



Raport odpowiedzialnego biznesu Grupy Kapitałowej Idea Bank 2017

Spis treści

List Prezesa Zarządu	3
O raporcie	5
1. Grupa Kapitałowa Idea Bank	8
1.1. O nas, czyli kim jesteśmy	8
1.2. Zarządzanie i odpowiedzialność	12
1.3. Procedury należytej staranności	13
2. Odpowiedzialna i uczciwa organizacja	15
2.1. Zarządzanie i polityki	15
2.2. Wysokie standardy etyczne w działaniu – przeciwdziałanie nadużyciom i działaniom korupcyjnym	17
2.3. Budujemy świadomość pracowników	18
3. Odpowiedzialność wobec klientów	21
3.1. Zarządzanie i polityki	21
3.2. Kim są nasi klienci	22
3.3. Zapewniamy szeroki dostęp do naszych usług	24
3.4. Najwyższe standardy sprzedaży, komunikacji i promocji	25
3.5. Odpowiedzialna reklama i marketing	26
3.6. Odpowiedzialna sprzedaż	26
3.7. Dbamy o satysfakcje, dopasowujemy się do potrzeb klientów	28
4. Wspieranie społeczności, wspieranie przedsiębiorczości	33
4.1. Tworzymy standardy dla naszych partnerów i dostawców	34
4.2. Klienci rozwijają się dzięki nam	34
4.3. Idea Bank i innowacje	35
4.4. Fundacja Tax Care – szkolimy z tematów ważnych dla naszych klientów	36
5. Dobre miejsce do pracy, zaangażowani pracownicy	38
5.1. Zarządzanie i polityki	38
5.2. Zatrudniamy różnorodny zespół	39
5.3. Rozwój i szkolenia	41
5.4. Zaangażowani i pełni pasji	44
6. Szanujemy prawa człowieka	45
6.1. Wewnętrzne procedury i systemy	45
6.2. Dajemy narzędzia zgłaszania nadużyć	46

7. W trosce o środowisko	48
7.1. Zarządzanie i polityki	48
7.2. Wpływ na środowisko w biurach.....	49
7.3. Eko transport w Idea Banku	50
Indeks wskaźników GRI	52

List Prezesa Zarządu

Szanowni Państwo,

Grupa Kapitałowa Idea Bank powstała kilka lat temu, aby wspierać rozwój firm i przedsiębiorców, dając im możliwość rozpoczęcia działalności gospodarczej i ułatwiając start na rynku. W Idea Bank dostrzegamy również tych, którzy mają utrudniony dostęp do finansowania własnych, innowacyjnych pomysłów. Widzimy potrzeby firm, wiemy, jakie narzędzia i produkty są dla nich ważne do rozpoczęcia i rozwijania biznesu. Chcemy być bankiem pierwszego wyboru dla osób prowadzących działalność gospodarczą i ceniących oparte na zaufaniu i współdziałaniu podejście do biznesu. Nasi doradcy budują bliskie relacje z klientami, co w połączeniu z duchem innowacji silnie obecnym w Grupie Idea Banku, pozwala proponować współpracującym z nami przedsiębiorcom najlepsze rozwiązania finansowe i wspierające rozwój biznesu.

Kierujemy się w swojej codziennej pracy nie tylko przepisami prawa i wytycznymi instytucji nadzorujących, ale przede wszystkim wewnętrznymi standardami. Kierunek działania wyznaczają nam Kodeks Etyki i polityka, która pokazuje właściwą drogę naszym pracownikom. Na każdym etapie naszej działalności dbamy o partnerskie relacje z interesariuszami, słuchamy ich opinii i na nie odpowiadamy. Jesteśmy świadomi naszego wpływu na otoczenie, dlatego rozwijamy działania na rzecz zrównoważonego rozwoju angażując się w inicjatywę na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ na lata 2016-2030.

Miniony rok był udanym okresem dla Grupy Idea Bank. W listopadzie do Mobilnych Wpłatomatów użytkownicy wpłacili rekordową kwotę 100 mln złotych, natomiast suma wpłat zrealizowanych od początku projektu do końca roku przekroczyła już miliard złotych. Przez ostatni rok odnotowaliśmy wzrost liczby osób korzystających z naszych placówek Idea Hub – odwiedziło nas ponad 20 000 osób. Wdrożyliśmy też kolejny niestandardowy pomysł – mobilny coworking na torach, czyli Idea Hub Express, doceniony w międzynarodowych konkursach. Rok 2017 był także czasem wyzwań – zmiany w Zarządzie Banku, zmiany w polskim prawie związane z raportowaniem niefinansowym czy zmianami w przepisach dotyczących ochrony danych osobowych. Od listopada 2017 roku pracujemy również nad tym, jak nasz Bank i Grupa powinny wyglądać za kolejne 7 lat i co powinno być naszym głównym kierunkiem rozwoju.

Jesteśmy firmą odpowiedzialną społecznie, rozwijamy się i szukamy nowych pomysłów wspierających biznes naszych klientów, co wyróżnia nas spośród innych instytucji finansowych. W 2017 roku wydaliśmy pierwszy skrócony raport określający nasze podejście do odpowiedzialnego zarządzania. Od początku 2018 roku pracujemy nad usystematyzowaniem naszych praktyk w tym obszarze, czego efektem będzie Polityka odpowiedzialnego biznesu, określająca ramy naszej odpowiedzialności i kierunki działania na kolejne lata.

Raport, który mają Państwo przed sobą jest pierwszym raportem społecznej odpowiedzialności biznesu Grupy Kapitałowej Idea Bank. Publikacja scala dotychczasowe działania spółek Grupy oraz podsumowuje politykę i praktyki w zakresie odpowiedzialnego i etycznego działania. Raport został opracowany z wykorzystaniem międzynarodowego standardu raportowania danych niefinansowych Global Reporting Initiative. Jest to początek, a zarazem zobowiązanie i kierunek naszych planów na kolejne lata.

Mam nadzieję, że niniejszy raport będzie dla Państwa okazją do bliższego poznania naszej organizacji. Zachęcam do lektury i dzielenia się opiniami na temat publikacji.

Z wyrazami szacunku,

Tobiasz Bury

p.o. Prezesa Zarządu

O raporcie

Niniejszy dokument jest pierwszym kompleksowym podsumowaniem dotychczasowych działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. (dalej: Grupa Kapitałowa Idea Bank lub Grupa Idea Bank lub Grupa), w 2017 roku. W opracowaniu zostały zaprezentowane informacje o pozafinansowej działalności Grupy, obejmujące takie tematy jak: kwestie społeczne, pracownicze, środowiskowe, z zakresu praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji. Ze względu na rodzaj prowadzonej działalności Grupa prezentuje również informacje dotyczące relacji z klientami i podejście do komunikacji marketingowej, bezpieczeństwa klientów oraz standardów obsługi.

Raport jest odpowiedzią na wymogi Ustawy z dnia 15 grudnia 2016 r. o zmianie ustawy o rachunkowości, nakładającej na wybrane organizacje i grupy kapitałowe obowiązek ujawniania informacji niefinansowych w zakresie modelu biznesowego, kluczowych wskaźników niefinansowych, polityk oraz procedur należytej staranności, a także wykazu ryzyk i sposobu zarządzania nimi we wskazanych przez Ustawę obszarach.

Spółką dominującą Grupy jest Idea Bank S.A., która pełni rolę nadrzędną w stosunku do spółek zależnych. W skład Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. wchodzi spółki zależne: Idea Money S.A., LC Corp Sky Tower Sp. z o.o., Idea SPV Sp. z o.o. oraz spółki powiązane (tzw. spółki – córki): Idea Fleet S.A., Property Solutions FIZAN, Development System Sp. z o.o., Idea Investment S.a.r.l., Tax Care S.A. (w tym Fundacja Tax Care – Twoja Inicjatywa Fundacja Wspierania Przedsiębiorczości oraz Banfi Polska Sp. z o.o.). Oświadczenie obejmuje swym zakresem wybrane, kluczowe spółki zależne Grupy Kapitałowej Idea Bank. Ze względu na prowadzenie zróżnicowanej działalności i innej skali działania w stosunku do Idea Banku, postanowiliśmy o wyłączeniu danych dotyczących wybranych spółek z niniejszego raportu. Raport obejmuje spółki: Idea Bank S.A. (dalej: Idea Bank lub bank lub IB), Idea Money S.A. (dalej: Idea Money lub IM), Tax Care S.A. (dalej: Tax Care lub TC; wraz z Fundacją Tax Care). Spółki LC Corp Sky Tower Sp. z o.o. (spółka celowa, która w okresie objętym raportem nie prowadziła działalności operacyjnej, zatrudniała jednego pracownika), Idea SPV Sp. z o.o. (spółka nie prowadziła w okresie objętym raportem działalności operacyjnej, nie zatrudniała pracowników) nie są objęte politykami Grupy Idea Bank, a dane pozyskane z tych spółek nie miałyby wpływu na wyniki danych niefinansowych Grupy. W trzecim kwartale 2017 roku miały miejsce transakcje, które skutkowały utratą kontroli nad spółką Idea Leasing S.A. (oraz całą grupą leasingową obejmującą Idea Leasing S.A. oraz Getin Leasing S.A.). Od 28 września 2017 roku spółka Idea Leasing S.A. z Grupy Idea Bank, stała się spółką stowarzyszoną. W związku z tymi decyzjami, Idea Leasing S.A. nie została objęta niniejszym raportem.

Oświadczenie jednostkowe o ujawnieniu danych niefinansowych spółki Idea Bank S.A. znajduje się w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. za 2017 rok dostępnym na stronie www.relacje.ideabank.pl.

Kluczowe tematy do raportu oraz aspekty, które powinny zostać uwzględnione w dokumencie zostały wybrane podczas wewnętrznych warsztatów dla pracowników spółek Grupy Idea Bank. Tematy najbardziej istotne pod względem działalności firmy, znajdują się w tabeli na stronie 7 raportu. Proces definiowania ryzyk niefinansowych przebiegał w kilku etapach: analiza wewnętrzna działalności

firmy; identyfikacja ryzyk, które wynikają z bieżącej i planowanej działalności banku; wskazanie kluczowych obszarów ryzyka; konsultacje z departamentami odpowiedzialnymi za dany obszar. Ryzyka niefinansowe zostały zaprezentowane przy poszczególnych tematach w raporcie.

Dokument został przygotowany z wykorzystaniem międzynarodowego standardu raportowania informacji niefinansowych Global Reporting Initiative w wersji G4 Core. W związku z podjętym zobowiązaniem banku na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, w raporcie wskazujemy również informację o wypełnianiu wybranych celów. Dodatkowo Idea Bank prezentuje w raporcie wybrane wskaźniki własne w obszarze relacji z klientami, czy działań społecznych. Raport obejmuje dane i informacje z 2017 roku, jednak tam gdzie było to możliwe, uwzględniliśmy dane z 2016 roku. Kolejne raporty odpowiedzialnego biznesu Grupy Idea Bank będą publikowane w cyklu rocznym wraz ze Sprawozdaniem Zarządu z działalności, aby zapewnić wszystkim interesariuszom dostęp do informacji o działaniach Grupy za poprzedni rok. Raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji w zakresie danych niefinansowych.

Dla zachowania przejrzystości prezentowanych danych, nazwy spółek w tabelach zostały oznaczone skrótami: Idea Bank – „IB”, Idea Money – „IM”, Tax Care – „TC”.

Komunikacja z otoczeniem – Interesariusze

Jednym z ważnych aspektów działania Grupy Idea Bank jest dialog i komunikacja z otoczeniem. Wiemy jak ważna jest transparentna informacja o produktach, szybka odpowiedź na pojawiające się pytania, czy budowanie relacji z inwestorami. Dbamy o relacje z klientami, organizując spotkania oraz badania satysfakcji, podczas których pytamy naszych klientów o ich potrzeby i oczekiwania. Za kontakt z otoczeniem zewnętrznym odpowiada rzecznik prasowy współpracujący głównie z mediami oraz Departament Relacji Inwestorskich zapewniający informacje wszystkim akcjonariuszom i potencjalnym oraz obecnym inwestorom. Wykorzystujemy również nowoczesne kanały komunikacji – jesteśmy obecni w mediach społecznościowych, prowadzimy dwie strony internetowe przeznaczone dla klientów i otoczenia rynkowego – inwestorów i akcjonariuszy.

Interesariusze Idea Bank

Pracownicy i współpracownicy	Akcjonariusze i inwestorzy	Spółki zależne Idea Bank	Regulatorzy i organy nadzoru
Dostawcy, pośrednicy, podwykonawcy	Instytucje wspierające i współpracujące	Konsumenci i organizacje konsumenckie	Przedsiębiorcy
Media	Konkurencja	Społeczności lokalne	Organizacje pozarządowe
Organizacje branżowe i specjalistyczne	Administracja publiczna	Środowisko naturalne	Organizacje charytatywne

Kluczowe aspekty dla firmy i otoczenia uwzględnione w raporcie

Aspekt	Ważne dla firmy	Ważne na interesariuszy
Bezpieczeństwo klienta (prywatności i jego danych oraz bezpieczeństwo transakcji elektronicznych)	W	Z
Odpowiedzialna komunikacja marketingowa (rzetelne i obiektywne informowanie klienta na temat produktów i usług)		Z
Odpowiedzialne praktyki sprzedaży (odpowiedzialne sprzedawanie produktów zgodnie z potrzebami klientów)	W	Z
Edukacja klientów i budowanie świadomości (edukacja finansowa, o zasadach i możliwościach współpracy z bankiem, produktach finansowych)		Z
System przyjmowania i rozpatrywania reklamacji		Z
Prewencja zachowań nieetycznych i przeciwdziałanie nadużyciom (kultura organizacyjna oparta na wartościach)	W	Z
Innowacje na rzecz klienta, produktów i rozwoju firmy	W	Z
Wspieranie rozwoju przedsiębiorczości/zwiększanie dostępności do usług finansowych dla mikro i małych firm	W	Z
Dostępność usług dla defaworyzowanych grup społecznych, w tym osób niepełnosprawnych		Z
Jakość obsługi klientów i ich satysfakcja	W	Z
Szkolenia, możliwości edukacji i rozwoju zawodowego pracowników	W	
Budowania zaangażowania i innowacyjności wśród pracowników	W	
Poszanowanie różnorodności w miejscu pracy, przeciwdziałanie dyskryminacji	W	
Compliance, zgodność z przepisami prawa (i rozwój regulacji)	W	Z
Ograniczanie śladu środowiskowego w działalności	W	Z
Zarządzanie odpowiedzialnością w łańcuchu dostaw (kryteria z zakresu odpowiedzialności i etyki w procesach zakupowych)	W	Z
Rozwój działań prospołecznych wśród pracowników	W	

W = aspekty ważne wewnątrz organizacji

Z = aspekty ważne na zewnątrz organizacji

1. Grupa Kapitałowa Idea Bank

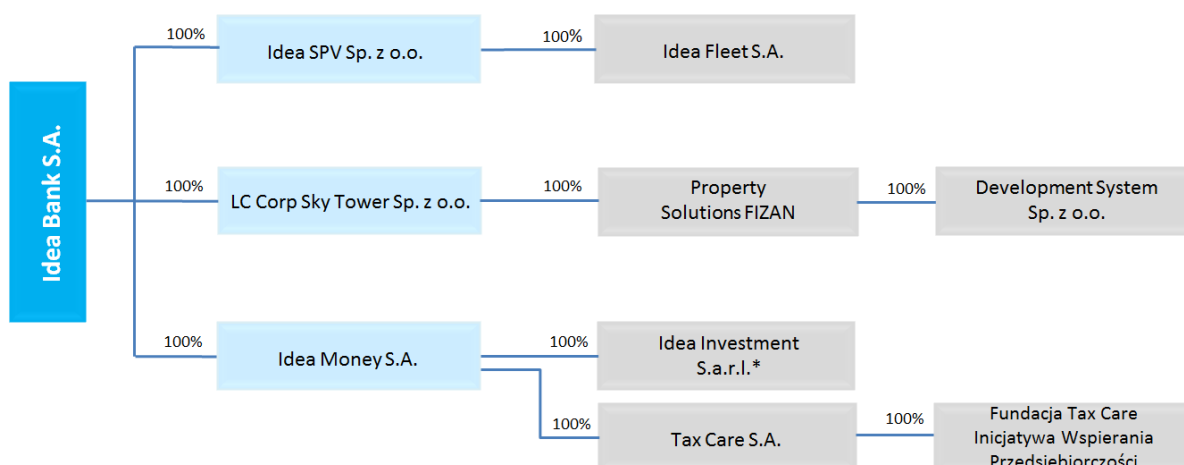
1.1. O nas, czyli kim jesteśmy

Idea Bank istnieje na polskim rynku usług finansowych od 2010 roku, stopniowo skupiając wokół siebie stale rozwijającą się Grupę Kapitałową Idea Banku. Opiera swój model biznesowy na dobrej znajomości potrzeb przedsiębiorców oczekujących produktów i usług dopasowanych do ich działalności. Podmioty wchodzące w skład Grupy oferują swoim klientom usługi i produkty zarówno w zakresie finansowania działalności, jak i doradztwa na każdym etapie jej prowadzenia, m.in.:

- Usługi finansowania działalności – udzielanie kredytów, usługi w zakresie leasingu, faktoringu, bankowości transakcyjnej oraz pośrednictwo finansowe świadczone przez Idea Bank, Idea Money, Idea Leasing (od dnia 28 września 2017 r. spółka stowarzyszona);
- Usługi BSS (ang. Business Support Services – usługi wspierające działalność biznesową): doradztwo księgowo, podatkowe, prawne oraz doradztwo z zakresu kadr i płac świadczone przez Tax Care;
- Bankowość prywatna – produkty inwestycyjne i oszczędnościowe i inne usługi specjalistyczne świadczone pod marką Lion’s Bank;
- Lokaty – lokaty, rachunki bieżące i oszczędnościowe, karty debetowe, dostęp do bankomatów i wpłatomatów oferowane przez Idea Bank.

Proponowany przez nas unikalny model współpracy z klientami płynie z bardzo dobrej znajomości ich potrzeb i oczekiwań na każdym etapie – od pomysłu na własny biznes, przez pomoc w rozpoczęciu działalności, po jej bardziej złożone i wymagające formy. Naszym założeniem jest być nie tylko dostawcą produktów i usług finansowych, ale przede wszystkim merytorycznym doradcą wspierającym klienta i jego biznes. Chcemy być miejscem, w którym mikro, małe i średnie firmy znajdą kompleksową pomoc osobistych doradców.

W skład Grupy Kapitałowej Idea Bank na dzień 31.12.2017 roku wchodziły następujące spółki:



Ponadto na dzień 31 grudnia 2017 roku Grupa Kapitałowej Idea Bank posiadała następujące jednostki

stowarzyszone:

- Idea Leasing S.A.
- Open Finance S.A.
- Idea Box S.A.
- Idea 24/7, Inc.

Idea Bank jest spółką akcyjną, zadebiutował na rynku głównym GPW w 2015 roku. Struktura akcjonariatu na dzień 31 grudnia 2017 r.

Struktura akcjonariatu

Podmiot	Liczba akcji	% udział w liczbie akcji	Liczba głosów na WZA	% udział w liczbie głosów na WZA
Getin Holding S.A.	42 677 443	54,43%	43 728 643	55,04%
LC CORP BV	4 834 178	6,17%	4 834 178	6,08%
Dr Leszek Czarnecki bezpośrednio	7 717 725	9,84%	7 717 725	9,71%
Getin Noble Bank	4 897 297	6,25%	4 897 297	6,16%
Zarząd Idea Banku	798 592	1,02%	798 592	1,02%
Pozostali akcjonariusze	17 476 746	22,29%	17 476 746	21,99%

Grupa Kapitałowa Idea Banku – rodzaje prowadzonej działalności i oferowane produkty

Działalność bankowa – Idea Bank

Oferta skierowana do klientów indywidualnych, którym Bank oferuje produkty depozytowe, konta osobiste, produkty ubezpieczeniowe o charakterze inwestycyjnym oraz dostęp do bankomatów i wplatomatów.

Oferta skierowana do klientów z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, którym Bank oferuje produkty kredytowe, produkty depozytowe, rachunki bieżące i usługi transakcyjne.

Działalność skarbowa obejmuje operacje na rynku międzybankowym i zaangażowanie w dłużne papiery wartościowe.

Działalność faktoringowa – Idea Money

Oferta skierowana do mikro, małych i średnich firm obejmuje wszystkie podstawowe produkty faktoringowe, tj. faktoring pełny, niepełny i odwrotny. Z oferty mogą korzystać zarówno przedsiębiorstwa produkcyjne, jak i handlowe oraz usługowe.

Usługi wspierające działalność bankową – Tax Care

Oferta usług doradztwa księgowego skierowana jest głównie do podmiotów prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą. Dostępne jest także doradztwo podatkowe, prawne oraz z zakresu kadr i płac przy rozpoczęciu i prowadzeniu działalności gospodarczej.

Źródło: dane własne

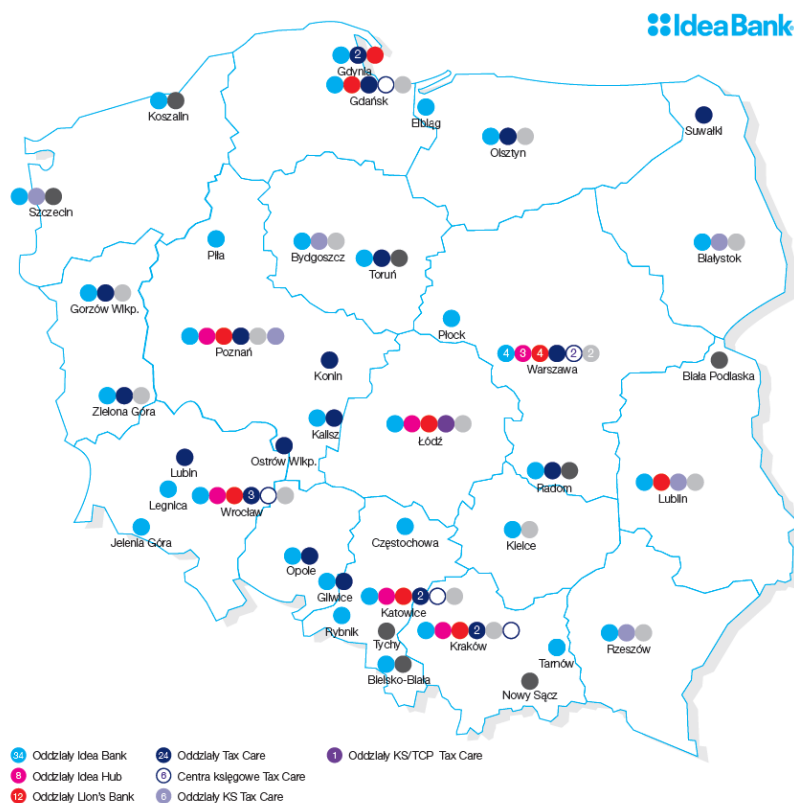
Grupa Kapitałowa Idea Bank - wybrane wyniki finansowe	Jednostka	2016	2017
Wynik z tytułu odsetek i prowizji	tys. zł	956 909	992 801
Zyska/(Strata) operacyjny/(a)	tys. zł	451 406	320 791
Zysk/(Strata) brutto	tys. zł	437 771	339 431
Zysk/(Strata) netto	tys. zł	441 028	230 799
Całkowite dochody/(straty) ogółem	tys. zł	421 197	281 261
Kapitał własny	tys. zł	2 457 377	2 735 164
Aktywa razem	tys. zł	21 516 726	23 953 664
Koszty wynagrodzeń i świadczeń pracowniczych	tys. zł	232 508	232 307
Przepływy pieniężne netto	tys. zł	-500 156	29 970
Współczynnik wypłacalności	%	14,4	14,0%

Tabela zawiera wybrane dane finansowe, pełne dane są dostępne w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Idea Bank za 2017 rok oraz w Sprawozdaniu finansowym za okres 12 miesięcy zakończony dnia 31.12.2017.

Zasięg działalności

Grupa Idea Bank działa na terenie całego kraju, swoje placówki lokalizuje w największych polskich miastach, tam gdzie powstaje najwięcej nowych firm i rozwija się biznes, czyli potencjalni klienci firmy. W 2017 roku Grupa Idea Bank oferowała swoje produkty i usługi za pośrednictwem 92 placówek w całej Polsce (stan na koniec 2017 roku): 55 placówek Idea Banku (42 oddziałów stacjonarnych Idea Bank w tym 8 Hub'ów oraz 13 oddziałów Lion's Bank) oraz 37 biur Tax Care.

Mapa placówek Grupy Idea Bank



Grupa Idea Bank w liczbach w 2017 roku (stan na koniec 2017 roku)

Liczba oddziałów stacjonarnych Idea Bank	42
Liczba oddziałów pod marka Lion's Bank	13
Liczba klientów instytucjonalnych	246 161
Liczba klientów indywidualnych	281 315
Liczba pracowników Idea Bank	2107
Liczba klientów Idea Money	15 716
Liczba pracowników Idea Money	293
Liczba oddziałów Tax Care	31
Liczba centrów księgowych Tax Care	6
Liczba klientów Tax Care	24 875
Liczba pracowników Tax Care	964
Liczba oddziałów Idea Hub	8
Liczba jeżdżących wpłatomatów	37
Liczba użytkowników Idea Cloud	315 383
Liczba użytkowników aplikacji mobilnych	53 839

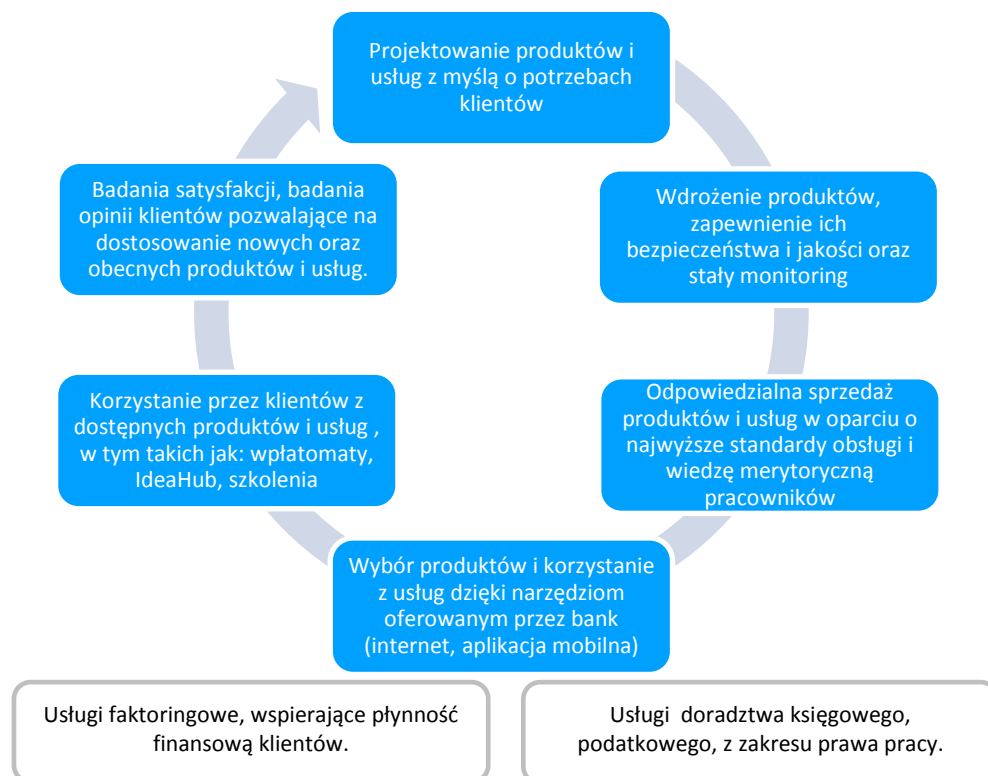
Źródło: dane własne

Model biznesowy Idea Bank

Grupa Idea Bank swój sposób działania opiera na idei „Przedsiębiorcy Przedsiębiorcom”. W Idea Bank – jesteśmy firmą, która obsługuje 300 tysięcy firm – to hasło i jednocześnie motto, które pokazuje, że rozumiemy potrzeby przedsiębiorców, ponieważ sami nimi jesteśmy. Dlatego w naszej działalności, w oferowanych produktach i usługach kładziemy szczególny nacisk na zrozumienie rzeczywistych potrzeb klienta. Dla wymagających klientów, Grupa realizuje również usługi z zakresu bankowości prywatnej na rzecz zamożnych przedsiębiorców pod marką Lion's Bank. Klienci mogą liczyć na współpracę z doradcą finansowym i inwestycyjnym, zgodnie z własnymi potrzebami.

Jako firma rozwijamy się razem z naszymi klientami, dbając o podstawowe potrzeby finansowe klientów od momentu rozpoczęcia przez nich działalności gospodarczej i wspieramy w kolejnych etapach obecności na rynku, dopasowując ofertę do zmieniających się potrzeb. Oferujemy również szeroki zakres usług dodatkowych, takich jak prowadzenie księgowości i przygotowywanie dokumentów rachunkowych, które mają na celu pogłębianie relacji z dotychczasowymi klientami i pozyskiwanie nowych. Poprzez stosowanie aktywnych narzędzi, takich jak mobilne wpłatomaty, Idea Huby i Idea Cloud, sukcesywnie powiększamy liczbę klientów. Uczciwość i rzetelność oraz dbanie o interes klienta przez wsparcie w wyborze produktów i usług dopasowanych do potrzeb to kluczowe zasady naszej działalności.

Model działania Idea Banku - od projektowania produktów do rozwoju razem z naszymi klientami



Źródło: dane własne

1.2. Zarządzanie i odpowiedzialność

Zarządzaniem organizacją zajmuje się Zarząd, który prowadzi sprawy banku oraz reprezentuje firmę w stosunkach z innymi podmiotami. Na koniec 2017 roku, Zarząd składał się z sześciu osób. Wszystkie informacje na temat powoływania Zarządu i jego zadań oraz sposobu funkcjonowania znajdują się w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. za 2017 rok. Od listopada 2017 roku trwają prace nad aktualizacją strategii biznesowej dla Grupy na kolejny okres, która określi nowe cele i plany działania Idea Banku na kilka lat.

Spółeczna odpowiedzialność od początku działalności wpisana jest w naszą wizję prowadzenia biznesu, bo dla nas samych, jako przedsiębiorców jest to – obok przestrzegania przepisów prawa – fundament współczesnej przedsiębiorczości. Badamy opinie naszych interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych, realizujemy działania odpowiedzialne społecznie. Mamy świadomość, że jako firma wywieramy wpływ na otoczenie, dlatego w 2017 roku podjęliśmy zobowiązanie do realizacji wybranych Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (Sustainable Development Goals). Chcemy poprzez naszą działalność wspierać rozwój społeczności oraz rozwój gospodarczy kraju.

W 2018 roku planujemy opracować i wdrożyć politykę odpowiedzialności społecznej, której efektem będzie nie tylko wyznaczenie planów działania, ale również wskazanie celów i wyzwań w kluczowych obszarach odpowiedzialności firmy.

Skład Zarządu Grupy Kapitałowej Idea Bank

Tobiasz Bury - pełniący obowiązki Prezesa Zarządu od dnia 6 października 2017 roku

Jarosław Augustyniak - Prezes Zarządu do dnia 6 października 2017 roku

Członkowie Zarządu:

- **Małgorzata Szturmowicz**
- **Dariusz Makosz**
- **Aneta Skrodzka-Książek**
- **Jaromir Frankowicz** (powołany 15 maja 2017 roku ze skutkiem od 1 czerwca 2017)
- **Magdalena Skwarzec** (powołana 6 października 2017 roku ze skutkiem od 6 listopada 2017)
- **Tomasz Górski** (powołany 18 grudnia 2017 roku ze skutkiem od 1 lutego 2018 roku)
- **Dominik Fajbusiewicz** (do 6 października 2017 roku)
- **Marcin Syciński** (do 25 czerwca 2017 roku)

Skład Rady Nadzorczej Grupy Kapitałowej Idea Bank

dr Leszek Czarnecki - Przewodniczący Rady Nadzorczej

Remigiusz Baliński - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej

Członkowie Rady Nadzorczej:

- Dariusz Krawczyk
- Piotr Kamiński
- Krzysztof Bielecki
- Artur Gabor
- Izabela Lubczyńska

Skład Komitetu Audytu Idea Banku

- Artur Gabor - **niezależny członek Rady Nadzorczej**
- Piotr Kamiński - **niezależny członek Rady Nadzorczej**
- Izabela Lubczyńska

Skład Zarządu i Rady Nadzorczej w podziale na kategorie płci i wieku	2016	2017
Liczba osób w Zarządzie w każdej z następujących kategorii:	7	6
Kobiety	2	3
Mężczyźni	5	3
poniżej 30 lat	0	0
30–50 lat	7	6
ponad 50 lat	0	0
Liczba osób w Radzie Nadzorczej w każdej z następujących kategorii:	7	7
Kobiety	1	1
Mężczyźni	6	6
poniżej 30 lat	0	0
30–50 lat	3	2
ponad 50 lat	4	5

1.3. Procedury należytej staranności

Grupa realizuje swoją działalność zgodnie z wszystkimi wytycznymi zewnętrznymi i najwyższymi standardami działania. Grupa stosuje standardy etyczne spisane w Kodeksie Dobrych Praktyk. Kodeks

reguluje podstawowe normy zachowań i stanowi istotny element kultury organizacyjnej. Bank oraz spółki zależne przy podejmowaniu decyzji biznesowych, kierują się nie tylko wymogami prawa, oczekiwaniem regulatorów, ale także przyjętymi standardami etycznymi.

W Idea Banku funkcjonuje System Kontroli Wewnętrznej, którego celem jest zapewnienie skuteczności i efektywności działania banku, wiarygodności sprawozdawczości finansowej, przestrzegania zasad zarządzania ryzykiem w banku, zgodności działania banku z przepisami prawa, regulacjami wewnętrznymi oraz standardami rynkowymi. System Kontroli Wewnętrznej to ogół rozwiązań i działań (mechanizmów kontrolnych) zapewniających realizację w banku ustawowo określonych celów systemu kontroli wewnętrznej a jednocześnie wspomagających zarządzanie, przyczyniających się do skutecznej realizacji zadań oraz zapewnienia bezpieczeństwa i stabilności funkcjonowania.

W ramach Systemu Kontroli Wewnętrznej wyodrębniamy:

- Funkcję kontroli, mającą za zadanie zapewnienie przestrzegania mechanizmów kontrolnych dotyczących w szczególności zarządzania ryzykiem w banku, która obejmuje wszystkie jednostki organizacyjne banku i komórki organizacyjne w centrali banku;
- Komórkę do spraw zgodności, mającą za zadanie w szczególności kształtowanie polityki zgodności oraz realizowanie we współpracy z komórkami organizacyjnymi banku procesu zarządzania ryzykiem braku zgodności;
- Komórkę audytu wewnętrznego, mającą za zadanie badanie i ocenę w sposób niezależny i obiektywny, adekwatności i skuteczności systemu zarządzania ryzykiem oraz systemu kontroli wewnętrznej, z wyłączeniem komórki audytu wewnętrznego.

Zarządzanie ryzykiem w Grupie Idea Bank jest jednym z kluczowych procesów wewnętrznych, które ma na celu zarówno zapewnienie rentowności działalności biznesu, jak i zapewnienie kontroli poziomu ryzyka i jego utrzymaniu w ramach określonych przez Grupę ram. Więcej na temat systemu i procedur zarządzania ryzykiem znajduje się w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Idea Banku S.A. za 2017 rok.

Przestrzegamy zewnętrznych kodeksów i standardów:

- Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW
- Kodeks Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej)
- Zasady Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych
- Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju
- Tax Care jest sygnatariuszem Kodeksu Zawodowej Etyki w rachunkowości

Jesteśmy członkami takich organizacji i stowarzyszeń, jak:

- Związek Banków Polskich (ZBP)
- Grupa Robocza ds. Etyki i standardów CSR przy Ministerstwie Rozwoju
- Stowarzyszenie Księgowych w Polsce (Tax Care)
- Polska Organizacja Franczyzodawców (Tax Care)
- Biuro Informacji Kredytowej
- Mazowiecka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości w Warszawie (Fundacja Tax Care Inicjatywa Wspierania Przedsiębiorczości)
- Polski Związek Faktorów (Idea Money)

2. Odpowiedzialna i uczciwa organizacja

W Idea Banku podejmujemy działania doskonalące organizację, budujące jej reputację i wiarygodność oraz zabezpieczające przed nieprawidłowościami zarówno wewnątrz, jak i w relacjach z interesariuszami zewnętrznymi. Wśród nich ważne miejsce zajmuje budowa kultury organizacyjnej opartej na wartościach, rozpowszechnianie norm i wartości etycznych, zapewnienie pracownikom dostępu do szkoleń i wymaganych informacji w zakresie realizacji polityki zgodności, a także udzielanie im wsparcia w sytuacjach etycznie trudnych lub niejednoznacznych.

CELE I WYZWANIA

- Zwiększanie świadomości pracowników w kwestiach etycznych.
- Przeciwdziałanie korupcji i wysokie standardy prowadzenia działalności zgodnie z przyjętymi Kodeksami.
- Współpraca z dostawcami spełniającymi ustalone standardy Idea Banku.
- Przejrzystość działania i otwarta komunikacja z interesariuszami.

Ryzyka i sposoby zarządzania nimi

RYZYKO WYSTĄPIENIA KORUPCJI W RELACJACH Z KLIENTAMI, DOSTAWCAMI, KONTRAHENTAMI	RYZYKO RELACJI Z DOSTAWCAMI I KONTRAHENTAMI	RYZYKO KONFLIKTU INTERESÓW
<ul style="list-style-type: none"> • Przestrzeganie zasad Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. • Przestrzeganie Procedury przeciwdziałania Nadużyciom popełnianym na szkodę Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. • Szkolenia dla pracowników. • Przestrzeganie zasad przyjmowania prezentów. • Audyty wewnętrzne i zewnętrzne. • Monitoring i system kontroli wewnętrznej. • Przestrzeganie Zasad Kodeksu Dobrych Praktyk Spółek Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> • Przestrzeganie zasad Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. • Przestrzeganie Procedury przeciwdziałania konfliktom Interesów Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. • Przestrzeganie Zasad Kodeksu Dobrych Praktyk Spółek Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> • Przestrzeganie zasad Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. • Przestrzeganie Procedury przeciwdziałania konfliktom Interesów Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. • Przestrzeganie Zasad Kodeksu Dobrych Praktyk Spółek Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A.

2.1. Zarządzanie i polityki

Grupa Idea Bank dba o wysokie standardy etyczne poprzez stosowanie zewnętrznych standardów postępowania i kodeksów, oraz wdrażając własne wewnętrzne polityki i procedury. Wszystkie nasze działania pozwalają na efektywne zarządzanie tym obszarem w całej Grupie. W 2013 r. przyjęty został Kodeks Etyki Pracownika Idea Bank S.A., którego celem było zapewnienie najwyższej jakości świadczonych przez bank usług oraz etycznego postępowania pracowników. Treść Kodeksu została opracowana z uwzględnieniem norm zawartych w Zasadach Dobrej Praktyki Bankowej Związku Banków Polskich. Od marca 2015 roku obowiązuje Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A., który zastąpił wcześniejszy dokument. Kodeks Etyki jest dokumentem ustanawiającym wspólną

platformę działania dla wszystkich pracowników, którzy mają postępować uczciwie i rzetelnie, kompetentnie oraz profesjonalnie. Kodeks Etyki reguluje w spójny i jednolity sposób nie tylko wewnętrzne zasady działania, ale także postępowanie wobec partnerów zewnętrznych, a zwłaszcza klientów. Rozwinięciem regulacji z obszaru etyki jest obowiązująca od 2015 r. Wewnętrzna Procedura Antymobbingowa Idea Bank S.A. regulująca szczegółowe zasady postępowania w przypadkach podejrzenia lub zaistnienia zjawiska mobbingu. Więcej na temat przeciwdziałania mobbingowi piszemy w rozdziale dotyczącym poszanowania praw człowieka.

Uzupełnieniem Kodeksu są trzy procedury:

- Procedura dotycząca etyki i zarządzania konfliktami interesów Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A.
- Procedura przeciwdziałania nadużyciom popełnianym na szkodę Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A.;
- Procedura Whistleblowing/Gwizdek Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A.

Zarówno Kodeks, jak i procedury wykonawcze obowiązują wszystkie spółki Grupy Idea Bank i są dostępne w Intranecie oraz w Bazie Regulacji Wewnętrznych.

Kodeks Etyki określa zasady:

- 1) uczciwość, kompetencja, lojalność;
- 2) postępowania pracowników w relacjach z klientami;
- 3) dotyczące przyjmowania i wręczania korzyści;
- 4) zatrudnienia w innych podmiotach;
- 5) ochrony i przetwarzania danych osobowych przez pracowników;
- 6) dotyczące ochrony informacji oraz mienia Banku/Spółki;
- 7) szczególnych obowiązków kadry kierowniczej.

Zbiorem wewnętrznych zasad postępowania obowiązującym wszystkich pracowników jest również Kodeks Dobrych Praktyk Spółek Grupy Kapitałowej Idea Banku S.A. wdrożony w 2014 roku. Określa takie zagadnienia jak: zasady zatrudniania, pełnienia funkcji i wynagradzania pracowników, relacje z pracownikami, kontrahentami i klientami oraz kwestie dbałości o mienie spółek.

Poza Kodeksem Etyki i procedurami grupowymi, spółki Grupy wdrażają własne procedury. Idea Money wprowadziła szereg dodatkowych rozwiązań wewnętrznych, dostosowanych do swojej działalności. Od marca 2017 roku w spółce obowiązują Procedura Zarządzania Ryzykiem Operacyjnym wraz z Instrukcją Zarządzania Incydentami stanowiącą jej integralną część, oraz Procedura dotycząca zasad komunikacji i podziału obowiązków w przypadku podejrzenia wykrycia oszustwa lub wyłudzenia zewnętrznego Idea Money S.A., a od września 2017 r. również Procedura ochrony przeciw Nadużyciom – zasady procesowania i postępowania dla produktów faktoringowych w Departamencie Analiz Idea Money S.A. w procesie standardowym. Regulacje te określają m.in. sposób komunikowania przez określone jednostki ewentualnych nadużyć (w tym korupcji), a także podejmowanie czynności mających na celu weryfikację ich wystąpienia oraz jak najszybsze podjęcie działań prewencyjnych, a w razie potrzeby również restrykcyjnych.

W trosce o zapewnienie w Idea Banku wysokich standardów etycznych, transparentności działań pracowników oraz reputacji i dobrego imienia organizacji zobowiązaliśmy się dodatkowo do przestrzegania zewnętrznych kodeksów i standardów:

- Zasad Dobrej Praktyki Bankowej Związku Banków Polskich (2012 r.), stanowiących zbiór zasad postępowania związanych z działalnością banków i odnoszących się odpowiednio do banków, osób w nich zatrudnionych oraz osób, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe.
- Zasad Ładu Korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych (2014 r.) wydanych przez Komisję Nadzoru Finansowego w celu zwiększenia przejrzystości działania instytucji nadzorowanych, poprawy skuteczności funkcjonowania ich organów, zminimalizowania ryzyka występowania w ich otoczeniu konfliktów interesów, a przede wszystkim pogłębienia zaufania do rynku finansowego w Polsce.
- Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW (2016 r.) - w związku z debiutem na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie Bank wprowadził nowe standardy ładu korporacyjnego i w konsekwencji tego uchwałą Zarządu Idea Banku z 11.01.2016 r. zatwierdził oświadczenie o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego. Wskazane w nim uregulowania odnoszą się szczegółowo do kwestii związanych z polityką informacyjną i komunikacją z inwestorami, funkcjonowaniem Zarządu i Rady Nadzorczej, systemami i funkcjami zewnętrznymi, walnym zgromadzeniem i relacjami z akcjonariuszami, konfliktem interesów i transakcji z podmiotami powiązanymi, a także wynagrodzeniami.
- Zasad ładu korporacyjnego Grupy Getin Holding S.A., dotyczących celów działalności Banku oraz zasad: rządów większości akcjonariuszy uwzględniających ochronę mniejszości, uczciwych intencji i nienadużywania uprawnień, kontroli sądowej a także niezależności opinii zamawianych przez Bank.

2.2. Wysokie standardy etyczne w działaniu – przeciwdziałanie nadużyciom i działaniom korupcyjnym

Za przestrzeganie norm etycznych w Grupie odpowiada każdy pracownik. Na poziomie Grupy działania z zakresu etyki koordynuje Departament ds. Compliance w Idea Bank. Są to zagadnienia m.in. etycznej sprzedaży produktów klientom, zapobiegania potencjalnym konfliktom interesów oraz wręczania i otrzymywania prezentów czy korzyści.

Wszyscy nowi pracownicy są informowani o tym gdzie i w jaki sposób mogą uzyskać informację czy poradę w kwestiach etycznych, natomiast wszyscy pracownicy otrzymują informacje w tym zakresie również za pośrednictwem intranetu. Każdy pracownik Grupy ma możliwość zasięgnięcia porady w kwestiach etyki, pisząc na specjalny adres mailowy. Wszystkie zgłoszenia traktowane są z zachowaniem zasad poufności. Dostęp do adresu mają tylko wybrani pracownicy Departamentu ds. Compliance. Ze względu na specyfikę działania tego aliasu nie ma możliwości dokonania zgłoszenia anonimowego. W latach 2016-2017 na dedykowany adres wpłynęło 38 zapytań (18 w 2016 r. i 20 w 2017 r.) od pracowników banku lub spółek Grupy. Zapytania dotyczyły głównie: możliwości podejmowania dodatkowych form zarobkowania przez pracowników w kontekście możliwości zaistnienia potencjalnego konfliktu interesów; możliwości zatrudniania w banku członków rodzin pracowników; możliwości przyjmowania korzyści od partnerów handlowych.

Dodatkowo dla pracowników istnieją mechanizmy umożliwiające zgłaszanie obaw dotyczących zachowania nieetycznego lub niezgodnego z prawem. W Procedurze przeciwdziałania nadużyciom popełnianym na szkodę Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A. zostały opisane zasady zgłaszania nadużyć, czyli działań niezgodnych z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa oraz regulacjami wewnętrznymi obowiązującymi w banku oraz spółce, których efektem mogą być szkody ponoszone przez Grupę. Zgłoszenia nadużyć mogą być dokonywane na specjalny adres mailowy lub na adres pocztowy Idea Banku (bezpośrednio do Departamentu Bezpieczeństwa). Wszystkie zgłoszenia są odbierane i weryfikowane przez pracowników Departamentu Bezpieczeństwa, przy zachowaniu zasad poufności. Po zakończeniu postępowania wyjaśniającego przedstawiane są wyniki postępowania wraz z rekomendacją co do podjęcia dalszych działań.

Pracownicy mają możliwość dokonywania zgłoszeń:

- na specjalny adres mailowy gwizdek lub whistleblowing.
- pisemnie, pocztą wewnętrzną lub zewnętrzną, w zamkniętej kopercie opatrzonej napisem „Gwizdek”
- na adres mailowy przeznaczony dla zgłaszania nadużyć
- na specjalnej stronie internetowej <https://wnioski.ideabank.pl/gramy-fair>

Klienci oraz inni interesariusze banku mają możliwość zasięgnięcia porady dzwoniąc pod numer infolinii banku lub wysyłając maila na adres kontakt@ideabank.pl. Dostępna jest również ogólnodostępna strona internetowa: <https://wnioski.ideabank.pl/gramy-fair>, gdzie można dokonać anonimowego zgłoszenia lub przekazać informację w sprawach budzących wątpliwości.

Idea Money aby zwiększyć bezpieczeństwo firmy w obszarze ewentualnych nadużyć, w 2017 roku przeprowadziła dodatkowe szkolenia z zarządzania ryzykiem operacyjnym, skierowane wyłącznie do osób zarządzających w spółce (Dyrektorzy Departamentów i Managerowie Działów), które miały na celu poszerzenie ich wiedzy na temat nadużyć mogących wystąpić w organizacji, ich przebiegu, czynników ryzyka i warunków niezbędnych do ich zniwelowania. Koordynator Ryzyka Operacyjnego przekazał również wszystkim pracownikom spółki tzw. pasy bezpieczeństwa, czyli krótkie poradniki, które mają pomóc w identyfikacji i właściwym postępowaniu w przypadku zaistnienia ryzyka wystąpienia nadużycia.

Liczba zgłoszeń w ramach narzędzi whistleblowing (gwizdek)	2016	2017
Liczba zgłoszonych przypadków na adres gwizdek/whistleblowing	6	7

Zgłoszenia dotyczyły różnego rodzaju spraw, m.in. mobbingu, niewłaściwego zachowania pracowników, bądź nieprawidłowej współpracy pomiędzy działami i pracownikami. Wszystkie sprawy zostały rozwiązane, w niektórych przypadkach wystarczające było wysłanie pisemnego wyjaśnienia.

2.3. Budujemy świadomość pracowników

Każdy nowy pracownik przed rozpoczęciem wykonywania swoich obowiązków służbowych musi zapoznać się z treścią Kodeksu Etyki i wszystkimi procedurami wykonawczymi do Kodeksu oraz podpisać oświadczenie o znajomości tych dokumentów. Dodatkowo za pośrednictwem platformy e-

learningowej, pracownicy są zobowiązani do wykonania szkolenia z zakresu Kodeksu Etyki i procedur wykonawczych, zakończonego testem. Od połowy 2017 roku wszyscy nowozatrudnieni pracownicy centrali banku przechodzą szkolenie z etyki.

Od 2016 roku pracownicy Idea Banku zobowiązani są do zapoznania się z materiałami szkoleniowymi i zaliczenia testu wiedzy na temat etyki. Biuro Szkoleń monitoruje stan realizacji szkoleń przez pracowników oraz informuje w okresach kwartalnych przełożonych o przypadkach nieprzystąpienia do szkolenia przez pracownika. Dodatkowo, osoby odpowiedzialne za sprzedaż i obsługę posprzedażową klientów, przechodzą szkolenie dotyczące etycznej sprzedaży.

Pracownicy w ramach szkoleń z etyki, otrzymują również informacje na temat zasad zawartych w Procedurze dotyczącej etyki i zarządzania konfliktami interesów Grupy Kapitałowej Idea Bank S.A., która szczegółowo opisuje m.in. zasady ofiarowywania lub przyjmowania prezentów czy korzyści przez pracowników, oraz udział w spotkaniach biznesowych. Pracownicy poznają sposoby uzyskania odpowiedzi w przypadkach budzących ich wątpliwości szczególnie z zakresu etyki i konfliktu interesów, a także na temat sposobów zgłaszania spraw stanowiących lub mogących stanowić konflikt interesów. Wszyscy pracownicy mają obowiązek zgłaszania do Rejestru prezentów wszystkich prezentów otrzymanych np. od partnerów biznesowych czy klientów, jak również prezentów wręczanych partnerom i klientom oraz informacji na temat zaproszeń na wyjazdy lub spotkania biznesowe organizowane przez podmioty zewnętrzne. Dopuszczalne jest przyjęcie prezentu jeżeli ma on charakter reklamowy, tj. zawiera logotyp kontrahenta, a jego wartość nie przekracza 100 zł (np. koszulka, długopis, kubek, parasol, notes, kalendarz, maskotka). W przypadku prezentów o wyższej wartości każdy pracownik ma obowiązek zgłoszenia takiego prezentu na adres specjalny adres mailowy utworzony na potrzeby zgłaszania kwestii etycznych.

Szczególnie zabronione jest przyjmowanie oraz ofiarowywanie prezentów na rzecz przedstawicieli środowisk rządowych rozumianych jako: politycy, ministrowie w rządzie, przedstawiciele organów samorządowych, przedstawiciele organów skarbowych, przedstawiciele służby cywilnej, pracownicy urzędów administracji rządowej, pracownicy urzędów nadzorczych, przedstawiciele Policji oraz wojska.

W przypadku Tax Care, pracownicy mają obowiązek zapoznania się z udostępnionym w Intranecie materiałem szkoleniowym (e-learning) z zakresu Kodeksu Etyki, Polityki Zgodności oraz przepisami dotyczącymi ochrony danych osobowych. Szkolenie zakończone jest testem wiedzy, bez którego ich konta komputerowe są blokowane i nie mogą uzyskać dostępu do systemu informatycznego umożliwiającego pracę.

Z kolei dla pracowników Idea Money w ramach szkoleń wstępnych i uzupełniających realizowane są szkolenia mające na celu zwiększenie świadomości etycznej w organizacji. Szkolenia prowadzone są przez Specjalistę ds. Compliance. Z uwagi na specyfikę działalności niektórych jednostek organizacyjnych (np. jednostek sprzedażowych), szkolenia prowadzone są również online poprzez udostępnienie materiałów dydaktycznych, a weryfikacja zdobytej przez nich wiedzy następuje w formie testów. W najbliższych latach spółka planuje wprowadzenie dodatkowej formy prowadzenia szkoleń w postaci e-learningu.

Szkolenia przeprowadzone na temat etyki w procentach	2016			2017		
	IB	IM	TC	IB	IM	TC
Procent członków Zarządu i RN, którzy przeszli szkolenia	bd*	29%	43%	100%**	38%	43%
Procent pracowników na stanowiskach kierowniczych, którzy przeszli szkolenia	bd*	50%	100%	bd*	50%	bd*
Procent pozostałych pracowników, którzy przeszli szkolenia	15%	86%	bd*	29%	69%	bd*
Procent pracowników, którzy przeszli szkolenia w formie e-learningu	61%	1%	64%	84%	15%	73%

*Brak danych ze względu na brak rozróżnienia uczestników szkoleń pod względem poziomu zatrudnienia, natomiast w 2016 roku nie wszystkie dane były zbierane.

**Dotyczy wyłącznie Zarządu Idea Banku.

W ramach szkoleń z etyki, uwzględnione są również informacje dotyczące przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji oraz kwestie związane z przeciwdziałaniem nadużyciom, w tym m.in. na temat przeciwdziałania praktykom o charakterze korupcji w organizacji. W wyniku prowadzonych działań w obszarze przeciwdziałania praktykom korupcyjnym, zarówno w 2016, jak i w 2017 roku nie było przypadków korupcji w spółkach Grupy.

3. Odpowiedzialność wobec klientów

Idea Bank jako priorytet stawia partnerskie relacje z interesariuszami – dba o jakość oferowanych produktów, relacje z klientami oraz działa w ich interesie. Swoją ofertę dostosowujemy do potrzeb klientów, zapewniamy im innowacyjne rozwiązania, dbamy o jak najwyższą jakość obsługi, jednocześnie promując i sprzedając produkty w sposób etyczny. Przejrzystość informujemy o swoich produktach i usługach, tak aby każdy z klientów mógł świadomie podejmować decyzje o swoich finansach. Jednocześnie zapewniamy bezpieczeństwo powierzonych przez klientów środków.

Cele i wyzwania

- Wsparcie klientów w rozwoju ich biznesu.
- Dbanie o satysfakcję klientów i stałe zwiększanie poziomu zadowolenia.
- Dbanie o najwyższe standardy obsługi i odpowiedzialnej sprzedaży.
- Rozwój innowacyjnych i atrakcyjnych narzędzi dla klientów.

Ryzyka i sposoby zarządzania nimi

RYZYKO NIEODPOWIEDNIEJ OBSŁUGI KLIENTA	RYZYKO BRAKU ZADOWOLENIA KLIENTA Z PRODUKTÓW I USŁUG	RYZYKO WYCIEKU DANYCH KLIENTÓW	RYZYKO CYBERTERRORYZMU I NIEWYSTARCZAJĄCYCH SYSTEMÓW ZABEZPIECZEŃ
<ul style="list-style-type: none"> • Szkolenie pracowników z zakresu obsługi klienta. • Przestrzeganie wewnętrznych zasad i standardów obsługi klienta. • Przestrzeganie wewnętrznych procedur działania w relacjach z klientami. • Monitoring jakości obsługi klienta i stosowania wewnętrznych zasad przez pracowników. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizacja badań opinii i satysfakcji klientów. • Przestrzeganie wewnętrznych zasad i standardów obsługi klienta. • Dostosowywanie oferty do potrzeb klienta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Przestrzeganie przepisów prawa w zakresie bezpieczeństwa danych klientów i postępowania z danymi klientów. • Przestrzeganie wewnętrznych procedur związanych z ochroną danych klientów. • Szkolenia wewnętrzne z zakresu ochrony danych klientów i postępowania z informacjami na temat klientów. • Monitoring i kontrola wewnętrzna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Weryfikacja obecnych w organizacji zabezpieczeń. • Tworzenie dodatkowych środków zabezpieczających właściwych dla zmieniających się systemów i działań przestępców.

3.1. Zarządzanie i polityki

W Grupie Idea Bank obszar relacji z klientami jest najważniejszą i kluczową kwestią, dlatego dbając o najwyższe standardy przestrzegamy zarówno zewnętrznych kodeksów, zasad i rekomendacji instytucji właściwych dla branży finansowej. Wdrażamy także wewnętrzne procedury i kodeksy postępowania. Przestrzegamy m.in. Zasad Dobrej Praktyki Bankowej oraz Kanonu Dobrych Praktyk Rynku Finansowego. Na każdym etapie – od planowania produktu, po jego sprzedaż i obsługę klienta

– dbamy zarówno o wysoką jakość świadczonych usług, jak i dostosowanie produktów do konkretnych potrzeb klienta. W Kodeksie Dobrych Praktyk Spółek Grupy Kapitałowej określiliśmy zasady działania obowiązujące wszystkie spółki Grupy i pracowników w obszarze relacji z klientami. Pracownicy zgodnie z Kodeksem, w swoim działaniu dążą do rozpoznania rzeczywistych potrzeb klientów oraz kierują się ich najlepiej pojętym interesem.

W Idea Banku dokumentem o kluczowym znaczeniu jest Księga Standardów Obsługi Klienta, skierowana do pracowników i współpracowników Idea Bank. Księga wyznacza cele, zasady oraz oczekiwania firmy wobec pracowników – sposób zachowania wobec klientów oraz podejście do oferowania produktów i usług firmy. Pracowników Idea Banku obowiązują również szczegółowe procedury w zakresie obsługi klienta (w oddziale, telefonicznie i mailowo), czy postępowania w przypadku zgłaszanych reklamacji. W wewnętrznych dokumentach takich jak Procedura wprowadzania produktów bankowych w Idea Bank S.A., czy Procedura w sprawie wnioskowania, zawarcia umowy oraz obsługi produktów kredytowych określone zostały m.in. zasady tworzenia i wprowadzania nowych produktów do oferty banku. Dodatkowo, aby wspierać Zarząd i Radę Nadzorczą banku w zakresie kształtowania oferty produktowej, działa wewnętrzny Komitet Produktowy Idea Banku. Jest to organ opiniodawczo-decyzyjny, który poprzez niezależną ocenę, nadzór nad całą ofertą produktową banku, koordynuje działania mające na celu zapewnienie zgodności z wewnętrznymi regulacjami, obowiązującymi przepisami prawa, oraz przyjętymi przez nas standardami rynkowymi. Podstawowe wytyczne dotyczące tworzenia materiałów marketingowych oraz informacji zawieranych w materiałach reklamowych znajdują się w Instrukcji działania Departamentu Marketingu. Kwestie związane z relacjami z otoczeniem, komunikacją i przekazywaniem informacji reguluje m.in. Polityka Informacyjna Idea Bank S.A.

Z kolei w Idea Money dodatkowo wdrożone zostały szczegółowe procedury dotyczące wprowadzania, modyfikacji i usuwania nowych produktów oraz Procedura dystrybucji i weryfikacji materiałów marketingowych i informacyjnych w Idea Money S.A. Niezwykle ważnym aspektem jest także Polityka Bezpieczeństwa Danych Osobowych Idea Money S.A.

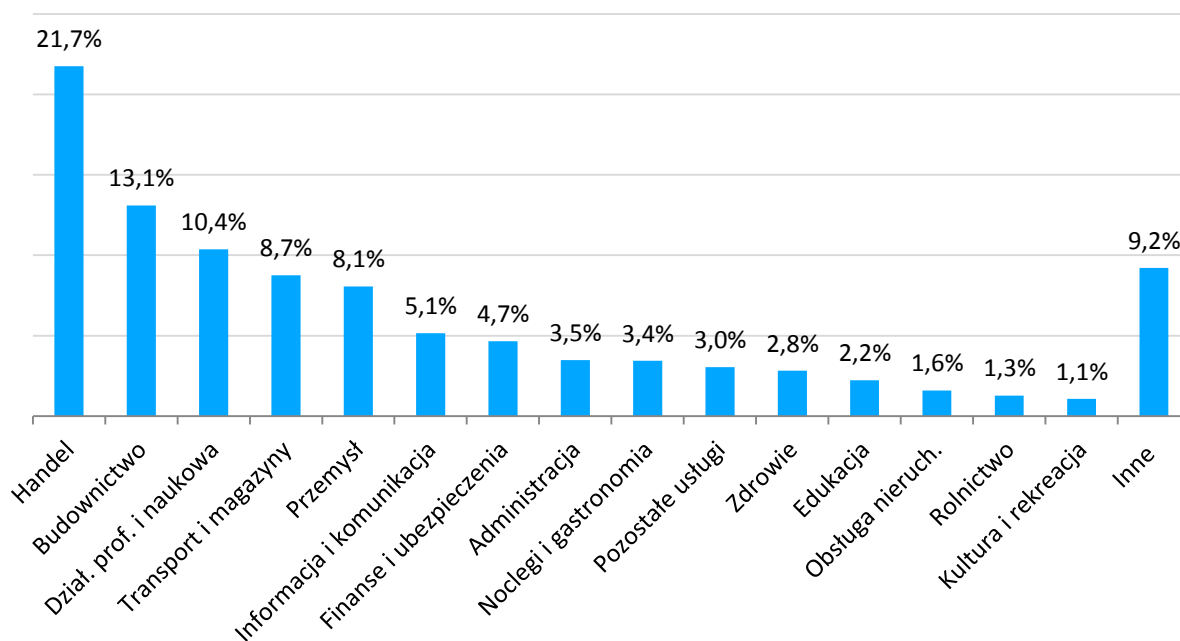
Natomiast w Tax Care wprowadzona została dodatkowa Procedura dystrybucji i weryfikacji materiałów marketingowych i informacyjnych w Tax Care S.A. oraz Polityka Bezpieczeństwa Informacji w Tax Care S.A.

3.2. Kim są nasi klienci

Celem Idea Banku jest bycie partnerem dla innych firm, dlatego koncentrujemy się wokół klientów prowadzących działalność gospodarczą w segmencie micro i małych przedsiębiorstw w formie jednoosobowych działalności gospodarczych oraz spółek osobowych i kapitałowych. Idea Bank ma służyć przedsiębiorcom kompleksowym wsparciem finansowym i doradczym przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej kultury prowadzenia działalności. Naszym celem jest zarówno utrzymanie długotrwałych relacji z dotychczasowymi klientami jak i pozyskanie nowych. Oferujemy również finansowanie dla Profesjonalistów - przedsiębiorców działających w wolnych zawodach tj. notariuszy, adwokatów, komorników sądowych, radców prawnych, lekarzy, stomatologów, weterynarzy. Na koniec 2017 roku w Idea Banku było 246 161 klientów instytucjonalnych i 281 315 klientów indywidualnych. Największą grupę stanowią tzw. mikro firmy, czyli m.in. jednoosobowe działalności gospodarcze. Z kolei pod względem branż, wśród klientów Idea Banku najwięcej jest firm z sektora

handlu oraz budownictwa. Stanowią oni blisko 35% wszystkich klientów.

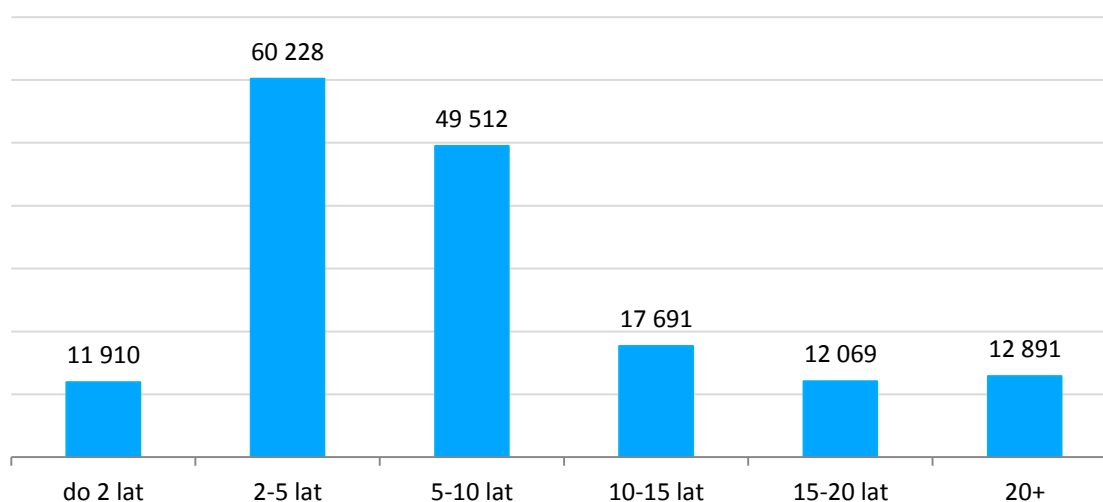
Podział klientów Idea Bank pod względem struktury branżowej



Dane uwzględniają wszystkich klientów banku, niezależnie od posiadanego produktu. Stan na koniec 2017 roku.

Źródło: dane własne

Obecność klientów banku na rynku (w latach)



Informacje dotyczą wybranych klientów banku, którzy udzieliли informacji. Stan na koniec 2017 roku.

Źródło: dane własne

3.3. Zapewniamy szeroki dostęp do naszych usług

Klienci Idea Banku mogą korzystać z różnorodnych form kontaktu z bankiem. Głównym kanałem sprzedaży w Idea Banku jest sieć oddziałów stacjonarnych w całym kraju, zlokalizowanych w największych miastach. Aby zapewnić szeroki i nieograniczony dostęp do naszych usług, stale pracujemy nad alternatywnymi kanałami sprzedaży, przede wszystkim przez internet i telefon.

Z myślą o osobach, które nie chcą lub nie mogą udać się do stacjonarnego oddziału, daliśmy możliwość skontaktowania się z naszymi doradcami poprzez Wirtualny Oddział. Usługa jest dostępna online – na stronie internetowej, przy pomocy trzech kanałów kontaktu: rozmowa video, rozmowa audio i czat. Jest to też rozwiązanie przyjazne osobom z ograniczonymi możliwościami poruszania się, bo umożliwia bezpośredni kontakt z doradcą i załatwienie wszystkich spraw bez konieczności przychodzenia do oddziału. Większość klientów korzysta również z tradycyjnej Infolinii, gdzie podczas rozmowy z pracownikiem banku, może wyjaśnić każdą sprawę. Wyróżnikiem naszej infolinii jest brak systemu IVR, dzięki czemu każdy klient, który do nas dzwoni do razu łączy się z pracownikiem.

Wdrożyliśmy bankowość elektroniczną Idea Cloud, nowoczesną platformę do zarządzania biznesem. Integruje ona bankowość z pełną księgowością dostarczaną przez Tax Care oraz pozwala na zarządzanie płynnością finansową firmy czy uzyskanie kredytu z decyzją online. To narzędzie, które zmniejsza obciążenia administracyjne i biurokrację, z jaką stykają się na co dzień przedsiębiorcy. Idea Cloud zapamiętuje najczęściej wykonywane przez klienta operacje i uczy się na nie reagować, grupuje i analizuje dane finansowe oraz zarządza płynnością firmy.

W ramach Idea Cloud bank wdrożył aplikację mobilną, która pozwala sprawdzić stan konta, historię transakcji, zrobić przelew, założyć nowe konto lub lokatę. Daje też dostęp do książki odbiorców, umożliwia dodawanie nowych, a także pozwala na stały kontakt z bankiem – poprzez Centrum Informacji można zadawać pytania, wyszukiwać oddziały i bankomaty oraz zarządzać wiadomościami. Na koniec roku liczba użytkowników Idea Cloud wyniosła 315 383. Z czego aktywnie korzystających było 201 350 użytkowników. Z aplikacji mobilnej w tym czasie korzystało już 53 839 użytkowników telefonów komórkowych.

Idea Bank prowadzi również proces dystrybucji kredytów on-line, za pośrednictwem aplikacji Obrotomierz. Jest to narzędzie do procesowania transakcji kredytowych umożliwiające ekspresową ocenę ryzyka transakcji i wydanie decyzji kredytowej w kilkanaście minut od złożenia wniosku.

Obsługa osób niepełnosprawnych w Idea Bank

Dla zapewnienia pełnego komfortu korzystania z naszych usług, Idea Bank edukuje pracowników, w jaki sposób zapewnić wysoką jakość usług wszystkim klientom niezależnie od rodzaju dysfunkcji. Wprowadziliśmy wewnętrzne standardy obsługi specjalnie dla osób z dysfunkcją ruchu, wzroku i słuchu. W zależności od potrzeb danego klienta, pracownicy dostosowują sposób obsługi i prezentacji produktów oraz usług.

Wszystkie nasze kanały zdalne – Idea Cloud, Wirtualny Oddział, aplikacja mobilna – powstały z myślą o ułatwieniu korzystania z naszych usług również osobom niepełnosprawnym. Dzięki narzędziom zdalnej obsługi nie muszą oni osobiście pojawiać się w oddziale stacjonarnym. Wszystkie sprawy mogą załatwić online.

Pozostałe spółki Grupy, również wdrażają narzędzia wspierające klienta w codziennej pracy. System księgowości Online TAX to część bankowości Idea Cloud, z której korzystają klienci obsługiwani przez sieć biur rachunkowych Tax Care. Platforma ta daje właścicielowi firmy dostęp do wszelkich dokumentów księgowych oraz umożliwia podgląd operacji wykonywanych przez księgową. Umożliwia także wystawianie dokumentów takich, jak faktury, rachunki, zaliczki czy proformy. Ponieważ system jest zintegrowany z bazą REGON, pobiera stamtąd dane kontrahenta i wstawia je do faktury. Oprócz podstawowych funkcji związanych z zarządzaniem finansami firmy, osoby korzystające z systemu księgowości Online TAX, mogą za jego pośrednictwem dokonać zakupu dodatkowych usług takich, jak usługi kurierskie, usługi prawne, a także abonamenty medyczne.

3.4. Najwyższe standardy sprzedaży, komunikacji i promocji

Na każdym etapie działalności, Grupa Idea Bank stawia sobie jako priorytet odpowiedzialność wobec klientów za oferowane produkty i usługi. Jako merytoryczny partner – doradca klienta, chcemy być firmą godną zaufania. Od początku tworzenia nowych produktów dbamy o transparentne podejście do oferowanych usług. Wprowadzając nowy produkt, kierujemy się wewnętrznymi procedurami i zewnętrznymi kodeksami. Poszczególne departamenty banku mają wyznaczone obszary odpowiedzialności za czynności realizowane w procesie przed i po wprowadzeniu nowego produktu do oferty.

Najważniejsze zasady, jakimi kierujemy się przy tworzeniu i wdrażaniu nowych produktów to:

- przejrzystość składników danego produktu,
- prostota i łatwość zrozumienia produktu przez klientów,
- stosowanie łatwego do zrozumienia języka,
- używanie przejrzystych, publicznie dostępnych danych,
- produkt powinien być zgodny z obowiązującym prawem.

Dodatkowo nowe produkty weryfikowane są pod kątem wewnętrznych procedur i zewnętrznych regulacji oraz sprawdzana jest kompletność dokumentacji produktowej, czy analiza wszystkich istotnych ryzyk. Weryfikowana jest konstrukcja produktu i dokumentacja produktowa pod kątem zgodności z wytycznymi i rekomendacjami instytucji nadzorujących działalność banku oraz zgodności

z wewnętrznymi regulacjami obowiązującymi w banku.

W 2016 i 2017 roku nie zostały nałożone na Idea Bank kary finansowe, ani sankcje niefinansowe z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami. Natomiast w 2014 roku UOKiK wydał decyzję w sprawie nałożenia na Bank kary finansowej w kwocie 4.172.571 zł tytułem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w obszarze produktów ubezpieczeniowych z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. W 2014 roku bank wniósł do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów odwołanie od decyzji. Wyrokiem z dnia 7 grudnia 2017 r. w pierwszej instancji kara nałożona na bank została zmniejszona do kwoty 1,5 mln zł. Wyrok nie jest prawomocny. W efekcie zgłaszanych skarg klientów z tego tytułu wdrożyliśmy niezbędne zmiany w zakresie informacji dla klientów.

Z kolei w 2015 roku bank otrzymał od UOKiK decyzję, w której organ uznał praktyki Idea Banku w zakresie prezentowania kosztów kredytu konsumenckiego w reklamach za naruszające zbiorowe interesy konsumentów i nałożył na Bank karę pieniężną w kwocie 412.960 zł. W 2016 roku Idea Bank wniósł do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów odwołanie od decyzji Prezesa UOKiK.

3.5. Odpowiedzialna reklama i marketing

W komunikacji i podczas tworzenia materiałów reklamowych, wszyscy pracownicy muszą przestrzegać wewnętrznych procedur i instrukcji, określających wytyczne odnośnie informacji, jakie powinny być zawarte w przekazach reklamowych czy materiałach marketingowych.

Wszystkie przekazy marketingowe Idea Banku są opracowywane są z najwyższą starannością, rzetelnie oraz z poszanowaniem powszechnie obowiązujących przepisów prawa, dobrych praktyk bankowych i obyczajów. Teksty pisane są jasnym i zrozumiałym językiem, aby ułatwić wszystkim klientom możliwość zapoznania się z ich treścią i pełnego zrozumienia zapisów. W tworzonych materiałach prezentujemy pełne informacje na temat istniejących opłat i prowizji związanych z oferowanymi usługami i produktami.

W przypadku komunikatów marketingowych dotyczących np. kredytów również stosujemy najwyższe standardy, zgodnie z rekomendacjami określonymi m.in. w Dobrych praktykach, w zakresie standardów reklamowania kredytu konsumenckiego, wydanymi przez Związek Banków Polskich.

Komunikacja marketingowa Idea Banku według wewnętrznych zasad nie powinna zawierać informacji wzajemnie sprzecznych, ani wprowadzać w błąd klientów, zawierać niezrozumiałe sformułowania i skróty, czy odwoływać się do informacji nieprawdziwych oraz sugerować, że dana oferta jest korzystniejsza niż w rzeczywistości. Każdy pracownik powinien powoływać się jedynie na prawdziwe informacje, które pozwolą klientom podjąć właściwą decyzję przy wyborze produktów banku.

3.6. Odpowiedzialna sprzedaż

Szczególnie ważnym etapem działania każdego banku jest sprzedaż oferowanych produktów finansowych. Pracownicy oddziałów mają od początku swojej pracy w Idea Banku zapewnione szkolenia zarówno merytoryczne z oferty, produktów i informacji o sektorze, ale również szkolenia z etyki i standardów obowiązujących w Grupie. Dodatkowo dla pracowników oddziałów realizowane są rozszerzone szkolenia na temat etycznej i odpowiedzialnej sprzedaży, w których uwzględniane są

takie tematy jak: obowiązek przekazania klientowi pełnej informacji podczas każdej rozmowy sprzedażowej, wyjaśnienie czym charakteryzuje się nieuczciwa praktyka rynkowa, ostrzeżenia przed stosowaniem praktyk wprowadzających klienta w błąd.

Zasady odpowiedzialnej sprzedaży w Idea Banku:

1. Nie odwołujemy się do danych lub informacji nieprawdziwych lub nieudokumentowanych.
2. Nie sugerujemy, że produkt/usługa jest korzystniejsza, niż to ma miejsce w rzeczywistości.
3. Nie kreujemy negatywnego wizerunku innych podmiotów działających na rynku finansowym.
4. Nie wolno nam wywierać presji na kliencie.

Szkolenia przeprowadzone na temat etycznej sprzedaży	2016	2017
Liczba pracowników Idea Bank, którzy przeszli szkolenia	356	393

Instytucje finansowe, w tym banki, to organizacje zaufania publicznego – szczególnie ważnym aspektem naszej pracy jest dbanie o zaufanie naszych klientów, bezpieczeństwo powierzanych nam środków, ale również bezpieczeństwo informacji. Działania realizujemy zgodnie z wszystkimi regulacjami prawnymi, stale dostosowując procedury wewnętrzne do prawa krajowego i unijnego. W ramach wewnętrznych dokumentów, funkcjonuje w tym obszarze Polityka Bezpieczeństwa Danych Osobowych, Instrukcja zarządzania systemem informatycznym służącym do przetwarzania danych osobowych Idea Bank S.A. oraz Polityka Bezpieczeństwa Informacji i Polityka Zarządzania Ryzykiem Operacyjnym.

Idea Bank ze szczególną starannością analizuje zgłoszenia związane z podejrzeniem naruszenia ochrony prywatności swoich klientów, w tym ochrony ich danych osobowych. Bezpieczeństwo i przestrzeganie prywatności klientów jest naszym najwyższym priorytetem. Za reklamacje obejmujące ochronę prywatności klienta, Idea Bank uznaje każdy incydent, w którym nastąpiło lub mogło nastąpić naruszenie woli klienta w kwestii zarządzania jego danymi, wszelkich kontaktów marketingowych, czy nieuprawnionych zapytań w imieniu klienta do instytucji zewnętrznych. Szanujemy wolę i dane klientów, stosując się do wszelkich regulacji prawnych oraz dobrych praktyk biznesowych w tej dziedzinie.

Dodatkowo Tax Care wdrożyła system, w którym wykonywanie telefonów o charakterze marketingowym do potencjalnych klientów, jest możliwe dopiero po weryfikacji w centralnej bazie kontaktów zastrzeżonych. Pracownicy mają obowiązek sprawdzić wszystkie kontakty pod kątem ewentualnego sprzeciwu wobec przekazywania jej treści o charakterze marketingowym. Takie działania przynoszą efekty – liczba reklamacji związanych z nieuprawnionym kontaktem znacznie się zmniejszyła (przez ostatnie pół roku 2017 było ich nie więcej niż 5).

W 2017 roku doszło do ujawnienia nieplanowanego wycieku danych klientów z kilku banków, w tym, pomimo naszych starań, także z Idea Banku. Zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne dochodzenia, wskazują na to, iż do wycieku mogło dojść najprawdopodobniej z powodu czynnika ludzkiego. Na

podstawie przeprowadzonej dotychczas analizy, wdrożony obecnie system DLP (ang. Data Loss Prevention), istotnie ogranicza tego typu ryzyka wystąpienia podobnego incydentu w przyszłości. System ten, pozwala na ochronę organizacji przed wyciekiem danych zarówno poprzez celową, jak i przypadkową dystrybucję informacji przy wykorzystaniu takich narzędzi jak poczta elektroniczna, przenośne czytniki pamięci, czy wydruki. Bezpośrednio po otrzymaniu informacji o incydencie, w Idea Banku przeprowadziliśmy działania wyjaśniające i prewencyjne oraz wdrożyliśmy dodatkowe systemy monitorowania w celu dalszej ochrony danych przed ewentualnymi zagrożeniami wewnętrznymi i zewnętrznymi.

Grupa Idea Bank jest w trakcie prac dostosowujących wewnętrzny porządek w zakresie rozporządzenia ochrony danych osobowych (RODO) do wymogów unijnych, tak, aby wszelkie prawa osób, których dane dotyczą, mogły być w pełni i bezzwłocznie realizowane.

Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta oraz utraty danych	2016			2017		
	IB	IM	TC	IB	IM	TC
Liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta oraz utraty danych	63*	0	0	124*	0	6
Skargi otrzymane od podmiotów zewnętrznych i uznane przez organizację	0	0	0	2**	0	6*
Skargi otrzymane od organów regulacyjnych	1***	0	0	3***	0	0
Łączna liczba stwierdzonych wycieków, kradzieży lub przypadków utraty danych klienta	1 ⁴	9 ⁵	2	1 ⁴	11 ⁵	0

*Większość zgłoszeń dotyczyła otrzymania przez klienta maila lub SMS z ofertą marketingową mimo zgłaszanego w banku sprzeciwu wobec przetwarzania danych w celach marketingowych.

**Zgłoszenia wpłynęły od Powiatowego Rzecznika Konsumentów, dotyczyły zaprzestania przetwarzania danych osobowych przez bank i skutecznego usunięcia danych oraz zamknięcia umowy ramowej. Bank dokonał skutecznego usunięcia profilu skarżącego z bankowości Internetowej.

***Zgłoszenia Urzędów dotyczyły udzielenia wyjaśnień w zakresie podstawy przetwarzania danych klienta przez bank, wykonania kontaktów marketingowych pomimo wyrażonego przez klienta sprzeciwu wobec przetwarzania jego danych. Aby podobne sytuacje nie miały miejsca w przyszłości, na szkoleniach wzmocniono przekaz dotyczący legalności przetwarzania danych osobowych w celach marketingowych oraz konsekwencji związanych z przetwarzaniem danych bez zgody na takie działanie.

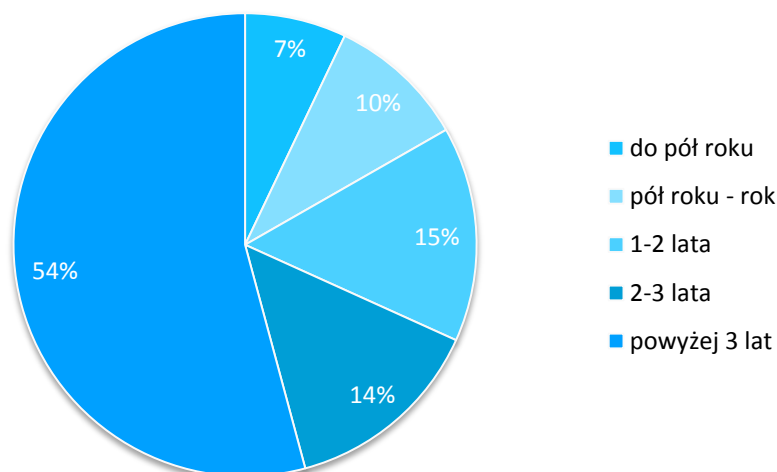
⁴Skargi dotyczyły otrzymania przez klienta lub osobę trzecią korespondencji kierowanej do innego klienta banku lub też udostępnienia klientom banku danych kontaktowych innych klientów.

⁵W Idea Money na skutek błędu ludzkiego doszło do przesłania dokumentacji błędnego adresata, wpisania błędnych danych do aplikacji firmowych, bądź doszło do zgubienia przesyłki poleconej przez operatora pocztowego. Każdorazowo pracownik, który popełnił błąd był pouczany o zasadach bezpieczeństwa obowiązujących w spółce.

3.7. Dbamy o satysfakcję, dopasowujemy się do potrzeb klientów

Idea Bank stawia w centrum uwagi klienta, dlatego wszystkie nasze działania opierają się na dobrym zrozumieniu potrzeb oraz respektowaniu oczekiwań klientów wobec jakości obsługi. Wiedza o kliencie jest podstawą działania w naszym banku, a klient jest najważniejszym źródłem informacji o naszej firmie. Stałe monitorowanie poziomu zadowolenia klientów pozwala nam jeszcze lepiej dopasowywać naszą ofertę i sposób działania do oczekiwań.

Długość współpracy z klientami (staż obecności klienta w banku w %)



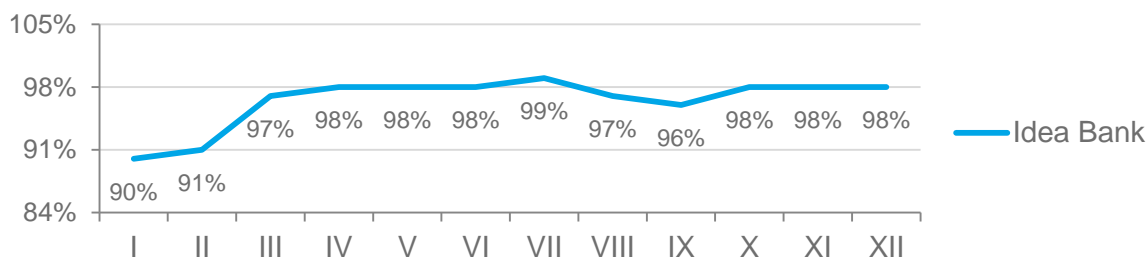
Źródło: dane własne

Badania satysfakcji pozwalają nam dowiedzieć się m.in. w jakim stopniu klienci są zadowoleni z dotychczasowej współpracy z Idea Bankiem, z jakich produktów oraz usług korzystają, jak oceniają poszczególne obszary współpracy oraz co jest dla nich najważniejsze we współpracy z nami.

W Departamencie Jakości Obsługi Klienta działa zespół realizujący badania, co pozwala nam w pełni kontrolować proces gromadzenia danych w ramach realizowanych projektów. Metoda badania jest indywidualnie dostosowywana do każdego problemu badawczego. Badania satysfakcji i opinii klientów realizujemy najczęściej poprzez wywiady telefoniczne (metodą CATI).

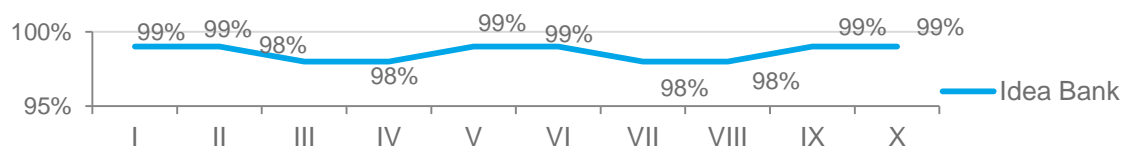
Realizujemy liczne badania, które sprawdzają zarówno zadowolenie klientów, jak i sposób pracy naszych pracowników. Realizujemy m.in. badania po sprzedaży produktu inwestycyjnego, po sprzedaży produktu kredytowego, badanie satysfakcji klienta z obsługi posprzedażowej, czy badanie satysfakcji klienta z procesu reklamacji. W 2017 roku Idea Bank znalazł się na pozycji lidera w jakości obsługi klienta biznesowego w rankingu magazynu Forbes. Naszą ambicją jest utrzymanie tej pozycji w kolejnych latach. Aby ten cel zrealizować potrzebne jest stałe i systematyczne monitorowanie poziomu jakości obsługi.

Odsetek zadowolonych klientów Idea Bank z procesu sprzedaży produktów inwestycyjnych w 2016



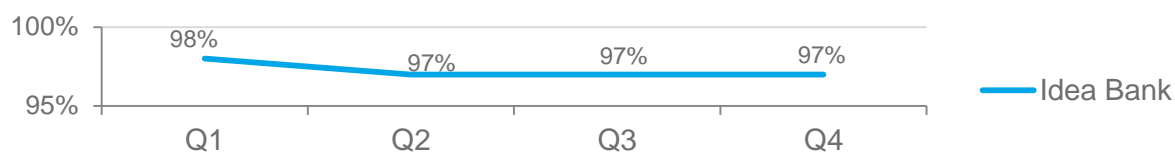
Źródło: dane własne

Odsetek zadowolonych klientów Idea Bank z procesu sprzedaży produktów inwestycyjnych w 2017 roku (do października)



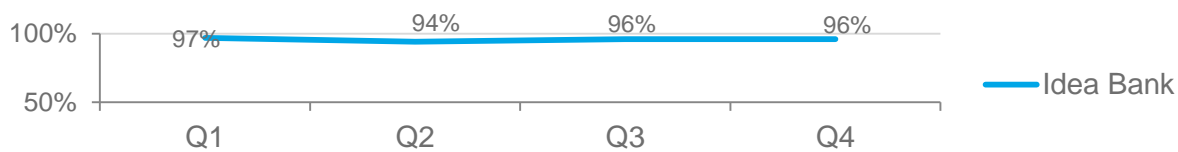
Źródło: dane własne

Badanie satysfakcji z obsługi posprzedażowej Idea Bank w 2017 roku. Ocena pod względem uprzejmości obsługi



Źródło: dane własne

Badanie satysfakcji z obsługi posprzedażowej Idea Bank w 2017 roku. Ocena pod względem kompetencji pracowników



Źródło: dane własne

Program Akademia Jakości

Jest to wewnętrzny projekt, który ma na celu edukację pracowników oddziału w zakresie standardów i jakości obsługi klienta, a przez to podniesienie poziomu jakości obsługi klienta w Idea Banku. Poznajemy opinie i sugestie pracowników oddziału dotyczących ich codziennej pracy, monitoring poziomu jakości obsługi klienta, ale również budowanie wizerunku firmy w oczach klientów, osób odwiedzających oddziały.

Program polega na wizycie w oddziale pracownika odpowiedzialnego za badanie jakości. Prowadzony jest całodniowy warsztat z pracownikami oddziału, w trakcie którego między innymi odbywa się wspólne spotkanie z klientem, wspólna obserwacja pracy oraz szkolenia dotyczące jakości. Podczas wizyty w oddziale pracownik przygląda się obsłudze klienta i rozmawia z pracownikami oddziału, starając się zrozumieć specyfikę ich pracy – poznać opinie, czy kwestie do poprawy. Z każdej wizyty w oddziale jest przygotowywany raport i rekomendacje (zalecenia) do wdrożenia przez samych pracowników oddziału oraz przez poszczególne departamenty wspierające oddziały.

Również Tax Care prowadzi ciągłą ocenę i pomiar zadowolenia odbiorców usług, gdyż jest to niezbędne do pozyskania informacji o tym, w jakim stopniu usługi firmy zaspokajają oczekiwania klientów. Stopień zadowolenia klienta jest wyznacznikiem jakości świadczonych usług, a jednocześnie motywacją do podejmowania działań, mających na celu stałe doskonalenie i umacnianie pozycji Tax Care na rynku. Prowadzonych jest kilka rodzajów badań poziomu zadowolenia klientów, m.in. badania ankietowe oraz wywiady telefoniczne. W badaniach ankietowych w 2017 roku wzięło udział 2791 klientów, z czego pozytywną opinię wyraziło 92% z nich.

Z kolei Idea Money cyklicznie prowadzi badania oceny satysfakcji klientów oraz badania opinii klientów, po których tworzone są działania naprawcze i korygujące. W 2017 r. w Idea Money zostały przeprowadzone trzy badania satysfakcji klientów: badanie w którym pytaliśmy m.in. o zalety faktoringu, przebieg procesu sprzedaży, czy ogólną satysfakcję ze współpracy z Idea Money. Ogólna satysfakcja klientów oceniona została na 4,1 w 5-cio stopniowej skali, a 93% klientów oceniła sprzedaż dobrze lub bardzo dobrze.

Firma Przyjazna Klientowi

W ramach projektu Firma Przyjazna Klientowi, w listopadzie 2017 roku, Idea Money poddała się badaniu organizowanemu przez Fundację Obserwatorium Zarządzania. Na podstawie otrzymanych od klientów ocen, Kapituła Programu zdecydowała o przyznaniu Idea Money Godła Firma Przyjazna Klientowi w roku 2017. Jest to projekt, który ocenia i w ramach określonych wskaźników - wyróżnia przedsiębiorstwa za wysoką jakość świadczonych usług obsługi i dobre relacje z klientami.

Na każdym etapie działania zapewniamy klientom kontakt z nami. W przypadku chęci zgłoszenia reklamacji, udostępniamy różne kanały kontaktu, co reguluje m.in. wewnętrzna Procedura rozpatrywania reklamacji w Idea Bank S.A. i Idea Bank oddział Lion's Bank. Proces rozpatrywania reklamacji reguluje również Ustawa o Rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego

oraz o Rzeczniku Finansowym.

Rozpatrywaniem reklamacji w banku zajmuje się Zespół ds. Reklamacji, który rozpatruje wszystkie reklamacje klientów. Średnio miesięcznie wpływa ok. 1300 reklamacji klientów. W 2016 wpłynęło do Idea Banku 16 567 reklamacji, natomiast w 2017 takich zgłoszeń było 15 383. W Idea Bank staramy się udzielać odpowiedzi na reklamacje w jak najszybszym terminie.

Tax Care udostępnia swoim klientom formularze, w których mogą oni wskazać swoje uwagi. Uważamy, że kluczowa jest szybka odpowiedź, aby klient miał świadomość wagi informacji jaką nam przekazuje. Ze złożonych skarg i sugestii Tax Care czerpie korzyści – firma wykorzystuje skargi jako źródło informacji o tym, co warto poprawić w swojej ofercie rynkowej.

Również klienci Idea Money mogą zgłaszać reklamacje za pomocą różnych kanałów kontaktowych, między innymi korespondencyjnie, mailowo czy podczas rozmowy z doradcą. Sposób składania i rozpatrywania reklamacji reguluje m.in. Procedura rozpatrywania reklamacji, wniosków i wypowiedzeń w Idea Money S.A. W 2016 roku wpłynęło 2122, natomiast w 2017 roku zgłoszeń było 2568.

Sporządzaniem odpowiedzi na zapytania klientów zajmuje się specjalnie dedykowany do tego Zespół Reklamacji, którego członkowie uczestniczą w szeregu szkoleń wewnętrznych zapewniających odpowiednie przygotowanie merytoryczne. Dodatkowo raz w miesiącu, odrębny Zespół Jakości i Szkoleń ocenia losowo odpowiedzi na reklamację klientów, aby ciągle udoskonalać obszar obsługi klienta. Na reklamacje klientów odpowiadamy w najszybszym możliwym czasie i wciąż pracujemy nad jego skróceniem przy zachowaniu wysokiej jakości merytorycznej.

4. Wspieranie społeczności, wspieranie przedsiębiorczości

Grupa Idea Bank powstała po to, by wspierać rozwój przedsiębiorczości. Działalność społeczna jest nakierowana na działania związane przede wszystkim ze wsparciem mikro, małych i średnich firm, w tym także start-upów. Zależy nam na tym, aby dzięki naszym działaniom i projektom realizowanym na rzecz innych firm, pobudzać je do działania i rozwoju, inspirować a dzięki temu przyczyniać się do ich wzrostu. Dzięki takiemu podejściu do współpracy z naszymi interesariuszami, możemy w sposób pośredni mieć wpływ na wzrost tych przedsiębiorstw, wzrost zatrudnienia, a także w szerszej perspektywie rozwój gospodarczy Polski.

Nasza odpowiedzialność wobec społeczności to działania, dzięki którym każda firma, może rozwijać się, zwiększać swoje kompetencje, realizować działalność na szerszą skalę oraz zwiększać zatrudnienie. Naszą rolą w budowaniu i wspieraniu społeczności jest pomoc w rozwoju i edukacja klientów, np. w obszarze zarządzania finansami, zarządzania projektami, itp.

Grupa Idea Bank nie posiada na dzień publikacji niniejszego raportu polityki odnoszącej się do działań społecznych na poziomie Grupy. W związku z planowanym rozwojem obszaru społecznej odpowiedzialności, w 2018 roku planowane jest opracowanie i publikacja pierwszej polityki odpowiedzialności społecznej Grupy, która obejmie swoim zakresem również kwestie społeczne.

Cele i wyzwania

- Wspieranie społeczności w budowaniu większej świadomości finansowej.
- Wspieranie przedsiębiorczości start-upów, mikro, małych i średnich firm.
- Tworzenie przestrzeni do pracy i networkingu dla klientów.

Ryzyka i sposoby zarządzania nimi

RYZYKO RELACJI Z LOKALNYMI SPOŁECZNOŚCIAMI	RYZYKO REPUTACJI	RYZYKO RELACJI Z DOSTAWCAMI I KONTRAHENTAMI	RYZYKO NIEDOSTOSOWANIA DZIAŁAŃ CHARYTATYWNYCH
<ul style="list-style-type: none"> • Stała komunikacja z otoczeniem i przekazywanie informacji o działalności banku. • Wspieranie zaangażowania pracowników w działania społeczne i charytatywne. • Współpraca z wybranymi organizacjami społecznymi. • Realizacja działań o charakterze edukacyjnym dla klientów - przedsiębiorców. 	<ul style="list-style-type: none"> • Stała i bieżąca komunikacja z mediami. • Realizacja działań public relations. • Działania marketingowe. • Monitoring mediów i analiza materiałów. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktualizacja listy dostawców kwalifikowanych spełniających wysokie standardy. • Określenie wytycznych dla dostawców w obszarze działań społecznych, etycznych, środowiskowych. • Przestrzeganie zasad Kodeksu Etyki. • Przestrzeganie wewnętrznych procedur zakupowych. 	<ul style="list-style-type: none"> • Określenie zasad działań społecznych, sponsoringowych i charytatywnych w IB. • Plan działań i statut Fundacji Tax Care. • Plan działań i statut Fundacji Czarneckich.

4.1. Tworzymy standardy dla naszych partnerów i dostawców

Rozwijamy stale naszą odpowiedzialność wobec otoczenia i tego samego oczekujemy od naszych partnerów i dostawców z którymi współpracujemy. W 2017 roku opracowaliśmy nową Procedurę dokonywania zakupów towarów i usług, uwzględniając w niej wytyczne dla dostawców. Określone zostały zasady, którymi powinni kierować się dostawcy przystępujący do procesu zakupowego, niezależnie od wielkości organizacji, rodzaju i miejsca prowadzenia działalności. Wszystkie firmy, które chcą z nami współpracować, już na etapie składania ofert muszą dołączyć podpisane specjalne oświadczenie o kierowaniu się w swojej działalności zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu oraz uwzględnianiu kwestii z zakresu przestrzegania praw człowieka, stosunków pracy, ochrony środowiska oraz etyki i przeciwdziałania korupcji. W postępowaniach zakupowych o wartości wyższej niż 10 000 złotych, dostawcy zobowiązują się również do przedstawienia dokumentów poświadczających stosowanie powyższych zasad na życzenie Idea Bank. Zasady te obowiązują dostawców w postępowaniach zakupowych prowadzonych od 2018 roku.

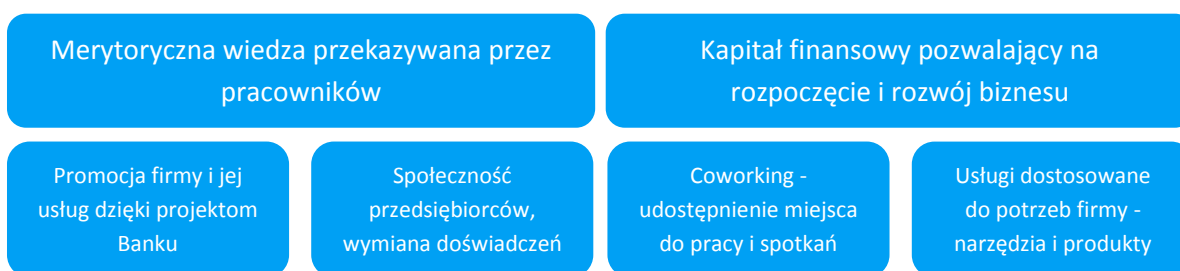
4.2. Klienci rozwijają się dzięki nam

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów chcemy stwarzać im dogodne warunki do rozwoju biznesu. Zdajemy sobie sprawę z tego, iż początkujące firmy mogą mieć trudności w otrzymaniu finansowania na start. Staramy się uwzględniać również takie przypadki w przygotowanej przez nas ofercie produktów. Dzięki temu mają możliwość rozpoczęcia działalności na szerszą skalę, rozpoczęcia inwestycji i rozwijania biznesu.

Prowadzimy działania mające na celu finansowanie nowopowstających projektów, dlatego postawiliśmy na inkubator przedsiębiorczości i akcelerator, który pomaga młodym firmom rozpocząć działalność oraz otrzymać finansowanie niezbędne do rozwinięcia działalności. Promujemy ciekawe pomysły, szanse na innowacje i pożyteczne inicjatywy, które mogą przerodzić się w dobrze prosperujące biznesy.

Inkubatory prowadzone przez Idea Bank powstały przede wszystkim po to, by wspierać start-upy. Podstawową zaletą uczestnictwa w programie była możliwość pozyskania silnego i stabilnego partnera, który dysponował wiedzą i doświadczeniem. W ciągu 2 lat działalności skorzystało z niego ponad 60 przedsiębiorstw.

Jak Idea Bank wspiera przedsiębiorców



Źródło: dane własne

W kolejnych latach działania w ramach projektu ewoluowały w kierunku Akceleratora przedsiębiorczości, gdzie Idea Bank inwestuje czas i pieniądze w start-upy zweryfikowane przez rynek, posiadające przynajmniej pół miliona przychodu rocznego i zdolność przynajmniej okresowego generowania zysku.

4.3. Idea Bank i innowacje

Idea Bank to jeden z najbardziej innowacyjnych banków w Polsce. Nasze pomysły są doceniane nie tylko w Polsce, ale również za granicą już od kilku lat. Stale zwiększamy inwestycje w obszar FinTech. Zrealizowaliśmy takie projekty jak: Idea Huby, czy Mobilne Wpłatomaty.

Klienci Idea Banku to najczęściej osoby młode, aktywne zawodowo, reprezentujące firmy z różnych dziedzin. Często na początku swojej drogi w biznesie nie mają jeszcze własnego biura, a spotkania biznesowe odbywają w kawiarniach czy restauracjach. Wychodząc naprzeciw klientom niemającym jeszcze swojego biura stworzyliśmy darmową przestrzeń coworkingową – Idea Hub. Idea Hub udostępnia klientom banku wspólne miejsce do pracy, by mogli bez przeszkód realizować swoje przedsięwzięcia i dzielić się doświadczeniami, a w razie potrzeby korzystać z porad pracowników banku. W każdej placówce Idea Hub klienci mogą skorzystać z bezpłatnej kawy, Wi-Fi, ładowarek do telefonów i słuchawek, sprzętów biurowych, biznesowej literatury i prasy, czy sali konferencyjnej. Pierwsze placówki Idea Hub powstały w 2015 roku w Warszawie, Krakowie, Łodzi i Katowicach. W 2016 roku otworzyliśmy kolejne placówki we Wrocławiu i Poznaniu. Na koniec 2017 roku funkcjonowało już 8 Idea Hub'ów w kilku miastach w Polsce. W 2017 roku zarejestrowaliśmy ponad 20 668 wizyt. W cyklicznie prowadzonych badaniach 95% klientów, którzy korzystali z Idea Hub'ów było zadowolonych z tych placówek (oceny 4-5 w skali 1-5, listopad 2016 r.).

Idea Hub express

Wiosną 2017 r. Idea Bank uruchomił oddziały na torach - Idea Hub Express. To wagony PKP Intercity przystosowane do pracy biurowej. Podróżni mieli do dyspozycji sprzęt biurowy, ładowarki do telefonów i niezbędne łącza, a także ekspres do kawy i świeżą prasę.

Klienci mieli możliwość przejazdu na podstawie darmowych voucherów rozdawanych w stacjonarnych placówkach Idea Hub w Warszawie, Krakowie, Poznaniu i Wrocławiu. Wagony były dostępne dla podróżujących na trasach Warszawa-Poznań-Warszawa, Warszawa-Kraków-Warszawa i Warszawa-Wrocław-Warszawa w okresie od kwietnia do czerwca. W czasie trwania projektu, dla klientów Idea Banku wydanych zostało 334 vouchery. Projekt trwał 38 dni, a pociąg w tym czasie przebył 76 przejazdów.

Mimo intensywnej promocji obrotu bezgotówkowego, płatności gotówkowe wciąż stanowią znaczny udział w rozliczeniach dokonywanych przez polskich przedsiębiorców. Z myślą o tych, którzy przewożą swój utarg z firmy do banku albo do domu samodzielnie, w Idea Bank stworzyliśmy specjalne auta z wbudowanymi wpłatomatami, które przedsiębiorcy mogą zamówić przez aplikację mobilną, by wygodnie i bezpiecznie wpłacić zarobione pieniądze. Użytkownik ma możliwość zarezerwowania konkretnej godziny, na którą zamówi pojazd. Czas dojazdu wynosi około 30 minut.

W 2017 roku w 20 miastach Polski jeździło już 37 pojazdów. W listopadzie uzyskaliśmy rekordową

kwotę 100 mln zł wpłat do mobilnych wpłatomatów. Mobilne wpłatomaty dostępne są obecnie m.in. w Warszawie, Trójmieście, Poznaniu, Katowicach, Wrocławiu, Krakowie, Łodzi, Szczecinie, Lublinie, Rzeszowie i Białymstoku.

W Idea Banku regularnie prowadzimy inicjatywy edukacyjne, skierowane do przedsiębiorców, wykorzystując do tego przestrzeń Idea Hub. Podejmujemy działania mające na celu poszerzenie ich wiedzy w różnych obszarach związanych z prowadzeniem biznesu, aby pomóc początkującym przedsiębiorcom przetrwać na rynku pierwsze lata działalności, a w konsekwencji – by mogli odnieść sukces. Klienci uczestniczą w warsztatach ze znanymi specjalistami z określonych dziedzin i w małych grupach poszerzają swoją wiedzę dotyczącą prowadzenia biznesu, marketingu, promocji, zarządzania finansami, technologii, etc. Warsztaty są organizowane bezpłatnie. Idea Hub to także miejsce spotkań biznesowych – organizujemy spotkania networkingowe, dzięki którym budujemy wokół siebie społeczność przedsiębiorców. Spotkania pozwalają naszym klientom poznawać nowe osoby, szukać synergii i łączyć ich biznesy. Dzięki temu pomagamy klientom w poszukiwaniu nowych pomysłów na biznes i rozwoju ich firm. W 2017 roku przeprowadziliśmy 221 warsztatów, w których uczestniczyło 2794 osoby.

4.4. Fundacja Tax Care Inicjatywa Wspierania Przedsiębiorczości – szkolimy z tematów ważnych dla naszych klientów

Za działania społeczne w spółce Tax Care odpowiada Fundacja Tax Care Inicjatywa Wspierania Przedsiębiorczości, która koncentruje się na rozwoju potencjału przedsiębiorczości. Organizacja wspiera przedsiębiorców od początkujących po doświadczonych, poprzez takie działania jak: spotkania z osobami prowadzącymi działalność gospodarczą, wsparcie w procesie zakładania firmy, szkolenia oraz konferencje. Działania Fundacji skupiają się na edukacji osób, które chcą rozpocząć działalność gospodarczą, a dzięki wymianie doświadczeń z przedsiębiorcami już obecnymi od jakiegoś czasu na rynku mogą łatwiej ocenić ryzyka i wyzwania jakie przed nimi stoją. Podczas spotkań doświadczeni eksperci dzielą się swoimi dotychczasowymi doświadczeniami w prowadzeniu własnego biznesu oraz prezentują przykłady dobrych praktyk w zarządzaniu projektami. Działalność Fundacji skupia się przede wszystkim na edukacji, wsparciu rozwoju początkujących przedsiębiorców i zwiększaniu poziomu wiedzy i aktywności gospodarczej w społeczeństwie, a co za tym idzie również poprawy wydajności pracy i zmniejszenie poziomu bezrobocia.

Wskaźniki działań Fundacji Tax Care Inicjatywa Wspierania Przedsiębiorczości	2016	2017
Liczba zorganizowanych szkoleń	58	177
Liczba zorganizowanych konferencji	24	8
Liczba zrealizowanych godzin szkoleniowych	330	577
Liczba uczestników zorganizowanych wydarzeń	1 704	2 328

Źródło: dane własne

Projekty realizowane przez Fundację Tax Care Inicjatywa Wspierania Przedsiębiorczości:

<p>KONFERENCJE: BIZNES KROK PO KROKU</p>	<p>Cykl wykładów organizowanych na terenie całej Polski dedykowany środowisku MŚP. Tematyka związana z różnymi aspektami prowadzenia własnej firmy. Zaproszeni goście: praktycy z zakresu finansów, księgowości, sprzedaży, PR i marketingu. Dzielą się swoimi doświadczeniami i zdradzają tajniki skutecznego działania w biznesie. Liczba uczestników: 40 – 100 osób.</p>
<p>WARSZTATY: BIZNES PO GODZINACH/INSPIRACJE ku PRZEDSIĘBIORCZOŚCI</p>	<p>Cykl spotkań warsztatowych skierowanych do przedsiębiorczych kobiet i mężczyzn w dedykowanych im specjalnych edycjach tematycznych. Spotkania mają na celu pokazanie różnych aspektów i obszarów prowadzenia biznesu. Liczba uczestników: 50 osób.</p>
<p>PRZEDSIĘBIORCĄ BYĆ!</p>	<p>Cykl spotkań informacyjno-szkoleniowych organizowanych we współpracy z Urzędami Miast, Urzędami Gmin, Urzędami Pracy. Warsztaty prowadzone przez ekspertów Tax Care. Tematyka poruszana podczas spotkań: Jak założyć działalność gospodarczą? Źródła finansowania: kredyty, leasing, dotacje. Liczba uczestników: 20 – 30 osób.</p>

Źródło: dane własne

5. Dobre miejsce do pracy, zaangażowani pracownicy

Wszyscy pracownicy Grupy, kierują się tymi samymi zasadami postępowania, zgodnymi z naszymi firmowymi wartościami. Ogromną wagę przywiązujemy do naszej kultury organizacyjnej, która stymuluje pracowników do samodzielnej, rzetelnej i skutecznej realizacji zadań oraz pobudza kreatywność. Starannie dobieramy pracowników do naszego zespołu, a następnie dajemy im możliwość realnego wpływu na budowanie klimatu naszej organizacji. Stosujemy zasadę „otwartych drzwi” i bezpośredniej komunikacji na wszystkich płaszczyznach struktury organizacyjnej.

Cele i wyzwania

- Budowanie zaangażowania wśród pracowników - miejsce w którym chcę pracować.
- Umożliwianie rozwoju i zapewnienie dostępu do szkoleń.
- Budowanie zmotywowanego i różnorodnego zespołu pracowników.
- Otwarta komunikacja wewnętrzna zapewniająca równy dostęp do informacji i dialog.

Ryzyka i sposoby zarządzania nimi

RYZYKO BRAKU INFORMACJI	RYZYKO SPORÓW Z PRACOWNIKAMI	RYZYKO ROTACJI PRACOWNIKÓW	RYZYKO BRAKU ZADOWOLENIA Z PRACY W ORGANIZACJI
<ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie spójnej i wielokanałowej komunikacji wewnętrznej. • Udostępnienie wszystkim pracownikom bazy kluczowych dokumentów wewnętrznych, niezbędnych do wykonywania obowiązków. • Przekazywanie ważnych informacji wszystkim pracownikom w tym samym czasie (unikanie dezinformacji i nierówności w dostępie do informacji). 	<ul style="list-style-type: none"> • Zasady komunikacji z pracownikami. • Wyznaczanie przedstawicieli spośród pracowników do komunikacji i współpracy z Zarządem. • Informowanie pracowników o ważnych dla nich kwestiach z odpowiednim wyprzedzeniem. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie badań satysfakcji i opinii. • Przeprowadzanie i analiza rozmów typu Exit Interview. • Procedury motywowania i wynagradzania pracowników. • Benefity dostosowane do rzeczywistych potrzeb pracowników. • Szczegółowe określenie wymagań i kwalifikacji oczekiwanych od kandydatów na przyszłych pracowników. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie badań satysfakcji i opinii. • Procedury motywowania i wynagradzania pracowników. • Benefity dostosowane do rzeczywistych potrzeb pracowników. • Usprawnienie procesu informacji zwrotnej dla pracowników.

5.1. Zarządzanie i polityki

Kluczowym dokumentem obejmującym kwestie pracownicze jest Polityka Personalna Idea Bank S.A., której celem jest wspieranie strategii biznesowej banku oraz budowanie wizerunku pracodawcy. Opisuje zarówno kwestie związane z zatrudnieniem, wynagradzaniem, czy obowiązkami i przywilejami pracowników, ale również określa możliwości rozwoju oraz wskazuje zasady kultury

organizacyjnej. Koniec 2017 roku to czas intensywnych prac nad aktualizacją Polityki Personalnej, aby jeszcze lepiej odzwierciedlała specyfikę innowacyjnej i zmieniającej się organizacji.

W Idea Banku funkcjonuje kilka dokumentów – procedur i regulaminów – określających ważne dla firmy i pracowników zadania oraz obszary, takie jak szkolenia i rozwój, zasady wdrożenia nowych pracowników, zasady dotyczące oceny okresowej pracowników, czy BHP.

Jednym z kluczowych dokumentów jest również Wewnętrzna Procedura Antymobbingowa Idea Bank S.A. opublikowana w 2015 roku oraz Procedura przeciwdziałania Mobbingowi, Dyskryminacji i Molestowaniu seksualnemu w Idea Money S.A. Szerzej o kwestiach mobbingu i dyskryminacji piszemy w rozdziale na temat poszanowania praw człowieka.

Pracowników wszystkich spółek obowiązuje Kodeks Dobrych Praktyk spółek Grupy Kapitałowej Idea bank S.A., który dotyczy wszystkich niezależnie od funkcji, stanowiska i formy zatrudnienia. Kodeks zapewnia najwyższe standardy uczciwego i rzetelnego postępowania pracowników, przy jednoczesnym szacunku i dbaniu o interes klientów, czy kontrahentów. Wszyscy pracownicy są również zobowiązani do dbania o reputację i dobre imię firmy niezależnie od zajmowanej funkcji. W ramach Kodeksu określone zostały wspólne zasady dotyczące m.in. zasady wynagradzania i premiowania pracowników, czy systemy oceny kadry zarządzającej przez podległych pracowników z wykorzystaniem metody 360 stopni.

Ze względu na specyfikę spółek zależnych Grupy, niektóre dokumenty zarządcze funkcjonują osobno w poszczególnych spółkach. W Idea Money obowiązuje m.in. Regulamin Pracy Idea Money S.A., Regulamin Rekrutacji oraz Zatrudniania w Idea Money S.A. oraz Regulamin Oceny pracowniczej 360 Idea Money S.A., czy Regulamin ponoszenia przez Idea Money S.A. kosztów szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe pracowników.

Z kolei w Tax Care najważniejszym dokumentem jest wewnętrzna Procedura zatrudniania Pracownika, Zleceniobiorcy, Wykonawcy dzieła, Wykonawcy Umowy agencyjnej oraz zmian warunków zatrudnienia Tax Care, ale także Procedura rekrutacyjna Tax Care, Regulamin Szkoleń Tax Care, Procedura dofinansowania i finansowania przez pracodawcę podnoszenia indywidualnych kwalifikacji zawodowych pracowników Tax Care oraz Procedura okresowych ocen pracowniczych Tax Care.

5.2. Zatrudniamy różnorodny zespół

Dbamy o naszych pracowników i staramy się, aby byli zadowoleni z pracy w naszej firmie. Zatrudniamy osoby o najwyższych na rynku kompetencjach, pasujące do naszej kultury organizacyjnej.

Liczba pracowników według typu zatrudnienia i rodzaju umowy o pracę w podziale na płeć	2016			2017			
	IB	IM	TC	IB	IM	TC	łącznie
Łączna liczba pracowników	2 392	253	1 210	2 107	293	964	3 364
kobiety	1 295	145	792	1 190	174	633	1 997
mężczyźni	1 097	108	418	917	119	331	1 367
Liczba pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę na pełen etat	1 853	205	874	1 679	248	798	2 725

kobiety	1 107	128	627	1 036	155	559	1 750
mężczyźni	746	77	247	643	93	239	975
Liczba pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę na niepełny etat	452	8	336	353	9	166	528
kobiety	178	4	165	148	6	74	228
mężczyźni	274	4	171	205	3	92	300
Liczba pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony	553	68	327	658	146	373	1 177
kobiety	299	40	280	388	97	311	796
mężczyźni	254	28	47	270	49	62	381
Liczba pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę na czas określony	1 752	145	883	1 374	111	591	2 076
kobiety	986	92	512	796	64	322	1 182
mężczyźni	766	53	371	578	47	269	894
Pracownicy zatrudnieni na podstawie umowy zlecenia i umowy o dzieło	121	12	93	119	14	72	205
kobiety	39	6	61	29	8	50	87
mężczyźni	82	6	32	90	6	22	118
Liczba pracowników samozatrudnionych	50	28	311	53	22	223	298
kobiety	11	7	134	10	7	100	117
mężczyźni	39	21	177	43	15	123	181

Różnorodność jest ważnym aspektem zarządzania kapitałem ludzkim w Idea Banku, dajemy możliwości rozwoju niezależnie od posiadanego doświadczenia, wieku, płci i innych kwestii, co pozwala na budowanie wartości organizacji. Zarządzamy różnorodnością poprzez budowanie świadomości pracowników i promowanie równego traktowania w miejscu pracy, co oznacza niedyskryminowanie w jakikolwiek sposób współpracowników niezależnie od zajmowanego stanowiska. Na początku 2018 roku została przyjęta Polityka różnorodności określająca kluczowe zasady zarządzania różnorodnością wśród pracowników i kadry zarządzającej.

Skład kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci i wieku	2016				2017			
	IB	IM	TC	łącznie	IB	IM	TC	łącznie
Liczba pracowników w kategoriach:	2 392	253	1 210	3 855	2 107	293	964	3 364
kobiety	1 295	145	792	2 232	1 190	174	633	1 997
mężczyźni	1 097	108	418	1 623	917	119	331	1 367
poniżej 30 lat	1 338	108	726	2 172	1 008	124	567	1 699
30–50 lat	1 027	143	471	1 641	1 065	165	390	1 620
ponad 50 lat	27	2	13	42	34	4	7	45

Idea Bank pozyskuje najlepszych pracowników, wykorzystując nowoczesne kanały komunikacji, aby dotrzeć do potencjalnych kandydatów. Jesteśmy obecni w mediach społecznościowych i na

specjalistycznych portalach internetowych. Uczestniczymy także w targach pracy i dniach kariery organizowanych przez renomowane organizacje oraz współpracujemy z biurami karier wielu uczelni wyższych w całej Polsce. Wprowadziliśmy również dodatkowe programy staży i praktyk dla studentów.

W procesie rekrutacji dbamy o najwyższe standardy, budując tym samym pozytywny wizerunek firmy wśród potencjalnych przyszłych pracowników. Dbamy także o proces informacji zwrotnej dla kandydatów na każdym etapie rekrutacji.

W połowie 2017 roku rozpoczęliśmy program onboardingowy dla nowych pracowników, który pomaga przejść nowej osobie przez pierwsze dni w nowej pracy i pozwala w pełni się zaadaptować. Pracownicy, którzy dołączają do Banku biorą udział w realizowanym cyklicznie szkoleniu wstępnym, podczas którego poznają historię banku, cele oraz kluczowe zasady funkcjonowania w organizacji. Kolejnym etapem programu jest realizacja pomiaru satysfakcji pracownika po okresie próbnym.

Dajemy naszym pracownikom szansę na rozwój i awans niezależnie od zajmowanego stanowiska. W procesie rekrutacji w pierwszej kolejności oferty kierujemy do naszych pracowników, wspierając tym samym ich mobilność wewnątrz organizacji.

Procent nowo zatrudnionych pracowników, odejść pracowników według grupy wiekowej i płci w podziale na Spółki	2016			2017		
	IB	IM	TC	IB	IM	TC
Procent pracowników nowozatrudnionych w raportowanym okresie, w tym:	50%	55%	54%	45%	55%	52%
Kobiety	25%	30%	32%	23%	27%	30%
Mężczyźni	26%	25%	22%	22%	28%	23%
Osoby poniżej 30 roku życia	36%	20%	38%	30%	20%	39%
Osoby między 30 a 50 rokiem życia	14%	33%	16%	14%	33%	13%
Osoby powyżej 50 roku życia	0%	2%	0%	0%	1%	0%
Procent pracowników, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie, w tym:	62%	40%	56%	54%	52%	77%
Kobiety	31%	23%	33%	28%	27%	43%
Mężczyźni	31%	17%	22%	26%	25%	34%
Osoby poniżej 30 roku życia	39%	15%	34%	39%	19%	49%
Osoby między 30 a 50 rokiem życia	22%	25%	21%	14%	32%	27%
Osoby powyżej 50 roku życia	1%	0%	0%	0%	1%	0%

5.3. Rozwój i szkolenia

W Idea Banku realizujemy różnorodne działania rozwojowe – z jednej strony wspierające strategię banku i kluczowe projekty biznesowe, z drugiej strony odpowiadające na rzeczywiste potrzeby rozwojowe pracowników. Jednostką odpowiedzialną za realizację działań rozwojowych w banku jest Biuro Szkoleń, które aktywnie przyczynia się do budowania kultury organizacyjnej opartej na poszanowaniu drugiego człowieka, współpracy, partnerstwie i otwartości. Polityka szkoleniowa realizowana jest poprzez szkolenia elearningowe, szkolenia online oraz stacjonarne, realizowane zarówno przez firmy zewnętrzne jak i przez wewnętrznych trenerów zatrudnionych w banku.

Kierunki działań realizowanych przez Biuro Szkoleń Idea Bank:

- działania wdrożeniowe dedykowane nowym pracownikom
- rozwój kompetencji pracowników wymaganych na poszczególnych stanowiskach
- rozwój kompetencji pracowników zgodny z kierunkiem rozwoju organizacji (nowe produkty, projekty, narzędzia itp.)
- rozwój kompetencji interpersonalnych
- dbałość o standard obsługi i etycznej sprzedaży
- dbałość o etyczne standardy zarządzania
- rozwój kompetencji profesjonalnego zespołu trenerów

Celem prowadzonych programów szkoleniowych jest, by każdy pracownik banku był pewny i świadomy swoich kompetencji oraz swojej roli w organizacji i zakresu odpowiedzialności. Z kolei poprzez działania podejmowane na rzecz menedżerów zależy nam, by każdy menedżer był świadomy swojej roli w organizacji, swojego wpływu na kształtowanie kultury organizacyjnej oraz obowiązku rozwijania kompetencji niezbędnych do realizacji celów biznesowych podległych mu pracowników.

Z uwagi na profil naszej działalności, w sposób szczególny dbamy o rozwój kompetencji i kwalifikacji zawodowych pracowników związanych z obsługą naszych klientów. Proces szkolenia pracowników Idea Banku, w głównej mierze realizowany jest przez trenerów wewnętrznych Biura Szkoleń, którzy znając specyfikę pracy w danym obszarze, tworzą i realizują programy szkoleniowe dopasowane do potrzeb firmy. Szkolenia przeprowadzone w 2017 roku dla pracowników sieci sprzedaży nastawione były na wzmocnienie kompetencji w obszarach związanych z jakością obsługi klienta, znajomością produktów i narzędzi systemowych, budowaniem świadomości kultury ryzyka oraz specjalistycznej wiedzy z zakresu regulacji prawnych. W 2017 roku uruchomiliśmy studia podyplomowe „Zarządzanie sprzedażą” dedykowane pracownikom sieci sprzedaży.

Inwestujemy również w kompetencje przywódcze menedżerów, m.in. realizując studia podyplomowe „Akademia menedżera”. Dodatkowo część pracowników kadry Top management objętych zostało studiami MBA. Dbając o rozwój wszystkich pracowników zatrudnionych na stanowiskach managerskich, dla osób nie uczestniczących w studiach podyplomowych przeprowadziliśmy cykl szkoleń w zakresie informacji zwrotnej, podstaw zarządzania, przywództwa sytuacyjnego oraz coachingu managerskiego. W studiach i szkoleniach uczestniczyli managerowie z wszystkich spółek Grupy.

Coraz częściej korzystamy ze zdalnych metod realizacji programów szkoleniowych – za pośrednictwem platformy internetowej. W ten sposób przeprowadzone zostały między innymi szkolenia w zakresach wewnętrznych regulacji banku i wiedzy produktowej. Wszystkie realizowane działania rozwojowe przyczyniają się do integracji pracowników z firmą i budowania wewnętrznej kultury organizacyjnej.

Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku, przypadających na pracownika według płci i struktury zatrudnienia	2016			2017		
	IB	IM	TC	IB	IM	TC
Całkowita liczba godzin szkoleniowych	2 344	2 256	3 436	3 288	4 819	2 360
Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na pracownika, w tym:	0,98	16,6	2,8	1,56	16,4	2,4

Kobiety	0,86	9,4	2,8	1,32	16,5	2,5
Mężczyźni	1,12	8,3	2,9	1,87	16,4	2,4
Kierownictwo wyższego szczebla (Zarząd)	bd*	32,0	40,0	bd*	48,0	40,0
Stanowiska kierownicze (kierownicy i dyrektorzy)	bd**	28,6	2,8	bd**	47,0	2,4
Pozostali pracownicy	bd**	5,0	2,8	bd**	10,5	2,4

*Nie były zbierane dane dotyczące uczestnictwa członków Zarządu w szkoleniach.

**Biuro Szkoleń nie prowadzi klasyfikacji uczestników szkoleń pod kątem zaszerogowania w strukturze firmy.

W Tax Care dużą wagę przykładamy do szkoleń pracowników od początku ich zatrudnienia. Szkolenia wstępne dla nowozatrudnionych pracowników i współpracowników spółki, są organizowane w porozumieniu z dyrektorami poszczególnych departamentów. Szkolenia mają charakter stacjonarny, ale uzupełniane są blokami szkoleń e-learningowych a ich długość uzależniona jest od potrzeb danego zespołu (od 3 dni do 2 tygodni). W zależności od bieżących potrzeb, pracownicy biorą udział w szkoleniach wewnętrznych i zewnętrznych. Dodatkowo, dla przyszłej kadry managerskiej, przygotowano specjalne szkolenie – Kuźnia Managerów, w którym uczestnicy przez okres pół roku brali udział w szkoleniach stacjonarnych, wypełniali zadania wdrożeniowe, a zdobyta wiedza i umiejętności zostały podsumowane podczas egzaminu końcowego.

Jedną z form szkolenia, jaki realizujemy w Tax Care jest praca coachingowa prowadzona przez trenerów wewnętrznych spółki z wybranymi pracownikami. Training on the job – to forma wsparcia dedykowana zarówno dla nowych osób, które dołączyły do zespołu, jak i dla pracowników z dłuższym stażem u których widać potrzebę uzupełnienia wiedzy.

Stworzyliśmy w Tax Care również program certyfikacji obowiązujący w poszczególnych sieciach sprzedaży i w księgowości, obejmujący program szkoleń e-learningowych, których przejście i zakończenie pozytywnym wynikiem testu umożliwia awans na wyższe stanowisko. Opis struktury stanowisk i przypisanych do nich kursów znajduje się w ścieżkach rozwojowych poszczególnych sieci i udostępniony jest wszystkim pracownikom w intranecie.

W Idea Banku funkcjonuje model zarządzania przez cele. Menedżerowie, minimum raz w roku, kaskadowo wyznaczają cele swoim podwładnym, a stopień ich realizacji oceniany jest podczas corocznej oceny pracowniczej. System ocen i zarządzania przez cele zostanie przeformułowany i ujednolicony w 2018 roku.

W Idea Money wytyczamy pracownikom cykliczne indywidualne cele i wskaźniki efektywności. Od naszych managerów wymagamy stawiania ambitnych celów, nadzorowania ich realizacji, oraz promowania najlepszych wyników poprzez różne narzędzia motywacyjne.

Procent pracowników podlegających regularnej ocenie w podziale na płeć	2016			2017		
	IB	IM	TC	IB	IM	TC
Procent pracowników podlegających regularnej ocenie w podziale na płeć	100%*	100%	77%	100%*	100%	89%
Procent pracowników podlegających regularnej ocenie jakości w podziale na płeć:						
kobiety	59%**	100%	81%	59%**	100%	92%

mężczyźni	41%**	100%	72%	41%**	100%	83%
-----------	-------	------	-----	-------	------	-----

*Regulaminy oceniania obejmowały wszystkich pracowników, jednak nie wszyscy takiej ocenie rzeczywiście podlegali. W 2018 roku zostanie zaktualizowany system oceny, dostosowany do organizacji.

**Szacunkowe dane z systemów wewnętrznych.

W ramach ocen pracowniczych działa również ocena 360 stopni przeznaczona dla menadżerów i dyrektorów, którzy dzięki samoocenie i otrzymaniu informacji zwrotnej od współpracowników mogą wspierać swój rozwój w organizacji. Po przeprowadzonym procesie oceny, mogą oni również skorzystać z profesjonalnego wsparcia w postaci spotkania z zewnętrznym coachem.

5.4. Zaangażowani i pełni pasji

Wiemy, jak ważny jest zaangażowany zespół dla sukcesu firmy, dlatego dbamy o budowanie zgranego zespołu ludzi, lubiących swoją pracę i ludzi z którymi pracują. Od 2016 roku realizujemy cykliczne, anonimowe badanie w formie ankiety dotyczące zaangażowania, motywacji i satysfakcji z pracy w Idea Banku. Pracownicy mogą wyrazić swoją opinię między innymi na temat warunków i organizacji pracy w Idea Banku, wynagrodzeń, świadczeń socjalnych, współpracy w zespole i z przełożonym, komunikacji wewnętrznej czy też możliwości rozwoju. Poznanie opinii pracowników ułatwia zdiagnozowanie problemów wewnątrz organizacji, ale także poznanie mocnych stron firmy.

Chętnie angażujemy naszych pracowników w różne inicjatywy i akcje wpływające na integrację i zwiększenie zaangażowania zespołu. Tworzymy przyjazne środowisko pracy, oparte na przejrzystej komunikacji, współpracy, szacunku i partnerstwie. Dbamy o atmosferę wzajemnej pomocy i doceniamy pomysłowość naszych pracowników.

Pracownikom zapewniamy dodatkowe świadczenia w postaci opieki medycznej, dostępu do programu MultiSport zapewniającego dofinansowanie do kart sportowych, oraz platformy do samodzielnej nauki języków obcych.

Od 2016 roku otrzymujemy godło „Solidny Pracodawca” i stale konsekwentnie umacniamy naszą kulturę organizacyjną. Jesteśmy przekonani, że ogólne zdrowie pracowników, ich work-life balance oraz troska o otoczenie wpływa na efektywność organizacji i kształtuje właściwe postawy. Szanujemy potrzeby pracowników, którzy posiadają dzieci. Tym, którzy zostali rodzicami zapewniamy stabilność zatrudnienia i powrót do firmy w preferowanym przez nich czasie i jego wymiarze. Z okazji narodzin dziecka pracownik otrzymuje jednorazowe wsparcie finansowe.

Promujemy aktywny tryb życia zachęcając pracowników do uczestnictwa w sekcjach sportowych różnych dyscyplin, kibicujemy im w turniejach i zawodach oraz organizujemy akcje typu dzień zdrowia, czy spotkanie z dietetykiem. W naszym zespole posiadamy amatorską drużynę ratowników medycznych, którzy przeszli specjalistyczne szkolenia w tej dziedzinie. Czuwają oni nad naszym bezpieczeństwem w zakresie ochrony zdrowia i życia oraz reprezentują Idea Bank podczas mistrzostw ratowników medycznych.

Dodatkowo Idea Bank współpracuje z Fundacją Jolanty i Leszka Czarneckich. Fundacja jest organizacją pozarządową non profit i zajmuje się szeroko rozumianą pomocą dla dzieci i młodzieży oraz działalnością charytatywną. Pracownicy Idea Bank włączają się w działania Fundacji takie jak zbiórki prezentów dla dzieci z okazji Mikołajek czy oddawanie krwi na rzecz osób potrzebujących.

6. Szanujemy prawa człowieka

Grupa Idea Bank w swojej działalności kieruje się najwyższymi standardami prawa, uczciwości oraz odpowiedzialności wobec otoczenia i swoich interesariuszy. W każdym obszarze podejmowanych działań Idea Bank respektuje prawa człowieka w stosunku do pracowników, klientów, akcjonariuszy, partnerów biznesowych i społeczności.

Przestrzeganie praw człowieka w Idea Banku odnosi się w szczególności do takich kwestii jak: zapobieganie dyskryminacji, zakaz prześladowania w miejscu pracy ze względu na wiek, niepełnosprawność, pochodzenie etniczne, płeć, rasę, przekonania polityczne, religie oraz orientację seksualną, niepełnosprawność, realizację działań mających na celu poszanowanie godności człowieka – w tym również zakaz praktyk molestowania czy mobbingu, poszanowanie prawa do zgromadzeń i układów zbiorowych. Grupa stwarza również przyjazne warunki pracy dla rodziców.

CELE I WYZWANIA

- Opracowanie i wdrożenie Polityki poszanowania praw człowieka.
- Budowanie świadomości pracowników w obszarze praw człowieka.
- Promocja narzędzi do konsultacji i zgłaszania przypadków niestosowania się do wewnętrznych zasad poszanowania praw człowieka wśród wszystkich pracowników.

Ryzyka i sposoby zarządzania nimi

RYZYKO ZWIĄZANE Z MOŻLIWOŚCIĄ WYSTĄPIENIA DYSKRYMINACJI	RYZYKO ZWIĄZANE Z MOŻLIWOŚCIĄ WYSTĄPIENIA MOBBINGU	RYZYKO BRAKU ŚWIADOMOŚCI PRACOWNIKÓW ODNOŚNIE NARZĘDZI DO ZGŁĄSZANIA
<ul style="list-style-type: none"> • Przestrzeganie Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej Idea Bank. • Przestrzeganie Polityki Personalnej. • Przestrzeganie Regulaminu Pracy. • Szkolenia dla pracowników. • Procedura i narzędzie zgłaszania przypadków – Gwizdek (whistleblowing). • Przestrzeganie Zasad wynagradzania pracowników. • Przestrzeganie zasad braku dyskryminacji od momentu zatrudnienia pracownika w organizacji. 	<ul style="list-style-type: none"> • Przestrzeganie Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej Idea Bank. • Przestrzeganie Polityki Personalnej. • Przestrzeganie Regulaminu Pracy. • Przestrzeganie procedury antymobbingowej. • Szkolenia dla pracowników. • Procedura i narzędzie zgłaszania przypadków – Gwizdek (whistleblowing). 	<ul style="list-style-type: none"> • Szkolenia dla pracowników. • Procedura i narzędzie zgłaszania przypadków – Gwizdek. • Udział w szkoleniach wewnętrznych. • Udostępnianie wewnętrznych materiałów informacyjnych w intranecie. • Przestrzeganie procedury antymobbingowej.

6.1. Wewnętrzne procedury i systemy

Grupa Kapitałowa Idea Bank przestrzega praw człowieka określonych w międzynarodowych konwencjach i deklaracjach oraz promuje przestrzeganie praw człowieka wśród wszystkich pracowników Idea Banku. W Grupie nie została dotąd opracowana i wdrożona jedna polityka dotycząca poszanowania praw człowieka. Planowane jest opracowanie takiej polityki w 2018 roku. Obowiązuje obecnie kilka wewnętrznych dokumentów w Idea Banku, w których obszar poszanowania

praw człowieka został uwzględniony. Wśród tych dokumentów są podstawowe dla obszaru zarządzania ludźmi Polityka Personalna oraz Regulamin Pracy, a szczególnie Załącznik nr 14 do Regulaminu. Istotnym dokumentem jest również Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej Idea Bank SA oraz Wewnętrzna Procedura Antymobbingowa Idea Bank SA, obowiązująca wszystkich pracowników banku. W dokumencie obowiązującym wszystkie spółki Grupy – Kodeksie Dobrych Praktyk spółek Grupy Kapitałowej Idea Bank SA również uwzględniona została procedura zapewniająca pracownikom możliwość bezpiecznego zgłaszania informacji o zauważonych nadużyciach w ramach whistleblowing. Dodatkowo w spółce Idea Money obowiązuje Procedura przeciwdziałania Mobbingowi, Dyskryminacji i Molestowaniu seksualnemu, która również wskazuje zasady właściwego zachowania pomiędzy pracownikami.

6.2. Dajemy narzędzia zgłaszania nadużyć

W Idea Banku dostępne są różnego rodzaju sposoby zgłaszania nieprawidłowości i przypadków takich jak mobbing, czy działania o charakterze dyskryminacji. Wewnętrzna procedura w zakresie whistleblowing, umożliwi wszystkim pracownikom banku i spółek Grupy Kapitałowej Idea Banku dokonywanie zgłoszeń za pośrednictwem specjalnych i niezależnych kanałów komunikacji, w sposób, który pozwala na zapewnienie ochrony przed ewentualnymi działaniami o charakterze odwetowym (np. dyskryminacja lub inny rodzaj niesprawiedliwego traktowania, które mogą być następstwem takiego zgłoszenia). Potwierdzeniem naszej działalności w tym zakresie są wskaźniki świadczące o braku działań niepożądanych w tym obszarze.

Każdy nowy pracownik w ramach szkolenia na temat etyki, otrzymuje informacje na temat procedur i narzędzi przeciwdziałania przypadkom mobbingu czy dyskryminacji oraz możliwych sposobów zgłoszenia. Każdy z nich poznaje również definicje, które mogą pomóc trafnie zdiagnozować tego typu działania w przyszłości.

Grupa Idea Bank zapewnia pracownikom korzystającym z procedury whistleblowing:

- 1) anonimowość zgłaszającego;
- 2) poważne potraktowanie zgłoszenia;
- 3) rzetelne przeprowadzenie weryfikacji zgłoszenia;
- 4) poufność danych;
- 5) ochronę zgłaszającego przed działaniami o charakterze represyjnym, dyskryminacją lub innymi rodzajami niesprawiedliwego traktowania;
- 6) ochronę danych osobowych zgłaszającego oraz pracownika, któremu zarzuca się dokonanie naruszenia opisanego w zgłoszeniu.

Każdy pracownik, który uważa, że doświadcza lub doświadczył jakiegokolwiek formy mobbingu lub będący świadkiem zdarzeń noszących znamiona mobbingu może dokonać zgłoszenia przy wykorzystaniu dowolnego narzędzia spośród kilku dostępnych, np. przesłać informację na dedykowany adres mailowy gwizdek lub whistleblowing, albo złożyć skargę bezpośrednio do Dyrektora Departamentu Personalnego.

Liczba zgłoszonych przypadków dyskryminacji	2016			2017		
	IB	IM	TC	IB	IM	TC
Liczba zgłoszonych przypadków dyskryminacji	0	0	0	0	0	0

Liczba zgłoszonych przypadków mobbingu	2016			2017		
	IB	IM	TC	IB	IM	TC
Liczba zgłoszonych przypadków mobbingu	3	0	0	1	0	0

Wszystkie zgłoszone przypadki zostały dokładnie przeanalizowane, a osoby zgłaszające otrzymały pełną informację na temat dalszego postępowania. W jednym przypadku została powołana Komisja Antymobbingowa, w innym przeprowadzona została anonimowa ankieta pozwalająca ocenić, czy zgłoszony przypadku rzeczywiście miał miejsce. W ramach trzeciej sprawy zorganizowane zostało spotkanie rozwiązujące problem pomiędzy zespołami.

7. W trosce o środowisko

Zarządzanie wpływem organizacji na środowisko naturalne jest dziś jednym z niezbędnych obszarów odpowiedzialnego zarządzania firmą. Zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju ograniczamy negatywny wpływ naszej działalności, co przyczynia się również do budowania wartości firmy. W sektorze finansowym zarządzanie wpływem na środowisko oznacza głównie działania na rzecz wprowadzania proekologicznych rozwiązań w obszarze administracji i infrastruktury, ograniczania zużycia energii, racjonalnego gospodarowania surowcami, ograniczania ilości odpadów czy edukację pracowników.

W Grupie Idea Bank chcemy w kolejnych latach przyczynić się do zmniejszania swojego wpływu na otoczenie, promować ekologiczne postawy wśród pracowników oraz współpracować na rzecz zrównoważonego sektora finansów z pozostałymi uczestnikami rynku. Pod koniec 2017 roku podjęliśmy działania na rzecz wdrożenia wspólnych standardów i zasad dla dostawców oraz kontrahentów biorących udział w postępowaniach zakupowych. Dostawcy zapraszani do postępowania Idea Banku powinni kierować się w swej działalności nie tylko zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu, ale również uwzględniać kwestie ochrony środowiska. Chcemy tym samym pokazać naszemu otoczeniu – partnerom biznesowym – że również ten temat jest dla nas ważnym aspektem działania.

CELE I WYZWANIA

- Edukacja i budowanie świadomości pracowników w zakresie ochrony środowiska.
- Ograniczanie wpływu na środowisko naturalne wynikającego z prowadzonej działalności.
- Określenie priorytetów w obszarze ochrony środowiska i analizowanie wyników wpływu.

Ryzyka i sposoby zarządzania nimi

RYZIKO BRAKU KOMPLEKSOWEGO PODEJŚCIA DO ZARZĄDZANIA ŚRODOWISKIEM	RYZIKO ZWIĘKSZENIA WPŁYWU FIRMY NA ŚRODOWISKO W ZWIĄZKU Z ROZWOJEM PRZEDSIĘBIORSTWA	RYZIKO BRAKU EDUKACJI WŚRÓD PRACOWNIKÓW NA TEMAT OCHRONY ŚRODOWISKA
<ul style="list-style-type: none"> • Realizacja kompleksowych działań na rzecz realizacji polityki eko biura. • Wyznaczenie osoby koordynującej działania na rzecz zmniejszania wpływu na środowisko. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizacja działań ograniczających wpływ na środowisko. • Korzystanie z najlepszych rynkowych praktyk w tym obszarze. • Monitorowanie podstawowych obszarów działalności. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie działań edukacyjnych na rzecz budowania świadomości w obszarze ochrony środowiska.

7.1. Zarządzanie i polityki

Grupa Idea Bank jest w pełni świadoma wagi zrównoważonego rozwoju i w swoich działaniach kieruje się zarówno dobrem swoich klientów, jak i otaczającym środowiskiem, do czasu wydania niniejszego raportu, nie została opracowana wewnętrzna polityka do zarządzania obszarem wpływu firmy na środowisko naturalne. W grudniu 2017 roku podjęliśmy decyzję o opracowaniu i wdrożeniu Polityki środowiskowej, w której uwzględnione zostaną kluczowe kwestie, którymi bank będzie zarządzać w obszarze środowiskowym. Dokument będzie odpowiedzią na potrzebę zarządzania ryzykami

środowiskowymi, które powstają w związku z rozwojem działalności Grupy. Polityka środowiskowa uchwalona zostanie w 2018 roku i zawierać będzie plany wdrożenia wybranych działań.

7.2. Wpływ na środowisko w biurach

Mimo braku wewnętrznych procedur w obszarze środowiska, w Idea Bank monitorujemy wybrane wskaźniki związane z użytkowaniem biur. Ze względu na rodzaj podpisanych umów na wynajem placówek stacjonarnych bank, możliwe jest monitorowanie zużycia prądu, czy wody jedynie w budynkach centrali, m.in. w Warszawie (ul. Przyokopowa oraz ul. Domaniewska), gdzie wynajmowana jest największa powierzchnia biurowa. Sieć oddziałów stacjonarnych jest rozproszona, a ich lokalizacja jest uzależniona od potrzeb klientów. W ramach pojedynczych umów najmu, brak jest informacji o poziomie zużycia mediów ze względu na zapis w umowach i rodzaju otrzymywanych faktur łącznych za wynajem, bez informacji o energii czy wodzie.

Grupa w tym roku po raz pierwszy podjęła próbę zaraportowania danych środowiskowych związanych z prowadzoną działalnością. W poprzednich latach wskaźniki środowiskowe nie były zbierane, dlatego brak jest danych w wybranych obszarach. Dodatkowo spółki nie miały dotąd jednego spójnego wzoru do zbierania i analizowania danych, dlatego prezentowane wyniki mogą nie mieć tych samych jednostek. W kolejnych latach będziemy pracować nad ich ujednoczeniem.

We wrześniu 2017 roku w spółkach Grupy Idea Bank przeprowadzony został szczegółowy przegląd zużycia energii w budynkach, instalacjach przemysłowych i transporcie firmy. Przeprowadzenie audytu energetycznego zostało przeprowadzone w związku z koniecznością spełnienia wymogów ustawy o efektywności energetycznej z dnia 20 maja 2016 r. oraz chęcią szczegółowej analizy organizacji pod kątem wskazania potencjalnych oszczędności i możliwości ograniczenia zużycia energii.

W Idea Banku wykorzystywana jest energia elektryczna oraz ciepło z sieci ciepłowniczej. Energia elektryczna wykorzystywana jest do pracy urządzeń chłodniczych oraz do oświetlenia pomieszczeń budynku i jako energia pomocnicza niezbędna do działania urządzeń, takich jak: wentylatory, czy klimatyzacja. Cała energia cieplna potrzebna do ogrzania budynków i przygotowania ciepłej wody użytkowej pochodzi między innymi z ujęcia miejskiego.

Departament IT odpowiada za utylizację tzw. elektrośmieci, czyli wszystkich sprzętów używanych przez pracowników banku, takich jak: klawiatury, myszki komputerowe, monitory, kable, czy ładowarki. Wszystkie tego typu odpady zbierane są w specjalnych pojemnikach, a następnie odbierane przez firmę zewnętrzną odpowiedzialną za ich właściwą utylizację.

Zużycie surowców w organizacji	Jednostki	2016			2017		
		IB	IM	TC	IB	IM	TC
Papier na potrzeby operacyjne	kg	121,9	1 083	40 100	13 768	1 165	29 200
Materiały eksploatacyjne do urządzeń drukujących	sztuki	2 856	232	506	1 991	230	506

Zużycie energii w organizacji	Jednostki	2016			2017		
		IB	IM	TC	IB	IM	TC
Energia elektryczna zakupiona	mwh	2 935,93	36,65	56 124	bd	44,69	55 824
Energia ciepła zakupiona	GJ	bd	266,98	bd	bd	267,46	bd
Gaz ziemny	m3	150 637,3	nd	nd	bd	nd	nd

Zużycie wody w organizacji	Jednostki	2016			2017		
		IB	IM	TC	IB	IM	TC
Wykorzystania woda w organizacji	Litr	bd	685	248 400	bd	790	264 000
Ścieki w organizacji	Litr	bd	685	248 400	bd	790	264 000

Ilość odpadów w organizacji	Jednostki	2016			2017		
		IB	IM	TC	IB	IM	TC
papier	kg	bd	1 660	152 880*	130 190 000 000	1 580	137 760*
sprzęt teleinformatyczny	kg	bd	5	280**	100	6	780**
meble i wyposażenie biur	kg	bd	10	2 009**	bd	10	393**

* łączna liczba litrów pojemników na odbiór papieru, która została odebrana z biur

**w sztukach

***papier odebrany przez firmę zewnętrzną z wszystkich oddziałów Idea Bank

W Idea Bank coraz ważniejszy staje się aspekt ograniczania wpływu na środowisko w ramach pracy w biurze, dlatego popularność zyskują realizowane proekologiczne inicjatywy związane m.in. z ograniczaniem odpadów plastikowych poprzez eliminację jednorazowych sztućców i kubków oraz zbiórki elektroodpadów.

Jednym z pro środowiskowych rozwiązań jest wprowadzenie w centrali banku w grudniu 2017 r. tzw. wydruku podążającego. Celem jego wprowadzenia było zmniejszenie zużycia papieru i zmiany nawyków związanych z drukowaniem. Realizacja wydruku jest teraz możliwa dopiero po przyłożeniu identyfikatora do drukarki. Pełne analizy dotyczące zużycia papieru po wprowadzeniu nowego rozwiązania będą dostępne w kolejnym raporcie.

7.3. Eko transport w Idea Banku

Idea Bank posiada flotę samochodów służbowych dla pracowników oraz samochody pełniące rolę mobilnych wpłatomatów. Monitorowane jest zużycie paliwa, liczba przejechanych kilometrów. Zachęcamy pracowników do jazdy w sposób zrównoważony, co pozwoli nie tylko na wprowadzenie oszczędności w związku z mniejszym zużyciem paliwa, ale również zminimalizować może wpływ na środowisko. Wśród planów na kolejny rok jest wprowadzenie szkoleń dla pracowników korzystających z samochodów służbowych, np. z eco-drivingu.

Wpływ floty samochodowej na środowisko	Jednostki	2016			2017		
		IB	IM	TC	IB	IM	TC
Całkowita liczba przejechanych kilometrów							
Benzyna	km	3 793 835	1 661 447	1 446 862	2 945 779	1 864 905	1 487 142
ON	km	719 624	355 000	177 846	760 272	270 000	128 886
Całkowite zużycie paliwa							
Benzyna	litr	288 234	120 896	97 415	292 856	132 326	82 614
ON	litr	56 287	27 429	15 515	90 801	21 245	15 175

Mobilne wpłatomaty to nowość na polskim rynku finansowym. Jeżdżąc codziennie po ulicach 20 największych polskich miast są dużym ułatwieniem dla klientów. Pozwalają na bezpieczne ulokowanie pieniędzy na firmowym koncie bez konieczności chodzenia do wpłatomatu czy oddziału banku. Całodzienne wykorzystywanie wpłatomatów to także duże zużycie paliwa i wpływ na środowisko naturalne. Obecnie w całej Polsce jeździ 37 pojazdów Idea Banku. Samochody są w ciągłym ruchu, dlatego najlepszym rozwiązaniem byłoby wykorzystywanie samochodów elektrycznych. Niestety nie jest to jeszcze możliwe z dwóch powodów – mała liczba stacji ładowania oraz długi czas ładowania. Wpłatomaty mobilne powstały z myślą o bezpieczeństwie naszych klientów i to właśnie bezpieczeństwo i punktualność jest dla nas i dla naszych klientów najważniejsze.

Indeks wskaźników GRI

Wskaźnik GRI G4	SDGs*	WSKAŹNIKI PROFILOWE	Numer strony/wyjaśnienie
G4-1		Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii.	3-4
Profil organizacyjny			
G4-3		Nazwa organizacji	Idea Bank S.A.
G4-4		Główne marki, produkty i/lub usługi	8-9
G4-5		Lokalizacja siedziby głównej organizacji	Warszawa, ul. Przyokopowa 33
G4-6		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	Grupa Idea Bank prowadzi działalność na terenie Polski
G4-7		Forma własności i struktura prawna organizacji	Spółka akcyjna
G4-8		Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	Grupa Idea Bank prowadzi działalność na terenie Polski
G4-9		Skala działalności	10-11
G4-10	5	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju, umowy o pracę i regionu w podziale na płeć	39-40
G4-11		Procent pracowników objętych umowami zbiorowymi	Pracownicy spółek Grupy nie są objęci umowami zbiorowymi
G4-12		Opis łańcucha dostaw	12
G4-13		Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	5
G4-14		Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	13-14; Opis Systemu Zarządzania Ryskiem w Sprawozdaniu Zarządu z działalności GK Idea Bank za 2017 rok, s. 49-62; 110-112
G4-15		Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	14
G4-16		Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych//międzynarodowych organizacjach	14
Identyfikacja istotnych aspektów i ich granic			
G4-17		Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	5
G4-18		Proces definiowania treści raportu	5-6
G4-19		Materialne aspekty zidentyfikowane w toku procesu definiowania raportu	7
G4-20		Istotność aspektu wewnątrz organizacji	7
G4-21		Istotność aspektu na zewnątrz organizacji	7
G4-22		Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu (np. fuzje, przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakteru działalności, metod pomiaru)	Jest to pierwszy raport Grupy Idea Bank.
G4-23		Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	Jest to pierwszy raport Grupy Idea Bank.
Zaangażowanie interesariuszy			
G4-24		Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	6
G4-25		Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy angażowanych przez organizację	6
G4-26		Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	6

G4-27		Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	6-7
Profil raportu			
G4-28		Okres raportowania	1.01.2017-31.12.2017
G4-29		Data publikacji ostatniego raportu	Jest to pierwszy raport Grupy Idea Bank.
G4-30		Cykl raportowania	Roczny cykl raportowania
G4-31		Osoba kontaktowa w sprawie raportu i działań CSR	Magdalena Pachulska, Ekspert ds. CSR, mail: magdalena.pachulska@ideabank.pl
G4-32		Indeks GRI	52-55
G4-33		Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu. Jeśli nie zawarto takich danych w niezależnym raporcie poświadczającym, wyjaśnienie zakresu i podstaw zewnętrznej weryfikacji oraz relacji pomiędzy organizacją i zewnętrznym podmiotem poświadczającym	Raport nie został poddany weryfikacji pod względem zawartości danych niefinansowych. Niezależna firma audytorska sprawdziła raport pod kątem wymogów wynikających z Ustawy o zmianie ustawy o rachunkowości.
G4-34		Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za strategię i działania związane z wpływem organizacji w obszarze ekonomicznym, społecznym i środowiskowym	Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Idea Bank za 2017 rok, s. 102-106
Etyka i integralność			
G4-56	16	Wartości organizacji, zasady, kodeks i normy zachowań i etyki	15-17
G4-57	16	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy umożliwiające uzyskanie porad dot. zachowań w kwestiach etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji	17-19; 45-46
G4-58	16	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy umożliwiające sygnalizowanie nieetycznych lub niezgodnych z prawem zachowań oraz spraw związanych z integralnością organizacji	17-19; 45-46
Wskaźnik GRI G4	SDGs	WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE	Numer strony/wyjaśnienie
EKONOMICZNE			
Aspekt: Wyniki ekonomiczne banku			
G4-EC1		Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielonych zysków oraz wypłat dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych	10
Aspekt: Pośredni wpływ ekonomiczny			
G4-EC8		Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny, w tym skala tego wpływu	33-34
ŚRODOWISKOWE			
Aspekt: Materiały i surowce			
G4-DMA		Podjęcie do zarządzania aspektem Wpływ na środowisko	48-50
G4-EN1	12	Wykorzystane materiały według wagi i objętości	49
G4-EN3		Bezpośrednie i pośrednie zużycie energii przez organizację	50
Aspekt: Woda			
G4-EN8		Zużycie wody w organizacji	50
Aspekt: Śmieci i odpady			
G4-EN23		Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	50
Aspekt: Transport			
G4-EN30	12	Znaczący wpływ na środowisko wywierany przez transport produktów i innych dóbr oraz materiałów, z których korzysta organizacja w swej działalności oraz transport pracowników	51

SPOŁECZNE: PRAKTYKI ZATRUDNIENIA I GODNEJ PRACY			
Aspekt: Skala zatrudnienia i zapewnianie miejsc pracy			
G4-LA1		Procent nowozatrudnionych pracowników, odejść oraz wskaźnik fluktuacji pracowników według grup wiekowych, płci i regionu	41
Aspekt: Benefity dla pracowników i ich rodzin			
G4-LA2	5	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin, wg głównych jednostek organizacyjnych	44
Aspekt: Edukacja i szkolenia pracowników			
G4-DMA		Podjęcie do zarządzania aspektem Edukacja i szkolenia pracowników	41-43
G4-LA9	5	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według płci i struktury zatrudnienia	42-43
G4-LA10		Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę	42-43
G4-LA11		Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia	43-44
Aspekt: Różnorodność i równość szans w miejscu pracy, w tym równe wynagradzanie kobiet i mężczyzn			
G4-DMA		Zarządzanie różnorodnością	40
G4-LA12	5	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	40
SPOŁECZNE: PRAWA CZŁOWIEKA			
Aspekt: Inwestycje			
G4-HR2	16	Całkowita liczba godzin szkoleniowych pracowników w zakresie polityk poszanowania praw człowieka lub procedur uwzględniających aspekty praw człowieka, które mają znaczenie dla działalności organizacji, w tym również procent przeszkolonych pracowników	20
Aspekt: Przeciwdziałanie dyskryminacji			
G4-HR3	5 16	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji i działania naprawcze podjęte w tej kwestii	47
wskaźnik własny	16	Całkowita liczba przypadków mobbingu i podjęte działania	47
SPOŁECZNE: SPOŁECZEŃSTWO			
Aspekt: Przeciwdziałanie korupcji			
G4-DMA		Podjęcie do zarządzania aspektem „Przeciwdziałanie korupcji”	15-20
G4-SO4	16	Szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji	20
G4-SO5	16	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie	20
G4-SO8	16	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	26
SPOŁECZNE: ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT			
Kluczowe aspekty: Etyczna komunikacja marketingowa i rzetelne, zrozumiałe dla klientów informowanie o produktach i usługach			
G4-DMA		Znakowanie produktów	25
G4-PR4		Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach, według skutków	26
G4-DMA		Jakość obsługi klientów i poziom ich satysfakcji	28-31
G4-PR5		Wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta	29-30
Aspekt: Komunikacja marketingowa			

G4-DMA		Podjęcie do zarządzania aspektem Etyczna komunikacja marketingowa i rzetelne, zrozumiałe dla klientów informowanie o produktach i usługach	26-27
G4-PR7		Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnym kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu, wg rodzaju skutków	26
Aspekt: Prywatność klientów			
G4-DMA		Podjęcie do zarządzania aspektem Prywatność klientów	27-28
G4-PR8		Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych	28
Wskaźniki suplementu dla branży finansowej i wskaźniki własne			
wskaźnik własny	16	Liczba zgłoszeń na gwizdek i rodzaje zgłaszanych spraw	18
wskaźnik własny		Podjęcie do zarządzania reklamacjami klientów	31-32
wskaźnik własny		Wskaźnik reklamacji i odpowiedzi na reklamacje klientów	32
wskaźnik własny	8 9	Nowe produkty dla klientów, innowacje	35-36
G4-FS13		Punkty dostępu na terenach słabo zaludnionych i słabiej rozwiniętych gospodarczo	10; 24-25
G4-FS14	8 9	Inicjatywy podjęte w celu poprawy dostępu do usług finansowych dla osób defaworyzowanych	24-25
G4-FS15		Polityki zapewniające uczciwe projektowanie i sprzedaż produktów i usług finansowych	25-26
G4-FS16	4 9	Inicjatywy mające na celu edukację finansową według typu odbiorców	36-37
wskaźnik własny		Formy komunikacji z klientem - bankowość mobilna i internetowa	11; 24-25
wskaźnik własny	4 9	Zaangażowanie społeczne i wspieranie społeczności lokalnych	35-37; 44

*SDGs, tj. z ang. Sustainable Development Goals. 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju na lata 2016-2030 przyjęte przez Organizację Narodów Zjednoczonych w 2015 roku. Cele te określają globalne wyzwania, przed którymi stoi świat. Grupa Kapitałowa Idea Bank wspiera ich realizację w kluczowych obszarach.