

Zarząd
Banku Ochrony Środowiska S.A.

**Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy
Banku Ochrony Środowiska S.A.**

Informacja dotycząca wydatków poniesionych w 2022 r. na: reprezentację, usługi prawne, marketing oraz w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej, a także usług doradztwa związanego z zarządzaniem.

Zgodnie z zapisem zawartym w § 1. Uchwały Nr 35/2017 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Banku Ochrony Środowiska S. A. z dnia 6 czerwca 2017 r., Zarząd Banku zobowiązany jest do przedkładania Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy, zaopiniowanego przez Radę Nadzorczą Banku, sprawozdania o wydatkach reprezentacyjnych, a także wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usług doradztwa związanego z zarządzaniem.

W 2022 r. łącznie w wymienionych obszarach Bank poniósł wydatki na poziomie 15,8 mln zł, tj. o + 12% więcej niż w 2021 r. Największy wzrost wydatków dotyczył marketingu i komunikacji społecznej + 56% r/r. Niższe o - 48% r/r wydatki poniesione zostały na usługi doradcze. Poniżej zaprezentowane zostały poszczególne pozycje wydatków w każdym z analizowanych obszarów:

1. REPREZENTACJA – na reprezentację poniesiono koszty w łącznej kwocie 471,7 tys. zł, przede wszystkim na:

- Spotkania promocyjne z partnerami biznesowymi i klientami Banku oraz potencjalnymi klientami, konferencje, a także spotkania z ekspertami;
- Udział w organizacji konferencji " BOŚ o kondycji światowych gospodarek";
- Spotkanie biznesowe z klientami, potencjalnymi klientami oraz ekspertami typu Śniadanie lub Obiad biznesowy;
- Udział w warsztatach „Biznes dla klimatu”;
- Zakup materiałów upominkowych i prezentów dla klientów Banku, w tym zakup zestawów świątecznych oraz paczek dla partnerów biznesowych, zakup kwiatów i książek dla klientów ważnych;
- Obsługę WZA, posiedzeń Rady Nadzorczej i Zarządu Banku.

2. USŁUGI PRAWNE – na usługi prawne poniesiono koszty w łącznej kwocie 6 593,4 tys. zł, przy czym należy wskazać koszty obsługi prawnej:

- Centrali Banku, w zakresie bieżącej działalności oraz prowadzenia spraw sądowych (z Bankiem współpracowało 8 kancelarii prawnych - ryczałt);
- związanej z działalnością windykacyjną Banku (obsługę świadczyły 3 kancelarie prawne na podstawie umów o świadczenie usług doradztwa prawnego - ryczałt);
- sieci sprzedaży biznesowej – Centra Biznesowe (obsługę świadczyło 11 kancelarii prawnych, na podstawie umów o świadczenie usług doradztwa prawnego - ryczałt);
- komórek organizacyjnych Banku, w sprawach wymagających wiedzy specjalistycznej lub znajomości/uprawnień do świadczenia obsługi prawnej pod prawem obcym, w szczególności w zakresie prawa Anglii i Walii w odniesieniu do transakcji kredytowych prowadzonych z elementem crossborderowym, opinii odnoszących się do zagadnień związanych z postępowaniami sądowymi w zakresie kredytów i pożyczek powiązanych z walutą obcą, a także rozstrzygających zagadnienia dotyczące AML (Anti Money Laundering);
- prowadzenia spraw spornych przed sądami powszechnymi, w tym dotyczących (i) dystrybucji certyfikatów inwestycyjnych, (ii) kredytów i pożyczek hipotecznych powiązanych z walutą obcą oraz postępowania administracyjnych.

3. MARKETING – na usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej poniesiono koszty w łącznej kwocie 7 247,8 tys. zł, przede wszystkim na:

- Reklamę produktów bankowych w środkach masowego przekazu, głównie w internecie, a także w radio i prasie. Główne kampanie produktowe dotyczyły kredytu obrotowego dla firm w ramach programu Polski Ład, inicjatywy ELENA dla firm i samorządów, a w przypadku klientów detalicznych: Kredytu Czyste Powietrze, pożyczek gotówkowych („Portfel Zapasowy” i „Zimowy Czas”), Ekologicznego kredytu hipotecznego, EKOkredytów „Energia ze Słońca” i „Pożyczka Zielona”, EKOkonta oszczędnościowego oraz EKOkolat Promocyjnych, w tym promocji „Las Oszczędności” połączonej z akcją sadzenia drzew z Lasami Państwowymi. Dla wybranych produktów siedmiokrotnie wyklejono witryny oddziałów foliami reklamowymi;
- Prowadzenie kampanii PR (w tym także w mediach społecznościowych) dla produktów banku, m.in.: Kredyt Czyste Powietrze, program „Mój elektryk”, akcja „Las Oszczędności”, unijna inicjatywa ELENA, program „Bezcenne Chwile”, Wakacje kredytowe, EKOkonto oszczędnościowe, pożyczka gotówkowa „Zimowy Czas”, gwarancja ubezpieczeniowa (BOŚ-KUKE), „Pożyczka Zielona”, EKOkolata gwiazdkowa;
- Prowadzenie komunikacji dotyczącej „Strategii Banku na lata 2021-2023”, inicjatyw strategicznych, strategii kultury organizacyjnej oraz wartości BOŚ;
- Organizację drugiej edycji konferencji „Idea-Biznes-Klimat”, której celem była merytoryczna dyskusja o roli przedsiębiorstw w przeciwdziałaniu zagrożeniom związanym ze zmianami klimatu oraz pokazanie wzajemnych oddziaływań pomiędzy procesami klimatycznymi i biznesowymi. Wydarzenie pod patronatem MKiŚ, NFOŚiGW oraz ZBP;
- Organizację wydarzenia „Mój elektryk podsumowanie pierwszego roku wdrażania” z udziałem przedstawicieli instytucji związanych z programem: MKiŚ, NFOŚiGW oraz partnerów programu - przedstawicieli 23 firm leasingowych;
- Promocję Banku na najważniejszych wydarzeniach ekologicznych i branżowych, takich jak: XIV Europejski Kongres Gospodarczy, XXXI Forum Ekonomiczne w Karpaczu, Precop27, Kongres 590, Europejski Kongres Finansowy, II Kongres ESG Polska Moc Biznesu, Konferencja Stowarzyszenia Polskich Skarbników Korporacyjnych; a także mniejszych, takich jak: Banking Forum, Euro&Oze Power, Kongres Nowej Mobilności, Green Gas Poland, Forum Miasteczek Polskich. W sumie eksperci banku wzięli udział w 113 kongresach i konferencjach, podczas których

wypowiadali się w sprawach dotyczących transformacji energetycznej i finansowania inwestycji ekologicznych, ESG i zrównoważonego rozwoju oraz programów i narzędzi wsparcia dla samorządów, miast i regionów;

- Aranżowanie wywiadów i publikacji eksperckich w najważniejszych mediach ogólnopolskich zajmujących się tematyką ekonomiczno-finansową, bankową oraz dot. ESG i zrównoważonego rozwoju, m.in. w Dzienniku Gazecie Prawnej, Rzeczpospolitej, Pulsie Biznesu, Banku, Gazecie Finansowej, Forbes, zarówno w formie drukowanej jak i elektronicznej, a także w wielu innych serwisach, takich jak m. in. wnp.pl, Teraz Środowisko czy Wysokie Napięcie;
- Organizację cyklu śniadań biznesowych dla klientów korporacyjnych Centrów Biznesowych z udziałem głównego ekonomisty, inżynierów ekologów oraz przedstawicieli jednostek biznesowych;
- Organizację konkursów dla klientów „Blikomania” oraz „Mastercard Bezcenne Chwile – 8000 pkt na start”;
- Sponsoring przedsięwzięć społecznych i ekologicznych m.in.: konferencji „Our Future Forum”, koncertu charytatywnego Fundacji Dla Transplantacji „Zostaw serce na ziemi”, konkursu historycznego Fundacji „Patria Nostra”, cyklu filmowego SPIUG „Poradnik antysmogowy dla właścicieli domów”;
- Przygotowanie materiałów filmowych: 3 wywiadów z inżynierami ekologami w cyklu „Ekonomia i ekologia”, filmu pilotażowego z udziałem pracowników Dep. Polityki Ekologicznej otwierającego cykl filmów-testymonialii prezentujących inwestycje ekologiczne klientów korporacyjnych BOŚ oraz filmów promujących ofertę zielonych produktów dla firm (kredyt inwestycyjny na OZE, kredyt inwestycyjny EKOoszczędny, kredyt dla deweloperów, kredyt na termomodernizację, grant ELENA). Wykorzystanie materiałów na portalu Banku „Przystanek Ekologia”, w mediach społecznościowych, na targach i konferencjach.
- Opracowanie graficzne Raportu ESG, udział Banku w Międzynarodowych Targach Ochrony Środowiska POLECO;
- Przygotowanie materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, bannery internetowe, roll-upy, one pagery) dla produktów bankowych, m.in.: Kredyt Czyste Powietrze, pożyczki gotówkowe, Ekologiczny kredyt hipoteczny, Pożyczka Zielona, EKO kredyt PV "Energia ze Słońca", EKOpóżyczek "EKomobilni" i "Przejrzysta pożyczka", EKOkonto oszczędnościowe, EKOkarty Promocyjne, kredyt obrotowy dla firm w ramach Polskiego Ładu, inicjatywa ELENA. Przygotowano także ulotkę „Pomoc Ukrainie – znosimy opłaty za przelewy”;
- Przygotowanie materiałów reklamowych oraz gadżetów, które wykorzystywane są do budowy dobrych relacji z klientami banku, m.in.: kalendarzy ściennych i książkowych, doniczek z roślinami, toreb do segregacji śmieci, pojemników wielokrotnego użytku (butelek, kubków termicznych), notesów korkowych, głośników w drewnianej obudowie. Większość materiałów została przekazana do Centrów Biznesowych i Oddziałów;
- Badanie marketingowe Tajemniczy Klient - cykliczna analiza jakości obsługi w placówkach Banku;
- Organizację akcji specjalnych (np. „BOŚ przyjazny zwierzętom”) oraz konkursów dla klientów i pracowników;
- Budowanie wizerunku BOŚ jako instytucji finansowej kluczowej dla zapewnienia finansowania inwestycji proekologicznych przyczyniających się do prawidłowego rozwoju kraju, stosującego innowacyjne rozwiązania;
- Kształtowanie pożądanego postrzegania BOS w poszczególnych grupach docelowych, uwzględniające zasady transparentności i zrównoważonego rozwoju;
- Umacnianie pozytywnych relacji z interesariuszami BOŚ poprzez zapewnienie efektywnej komunikacji kluczowych dla Banku procesów;
- Budowanie społecznej świadomości dotyczącej konieczności rozwoju działań proekologicznych i skierowanych na ochronę środowiska poprzez akcje edukacyjne i wolontariat (sadzenie lasu, Operacja Czysta Rzeka, program – Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży BAKCYL);
- Ochrona reputacji Banku, w tym równoważenie wpływu komunikacji innych podmiotów na temat BOŚ;

- Prowadzenie aktywnej komunikacji poprzez media społecznościowe oraz rozwijanie społeczności skupionej wokół marki BOŚ na portalach: Facebook, Twitter, LinkedIn oraz YouTube;
- Spotkania projektowe, spotkania informacyjne/wynikowe, konkursy wpływające na identyfikację pracowników z firmą poprzez sprawną i efektywną komunikację wewnętrzną;
- Koordynację funkcjonujących w Banku sekcji sportowych;
- Prowadzenie wewnętrznego portalu intranetowego i redagowanie wewnętrznego mailingu skierowanego do pracowników BOŚ;
- Realizowanie wewnętrznych kampanii informacyjnych, m. in.: plakaty, ulotki, ogłoszenia w intranecie;
- Organizowanie wydarzeń wewnętrznych dla pracowników, w tym m.in.:
 - spotkania świątecznego – Wigilia BOŚ. Celem tego wydarzenia jest umacnianie relacji w zespołach oraz między KOC, poprawienie atmosfery w organizacji oraz budowanie pozytywnego wizerunku Banku w oczach pracowników;
 - spotkania szkoleniowo – integracyjnego, którego głównym założeniem jest budowanie lub umocnienie relacji z współpracownikami oraz przełożonymi, poprawienie atmosfery w organizacji oraz umocnienie lojalności wobec BOŚ.

4. DORADZTWO – na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem poniesiono koszty w łącznej kwocie 1 489,4 tys. zł, przede wszystkim na:

- Doradztwo przy opracowaniu założeń modelu oceny ryzyka przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu (AML);
- Doradztwo w zakresie kredytów CHF;
- Analiza wymogów nowej rekomendacji R KNF oraz do wymagań wytycznych EBA/GL/2016/07;
- Usługi doradcze w celu przeprowadzenie ratingu ESG za 2021 r, - ocena ryzyka oraz konsultacje;
- Doradztwo w zakresie księgowym dot. konsolidacji spółek grupy kapitałowej;
- Doradztwo w zakresie projektu przebudowy IFRS9-wycena należności kredytowych;
- Wsparcie przy wdrożeniu oprogramowania systemu w modelu udostępniania oprogramowania w chmurze tj. Software as a service (SaaS);
- Wsparcie oraz doradztwo przy opracowaniu Grupowego Planu Naprawy;
- Badanie śródroczne i roczne sprawozdań finansowych Banku;
- Badanie sprawozdania finansowego za 2022 oraz blokowe tagowanie not informacyjnych do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za 2022;
- Doradztwo podatkowe o charakterze ciągłym;
- Przegląd rozliczeń z tytułu podatku CIT za 2020 r;
- Dostęp do raportów płacowych, wskaźników efektywnościowych w obszarze HR oraz dostęp do informacji aktuarialnych;
- Ranking wynagrodzeń w sektorze bankowym oraz benchmarking płac;
- Wsparcie przy opracowaniu strategii Employer Branding;
- Ocena sprawozdania o wynagrodzeniu Rady Nadzorczej i Zarządu Banku za 2021 rok;
- Zakup konsultacji informatycznych dla projektu FRONT OFFICE;
- Konsultacje i zakup praw autorskich do przygotowania zapytań SQL dot. DEF3000/TR vs syst. KONDOR+ oraz konsultacje w przygotowaniu zapytań SQL do projektu FRONT OFFICE i wdrożeniu systemu KONDOR+;
- Wykonanie testu prywatnego inwestora;
- Doradztwo prawne oraz wykonanie audytu prawnego;
- Zakup kwartalnych raportów dot. polskiego rynku energii.