznie wzrosła emisja spalin generowana przez spożytkowanie benzyny, gdy wykorzystanie oleju napędowego znacznie zmalało.

Niewielkie zmiany w zużyciu oleju napędowego, mimo gwałtownego rozwoju struktury, są wynikiem oszczędnej i racjonalnej jazdy kierowców oraz korzystania z samochodów bardziej przyjaznych środowisku. Redukcja zużycia paliwa wynika również ze stosowania lepszych jakościowo materiałów eksploatacyjnych oraz z regularnego serwisowania samochodów.

Obserwacje PRICEWATERHOUSECOOPERS

Podczas spotkań z przedstawicielami BRE Banku, odpowiedzialnymi za zarządzanie danymi dotyczącymi wpływu organizacji na środowisko, przedstawiono nam materiały wskazujące na działania, których celem jest monitoring negatywnego wpływu działalności Banku na otoczenie naturalne.

◀ Programy gospodarowania odpadami w BRE Banku ▶

W grudniu 2007 roku podjęliśmy decyzję o objęciu Oddziałów Korporacyjnych i placówek sieci detalicznej Programem gospodarowania odpadami, wdrażanego we współpracy z Biurem Usługowym EKO – ŚWIAT.

Najważniejsze zadania i cele programu zostały zawarte w Harmonogramie zamierzeń na 2008 rok. Szczególny nacisk kładziemy w nim na: planowej gospodarce odpadami, w tym objęcie Programami gospodarowania odpadami niebezpiecznymi dużych Oddziałów BRE Banku oraz wielkich skupisk miejskich, regularne zestawianie informacji o zakresie wpływu Banku na środowisko oraz wykazy ilości i rodzajów gazów lub pyłów wprowadzanych do powietrza.

Dodatkowo harmonogram ten wyznacza kierunki i cele dalszej pracy w celu dalszego wdrażania planowej gospodarki odpadami w placówkach BRE Banku.



⟨ Wdrażanie programu ⟩

Zgodnie z Harmonogramem zamierzeń na rok 2008, rozpoczęliśmy porządkowanie gospodarki odpadami w dużych ośrodkach miejskich i na terenie dużych placówek. Programami **gospodarowania odpadami niebezpiecznymi**, udało się objąć w 2008 roku 6 placówek, w tym centralę BRE w Warszawie.

Ilość odpadów niebezpiecznych i innych niż niebezpieczne wytworzonych, i przekazanych uprawnionym firmom, przez placówki BRE Bank S.A. w 2008 roku

Charakter odpadu	Masa w Mg
Odpadów niebezpiecznych	5,2685
Odpadów innych niż niebezpieczne	7,7093
Wszystkich odpadów razem	12,9778

W 2008 r. udało się przekazać uprawnionym firmom odpady o łącznej masie blisko **13 ton!**

Znaczną część (ok. 36%) odpadów stanowią odpady niebezpieczne, m.in. zużyte urządzenia elektroniczne i elektryczne, w tym świetlówki. Odpady inne niż niebezpieczne to przede wszystkim: tonery drukarskie, opakowania z papieru i tektury, odpady z remontów i demontaży. Duży odsetek odpadów niebezpiecznych świadczy o priorytetowej dbałości placówek bankowych o prawidłowe zagospodarowanie odpadów szczególnie zagrażających środowisku.

Województwa przodujące w ilości wykazanych odpadów w 2008 roku

Województwo	Masa zgłoszonych odpadów w Mg	Co stanowi % całości
mazowieckie	4,1255	31,78
dolnośląskie	3,2020	24,61
śląskie	2,2280	17,16
łódzkie	0,8325	6,41

Najlepsze efekty udało się uzyskać placówkom z województw: mazowieckie, dolnośląskie, śląskie i łódzkie. Wspólnie oddały one ponad dwie trzecie (**79,96%**) wszystkich odpadów, co w masie stanowiło **aż 10,388 Mg** (ponad 10 ton).

⟨ Współpraca z firmą Remondis ⟩

Od lipca 2008 r. współpracujemy z firmą Remondis, która szacunek dla środowiska naturalnego wpisała w filozofię swojej działalności. Firma funkcjonuje w oparciu o normę ISO 14001:2004, która w swoich operacjach przyczynia się do ograniczania negatywnego oddziaływania na środowisko.

W ramach współpracy przedstawiciele Remondis odbierają od nas zużyte baterie i świetlówki oraz zbędny, zużyty papier (ze specjalnych pojemników rozmieszczonych w placówkach Banku na terenie całego kraju), baterie i akumulatory. O rozpoczęciu współpracy z firmą Remondis informowaliśmy naszych Pracowników za pośrednictwem Intranetu.

Cieszy nas to, że nasz partner dąży do zwiększenia udziału recyklingu w strukturze „obróbki” gromadzonych odpadów (kosztem odzysku i składowania). Oznacza to, że odpady powstające w procesach produkcyjnych (oprócz papieru) przekazywane są do spółek grupy Remondis zajmujących się recyklingiem i odzyskiem.

Papier – w formie sprasowanych półtonowych kostek, zawierających rozdrobniony wymieszanych i sprasowany materiał (co zapewnia anonimowość oddawanego surowca) – trafia do producenta wyrobów higienicznych, dzięki czemu przyczyniamy się do ponownego wykorzystania tego surowca.

Dzięki stałemu ulepszaniu zarządzania środowiskowego w 2008 roku nie nałożono na BRE Bank żadnych sankcji pozafinansowych za nieprzestrzeganie prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska.

⟨ GREEN Energy ⟩

W BRE myślimy o środowisku i dbałość o nasze otoczenie to nie tylko rozsądne gospodarowanie zasobami – dbałość ta wyraża się również w oferowanych przez nas produktach. W marcu 2008 roku BRE Bank rozpoczął przyjmowanie zapisów na lokatę inwestycyjną Green Energy, opartą o koszyk indeksów energii alternatywnej. Produkt ten dostępny w PLN pozwolił Klientom na partycypowanie we wzroście jednego z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki. Lokata przygotowana została dla Klientów Private Banking i Klientów Korporacyjnych BRE Banku. Zainteresowanie lokatą inwestycyjną GREEN ENERGY i ostateczny jej zakup przez Klientów BRE Private Banking w porównaniu do pozostałych lokat inwestycyjnych oferowanych przez BRE PB można uznać za wysokie.



BRE Bank oferuje również swoim Klientom następujące fundusze:

1. DWS Zmian Klimatycznych
2. DWS Agrobiznes
3. Franklin Templeton Natural Recourses Fund
4. Franklin Templeton Biotechnology Discovery Fund

Komentarz



Katarzyna Heuchert

Dyrektor ds. Rozwoju Oferty Produktowej, BRE Private Banking & Wealth Management

Większość Inwestorów stosunkowo niedawno dostrzegła potencjał tkwiący w alternatywnych źródłach energii jako aktywie stanowiącym podstawę inwestycji. Z jednej strony perspektywiczność rynków skłoniła Inwestorów do otwarcia na nie swoich portfeli, z drugiej aktywna kampania informacyjna oraz swego rodzaju „moda” w ofertach instytucji finansowych, sprzyjała popytowi na produkty finansowe oparte na sektorach związanych ze słoneczną energią geotermalną i wiatrem, energią wodną oraz biopaliwami.

Ostatnie lata bessy, jak również trwający od roku kryzys finansowy generalnie nie sprzyjały inwestycjom na rynku kapitałowym, tak więc również aktywne źródła energii, będące motywem przewodnim inwestycji, nie pozwoliły zarabiać tak, jak oczekiwali Inwestorzy. Poza tym wielu z nich nie akceptowało dłuższego, a w tym przypadku uznanego za optymalny, horyzontu czasowego inwestycji. Jak wiadomo, popyt kształtuje podaż, co w przypadku alternatywnych źródeł energii oznacza, że będą one tym bardziej pożądane i cenne, im mniej dostępne będą zasoby naturalne. Te wprawdzie od lat systematycznie się kurczą, jednak skutki tego odczujemy dopiero w dłuższej perspektywie. Wówczas ceny alternatywnej energii osiągną zdecydowanie wyższy poziom niż dziś. Dlatego nadal jest to atrakcyjne aktywo, ale przede wszystkim dla cierpliwych i dojrzałych Inwestorów.

◀ Kompetencje ▶

Po pierwsze, ludzie.



BRE BANK SA



Wykształcona kadra to kluczowa przewaga konkurencyjna we współczesnej gospodarce.



◀ PO PIERWSZE, LUDZIE. ▶

WYKSZTAŁCONA KADRA TO KLUCZOWA PRZEWAGA KONKURENCYJNA
WE WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARCE.

W BRE Banku podchodzimy do rozwoju kompetencji szerzej niż w przeciętnym przedsiębiorstwie, które koncentruje się na szkoleniu wyłącznie swoich pracowników.

Naszą odpowiedzialność społeczną rozumiemy nie tylko jako inwestycję w kompetencje naszych Pracowników i przyszłych „rekinów finansów”, którzy odbyli staż bądź praktykę w naszym Banku. Od lat bardzo dużo uwagi i energii poświęcamy działaniom edukacyjnym skierowanym do szerokiego grona odbiorców. Wierzymy, że wiedza ekonomiczna jest potrzebna każdemu, bo dobrobyt każdego gospodarstwa domowego jest bezpośrednio związany z sytuacją makroekonomiczną, kondycją rynków finansowych, etc. Dlatego staramy się nieść kaganek ekonomicznej oświaty wszędzie tam, gdzie jest to możliwe – od programów skierowanych do młodych ludzi (działania Fundacji BRE Banku) przez edukację Klientów, przedsiębiorców, przedstawicieli sektora finansowego.



◀ Działania skierowane do studentów ▶

- › Warsztaty wspierające wejście studentów na rynek pracy
- › Uczestnictwo w wydarzeniach organizowanych przez uczelnie wyższe
- › Praktyki i staże

◀ Szkolenia dla Pracowników ▶

- › Programy umożliwiające rozwój kwalifikacji specjalistycznych i nabywania kompetencji menedżerskich.

3.1. < MŁODZI Z NAMI, czyli działania skierowane do studentów >

Wiemy jak ważne są pierwsze doświadczenia zawodowe; wybór pierwszego pracodawcy potrafi zdeterminować całą przyszłą karierę absolwenta. Dlatego tak dużą wagę przywiązujemy do działań na rzecz studentów – nie tylko tych, którzy w przyszłości mogliby zasilić szeregi naszego Banku. Zależy nam na tym, by podnosić poziom wiedzy młodych ludzi, wyposażać ich w cechy i kompetencje niezbędne na współczesnym rynku pracy, pokazywać własnym przykładem jak inspirująca i satysfakcjonująca może być praca w nowoczesnej, odpowiedzialnej społecznie firmie.

Oczywiście, sami również korzystamy na tych inicjatywach – będąc w kontakcie z szerokim gronem studentów, mamy możliwość „wyłowienia” największych talentów, którym możemy zaproponować pracę. Doświadczenie pokazuje, że praktykantów i stażystów tak „wciąga” nasz program praktyk i atmosfera w firmie, że wielu z nich dołącza do naszego zespołu.

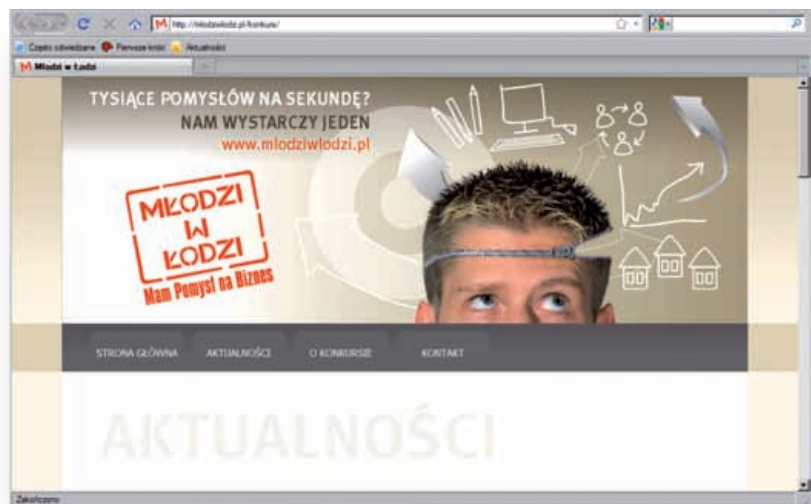
Cieszy nas, że możemy wspierać lokalne rynki pracy, także w regionach, które przez lata borykały się ze strukturalnym bezrobociem. W czasach, gdy większość banków ambicjonalnie przenosi wszystkie operacje do stolicy, jesteśmy dumni z naszego łódzkiego ramienia. To właśnie w Łodzi mieszczą się centrale MultiBanku i mBanku, dzięki czemu możemy zaproponować inspirujące ścieżki kariery dla absolwentów renomowanych uczelni – Uniwersytetu Łódzkiego i Politechniki Łódzkiej. Jesteśmy także partnerem bardzo ważnego dla rozwoju regionu programu – Młodzi w Łodzi.

< Młodzi w Łodzi >

Program stworzony przez Urząd Miasta Łodzi w 2008 roku, ma na celu promowanie Łodzi jako miasta atrakcyjnego dla młodych, aktywnych i studiujących ludzi. Ponadto inicjatywa ma na celu ułatwienie absolwentom uczelni łódzkich wejście na rynek pracy. W ramach akcji organizowane są liczne kampanie informacyjne, szkolenia i warsztaty. Łódzcy studenci mają też możliwość zdobycia stypendiów ufundowanych przez Urząd Miasta Łodzi oraz łódzkich pracodawców.

MultiBank został Partnerem konkursu Prezydenta Miasta Łodzi „Młodzi w Łodzi – Mam pomysł na biznes”. W konkursie nagradzano najlepsze biznesplany – profesjonalnie opracowane pomysły na własną działalność gospodarczą. Celem konkursu była promocja postaw przedsiębiorczych wśród młodych ludzi, a także przekonanie ich do wiązania swojej przyszłości zawodowej z Łodzią.

Wśród nagród dla autorów najlepszych projektów było dwuletnie bezpłatne prowadzenie rachunku w MultiBanku. Wierzmy, że dla siedmiu nagrodzonych firm „przyjazny świat finansów” – dewiza MultiBanku – będzie ważnym wsparciem w realizacji ambitnych planów biznesowych. Może wśród nich znajdzie się przyszły polski Rockefeller? Trzymamy kciuki!



>> www.mlodziwlodzi.pl/konkurs



⟨ WARSZTATY ⟩

„Twój bank, Twoja kariera” w mBanku

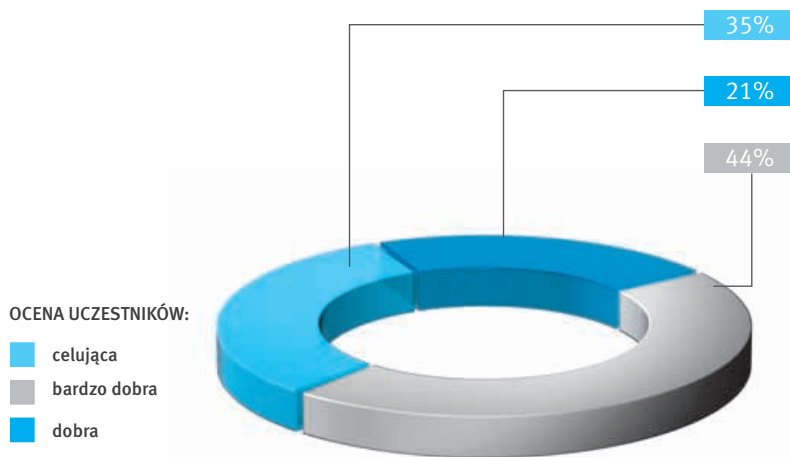
W 2008 r. odbyła się druga edycja zainicjowanych w 2007 r., warsztatów mBanku dla studentów wszystkich kierunków studiów łódzkich uczelni. Dla studentów to wyjątkowa okazja, by zapoznać się z funkcjonowaniem mBanku „od środka”. Uczestnicy warsztatów poznają nasz mBankowy open space, strukturę i zadania poszczególnych zespołów; mogą też porozmawiać z osobami zarządzającymi Bankiem. Warsztaty rozpoczyna zawsze Dyrektor Banku, opowiadając o jego specyfice. Odpowiada jednocześnie na pytania uczestników. Studenci biorą także udział w autorskich wykładach Pracowników mBanku na następujące tematy:

WARSZTATY

„Twój bank, Twoja kariera”



- › Zarządzanie czasem
- › Nowe sposoby komunikacji marki
- › Generacja C, czyli Klient w sieci
- › Karta kredytowa, jako uniwersalne narzędzie do zarządzania własnymi finansami
- › „Witamy w mBanku” – program adaptacji Pracowników
- › Akademia Inwestycyjna



Program warsztatów przygotowali Pracownicy różnych linii biznesowych mBanku. Bardzo cieszy, że ich zaangażowanie i wiedza zdobyły uznanie studentów. **35%** uczestników warsztatów oceniło inicjatywę celująco, **44%** przyznało ocenę bardzo dobrą, **21%** oceniło ją dobrze.

W sześciu warsztatach tematycznych przeprowadzonych w 2008 roku wzięło udział 86 osób. W 2009 roku planowane jest zorganizowanie 5 warsztatów dla studentów.

WYKRES 21. Ocena warsztatów przez uczestników

Warsztat „Public Your Relations” MultiBanku

Warsztat został zorganizowany w grudniu 2008 roku, w Centrali MultiBanku w Łodzi, przez Pracowników Banku. Studenci stowarzyszeni w międzynarodowej organizacji studenckiej AIESEC mogli dzięki niemu zdobyć praktyczną wiedzę z zakresu technik marketingowych i public relations wykorzystywanych w MultiBanku.

Szkolenie składało się z następujących modułów:

- > Public Relations
- > Tworzenie reklamy
- > Sposoby docierania do Klienta VIP
- > Budowanie relacji z prestiżowymi Klientami
- > Zawód: rzecznik prasowy

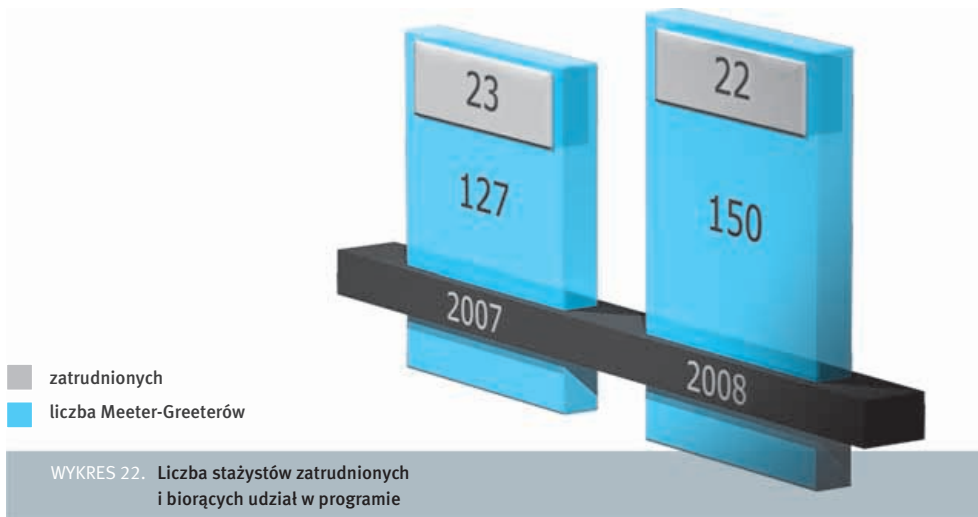
Inicjatywa pozwoliła zawiązać owocną współpracę pomiędzy AIESEC a MultiBankiem. W warsztacie prowadzonym przez bankowych specjalistów wzięło udział 14 osób. W ankietach ewaluacyjnych, uczestnicy warsztatu ocenili go na 4,8 w sześciostopniowej skali ocen. Warsztaty „Public Your Relations” będą kontynuowane w 2009 roku; planujemy zorganizować trzy spotkania tego typu.

< STAŻE w MultiBanku >

Program Meeter-Greeter

Meeter-Greeter to ogólnopolski projekt obejmujący sieć placówek MultiBanku w całej Polsce. Powstały w 2005 roku program umożliwia studentom, zainteresowanym sprawdzeniem swoich sił w zawodzie bankowca, odbycie płatnego stażu w oddziałach MultiBanku.

Podczas stażu Meeter-Greeter traktowany jest jak integralna część zespołu i jak inni Pracownicy Banku – otrzymuje zadania do realizacji.



Uczestnicy stażu aktywnie uczestniczą w życiu placówki, poznając dzięki temu specyfikę funkcjonowania oddziału bankowego oraz ofertę produktową Banku. Najlepsi Meeter-Greeterzy po odbyciu stażu są przygotowani do rozpoczęcia pracy w MultiBanku na stanowisku asystenta bankowego. W 2008 roku, do placówek MultiBanku zostało przyjętych 150 Meeter-Greeterów, z czego 20 zostało zatrudnionych na stanowisku asystenta bankowości, a 2 na stanowiska doradcy linii obsługi mikrofirm. Program będzie kontynuowany w 2009 roku.



Zuzanna Zawadzka

specjalista ds. sprzedaży produktów bankowych MultiBanku z Gdańska

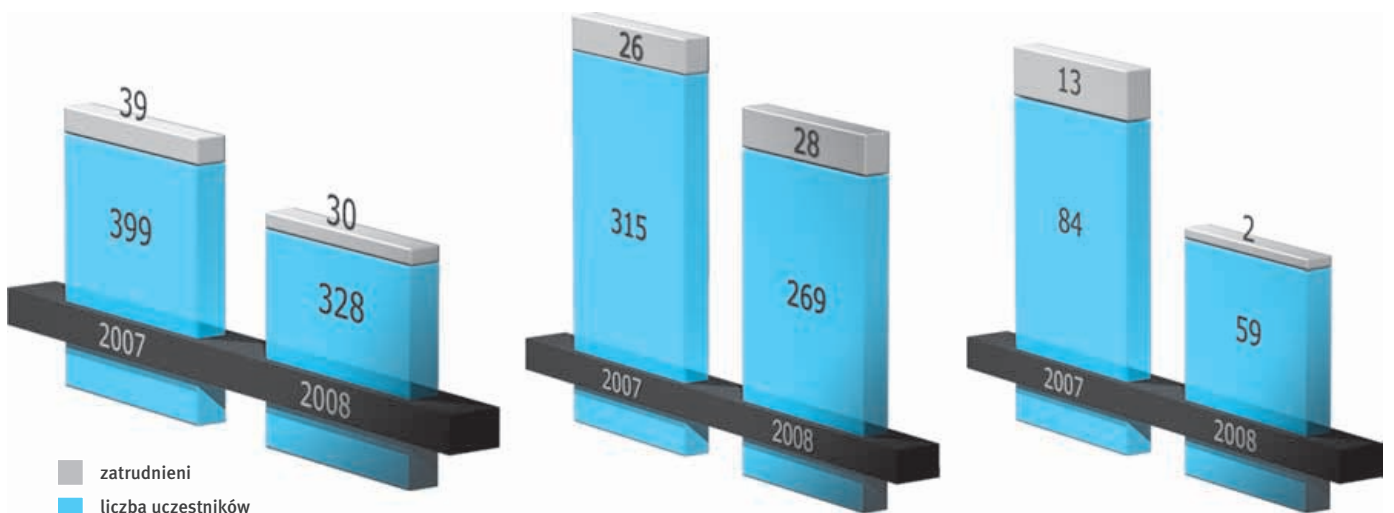
Budowanie swojej kariery rozpoczęłam na ostatnim roku studiów. Przeszłam rozmowę kwalifikacyjną i w maju 2009 roku w gdańskiej placówce pojawił się nowy stażysta – Meeter-Greeter. Moim zadaniem było kierowanie ruchem w placówce. Pomagałam Pracownikom Banku w bieżących czynnościach, takich jak informowanie Klientów o ofercie Banku czy po prostu proponowałam oczekującym filiżankę kawy. Dzielnie zajęłam swoje nowe stanowisko pracy. Najtrudniejsze były oczywiście początki. Z czasem jednak wszystko stało się prostsze i mogłam wspierać swoją placówkę w coraz szerszym zakresie. Przygotowywałam oferty dla Klientów oraz uczestniczyłam w organizowanym przez moją placówkę śniadaniu biznesowym. Najcenniejsze podczas stażu było dla mnie poznanie struktury Banku oraz możliwość współpracy z Klientami. Co więcej, po odbyciu stażu otrzymałam propozycję pracy w MultiBanku jako doradca i obecnie zajmuję się linią biznesową i obsługą Klienta indywidualnego. I tak właśnie rozpoczęło się moje poważne życie z pracą za pan brat. Polecam ;)



⟨ Praktyki i staże w BRE Banku ⟩

Bardzo ważnym elementem naszej polityki personalnej są praktyki i staże dla studentów w różnych jednostkach organizacyjnych Banku. Ich uczestnicy mogą, zgodnie ze swoimi zainteresowaniami oraz kierunkiem odbywanych studiów, odbyć praktyki w placówkach sieci sprzedaży, w liniach biznesowych, marketingu, obszarze zarządzania zasobami ludzkimi. Mogą też spróbować swoich sił, współpracując z Pracownikami jednostek zajmujących się analizą kredytową. Praktykanci i stażyści BRE Banku najczęściej wywodzą się z kierunków ekonomicznych, ale są wśród nich także przyszli informatycy, socjologowie, psychologowie, matematycy.

Praktyki w BRE Banku prowadzone są przez cały rok. Cieszą się dużym zainteresowaniem wśród studentów i są przez nich bardzo dobrze oceniane. W 2008 roku praktyki w BRE Banku odbyło 328 studentów (269 w bankowości detalicznej i 59 w bankowości korporacyjnej). Po odbytych stażach, w BRE Banku zatrudniono w 2008 roku 32 osoby (30 w bankowości detalicznej i 2 osoby w bankowości korporacyjnej).



WYKRES 23. Praktyki i staże w BRE Banku (bankowość detaliczna i korporacyjna)

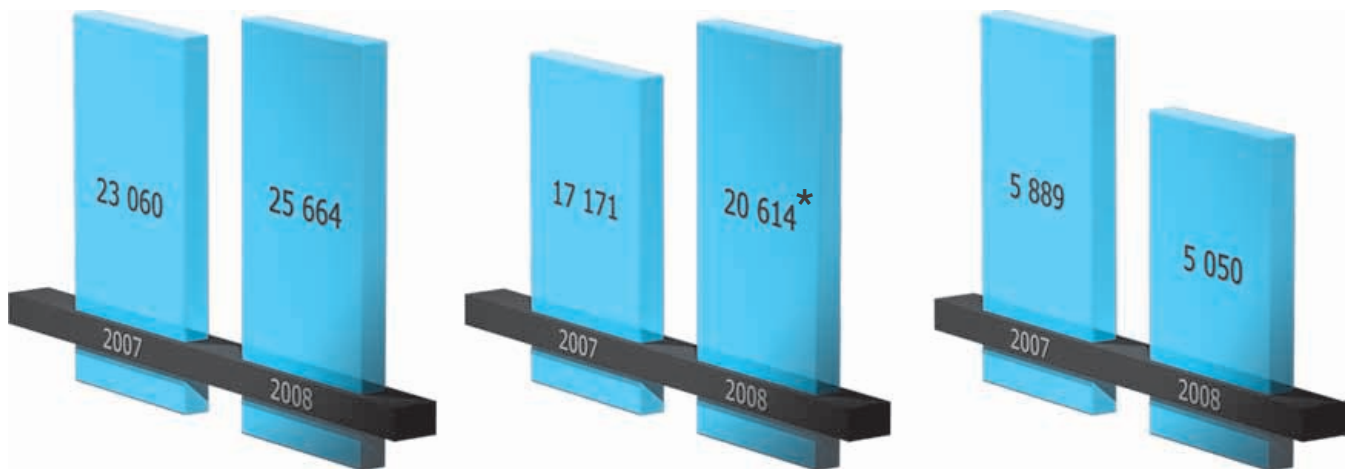
WYKRES 24. Praktyki i staże w bankowości detalicznej

WYKRES 25. Praktyki i staże w bankowości korporacyjnej



3.2. < Szkolenia dla Pracowników >

Do działalności szkoleniowej przywiązujemy szczególną wagę, gdyż podnoszenie kwalifikacji uważamy za kluczowy czynnik rozwoju naszej organizacji. O to, by rozwój i szkolenia Pracowników odbywały się w przemyślany i planowy sposób, dba Korporacyjny Program Treningowy, dzięki któremu uczestnicy szkoleń rozwijają swoje kompetencje zgodnie z ustaloną wcześniej ścieżką treningową.



WYKRES 26. Liczba uczestników szkoleń w BRE Banku (osoboszkolenia)

WYKRES 27. Liczba uczestników szkoleń w bankowości detalicznej

WYKRES 28. Liczba uczestników szkoleń w bankowości korporacyjnej

* z uwzględnieniem szkoleń e-learningowych

Nasi Pracownicy mogą zdobywać wiedzę i rozwijać swoje zdolności menedżerskie dzięki licznym programom szkoleniowym:

- > DoBRE liderowanie
- > Lider w drodze
 - Zarządzanie jednostką
 - Zarządzanie zespołem
 - Planowanie i pozyskiwanie zasobów
 - Ocena Pracownika
- > BREmba
- > BRE Language
- > Zarządzanie projektem w praktyce
- > Akademia Inwestycyjna





⟨ DoBRE liderowanie ⟩

Program **DoBRE liderowanie** powstał w kwietniu 2008 roku i jest częścią projektu pozyskania sukcesorów na wyższe stanowiska menedżerskie w Bankowości Detalicznej BRE Banku. Szkolenie składa się z 11 modułów. Dzięki udziałowi w programie uczestnik doskonalił swoje umiejętności planowania własnego rozwoju, kształtowania stylu przewodzenia ludźmi w oparciu o swoje naturalne atuty. Wśród cech lidera, na które podczas szkoleń kładzie się największy nacisk, są komunikacja w zespole i zarządzanie Pracownikami w zmianie. Program DoBRE liderowanie wzbogaca wiedzę menedżerów, którzy organizują i budują sprawne zespoły oraz motywują ludzi do osiągnięcia wyznaczonych celów i długofalowego związania się z firmą.



W 2008 roku w programie wzięło udział 15 osób, które oceniły go bardzo pozytywnie (5,15 w skali sześciopunktowej). DoBRE liderowanie będzie kontynuowany do września 2009 roku.

⟨ Lider w drodze ⟩

LIDER W DRODZE to program realizowany przez cały rok, skierowany do Pracowników zajmujących stanowiska kierownicze. Menedżerowie objęci programem wzbogacają swoją wiedzę i kompetencje, w takich obszarach jak: zarządzanie jednostką, zarządzanie zespołem, planowanie i pozyskiwanie zasobów oraz ocena Pracownika.

LIDER W DRODZE gwarantuje rozwój wiedzy i umiejętności kierowniczych. Dostarcza menedżerom narzędzi zarządzania ludźmi, umożliwia budowanie i wdrażanie wspólnych standardów kierowania ludźmi na różnych szczeblach zarządzania w całej organizacji. Bardzo istotnym aspektem, któremu poświęca się wiele godzin podczas sesji szkoleniowych, jest budowanie poczucia wspólnoty, poprzez przynależność do dużej i odnoszącej sukcesy organizacji.

W 2008 roku w programie wzięły udział 582 osoby. Najwyższe noty wśród uczestników szkoleń zebrał moduł dedykowany zarządzaniu zespołem (5,55 w skali sześciostopniowej). Bardzo pozytywnie zostały ocenione pozostałe moduły: zarządzanie jednostką (5,52), planowanie i pozyskiwanie zasobów (5,35) oraz ocena Pracownika (5,06). W 2009 roku planowane jest wzbogacenie programu o system blended learning, z wykorzystaniem finansowania z funduszy unijnych.

L.p.	Nazwa projektu szkoleniowego	Liczba uczestników	Liczba osobodni	ewaluacja
1	Lider w drodze – zarządzanie jednostką	163	326	5,52
2	Lider w drodze – zarządzanie zespołem	65	130	5,55
3	Lider w drodze – planowanie i pozyskiwanie zasobów	170	340	5,35
4	Lider w drodze – ocena	184	368	5,06
	Razem	582	1164	



Informacje dodatkowe

Blended learning, czyli nie tylko lektor

Choć idea nie jest nowa, dopiero teraz zaczyna robić oszałamiającą karierę. Chodzi o połączenie różnych sposobów uczenia się tak, żeby osiągnąć jak najlepsze rezultaty.

Blend to po angielsku mieszać, zestawiać.

Łączymy bardzo nowoczesne metody nauki, takie jak praca z programem multimedialnym, najczęściej online, z tradycyjnymi formami tj. zajęciami z lektorem.

Informacje dodatkowe

Master of Business Administration,
MBA

pol. Magisterskie Studia Menedżerskie
– dwuletnie studia podyplomowe
(często wymaga się tu ponadto
posiadania określonego doświadczenia
zawodowego), najczęściej
zaoczne, które po raz pierwszy zaczęły
być organizowane w USA na początku
lat pięćdziesiątych XX w.

⟨ BREmba ⟩

BREmba to projekt szkoleniowy zainicjowany w 2007 roku, będący programem studiów podyplomowych **Master of Business and Administration (MBA)**. Kandydaci biorący w nim udział wyłaniani są w drodze konkursu. Program pozwala Pracownikom o wysokim potencjale, dysponującym wiedzą i umiejętnościami przywódczymi podjąć studia w najlepszych uczelniach oraz ośrodkach szkoleniowych w kraju i za granicą.

Program ten przybiera dwie postaci – studiów zewnętrznych (Pracownikom wyłonionym w drodze konkursu finansujemy studia MBA na wybranej uczelni zagranicznej lub krajowej) oraz wewnętrznych (najlepsi Pracownicy, tzw. „SuperStars”, biorą udział w zajęciach prowadzonych przez Gdańską Fundację Kształcenia Menedżerów z Programem walidowanym przez RSM Erasmus University).

Uczestnicy programu ocenili bardzo pozytywnie zakres uzyskanej wiedzy w I semestrze studiów.

- › poziom przyrostu wiedzy i świadomości biznesowej w obszarach będących przedmiotem zajęć oceniono na **95%**
- › dostępność do praktyk i możliwość wymiany doświadczeń została oceniona na **90%**
- › stopień wykorzystania zdobytej wiedzy w pracy na **70%**
- › wartość merytoryczną programu oceniono na **76%**
- › rozwój kompetencji menedżerskich – na poziomie **70%**.



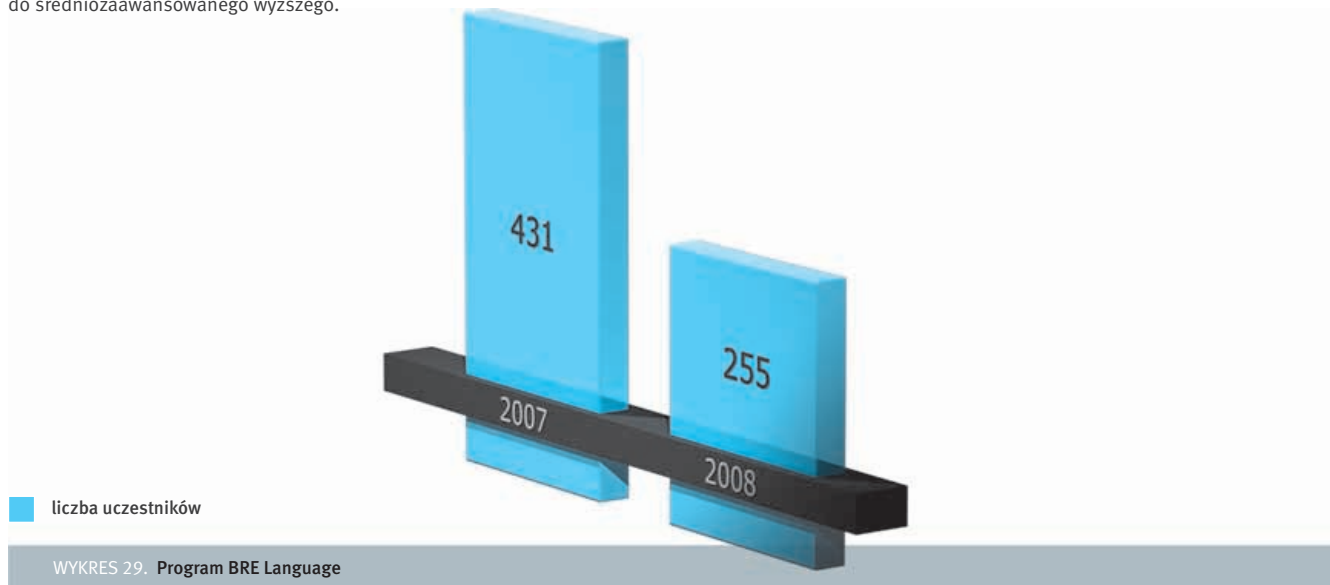
I edycja BREmba rozpoczęła się w październiku 2007 roku i zakończyła się we wrześniu 2009 roku. Bierze w niej udział 23 Pracowników. Średnia ocen zaliczanych przedmiotów w I semestrze (październik 2007 – luty 2008) wyniosła 4,12. W 2009 roku planowane jest uruchomienie II edycji programu BREmba.

⟨ BRE Language ⟩

BRE Language jest programem uruchomionym w 2006 roku, skierowanym do Pracowników, dla których kompetencje językowe są podstawowym narzędziem pracy. Do programu zapraszani są Pracownicy, których znajomość języka kształtuje się na poziomie średniozaawansowanego niższego. W zależności od poziomu zaawansowania zajęcia prowadzone są przez polskiego lektora bądź native speakera. Zajęcia odbywają się 2 razy w tygodniu po 90 minut w siedzibie Banku w grupach 5-8 osobowych. Dostawcą zajęć jest firma [Language for Business](#), a grupy językowe tworzone są w oparciu o maksymalnie zbliżone poziomy kompetencji językowej oraz zbliżone potrzeby językowe. Finansowanie zajęć odbywa się według proporcji: 75% – Bank, 25% – Pracownik. Uczestnicy BRE Language w ramach programu uczą się języka angielskiego bądź niemieckiego. W celu monitorowania przyrostu kompetencji, Pracownicy dwa razy w roku (przed rozpoczęciem nauki oraz na koniec roku szkolnego) podchodzą do egzaminu TOEIC. Nauka języka obcego wspierana jest dodatkowo przez platformę e-learningową oraz cyklicznie zamieszczane artykuły i ćwiczenia w BRE Kurierze.

II edycja programu trwała od października 2007 do czerwca 2008. Wzięło w niej udział 431 Pracowników. W 2008 roku 88% Pracowników biorących udział w zajęciach BRE Language uzyskało przyrost kompetencji językowych. III edycja rozpoczęła się w październiku 2008 roku, a zakończy w czerwcu 2009 roku. Bierze w niej udział 255 Pracowników.

W ciągu 3 lat, średni poziom kompetencji wśród uczestników przesunął się z średniozaawansowanego niższego do średniozaawansowanego wyższego.



⟨ Zarządzanie projektem w praktyce ⟩

W ramach programu szkoleniowego, zapoczątkowanego w kwietniu 2008 roku, Pracownicy biorą udział w szkoleniach ukierunkowanych przede wszystkim na wzrost efektywności i jakości prowadzonych projektów oraz usprawnienie komunikacji w ramach projektów realizowanych przez Pracowników Banku.

Uczestnicy szkolenia ocenili je bardzo pozytywnie, gdyż przyznali mu ocenę 5,3 w sześciostopniowej skali. W programie wzięło udział 130 osób i projekt ten zakończył się w grudniu 2008 roku. W 2009 roku planowane jest uruchomienie kolejnego programu w tym obszarze tematycznym.



⟨ Akademia Inwestycyjna ⟩

Informacje dodatkowe

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

PricewaterhouseCoopers (PwC) –
– globalna firma świadcząca usługi
audytorskie i doradcze.

W Polsce zatrudnia ponad 1000 osób.

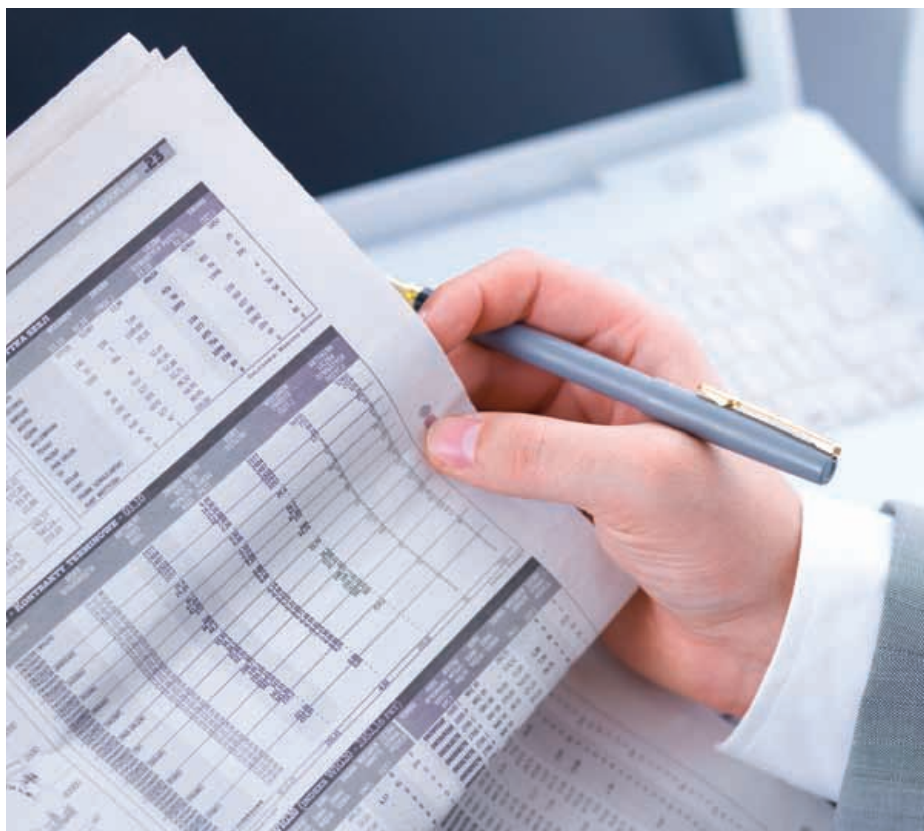
Należy do tzw. "Wielkiej Czwórki" firm
konsultingowych (obok Deloitte, Ernst
& Young i KPMG).

Firma jest bardzo wysoko cenionym
pracodawcą wśród studentów – od lat
zajmuje czołowe miejsca w rankingu
"Pracodawca Roku"

Opiekunem merytorycznym programu skierowanego do Pracowników BRE Banku był prof. Witold Orłowski, główny doradca ekonomiczny PricewaterhouseCoopers, współzałożyciel i dyrektor Niezależnego Ośrodka Badań Ekonomicznych NOBE oraz dyrektor Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej.

Celem projektu było wyrównanie wiedzy z zakresu doradztwa inwestycyjnego oraz wzmocnienie kultury wspólnego „uczenia się” wśród Pracowników. Studia miały charakter zamknięty i składały się z modułów szkoleniowych obejmujących następujące zagadnienia: rynek finansowy a makroekonomia, rynek finansowy w Polsce, przemiany na światowych rynkach kapitałowych, wycena i analiza ryzyka instrumentów finansowych oraz strategii inwestycyjne, wycena instrumentów finansowych – akcje, planowanie finansowe oraz strategia inwestora indywidualnego, sprawozdawczość finansowa, relacje z Klientem: marketing, profil Klienta, etyka zawodowa, etykieta biznesu. Zajęcia organizowane były przy współpracy ze Szkołą Biznesu Politechniki Warszawskiej i na początku każdej sesji odbywał się dwugodzinny test sprawdzający przyswojoną wiedzę z tematu poprzedniej sesji.

Program rozpoczął się w 2007 roku, a warunkiem uczestnictwa w Akademii Inwestycyjnej było: ukończenie wyższej uczelni, co najmniej roczny staż w Banku, ocena Procesu Indywidualnej Skuteczności na poziomie A/A oraz rekomendacja dyrektora jednostki organizacyjnej.



W I edycji, która odbyła się na przełomie października 2007 i czerwca 2008 roku, odbyło się 8 dwudniowych sesji (114 godzin) i wzięło w niej udział 80 osób. Natomiast w II edycji (październik 2008 r. – czerwiec 2009 r.) odbyło się 10 dwudniowych sesji (140 godzin) oraz 1 sesja e-learningowa. W II edycji wzięło również udział 80 Pracowników BRE Banku.

Akademia Inwestycyjna została zakończona w czerwcu 2009 r.



◀ Proces Indywidualnej Skuteczności ▶

Indywidualna Karta Zadań oraz zgodność zachowań z Kanonem Wartości Korporacyjnych DROGA to podstawowe kryteria oceny, której podlegają wszyscy Pracownicy Banku, zatrudnieni przez okres dłuższy niż 3 miesiące w roku kalendarzowym, za który prowadzona jest ocena.

Jest to proces wspierający planowanie i realizację zadań oraz ocenę dokonań Pracowników.

Proces Indywidualnej Skuteczności składa się z następujących etapów:

I	»	Planowanie zadań – Indywidualna Karta Zadań (IKZ)
II	»	Monitorowanie realizacji zadań
III	»	Samooocena
IV	»	Wstępna ocena przełożonego
V	»	Spotkanie oceniającego przełożonego z Pracownikiem
VI	»	Podsumowanie oceny – ogólny poziom oceny Pracownika

Oceny realizacji zadań Pracownika dokonuje się za pomocą pięciostopniowej skali od S do B.

Ocena:

- S – wybitny Pracownik (do 120% realizacji zadań IKZ),
- As – Pracownik przekracza oczekiwania (od 105% – 120% realizacji zadań IKZ),
- A – Pracownik spełnia oczekiwania (od 95% do 105% realizacji zadań IKZ),
- Ab – osiągnięcia Pracownika są poniżej oczekiwań (od 80% do 95% realizacji zadań IKZ),
- B – niesatysfakcjonujący Pracownik (poniżej 80% realizacji zadań IKZ).

Oceny zgodności zachowań Pracownika wynikających z Kanonu Wartości Korporacyjnych DROGA, dokonuje się identycznie, jak w przypadku IKZ – w oparciu o pięciostopniową skalę od S do B.

W 2007 roku w Procesie Indywidualnej Skuteczności uczestniczyło 4003 Pracowników (83% zatrudnionych), natomiast w 2008 roku – 5268 osób (91% zatrudnionych). Powodem, dla którego liczba Pracowników znacznie wzrosła w stosunku do roku 2007 jest rozszerzenie Procesu Indywidualnej Skuteczności wśród Pracowników placówek partnerskich oraz osób zatrudnionych w Centrum Usług Finansowych.

3.3. < Kompetencje w biznesie >

< 3.3.1. Działania edukacyjne BRE Banku >

Od lat angażujemy się w rozwój edukacji finansowej. Podnosimy wiedzę ekonomiczną na wielu płaszczyznach oraz z wykorzystaniem różnych narzędzi i form – od spotkań indywidualnych specjalistów Banku z przedsiębiorcami, poprzez działania edukacyjne prowadzone w Internecie, po fundowanie stypendiów dla uzdolnionej młodzieży i wiele innych. Sposób zaangażowania i interakcji uzależniony jest od adresatów naszych projektów edukacyjnych.

Adresat	Nazwa projektu	Strona w raporcie
Przedsiębiorcy	Warsztaty BUE Publikacje biznesowe Jutro należy do kobiet Badanie nad Innwacyjnością Polskiej Gospodarki www.mezzanine.com.pl	Więcej w rozdziale Kompetencje , strona 125 strona 118 strona 112 strona 129
KLIENCI	 BRE BANK SA Forum Makroekonomiczne Serwis ekonomiczny Jutro należy do kobiet www.bizsupport.pl	Więcej w rozdziale Kompetencje , strona 112
	 mBank Szkoła mBanku Blog – artykuły edukacyjne „Gazeta Inwestora”	Więcej w rozdziale Kompetencje , strona 116
	 MultiBank „Oszczędzaj z MultiBankiem” Centrum Oszczędzania	Więcej w rozdziale Kompetencje , strona 114
Przedstawiciele sektora finansowego	Seminaria naukowe BRE – CASE	Więcej w rozdziale Kompetencje , strona 111
Studenci	Warsztat mBanku „Twój bank, Twoja przyszłość” Warsztat MultiBanku „Public Your Relations” Działania Fundacji BRE Banku Zeszyty BRE – CASE	Więcej w rozdziale Kompetencje , strona 100 strona 100 strona 83 strona 111
Pracownicy	Akademia Inwestycyjna	Więcej w rozdziale Kompetencje , strona 108

◀ Seminarium naukowe BRE – CASE ▶

Publiczne seminarium będące wspólnym przedsięwzięciem Fundacji CASE i BRE Banku mają już dwunastoletnią tradycję. W maju 2009 r. odbyło się 103. seminarium z tego cyklu. Pierwsze seminarium z tego cyklu odbyło się w maju 1992 roku, wówczas jako wspólna inicjatywa CASE i Polskiego Banku Rozwoju, przejętego w 1998 roku przez BRE Bank. W seminarium uczestniczyło dotychczas ok. 7000 osób, a w panelach wystąpiło 379 wybitnych ekonomistów, finansistów, polityków gospodarczych, regulatorów. Najważniejszym celem seminarium BRE Banku i CASE jest stworzenie forum dyskusji na temat kierunków rozwoju sektora bankowego i finansowego w dynamicznie zmieniającej się polskiej rzeczywistości gospodarczej. Seminarium mają charakter poznawczy, bowiem służą wszechstronnemu rozpatrzeniu wybranych, bieżących problemów ekonomicznych istotnych dla polskiej praktyki gospodarczej. Zasadą seminarium jest celowa konfrontacja różnych poglądów i podejść, aby uczestnicy mogli wyrobić sobie jak najpełniejszy obraz omawianych kwestii.

Główne tematy seminarium to ogólne problemy polityki gospodarczej państwa oraz funkcjonowanie systemu finansowego w Polsce. Spotkania w siedzibie BRE Banku w Warszawie odbywają się sześć razy w roku. Po każdym seminarium powstają poseminaryjne Zeszyty BRE – CASE zawierające teksty wystąpień panelistów i omówienie seminaryjnej dyskusji. Publikacje te w formie papierowej, przekazywane są blisko 100 bibliotekom w Polsce, w tym prowadzonym przez uczelnie ekonomiczne. Zeszyty w formie pdf-ów dostępne są na stronach internetowych CASE oraz BRE Banku (wraz z relacjami video z seminarium).



Ewa Balcerowicz

przewodnicząca Rady Fundacji
CASE – Centrum Analiz
Społeczno-Ekonomicznych

Napawa satysfakcją, że BRE – CASE to najdłuższy cykl seminarium promujących edukację finansową w Polsce w III RP. Dzięki wsparciu BRE Banku, szczególnymi seminaryjnymi gośćmi byli wybitni ekonomiści i politycy gospodarczy z zagranicy, m.in. Nicholas H. Stern, Charles Wyplosz, Lajos Bokros, Vittorio Corbo, Charles Goodhart. Zrozumiałe, że zwłaszcza w czasach zawirowań na światowych rynkach finansowych, omawianie tematów związanych z funkcjonowaniem instytucji finansowych cieszy się szczególnym zainteresowaniem, ponieważ seminarium umożliwiają poznanie nowych idei, technik i metod w działalności banków oraz wyników badań empirycznych.



W 2008 roku seminarium skupiały się na następujących tematach:

- 1) Reforma finansów publicznych w Polsce
- 2) Inflacja – czy mamy nowy problem
- 3) Zaburzenia na światowych rynkach a sektor finansowy w Polsce
- 4) Stan finansów ochrony zdrowia
- 5) NUK – Nowa Umowa Kapitałowa
- 6) Rozwój bankowości transgranicznej a konkurencyjność sektora bankowego w Polsce.

Seminarium naukowe BRE – CASE są finansowane przez Fundację BRE Banku.

» [www.brebank.pl/pl/
Serwis_ekonomiczny/
bre_bank_case](http://www.brebank.pl/pl/Serwis_ekonomiczny/bre_bank_case)



◀ Forum Makroekonomiczne ▶

Forum Makroekonomiczne to konferencja zorganizowana po raz pierwszy przez BRE Bank w kwietniu 2008 roku. Wydarzenie zostało objęte patronatem magazynu Forbes. Spotkanie zorganizowane zostało specjalnie z myślą o Klientach BRE Banku – przedstawicielach największych korporacji w Polsce. Poza Klientami, w spotkaniu brali również udział Pracownicy BRE Banku. Uczestnicy konferencji mieli okazję wziąć udział w debacie poświęconej zagadnieniom makroekonomicznym z udziałem znanych na rynku ekonomistów i gości specjalnych. W spotkaniu wzięło udział 250 osób.

[Forum Makroekonomiczne będzie kontynuowane w 2009 roku.](#)

◀ Wydarzenia dla kobiet przedsiębiorczych – Kobiety Inwestorki ▶

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom polskich kobiet przedsiębiorczych, zainicjowaliśmy w 2008 r. projekt „Kobiety Inwestorki”. Uczestniczki organizowanych w Warszawie spotkań, miały możliwość wysłuchania prelekcji dotyczącej bieżącej sytuacji rynkowej w Polsce. Wykłady prowadzone były przez specjalistów BRE Banku, a prezentacji towarzyszyła żywa dyskusja, podczas której osoby zainteresowane mogły zadać pytania ekspertom Banku. W ramach projektu odbyły się w Warszawie 4 spotkania, przygotowane przy współpracy organizacji zrzeszających aktywne przedstawicielki biznesu. W cyklu spotkań wzięło udział 60 osób.

◀ Jutro należy do kobiet ▶

Kolejnym projektem stworzonym z myślą o kobietach przedsiębiorczych był cykl spotkań dyskusyjnych poświęconych tematyce biznesowej: „Jutro należy do kobiet”. Wydarzenie inicjujące projekt odbyło się we wrześniu 2008 roku. Podczas spotkania prowadzonego przez ekspertów BRE Banku, uczestniczki – Klientki BRE Banku – mogły wymienić doświadczenia oraz zadać pytania ekspertom, przeprowadzającym wykłady. W pierwszym spotkaniu wzięło udział 30 kobiet. Projekt będzie kontynuowany w 2009 roku.

Spotkanie poświęcone
tematyce biznesowej
„Jutro należy do kobiet”



⟨ Działania edukacyjne w Internecie ⟩



To unikalna platforma wiedzy biznesowej, którą udostępnił w 2008 r. Dedykujemy ją naszym Klientom, ale i przedsiębiorcom oraz młodym ludziom zainteresowanym zagadnieniami związanymi z prowadzeniem biznesu. Dla użytkowników przygotowano bibliotekę artykułów o tematyce biznesowej, kursy e-learningowe, wykłady video oraz case studies. Serwis bizsupport.pl jest narzędziem dostarczającym cenną i trudno dostępną wiedzę biznesową.

» www.bizsupport.pl

» www.mezzanine.com.pl

Od powstania serwisu (od maja do końca 2008 roku) do serwisu zarejestrowało się 420 użytkowników, z czego ok. 30% stanowili Pracownicy BRE Banku. Z początkiem 2009 roku rozpoczęto modyfikację serwisu bizsupport.pl

W 2008 roku z inicjatywy BRE Banku powstał serwis internetowy www.mezzanine.com.pl. Strona ta zawiera szczegółowe informacje dotyczące nietypowego i skomplikowanego produktu finansowego, jakim jest finansowanie mezzanine. Wszystkie treści serwisu zostały przygotowane przez ekspertów BRE Banku.

Edukując rynek, BRE Bank wzmacnia swój wizerunek eksperta w zakresie wykorzystania tego produktu. Specjaliści Banku chętnie odpowiadają na liczne pytania poszukujących informacji, głównie studentów. Stronę www.mezzanine.com.pl odwiedziło w 2008 roku ok. 3000 użytkowników.

Mezzanine

ABC Mezzanine | Mezzanine w praktyce | Mezzanine na świecie | Jak to robi BRE Bank

sposób wynagradzania
Strony każdorazowo ustalają wynagrodzenie, które jest należne dostawcy finansowania

Krok po kroku
Mezzanine najlepiej sprawdza się w takich sektorach, jak telekomunikacja, media, produkcja przemysłowa, badawczo-rozwojowa, usługi medyczne.

Mezzanine: elastyczność finansowania także od PL | sposób wynagrodzenia | bullet payment

Dlaczego BRE?
BRE Bank pomaga rozwiązywać nawet najbardziej skomplikowane problemy finansowe polskich i zagranicznych przedsiębiorstw.
BRE Bank, jako jedyny bank w Polsce, posiada wyspecjalizowaną jednostkę zajmującą się finansowaniem mezzanine. W 2007 roku udzielił finansowania mezzanine w kwocie ponad 150 mln zł.

Dla kogo mezzanine?
Dla średnich i dużych przedsiębiorstw o dobrej sytuacji finansowej, których zdolność kredytowa nie jest jednak wystarczająca dla realizacji wszystkich planów inwestycyjnych.
Dla podmiotów, które zamierzają nabyć przedsiębiorstwa w dobrej sytuacji finansowej.

Wartość transakcji mezzanine w Europie w mil euro

Okres	Wartość (mil euro)
Q3 03	~4
Q4 04	~6
Q3 05	~10
Q4 06	~12
Q3 07	~8
Q4 08	~10

© 2008 BRE Bank SA. | powstanie 14. Stycznia

Mapa serwisu | BRE Bank SA | Kontakt

⟨ Wyszukiwarka funduszy unijnych ⟩

Fundusze unijne to ogromna szansa dla Polski. By ułatwić przedsiębiorcom poruszanie się po złożonej ofercie funduszy, jesienią 2008 r. uruchomiliśmy wyszukiwarkę funduszy unijnych.

» www.brebank.funduszeonline.pl

Odwiedzający stronę uzyskują na niej bardzo szczegółowe i wiarygodne informacje na temat możliwości uzyskania wsparcia finansowego UE w latach 2007 – 2013.

Serwis gości głównie naszych Klientów, ale i przedsiębiorców zainteresowanych uzyskaniem wsparcia unijnego na planowane przez siebie inwestycje. W okresie od listopada do końca grudnia 2008 r. z wyszukiwarki skorzystało 296 użytkowników.





» [www.brebank.pl/
serwis_ekonomiczny/](http://www.brebank.pl/serwis_ekonomiczny/)

« Serwis Ekonomiczny »

Serwis Ekonomiczny to integralna część portalu brebank.pl, która w zmodyfikowanej wersji istnieje od grudnia 2006 roku. Użytkownicy odwiedzający stronę mogą znaleźć tam komentarze Głównego Ekonomisty BRE Banku, kursy i kwotowania, analizy makroekonomiczne i rynku kapitałowego oraz analizy różnych branż i spółek.

Strona cieszy się największym zainteresowaniem wśród Klientów BRE Banku, jak również Klientów całej Grupy BRE Banku. Serwis odwiedzany jest często przez Pracowników BRE Banku, uczestników rynku kapitałowego, inwestorów, ekonomistów i analityków. W 2008 roku wzbogacono treść strony o codzienny komentarz poranny w wersji angielskiej.

Od stycznia do grudnia 2008 roku Serwis Ekonomiczny BRE Banku odwiedziło 193 759 użytkowników.



» [www.multibank.pl/
dla_ciebie/
centrum_oszczedzania/
biuletyn](http://www.multibank.pl/dla_ciebie/centrum_oszczedzania/biuletyn)

« Działania edukacyjne MultiBanku »

Edukacja i udostępnianie informacji o rynku, trendach i sposobach na optymalizację wydatków na bankowość, to wartość dodana do oferty MultiBanku. Rozwój zdalnych technologii sprzyja łatwej, a przede wszystkim skutecznej komunikacji z Klientami.

Centrum Oszczędzania

MultiBank prowadzi cykliczne akcje edukacyjne przy pomocy newsletterów. Klienci korzystający z Centrum Oszczędzania MultiBanku mogą otrzymywać bezpłatny biuletyn elektroniczny zawierający komentarze do sytuacji rynkowej oraz informacje o produktach dla Inwestorów. Nasi Klienci otrzymują również cykliczne biuletyny dotyczące bezpiecznego korzystania z bankowości elektronicznej.

Do końca lipca 2009 roku biuletyn subskrybowało prawie 13 tys. użytkowników.



BRE BANK SA

Program edukacyjny „Oszczędzaj z MultiBankiem”

MultiBank często organizuje przedsięwzięcia związane z konkretnymi wydarzeniami na rynku. Przykładowo, niedawny kryzys sprawił, że Klienci zaczęli poszukiwać informacji na temat sposobów zmniejszenia kosztów korzystania z usług bankowych.

Z myślą o nich uruchomiliśmy w lipcu 2009 roku program edukacyjny „Oszczędzaj z MultiBankiem”, gdzie dzielimy się naszymi patentami i rozwiązaniami. Na potrzeby akcji powstała również specjalna sekcja na stronie internetowej, a do skrzynek mailowych Klientów trafił odpowiedni newsletter.

» www.multibank.pl/dla_ciebie/multikonta/oszczedzaj

⟨ Działania edukacyjne mBanku ⟩

mBank od początku istnienia prowadzi intensywną edukację Klientów. Jako Bank promujący samoobsługę Klientów, głównym kanałem dostarczania szczegółowych informacji poświęconych ofercie są strony internetowe Banku.

Istotną wartość dla mBanku stanowi Społeczność, dlatego edukacja przybiera postać nie tylko pasywną (strony www zawierające informacje), ale i interaktywną. W mBanku – nieprzerwanie – od 2001 działa mFORUM – moderowane, niepodlegające cenzurze miejsce swobodnej wymiany opinii i poszukiwania informacji. Informacji merytorycznych udzielają tam Pracownicy Banku, ale siłą forum są przede wszystkim Klienci, którzy włączają się spontanicznie w proces edukowania nowych użytkowników mBanku.

mBank

» www.mbank.pl/blog/

Blog

Od 2007 r. funkcjonuje blog mBanku – kompendium wiedzy o nowościach i zmianach, ale także doskonałe miejsce edukacji Klientów. Specjalnie z myślą o użytkownikach blogu powstają artykuły edukacyjne, pisane przez 40 autorów, w tym członków mRady (czyli unikalnej, działającej nieprzerwanie od 2001 r. Rady Klientów) oraz jednego redaktora. Największą popularnością do tej pory cieszył się tekst o najnowszych wdrożeniach w serwisie transakcyjnym.

W 2008 roku opublikowano w sumie 55 artykułów na blogu (I-II kwartał 10 artykułów, w III – 17 i w IV – 28 artykułów), które zanotowały średnio 11 tys. wejść każdego miesiąca.

Kategorie

- Strona główna
- Aktualności (225)
- Bezpieczeństwo (12)
- Inwestycje (32)
- UzyBank (1)
- Karty (42)
- Komunikaty o przerwach (50)
- Kredyt gotówkowy (3)
- Kredyt Odnowialny (7)
- mBank dla Firm (8)
- mBank mobile (12)
- mBank Łódź Maraton (11)
- mPLAN hipoteczny (35)
- mSady (10)
- OFF Festival (24)
- Program Partnerski (3)
- Rachunki (4)
- Spotkania i poradnie (4)
- Libuszenia (13)
- Wpłaty (7)
- Z życia mBanku (50)

Blog
20.07.2008. 12:43

Jak spłacić zadłużenie na karcie kredytowej?

Jagoda Charańska, Karty, Aktualności

Wiesz już jak używać karty kredytowej, jak spłacać zadłużenie aby unikać odsetek i jaką część zadłużenia musisz spłacić co miesiąc jeśli chcesz skorzystać z oprocentowanego kredytu na karcie kredytowej mBanku?

Wkrótce przypomnienie:

- aby unikać odsetek, spłać całość zadłużenia podanego na wydruku (saldo końcowe) najpóźniej w dniu wymaganej spłaty,
- jeśli chcesz skorzystać z oprocentowanego kredytu, pamiętaj aby spłacić przynajmniej kwotę minimalną w dniu wymaganej spłaty. Dniem wymaganej spłaty oraz wysokość kwoty minimalnej także znajdziesz na wydruku za dany okres rozliczeniowy.

Świadomość Kiedy spłacić kartę to nie wszystko, musisz jeszcze wiedzieć, jak wykonać spłatę zadłużenia. Ponieważ karta kredytowa mBanku powiązana jest z eKONTEM, spłaty zadłużenia możesz dokonać wyłącznie ze środków dostępnych na eKONCIE. **Za datę spłaty przyjmuje się datę wpływu środków na rachunek karty. Istnieje dwie możliwości dokonania spłaty zadłużenia.**

Automatyczna spłata zadłużenia

Jeśli nie chcesz pamiętać o terminach spłaty, wystarczy że raz ustanowisz automatyczną spłatę zadłużenia w przedziale 5-100% telefonując na mLinie. Procent automatycznej spłaty zadłużenia można także zdefiniować w serwisie transakcyjnym mBanku modyfikując odpowiednie ustawienia w grupie operacji związanych z kartą pod nazwą **SZCZEGÓŁY UMOWY**. Wówczas spłata zostanie wykonana automatycznie, bez Twojej interwencji. Pamiętaj jednak, że do automatycznej spłaty konieczne jest zaspokojenie środków na eKONCIE do godz. 20:00 w dniu, gdy jest ona wymagana (w przeciwnym wypadku konieczne jest ręczne dokonanie spłaty zadłużenia).

Aby samodzielnie ustawić procent spłaty w serwisie transakcyjnym z lewego menu wybierz **KARTY**.

Z listy KARTY KREDYTOWE wybierz kartę, do której chcesz zdefiniować automatyczny procent spłaty.

Bank	Typ karty	Procent spłaty	Status	Limit karty	Przebieg chł.
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN
WIBOR SĄDOWY	WIBOR SĄDOWY	0%	Ważna	100 000 PLN	0 000 000 PLN

Informacje dodatkowe

Każdego miesiąca szkoły mBanku odwiedza średnio 3 tys. użytkowników.

« Szkoły mBanku »

mBank prowadzi szeroką działalność edukacyjną dla swoich Klientów za pośrednictwem Szkoły mBanku. Szkoły dostarczają szczegółowych informacji pomocnych przy korzystaniu z produktów finansowych Banku. Z myślą o początkujących inwestorach powstała Szkoła Inwestowania w Fundusze SFI, gdzie w przystępny, dowcipny sposób przybliżone zostały zagadnienia związane z funduszami inwestycyjnymi. Stworzono również Szkołę Kupowania w Sieci oraz Szkołę Inwestowania.



BRE BANK SA

Przykłady lekkiego stylu, w jakim Szkoły mBanku „przemycają” naprawdę ważne treści:

Szkola Inwestowania w Fundusze SFI

Istnieje przynajmniej kilka sposobów na zrobienie dużych pieniędzy. Można wykonać formę z kapsla po piwie i bić bilon. Można aparatem roentgenowskim prześwietlać kupony-zdrapki. Można proklamować niepodległość i wprowadzić własną walutę. Można też, ostatecznie, pójść do pracy i mieć nadzieję, że nas docenią. Ale jest lepszy sposób. Pozwolić, żeby pieniądź robił pieniądź...

Szkola Kupowania w Sieci

Wydawać pieniądze można jednak na różne sposoby. Niektórzy najbardziej lubią włączyć się po mrocznych galeriach handlowych i hipermarketach, dając się przy tym trawiać dzikim tłumom facetów w skórzanych kurtkach, okradać kieszonkowcom i nabierać na fałszywe promocje skryte za uśmiechem hostess. Inni wybierają bezpieczne i wygodne zakupy w sieci ;)

Szkola Inwestowania

W dzisiejszych czasach inwestowanie to konieczność, a musisz wiedzieć, że są na to sposoby lepsze niż wpychanie gotówki do skarpety czy trzymanie jej pod poduszką.

Multimedialna, interaktywna, nadziana bajerami prezentacja "Twój Profil Inwestycyjny" pozwoli Ci dowiedzieć się czegoś o Twoim stosunku do inwestowania w różnorakie instrumenty finansowe – na co powinieneś postawić, czego unikać, co kupować i kiedy sprzedawać, by żyć długo, szczęśliwie i być nieprzychylnie bogatym.



Każdego miesiąca szkoły mBanku odwiedza średnio 3 tys. użytkowników.



Gazeta Inwestora

Klienci mBanku mają możliwość korzystania z darmowych biuletynów informacyjnych.

W mBanku tworzona jest "Gazeta Inwestora", która trafia do blisko 90 tys. osób prenumeratorów. Dzięki temu periodykowi Klienci poszerzają swoją wiedzę na temat inwestowania.

Na łamach elektronicznej gazety czytelnicy znajdują m.in. szkółkę analizy technicznej, edukację w zakresie wspólnej waluty, czy alternatywnych instrumentów inwestycyjnych (np. certyfikaty strukturyzowane, akcje, zagadnienia dotyczące inwestycji na rynku globalnym itp.).

» www.mbank.pl/indywidualny/inwestycje/gazeta_inwestora



< Publikacje biznesowe >



Od kilku lat współpracujemy z Wydawnictwem Studio Emka, dzięki czemu każdego roku do rąk polskich czytelników trafiają wyjątkowe lektury o tematyce biznesowej. W 2008 roku z naszej inicjatywy wydano aż trzy publikacje:

- > „Mistyka Przywództwa” Manfreda Ketsa de Vriesa,
- > „Firma zrównoważonego rozwoju” Chrisa Laszlo,
- > oraz „Innowacje. Napęd wzrostu” Claytona M. Christiansena i Michaela E. Raynora.

Manfred Kets de Vries to jeden z czołowych światowych myślicieli w dziedzinie zarządzania. Książka „Mistyka Przywództwa” to lektura kierowana do menedżerów, którym zależy na rozwijaniu swoich przywódczych zdolności. Zdaniem Manfreda Ketsa de Vriesa, firma może mieć wszystkie możliwe zalety: potężne zasoby finansowe, godną zazdrości pozycję na rynku i najnowocześniejsze technologie, ale jeśli nie posiada również wybitnych przywódców, wszystkie te zalety nic nie znaczą.

Książka ukazała się w marcu 2008 r. i do końca czerwca 2009 sprzedała się w nakładzie 1922 egzemplarzy.

Konferencja promująca książkę Chrisa Laszlo.

Paneliści (od lewej):

M. Grendowicz,
M. Gaczyński,
B. Rok,
W. Orłowski,
Ch. Laszlo



Jako instytucja bardzo aktywna na polu odpowiedzialności społecznej, poza inicjowaniem projektów z myślą o swoich interesariuszach, promujemy również definicję odpowiedzialności społecznej. Z naszej inicjatywy w listopadzie ukazała się polska wersja książki Chrisa Laszlo „Firma zrównoważonego rozwoju”. Partnerami wydania książki są PricewaterhouseCoopers, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, UNDP, Global Compact i Wydawnictwo Studio Emka.

Publikacji towarzyszyły dwa spotkania promujące, w których wziął udział autor książki. Pierwsze, skierowane było do studentów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Natomiast drugie zorganizowano z myślą o przedstawicielach biznesu. Podczas drugiego wydarzenia odbyła się prezentacja Chrisa Laszlo oraz panel dyskusyjny, w którym wzięli udział: Mariusz Grendowicz – prezes BRE Banku, prof. Witold Orłowski – główny doradca PricewaterhouseCoopers, dr Bolesław Rok – Centrum Etyki Biznesu Leona Koźmińskiego, dr Chris Laszlo oraz Mateusz Gaczyński z Ministerstwa Gospodarki.

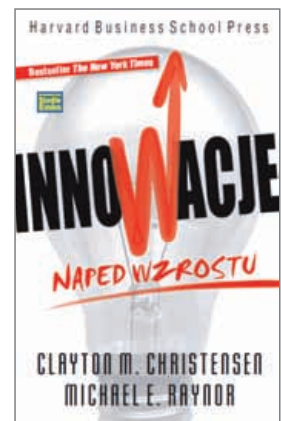
W spotkaniu wzięło udział 70 osób. Książka spotkała się z dużym zainteresowaniem czytelników – do końca czerwca 2009 roku sprzedano 2547 egzemplarzy.



Kolejną książką, która trafiła do czytelników w 2008 roku jest: **„Innowacje. Napęd wzrostu”** autorstwa Claytona M. Christiansena i Michaela E. Raynora. Jako inicjator Badania nad Innowacyjnością Polskiej Gospodarki oraz instytucja oferująca innowacyjne produkty, angażujemy się w promowanie innowacyjności również za pośrednictwem publikacji biznesowych.

„Innowacje. Napęd wzrostu” to książka, która porusza szeroki zakres kwestii związanych z innowacyjnością. Autorzy podpowiadają czytelnikowi jak poznać, czy dany pomysł ma przełomowy potencjał oraz prowadzą go przez drogę wprowadzenia innowacyjnego pomysłu w życie, tak by generował zyski i stawał się źródłem budowania przewagi konkurencyjnej dla przedsiębiorstwa.

Do końca czerwca 2009 roku sprzedano 1795 egzemplarzy.



Z inicjatywy i przy współpracy BRE Banku w minionych latach do czytelników trafiły następujące publikacje:

„Winning znaczy zwyciężać”
październik 2005 r.

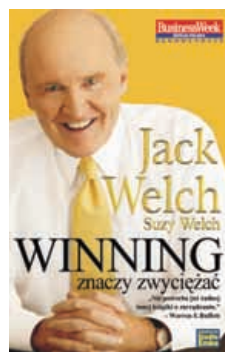
„Inteligentny inwestor”
grudzień 2006 r. (DI BRE Banku)

„Winning odpowiedzi”
kwiecień 2007 r.

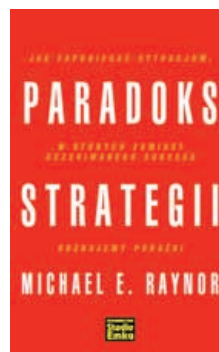
„Paradoks strategii”
grudzień 2007 r.

„12 ikon ekonomii”
grudzień 2007 r.
(Private Banking & Wealth Management)

„Skuteczny inwestor”
grudzień 2007 r. (DI BRE Banku)



„Winning znaczy zwyciężać”
październik 2005 r.



„Paradoks strategii”
grudzień 2007 r.



„12 ikon ekonomii”
grudzień 2007 r.



„Skuteczny inwestor”
grudzień 2007 r.

To, co wczoraj było nowoczesne,
dziś jest standardem,
jutro będzie przeszłością, dlatego

⟨Innowacyjność⟩

to drugie imię BRE Banku



BRE BANK SA



4.1. < Innowacyjność według BRE Banku >



INNOWACYJNOŚĆ TO NIE TYLKO NOWE TECHNOLOGIE, NOWOCZESNE LABORATORIA I CHRONIONE TAJEMNICĄ PATENTY.

INNOWACYJNOŚĆ WYNIKA ZE SPOSOBU MYŚLENIA, Z ODWAGI ZMIENIANIA SWOJEGO OTOCZENIA, SIĘGANIA PO NOWE POMYSŁY, PODPATRYWANIA NAJLEPSZYCH I WYKORZYSTYWANIA SPRAWDZONYCH ROZWIĄZAŃ TAM, GDZIE DO TEJ PORY ICH NIE BYŁO.

< Innowacyjność wpisana w DNA organizacji >

Nasz Bank wyrósł z potrzeby młodego, rozwijającego się dopiero w Polsce rynku kapitałowego, dlatego od początku mieliśmy ambicje tworzenia innowacyjnych produktów, oferowania nowoczesnych rozwiązań biznesowych i budowania partnerskich relacji ze swoimi Klientami.

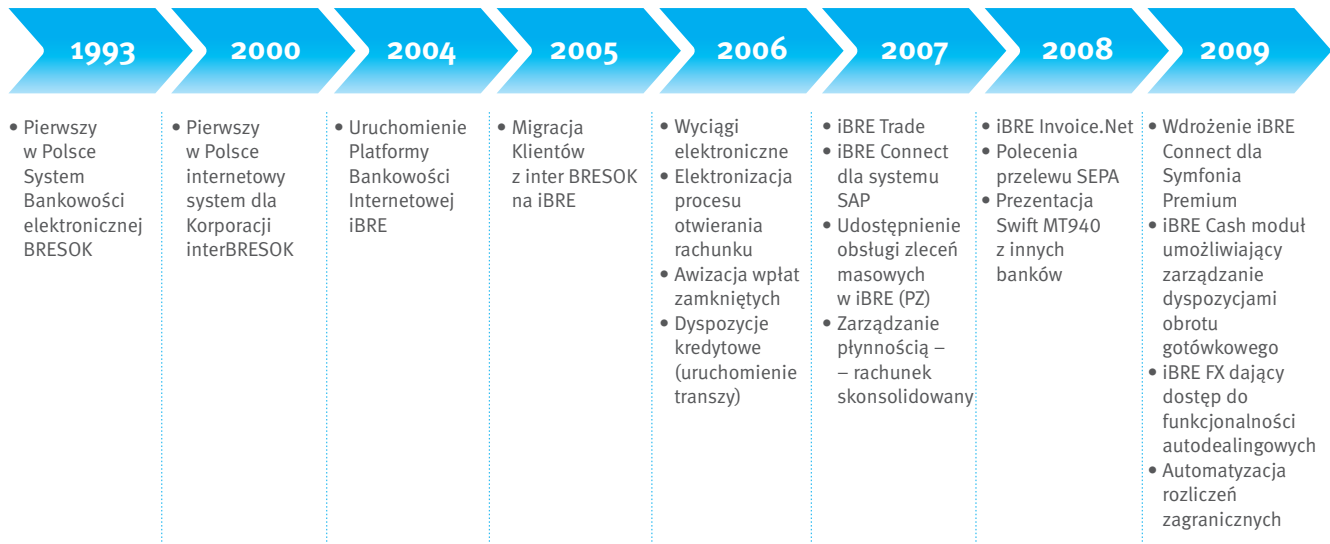
Innowacyjność to nasze drugie imię. Przedsiębiorczość wpisana jest w podstawowe wartości, na jakich zbudowana jest cała organizacja. Od początku swojej działalności budujemy kulturę innowacji, stwarzając takie warunki, by Pracownicy nie bali się podejmować samodzielnych decyzji, aby umieli zawczasu dostrzegać i inwestować w ludzi, którzy codziennie są gotowi podważać status quo.



BRE BANK SA – Bank nowych technologii

W ciągu ponad 20 lat działalności wielokrotnie zaskakiwaliśmy pionierskimi rozwiązaniami w dziedzinie technologii, oferowanych produktów czy nieszablonowych rozwiązań finansowych, nadając ton polskiej bankowości. Stale doskonaląc ofertę, systematycznie wprowadzamy na rynek nowoczesne rozwiązania informatyczne. W 2000 r. stworzyliśmy mBank, pierwszy internetowy bank w Polsce, który dziś obsługuje ponad 2 mln Klientów. Cztery lata później wdrożyliśmy system iBRE – jedno z najbardziej innowacyjnych rozwiązań bankowości internetowej dla firm, gwarantujące pełne bezpieczeństwo transakcji oraz najwyższy poziom usług i technologii bankowych.





Innowacyjność platformy finansowej iBRE polega m.in. na agregacji wielu usług i rozwiązań z zakresu bankowości korporacyjnej w jednym miejscu, opartym o uniwersalną technologię Internetu, która pozwala elastycznie i w krótkim czasie kreować użyteczność poszczególnych modułów do wymagań biznesowych Klienta, preferencji użytkowników końcowych oraz wymagań organizacyjnych Klienta. Takie podejście jest możliwe m.in. dzięki temu, że rozwój systemu prowadzony jest w oparciu o bezpośrednią współpracę i konsultacje z Klientami, podobnie jak tworzenie architektury poszczególnych rozwiązań odbywa się we współpracy z siłami sprzedaży Banku oraz Klientami.

Uniwersalność platformy internetowej iBRE pozwala odpowiedzieć na indywidualne potrzeby Klientów Private Banking z zakresu zarządzania finansami i usługami ubezpieczeniowymi. iBRE umożliwia obsługę definiowanych portfeli produktów inwestycyjnych i ubezpieczeniowych, które Klient Private Banking pozyskał za pośrednictwem doradcy BRE Banku z całej światowej palety tego typu produktów.



◀ Innowacyjne rozwiązania w ramach Platformy Bankowości Internetowej iBRE ▶



iBRE Invoice.NET to elektroniczny moduł prezentacji faktur. Łączy on w sobie dwie funkcje, funkcjonalności EBPP (Electronic Bill Presentment and Payment), która umożliwia elektroniczne wystawianie i prezentowanie faktur wraz z możliwością ich akceptacji i zapłaty przez dłużnika oraz finansowania opartego na wierzycelnościach. iBRE Invoice.NET jest przygotowany do obsługi tzw. e-faktury, czyli umożliwia kontrahentom rozliczenia całkowicie elektroniczne, bez użycia tradycyjnej faktury papierowej. Z iBRE Invoice.NET mogą korzystać zarówno Klienci BRE Banku, jak i firmy, które nie są Klientami naszego Banku.

W skład iBRE wchodzi także moduł Trade Finance, który umożliwia składanie zleceń otwarcia akredytywy czy wystawienia gwarancji całkowicie elektronicznie. Dalsza obsługa wniosku także korzysta z rozwiązań Intranetowych. Także dokumenty kiedyś wydawane Klientowi w formie papierowego wydruku, dzisiaj są przekazywane w formie obrazu elektronicznego.

Informacje dodatkowe



» www.brebank.pl/flash/ibre_connect_demo/index.html

Oba rozwiązania są proekologiczne, gdyż ograniczają wykorzystanie papieru jak również urządzeń do ich powielania, drukowania czy przesyłania, co wpływa także na ograniczenie zużycia energii i emisji ciepła.

Moduł iBRE Connect jest rozwiązaniem stanowiącym rozszerzenie systemów ERP o funkcje umożliwiające bezpośrednią wymianę informacji finansowych i niefinansowych z systemami BRE Banku. Stworzony jako dodatkowy element systemu wewnętrznego Klienta, moduł iBRE Connect jest jednocześnie w pełni zintegrowany z internetową platformą iBRE. Obecnie iBRE Connect może współpracować z rynkowymi systemami ERP – SAP oraz Symfonia Forte, a w niedalekiej przyszłości z kolejnymi systemami producentów krajowych jak i zagranicznych.

Program BRE Partner jest jedną z inicjatyw, której efekty mają przyczynić się do wsparcia procesu szybkiego i automatycznego przepływu danych pomiędzy wykorzystywanymi w firmie systemami ERP, finansowo-księgowymi (FK) i kadrowo-płacowymi (HR), a systemem bankowości internetowej iBRE. BRE Bank nawiązuje współpracę z kluczowymi dostawcami systemów ERP/HR/FK i przeprowadza procedurę weryfikacji, oceny i certyfikacji systemów partnerów pod kątem optymalizacji procesu przesyłania danych pomiędzy systemem bankowości internetowej, a systemami wewnętrznymi Klienta.

Innowacyjne podejście z wykorzystaniem nowych technologii Bank stosuje również rozwijając pakiet usług i rozwiązań z zakresu zarządzania należnościami – BRE Collection. Jest to kluczowa usługa bankowości transakcyjnej BRE Banku dedykowana Klientom korporacyjnym. Grupa produktów wchodząca w skład BRE Collection pozwala Klientom na prowadzenie automatycznej identyfikacji należności, uzgodnienie tychże w systemach finansowych i bilingowych w oparciu o raporty, tworzone odpowiednio do specyfiki Klienta. W ramach tej grupy rozwiązań może być również prowadzona miękka windykacja.

Na szczególną uwagę zasługuje usługa BRE Mass Collect Plus, umożliwiająca oprócz identyfikacji płatnika uzyskanie precyzyjnej informacji o numerach faktur oraz przyporządkowanych im kwotach (weryfikację płatności oczekiwanych z płatnościami zrealizowanymi).

Najczęstsze zastosowanie usługi BRE Mass Collect Plus jest pomocne przy rozliczaniu faktur między innymi w sytuacji, gdy Klient otrzymuje płatności od wielu płatników, posiada dużo faktur otwartych, otrzymuje jedną płatność za wiele faktur lub otrzymuje płatności częściowe i odnotowywane są nadpłaty oraz wysokie koszty ręcznego wprowadzania danych. Usługa umożliwia również łatwą identyfikację płatnika.

BRE Bank jest liderem w zakresie zarządzania należnościami i posiada blisko 25% udziału rynkowego w tym zakresie. Na dzień dzisiejszy Bank przetwarza co miesiąc ok. 9 000 000 należności.

W ramach narzędzi do zarządzania splotem należności Bank obsługuje również Polecenie Zapłaty, zapewniając firmom pełną elektronizację tej usługi w systemie iBRE. Klienci mogą również zlecać do BRE Banku elektroniczną obsługę zgód, dzięki czemu zdejmują z siebie obowiązek dystrybucji zgód do banku dłużnika (obsługa zgód elektronicznych, dzięki procesom synergii osiąganym w grupie BRE, może być realizowana wspólnie z MultiBankiem i mBankiem). Outsourcing takiego procesu do Banku pozwala na osiągnięcie znaczących korzyści organizacyjnych i kosztowych po stronie Klienta.



Jarosław Fordoński

Dyrektor Biura
ds. Unii Europejskiej

⟨ Finansujemy innowacyjność ⟩

Działania edukacyjne – akcje marketingowe i działania wizerunkowe w obszarze środków unijnych w 2008 r.

- › Wydaliśmy „Przewodnik BRE Banku po dotacjach unijnych” skierowany do przedsiębiorców planujących inwestycje przy udziale środków unijnych.
- › Opracowaliśmy i udostępiliśmy w serwisie www.brebank.pl wyszukiwarkę unijnych możliwości wsparcia na realizację planowanych inwestycji.
- › Przeprowadziliśmy kampanię informacyjną (na przełomie października i grudnia 2008 r.) skierowaną do przedsiębiorców zainteresowanych dofinansowaniem projektów inwestycyjnych z funduszy UE.
- › Zorganizowaliśmy cykl 14 warsztatów przeznaczonych zarówno dla dotychczasowych jak i potencjalnych Klientów, zainteresowanych realizacją inwestycji w ramach regionalnych programów operacyjnych. Warsztaty były zorganizowane we współpracy z firmami doradczymi współpracującymi z BRE Bankiem: Euro Grant Consulting, A1Europe, BDG i CWPE. W spotkaniach tych udział wzięło ponad 160 Klientów BRE Banku.
- › Przeprowadziliśmy szereg indywidualnych spotkań z Klientami w celu rozpoznania ich potrzeb inwestycyjnych oraz wsparcia w zakresie doboru programu operacyjnego, żeby zwiększyć ich szanse na uzyskanie dofinansowania ze środków unijnych.

Jakiego rodzaju innowacyjne inwestycje były wspierane w 2008 r.

W 2008 r. zostały podpisane umowy kredytowe z przedsiębiorstwami, które uzyskały dofinansowanie m.in. w ramach dz. 4.4 „Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym” Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka. Ponadto umowy kredytowe zostały podpisane także w ramach dz. 2.2.1 „Wsparcie dla przedsiębiorstw dokonujących nowych inwestycji” Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw – działanie wdrażane w latach 2004 – 2006.

Stawiamy przede wszystkim na najwyższej jakości doradztwo w każdym obszarze. Dlatego wspieramy swoich Klientów w procesie ubiegania się o środki unijne na innowacyjne inwestycje. Współpracę z przedsiębiorcami ujmujemy w szerokim zakresie, począwszy od działań edukacyjnych, poprzez konsultacje na etapie konstruowania wniosku, zrozumienia potrzeb i planów Klienta, aż do wskazania optymalnych źródeł finansowania i najkorzystniejszych wariantów montażu finansowych.



Sukcesy i skuteczność w pozyskiwaniu funduszy unijnych na innowacyjne projekty w 2008 r.

Konsekwentna realizacja przyjętej przez nas strategii działania w obszarze finansowania inwestycji realizowanych przy udziale środków UE oraz wysokie kompetencje naszych Pracowników służb sprzedaży, zaowocowały w 2008 r. znaczną liczbą pozytywnie ocenionych wniosków o dofinansowanie składanych przez Klientów BRE Banku. W I rundzie aplikacyjnej dz. 4.4 „Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym” Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, która trwała od 12 maja do 31 lipca 2008 r., BRE uplasował się na drugiej pozycji pod względem wartości kredytów we wnioskach złożonych w ramach rundy.

Działanie 4.4 PO IG skierowane było do przedsiębiorców, którzy zamierzają realizować projekty inwestycyjne związane z zastosowaniem nowych, innowacyjnych rozwiązań technologicznych, produktowych, usługowych lub organizacyjnych (rozwiązania technologiczne i organizacyjne stosowane na świecie nie dłużej niż 3 lata).

Profesjonalne wsparcie w procesie realizacji inwestycji z wykorzystaniem funduszy unijnych.



W I rundzie aplikacyjnej skuteczność BRE Banku w ujęciu wartościowym wyniosła 65,33% przy średniej rynkowej na poziomie 40,47%. Są to najlepsze wyniki, jakie kiedykolwiek zanotowaliśmy w obszarze finansowania inwestycji realizowanych przy udziale środków UE.

⟨ mBank – dziecko innowacji ⟩



mBank powstał w 2000 r. jako pierwszy w Polsce bank wirtualny. Jego rozwój trwa nieprzerwanie. W 2008 r. mBank rozwijał swoją ofertę, usługi i kontynuował działania niestandardowe w marketingu. W 2008 r. liczba Klientów mBanku przekroczyła 2 mln.

W minionym roku w ramach mBank mobile wprowadził doładowanie przez SMS, które spotkały się z bardzo dobrym przyjęciem. W grudniu mBank mobile – telefonia komórkowa związana z mBankiem – wprowadził, jako pierwszy w Polsce, startery ważne przez 365 dni bez doładowań. O wysokiej jakości pomysłu świadczy fakt, że został on natychmiast skopiowany przez konkurentów z branży telekomunikacyjnej.



By ułatwić Klientom uzyskanie kredytu konsumpcyjnego przez Internet, mBank wprowadził RUK, ramową umowę kredytową. Dzięki podpisaniu tego dokumentu, wystarczy, że Klient, który posiada relację z Bankiem, wyrazi chęć uzyskania kredytu w serwisie transakcyjnym i już może z niego korzystać.

W 2008 r. mBank wprowadził do swojej oferty także najbardziej dostępną na rynku kartę płatniczą z unikalnym pakietem ubezpieczeń. Innowacja polegała na zmniejszeniu progu wejścia i zaproponowanie kart osobom, które zarabiają min. 5 tys. zł.

mBank rozpoczął w 2008 r. pilotaż usług dla najaktywniejszych Klientów, powierzających Bankowi znaczne środki. Nowością jest próba zaproponowania w ramach banku masowego, który jest jednocześnie elitarny ze względu na funkcjonowanie w Internecie, nowego modelu obsługi – z dedykowaną infolinią i znanymi z imienia i nazwiska opiekunami Klienta.

W grudniu mBank przeprowadził prace, w wyniku których po raz kolejny zwiększył funkcjonalność swojego serwisu transakcyjnego. Ułatwione zostało spłacanie kart kredytowych, kluczowe z punktu widzenia Klientów, i zarządzanie kartami do płatności internetowych (eKARTAMI)

mBank zaprosił Klientów do udziału w mFestiwalu, w ramach którego przygotowywali swoje reklamy mBanku. Najlepsze prace otrzymały nagrody finansowe, pomysły zostały wykorzystane, a zwycięski film został wyświetlony w telewizji.

Od początku powstania mBanku społeczność jest bardzo ważna i pozostaje w centrum uwagi. mBank rozwija się słuchając uwag i zapotrzebowania Klientów. Unikalny kontakt mBanku i Klientów jeszcze wzmocnił wprowadzony w ostatnich dniach listopada 2007 r. blog. Rok 2008 był czasem intensywnego rozwoju tego narzędzia i zyskania uznania wśród czytelników. Swoje artykuły publikowało ponad 40 autorów, nad jakością komunikacji czuwał jeden redaktor. W 2008 r. blog notował miesięcznie średnio 150 tys. unikalnych użytkowników.

Innowacja w komunikacji została nagrodzona tytułem najlepszego blogu dojrzałego. Konkurs został zorganizowany przez portal blogifirmowe.wordpress.com. Patronami konkursu były instytucje związane z Internetem, marketingiem, PR oraz blogowaniem: Fundacja internetPR.pl, PRnews.pl, netPR, interaktywnie.com, Mediafun, kaznowski.blox.pl, Blogfrog.pl, zjadamyreklamy.blox.pl oraz Think-a-Head.org.

W ciągu roku rozwijał się także unikalny, funkcjonujący od 2004 r., mBank.net.pl – jedyny program partnerski prowadzony przez Bank. Dzięki niemu zainteresowani współpracą z mBankiem i sprzedają jego produktów przez Internet mogą to robić, wykorzystując gotowe materiały reklamowe. W grudniu program odnotował 5200 Partnerów mBanku, którzy zarejestrowali 7200 adresów internetowych.

JESTEŚMY GŁĘBOKO PRZEŚWIADCZENI, ŻE INNOWACYJNOŚĆ NIE KOŃCZY SIĘ Z CHWILĄ NARODZIN POMYSŁU, JEST NIEUSTAJĄCYM PROCESEM. NAD NOWYMI POMYSŁAMI WIRTUALNEGO BANKU CZUWA SZTAB MLABU, KOMÓRKI mBANKU ODPOWIEDZIALNEJ ZA INNOWACJE. DBAMY TEŻ O TO, BY PODOBNĄ MOTYWACJĘ DO SZUKANIA NOWYCH POMYSŁÓW MIAŁY POZOSTAŁE DZIAŁY I SPÓŁKI NASZEJ GRUPY.

◀ MultiBank – unikalne połączenie najlepszych bankowych tradycji i innowacyjnych rozwiązań ▶



MultiBank powstał w 2001 r. jako detaliczna część BRE Banku SA. Specjalizuje się w usługach personal banking dla Klientów oczekujących elastycznej oferty i wysokiej jakości obsługi. Po ponad 8 latach działalności obsługuje ponad pół miliona Klientów i plasuje się wśród największych i najbardziej nowoczesnych instytucji finansowych na polskim rynku.

MultiBank jest pionierem integracji produktów i usług bankowych: kredytowych, oszczędnościowych oraz inwestycyjnych. Umożliwia Klientom korzystanie z kompleksowej oferty finansowej w tradycyjnej, naziemnej sieci obsługi, a także funkcjonalnych kanałach zdalnych.

W 2008 roku MultiBank umacniał swoją pozycję na rynku produktów strukturyzowanych oraz rozwijał ofertę kart płatniczych.

W ofercie Banku pojawiło się 9 produktów strukturyzowanych umożliwiających osiągnięcie wysokich zysków przy zachowaniu 100% bezpieczeństwa zainwestowanego kapitału. Na młodym, polskim rynku strukturyzowanych narzędzi inwestycyjnych, MultiBank pełni więc rolę Banku wskazującego alternatywne sposoby lokowania nadwyżek finansowych.



Miniony rok to również czas innowacji w zakresie kart płatniczych. Wachlarz „plastikowych pieniędzy” wzbogacił się o dwie nowe karty kredytowe: Visa Aquarius – prestiżową kartę dla Członków Klubu Aquarius MultiBanku oraz kartę Visa Murator stanowiącą uzupełnienie oferty dla osób zarządzających lub remontujących mieszkanie.

Dodatkowo od marca 2008 r. wszystkie karty wydawane Klientom indywidualnym i firmowym MultiBanku są wyposażane w mikroprocesory. Technologia EMV podnosi bezpieczeństwo dokonywania operacji poprzez minimalizację prawdopodobieństwa przechwycenia danych.

Kolejną innowacją w zakresie kart płatniczych było otwarcie płaskich kart debetowych na transakcje internetowe. Dzięki temu rozwiązaniu osoby, które nie posiadają karty kredytowej lub nie chcą wykorzystywać jej do płatności online, mogą dokonywać transakcji w Internecie.



Wiosną 2008 r. Bank wprowadził możliwość uzyskania zwrotu opłat za prowadzenie rachunków osobistych w MultiBanku. Regularne zasilanie rachunku pensją w odpowiedniej wysokości oraz aktywne korzystanie z produktów uprawnia do otrzymania zwrotu opłaty za podstawowe usługi bankowe i zmniejszenie wydatków z domowego budżetu. To rozwiązanie pozwala Klientom na zachowanie wysokiej jakości serwisu przy optymalizacji kosztów współpracy z Bankiem.

◀ BRE Private Banking & Wealth Management – lider nowatorskich rozwiązań inwestycyjnych dla najzamożniejszych Klientów ▶



BRE Bank był pierwszym Bankiem, który przygotował specjalną ofertę dla dobrze zarabiających managerów. Było to w 1995 r. Potem kolejne instytucje finansowe poszerzały swoje usługi o ofertę dla Klientów VIP, na rynku zaczęli pojawiać się nowi gracze. W ciągu 13 lat oferta polskiej bankowości prywatnej stała się konkurencyjna wobec zachodnich instytucji od wielu lat świadczących tego typu usługi. Prywatny doradca, możliwość negocjacji opłat, prestiżowe karty – dzisiaj to standard, gdy mówimy o bankowości prywatnej. To, co faktycznie wyróżnia Private Banking, to indywidualne podejście do Klienta, niestandardowe rozwiązania inwestycyjne, szeroko rozumiane doradztwo i zaufanie, jakim Klient może obdarzyć swojego Doradcę, a tym samym Bank. Podstawą oferty BRE Private Banking & Wealth Management jest otwarta architektura, dzięki której Klienci mają dostęp do najlepszych produktów inwestycyjnych oferowanych przez polskie i zagraniczne instytucje. Liczba podmiotów, z którymi współpracuje BRE Private Banking & Wealth Management stale rośnie, a w 2008 roku było to 14 towarzystw z ofertą ponad 200 różnych funduszy. Nowością w usługach BRE Private Banking są wyjątkowe usługi dla ultrabogactw Klientów świadczone w ramach BRE Wealth Management. Wydzielona w tym celu spółka BRE Wealth Management dedykowana wyłącznie dla BRE Private Banking zajmuje się świadczeniem usług kompleksowego zarządzania majątkiem Klientów. Kompleksowość tych usług polega na całościowym spojrzeniu na majątek Klienta na przestrzeni jego życia, a więc poza majątkiem płynnym (gotówka, papiery wartościowe) wealth management obejmuje zakresem swoich usług również nieruchomości czy przedsiębiorstwa Klienta. Tego rodzaju usługi łączą w jednym miejscu najwyższej klasy doradztwo podatkowe, prawne, majątkowe i spadkowe. Dzięki temu zamożny Klient może liczyć na analizę swojego majątku, rozwiązania pozwalające na optymalizację podatkową i planowanie finansowe zgodne z jego indywidualnymi celami.

W 2008 roku oferta BRE Private Banking & Wealth Management została poszerzona o kompleksowo przygotowaną propozycję inwestowania w nieruchomości, zaś Klienci zainteresowani inwestycjami alternatywnymi mogą za pośrednictwem BRE Banku inwestować w sztukę w ramach tzw. usług art banking.

Stawiając na innowacyjność, BRE Bank wspiera również swoich Klientów i partnerów, promując innowacyjne postawy i nowoczesne modele biznesowe wśród polskich firm, a także pobudzając procesy innowacyjne w swoim otoczeniu. Konsekwencją tego założenia było zainicjowanie w 2005 r. wspólnie z Instytutem Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk oraz Gazetą Prawną, projektu badań nad innowacyjnością polskiej gospodarki oraz Rankingu 500 najbardziej innowacyjnych firm.

Ten unikalny program badawczy pozwala wychwycić pionierskie produkty, usługi, rozwiązania organizacyjne nie tylko największych korporacji, ale i docenić zapał, inwencję mniejszych podmiotów czy wręcz mikrofirm.

Wspieramy innowacyjność, nie dlatego, że jest to modne hasło, które dobrze „sprzeda się” marketingowo. Zwyczajnie wierzymy, że firmy nastawione na ciągły rozwój, doskonalenie – są forpcztą zmian w całej gospodarce – zmian, których tak bardzo potrzebujemy. Na własnym przykładzie wiemy, jak na tempo rozwoju i wartość firmy wpływa proinnowacyjna kultura, nie jako zapis w strategicznych dokumentach, ale autentycznie przenikająca każdy szczebel organizacji.

Otoczenie zmienia się coraz szybciej. To, co wczoraj było nowoczesne, dziś jest standardem, jutro będzie przeszłością. Dlatego tak ważne jest nie tylko to, by śledzić rynek i nieustannie szukać nowych przewag, ale „zarażać” tym podejściem biznesowych partnerów. Chcemy, by Kamerton Innowacyjności wpisał się na stałe w krajobraz polskiej gospodarki, stał się podstawą sieci współpracy pomiędzy innowacyjnymi firmami, ale i przyczynkiem do dyskusji o tym, jak wspierać w Polsce kulturę innowacyjności. Wierzymy, że przedsiębiorcy zaangażowani w nasz ranking będą naturalnymi ambasadorami tych zmian, a informację o Kamertonie przekażą swoim kontrahentom i partnerom biznesowym. Dzięki temu uda nam się uruchomić kulę śnieżną – im więcej będziemy mówić o potrzebie innowacyjności, tym więcej firm odważy się przestawić swój biznes na nowe tory. Bo wiemy, że na tym etapie rozwoju zwyczajnie nie stać nas na lekceważeniu procesu innowacji.

◀ Kamerton Innowacyjności już po raz czwarty w BRE Banku ▶

W 2008 r. BRE Bank po raz kolejny był współorganizatorem badania Kamerton Innowacyjności. Do projektu zaprosił nowych partnerów: PKPP Lewiatan, firmę Dun&Bradstreet oraz redakcje: Rzeczpospolitej oraz Manager Magazyn.

Efektom naszych badań był Ranking Najbardziej Innowacyjnych Firm w Polsce. W ubiegłorocznej edycji wyróżnieni zostali zwycięzcy w czterech głównych kategoriach:

- ▶ mikrofirmy
- ▶ przedsiębiorstwa małe
- ▶ przedsiębiorstwa średnie
- ▶ przedsiębiorstwa duże

Po raz pierwszy nagrodziliśmy firmy za osiągnięcia w poszczególnych kategoriach innowacyjności (innowacyjność produktowa, procesowa, organizacyjna oraz marketingowa), a także te firmy, które wdrożyły innowacyjne rozwiązania przy wykorzystaniu funduszy unijnych.

Wręczenie nagród laureatom Rankingu Najbardziej Innowacyjnych Firm w Polsce było głównym punktem uroczystej **Gali Innowacyjności**, która odbyła się 10 grudnia 2008 roku w siedzibie BRE Banku w Warszawie. W trakcie Gali zostały również zaprezentowane najważniejsze wnioski płynące z Raportu nad innowacyjnością polskiej gospodarki.

Znaczącym wydarzeniem był także panel dyskusyjny „Innowacyjność w dobie kryzysu”, w którym udział wzięli: dr Michał Boni, Sekretarz Stanu, Szef Zespołu Doradców w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, prof. Wojciech Cellary z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Mariusz Grendowicz – Prezes Zarządu BRE Banku, Tomasz Sus – Prezes Zarządu Verso Technologies Sp. z o.o. oraz Robert Aszkiełowicz – Prezes Zarządu GAZOMET Sp. z o.o.



dr Małgorzata Starczewska-Krzysztosek

Ekspert PKPP Lewiatan,
autorka badania.

Należy uświadamiać przedsiębiorców i pracowników, że innowacyjność to szerokie pojęcie. Mówiąc prosto, innowacyjność jest wprowadzeniem czegoś nowego do życia gospodarczego. Nie ma znaczenia czy to światowa nowość, czy też ulepszenie. Skoro przedsiębiorstwo wprowadza coś, czego wcześniej nie stosowało – jest to innowacja.



„Warto pokazać, że takich firm, jak nasza, które z innowacyjności czynią podstawowy element swojej przewagi konkurencyjnej jest więcej. Wyniki firm nagradzanych podczas kolejnych edycji Kamertonu, tempo ich rozwoju, sposób w jaki radzą sobie z kryzysem gospodarczym, to najlepsza reklama obranego modelu biznesu. Im więcej firm uda nam się „zarazić” takim sposobem myślenia, tym większe szanse na realizację założenia wspomnianego wcześniej rządowego raportu, w myśl którego za 20 lat produkty high-tech będą stanowić 40% naszego eksportu. Mocno trzymam za to kciuki!” – powiedział Mariusz Grendowicz, prezes zarządu Banku, podczas dyskusji o potrzebie polskich innowacji.

Ubiegłoroczna, czwarta z kolei edycja projektu cieszyła się ogromnym zainteresowaniem zarówno przedsiębiorców, jak i rynkowych ekspertów co dowodzi, że innowacyjność, na którą postawił BRE Bank, jest jednym z najważniejszych czynników, decydujących o rynkowym i finansowym sukcesie.

◀ Najbardziej innowacyjne firmy w Polsce – badanie w oparciu o Ranking „Kamerton Innowacyjności 2008” – metodologia ▶



Badanie miało charakter ilościowy i zostało zrealizowane w oparciu o ankietę przygotowaną dla potrzeb Rankingu Najbardziej Innowacyjnych Firm w Polsce „Kamerton Innowacyjności 2008”.

Ankieta składała się z dwóch części:

(1) rankingowej, w której przedsiębiorcy odpowiadali na pytania dotyczące innowacji produktowych, procesowych, marketingowych i organizacyjnych oraz certyfikatów jakości ISO lub innych certyfikatów kluczowych dla działalności przedsiębiorstwa, patentów, źródeł innowacji oraz efektów innowacji. Wdrożenie ocenianych innowacji miało nastąpić w okresie styczeń 2007 – czerwiec 2008 r.

(2) pozarankingowej, w której przedsiębiorcy odpowiadali na pytania o źródła finansowania inwestycji, wagę poszczególnych efektów wdrażania innowacji, barier we wdrażaniu innowacji, a także planów dotyczących wdrażania innowacji w przyszłości.

Do ankiety została dołączona „metryczka”, w której przedsiębiorcy podawali swoje dane adresowe, ale także dane dotyczące wielkości (zatrudnienie i obroty), branży, formy prawnej, zasięgu działania, struktury kapitałowej.

Ankiety zostały wysłane do przedsiębiorstw pocztą, część z nich została zrealizowana przez ankietników CBOS (wywiad bezpośredni). Umożliwiliśmy również dostęp on-line do ankiety przez stronę www.innowacyjnefirmy.pl. Ankiety mogło wypełnić każde przedsiębiorstwo w Polsce, które uznaje się za firmę innowacyjną i w ten sposób zgłosić swój udział w Rankingu, a jednocześnie przedstawić swoje opinie na temat innowacyjności.

Informacje dodatkowe

» www.innowacyjnefirmy.pl

Badanie było realizowane w okresie wrzesień – październik 2008 r. Jego wyniki zostały poddane audytowi dotyczącemu danych o firmie (wszystkie przedsiębiorstwa) oraz audytowi merytorycznemu dotyczącemu odpowiedzi na pytania zawarte w części Rankingowej (losowo wybrane przedsiębiorstwa). Wyniki badania w części pozarankingowej nie mają charakteru reprezentatywnego dla całego sektora przedsiębiorstw, są bowiem opiniami najbardziej innowacyjnych firm w Polsce, które zgłosiły swój udział w Rankingu „Kamerton Innowacyjności 2008”. Należy je jednak uznać za odpowiadające opiniom i ocenom firm, które na tle innych w Polsce wyróżniają się świadomością znaczenia innowacji w działalności gospodarczej, wiedzą o tym jak wdrażać nowości do praktyki oraz jakie są bariery z tym wdrażaniem związane. Zatem o innowacyjności i jej znaczeniu wypowiadają się ci, którzy wiedzą w praktyce, co ona oznacza i co oznaczają dla przedsiębiorstw decyzje dotyczące innowacji.



BRE BANK SA

⟨ Informacja o firmach biorących udział w Rankingu ⟩

W Rankingu Najbardziej Innowacyjnych Firm w Polsce „Kamerton Innowacyjności 2008” wzięły udział 374 przedsiębiorstwa. W grupie zgłoszonych do Rankingu Najbardziej Innowacyjnych Firm w Polsce znajdują się 62 mikroprzedsiębiorstwa (zatrudniające do 9 pracowników), 77 firm małych (zatrudniających od 10 do 49 pracowników), 123 firmy średnie (zatrudniające od 50 do 249 pracowników) oraz 112 przedsiębiorstw dużych (zatrudniających powyżej 249 pracowników). Łącznie stanowią one 0,02% ogólnej liczby przedsiębiorstw działających w Polsce. Niektóre z podmiotów, które zgłosiły swój udział w Rankingu, to instytucje naukowe i badawcze, które nie są przedsiębiorstwami w rozumieniu Ustawy o swobodzie działalności gospodarczej z 2 lipca 2004 r. Mikroprzedsiębiorstwa, które zgłosiły swój udział w Rankingu stanowią 0,004% ogólnej liczby mikrofirm działających w Polsce, przedsiębiorstwa małe – 0,16% ogólnej liczby firm małych, przedsiębiorstwa średnie – 0,83% ogólnej liczby firm średnich, a przedsiębiorstwa duże – 3,8% ogólnej liczby firm dużych. Oznacza to, że największa konkurencja była w grupie firm dużych.

⟨ Cztery edycje Rankingu ⟩

- ⟩ Prawie 2000 zgłoszonych projektów.
- ⟩ Gale innowacyjności z udziałem ponad 3200 osób w 12 miastach Polski.



- ⟩ Kamerton Innowacyjności przyznany ponad 40 największym polskim innowatorom.
- ⟩ Wyróżnienie za innowacyjność dla ponad 50 mikrofirm oraz dynamicznie rozwijających się firm z sektora MSP.
- ⟩ Nagrody za innowacje procesowe, produktowe, marketingowe i organizacyjne.
- ⟩ Promowanie firm finansujących innowacje ze środków UE.



◀ Tabela wskaźników GRI ▶

Wskaźniki GRI G3		Stopień zaraportowania	Strona w raporcie
Strategia i analiza			
1.1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	Całościowo	2-3
1.2	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i szans	Całościowo	2-3, 38-41
Profil organizacyjny			
2.1	Nazwa organizacji	Całościowo	16
2.2	Główne marki, produkty i/lub usługi	Całościowo	16 - 17, 24
2.3	Struktura operacyjna organizacji, z wyróżnieniem głównych działów, spółek zależnych, podmiotów powiązanych oraz przedsięwzięć typu joint-venture	Całościowo	16-17, 20-23
2.4	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	Całościowo	16
2.5	Liczba krajów, w których działa organizacja oraz podanie nazw tych krajów, gdzie zlokalizowane są główne operacje organizacji lub tych, które są szczególnie adekwatne w kontekście treści raportu	Całościowo	17, 20-23
2.6	Forma własności i struktura prawna organizacji	Całościowo	34-35
2.7	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	Całościowo	17-18, 24-27
2.8	Skala działalności z uwzględnieniem: liczby pracowników, przychodów netto ze sprzedaży, kapitalizacji z perspektywy zadłużenia i kapitału własnego	Całościowo	6-7
2.9	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury lub formy własności z uwzględnieniem: zmian w działalności lub lokalizacji, w tym: otwieranych, zamykanych i rozbudowywanych jednostkach, zmian w strukturze kapitału zakładowego i innych pozycjach kapitałowych	Całościowo	25-27
2.10	Nagrody otrzymane w raportowanym okresie	Całościowo	14, 42
Parametry raportu			
3.1	Okres raportowania	Całościowo	8
3.2	Data publikacji ostatniego raportu	Całościowo	8
3.3	Cykl raportowania	Całościowo	11
3.4	Osoba kontaktowa	Całościowo	140
Zakres i zasięg raportu			
3.5	Proces definiowania zawartości raportu wraz z: ustaleniem istotności poszczególnych kwestii dla organizacji i jej interesariuszy, priorytetyzacją poszczególnych kwestii, identyfikacją interesariuszy – adresatów raportu	Całościowo	8
3.6	Zasięg raportu	Całościowo	9
3.7	Oświadczenie w sprawie jakichkolwiek ograniczeń dotyczących zakresu i zasięgu raportu	Całościowo	10
3.8	Informacja o przedsięwzięciach typu joint-venture, podmiotach zależnych, obiektach dzierżawionych, operacjach outsoursowanych i innych jednostkach, które w znaczący sposób mogą wpłynąć na porównywalność działań organizacji w poszczególnych okresach i/lub w stosunku do innych organizacji	Całościowo	20
3.9	Techniki i przyjęte założenia odnośnie szacunków i kalkulacji wskaźników i innych informacji zawartych w raporcie	Całościowo	137



Wskaźniki GRI G3		Stopień zaraportowania	Strona w raporcie
3.10	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia (np. fuzje/przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakter działalności, metody pomiaru)	Całościowo	36
3.11	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	Całościowo	10
Indeks treści GRI			
3.12	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia Standardowych Informacji w raporcie	Całościowo	132-136
Weryfikacja			
3.13	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	Całościowo	139
Nadzór, zobowiązania i zaangażowanie			
Nadzór			
4.1	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania, jak na przykład tworzenie strategii czy nadzór nad organizacją	Całościowo	28-29
4.2	Wskazanie czy przewodniczący najwyższego organu nadzorczego jest również dyrektorem zarządzającym	Całościowo	28
4.3	Liczba członków najwyższego organu nadzorczego z wyróżnieniem niezależnych i/lub niewykonawczych członków	Całościowo	28-29
4.4	Mechanizmy umożliwiające akcjonariuszom i pracownikom zgłaszanie rekomendacji i wskazówek dla najwyższego organu nadzorczego	Całościowo	35, 79-81
4.5	Związek pomiędzy poziomem wynagrodzeń najwyższego organu nadzorczego, wyższej kadry menedżerskiej oraz zarządu (obejmując system odpraw) a wynikami organizacji (obejmując wyniki społeczne i środowiskowe)	Całościowo	28, 34
4.6	Procesy pozwalające na uniknięcie konfliktu interesów członków najwyższego organu nadzorczego	Całościowo	29, 34
4.7	Proces weryfikacji kwalifikacji i doświadczenia członków najwyższego organu nadzorczego pod kątem wytyczania strategii obejmującej zagadnienia ekonomiczne, środowiskowe i społeczne	Całościowo	28, 34
4.8	Wewnętrznie sformułowana misja lub wartości organizacji, kodeks postępowania oraz zasady odnoszące się do aspektów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych funkcjonowania organizacji oraz poziom ich implementacji	Całościowo	16, 69
4.9	Procedury najwyższego organu nadzorczego dotyczące nadzoru identyfikacji i zarządzania kwestiami ekonomicznymi, środowiskowymi i społecznymi, włączając stosowne ryzyka i szanse oraz dostosowanie się lub zgodność z uznanymi międzynarodowymi standardami, kodeksami postępowania oraz poziom ich implementacji	Całościowo	37-39
4.10	Proces ewaluacji wyników działań najwyższego organu nadzorczego w odniesieniu do kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych	Całościowo	28-29, 31



Wskaźniki GRI G3		Stopień zaraportowania	Strona w raporcie
Zaangażowanie w inicjatywy zewnętrzne			
4.11	Wyjaśnienie czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	Całościowo	38-41
4.12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	Całościowo	37-38, 137
4.13	Członkostwo w stowarzyszeniach, w ramach których organizacja: jest członkiem organów nadzorczych, uczestniczy w projektach lub komisjach, przekazuje znaczne fundusze poza standardowymi opłatami członkowskimi, uznaje członkostwo jako działanie strategiczne	Całościowo	50-51
Angażowanie interesariuszy			
4.14	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	Całościowo	48
4.15	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy	Całościowo	48
4.16	Podejście do angażowania interesariuszy, włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	Całościowo	49
4.17	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	Całościowo	64, 67, 74, 76, 80, 81
Podejście do zarządzania i wskaźniki wyników			
Wskaźniki ekonomiczne			36-47
Aspekt: wyniki ekonomiczne			
EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielonych zysków oraz wydatków dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych	Całościowo	36
Aspekt: pośredni wpływ ekonomiczny			
EC8	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa poprzez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro-bono. Wpływ tych działań na społeczeństwo	Całościowo	83
Wskaźniki środowiskowe			90
Aspekt: surowce / materiały			
EN1	Wykorzystane surowce/materiały według wagi i objętości	Całościowo	90-91
Aspekt: energia			
EN3	Bezpośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii	Całościowo	90-91
Aspekt: woda			
EN8	Łączny pobór wody według źródła	Całościowo	90-91
Aspekt: emisje, ścieki i odpady			
EN22	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu i metody postępowania z odpadem	Całościowo	93-94
Aspekt: produkty i usługi			
EN26	Inicjatywy służące zmniejszeniu wpływu produktów i usług na środowisko i zakres ograniczenia tego wpływu	Częściowo	92



Wskaźniki GRI G3		Stopień zaraportowania	Strona w raporcie
Aspekt: zgodność z regulacjami			
EN28	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych za nieprzestrzeganie prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska	Całościowo	95
Aspekt: transport			
EN29	Znaczący wpływ na środowisko wywierany przez transport produktów i innych dóbr oraz materiałów, z których korzysta organizacja w swej działalności oraz transport pracowników	Częściowo	92
Wskaźniki w zakresie praktyk dotyczących zatrudnienia i godnej pracy			68
Aspekt: zatrudnienie			
LA1	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu	Całościowo	71-72
LA2	Łączna liczba odejść oraz wskaźnik fluktuacji pracowników, według grup wiekowych, płci i regionu	Całościowo	74-75
LA3	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin, wg głównych jednostek organizacyjnych	Całościowo	75
Aspekt: bezpieczeństwo i higiena pracy			
LA7	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą, wg regionów	Częściowo	75
Aspekt: edukacja i szkolenia			
LA10	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika według struktury zatrudnienia	Częściowo	103
LA11	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę	Całościowo	102-107
LA12	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej	Całościowo	109
Aspekt: różnorodność i równość szans			
LA13	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	Całościowo	28, 31, 72-73
Wskaźniki w zakresie respektowania praw człowieka			69
Aspekt: przeciwdziałanie dyskryminacji			
HR4	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz działania podjęte w tej kwestii	Całościowo	70
Aspekt: praca dzieci			
HR6	Działania zidentyfikowane jako niosące ze sobą istotne ryzyko wykorzystywania pracy dzieci oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków	Całościowo	69
Aspekt: praca przymusowa i obowiązkowa			
HR7	Działania zidentyfikowane jako niosące ze sobą istotne ryzyko wystąpienia pracy przymusowej lub obowiązkowej oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków	Całościowo	69



Wskaźniki GRI G3		Stopień zaraportowania	Strona w raporcie
Wskaźniki wpływu na społeczeństwo			38
Aspekt: zgodność z regulacjami			
S08	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	Całościowo	39
Wskaźniki w zakresie odpowiedzialności za produkt			
Aspekt: oznakowanie produktów i usług			
PR5	Praktyki związane z zapewnieniem satysfakcji klienta, w tym wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta	Całościowo	52, 55, 61
Aspekt: komunikacja marketingowa			
PR6	Programy dotyczące przestrzegania prawa, standardów i dobrowolnych kodeksów regulujących kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu	Całościowo	59, 61-62
Aspekt: ochrona prywatności klienta			
PR8	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych	Całościowo	39
Suplement finansowy			
FS14	Inicjatywy mające na celu poprawę dostępności dla osób niepełnosprawnych	Częściowo	54, 76-77
FS16	Inicjatywy mające na celu wzrost świadomości kwestii finansowych wg rodzaju beneficjenta	Całościowo	110



⟨ Tabela Global Compact ⟩

GRUPA BRE BANKU ZOSTAŁA PRZYJĘTA DO GRONA PARTNERÓW GLOBALNEJ INICJATYWY FIRM ODPOWIEDZIALNYCH SPOŁECZNIE W LIPCU 2008 ROKU. ZGODNIE Z ZAŁOŻENIAMI INICJATYWY, GRUPA BRE BANKU IDENTYFIKUJE SIĘ I PRZESTRZEGA WE WSZYSTKICH SFERACH SWOJEJ DZIAŁALNOŚCI 10 FUNDAMENTALNYCH ZASAD, DO KTÓRYCH ZALICZAJĄ SIĘ POSTANOWIENIA Z ZAKRESU RESPEKTOWANIA PRAW CZŁOWIEKA, ZACHOWYWANIA STANDARDÓW PRACY, OCHRONY ŚRODOWISKA NATURALNEGO ORAZ PRZECIWDZIAŁANIA KORUPCJI.



Zasada 1	Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową	28, 31, 39, 72-73
Zasada 2	Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę	69-70
Zasada 3	Poszanowanie wolności stowarzyszania się	53, 78-79
Zasada 4	Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej	69
Zasada 5	Zniesienie pracy dzieci	69
Zasada 6	Efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia	28-31, 72-75, 77
Zasada 7	Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego	90-94
Zasada 8	Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej	90-95
Zasada 9	Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii	95, 124, 126
Zasada 10	Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu	38-39

⟨ Obliczenia stosowane w raporcie ⟩

$$\text{rotacja} = \frac{\text{rozwiązania umów o pracę w badanym okresie}}{\text{średnie zatrudnienie w badanym okresie}}$$

Osoboszkoenie to suma osób, które brały udział we wszystkich szkoleniach na podstawie list szkoleniowych zamieszczonych w aplikacji szkoleniowej oraz raportach platformy e-learningowej.

Spis wykresów

WYKRES 01.	Rozwój zagadnień objętych raportowaniem w latach 2007-2008	10
WYKRES 02.	Liczba Klientów korporacyjnych w latach 2006-2008	25
WYKRES 03.	Klienci bankowości detalicznej BRE Banku (w tys.)	26
WYKRES 04.	Rachunki Klientów detalicznych BRE Banku (w tys.)	26
WYKRES 05.	Reklamacje Klientów korporacyjnych i Private Banking	52
WYKRES 06.	Wartość wskaźnika OPN dla mBanku i największych banków	55
WYKRES 07.	Badanie satysfakcji Klientów – wyniki za 4. kwartał 2008 roku	56
WYKRES 08.	Liczba reklamacji na 1000 Klientów w latach 2006-2008	57
WYKRES 09.	Liczba reklamacji na 1000 Klientów w latach 2006-2008	60
WYKRES 10.	Wysokość odpisów związanych z transakcjami pochodnymi w BRE Banku w poszczególnych kwartałach 2008 i 2009 roku (w mln zł)	67
WYKRES 11.	Zatrudnienie w BRE Banku w podziale na rodzaj umowy o pracę w latach 2007-2008	71
WYKRES 12.	Zatrudnienie w BRE Banku w latach 2006-2008	71
WYKRES 13.	Zatrudnienie w BRE Banku w podziale na regiony	72
WYKRES 14.	Zatrudnienie w BRE Banku w podziale na grupy wiekowe	72
WYKRES 15.	Struktura zatrudnienia według płci w BRE Banku w latach 2006-2008	73
WYKRES 16.	Zatrudnienie na stanowiskach menedżerskich i niemenedżerskich w BRE Banku w latach 2007-2008 w podziale na płeć	73
WYKRES 17.	Liczba stanowisk menedżerskich i niemenedżerskich w BRE Banku w latach 2007-2008	74
WYKRES 18.	Rotacja Pracowników w podziale na regiony	74
WYKRES 19.	Wykorzystanie papieru w BRE Banku (w tys. ryz)	91
WYKRES 20.	Zużycie paliwa przez flotę samochodową BRE Banku w latach 2006-2008 (w litrach)	92
WYKRES 21.	Ocena warsztatów przez uczestników	100
WYKRES 22.	Liczba stażystów zatrudnionych biorących udział w programie	101
WYKRES 23.	Praktyki i staże w BRE Banku (bankowość detaliczna i korporacyjna)	102
WYKRES 24.	Praktyki i staże w bankowości detalicznej	102
WYKRES 25.	Praktyki i staże w bankowości korporacyjnej	102
WYKRES 26.	Liczba uczestników szkoleń w BRE Banku (osoboszkolenia)	103
WYKRES 27.	Liczba uczestników szkoleń w bankowości detalicznej	103
WYKRES 28.	Liczba uczestników szkoleń w bankowości korporacyjnej	103
WYKRES 29.	Program BRE Language	107





PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.
Al. Armii Ludowej 14
00-638 Warszawa, Polska
Telefon +48 (0) 22 523 4000
Faks +48 (0) 22 508 4040
www.pwc.com/pl

Niezależny raport poświadczający dotyczący Raportu o odpowiedzialności biznesu 2008 BRE Banku

Do Zarządu BRE Bank S.A.:

Przeprowadziliśmy prace poświadczające, których przedmiotem są aspekty sprawozdawczości BRE Bank S.A. ("Spółka") dotyczącej zrównoważonego rozwoju w zakresie wskaźników Global Reporting Initiative w wersji 3 ("GRI G3") w Spółce za okres od 1 stycznia 2008 do 31 grudnia 2008 w zakresie danych ilościowych oraz za okres 1 stycznia 2008 do 31 sierpnia 2009 w zakresie danych jakościowych (dalej zwane łącznie "Informacją Poświadczaną") zawarte w "Raporcie o odpowiedzialności biznesu 2008" (zwanego dalej "Raportem Społecznym") oraz ocena zgodności zakresu Raportu Społecznego z minimalnymi kryteriami zawartymi w Wytycznych Global Reporting Initiative w wersji 3.

Za sporządzenie Raportu Społecznego, w tym Informacji Poświadczanej, zgodnie z kryteriami zawartymi w GRI G3, jak również za stworzenie i utrzymanie wewnętrznych procesów sprawozdawczych oraz za przechowywanie danych będących podstawą do Raportu Społecznego oraz zawartej w nim Informacji Poświadczanej odpowiedzialny jest wyłącznie Zarząd Spółki.

Naszym zadaniem była niezależna, przeprowadzona na podstawie ograniczonych procedur ocena tego, czy Raport Społeczny zawiera informacje w zakresie co najmniej wymaganym przez kryteria zawarte w GRI G3 dla raportowania ustalonego na poziomie "B", i przedstawionym w części "Wskaźniki GRI G3" tego raportu oraz niezależna ocena czy Informacja Poświadczona nie zawiera istotnych błędów.

Nasze prace poświadczające przeprowadziliśmy zgodnie z Międzynarodowym Standardem Usług Atestacyjnych 3000 - Usługi Atestacyjne inne niż badania lub przeglądy historycznych informacji finansowych (ISAE 3000). Nasze procedury wykonane w celu oceny zgodności Raportu Społecznego z wymogami GRI G3 były ograniczone wyłącznie do zapoznania się z treścią Raportu Społecznego i rozmowami z kierownictwem i pracownikami Spółki zaangażowanymi w przygotowanie tego raportu. Nasze procedury wykonane w celu ustalenia czy Informacja Poświadczona nie zawiera znaczących błędów były ograniczone do oceny efektywności systemu kontroli wewnętrznej związanej ze zbieraniem, przetwarzaniem oraz przygotowaniem danych dotyczących Informacji Poświadczanej wyłącznie na podstawie rozmów z kierownictwem i pracownikami Spółki, analizy przedstawionych danych a także wybiórczych niestatystycznych testów szczegółowych dotyczących tych informacji. Uważamy, że nasze prace zostały zaplanowane i przeprowadzone tak, aby zgromadzić informacje niezbędne do uzyskania ograniczonej pewności, że zakres Raportu Społecznego spełnia minimalne wymogi zawarte w kryteriach GRI G3 dla raportowania ustalonego na poziomie "B" a zawarta w nim Informacja Poświadczona nie zawiera istotnych błędów.

Powyższe procedury nie stanowią badania zgodnego z Międzynarodowymi Standardami Rewizji Finansowej i w związku z powyższym nie wydajemy opinii z badania. Zwracamy także uwagę, że w przypadku zleceń, których celem jest uzyskanie ograniczonej pewności, zastosowane procedury są ograniczone w stosunku do zleceń, w których celem jest uzyskanie wystarczającej pewności.

Na podstawie przeprowadzonych przez nas ograniczonych prac poświadczających stwierdzamy, że:

- nie zwróciły naszej uwagi żadne kwestie, które doprowadzałyby nas do wniosku, że Raport Społeczny nie zawiera minimalnego zakresu informacji wynikającego z wymogów zawartych w GRI G3 dla raportowania ustalonego na poziomie "B";
- zawarta w Raporcie Społecznym Informacja Poświadczana nie zawiera istotnych błędów.

Nie zgłaszając zastrzeżeń, zwracamy uwagę, że nasz raport poświadczający należy czytać w połączeniu z wytycznymi GRI G3, określającymi zakres sprawozdawczości oraz nieodłączne ograniczenia dotyczące dokładności i kompletności sprawozdawczości społecznej.

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.

Warszawa, 25 września 2009 r.



Wydrukowano na papierze Cyclus Print

producent: Dalum Papir A/S



Stokrotka (Flower - Licence DK/11/1) - ogólnoeuropejski znak ekologiczny, świadczący o najwyższych standardach produktu pod względem

ochrony środowiska. Logo stokrotki umieszczone na papierze oznacza, że:

- wyrób został wyprodukowany z wykorzystaniem specjalnych włókien pochodzących z recyklingu,
- włókno drzewne pochodzi z lasów, w których prowadzona jest zrównoważona gospodarka leśna,
- Emisje siarki i CO₂ do atmosfery, a także zanieczyszczenie wody podlegają ograniczeniu w procesie produkcji.



NAPM 100% - wyrób został wyprodukowany z wykorzystaniem specjalnych włókien pochodzących w 100% z recyklingu.



Blue Angel - RAL UZ-14 - certyfikat zaświadczający o bezpieczeństwie produktu dla środowiska naturalnego. Do jego produkcji w 100%

wykorzystano surowce z recyklingu.

Charakteryzuje się ponadto niską bądź zerową zawartością wskazanych związków chemicznych. Certyfikat Blue Angel świadczy także o bezpieczeństwie wykorzystania produktu w zabawkach dla dzieci.

Osoba kontaktowa

Magdalena Wincone

E-mail: csr@brebank.pl

tel. +48 22 829-18-43

Centrala Banku:

BRE Bank

ul. Senatorska 18

00-950 Warszawa

www.brebank.pl

projekt i druk:

Agencja Reklamowa ArtGroup Sp. z o.o.

44-280 Rydułtowy, ul. Radoszowska 26a

tel. +48 32 45 77 008

www.artgroup.pl



BRE BANK SA

Centrala i Zarząd BRE Banku
ul. Senatorska 18
00-950 Warszawa
skr. poczt. 728

tel. (0 22) 829 00 00 (repcja)
tel. (0 22) 829 00 44 (repcja ul. Królewska)
fax (0 22) 829 00 33
www.brebank.pl



BRE BANK SA