

Zarząd  
Banku Ochrony Środowiska S.A.

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

**Informacja dotycząca wydatków poniesionych w 2025 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 usługi doradztwa związanego z zarządzaniem.

W 2025 r. w wymienionych łącznie obszarach Bank poniósł wydatki na poziomie 15,9 mln zł, tj. o + 11 % więcej niż w 2024 r. Największy wzrost wydatków dotyczył kosztów w zakresie marketingu oraz w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej + 86 % r/r., koszty w zakresie funduszu reprezentacyjnego wzrosły o +21 % r/r, wydatki na doradztwo wzrosły o +15 % r/r, zaś wydatki na usługi prawne spadły o - 33% r/r. Poniżej zaprezentowane zostały poszczególne pozycje wydatków w każdym z analizowanych obszarów:

**1. REPREZENTACJA – na reprezentację poniesiono koszty w łącznej kwocie 1 096,9 tys. zł, przede wszystkim na:**

- Spotkania promocyjne z partnerami biznesowymi i klientami Banku oraz potencjalnymi klientami, a także spotkania z ekspertami;
- Usługi cateringowe podczas spotkań z klientami Banku, w tym z klientami korporacyjnymi oraz strategicznym;
- Obsługa gastronomiczna podczas weekendów wdrożeniowych;
- Spotkanie biznesowe z klientami, potencjalnymi klientami oraz ekspertami typu breakfast or lunch meeting;
- 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 cateringową WZA, posiedzeń Rady Nadzorczej i Zarządu Banku.

Wzrost kosztów na reprezentację RdR o 188 tys. PLN (+21%) wynika głównie ze wzrostu wydatków na usługi gastronomiczne o 254,6 tys. zł. (+72%).

## **2. DORADZTWO – na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem poniesiono koszty w łącznej kwocie 2 515,1 tys. zł,**

Główne koszty dotyczyły przede wszystkim doradztwa w obszarze regulacyjnym i obejmowały pierwsze 4-y wydatki, a więc :

- Dostosowanie Banku do wymogów rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2554 z 14.12.2022 w sprawie operacyjnej odporności cyfrowej sektora finansowego - „Rozporządzenie DORA” oraz wsparcie Banku w negocjacjach z zew. dostawcami usług ICT – **691,2 tys. zł;**
- Opracowanie podręcznika przeprowadzenia skutecznej restrukturyzacji i uporządkowanej likwidacji do celów strategii przeniesienia (EBA/GL/2022/11) – **299 tys. zł;**
- Doradztwo w opracowaniu nowej strategii IT na lata 2025-2027 – **238 tys. zł;**
- Usługi doradcze w zakresie wdrożenia zasad raportowania zrównoważonego rozwoju wg Dyrektywy CSRD (2022/2464) i Rozporządzenia ESRS (2023/2772). Realizacja prac zgodnie z wymogami ESRS – **150 tys. zł;**

Pozostałe wydatki doradcze kształtowały się jednorazowo w granicach od ok. 130 tys. zł, do ok. 7 tys. zł, i obejmowały przede wszystkim:

- Analizę dokumentacji i opracowanie scenariuszy testowych na rzecz Projektu ISO20022;
- Doradztwo w zakresie aktualizacji analizy luki dot. zmian wprowadzanych przez Rozporządzenie CRR3 w obszarze ryzyka operacyjnego oraz arkusza przeliczeniowego w obszarze kalkulacji wymogu kapitałowego na ryzyko operacyjnego, na podstawie finalnych wymagań zewnętrznych;
- Doradztwo podatkowe o charakterze ciągłym;
- Usługi w zakresie wypracowania podejścia do oceny wiarygodności i zdolności kredytowej przedsiębiorstw w ramach programu Czyste Powietrze;
- Usługi w zakresie przygotowania założeń i propozycji podejścia do oceny zdolności kredytowej specjalistów na potrzeby planowanego pilotażu;
- Usługi doradcze w zakresie przeglądu podejścia do zarządzania limitami koncentracji;
- Dostęp do raportów płacowych, wskaźników efektywnościowych w obszarze HR oraz dostęp do informacji aktuarialnych;
- Ranking wynagrodzeń w sektorze bankowym oraz benchmarking płac;
- Zakup raportu "Gospodarka Wodna i Ochrona Wód w Polsce";
- Zakup kwartalnych raportów dot. polskiego rynku energii.

## **3. USŁUGI PRAWNE – na usługi prawne poniesiono koszty w łącznej kwocie 4 769,8 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 8 kancelarii prawnych, na podstawie umów o świadczenie usług doradztwa prawnego - ryczałt);
- Komórek organizacyjnych Banku, w sprawach wymagających wiedzy specjalistycznej m.in.: w zakresie postępowania prowadzonego przez Prezesa UOKiK, doradztwa prawnego przy sporządzaniu dokumentacji w związku z emisją obligacji;

- Prowadzenia spraw spornych przed sądami powszechnymi, w tym dotyczących:
  - dystrybucji certyfikatów inwestycyjnych;
  - prawa pracy;
  - kredytów i pożyczek hipotecznych powiązanych z walutą obcą oraz postępowań sądowo-administracyjnych.

Koszty poniesione w 2025 r. na usługi prawne są niższe niż w 2024, z uwagi na mniejszą liczbę pozwów dot. kredytów hipotecznych denominowanych oraz przekazywanie spraw sądowych do prowadzenia kancelariom B2B (wynagrodzenie ryczałt) oraz radcom prawnym zatrudnionym na podstawie umowy o pracę.

#### **4. MARKETING – na usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej poniesiono koszty w łącznej kwocie 7 517,8 tys. zł, na:**

- 4a.** Działania Marketingowe – DMK z kosztami w łącznej wysokości **5 983,8 tys. zł**, gdzie głównym wydatkiem są koszty z domem mediowym pn. **"RL MEDIA SP. Z O.O. SP.K"** poniesione w 2025 roku w łącznej kwocie **4 379,5 tys. zł**, w związku z podpisaną umową na **5 mln zł**.

Wydatki na działania Marketingowe w DMK obejmowały przede wszystkim:

- Reklamę produktów bankowych w środkach masowego przekazu:  
BOŚ w 2025 roku zrealizował poprzez szereg działań marketingowych, których celem było budowanie świadomości marki oraz generowanie leadów sprzedażowych. Działania obejmowały kampanie w modelu 360°, z wykorzystaniem mediów zarówno off line, jak i online, skierowane do różnych grup klientów. Ubiegły rok był szczególny, gdyż po długiej nieobecności bank powrócił z komunikacją do telewizji. Kampanie w emitowane były w stacjach głównych Polsat, TVN oraz tematycznych. Promowano Ekologiczny Kredyt Hipoteczny oraz konta oszczędnościowe. Wyemitowano 7,6 tys. billboardów sponsorskich, które dotarły do 77% osób w wieku 16+ przynajmniej raz. Stanowiło to istotny krok w budowaniu świadomości marki wśród odbiorców. W komunikacji marketingowej wykorzystano także kanały cyfrowe, jak i tradycyjne nośniki zewnętrzne oraz aktywności o zasięgu lokalnym.

- W segmencie klientów detalicznych promowano:

**Ekologiczny kredyt hipoteczny**, który w 2025 roku był produktem objętym najszerszym zestawem działań marketingowych. W zakresie kanałów cyfrowych prowadzono kampanie w mediach społecznościowych za pośrednictwem platformy Meta, realizowano działania z zakresu Search Engine Marketing (SEM), kampanie Performance Max (Pmax) oraz działania z obszaru Search Engine Optimization (SEO) i reklamy programatycznej (Programmatic). Produkt był promowany również w sieci afiliacyjnej, obejmującej porównywarki finansowe, w portalu ogłoszeniowym, a także wykorzystano mailing afiliacyjny. W ramach działań offline produkt promowany był na siatce wielkoformatowej oraz w telewizji. Uzupełnieniem działań ogólnopolskich były aktywności o charakterze lokalnym (m.in. targi), przeprowadzone w takich miastach jak Gliwice, Lublina i Rzeszów;

Działania marketingowe dla **Pożyczki gotówkowej "Elastyczna"** charakteryzowały się zróżnicowanym podejściem zarówno do wyboru kanału komunikacji, uwzględniając sezonowość potrzeb potencjalnych klientów. W warstwie cyfrowej prowadzono kampanie SEM, Pmax oraz działania w mediach społecznościowych Meta, a komunikację uzupełniał mailing afiliacyjny. W ciągu roku zrealizowano trzy odrębne kampanie tematyczne nawiązujące do cyklu kalendarzowego: Kampanię Wakacyjną, Kampanię Szkoła oraz Kampanię Święta Bożego Narodzenia;

**Konto oszczędnościowe** było promowane z wykorzystaniem kanałów cyfrowych obejmujących SEM oraz afiliację w formie porównywarki finansowej. W zakresie działań offline zastosowano reklamę zewnętrzną OOH w postaci siatki wielkoformatowej. Podobnie jak w przypadku Ekologicznego kredytu hipotecznego, konto był objęty kampanią telewizyjną w postaci emisji billboardów sponsorskich w ogólnopolskich i tematycznych stacjach telewizyjnych;

Dla produktu **Konto oszczędnościowe "Cyfrowy Zysk"** zastosowano zestaw kanałów cyfrowych obejmujący kampanie Pmax, działania w mediach społecznościowych Meta, SEM oraz mailing afiliacyjny. Produkt był promowany również poprzez afiliację w formie porównywarki finansowej. Działania marketingowe dla **Pożyczki Zielonej** realizowane były za pośrednictwem kanałów cyfrowych: SEM, kampanii w serwisie Meta, mailingu afiliacyjnego oraz Pmax;

Dla produktów takich jak **Pożyczka w koncie, Kredyt z premią BGK, Konto bez kosztów, Lokaty** działania marketingowe prowadzone były wyłącznie w kanale SEM. Wymienione produkty objęte były wyłącznie obecnością w płatnych wynikach wyszukiwania;

W 2025 roku działania objęły również produkty skierowane do klientów z segmentu mikroprzedsiębiorstw. W przypadku **Kredytu obrotowego dla lekarzy** wykorzystano kanały cyfrowe obejmujące SEM, kampanie w serwisie Meta oraz reklamę programatyczną. Dodatkowo komunikację uzupełniał mailing afiliacyjny oraz obecność na specjalistycznym portalu medycznym, umożliwiającym targetowanie do precyzyjnie zdefiniowanej grupy zawodowej;

Dla **Konta elastycznego** działania marketingowe prowadzone były w SEM;

- W segmencie dla klientów MŚP, JST, Korpo, wsparcia reklamowego udzielono produktom, które wspierają zieloną transformację w kraju. Promowano preferencyjne finansowanie przedsięwzięć w OZE, podnoszenie efektywności energetycznej czy mobilność miejską, które oferują **Pożyczki unijne**. Produkty te dystrybuują środki z Programów Regionalnych edycji 2021-27. BOŚ uzyskał możliwość ich oferowania na mocy umów z Bankiem Gospodarstwa Krajowego oraz Europejskim Bankiem Inwestycyjnym. Wsparcia marketingowego udzielono 18 pożyczkom unijnym z województw: lubelskiego, podlaskiego, podkarpackiego, małopolskiego, śląskiego, dolnośląskiego, wielkopolskiego, zachodniopomorskiego i mazowieckiego. Prowadzono kampanie SEM oraz działania w mediach społecznościowych we wszystkich województwach, dodatkowo wykorzystano mailing i reklamy radiowe (np. woj. małopolskie i podlaskie);
- Pozostałe działania marketingowe obejmowały:
  - a. Przygotowanie materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, bannery internetowe, roll-upy, one pagery, spoty reklamowe ) dla produktów bankowych,
  - b. Przygotowanie materiałów reklamowych oraz gadżetów, które wykorzystywane są do budowy dobrych relacji z klientami banku,
  - c. Wsparcie działań w obszarze marketingu lokalnego Centrów Biznesowych i Oddziałów m.in. , zrealizowano 10 spotkań z potencjalnymi i obecnymi klientami w formule śniadań biznesowych w Łodzi, Lublinie, Białymstoku, Gdańsku, Poznaniu, Rzeszowie, Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Szczecinie,
  - d. Przeprowadzenie badań marketingowych Tajemniczy Klient - cykliczna analiza jakości obsługi w placówkach Banku.

**4b. Działania Public Relation – BKO** z kosztami w łącznej wysokości **1 534 tys. zł**, gdzie głównymi wydatkami są koszty na **Fundację Instytutu Studiów Wschodnich** w wysokości **278,2 tys. zł**, oraz na **Związek Banków Polskich** w kwocie **202,7 tys. zł**.

Wydatki na działania public relations w BKO obejmowały przede wszystkim:

- Zaangażowanie Banku w promowanie zrównoważonego rozwoju i wspieranie zielonej transformacji w całej Polsce zarówno w większych jak i mniejszych miejscowościach;

- Monitorowanie publikacji i wpływu komunikacji innych podmiotów na temat Banku - ochrona reputacji Banku;
- Aktywne uczestnictwo w dialogu na temat zrównoważonego rozwoju i wspieranie zielonej transformacji w Polsce;
- Działania sponsoringowe ukierunkowane na promocję sportu, kultury, edukacji i ekologii;
- Kreowanie eksperckiego wizerunku, promocja Banku i udział przedstawicieli BOŚ:
  - **w najważniejszych wydarzeniach branżowych**, m.in. takich jak: Europejski Kongres Gospodarczy w Katowicach, Forum Ekonomiczne w Karpaczu, IMPACT w Poznaniu, Baltic Business Forum w Świnoujściu, Forum Bezpieczeństwa Europy Środkowej i Wschodniej w Warszawie, 3. Międzynarodowe Forum Gospodarczo-Energetyczne Zakątek Świętokrzyski, Our Future Forum w Warszawie.
  - **w konferencjach samorządowych**: Europejski Kongres Samorządów Mikołajki, Konferencja KOWR w Bydgoszczy, Europejski Szczyt Demokracji Lokalnej w Gnieźnie, Spotkanie z samorządami w Ostrowi Mazowieckiej, Spotkanie w MKIŚ: Wsparcie działań adaptacyjnych dla Polski Wschodniej, Common Future w Poznaniu, Forum Wójtów, Burmistrzów i Prezydentów Małopolski w Krakowie, Samorządowe Forum Kapitału i Finansów w Katowicach, Local Trends Europejskie Forum Samorządowe Poznań, Kongres Gmin Wiejskich w Jachrance, Forum Samorządowe w Zakopanem, Spotkanie regionalne w Ostrowcu Świętokrzyskim w ramach projektu „Wsparcie działań adaptacyjnych dla Polski Wschodniej”;
  - **w wydarzeniach branży bankowej**: Forum Bankowe, Strategiczna Szkoła Polskiego Sektora Bankowości Spółdzielczej, Fin Expo Targi Pośrednictwa Finansowego w Katowicach, debata MF Bank: AI i innowacyjne rozwiązania w budowaniu relacji z klientem, XV Europejski Kongres Finansowy, Kongres Prawa Bankowego w Józefowie, BANK Tech, XVI Międzynarodowy Kongres Faktoringu, Forum Liderów Bankowości Spółdzielczej, MRIRW: spotkanie z udziałem sektora bankowego, Fin Expo TARGI POŚREDNICTWA FINANSOWEGO w Warszawie, AI w bankowości, Kongres Bankowości Detalicznej, II Kongres Bankowości Zrównoważonego Rozwoju;
  - **w wydarzeniach branży agro**: Europejskie Forum Finansowania Agrobiznesu, Europejski Kongres Menadżerów Agrobiznesu, Konferencja naukowa: XXX Jubileuszowa Szkoła Zimowa Hodowców Bydła w Zakopanem, Europejski Kongres Odnowy i Rozwoju Wsi, AgroFood Forum;
  - **najważniejszych kongresach z branży EKO i OZE**: Mazowieckie Forum Społeczności Energetycznych; XII Międzynarodowa Konferencja GOSPODARKA – ETYKA – ŚRODOWISKO. Finanse i rachunkowość na rzecz zrównoważonego rozwoju, UMK Toruń, Kongres Biometanu w Poznaniu, IV ESG Forum, III Kongres Energetyki Rozproszonej AGH Kraków, BIOPOWER POLAND UPEBI, Biomasa i paliwa alternatywne w ciepłownictwie Janów Podlaski, Kongres Biogazu, Mazowieckie Forum Społeczności Energetycznych, 29. Kongres Ochrony Środowiska ENVICON;
- Ekspert Banku wzięli udział w kongresach i konferencjach, podczas których wypowiadali się w sprawach dot. finansowania inwestycji ekologicznych, ESG i zrównoważonego rozwoju oraz programów i narzędzi wsparcia dla samorządów, miast i regionów;
- Realizacja komunikacji video we własnym zakresie przy użyciu własnego sprzętu i wewnętrznego studia. Propagowanie wiedzy użytecznej dla pracowników w atrakcyjnej formie. Poruszane tematy m.in. sztuczna inteligencja, ekologia.
- Spotkania informacyjne/konferencje, organizowane aby podkreślić zaangażowanie BOŚ w finansowanie i wspieranie projektów związanych z ochroną środowiska oraz zrównoważonym rozwojem;
- Prowadzenie kampanii edukacyjnych oraz warsztatów dotyczących korzyści płynących z inwestycji ESG i zrównoważonego finansowania;
- Koordynację i rozliczenia funkcjonujących w Banku sekcji sportowych. W 2025 r. działało 10 sekcji sportowych dla pracowników;
- Budowanie społecznej świadomości dotyczącej konieczności rozwoju działań proekologicznych i skierowanych na ochronę środowiska poprzez akcje wolontariackie np. „Sadzimy lasy”, „Operacja Czysta Rzeka”, Wsparcie ośrodka dla zwierząt.