



Raport zintegrowany 2021



mBank S.A.

spis treści

List prezesa	5
1. mBank	7
1.1. Podstawowe informacje o mBanku	7
1.1.1. ESG jako fundament działalności mBanku.....	13
1.1.2. Podstawowe dane finansowe i biznesowe Grupy mBanku	15
1.2. Grupa mBank w 2021 roku	16
1.2.1. Kluczowe wydarzenia.....	16
1.2.2. Rachunek zysków i strat Grupy mBanku.....	17
1.2.3. Zmiany w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej Grupy mBanku...	19
1.3. mBank na tle rynku	20
1.3.1. Pozycja rynkowa banku i spółek	20
1.3.2. Interesariusze mBanku.....	23
1.3.3. Gospodarka i sektor bankowy w Polsce	25
1.3.4. Perspektywy na 2022 rok (outlook).....	26
1.4. Strategia biznesowa na lata 2021-25	26
1.4.1. Główne elementy strategii	26
1.4.2. Elementy ESG strategii.....	29
1.5. Ład korporacyjny	35
1.5.1. Polityki wewnętrzne.....	37
1.5.2. Kluczowi decydenci – organy spółki	38
1.5.3. System zarządzania aspektami ESG.....	40
1.5.4. Audyt wewnętrzny	41
1.5.5. Odpowiedzialność wobec inwestorów	43
1.6. Zarządzanie ryzykiem	44
1.6.1. Fundamenty zarządzania ryzykiem.....	44
1.6.2. Zarządzanie ryzykiem finansowym.....	45
1.6.3. Zarządzanie ryzykiem ESG	45
1.7. Etyka, wartości	49
1.7.1. Przeciwdziałanie korupcji	51
1.7.2. Wsparcie partii politycznych i polityka darowizn.....	52
1.7.3. Konflikty interesów	52

1.7.4. Zasady dla dostawców.....	53
1.7.5. Uczciwa konkurencja	54
1.8. Zgodność z prawem i standardami (compliance)	55
1.8.1. Zapobieganie nadużyciom i ich zgłaszanie	56
1.8.2. Ochrona sygnalistów (whistleblowing)	57
1.8.3. Przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu.....	58
1.8.4. Przestrzeganie sankcji międzynarodowych	59
1.8.5. Przeciwdziałanie przestępstwom podatkowym	59
1.8.6. Obowiązki informacyjne w mBanku.....	60
1.8.7. Sprawy sądowe związane z kredytami we franku szwajcarskim (CHF)	60
2. Bankowość przyszłości	62
2.1. Technologia i dane jako źródła przewagi konkurencyjnej mBanku.....	62
2.1.1. Bankowość mobilna.....	65
2.1.2. Nasze cyfrowe cele na lata 2021-25.....	67
2.2. Bankowość detaliczna przyszłości	68
2.2.1. Rozwój bankowości detalicznej w Czechach i na Słowacji.....	73
2.3. Bankowość przyszłości dla firm	73
2.3.1. Najlepszy bank dla firm e-commerce.....	76
2.4. Bankowość korporacyjna i inwestycyjna	78
2.5. Bezpieczeństwo i prywatność	81
2.5.1. Cyberbezpieczeństwo	83
2.5.2. Bezpieczne dane osobowe.....	86
2.5.3. Tajemnica bankowa	89
3. Bankowość wspierająca klientów i społeczeństwo.....	90
3.1. Klientocentryczność jako filozofia banku	90
3.1.1. Zarządzanie reklamacjami.....	93
3.2. Odpowiedzialna sprzedaż i produkty	94
3.2.1. Odpowiedzialne produkty bankowe	94
3.2.2. Odpowiedzialna sprzedaż i marketing	98
3.3. Zdrowie finansowe klientów	100
3.3.1. Odpowiedzialne pożyczanie.....	101
3.3.2. Odpowiedzialna windykacja	103
3.4. Bankowość włączająca	105
3.5. Edukacja matematyczna	106

3.6. Zrównoważone finansowanie	109
3.6.1. Polityki kredytowe, które pomagają chronić klimat.....	110
3.6.2. Finansowanie OZE	111
3.6.3. Zielone obligacje.....	112
3.6.4. Wskaźniki zgodne z systematyką UE (Taksonomia)	114
3.7. Inwestowanie zgodne z ESG	117
3.8. Usługi finansowe wspierające społeczeństwo	119
3.8.1. Współpraca z WOŚP	119
3.8.2. Fundusz „m jak malarstwo”	119
3.8.3. Wsparcie społeczeństwa obywatelskiego.....	120
3.8.4. Usługi bankowe wspierające prawa człowieka	120
3.9. Wsparcie rozwoju gospodarczego	121
3.9.1. Wkład mBanku do budżetu państwa	123
4. Pracownicy i kultura organizacyjna	124
4.1. Satysfakcja i zaangażowanie pracowników	126
4.2. Przeciwdziałanie mobbingowi	129
4.3. Motywacja pracowników	130
4.4. Nowy tryb pracy i dobrostan pracowników	132
4.5. Bezpieczeństwo i higiena pracy	135
4.6. Różnorodność i inkluzywność	136
4.6.1. Kultura szacunku dla różnorodności	136
4.6.2. Wyrównywanie szans kobiet w miejscu pracy	138
4.6.3. Różnorodność zarządu i rady nadzorczej	144
4.7. Rozwój pracowników	146
4.7.1. Zarządzanie przez cele.....	147
4.7.2. Programy rozwojowe	148
4.8. Prawa pracownika	151
4.9. Minimalizacja własnego wpływu na środowisko	151
4.9.1. Emisje gazów cieplarnianych	152
5. O raporcie	155
5.1. Analiza istotności – dialog z interesariuszami	155
5.2. Spis wskaźników ujawnionych w raporcie	157
5.3. Kontakt w sprawie raportu	161

list prezesa

[GRI 102-14]

Szanowni Państwo,

przekazuję Państwu raport zintegrowany Grupy mBanku za rok 2021. Publikujemy w nim nasze dane finansowe oraz informacje dotyczące odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju (ESG).

Kwestie odpowiedzialnego prowadzenia biznesu od lat odgrywają istotną rolę w sposobie zarządzania naszą firmą. Agenda ESG jest integralną częścią strategii biznesowej Grupy mBanku na lata 2021-2025 „Od ikony mobilności do ikony możliwości”. Wraz z jej przyjęciem znacząco wzrosły nasze ambicje w obszarze ESG. Nasz zrównoważony rozwój opieramy na czterech filarach: odpowiedzialności za klimat, za społeczeństwo, za kondycję finansową naszych klientów oraz za przestrzeganie wartości ESG w naszej organizacji. W każdym z tych obszarów określiliśmy konkretne cele, mierniki i zaplanowane działania. Poprzeczkę stawiamy sobie wysoko. Świadczą o tym choćby nasze aspiracje w zakresie neutralności klimatycznej. Wobec wyzwań XXI wieku jest to jedyne słuszne podejście.



W mBanku jesteśmy świadomi naszej odpowiedzialności za budowanie społeczeństwa dobrobytu i równych szans oraz za środowisko naturalne. Wierzę, że możemy odnosić sukcesy tylko wtedy, gdy nasza działalność będzie przynosić korzyści klientom, inwestorom, pracownikom, partnerom biznesowym i całemu społeczeństwu. Jesteśmy jednym z liderów finansowania OZE i ograniczamy nasze zaangażowanie w branżę oparte na węglu. Jednocześnie rozwijamy ofertę odpowiedzialnych inwestycji i oferujemy przyjazne środowisku cyfrowe rozwiązania, takie jak np. mobilne karty płatnicze bez plastikowego odpowiednika. Nasze cele społeczne realizujemy również we współpracy z WOŚP, przez skupiającą się na edukacji matematycznej mFundację oraz wspierający młodych artystów fundusz „m jak malarstwo”.

Symbolicznym wyrazem naszego podejścia do kwestii ESG stało się przyjęcie w 2021 roku Zasad odpowiedzialnej bankowości, opracowanych przez organizację UNEP FI. Stanowią one globalny standard, który przyjmują liderzy zrównoważonego rozwoju z sektora finansowego. Przystąpienie do tej inicjatywy potwierdza nasze zaangażowanie w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ oraz postanowień Paryskiego Porozumienia Klimatycznego. Niezmiennie wspieramy i realizujemy też 10 zasad UN Global Compact.

Jeśli chodzi o finanse Grupy mBanku, w 2021 roku zaraportowaliśmy pierwszą od 2004 roku stratę netto w wysokości 1,2 mld zł. Nie wynikała ona w żadnym stopniu ze słabości naszego biznesu. Była spowodowana zaksięgowaniem bardzo wysokich kosztów ryzyka prawnego związanego z kredytami walutowymi w kwocie przekraczającej 2,7 mld zł. Chcę bardzo wyraźnie podkreślić, że bez tego obciążenia nasz zysk z podstawowej działalności wyniósłby 1,6 mld zł i byłby najwyższy w historii mBanku. Przekładałby się też na zwrot z kapitału (ROE) na poziomie 11,9%. Nasze przychody ogółem osiągnęły w 2021 roku rekordowe 6,1 mld zł, czyli o ponad 4% więcej niż rok wcześniej.

Wraz z kwotą odpisaną w 2021 roku, łączna wartość rezerw związanych z kredytami walutowymi przekroczyła 4,1 mld zł. Obejmuje ona m.in. koszty potencjalnego programu ugód, którego pilotaż rozpoczęliśmy w grudniu. Na koniec 2021 roku mBank wyróżniał się jednym z najwyższych w sektorze pokryciem portfela kredytów walutowych rezerwami. Zapewnia nam to stabilność niezbędną do realizacji naszej strategii.

Wyzaczyliśmy sobie ambitną i osiągalną ścieżkę rozwoju na kolejne lata. Obowiązująca strategia biznesowa pozwoli nam wykorzystać nasze obecne przewagi konkurencyjne, dostosować się do nowego popandemicznego otoczenia i zaradzić słabościom. mBank będzie dalej umacniać swoją pozycję cyfrowego czempiona, aby odpowiadać na potrzeby współczesnych klientów, a jednocześnie dbać o rentowność. W rezultacie będziemy plasować się wśród najlepszych instytucji finansowych w Polsce i osiągniemy lepszą wycenę. Wierzymy, że w coraz bardziej konkurencyjnym otoczeniu możemy dalej budować naszą przewagę wokół fundamentalnych wartości bankowych takich jak: stabilność, bezpieczeństwo i poufność. Nasi klienci powinni mieć przekonanie, że mogą nam ufać, ponieważ przestrzegamy bardzo wymagających zasad i standardów.

Z wyrazami szacunku
Cezary Stypułkowski

1.1. Podstawowe informacje o mBanku

[GRI 102-1] [GRI 102-6] [GRI 102-4] mBank to pierwszy w pełni internetowy bank w Polsce. Jesteśmy liderem bankowości mobilnej, a w 2021 roku obsługiwaliśmy 5,5 miliona klientów bankowości detalicznej i 31,3 tysiąca korporacji. Umożliwiamy klientom kontrolę nad finansami zawsze i wszędzie, gdzie tego potrzebują. Działamy w Polsce, Czechach i na Słowacji. W 2021 roku uzyskaliśmy rekordowe dochody – ponad 6 mld zł.

[GRI 102-2] [GRI 102-7] Grupa mBanku działa w modelu bankowości uniwersalnej – oferujemy bankowość detaliczną, korporacyjną i inwestycyjną. Nasze usługi finansowe to m.in. leasing, faktoring, finansowanie nieruchomości komercyjnych, działalność maklerska, zarządzanie majątkiem, corporate finance i doradztwo w zakresie rynków kapitałowych. Usługi oferowane pod logo mBanku są oznaczone różnymi barwami, w zależności od tego, do kogo kierujemy ofertę.



oferta indywidualna



oferta premium



private banking



firmy



MSP korporacje










dla młodych

[GRI 102-3] [GRI 102-5] Siedziba naszej firmy mieści się w Warszawie. Akcje mBanku są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Od 1994 roku strategicznym akcjonariuszem mBanku jest Commerzbank AG, który posiada 69,25% akcji.

Akcje mBanku wchodzą w skład indeksów giełdowych:

- WIG,
- WIG-Poland,
- WIG30,
- WIG30TR,
- mWIG40 (od marca 2022 roku WIG20),
- mWIG40TR,
- WIG-Banki,
- WIG-ESG,
- CEEplus,
- MSCI Poland.

Uniwersalne usługi finansowe			
 Nasi klienci	 Nasi pracownicy	 Aplikacja mobilna	 Transakcyjność
5,51 mln klientów detalicznych, w tym 613 tys. firm i 31,3 tys. klientów korporacyjnych	6 738 etatów w Grupie mBanku	3 mln użytkowników w Polsce, Czechach i na Słowacji	12,3% udziału w rynku transakcji kartami
Bankowość cyfrowa w najlepszym wydaniu			
Miesięcni aktywni użytkownicy (MAU)	Rosnące znaczenie kanałów cyfrowych w codziennej bankowości	Paynow	mBank CompanyMobile
Wzrost miesięcznej liczby aktywnych użytkowników z 2,86 mln w 2020 roku do 3,04 mln w 2021 roku	76% procesów detalicznych klienci inicjują w kanałach cyfrowych	System płatności online dla e-commerce, bramka do płatności internetowych	Nowa wersja aplikacji CompanyMobile , z której korzystają klienci MSP i korporacyjni
Kluczowe wyniki i wskaźniki			
Dochody	Wskaźnik koszty/dochody	Wzrost sumy bilansowej	Łączny współczynnik kapitałowy
6,11 mld zł	40,2%	+11,6% rok do roku	16,6%
Niezbędnik inwestora			
Kapitalizacja rynkowa	Cena akcji	Członek indeksów GPW, m.in.	Ratingi mBanku
18,4 mld zł (4,0 mld EUR)	433,2 zł (na 30.12.2021)	  	Fitch: BBB- Standard & Poor's: BBB Sustainalytics: 15,9 pkt. – niskie ryzyko ESG MSCI: BBB (rating ESG)

Struktura Grupy mBanku z punktu widzenia segmentów i obszarów biznesowych w 2021 roku:

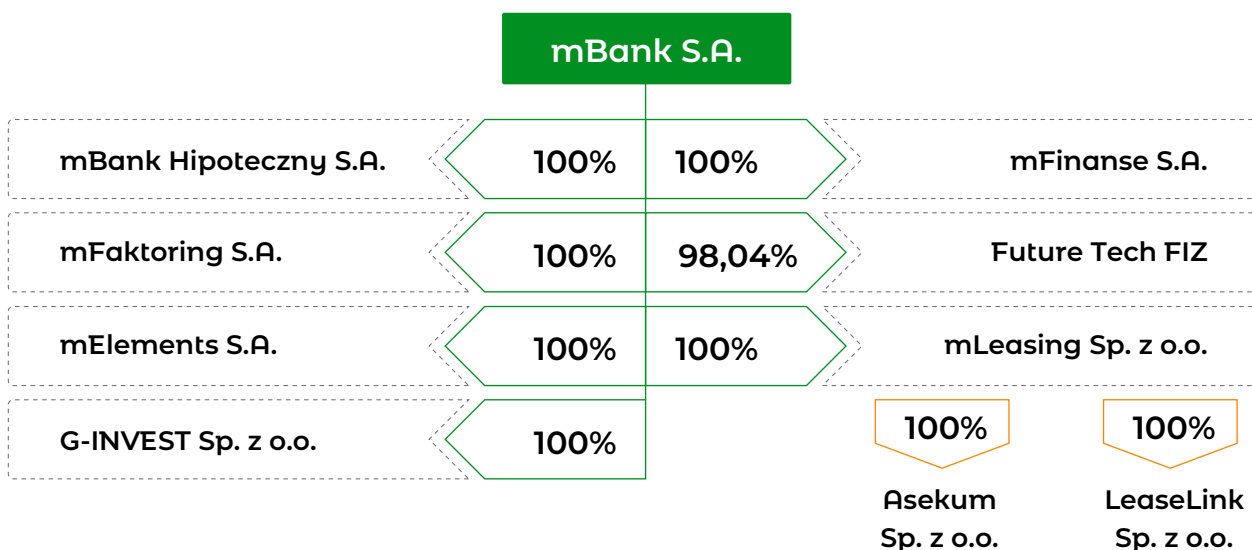
Segment	Bankowość Detaliczna	Bankowość Korporacyjna i Inwestycyjna	
Bank	<ul style="list-style-type: none"> ■ Obsługa klientów detalicznych, klientów bankowości prywatnej i mikroprzedsiębiorstw ■ Obsługa klientów zamożnych (Private Banking i Wealth Management) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Obsługa korporacji i niebankowych instytucji finansowych (K1) ■ Obsługa dużych przedsiębiorstw (K2) ■ Obsługa małych i średnich przedsiębiorstw (K3) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Obsługa banków ■ Obsługa klientów korporacyjnych w zakresie tradingu i sprzedaży
Spółki konsolidowane	<ul style="list-style-type: none"> ■ Część detaliczna mLeasing Sp. z o.o. ■ Część detaliczna Asekum Sp. z o.o.¹ ■ LeaseLink Sp. z o.o.¹ ■ Część detaliczna mBanku Hipotecznego S.A. ■ mFinanse S.A. ■ mElements S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Część korporacyjna mLeasing Sp. z o.o. ■ Część korporacyjna Asekum Sp. z o.o.¹ ■ Część korporacyjna mBanku Hipotecznego S.A. ■ mFaktoring S.A. ■ G-INVEST Sp. z o.o. 	
Inne spółki		<ul style="list-style-type: none"> ■ Future Tech FIZ 	

¹mBank posiada 100% udziałów w Asekum Sp. z o.o. oraz w LeaseLink Sp. z o.o. pośrednio poprzez mLeasing Sp. z o.o.

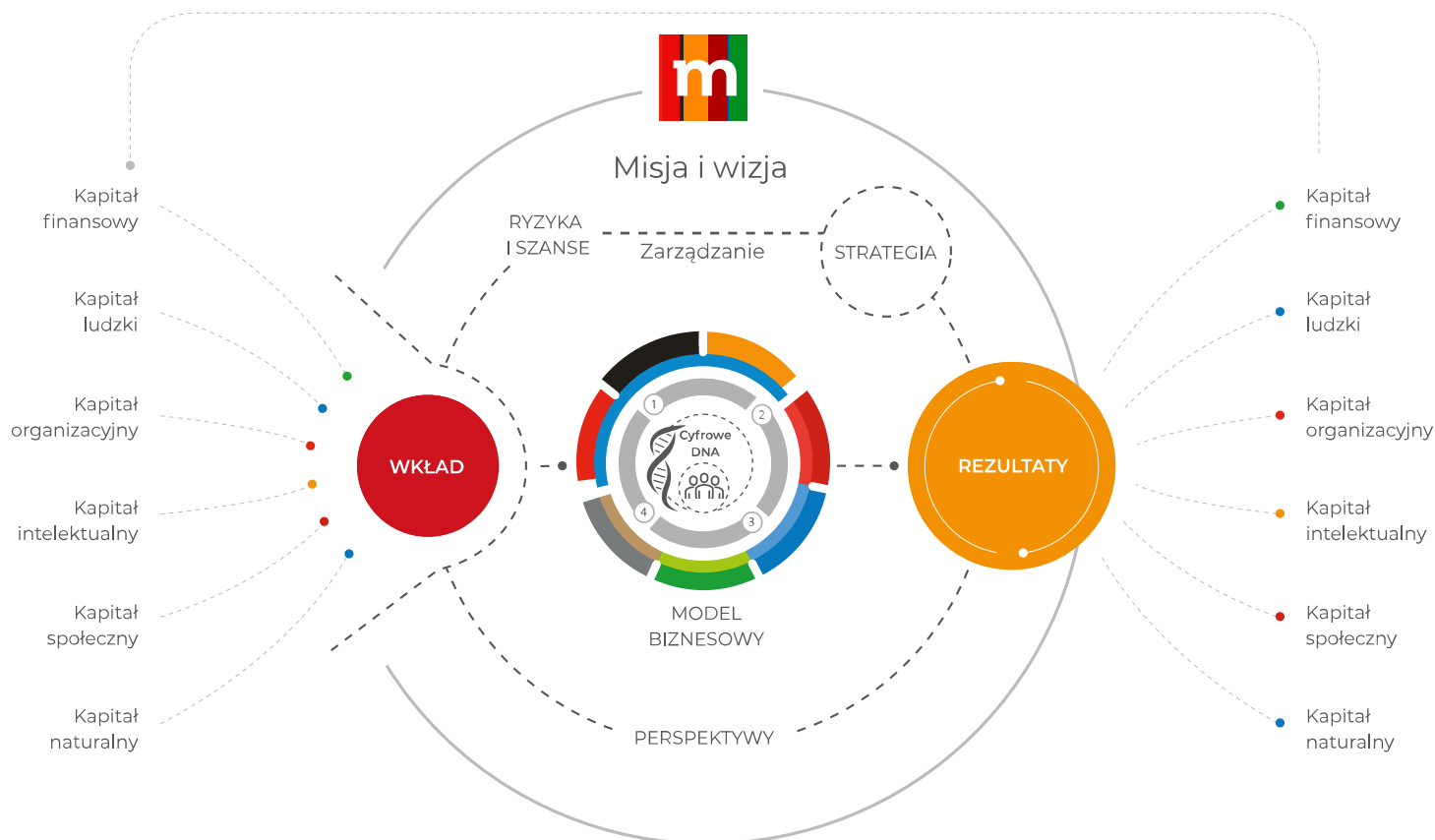
[GRI 102-10] W 2021 roku, aby prezentować rzeczywiste i niezakłócone wyniki mBanku, wprowadziliśmy nową segmentację. Z całości biznesu wyodrębniliśmy część obejmującą walutowe kredyty hipoteczne, niezwiązaną z podstawową działalnością. Zmiana ta miała na celu osobną prezentację wyników związanych z produktem, który został wycofany z oferty dla klientów indywidualnych w 2011 roku, a równocześnie jest istotny z punktu widzenia przypisanych aktywów oraz wpływu na wyniki Grupy.

W kwietniu 2021 roku powołaliśmy Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych (TFI) mBanku. Bank objął 100% jego udziałów, które stanowią 100% głosów na jego walnym zgromadzeniu. We wrześniu spółka wystąpiła do KNF z wnioskiem o wydanie zezwolenia na prowadzenie działalności towarzystwa funduszy inwestycyjnych i aktualnie oczekuje na decyzję. Ponadto w kwietniu 2021 roku została zakończona likwidacja spółki mFinance France S.A., a w czerwcu wykreślono spółkę z francuskiego rejestru przedsiębiorstw.

Struktura Grupy mBanku z punktu widzenia segmentów i obszarów biznesowych w 2021 roku:



Model tworzenia wartości mBanku przynosi korzyści klientom, akcjonariuszom, pracownikom i innym interesariuszom. Poznajemy ich obecne oraz przyszłe potrzeby i tak projektujemy usługi, aby odpowiadały na te wymagania.



Aby zrobić to skutecznie, wykorzystujemy **najnowsze technologie**. Rozwiązania wdrażane przez mBank od lat wyznaczają trendy w polskim sektorze bankowym. Chcemy być najwygodniejszym bankiem transakcyjnym na rynku. Zapewniamy nowoczesną i wygodną bankowość internetową, aplikację mobilną nowej generacji oraz bankowość wideo. Nasza oferta skupiona jest wokół rachunku bieżącego, któremu towarzyszy wiele usług finansowych dostępnych „za jednym kliknięciem”. Relacjami z klientami zarządzamy w czasie rzeczywistym na podstawie analizy wzorców ich zachowań. Cały czas ulepszymy ofertę i wprowadzamy nowe rozwiązania, takie jak **płatności Blik, Google Pay, Apple Pay czy Garmin Pay**.





Logując się do mBanku z komputera lub telefonu, klienci mają też do dyspozycji wiele usług dodatkowych, np. mOkazje. Mogą m.in. założyć profil zaufany i złożyć wniosek o świadczenie „Rodzina 500+”.

Narzędzia internetowe i mobilne, a także rozbudowywana sieć punktów dystrybucji i telefoniczne centrum wsparcia tworzą elastyczną infrastrukturę, która pozwala nam wprowadzać produkty, usługi i kanały sprzedaży efektywnie i przy niskim ryzyku operacyjnym. mBank wspiera klientów na wszystkich etapach ich rozwoju osobistego i zawodowego. Spójny model biznesowy mBanku pozwala płynnie poruszać się między produktami kredytowymi, oszczędnościowymi, inwestycyjnymi, ubezpieczeniowymi oraz rozwiązaniami przeznaczonymi dla przedsiębiorstw.



Jesteśmy również sprawdzonym i rzetelnym partnerem dla firm i korporacji. Wiemy, jak ważne jest indywidualne podejście do klienta i zawsze staramy się dobrze zrozumieć specyfikę jego biznesu. Wspieramy przedsiębiorców już od początku ich drogi zawodowej, umożliwiamy założenie firmy z mBankiem przez internet lub w placówce i oferujemy pakiet usług na start, m.in. finansowanie, księgowość, terminale i obsługę walutową. Duże przedsiębiorstwa i międzynarodowe korporacje z powodzeniem korzystają z zintegrowanej palety rozwiązań bankowości komercyjnej. Oferujemy im m.in. zaawansowaną platformę bankowości transakcyjnej. Uzupełnieniem oferty są usługi bankowości inwestycyjnej, związane z rynkiem kapitałowym (equity capital markets, ECM) i instrumentów dłużnych (debt capital markets, DCM) oraz doradztwem w zakresie fuzji i przejęć (mergers & acquisitions, M&A).

Kluczowe spółki Grupy mBanku z perspektywy oferty dla klientów

 <p>Bank Hipoteczny</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ najdłuższa historia emisji listów zastawnych na polskim rynku kapitałowym ■ zapewnianie stabilnego, długoterminowego i bezpiecznego finansowania Grupy z wykorzystaniem modelu poolingowego we współpracy z mBankiem ■ rating agencji Moody's Investor Services dla hipotecznych listów zastawnych: Aa1 – długoterminowy pułap kraju dla obligacji w walucie lokalnej zagranicznej
 <p>Leasing</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ oferta leasingu i pożyczek oraz usługi z zakresu wynajmu i zarządzania flotą samochodową, zarówno dla klientów korporacyjnych, jak i detalicznych ■ różnorodne produkty leasingowe w segmencie korporacyjnym, w tym leasing pojazdów prywatnych, komercyjnych i ciężkiego sprzętu, zarządzanie flotą samochodową, leasing maszyn i urządzeń oraz dzierżawa nieruchomości ■ w segmencie detalicznym spółka oferuje produkty dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które mogą zawrzeć umowę leasingu z wykorzystaniem specjalnych procesów leasingowych ■ leasing w płatnościach online w e-commerce oferowany przez LeaseLink
 <p>Faktoring</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ piąta pozycja w Polsce wśród firm zrzeszonych przez Polski Związek Faktorów – utrzymane miejsce wobec 2020 roku ■ finansowanie bieżącej działalności przedsiębiorstw, zarządzanie należnościami, przejęcie ryzyka wypłacalności, prowadzenie kont rozliczeniowych odbiorców i egzekwowanie należności, usługi faktoringu krajowego i eksportowego z regresem (w tym objęcie gwarancją Banku Gospodarstwa Krajowego oraz usługi faktoringu krajowego i eksportowego z przejęciem ryzyka niewypłacalności odbiorcy), gwarancje importowe ■ oferta dostępna we wszystkich oddziałach mBanku, które obsługują klientów z sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz korporacje na terenie Polski ■ członkostwo w największej międzynarodowej sieci faktorów Factors Chain International oraz Polskim Związku Faktorów ■ budowanie i uczestnictwo w pierwszym konsorcjum faktoringowym w Polsce
 <p>Finanse</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ działalność na rynku pośrednictwa jako otwarta platforma sprzedaży produktów podmiotów finansowych, z uwzględnieniem produktów mBanku ■ oferta obejmuje kredyty i pożyczki, rachunki, ubezpieczenia, leasing, zarówno dla osób fizycznych, jak i firm ■ oferta produktów 14 aktywnych zewnętrznych podmiotów finansowych, za pośrednictwem 189 stacjonarnych punktów sprzedaży w całej Polsce, oraz 168 punktów partnerskich

Wszędzie, gdzie działamy – w Polsce, Czechach i na Słowacji – **uzupełniamy naszą bankowość mobilną i internetową o kompleksową obsługę w placówkach**. W zależności od potrzeb klienci mogą skorzystać z kompleksowej obsługi produktowej i kasowej w tradycyjnych placówkach mBanku. Pełna oferta bardziej złożonych produktów finansowych, takich jak kredyty hipoteczne i firmowe, dostępna jest również w centrach finansowych i punktach obsługi agencyjnej mFinanse. W centrach doradczych obsługiwani są zarówno klienci indywidualni, jak i firmowi, a wszyscy zainteresowani mogą skorzystać dodatkowo z usług spółek Grupy mBanku. W „lekkiej” placówce oferowane są prostsze produkty oraz ograniczona kwotowo obsługa kasowa. W mKioskach, zlokalizowanych w centrach handlowych, klienci mogą zapoznać się z ofertą banku, założyć konto oraz otrzymać kredyt niezabezpieczony.

Sieć detaliczna w Polsce to 322 oddziały, a sieć korporacyjna – 43 punkty obsługi uzupełnione o placówki spółek naszej Grupy. Liczba oddziałów w Polsce zmniejszyła się w 2021 roku o 23. W tym czasie otworzyliśmy jeden nowy mKiosk w Czechach oraz dwa mKioski i jeden oddział na Słowacji.

Sieć detaliczna w Polsce:

- 85 placówek mBanku
- 33 „lekkie” placówki
- 15 centrów doradczych
- 149 mKiosków
- 40 centra finansowe i punkty obsługi agencyjnej mFinanse

Sieć korporacyjna:

- 29 oddziałów korporacyjnych
- 14 biur korporacyjnych

Sieć detaliczna w Czechach:

- 12 centrów finansowych i „lekkich” placówek
- 19 mKiosków

Sieć detaliczna na Słowacji:

- 5 centrów finansowych i „lekkich” placówek
- 9 mKiosków

1.1.1. ESG jako fundament działalności mBanku

Społeczna odpowiedzialność biznesu i zrównoważony rozwój tworzą fundament, na którym budujemy biznes Grupy mBanku. Aspekty środowiskowe, społeczne i zarządcze (ang. ESG: environmental, social, governance) odgrywają kluczową rolę w sposobie kierowania naszą firmą. Są one jednym z ważnych elementów naszej strategii biznesowej i stanowią istotny element naszej kultury organizacyjnej. Naszym celem jest być w gronie liderów odpowiedzialnej bankowości w Polsce, wykraczając poza to, czego wymagają od nas przepisy prawa.

Jesteśmy świadomi naszej odpowiedzialności za środowisko naturalne, społeczeństwo i zgodność z deklarowanymi przez nas wartościami ESG. Zależy nam, aby nasza działalność przynosiła korzyści wszystkim interesariuszom – klientom, inwestorom, pracownikom, partnerom biznesowym, a także całemu społeczeństwu.

Zapewniamy naszym klientom uczciwe i profesjonalne doradztwo, stale zmniejszamy nasz wpływ na środowisko naturalne, chcemy być dla naszych pracowników pracodawcą z wyboru i tworzyć wartość dodaną dla społeczeństwa. Dla naszych inwestorów jesteśmy wiarygodnym partnerem, który stosuje najwyższe standardy ładu korporacyjnego i przejrzystej sprawozdawczości. Jesteśmy instytucją zaufania publicznego, która przestrzega wszelkich przepisów prawa, zasad i norm obowiązujących w biznesie.

Jednocześnie chcemy mieć pozytywny wpływ na otaczającą nas rzeczywistość – kierujemy się Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Realizacja przez mBank zasad zrównoważonego rozwoju podlega regularnej ocenie niezależnych agencji ratingowych.



W 2021 roku otrzymaliśmy następujące ratingi ESG:

- ESG Risk Rating przygotowany przez Sustainalytics: poziom ryzyka ESG Grupy mBanku wyniósł 15,9 punktów i został oceniony jako niski (im mniej punktów, tym lepsza ocena),
- MSCI ESG Rating: otrzymaliśmy rating BBB (w skali od AAA do CCC).

mBank wchodzi też w skład giełdowych indeksów ESG:

- WIG-ESG publikowany przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie,
- Gender Equality Index (Indeks równości płci) publikowany przez Agencję Bloomberg.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

O naszych ratingach piszemy w Sprawozdaniu zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2021 roku.
<https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/raport-roczny/2021/raport-skonsolidowany-pdf.zip>



1.1.2. Podstawowe dane finansowe i biznesowe Grupy mBanku

Wybrane dane i wskaźniki finansowe

Wybrane dane finansowe	2017	2018	2019	2020	2021
(mln zł)					
Aktywa ogółem	131 424	145 781	158 353	178 872	199 539
Kredyty netto	84 476	94 766	104 980	108 567	118 055
Depozyty	91 496	102 009	116 661	137 699	159 935
Kapitały	14 292	15 171	16 153	16 675	13 718
Dochody ogółem	4 454	5 080	5 524	5 867	6 111
Koszty ogółem	-2 043	-2 164	-2 329	-2 411	-2 457
Odpisy na kredyty	-508	-694	-794	-1 293	-879
Wynik netto	1 092	1 303	1 010	104	-1 179
Wybrane wskaźniki finansowe	2017	2018	2019	2020	2021
Marża odsetkowa	2,5%	2,6%	2,7%	2,3%	2,1%
Koszty/dochody	45,9%	42,6%	42,2%	41,1%	40,2%
Koszty ryzyka	0,6%	0,8%	0,8%	1,2%	0,8%
Zwrot na kapitale (ROE)	8,3%	9,4%	6,6%	0,6%	-7,2%
Zwrot na aktywach (ROA)	0,8%	0,9%	0,7%	0,1%	-0,6%
Współczynnik Tier I	18,3%	17,5%	16,5%	17,0%	14,2%
Łączny współczynnik kapitałowy	21,0%	20,7%	19,5%	19,9%	16,6%
Kredyty/depozyty	92,3%	92,9%	90,3%	78,8%	73,8%
Wskaźnik NPL	5,2%	4,8%	4,5%	4,8%	3,9%
Pokrycie rezerwami	59,2%	62,5%	60,7%	58,3%	53,1%
Wybrane dane biznesowe	2017	2018	2019	2020	2021
Klienci detaliczni (tysiące)	5 342	5 685	5 604	5 660	5 514
Klienci korporacyjni	22 048	23 706	26 476	29 083	31 315
Liczba pracowników	6 455	6 524	6 771	6 688	6 738

1.2. Grupa mBanku w 2021 roku

1.2.1. Kluczowe wydarzenia

Najważniejsze wydarzenia w Grupie mBanku w 2021 roku:

- Dochody ogółem w wysokości ponad 6 mld zł, na najwyższym poziomie w historii, mimo niełatwych warunków rynkowych.
- Dwucyfrowy wzrost wyniku z tytułu opłat i prowizji wyprzedzający dynamikę sektora.
- Doskonała efektywność poparta dyscypliną kosztową – wskaźnik kosztów do dochodów na poziomie 40,2%.
- Ostrożne zarządzanie ryzykiem odzwierciedlone w jakości portfela – niższe koszty ryzyka na poziomie 76 p.b.
- Znakomite wyniki finansowe podstawowego biznesu świadczące o sile modelu mBanku – wzrost zysku netto biznesu podstawowego o 45% do 1,6 mld zł i ROE do 11,9%.
- Ekspansja kredytowa napędzana rekordową sprzedażą hipotek na poziomie 12,4 mld zł, przy jednoczesnym ożywieniu sprzedaży kredytów niehipotecyjnych.
- Przyrost depozytów o 16%, dzięki napływom na rachunki transakcyjne.
- Duża płynność i zdywersyfikowana struktura finansowania – bezpieczna relacja kredyty/depozyty w wysokości 73,8% i LCR w wysokości 216%.
- Wysokie wskaźniki kapitałowe powyżej wymogów regulacyjnych – współczynnik kapitału Tier I równy 14,2%, łączny współczynnik kapitałowy w wysokości 16,6%.
- Wzrost organiczny mBanku zasilany przez nowych i obecnych klientów – prawie 3 mln klientów mobilnych w Polsce, Czechach i na Słowacji.
- Emisja zielonych obligacji w formie obligacji senioralnych nieuprzywilejowanych na łączną kwotę 500 mln euro.
- Przyjęcie nowej strategii Grupy mBanku na lata 2021-2025, zatytułowanej „Od ikony mobilności do ikony możliwości”.
- Innowacje i produkty poprawiające doświadczenie klientów:
 - nowa aplikacja mobilna mBank CompanyMobile dla klientów korporacyjnych,
 - płatności zbliżeniowe BLIK oraz aplikacja mobilna do konta Junior,
 - możliwość połączenia konta w mBanku z kontami w pięciu innych bankach.
- Inicjatywy dla dobra otoczenia:
 - przyjęliśmy „Zasady odpowiedzialnej bankowości” pod patronatem ONZ,
 - kontynuujemy współpracę oraz wsparcie dla Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy,
 - zorganizowaliśmy kolejną edycję kampanii społecznej „Cyfrowe rewolucje”, która wspiera firmy z sektora MŚP w sprzedaży w sieci.

1.2.2. Rachunek zysków i strat Grupy mBanku

mln zł	2020	2021	Zmiana w mln zł	Zmiana w %
Przychody z tytułu odsetek	4 688,4	4 431,7	-256,6	-5,5%
Koszty z tytułu odsetek	-679,1	-327,7	351,4	-51,7%
Wynik z tytułu odsetek	4 009,3	4 104,0	94,7	2,4%
Przychody z tytułu opłat i prowizji	2 244,6	2 714,9	470,3	21,0%
Koszty z tytułu opłat i prowizji	-736,3	-824,9	-88,6	12,0%
Wynik z tytułu opłat i prowizji	1 508,3	1 890,0	381,7	25,3%
Dochody z działalności podstawowej	5 517,6	5 994,1	476,5	8,6%
Przychody z tytułu dywidend	4,9	5,0	0,1	2,4%
Wynik na działalności handlowej	184,8	96,9	-87,9	-47,6%
Inne dochody	176,3	103,6	-72,6	-41,2%
Pozostałe przychody operacyjne	218,1	232,4	14,3	6,6%
Pozostałe koszty operacyjne	-234,8	-320,9	-86,1	36,7%
Dochody łącznie	5 866,8	6 111,1	244,4	4,2%
Utrata wartości oraz zmiana wartości godziwej kredytów i pożyczek	-1 292,8	-878,6	414,2	-32,0%
Koszty ryzyka prawnego związanego z kredytami walutowymi	-1 021,7	-2 758,1	-1 736,4	169,9%
Ogólne koszty administracyjne wraz z amortyzacją	-2 411,1	-2 456,9	-45,8	1,9%
Wynik działalności operacyjnej	1 141,1	17,6	-1 124	-98,5%
Podatek od pozycji bilansowych Grupy	-531,4	-608,6	-77,2	14,5%
Zysk brutto	609,7	-591,0	-1 200,8	+/-
Podatek dochodowy	-506,0	-587,8	-81,8	16,2%
Zysk netto – przypadający na akcjonariuszy mBanku S.A.	103,8	-1 178,8	-1 282,6	+/-
– przypadający na udziały niekontrolujące	-0,1	-0,1	0,0	-
ROA netto	0,1%	-0,6%		
ROE brutto	3,6%	-3,6%		
ROE netto	0,6%	-7,2%		
Wskaźnik koszty/dochody	41,1%	40,2%		
Marża odsetkowa	2,3%	2,1%		
Współczynnik kapitału podstawowego	17,0%	14,1%		
Łączny współczynnik kapitałowy	19,9%	16,6%		
Wskaźnik dźwigni finansowej	7,8%	6,3%		

Wynik operacyjny Grupy mBanku w 2021 roku to 17,6 mln zł w porównaniu do 1 141,1 mln zł w 2020 roku. Grupa zanotowała stratę brutto w wysokości -591,0 mln zł, w porównaniu do 609,7 mln zł zysku wypracowanego w 2020 roku. Strata netto przypadająca na akcjonariuszy mBanku wyniosła -1 178,8 mln zł wobec zysku w wysokości 103,8 mln zł przed rokiem. Podatek dochodowy Grupy mBanku w 2021 roku wyniósł 587,8 mln zł wobec 506,0 mln zł w poprzednim roku.

Zysk brutto głównego biznesu (Grupa mBanku bez segmentu Walutowe Kredyty Hipoteczne) osiągnął wartość 2,19 mld zł w 2021 roku w porównaniu do 1,61 mld zł w 2020 roku, co oznacza wzrost o 35,8%. Zysk netto wzrósł o 44,7% do 1,60 mld zł w tym okresie. Znalazło to odzwierciedlenie we wskaźniku rentowności ROE netto w wysokości 11,9% w 2021 roku w porównaniu do 8,1% w 2020 roku.



Wskaźniki kapitałowe Grupy mBanku obniżyły się w 2021 roku. Skonsolidowany łączny współczynnik kapitałowy na koniec 2021 roku wyniósł 16,58% wobec 19,86% w poprzednim roku. Współczynnik kapitału podstawowego Tier I osiągnął wartość 14,16% wobec 16,99% na koniec 2020 roku. Wskaźnik dźwigni finansowej na koniec grudnia 2021 roku wyniósł 6,3% wobec 7,8% w poprzednim roku.

Wypracowany przez Grupę mBanku poziom **dochodów** w 2021 roku wyniósł 6,11 mld zł w porównaniu z 5,87 mld zł przed rokiem, co oznacza wzrost o 244,4 mln zł, tj. 4,2%. Do osiągniętego wzrostu przyczyniła się głównie poprawa wyniku z tytułu opłat i prowizji.

Podsumowanie dochodów linii biznesowych Grupy mBanku:

(mln zł)	2020	2021	Zmiana w mln zł	Zmiana w %	% udział w dochodach
Bankowość Detaliczna	3 399,9	3 758,8	358,9	10,6%	61,5%
Bankowość Korporacyjna i Inwestycyjna	2 127,4	2 307,4	180,0	8,5%	37,8%
Działalność Skarbu i Pozostała	187,7	-19,1	-206,8	-110,2%	-0,3%
Dochody biznesu podstawowego	5 715,0	6 047,1	332,2	5,8%	99,0%
Walutowe Kredyty Hipoteczne	151,8	64,0	-87,8	-57,8%	1,0%
Dochody Grupy mBanku	5 866,8	6 111,1	244,4	4,2%	100,0%

W 2021 roku Grupa mBanku kontynuowała działania mające na celu dalszy wzrost efektywności mierzonej wskaźnikiem koszty/dochody. Koszty działalności Grupy mBanku (łącznie z amortyzacją) wyniosły 2,46 mld zł, co oznacza wzrost o 1,9% w porównaniu do 2020 roku. Był on spowodowany wyższymi kosztami pracowniczymi, podczas gdy koszty rzeczowe były stabilne. Wskaźnik koszty/dochody obniżył się do 40,2%.

Łączne **koszty ryzyka prawnego związanego z kredytami walutowymi** ujęte w rachunku zysków i strat w 2021 roku wyniosły 2,76 mld zł (w 2020 roku: 1,02 mld zł). Najistotniejszym elementem tych kosztów w roku 2021 był wzrost wpływu ryzyka prawnego związanego z pozwami indywidualnymi w wysokości 1,30 mld zł, który głównie wynikał z:

- większego niż zakładano napływu nowych spraw,
- zmiany poziomu straty na ekspozycji kredytowej w przypadku przegranej sprawy przez bank, w tym ze wzrostu prawdopodobieństwa wystąpienia negatywnego dla banku scenariusza unieważnienia umów kredytu bez możliwości skutecznego dochodzenia roszczeń o zapłatę kosztu korzystania z kapitału udostępnionego kredytobiorcy.

Ponadto istotne składowe kwoty ujętej w rachunku zysków i strat w 2021 roku to koszty potencjalnego programu ugód w wysokości 1,00 mld zł, koszty pozwu zbiorowego dotyczącego klauzul waloryzacyjnych zawartych w umowach kredytów hipotecznych i mieszkaniowych w CHF w kwocie 363,0 mln zł oraz koszty kontrpозwów związanych z zabezpieczeniem roszczeń banku w sprawach waloryzacyjnych w wysokości 86,1 mln zł.

W 2021 roku utrata wartości i zmiana wartości godziwej kredytów i pożyczek w Grupie mBanku wyniosła -878,6 mln zł. W porównaniu z poprzednim rokiem była ona niższa o 414,2 mln zł, tj. o 32,0%. W konsekwencji koszty ryzyka w 2021 roku wyniosły 76 punktów bazowych w porównaniu do 119 punktów bazowych w 2020 roku.

1.2.3. Zmiany w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej Grupy mBanku

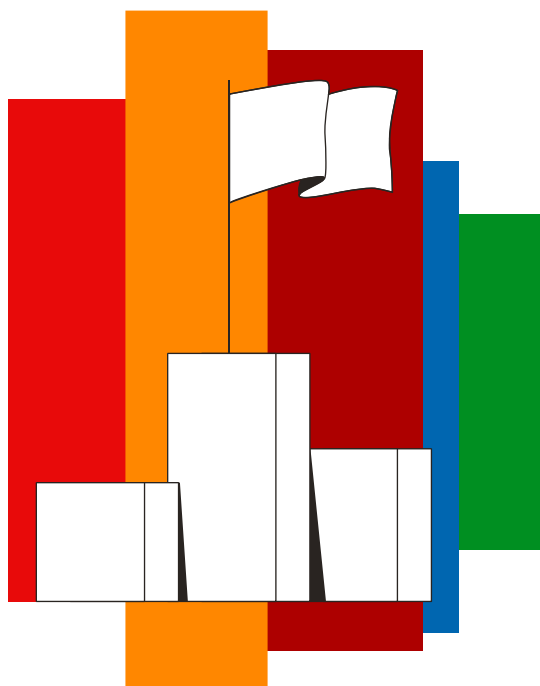
W 2021 roku odnotowano wzrost aktywów Grupy o 20,67 mld zł, tj. +11,6%. Ich wartość według stanu na 31 grudnia 2021 roku wyniosła 199,54 mld zł. Największy udział w strukturze bilansu Grupy mBanku na koniec 2021 roku utrzymały kredyty i pożyczki udzielone klientom. Według stanu na 31 grudnia 2021 roku stanowiły one 59,2% sumy bilansowej wobec 60,7% na koniec 2020 roku. Ich wolumen netto zwiększył się w stosunku do końca 2020 roku o 9,49 mld zł, tj. o 8,7%.

W 2021 roku wartość kredytów i pożyczek brutto udzielonych klientom indywidualnym wzrosła o 7,29 mld zł, tj. o 11,1%. Wartość sprzedaży kredytów hipotecznych wzrosła o 37,6% (w 2021 roku wyniosła 12,37 mld zł, w porównaniu do 8,98 mld zł w roku poprzednim). Ta dynamika pozwoliła nam zwiększyć udział rynkowy nowej sprzedaży kredytów hipotecznych w porównaniu do ubiegłego roku. W 2021 roku wyniósł on 11,6% (11,1% w 2020 roku). Jednocześnie w 2021 roku Grupa mBanku udzieliła 9,92 mld zł kredytów niehipotecznych, co stanowi wzrost sprzedaży o 39,9% w stosunku do 2020 roku.

Wolumen kredytów i pożyczek brutto udzielonych klientom korporacyjnym w 2021 roku wzrósł w stosunku do końca 2020 roku o 1,81 mld zł, tj. o 3,9%.

Dominującym źródłem finansowania działalności Grupy mBanku są zobowiązania wobec klientów. Wartość zobowiązań wobec klientów w 2021 roku istotnie wzrosła i na koniec roku wyniosła 159,94 mld zł wobec 137,70 mld zł na koniec poprzedniego roku, co oznacza wzrost o 16,1% rok do roku. Zobowiązania wobec klientów indywidualnych były wyższe o 14,47 mld zł, tj. o 14,8%, w stosunku do końca 2020 roku. Zobowiązania wobec klientów korporacyjnych w ciągu roku wzrosły o 7,61 mld zł, tj. o 19,4%.

Roczne i półroczne sprawozdania finansowe mBanku podlegają odpowiednio niezależnemu badaniu przez biegłego rewidenta. Procedury współpracy mBanku z audytorem zewnętrznym zapewniają konsultowanie na bieżąco istotnych kwestii związanych z ujmowaniem zdarzeń ekonomicznych w księgach i sprawozdaniach finansowych. Dążenie do zapewnienia najwyższych standardów sprawozdań finansowych znajduje odzwierciedlenie w wysokiej jakości naszej sprawozdawczości. W konkursie „The Best Annual Report 2020”, zorganizowanym przez Instytut Rachunkowości i Podatków (IRiP) i rozstrzygniętym w październiku 2021 roku, po raz dziewiąty z rzędu otrzymaliśmy nagrodę specjalną „The Best of the Best” dla najlepszego raportu rocznego w kategorii instytucji finansowych. Sprawozdanie finansowe Grupy mBanku zostało zaudytowane przez firmę Ernst & Young Audyt Polska.



1.3. mBank na tle rynku

1.3.1. Pozycja rynkowa banku i spółek

Jesteśmy dużym, liczącym się w branży, uniwersalnym bankiem, który obsługuje ponad 5,5 miliona klientów bankowości detalicznej i 31,3 tysiące korporacji. Naszą pozycję rynkową i udziały mBanku oraz wybranych spółek pokazuje zestawienie:

**Wskaźniki wyników¹:
mBank vs sektor**

Marża odsetkowa netto **2,1% vs 1,88%**
 Koszty do dochodów **50,2% vs 58,8%**
 (z uwzględnieniem podatku bankowego)
 Zwrot na aktywach..... **-0,6% vs 0,36%**
 Zwrot na kapitale..... **-7,2% vs 4,1%**
 Kredyty do depozytów..... **73,8% vs 76,5%**

Rodzaj działalności (# – pozycja rynkowa)	Udział w rynku				
	2017	2018	2019	2020	2021
Bankowość korporacyjna					
Kredyty przedsiębiorstw	7,8%	7,9%	8,6%	8,5%	8,2%
Depozyty przedsiębiorstw	9,6%	9,0%	9,9%	9,4%	10,7%
Leasing	7,4%	7,4%	6,8%	7,3%	7,4%
Faktoring (#5 na rynku)	7,2% ²	7,9%	7,9%	8,2%	8,2%
Bankowość detaliczna w Polsce					
Kredyty ogółem	6,3%	6,5%	7,0%	7,4%	7,9%
w tym hipoteczne	6,9%	6,9%	7,4%	7,9%	8,4%
niehipoteczne	5,4%	5,8%	6,5%	6,6%	7,1%
Depozyty	5,9%	6,4%	7,0%	7,8%	8,3%
Bankowość detaliczna w Republice Czeskiej					
Kredyty ogółem	1,4%	1,4%	1,3%	1,6%	1,8%
w tym hipoteczne	1,7%	1,6%	1,4%	1,7%	1,9%
niehipoteczne	0,8%	0,9%	1,0%	1,2%	1,4%
Depozyty	1,6%	1,7%	1,6%	1,8%	1,8%
Bankowość detaliczna na Słowacji					
Kredyty ogółem	0,6%	0,6%	0,7%	1,0%	1,4%
w tym hipoteczne	0,6%	0,6%	0,7%	1,1%	1,3%
niehipoteczne	0,6%	0,7%	0,8%	1,0%	1,6%
Depozyty	1,7%	1,8%	1,9%	2,1%	2,2%

Rodzaj działalności (# – pozycja rynkowa)	Udział w rynku				
	2017	2018	2019	2020	2021
Bankowość inwestycyjna					
Rynki finansowe					
Bony i obligacje skarbowe	14,8%	14,3%	11,3%	10,6%	11,0%
IRS/FRA	12,5%	10,7%	15,1%	20,7%	19,9%
Nieskarbowe papiery dłużne (wartość zadłużenia)³					
krótkoterminowe papiery dłużne (#5 na rynku)	7,4%	11,6%	9,2%	4,0%	1,8%
obligacje przedsiębiorstw (#4 na rynku)	12,9%	12,0%	12,1%	11,7%	10,3%
papiery dłużne banków ⁴ (#2 na rynku)	31,2%	23,4%	23,8%	20,6%	19,5%
Działalność maklerska					
obroty akcjami (#6 na rynku)	5,3%	4,1%	3,4%	5,3%	5,0%
kontrakty terminowe (#1 na rynku)	11,9%	15,6%	13,0%	17,6%	27,7%
opcje (#7 na rynku)	12,8%	12,0%	9,4%	4,4%	3,1%

Źródło: NBP, GPW, Česká národní banka (ČNB), Národná banka Slovenska (NBS), Fitch Polska, Polski Związek Faktorów, Związek Polskiego Leasingu, informacje prasowe oraz obliczenia własne na podstawie danych mBanku.

¹ Kalkulacja wskaźników dla Grupy mBanku została wyjaśniona w rozdziale 4. „Sytuacja finansowa Grupy mBanku oraz mBanku w 2021 roku”, za wyjątkiem Marży odsetkowej netto, której wyliczenie zostało dostosowane do konwencji stosowanej przy danych sektora (wynik odsetkowy netto podzielony przez średni stan aktywów razem).

Dane sektora według stanu na 31 grudnia 2021 roku (udostępnione 14 lutego 2022 roku). Wartości wskaźników dla sektora wyliczone na podstawie danych miesięcznych sektora bankowego publikowanych przez KNF (sektor bankowy wraz z oddziałami zagranicznymi).

Marża odsetkowa netto: wynik odsetkowy podzielony przez średni stan aktywów (wyznaczony na podstawie danych z końca miesiący).

Koszty do dochodów (z uwzględnieniem podatku bankowego): koszty ogółem (suma kosztów działania banku i amortyzacji) podzielone przez całkowite przychody operacyjne netto.

Zwrot na aktywach: zysk roku bieżącego podzielony przez średni stan aktywów (wyznaczony na podstawie danych z końca miesiący).

Zwrot na kapitale: zysk roku bieżącego podzielony przez średni stan kapitału własnego razem (wyznaczony na podstawie danych z końca miesiący).

Kredyty do depozytów: suma kredytów i zaliczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu, pozostałych należności/kredytów i zaliczek wycenianych według wartości godziwej przez inne całkowite dochody oraz pozostałych należności/kredytów i zaliczek wycenianych według wartości godziwej ze skutkiem wyceny odnoszonym do RZiS podzielona przez wartość depozytów na koniec okresu.

² Udział rynkowy za 2017 rok zaktualizowany wobec wartości wykazanej w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2017 roku w związku z aktualizacją danych przez Polski Związek Faktorów.

³ Dane na dzień 30 listopada 2021 roku.

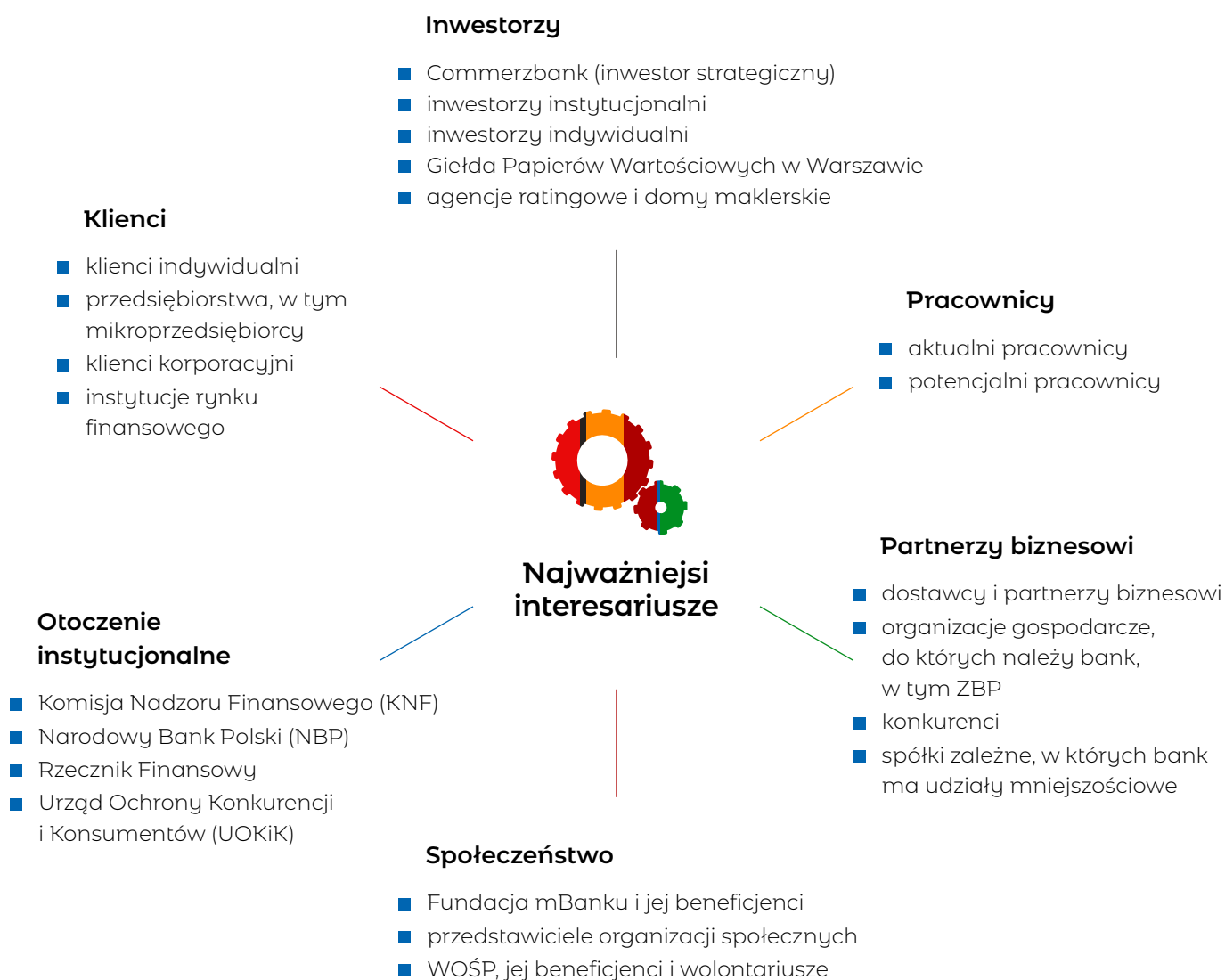
⁴ Bez obligacji „drogowych” BGK.

1.3.2. Interesariusze mBanku

[GRI 102-40] [GRI 102-42] [GRI 102-43] Prowadzimy dialog z naszymi interesariuszami. Rozmawiamy z nimi uczciwie i szczerze, bo tylko tak możemy poznać ich potrzeby, oczekiwania oraz opinie o mBanku. Komunikujemy się rzetelnie i jasno. Budujemy w ten sposób niezbędne zaufanie ze strony rynku.

W branży bankowej szczególne znaczenie ma powszechny i równy dostęp do informacji. Jest on wymagany przez prawo. Najwyższe standardy mBanku w tym zakresie zapewnia przyjęta w 2021 roku **Polityka informacyjna**. Dokładamy starań, aby informacje, które przekazujemy były aktualne, rzetelne, przydatne, spójne i porównywalne między bankami. Przedstawiamy je w sposób zrozumiały i przejrzysty.

Nasi kluczowi interesariusze:



[GRI 102-13] Należymy do najważniejszych polskich, czeskich, słowackich oraz międzynarodowych stowarzyszeń i organizacji związanych ze światem finansów, jak i tych zajmujących się kwestiami zrównoważonego rozwoju, standardów pracy i handlu. Lista stowarzyszonych instytucji dostępna jest w dokumencie „[Standardy mBanku w zakresie zrównoważonego rozwoju](#)”.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Partnerstwa mBanku na rzecz zrównoważonego rozwoju

[GRI 102-12] Zrównoważony rozwój mBanku wspierają zawierane przez nas partnerstwa:

■ Zasady UN Global Compact

Jesteśmy sygnatariuszem 10 Zasad UN Global Compact i członkiem tej organizacji. Te zasady oraz Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ wyznaczają kierunek naszej strategii i działań ESG. Partnerstwo Programu Climate Positive to dodatkowy wymiar naszego członkostwa oraz wsparcie realizacji Celu 17 "Partnerstwo na rzecz celów". W 2021 roku w ramach grupy angażowaliśmy się w inicjatywy i dyskusje w gronie innych partnerów biznesowych, podmiotów administracji państwowej, samorządowej, jak też ekspertów i specjalistów w obszarach m.in. zielonych finansów, grupy wodorowej, energetyki wiatrowej, edukacji klimatycznej czy też zielonego transportu. Efektem prac grupy są m.in. liczne raporty sektorowe, np. raport Zielone Finanse, w który mieliśmy swój wkład.

■ Zasady odpowiedzialnej bankowości ONZ

Od 2021 roku jesteśmy członkiem UNEP-FI, Inicjatywy Finansowej Programu Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska, i sygnatariuszem Zasad odpowiedzialnej bankowości (ang. Principles for Responsible Banking). Przystąpiliśmy do tej inicjatywy samodzielnie jako pierwszy bank w Polsce. W naszych działaniach wspieramy realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ oraz Paryskiego Porozumienia Klimatycznego.

■ Karta różnorodności

Od 2018 roku jesteśmy sygnatariuszem Karty różnorodności, międzynarodowej inicjatywy na rzecz spójności i równości społecznej, prowadzonej w Polsce przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jako uczestnicy tej inicjatywy zobowiązujemy się wspierać różnorodność i przeciwdziałać dyskryminacji w miejscu pracy. Utworzyliśmy zespół, który dba o budowę różnorodnego środowiska pracy.

■ Dekalog praw inwestora

W 2019 roku podpisaliśmy z CFA Society Poland porozumienie w sprawie wprowadzenia i promocji Dekalogu praw inwestora. Podkreśla on przywiązanie mBanku do etycznych aspektów finansowania. Jesteśmy pierwszą instytucją w Polsce, która nawiązała tego typu współpracę z jedną z wiodących organizacji certyfikujących profesjonalistów na świecie.

Na potrzeby przygotowania tego raportu przeprowadziliśmy **proces dialogu z interesariuszami**, którego efektem było powstanie tzw. mapy istotności. Więcej informacji na ten temat można znaleźć w rozdziale [„O raporcie”](#).

1.3.3. Gospodarka i sektor bankowy w Polsce

Krajowa gospodarka urosła o 5,7% w 2021 roku. Taki wzrost PKB jest efektem około 7% wzrostu konsumpcji i inwestycji przy istotnym, dodatnim wkładzie zmian zapasów oraz ujemnym wkładzie eksportu netto. Rok upłynął pod znakiem ostro przyspieszającej inflacji. Główną siłą napędową inflacji pozostawała żywność, energia oraz paliwa. Inflacja bazowa po wyłączeniu żywności i energii oraz cen administrowanych przyspieszyła w tym okresie nieznacznie, ale już na początku 2021 roku była bardzo wysoka. W całym roku inflacja wyniosła średnio 5,1%.

2021 rok przyniósł również spowolnienie dynamik depozytów (bieżących i terminowych) przedsiębiorstw i gospodarstw domowych. Depozyty gospodarstw domowych spowolniły silniej niż środki utrzymywane w bankach przez przedsiębiorstwa.

Wskaźniki makroekonomiczne	2021
Realny wzrost PKB	5,8%
Nominalny PKB per capita (EUR)	13 650 ¹
PKB per capita w PPS (EU-27=100)	76% ¹
Średnioroczna stopa inflacji	5,1%
Średnioroczna stopa bezrobocia (rejestrowanego)	5,9%
Populacja	38 mln
Parametry sektora bankowego	2021
Bazowa stopa procentowa	1,75%
Wskaźnik kredyty/depozyty	76,5%
Wskaźnik NPL	5,7% ²
Łączny współczynnik kapitałowy	20,0% ³
Zwrot na aktywach (ROA) netto	0,36% ²
Zwrot na kapitale (ROE) netto	4,1% ²

Źródło: GUS, Eurostat,
Komisja Nadzoru Finansowego.

¹ Dane na koniec 2020 roku

² Dane na koniec grudnia 2021 roku (udostępnione 14 lutego 2022 roku)

³ Dane na koniec września 2021 roku



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Więcej o gospodarce i sektorze bankowym w Polsce oraz w Czechach i na Słowacji piszemy w Sprawozdaniu zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2021 roku. <https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/raport-roczny/2021/raport-skonsolidowany-pdf.zip>



1.3.4. Perspektywy na 2022 rok (outlook)

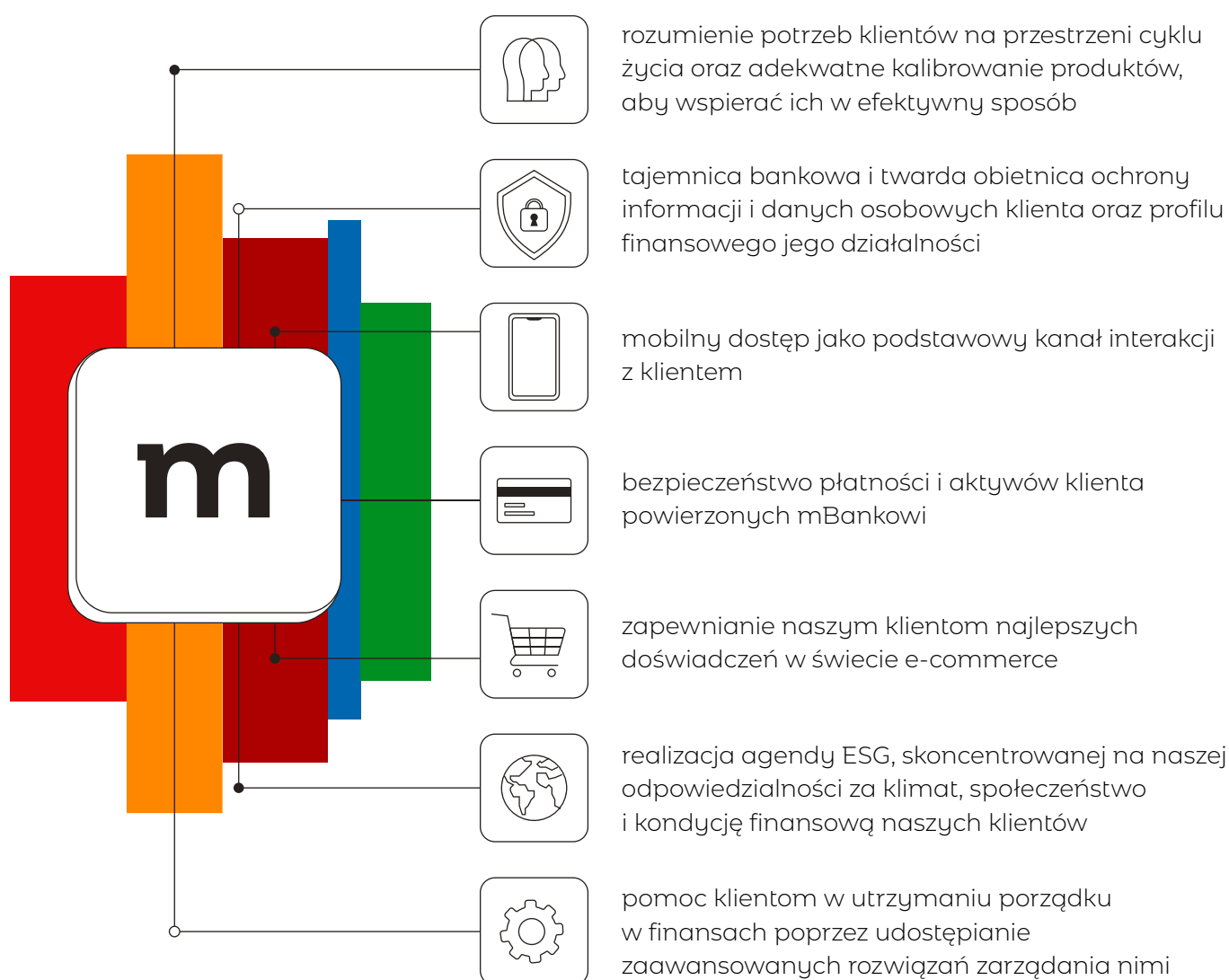
Szczegółowe prognozy dotyczące zmian w otoczeniu mBanku oraz ich potencjalnego wpływu na bank zostały przedstawione w Sprawozdaniu zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2021 roku, w rozdziale „Perspektywy dla sektora bankowego i mBanku w 2022 roku”. Raport ten, jak również prezentacje kwartalne z 2022 roku zawierające bardziej aktualne perspektywy dla Grupy mBanku są dostępne na stronie <https://www.mbank.pl/relacje-inwestorskie/wyniki/>. Odpowiedzią banku na zidentyfikowane średnio- i długoterminowe wyzwania jest strategia biznesowa Grupy mBanku na lata 2021-2025.

1.4. Strategia biznesowa na lata 2021-25

1.4.1. Główne elementy strategii

W 2021 roku przyjęliśmy nową Strategię Grupy mBanku na lata 2021-2025 „Od ikony mobilności do ikony możliwości”. Chcemy wykorzystać nasze przewagi konkurencyjne, dostosowywać się do nowego otoczenia i zarządzać słabościami. Jesteśmy przekonani, że dzięki nowej strategii nasz bank nadal będzie wśród najlepszych instytucji finansowych w Polsce, a jednocześnie osiągnie lepszą wycenę.

Zgodnie z nową strategią biznesową przyszłość naszej Grupy zakotwiczymy na siedmiu filarach:



W strategii Grupy mBanku na lata 2021-2025 skupiamy się na pięciu obszarach:

■ Wiodąca bankowość detaliczna zintegrowana z cyklem życia klienta

- Będziemy rosnąć organicznie dzięki ciągłej akwizycji nowych (głównie młodych) klientów i towarzyszyć im na przestrzeni całego cyklu życia, oferując precyzyjnie dopasowaną propozycję wartości.
- Stworzymy kompleksową ofertę inwestycyjną, dopasowaną do potrzeb każdego segmentu klientów, aby wspierać długofalowe pomnażanie ich majątku i wykorzystać potencjał dochodowy.
- Pomożemy klientom mądrze zarządzać obecnymi i przyszłymi finansami, zapewniając strukturyzowane informacje o wpływach, wydatkach i majątku.
- Zwiększymy cyfrową sprzedaż i obsługę, umożliwiając łatwą realizację wszystkich potrzeb w bankowości mobilnej, przy wsparciu contact center w razie konieczności.
- Będziemy dalej rozwijać ekosystem usług pozabankowych, aby wzmocnić relację z klientem.
- Będziemy wspierać przedsiębiorców oraz małe firmy w rozwoju działalności. Dostarczymy im wiedzę branżową i zapewnimy zintegrowaną platformę do zarządzania finansami, księgowością i sprawami administracyjnymi.

■ Bank pierwszego wyboru dla uczestników rynku e-commerce

- Unowocześnimy i rozszerzymy naszą obecną platformę mOkazje, aby była bardziej atrakcyjnym rozwiązaniem e-commerce zarówno dla kupujących, jak i sprzedających w sieci.
- Chcemy, aby Paynow stał się znaczącą metodą płatności internetowych, z udziałem w rynku odzwierciedlającym udział klientów mBanku w polskim e-commerce.
- Rozszerzymy ofertę usług dodatkowych przeznaczonych dla sprzedawców internetowych, aby zwiększyć znaczenie relacji z mBankiem przez partnerstwo w ich głównych obszarach działalności e-commerce.

■ Najlepsza cyfrowa bankowość korporacyjna dla firm z potencjałem

- Będziemy nawiązywać, rozwijać i intensyfikować współpracę z firmami z perspektywicznych branż i najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki oraz kontynuować wsparcie społecznie odpowiedzialnego biznesu i transformacji energetycznej.
- Będziemy wspierać wzrost segmentu MŚP w Polsce i skorzystamy z jego postępującego wejścia w e-commerce i wyższej rentowności.
- Umocnimy naszą pozycję lidera w bankowości inwestycyjnej na polskim rynku. Wzmocnimy relacje z naszymi klientami korporacyjnymi przez dodatkowe usługi oraz wsparcie najlepszych doradców.
- Zapewnimy najlepszą w Polsce kompleksową obsługę bankową korporacji przez kanały cyfrowe.

- Przeprojektujemy proces kredytowy dla klientów korporacyjnych, aby był bardziej przewidywalny, lepiej wspierał rozwój biznesu oraz zapewniał bezpieczny i adekwatny poziom kosztów ryzyka.

- Będziemy rozwijać rentowny biznes w obszarze bankowości korporacyjnej i zadbamy o efektywność kapitałową i kosztową (na poziomie linii biznesowej oraz indywidualnych relacji z klientami).

- **Technologia, bezpieczeństwo i dane jako źródło przewagi**

- Będziemy stale zapewniać naszym klientom wysoką jakość, dostępność oraz bezpieczeństwo naszych rozwiązań i usług.

- Utrzymamy przewagę technologiczną mBanku w sektorze finansowym przez gotowość do pracy w chmurze, co pozwoli na elastyczność, skalowalność technologii i szybką adaptację do potrzeb.

- Zapewnimy najwyższe możliwe bezpieczeństwo klientom i pracownikom mBanku przez ciągły rozwój wielowarstwowego modelu obrony cyberbezpieczeństwa, zarówno dla rozwiązań lokalnych, jak i chmurowych, obejmujący pełny cykl życia zagrożeń.

- Zapewnimy najwyższą możliwą ochronę aplikacji mobilnej, czyli cyfrowego klucza do wszystkich kanałów mBanku. Dostarczymy najbardziej bezpieczny i przyjazny dla klienta proces potwierdzania tożsamości w kanałach cyfrowych.

- Wykorzystamy sztuczną inteligencję i analitykę danych do tworzenia innowacyjnych produktów dla klientów, lepszej oceny ryzyka, zwiększenia efektywności systemów wewnętrznych i przepływu pracy oraz utrzymania wizerunku mBanku jako technologicznego i cyfrowego lidera.

- **Wyróżniający ludzie i kultura organizacyjna**

- Zbudujemy kulturę, w której współpraca opiera się na zaufaniu i dobrych intencjach.

- Stworzymy najlepsze w swojej klasie hybrydowe środowisko pracy.

- Uczynimy umiejętności naszych pracowników przewagą konkurencyjną banku.

Strategiczne cele finansowe Grupy mBanku na 2025 rok:

efektywność	wskaźnik koszty/dochody (C/I)	~40% w 2025 roku
stabilność	współczynnik kapitału Tier 1	końcoworoczny min 2,5 p.p. powyżej wymogu KNF
	koszty ryzyka (COR)	~0,80% średnioterminowo
wzrost	kredyty	CAGR 2021-2025: ~8%
	depozyty	CAGR 2021-2025: ~8-9%
	wskaźnik przychody ogółem	CAGR 2021-2025: ~9-10%
zyskowość	marża odsetkowa netto (NIM)	~2,5% w 2025 roku
	zwrot na kapitale (ROE)	powyżej 10% w 2025 roku



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

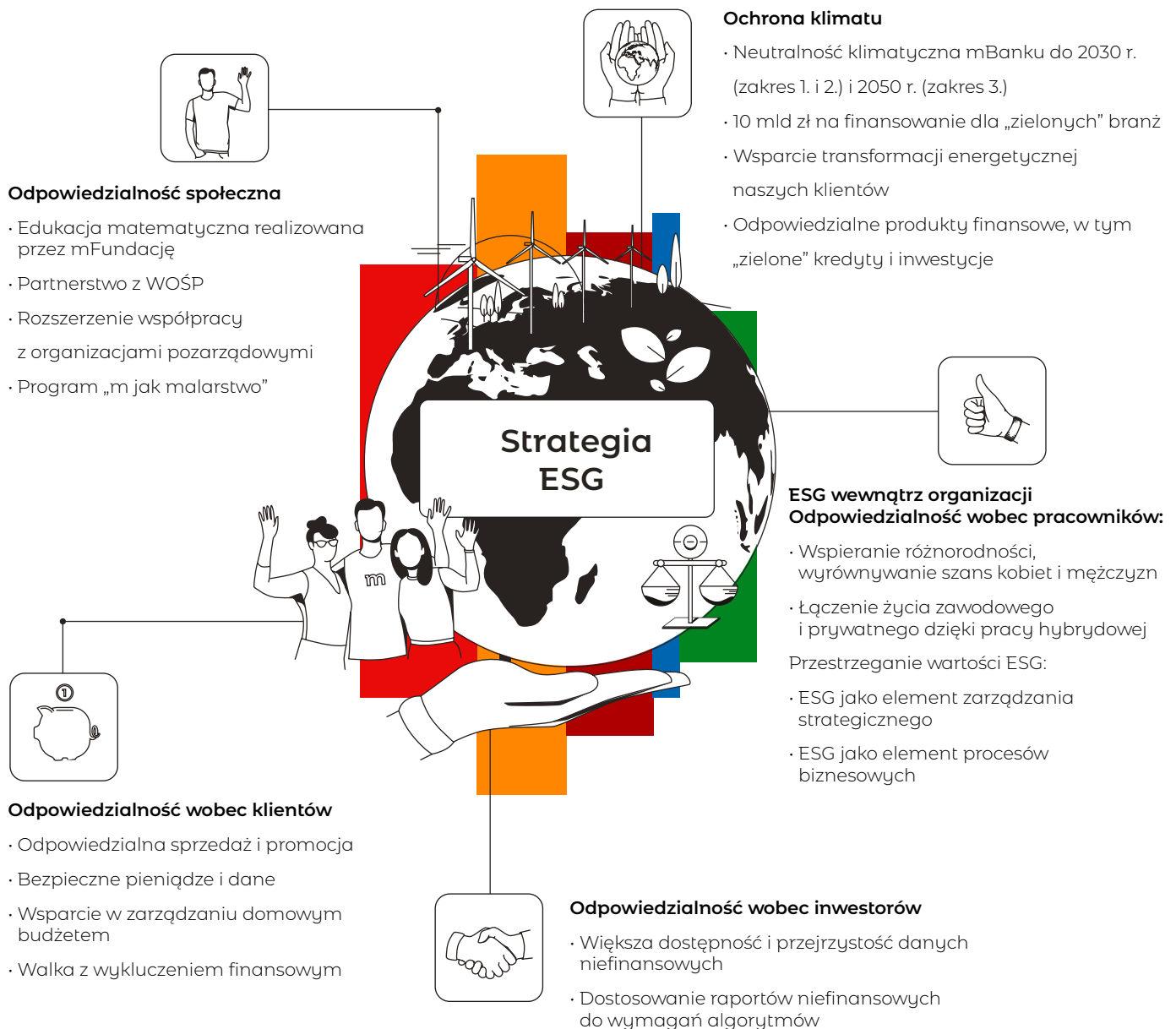
Dla każdego z obszarów zdefiniowaliśmy w strategii precyzyjne cele oraz sposoby ich osiągnięcia. Strategia jest dostępna na naszej stronie internetowej.

<https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/strategia-of-mbank-group-for-2021-2025-pol.pdf>



1.4.2. Elementy ESG strategii

Zrównoważonym rozwojem Grupy mBanku zarządzamy zgodnie z agendą ESG, która jest integralną częścią naszej nowej strategii biznesowej na lata 2021-2025. Elementy, które obejmuje strategia:



Zgodnie ze strategią zamierzamy:

- ograniczać emisję gazów cieplarnianych generowaną zarówno bezpośrednio przez nas samych, jak i przez firmy, którym udzielamy kredytów,
- wspierać zrównoważony wzrost z finansową i niefinansową korzyścią dla społeczeństwa,
- budować wiarygodne relacje i wzmacniać zaufanie interesariuszy, działając transparentnie i zgodnie z najwyższymi standardami,
- jednoczyć się wokół wspólnych wartości i być dumni z pracy w Grupie mBanku,
- pomagać naszym klientom wypełniać ich obywatelskie obowiązki.

W ramach strategii Grupy mBanku na lata 2021-2025 wspieramy 13 z 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Nasze działania w obszarze ESG koncentrują się wokół poniższych aspektów.



Nasza agenda ESG koncentruje się na tych obszarach:

Ochrona klimatu



Nasza obietnica: Do 2050 roku staniemy się bankiem w pełni neutralnym klimatycznie. Do 2030 roku osiągniemy neutralność klimatyczną w zakresie 1 i 2 emisji gazów cieplarnianych.

Zaangażujemy się w walkę z ociepleniem klimatu. Zależy nam na ograniczeniu emisji bezpośrednich ze źródeł własnych i kontrolowanych przez mBank oraz redukcji emisji pośrednich z konsumpcji zakupionej przez nas energii. Będziemy definiować cele cząstkowe co 5 lat do osiągnięcia poziomu zero netto.

Będziemy promować zielone finansowanie. Zamierzamy finansować zrównoważony rozwój, odpowiedzialnie wspierać naszych klientów w ich transformacji energetycznej i zachęcać ich do wdrażania standardów ESG. Chcemy sprzedawać więcej kredytów hipotecznych zabezpieczonych przez niskoemisyjne budynki mieszkalne. W najbliższych latach będziemy coraz bardziej preferować nieruchomości o standardzie Nearly Zero Energy Building (NZEB). Będziemy nadal rozwijać rozwiązania inwestycyjne zgodne z ESG dla klientów bankowości prywatnej oraz dla klientów nowoutworzonego towarzystwa funduszy inwestycyjnych. Wprowadzimy specjalną ofertę dla małych firm, popierając inwestycje korzystne dla środowiska. Chcemy stać się bankiem pierwszego wyboru dla klientów, którzy poszukują finansowania dla proekologicznych projektów.

Zamierzamy zmniejszyć bezpośredni wpływ Grupy mBanku na środowisko:

- stworzymy system agregacji danych dotyczących emisji bezpośrednich,
- określimy harmonogram i kroki milowe (2025, 2030, 2050) redukcji śladu węglowego i osiągnięcia neutralności klimatycznej zgodnie z celami Porozumienia Paryskiego,
- obliczymy nasz ślad węglowy i poddamy te wyliczenia audytowi zewnętrznemu w 2022 roku,
- będziemy dawać przykład zrównoważonym miastom i społecznościom przez nowoczesne siedziby w Warszawie i Łodzi, które ograniczają zużycie energii i wody,
- będziemy wykorzystywać czystą energię – minimum 80% elektryczności kupowanej na potrzeby banku w latach 2023-2024 będzie pochodziło z odnawialnych źródeł,
- sukcesywnie będziemy wymieniać flotę mBanku na pojazdy o niskiej emisyjności. Od 2023 roku nie będziemy kupować nowych samochodów z silnikiem diesla,
- zmniejszymy ilość naszych odpadów i będziemy ponownie wykorzystywać 100% niepotrzebnego, ale poprawnie działającego sprzętu,
- dalej będziemy eliminować papier z naszych procesów oraz plastikowych kart, do 2025 roku 100% kart debetowych dla klientów indywidualnych będzie miało cyfrowy odpowiednik (kartę mobilną).

W zakresie pośredniego wpływu chcemy być wiodącym bankiem wspierającym transformację energetyczną naszych klientów:

- zapewnimy 10 mld zł finansowania dla segmentu OZE do końca 2023 roku, w tym:
 - 5 mld zł funduszy własnych na nowe finansowanie zielonej energii, gospodarki odpadami, elektromobilności i podobnych projektów,
 - 5 mld zł z innych źródeł, takich jak konsorcja i emisje zielonych obligacji dla klientów,
- do 2023 roku zwiększymy udział klientów korporacyjnych z produktami ESG do 5% całego portfela,
- zidentyfikujemy sektory emisyjne w naszym portfelu i określimy poziom zanieczyszczenia CO₂, który można im przypisać
- do 2025 roku zwiększymy udział inwestycji MŚP zabezpieczonych ekologicznymi nieruchomościami do 10%,
- w latach 2022-2025 udzielimy 25 mld zł kredytów mieszkaniowych zabezpieczonych przez budynki mieszkalne spełniające normy redukcji emisji CO₂ wynikające z niskoemisyjnej trajektorii,

- w latach 2022-2025 sprzedamy 1 mld zł ekokredytów hipotecznych na nieruchomości, które spełniają podwyższone wymagania emisyjne potwierdzone Certyfikatem Nearly Zero Energy Building (NZEB),
- do 2025 roku sfinansujemy 1,7 mld zł ekoinwestycji małych firm,
- do 2025 roku osiągniemy udział co najmniej 50% aktywów naszych klientów zarządzanych przez mBank zainwestowanych w produkty zgodne z wytycznymi ESG,
- w ofercie banku nie będziemy mieć nowych produktów o niskim ratingu ESG wśród zewnętrznych funduszy inwestycyjnych.

Odpowiedzialność wobec naszych klientów



Nasza obietnica: Wspieramy klientów w bezpiecznym i wygodnym korzystaniu z usług bankowych oraz w podejmowaniu świadomych decyzji finansowych.

Pragniemy być organizacją etyczną, sprawiedliwą i transparentną. Będziemy edukować i wspierać naszych interesariuszy w lepszym rozumieniu naszej oferty, polityk i działań. Czytelnie i zrozumiale informujemy o cenach i opłatach. W sposób przejrzysty przedstawiamy ryzyko związane z konkretnymi produktami finansowymi. Wierzymy, że takie podejście umożliwi klientom optymalne korzystanie z oferty mBanku. Będziemy również dalej promować bezpieczną bankowość internetową i ochronę danych osobowych.

W ramach bankowości inkluzywnej, będziemy dalej dostosowywać nasze usługi do potrzeb osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności. Rozwiązania, które wprowadzimy, pozwolą im korzystać z naszych placówek i efektywnie zarządzać finansami osobistymi. W każdym mieście, w którym prowadzimy działalność, będzie co najmniej jedna placówka bez barier. Aby zapewnić wszystkim równy dostęp do usług bankowych, w swojej ofercie mamy bezpłatne konto podstawowe dla potrzebujących.

Nasz cel to dbać o dobrą sytuację finansową i przyszłość naszych klientów:

- rozwijamy funkcje zarządzania finansami osobistymi (PFM), aby dać klientom kontrolę nad budżetem, przepływami pieniężnymi i inwestycjami, a także, by wspierać ich w przygotowaniu do różnych życiowych wydarzeń,
- kontynuujemy kampanie edukacyjne na temat bezpiecznych finansów, w tym każdego roku przeprowadzimy kampanię dotyczącą bezpieczeństwa w sieci,

- prowadzimy odpowiedzialną sprzedaż, z obszerną informacją i przejrzystą prezentacją różnych rodzajów ryzyka związanych z danymi produktami finansowym,
- używamy jasnej komunikacji i prostego języka,
- wszystkie nowe oddziały przystosujemy do potrzeb osób z niepełnosprawnościami,
- do 2023 roku uzyskamy certyfikat dostępności dla budynków, obsługi klientów oraz stron internetowych.

Przestrzeganie wartości ESG wewnątrz organizacji



Nasza obietnica: Postępujemy zgodnie z tym, co mówimy. Najpierw realizujemy cele, a potem o nich informujemy. Budujemy kulturę korporacyjną w oparciu o wartości ESG i wprowadzamy je do naszego codziennego życia.

Chcemy zbudować środowisko pracy skupione na wartościach ESG. Będziemy edukować naszych pracowników w zakresie ESG – wprowadzimy programy, które pomogą zmienić sposób myślenia. Będziemy promować innowacyjność, przedsiębiorczość, odpowiedzialność, współpracę, hybrydowy system pracy oraz różnorodność. Uwzględnimy czynniki ESG w naszej działalności biznesowej oraz procesach zarządzania zasobami ludzkimi, takich jak rekrutacja i sukcesja, wdrażanie pracownika, działania rozwojowe, ocena wartości (informacja zwrotna), metody pracy oraz zarządzanie projektami.

Wierzymy, że różnorodność i inkluzywność są ważnymi elementami budowania firmy odpowiedzialnej społecznie, a jednocześnie przyczyniają się do poprawy wyników biznesowych w wielu wymiarach. Jesteśmy organizacją opartą na kryteriach merytorycznych. Zależy nam na tym, aby zapewnić równe szanse wszystkim naszym pracownikom. Tworzymy jednakowe możliwości dla obu płci i pomagamy kobietom łączyć karierę zawodową z macierzyństwem.

Oczekujemy etycznego zachowania na wszystkich poziomach organizacji. Tego samego wymagamy również od naszych partnerów biznesowych i dostawców. Dlatego wprowadzimy specjalny kodeks oraz dodamy kryteria ESG w procedurach zakupowych. Aby wspierać sprawiedliwość i silne instytucje, wdrożyliśmy środki przeciwdziałania korupcji, szeroko rozwinęliśmy funkcje compliance i zajmujemy stanowiska w istotnych kwestiach. Angażujemy się we współpracę w ramach sektora bankowego oraz z innymi organizacjami (np. stowarzyszeniami branżowymi, zagranicznymi bankami pomocy) oraz bierzemy udział w inicjatywach wspierających osiągnięcie Celów Zrównoważonego Rozwoju na poziomie lokalnym, krajowym i globalnym.

Nasz cel to wprowadzić czynniki ESG do procesów biznesowych i pracowniczych:

- zachowujemy różnorodność płci kandydatów w końcowej fazie procesu rekrutacji (na stanowiska kierownicze),
- mamy hybrydowy system pracy, który odpowiada potrzebom pracodawcy i pracowników,
- wprowadzamy Taksonomię do procesów (w tym kredytowych), procedur i produktów,
- od 2021 roku rozszerzamy ofertę zrównoważonych produktów o co najmniej jeden produkt proekologiczny rocznie w każdej linii biznesowej,
- od 2022 roku każdy nowy produkt bankowego oceniamy pod kątem ESG,
- proaktywnie promujemy prawidłową segregację śmieci i będziemy organizować raz w roku „Czysty Dzień” dla pracowników (dzień na sprzątanie Ziemi),
- określimy 10% celów OKR (Objectives and Key Results) dla menedżerów TOP 100 dotyczących ESG,
- zapewnimy równowagę płci w programie sukcesji, przy odsetku uczestników danej płci wynoszącym minimum 45%,
- do 2023 roku stworzymy możliwości pracy w elastycznym modelu dla 90% pracowników,
- od 2025 roku będziemy współpracować wyłącznie z partnerami biznesowymi oraz dostawcami spełniającymi standardy ESG (zgodnie z kodeksem).

Odpowiedzialność społeczna



Nasza obietnica: Przyczynimy się do poprawy dobrobytu społecznego. Będziemy firmą odpowiedzialną społecznie. Będziemy dbać o naszych pracowników i ich rodziny.

Uważamy, że wiedza matematyczna zwiększa kompetencje w dorosłym życiu i pozwala na dobry start w karierze zawodowej. Dlatego będziemy nadal pomagać w rozwoju umiejętności matematycznych dzieci i młodzieży. Stworzyliśmy również specjalny fundusz „m jak malarstwo”, aby wspierać i promować młodych polskich malarzy. Nabywając ich prace, zbudujemy niezwykłą kolekcję sztuki współczesnej.

Wspieramy organizacje, które swoim działaniem przyczyniają się do zdrowego i godnego życia społeczeństwa. Jesteśmy partnerem i sponsorem Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy (WOŚP) i uczestniczymy w corocznych zbiórkach.

Zapewniamy pakiety prywatnej opieki medycznej oraz różne formy wsparcia samopoczucia naszych pracowników, a opcjonalnie także ich rodzin, dbamy o ich dobrą kondycję fizyczną i psychiczną.

Nasz cel to działać z finansową i niefinansową korzyścią dla społeczeństwa:

- wspieramy rozwój edukacji matematycznej w Polsce przez działania mFundacji, takie jak programy grantowe i konkursy o zasięgu ogólnopolskim,
- tworzymy kolekcję obrazów młodych artystów, która będzie otwarta dla publiczności i rozszerzana dzięki utworzonemu funduszowi („m jak malarstwo”),
- współpracujemy z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy, która od lat zaopatruje polską ochronę zdrowia w nowoczesny sprzęt medyczny,
- zachęcamy do aktywności obywatelskiej przez możliwość łatwego dofinansowania organizacji pozarządowych i fundacji bezpośrednio z aplikacji mobilnej mBanku, co pozwala naszym klientom wnieść ich własny wkład na rzecz wspierania społeczeństwa.

1.5. Ład korporacyjny

W mBanku funkcjonuje zgodny z przepisami prawa, przejrzysty i skuteczny ład wewnętrzny. Określają go **Statut banku oraz system regulacji wewnętrznych**, w tym nasza **Polityka ładu** wewnętrznego. Na ład wewnętrzny w mBanku składają się w szczególności:

- 1 system zarządzania i organizacji banku,
- 2 zasady działania organów wewnętrznych banku (rady nadzorczej, zarządu) oraz osób pełniących kluczowe funkcje w banku,
- 3 standardy postępowania oraz zarządzanie konfliktami interesów,
- 4 zasady odnoszące się do outsourcingu, wynagradzania oraz polityki dywidendowej,
- 5 system zarządzania ryzykiem w banku,
- 6 system kontroli wewnętrznej w banku,
- 7 polityka informacyjna banku.

Ogólne zasady ładu korporacyjnego w mBanku, czyli regulacje i procedury wewnętrzne określające wytyczne w zakresie działania, w tym w relacjach z interesariuszami, wynikają z przepisów, w tym z:

- Kodeksu spółek handlowych,
- Ustawy Prawo bankowe,
- przepisów regulujących funkcjonowanie rynku kapitałowego.

Zasady te są również ujęte w dokumentach takich jak:

- Dobre praktyki spółek notowanych na GPW 2021,
- Zasady ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych, wydane przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF),
- Kodeks Etyki Bankowej, wydany przez Związek Banków Polskich (ZBP).



Zapisy naszej Polityki ładu wewnętrznego stosują wszystkie jednostki organizacyjne banku. Zarząd zapewnia zgodność działania banku z tą polityką oraz odpowiada za eliminowanie niewłaściwych praktyk podwyższających ryzyko naszej działalności lub negatywnie wpływających na naszą reputację.

Wszyscy członkowie zarządu i rady nadzorczej mBanku mają wiedzę, doświadczenie i umiejętności niezbędne do wykonywania powierzonych im funkcji. Pełnienie funkcji w organie zarządzającym stanowi główny obszar aktywności zawodowej członków zarządu. Niektórzy z nich zasiadają dodatkowo w radach nadzorczych podmiotów zależnych, co przyczynia się do sprawnego funkcjonowania Grupy mBanku. Do kompetencji rady nadzorczej należy wyrażanie zgody na zasiadanie przez członków zarządu w zarządach lub radach nadzorczych spółek spoza naszej grupy kapitałowej.

Członkowie rady nadzorczej poświęcają niezbędną ilość czasu na wykonywanie swoich obowiązków. Działając w interesie spółki, kierują się w swoim postępowaniu niezależnością własnych opinii i osądów. Odpowiedniość członków zarządu i rady nadzorczej mBanku oceniana jest na podstawie takich kryteriów jak: wiedza merytoryczna i umiejętności, kompetencje menedżerskie, doświadczenie zawodowe, odpowiedzialność indywidualna, odpowiedzialność kolektywna, reputacja i nieposzlakowana opinia, działanie w sposób etyczny i uczciwy, poświęcanie odpowiedniej ilości czasu, niezależność osądu. W przypadku rady nadzorczej uwzględnia się kryteria niezależności. Na 31 grudnia 2021 roku, członkowie niezależni stanowili połowę składu osobowego rady nadzorczej.

Zwołujemy Zwyczajne Walne Zgromadzenie w terminie zgodnym z przepisami prawa oraz dokładamy wszelkich starań, by odbyło się w możliwie najkrótszym czasie po publikacji raportu rocznego. Umożliwiamy akcjonariuszom zdalny udział w walnym zgromadzeniu i prowadzimy transmisję obrad w czasie rzeczywistym. Projekty uchwał Walnego Zgromadzenia dotyczących spraw i rozstrzygnięć innych niż o charakterze porządkowym zawierają uzasadnienie i są wcześniej zaopiniowane przez radę nadzorczą. Gdy przedmiotem obrad Walnego Zgromadzenia ma być powołanie do rady nadzorczej lub powołanie rady nadzorczej nowej kadencji, kandydatury na członków rady są zgłaszane nie później niż na 3 dni przed walnym zgromadzeniem. Komplet materiałów na ich temat publikowany jest na stronie internetowej spółki.

Zgodnie ze strategią Grupy mBanku, naszym celem odzwierciedlonym w planie średniookresowym jest wypłata dywidendy. Polityka dywidendowa zapewnia utrzymanie współczynników kapitałowych banku i Grupy na bezpiecznych poziomach. Bank wypłacił ostatnią dywidendę z zysku za 2017 rok. Brak wypłaty dywidendy w ostatnich latach wynikał z zaleceń Komisji Nadzoru Finansowego.



DOBRA PRAKTYKA

Dobre praktyki spółek notowanych na GPW

Od lipca 2021 roku obowiązują Dobre praktyki spółek notowanych na GPW 2021. Każdy rozdział dokumentu składa się z zasad ogólnych, wskazujących cele, do których powinna dążyć spółka w danym obszarze, a także z zasad szczegółowych podlegających obowiązkowi raportowania. Uwzględnione zostały z nim też nowe zagadnienia istotne z punktu widzenia interesariuszy, m.in. praktyki dotyczące obszaru ESG i różnorodności w składzie organów spółki.

W lipcu 2021 roku przekazaliśmy na GPW raport na temat stanu stosowania tych dobrych praktyk. Zaraportowaliśmy, że nie stosujemy jedynie zasady dotyczącej formalnej polityki różnorodności wobec zarządu oraz rady nadzorczej. Jest to zagadnienie, które opisuje nasza Polityka odpowiedzialności. Zgodnie z jej zapisami przy wyborze i powoływaniu członków zarządu oraz proponowaniu kandydatur na członków rady nadzorczej, uwzględniana jest kwestia różnorodności. Rada nadzorcza, decydując o składzie zarządu, dąży do zapewnienia jego różnorodności, w szczególności w odniesieniu do wieku, wykształcenia, doświadczenia zawodowego i udziału kobiet.



DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

Oświadczenie mBanku o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego w 2021 roku jest dostępne w internecie.

<https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/rn/2022/oswiadczenie-mbanku-o-stosowaniu-zasad-ladu-korporacyjnego-w-2021-roku.pdf>



1.5.1. Polityki wewnętrzne

Elementem systemu zarządzania mBanku, w tym zarządzania aspektami związanymi z ESG, są odpowiednie dokumenty wewnętrzne. Składają się na nie m.in. polityki, a także wynikające z nich szczegółowe instrukcje i procedury.

Wśród polityk wewnętrznych mBanku, istotnych z punktu widzenia ESG, znajdują się te dotyczące relacji z pracownikami oraz z klientami, odpowiedzialnego finansowania inwestycji, bezpieczeństwa i prywatności danych, etycznego biznesu i ładu korporacyjnego.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Polityki wewnętrzne mBanku, które są istotne z punktu widzenia ESG, opisaliśmy szczegółowo w dokumencie „Standardy mBanku w zakresie zrównoważonego rozwoju”, dostępnym na stronie:

https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/mbank-sustainability-standards_pl.pdf



1.5.2. Kluczowi decydenci – organy spółki

Zarząd

[GRI 102-18] Zarząd mBanku składa się z co najmniej trzech członków powoływanych na wspólną kadencję pięciu lat. Co najmniej połowa członków zarządu, w tym prezes zarządu, musi mieć obywatelstwo polskie, stale zamieszkiwać w Polsce, posługiwać się językiem polskim oraz mieć doświadczenie na rynku polskim, które można wykorzystać przy zarządzaniu bankiem.

Skład naszego zarządu nie zmienił się w 2021 roku. Na 31 grudnia 2021 roku zarząd tworzyli:

- Cezary Stypułkowski – prezes zarządu, dyrektor generalny banku,
- Andreas Böger – wiceprezes zarządu ds. finansów,
- Krzysztof Dąbrowski – wiceprezes zarządu ds. operacji i informatyki,
- Cezary Kocik – wiceprezes zarządu ds. bankowości detalicznej,
- Marek Lusztyn – wiceprezes zarządu ds. zarządzania ryzykiem,
- Adam Pers – wiceprezes zarządu ds. bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej.

Zarząd prowadzi sprawy banku, reprezentuje bank i ustala wytyczne odnośnie jego działalności, w szczególności obciążonej ryzykiem, w tym polityki kredytowej, inwestycyjnej, zarządzania aktywami i zobowiązaniami banku, a także polityki gwarancyjnej. Zarząd przekazuje radzie nadzorczej regularne i wyczerpujące informacje o wszystkich istotnych sprawach dotyczących działalności banku oraz o ryzyku związanym z prowadzoną działalnością i sposobach zarządzania tym ryzykiem.

Członkowie zarządu ponoszą wspólnie odpowiedzialność za całokształt działalności banku. Pracują w sposób kolegialny i informują się wzajemnie o najważniejszych sprawach banku podlegających kompetencji poszczególnych członków zarządu. Zarząd może powoływać stałe komitety lub zespoły do realizacji określonych funkcji, zadań lub koordynacji pracy jednostek organizacyjnych banku.

W mBanku działają komitety, którym przewodzą członkowie zarządu:

- Komitet ds. zarządzania zasobami (przewodniczący: Andreas Böger),
- Komitet ds. zarządzania aktywami i pasywami oraz kapitałem (przewodniczący: Andreas Böger),
- Komitet ds. jakości danych i rozwoju systemów informacyjnych (przewodniczący: Andreas Böger),

- Komitet ds. nadzoru nad oddziałami zagranicznymi mBanku S.A. (przewodniczący: Cezary Kocik),
- Komitet kredytowy Grupy mBanku (przewodniczący: Marek Lusztyn),
- Komitet ryzyka bankowości detalicznej (przewodniczący: Marek Lusztyn),
- Komitet ryzyka bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej (przewodniczący: Marek Lusztyn),
- Komitet ryzyka rynków finansowych (przewodniczący: Marek Lusztyn),
- Komitet ryzyka modeli (przewodniczący: Marek Lusztyn),
- Komitet bankowości inwestycyjnej (przewodniczący: Marek Lusztyn),
- Komitet ds. architektury informatycznej Grupy mBanku (przewodniczący: Krzysztof Dąbrowski),
- Komitet zrównoważonego rozwoju Grupy mBanku (przewodniczący: Marek Lusztyn).

W przypadku członków zarządu i rady nadzorczej szczególnie istotna jest kwestia ich różnorodności, w tym wyrównywania szans kobiet i mężczyzn. Więcej na ten temat piszemy w sekcji [„Różnorodność zarządu i rady nadzorczej”](#)

Rada nadzorcza

Rada nadzorcza funkcjonuje na podstawie uchwalonego przez siebie regulaminu i wykonuje funkcje przewidziane w Statucie mBanku, Kodeksie spółek handlowych i Ustawie Prawo bankowe. Co najmniej połowa członków rady nadzorczej, w tym jej przewodniczący, musi mieć obywatelstwo polskie, stale zamieszkiwać w Polsce, posługiwać się językiem polskim oraz mieć doświadczenie na rynku polskim, które można wykorzystać przy sprawowaniu nadzoru nad działalnością banku. Zgodnie z wymogiem statutowym, co najmniej dwóch członków rady nadzorczej to członkowie niezależni.

W 2021 roku zmienił się skład rady nadzorczej mBanku. Z udziału w radzie zrezygnowali Sabine Schmitroth oraz Jörg Hessenmüller. Nowymi członkami rady zostali Arno Walter oraz dr Armin Barthel.

Skład rady nadzorczej na 31 grudnia 2021 roku:

- Agnieszka Słomka-Gołębiowska – przewodnicząca rady nadzorczej,
- Bettina Orlopp – wiceprzewodnicząca rady nadzorczej,
- Armin Barthel – członek rady nadzorczej,
- Tomasz Bieske – członek rady nadzorczej,
- Marcus Chromik – członek rady nadzorczej,
- Mirosław Godlewski – członek rady nadzorczej,
- Aleksandra Gren – członkini rady nadzorczej,
- Arno Walter – członek rady nadzorczej.

Cztery osoby zasiadające w naszej radzie nadzorczej spełniają kryterium niezależności. Są to Agnieszka Słomka-Gołębiowska, Tomasz Bieske, Aleksandra Gren i Mirosław Godlewski.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Biogramy członków zarządu oraz rady nadzorczej z opisem ich kompetencji i doświadczenia znajdują się na naszej stronie internetowej:

<https://www.mbank.pl/o-nas/wladze/>



Wśród kompetencji rady nadzorczej znajdują się m.in. nadzór nad systemami zarządzania ryzykiem kontroli wewnętrznej, zatwierdzanie rocznych planów finansowych banku, powoływanie i odwoływanie zarządu czy zatwierdzanie istotnych umów stowarzyszeniowych lub porozumień o współpracy. Szczegółowa lista kompetencji rady nadzorczej znajduje się w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2021 roku.

W 2021 roku rada nadzorcza odbyła 9 posiedzeń, na których przyjęła 111 uchwał. Rada omawiała i oceniała bieżące wyniki Grupy mBanku oraz poszczególnych pionów biznesowych. Szczególnym dokumentem przyjętym przez radę nadzorczą w październiku 2021 roku jest „Strategia Grupy mBanku na lata 2021-2025 – od ikony mobilności do ikony możliwości”, wyznaczająca kierunki rozwoju Grupy mBanku w kolejnych latach. Zarząd przedstawił radzie nadzorczej proponowane założenia nowej strategii na specjalnych warsztatach we wrześniu 2021 roku.

1.5.3. System zarządzania aspektami ESG

W grudniu 2020 roku powołaliśmy **Komitet Zrównoważonego Rozwoju** (KZR) Grupy mBanku. Komitetowi przewodniczy wiceprezes zarządu odpowiedzialny za obszar ryzyka (CRO), a w jego skład wchodzi przedstawiciele wszystkich pionów mBanku oraz spółek z Grupy. Wskazuje on główne kierunki działań i proponuje je zarządowi, organizuje system zarządzania ESG, nadzoruje przebieg inicjatyw z tego obszaru, monitoruje kluczowe wskaźniki w tym zakresie. Wydaje decyzje i rekomendacje dotyczące polityk i wytycznych ESG. Koordynuje też pracę różnych jednostek organizacyjnych Grupy mBanku oraz służy jako forum dialogu, podejmowania decyzji i wydawania rekomendacji w zakresie zrównoważonego rozwoju.

W 2021 roku odbyły się cztery posiedzenia KZR. Komitet m.in. zatwierdził Kodeks zrównoważonego rozwoju dla dostawców i partnerów mBanku oraz przyjął kryteria klasyfikacji i pulę detalicznych produktów hipotecyjnych, które mogą być finansowane z emisji zielonych obligacji. Podczas posiedzeń członkowie komitetu omawiali także cele strategii ESG mBanku na 2022 rok, ratingi ESG, stress testy klimatyczne EBC i nowe zasady Dobrych praktyk spółek notowanych na GPW.

Kwestie ESG są jednym z elementów, które **bierzemy pod uwagę przy ocenie efektów pracy ponad 100 najwyższych rangą pracowników mBanku**, w tym członków zarządu. Co kwartał **zarząd** mBanku omawia tematy ESG z **radą nadzorczą**. O kwestiach ESG regularnie dyskutuje też Komisja ds. ryzyka rady nadzorczej. Spośród członków zarządu jego prezes jest bezpośrednio odpowiedzialny za wdrożenie i utrzymanie standardów etycznych w mBanku. Z kolei wiceprezes ds. zarządzania ryzykiem bezpośrednio nadzoruje obszar ryzyka ESG.

Inne jednostki organizacyjne, które tworzą system zarządzania ESG w mBanku to:

- **rzecznik etyki.** Wspiera pracowników w sprawach spornych i kontrowersyjnych. Więcej informacji można znaleźć w rozdziale „[Etyka, wartości](#)”
- **zespół ds. doświadczenia klienta.** Kształtuje wszelkie inicjatywy, aby odzwierciedlały perspektywę klientów i minimalizowały ryzyko nieadekwatnych oczekiwań, naruszenia zaufania klientów i powstawania sytuacji spornych. Więcej informacji można znaleźć w rozdziale „[Klientocentryczność jako filozofia banku](#)”
- **pełnomocnik zarządu do spraw różnorodności i inkluzywności.** Rozwija i wdraża naszą politykę różnorodności i inkluzywności. Więcej informacji można znaleźć w rozdziale „[Różnorodność i inkluzywność](#)”

W mBanku mamy grupę pracowników z różnych departamentów zajmujących się tematyką zrównoważonego rozwoju. To około 60 osób reprezentujących wszystkie obszary biznesu banku. Wspólnie z najwyższym kierownictwem (w tym członkami zarządu i dyrektorami zarządzającymi) zaangażowali się oni w opracowanie nowej strategii ESG. Grupy projektowe zorganizowały się wokół Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ i wprowadziły do naszej agendy ESG aspekty związane z odpowiedzialnością za klimat, społeczeństwo, kondycję finansową naszych klientów, przestrzeganiem wartości ESG oraz byciem wiarygodnym partnerem dla inwestorów. W realizację strategii ESG angażujemy różne osoby, zespoły i departamenty z całej Grupy mBanku. Są one właścicielami merytorycznymi poszczególnych tematów ESG, odpowiadają za zarządzanie nimi i realizację zgodnie z celami zapisanymi w naszej strategii.

Budujemy system wzajemnej wymiany informacji i wiedzy. Eksperti ESG z różnych miejsc w organizacji pełnią funkcję centrów kompetencji, organizują wewnętrzne szkolenia i warsztaty, dzielą się swoją wiedzą. Występują w czasie regularnych statusów ESG, na które zapraszamy też zewnętrznych ekspertów i doradców. Dodatkowo wymianę wiedzy wspieramy przez komunikację wewnętrzną i wydarzenia dla szerokiego grona pracowników. Przez działania edukacyjne budujemy kulturę korporacyjną zgodną z wartościami ESG, które stosujemy w naszej codziennej pracy.

1.5.4. Audyt wewnętrzny

Elementem naszego ładu korporacyjnego jest system audytu wewnętrznego, który ma zapewnić zgodność z prawem i przyjętymi przez nas standardami. Utrzymujemy skuteczne **systemy kontroli wewnętrznej**, zarządzania ryzykiem oraz compliance. Za realizację zadań w poszczególnych systemach odpowiadają wyodrębnione jednostki organizacyjne. Zarząd jest odpowiedzialny za wdrożenie, utrzymanie i skuteczność systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem i compliance.

Działanie audytu wewnętrznego jest niezależne. **Departament Audytu Wewnętrznego i Departament Compliance** podlegają bezpośrednio prezesowi zarządu. W zakresie działalności audytowej Departament Audytu Wewnętrznego podlega funkcjonalnie Komisji ds. audytu w radzie nadzorczej.

Wynagrodzenie osób odpowiedzialnych za zarządzanie ryzykiem i compliance oraz kierujących audytem wewnętrznym, w tym również ich wynagrodzenie zmienne, jest uzależnione od realizacji wyznaczonych zadań. Nie jest zależne od wyników finansowych Grupy mBanku. Komisja ds. audytu w radzie nadzorczej zajmuje się przeglądem oraz monitorowaniem procesu sprawozdawczości finansowej i skuteczności działania systemu kontroli wewnętrznej, w tym funkcjonowania audytu wewnętrznego oraz compliance.

Kluczowe spółki Grupy mBanku spełniają Dobre praktyki spółek notowanych na GPW 2021 dotyczące wynagrodzeń oraz podległości służbowej osób odpowiedzialnych za zarządzanie ryzykiem, compliance oraz audyt wewnętrzny. W ramach Grupy mBanku, stanowisko ds. audytu wewnętrznego wyodrębnione jest w mBanku Hipotecznym.

System kontroli wewnętrznej w mBanku wspomaga zarządzanie bankiem przez przyczynianie się do zapewnienia skuteczności i efektywności działania, wiarygodności sprawozdawczości finansowej, przestrzegania zasad zarządzania ryzykiem oraz zgodności działania banku z przepisami prawa, regulacjami wewnętrznymi i standardami rynkowymi.

Funkcjonujący w banku system zarządzania ryzykiem i system kontroli wewnętrznej zorganizowany jest na trzech niezależnych liniach obrony:

- na pierwszą linię obrony składa się zarządzanie ryzykiem w działalności operacyjnej banku, realizowane przez poszczególne biznesowe komórki organizacyjne i jednostki bezpośrednio je wspierające,
- na drugą linię obrony składa się co najmniej zarządzanie ryzykiem przez wyznaczone komórki organizacyjne lub wyznaczonych pracowników komórek organizacyjnych niezależne od zarządzania ryzykiem na pierwszej linii obrony oraz działalność Departamentu Compliance,
- trzecią linią obrony jest działalność Departamentu Audytu Wewnętrznego, który zapewnia niezależną ocenę adekwatności i skuteczności systemu zarządzania ryzykiem i systemu kontroli wewnętrznej w pierwszej i drugiej linii obrony.

Pracownicy mBanku na wszystkich trzech liniach obrony stosują mechanizmy kontrolne lub niezależnie monitorują przestrzeganie mechanizmów kontrolnych.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Więcej informacji o zasadach audytu znajduje się w Sprawozdaniu zarządu za 2021 rok:

<https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/raport-roczny/2021/raport-skonsolidowany-pdf.zip>



Uniwersum audytu mBanku obejmuje 103 obiekty audytowe, zgrupowane w 26 obszarach ryzyka. **W 2021 roku przeprowadziliśmy 25 audytów.** W badaniach uwzględniliśmy 39 obiektów audytowych z 21 obszarów ryzyka. 8 audytów dotyczyło procesów i produktów, 11 audytów – wymogów nadzorczych i zarządzania ryzykiem, a po 3 audyty związane były z obszarem IT oraz wdrażaniem nowych przepisów i regulacji nadzorczych.

Badane obszary oceniamy w pięciostopniowej skali. Przyznajemy oceny: dobra, zadowalająca, dostateczna, niezadowalająca i niedostateczna. W 2021 roku 24% audytów otrzymało oceny zadowalające, 48% dostateczne i 8% niezadowalające. Pozostałe audyty zakończyły się bez oceny. Były to cykliczne przeglądy obszarów wskazywanych przez nadzór (BION, samoocena A-IRB, plan naprawy).

1.5.5. Odpowiedzialność wobec inwestorów

Prowadzimy przejrzystą, otwartą i rzetelną **politykę informacyjną**, która buduje wzajemne zaufanie i lojalność inwestorów. Jeśli pojawią się nieprawdziwe informacje o spółce, jak najszybciej reagujemy i jasno przedstawiamy nasze stanowisko.

Realizując politykę informacyjną, stosujemy wymogi wynikające z przepisów dotyczących poufności i bezpieczeństwa informacji, które musimy spełniać jako spółka publiczna oraz instytucja nadzorowana. W polityce informacyjnej w zakresie relacji inwestorskich wykorzystujemy przede wszystkim:

- stronę internetową spółki w języku polskim i angielskim,
- raporty bieżące i okresowe, przy czym publikacja sprawozdań okresowych jest tak zaplanowana, aby umożliwić inwestorom zapoznanie się z wynikami finansowymi spółki w możliwie jak najkrótszym czasie po zakończeniu okresu sprawozdawczego,
- kwartalne prezentacje wyników finansowych dla inwestorów i analityków, podczas których członkowie zarządu spółki komentują wyniki finansowe i biznesowe Grupy, wydarzenia mające wpływ na działalność Grupy i perspektywy na przyszłość,
- indywidualne i grupowe spotkania, telekonferencje i wideokonferencje przedstawicieli zarządu i zespołu relacji inwestorskich z inwestorami i analitykami,
- bieżący kontakt telefoniczny, mailowy oraz przez aplikację Microsoft Teams z analitykami i inwestorami, w tym comiesięczna dystrybucja Newslettera i w razie potrzeb innych materiałów informacyjnych,
- udział naszych przedstawicieli w krajowych i zagranicznych konferencjach inwestorskich, a także cykle spotkań z inwestorami w kraju i za granicą (roadshows).

Na naszej stronie internetowej dostępne są m.in. informacje i dokumenty, które wynikają ze wskazówek do Dobrych Praktyk:

- podstawowe dokumenty korporacyjne,
- skład zarządu, rady nadzorczej i komitetów rady nadzorczej, życiorysy zawodowe członków tych organów,
- informacje na temat programów motywacyjnych,
- zestawienia wybranych danych finansowych spółki oraz danych biznesowych,
- prezentacje zawierające omówienie opublikowanych wyników i otoczenia rynkowego,
- podstawowe informacje korporacyjne dotyczące struktury grupy kapitałowej,
- dane dotyczące liczby wyemitowanych akcji, składu akcjonariatu, kapitału zakładowego i dywidendy,
- rekomendacje analityków z ceną docelową akcji, a także konsensus prognozowanych wyników Grupy na bieżący i następny rok,
- nagrania z kwartalnych spotkań analityków i inwestorów z członkami zarządu mBanku,
- informacje na temat stosowania zasad ładu korporacyjnego oraz informacje na temat komunikacji ze spółką.

Ponadto udostępniamy zapis przebiegu Walnych Zgromadzeń w formie wideo, a także informacje dotyczące ratingów i Programu Emisji Euroobligacji (w tym prospekty emisyjne i prezentacje dla inwestorów w instrumenty dłużne).

1.6. Zarządzanie ryzykiem

1.6.1. Fundamenty zarządzania ryzykiem

W Grupie mBanku zarządzanie ryzykiem realizujemy na wszystkich poziomach struktury – od rady nadzorczej (w tym Komisji ds. ryzyka rady nadzorczej) i zarządu banku, przez wyspecjalizowane komitety oraz jednostki organizacyjne odpowiadające za identyfikację, pomiar, monitorowanie, kontrolę i redukcję ryzyka, aż po jednostki biznesowe.

Role i zadania w zakresie zarządzania ryzykiem są zorganizowane zgodnie ze schematem trzech linii obrony:

- Pierwszą linię obrony stanowią linie biznesowe, które przy podejmowaniu wszystkich decyzji uwzględniają aspekty związane z ryzykiem i kapitałem w granicach określonego apetytu na ryzyko.
- Druga linia obrony to przede wszystkim jednostki organizacyjne obszarów zarządzania ryzykiem, bezpieczeństwa i compliance. Tworzy ona ramy i wytyczne do zarządzania poszczególnymi rodzajami ryzyka, wspiera i nadzoruje biznes w ich wdrażaniu oraz niezależnie analizuje i ocenia ryzyko funkcji kontrolnych. Druga linia obrony działa niezależnie od linii biznesowych.
- Trzecią linią obrony jest audyt wewnętrzny, który niezależnie ocenia działania związane z zarządzaniem ryzykiem realizowane przez pierwszą i drugą linię obrony.

Komunikację między jednostkami organizacyjnymi banku, a także między bankiem a spółkami z grupy kapitałowej wspiera **Forum biznesu i ryzyka Grupy mBanku**, które tworzą Komitet ryzyka bankowości detalicznej, Komitet ryzyka bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej oraz Komitet ryzyka rynków finansowych. Te komitety kształtują zasady zarządzania ryzykiem oraz apetytem na ryzyko w danej linii biznesowej.

Funkcja zarządzania na poziomie strategicznym i funkcja kontroli ryzyka kredytowego, rynkowego, płynności, operacyjnego i ryzyka modeli wykorzystywanych do kwantyfikacji wymienionych rodzajów ryzyka jest realizowana w obszarze zarządzania ryzykiem, który nadzoruje wiceprezes zarządu ds. zarządzania ryzykiem (CRO).

Strategia zarządzania ryzykiem w Grupie mBanku jest oparta na trzech filarach:

- **Wspieramy zrównoważony wzrost.** Uwzględniamy wpływ na środowisko naturalne i społeczność, w której funkcjonujemy. Budujemy portfel kredytowy z istotnym udziałem perspektywicznych i odpowiedzialnych sektorów i segmentów. Odpowiedzialnie finansujemy potrzeby klientów, edukujemy ich i transparentnie komunikujemy decyzje. Rozwiązania wypracowujemy w dialogu z klientem i w trosce o dobrą jakość portfeli kredytowych.

- **Kontynuujemy ostrożne i stabilne zarządzanie ryzykiem.** M.in. kształtujemy bezpieczny i dochodowy bilans oraz zarządzamy ryzykiem w sposób zintegrowany. Monitorujemy nowe rodzaje ryzyka i budujemy kompetencje pracowników w tym zakresie. Rozwijamy zdolność zarządzania ryzykiem ESG i ryzykiem cyberzagrożeń.
- **Rozwijamy obszar zarządzania ryzykiem w odpowiedzi na wyzwania zmieniającego się świata.** Pasjonują nas nowe technologie. Eksperymentujemy, żeby zwiększyć poziom automatyzacji i cyfryzacji naszych procesów. Wyciągamy wnioski i uczymy się na popełnionych błędach. Dbamy o rozwój kultury ryzyka w mBanku, szerokie rozumienie ryzyka oraz istotność wieloaspektowego patrzenia w przyszłość. Kształcimy się z myślą o przyszłości i potrzebach w zmieniających się warunkach.

1.6.2. Zarządzanie ryzykiem finansowym

W procesach zarządzania ryzykiem finansowym kierujemy się zasadami i wymaganiami określonymi m.in. w stosownych rekomendacjach KNF, rozporządzeniach Parlamentu Europejskiego, wytycznych Europejskiego Urzędu Nadzoru Bankowego (EBA) i regulacjach Ministerstwa Finansów.

Główne rodzaje ryzyka finansowego zdefiniowane przez mBank to:

- ryzyko kredytowe,
- ryzyko płynności,
- ryzyko rynkowe,
- ryzyko operacyjne.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Do zarządzania każdym typem ryzyka opracowaliśmy szczegółowe narzędzia i miary oraz strategie. Opisujemy je szczegółowo w Sprawozdaniu zarządu za 2021 rok:

<https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/raport-roczny/2021/raport-skonsolidowany-pdf.zip>



1.6.3. Zarządzanie ryzykiem ESG

[GRI 102-11] [GPW E-P3] Zagadnienia związane z ESG są istotnym elementem procesów biznesowych Grupy mBanku, takich jak zarządzanie ryzykiem, wprowadzanie do oferty nowych produktów finansowych i ich sprzedaż klientom, zatrudnianie i rozwój pracowników czy relacje z dostawcami. **Integrujemy standardy ESG z naszymi procesami biznesowymi, ryzyka oraz zarządczymi.** Przypisujemy odpowiedzialność i wyznaczamy cele ESG osobom z najwyższego kierownictwa (w tym członkom zarządu, dyrektorom zarządzającym i pracownikom mającym istotny wpływ na profil ryzyka banku). Wdrożenie ESG do naszego systemu zarządzania ryzykiem, w tym klimatycznym, jest odzwierciedlone w politykach i procedurach mBanku. Stworzyliśmy i ciągle rozwijamy system zarządzania ESG. Ważną funkcję pełni w nim Komitet zrównoważonego rozwoju Grupy mBanku (KZR), któremu przewodniczy wiceprezes zarządu ds. ryzyka.

Do zadań komitetu należą m.in.:

- monitorowanie kluczowych wskaźników w zakresie ESG,
- nadzór nad procesem zarządzania środkami z emisji zielonych obligacji,
- proces wyliczania śladu węglowego,
- wsparcie implementacji taksonomii UE,
- usprawnienie raportowania danych niefinansowych.

Co kwartał zarząd mBanku omawia z radą nadzorczą tematy ESG. O kwestiach ESG regularnie dyskutuje też Komisja ds. ryzyka rady nadzorczej. Są one również jednym z elementów, które bierzemy pod uwagę przy ocenie efektów pracy 100 najwyższych rangą pracowników mBanku, w tym członków zarządu.



DOBRA PRAKTYKA

Odpowiedzialne produkty bankowe

Każdy nowy produkt oceniamy pod kątem czynników ESG, a więc jego wpływu na realizację celów społecznych i ochronę środowiska naturalnego. Analizę tę prowadzimy na poszczególnych etapach tego procesu, od planowania i wdrożenia po modyfikację produktu. Przez zwiększanie świadomości kwestii ESG wśród pracowników eliminujemy wprowadzanie do oferty produktów wadliwych, negatywnie wpływających na reputację banku.

Więcej informacji na ten temat można znaleźć w rozdziale „[Odpowiedzialna sprzedaż i produkty](#)”.



Zdajemy sobie sprawę, że na poziom ryzyka reputacji mogą wpływać wrażliwe obszary (w tym relacje z klientami i partnerami biznesowymi) czy transakcje bankowe. Należy je szczególnie uważnie obserwować, ponieważ mogą powodować odpowiedzialność prawną.

Katalog wrażliwych obszarów prezentujemy w tabeli z podziałem na trzy obszary ESG. Nie jest on listą zamkniętą. W przyszłości mogą pojawić się nowe zjawiska, których dzisiaj jeszcze nie identyfikujemy.

Environmental / klimatyczno- -środowiskowe	Social/społeczne	Governance/ład korporacyjny
<p>Bezpośredni wpływ działalności Grupy mBanku na klimat i środowisko: dostosowanie grupy mBanku do postanowień Porozumienia Paryskiego, ślad węglowy mBanku, emisje gazów cieplarnianych, zużycie wody, energii z paliw kopalnych.</p>	<p>Cyberzagrożenia, ataki hakerskie, w tym: ataki skierowane na klientów typu phishing/vishing/smishing oraz ataki skierowane na systemy banku, np. ataki DDoS powodujące niedostępność usług, inne awarie systemów IT i aplikacji, konsekwencje nieuprawnionego dostępu do danych osobowych lub innych danych podlegających ochronie.</p>	<p>Brak zgodności działalności Grupy mBanku z przepisami prawa, regulacjami i standardami rynkowymi.</p>
<p>Pośredni wpływ działalności Grupy mBanku na klimat i środowisko w całym łańcuchu wartości: dostawcy, klienci oraz finansowane branże i sektory gospodarcze, w tym: górnictwo, energetyka, branże energochłonne, paliwa kopalne, transport, rolnictwo (używanie nawozów sztucznych, wody, oleju palmowego), leśnictwo (gospodarka zasobami, wycinki, ochrona fauny i flory).</p>	<p>Konsekwencje wynikające z: naruszenia praw człowieka (w tym naruszenia praw pracowniczych, praw lub wolności osób fizycznych w zakresie ochrony danych osobowych, mobbingu, dyskryminacji), naruszenia tajemnicy bankowej, nieetycznego i niezgodnego z prawem zachowania pracowników, misselling (w Grupie mBanku i w całym łańcuchu wartości).</p>	<p>Nadużycia, przestępstwa i korupcja, nieautoryzowany trading, bad profits.</p>
<p>Wpływ zmian klimatu i środowiska oraz katastrof naturalnych na Grupę.</p>	<p>Sprawy sporne z klientami. Portfel kredytów hipotecznych indeksowanych do walut obcych (w tym szczególnie CHF).</p>	<p>Pranie pieniędzy i finansowanie terroryzmu, naruszenie globalnej polityki sankcji (sankcji finansowych i embarg handlowych), naruszenie przepisów antymonopolowych.</p>
<p>Rosnące wymogi prawne i oczekiwania związane z raportowaniem wpływu Grupy na klimat i środowisko (konieczność pozyskiwania danych w sposób zautomatyzowany) oraz zmian klimatu na Grupę.</p>	<p>Obsługa kontrowersyjnych obszarów i branż, w tym takich jak: pornografia, radykalne ideologie, hazard, handel bronią, branża tytoniowa.</p>	<p>Nieuprawniony dostęp do danych osobowych (dane klientów, partnerów biznesowych), danych finansowych i specjalistycznych lub innych danych podlegających ochronie, oraz awarie systemów IT, ataki hakerskie.</p>

Environmental / klimatyczno- -środowiskowe	Social/społeczne	Governance/ład korporacyjny
	Oczekiwania klientów nie wynikające bezpośrednio z relacji umownych lub przepisów prawa.	Naruszenia praw pracowniczych (w banku i spółkach z Grupy). Niewystarczający poziom różnorodności (pod względem płci, wieku, orientacji seksualnej itd.), dyskryminacja (w tym stanowiskowa i płacowa), naruszenia prawa do zrzeszania się.
	Oczekiwania społeczne wobec banku jako instytucji zaufania społecznego i oczekiwania wobec banków wynikające z narraacji podmiotów zewnętrznych, których bank nie może spełnić.	Odpowiedniość władz przedsiębiorstwa (zgodnie z wymogami regulacyjnymi nadzorcy).
	Skomplikowana i złożona oferta banku, która rodzi niezrozumienie po stronie klientów. Język komunikacji z klientami, który nie jest dostosowany do ich poziomu wiedzy i rozumienia produktów bankowych.	Opóźnienia / braki raportów niefinansowych, które bank powinien publikować.
	Skutki społeczne katastrof naturalnych.	Nieuprawniony dostęp do danych osobowych (dane klientów, partnerów biznesowych), danych finansowych i specjalistycznych lub innych danych podlegających ochronie, oraz awarie systemów IT, ataki hakerskie.
	Pandemie i ich skutki społeczne.	Publikacja nazwy banku jako nierzetelnego płatnika w wyniku nieterminowej zapłaty faktury, powstania zatoru płatniczego u dostawcy.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Więcej o tym, jak zarządzamy ryzykiem niefinansowym, piszemy w Sprawozdaniu zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2021 roku.

<https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/raport-roczny/2021/raport-skonsolidowany-pdf.zip>



1.7. Etyka, wartości

Na straży zachowań etycznych w mBanku stoi rzecznik etyki. Współtworzy on standardy etyczne, koordynuje ich wdrażanie i nadzoruje zgodność naszych działań ze standardami. Rzecznik reprezentuje również mBank w Komisji etyki przy Związku Banków Polskich (ZBP). Do jego zadań należy także promocja zasad etycznych wśród pracowników, m.in. z wykorzystaniem tzw. lessons learned. Są to dostępne dla wszystkich pracowników opisy prawdziwych sytuacji, w których firma uniknęła popełnienia błędu o charakterze etycznym lub naprawiła błąd, który popełniła, dzięki podnoszeniu standardów pracy na podstawie zdobytej wiedzy.

Kluczowe dokumenty związane z etyką w mBanku to:

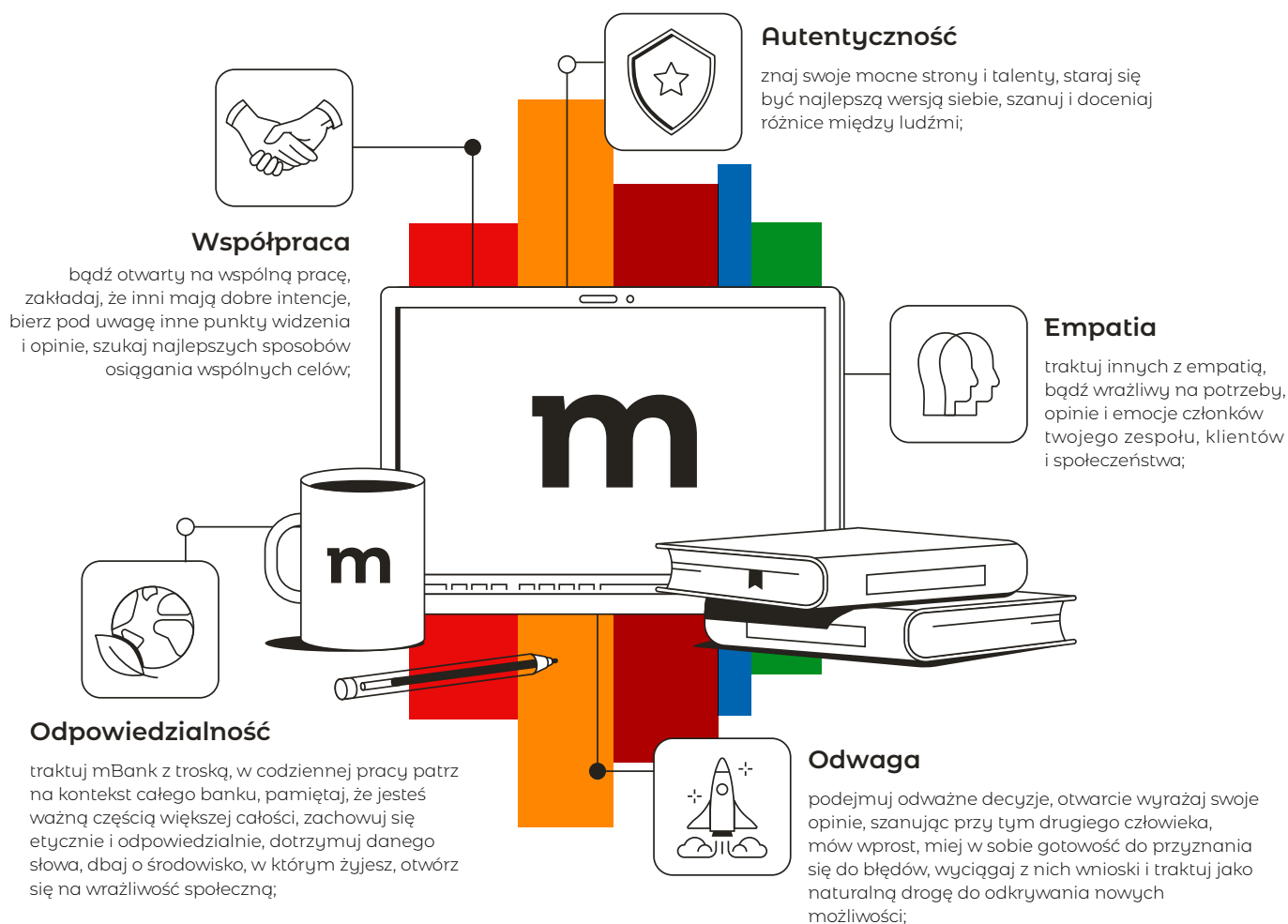
- **Zasady postępowania pracowników mBanku** (tzw. Code of Conduct),
- **Model wartości i zachowań Grupy mBanku**,
- **polityki i inne regulacje wewnętrzne dotyczące kwestii etycznych.** Dotyczą one kwestii takich jak m.in. przeciwdziałanie nadużyciom i ich zgłaszanie, konflikt interesów, zarządzanie ryzykiem reputacji, nasze relacje z dostawcami oraz z pracownikami. Kwestie te opisujemy szczegółowo poniżej oraz w innych rozdziałach tego raportu,
- **Kodeks Etyki Bankowej ZBP**, którego jesteśmy sygnatariuszem.

W każdym obszarze naszej działalności działamy etycznie. Każdego pracownika naszej organizacji obowiązują Zasady postępowania (tzw. Code of conduct). Są one podstawą wewnętrznych i zewnętrznych relacji mBanku. Obowiązują m.in. w kontaktach z klientami, dostawcami i innymi naszymi partnerami biznesowymi. Wskazują działania i postawy dozwolone oraz kategorycznie zabronione. Zdefiniowaliśmy w nich reguły dotyczące praktyk biznesowych, finansowania klientów, właściwego zachowania w miejscu pracy, a także naszej odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju. Analizujemy sytuacje, w których pracownicy postępują niezgodnie z tym kodeksem dobrych praktyk. Na ich podstawie podejmujemy działania, które pomogą nam uniknąć takich sytuacji w przyszłości.

Nasze Zasady postępowania regulują m.in.:

- kierowanie się wartościami mBanku,
- tworzenie zrównoważonej kultury organizacji,
- odpowiedzialność korporacyjna,
- prowadzenie odpowiedzialnej polityki kredytowej,
- odpowiedzialne relacje z klientami,
- uczciwość w relacjach biznesowych,
- stosowanie wyznaczonych standardów w relacjach wewnętrznych,
- unikanie konfliktu interesów,
- odpowiedzialne korzystanie z mediów społecznościowych,
- upraszczanie komunikacji.

[GRI 102-16] [GPW G-P2] Wszyscy nasi pracownicy znają kluczowe zachowania z perspektywy organizacji, które ułatwiają osiąganie indywidualnych i zespołowych rezultatów oraz pomagają w budowaniu satysfakcji klienta. Chcemy, aby codzienny standard pracy mBanku opierał się na naszych **wartościach organizacyjnych**.



Wdrożyliśmy też w mBanku **Kodeks Etyki Bankowej** przyjęty przez Związek Banków Polskich. Stanowi on zbiór zasad postępowania, które odnoszą się do banków, osób w nich zatrudnionych oraz osób, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe.

Kodeks Etyki Bankowej ZBP reguluje m.in.

- relacje z klientami,
- relacje z pracownikami,
- relacje między bankami,
- relacje z partnerami biznesowymi,
- relacje ze środowiskiem lokalnym,
- zasady przetwarzania danych osobowych.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Kodeks Etyki Bankowej jest dostępny na stronie Związku Banków Polskich:

https://www.zbp.pl/getmedia/f40a2792-0def-4d40-afc-0-b8bfc1e228c9/KEB_final_WZ



1.7.1. Przeciwdziałanie korupcji

[GRI 103-1] [103-2] [103-3 aspekt: Przeciwdziałanie korupcji i zachowania antykonkurencyjne] [GRI 205-1] [GPW G-P3] [SDG 16] W mBanku nigdy nie było, nie ma i nie będzie żadnego przyzwolenia na jakąkolwiek formę korupcji. Żaden członek zarządu, menedżer, pracownik ani osoba powiązana nie może uzasadniać stosowania praktyk korupcyjnych czy łapownictwa, powołując się na interes mBanku. Nasza **Polityka antykorupcyjna** pozwala identyfikować i ograniczać ryzyko korupcji. Określa też główne zasady postępowania i zakres odpowiedzialności w tym obszarze.

W mBanku zidentyfikowaliśmy obszary szczególnie narażone na ryzyko korupcji (m.in. w zakresie nawiązywania relacji z partnerami biznesowymi, zakupów towarów i usług, działań sponsoringowych, przyjmowania/wręczania prezentów) i przypisaliśmy odpowiedzialność do jednostek organizacyjnych. Obszary te poddawane są kontrolom compliance.

Wszystkie przypadki korupcji można w mBanku zgłaszać bezpośrednio przełożonemu lub wprost do Departamentu Compliance. Zgłoszenie można złożyć również anonimowo przez system [mSygnał](#). Kontrole w obszarach szczególnie narażonych na ryzyko korupcji prowadzi Departament Compliance, a w szczególności dotyczy to współpracy z partnerami biznesowymi banku.

Oczekujemy od naszych partnerów biznesowych postępowania zgodnego z zasadami określonymi w Polityce antykorupcyjnej. Integralną częścią każdej umowy zawieranej z partnerami biznesowymi jest klauzula antykorupcyjna.

Określiliśmy zasady wręczania i przyjmowania prezentów przez naszych pracowników. M.in. zabraniają one:

- przyjmować i wręczać pieniądze,
- wręczać innym pracownikom mBanku i przyjmować od nich prezenty w jakiegokolwiek postaci, jeśli prezent mógłby być uznany za wywieranie wpływu na rzetelność wykonywania powierzonych im procesów,
- przyjmować prezenty od partnerów biznesowych mBanku,
- wręczać prezenty urzędnikom państwowym i samorządowym w związku z pełnioną przez nich funkcją.

Departament Compliance prowadzi rejestr przyjmowanych i wręczanych prezentów. Regularnie sprawdza też, czy zasady przyjmowania i wręczania prezentów są przestrzegane.

[GRI 205-3] [GPW G-P5] [SDG 16] W 2021 roku w mBanku nie stwierdziliśmy przypadków korupcji. W spółce mFinanse odnotowaliśmy jeden przypadek konfliktu interesów.

[GRI 205-2] [GPW G-P4] [SDG 16] Cyklicznie szkolimy pracowników w zakresie przeciwdziałania korupcji. Szkolenia są obowiązkowe dla wszystkich i kończą się testem wiedzy z obowiązkowym progiem zaliczenia.

Odsetek pracowników przeszkolonych w zakresie przeciwdziałania korupcji

	2019	2020	2021
Odsetek przeszkolonych pracowników	95%	83%	97%

1.7.2. Wsparcie partii politycznych i polityka darowizn

Nie udzielamy wsparcia finansowego w formie darowizn partiom politycznym i organizacjom o profilu politycznym. Zasadę tę opisuje nasza Polityka antykorupcyjna. Darowizn nie udzielamy też co do zasady innym organizacjom (z wyjątkiem mFundacji i WOŚP). W przypadku organizacji, których mBank jest członkiem, wniosek, zarówno o samo przystąpienie do organizacji, jak i o opłacanie składek członkowskich, każdorazowo sprawdzamy i rejestrujemy.

1.7.3. Konflikty interesów

Jednym z elementów etycznego zachowania pracowników mBanku jest unikanie konfliktu interesów. W banku obowiązuje **Polityka zarządzania konfliktami interesów**, która pomaga osobom zatrudnionym zrozumieć, kiedy może mieć miejsce konflikt interesów i jak taką sytuacją zarządzać. Nasze rozwiązania zapewniają rozwiązywanie konfliktów interesów zgodnie z zasadą równego traktowania klientów. Ani mBank, ani nasi pracownicy nie mogą uzyskiwać korzyści lub unikać strat kosztem klientów.

Szczególne zasady w tym zakresie obowiązują członków rady nadzorczej i zarządu mBanku. Mają oni obowiązek ujawniać powstanie lub możliwość powstania konfliktu interesów oraz powstrzymać się od zabierania głosu w dyskusji i głosowania nad sprawami, które mogą powodować taki konflikt w relacji z naszym klientem lub mBankiem.

Wszyscy nasi pracownicy mają obowiązek odbyć coroczne szkolenie dotyczące zarządzania konfliktami interesów. Szkolenie zakończone jest testem wiedzy z obowiązkowym progiem zaliczenia.

Odsetek pracowników przeszkolonych w zakresie zarządzania konfliktami interesów

	2019	2020	2021
Odsetek przeszkolonych pracowników	95%	83%	97%

1.7.4. Zasady dla dostawców

[GRI 102-9] Elementem etycznego biznesu są odpowiednie relacje z naszymi dostawcami i partnerami biznesowymi. W relacjach tych **przestrzegamy określonych standardów i wymagamy tego również od naszych kontrahentów.**

Dostawcy mBanku mają obowiązek przestrzegać przepisów prawa, prawa pracy, praw człowieka, prawa antykorupcyjnego, chronić środowisko oraz nie mogą dopuszczać się dyskryminacji. Swoją działalność prowadzimy w sposób etyczny i odpowiedzialny, określony w szczególności w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, standardach Międzynarodowej Organizacji Pracy oraz wytycznych OECD (ze szczególnym uwzględnieniem wytycznych dotyczących zwalczania korupcji).



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Zasady udziału w postępowaniach zakupowych organizowanych przez naszą firmę są jawne i dostępne w internecie pod linkiem:

https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/zasady-udzialu-w-procesie-zakupowym_mbank.pdf



Każdy dostawca, który bierze udział w postępowaniu zakupowym lub realizuje umowy z mBankiem, zobowiązuje się działać m.in. zgodnie z:

- Powszechną Deklaracją Praw Człowieka,
- Standardami Międzynarodowej Organizacji Pracy,
- Wytycznymi OECD (zwłaszcza w zakresie walki z korupcją),
- Deklaracją z Rio o Środowisku Naturalnym i Rozwoju – Agenda 21,
- Konwencją Narodów Zjednoczonych Przeciwko Korupcji.

Wszyscy dostawcy, z którymi podpisaliśmy umowy w 2021 roku, zadeklarowali, że przestrzegają „Zasad dla dostawców”.



DOBRA PRAKTYKA

Kodeks ESG dla dostawców

W 2021 roku trwały prace nad nowym „Kodeksem zrównoważonego rozwoju dla dostawców i partnerów mBanku”, który zaczął obowiązywać w styczniu 2022 roku. Określa on bardziej szczegółowo zobowiązania naszych kontrahentów w obszarach ich odpowiedzialności za środowisko naturalne, społeczeństwo i ład korporacyjny (ESG). Od stycznia 2022 roku każdy dostawca, który bierze udział w postępowaniu zakupowym, jest zobowiązany podpisać oświadczenie o stosowaniu kodeksu. Jest to dokument jawny, dostępny na stronie: https://www.mbank.pl/pdf/CSR/mbank_kodeks-dostawcow_2021_pl_.pdf



1.7.5. Uczciwa konkurencja

Elementem etycznego biznesu jest również przestrzeganie odpowiednich standardów w relacjach z naszymi konkurentami i innymi uczestnikami rynku, w tym przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji.

[GRI 206-1] [SDG 16] Podjęte działania prawne dotyczące zachowań antykonkurencyjnych oraz praktyk łamania regulacji antymonopolowych

Liczba postępowań prawnych będących w toku w raportowanym okresie dotyczących zachowań antykonkurencyjnych, których organizacja była uczestnikiem	6
Liczba postępowań prawnych zakończonych w raportowanym okresie dotyczących zachowań antykonkurencyjnych, których organizacja była uczestnikiem	0
Liczba postępowań prawnych będących w toku w raportowanym okresie dotyczących złamania regulacji antytrustowych i antymonopolowych, których organizacja była uczestnikiem	0
Liczba postępowań prawnych zakończonych w raportowanym okresie dotyczących złamania regulacji antytrustowych i antymonopolowych, których organizacja była uczestnikiem	0

1.8. Zgodność z prawem i standardami (compliance)

[GRI 103-1] [103-2] [103-3 aspekt: Zgodność społeczno-ekonomiczna] We wszystkich procesach zachodzących w banku **przestrzegamy prawa, regulacji wewnętrznych oraz standardów rynkowych.**

Ogólne zasady zapewnienia zgodności naszych działań z przepisami opisuje nasza **Polityka zgodności**. Za jej realizację odpowiedzialni są wszyscy nasi pracownicy, stosownie do wykonywanego przez nich zakresu obowiązków oraz nadanych im uprawnień.

- Pracownicy mBanku identyfikują, oceniają, kontrolują oraz monitorują ryzyko braku zgodności z przepisami prawa, regulacjami wewnętrznymi i standardami rynkowymi. Przygotowują także kwartalne raporty dla Departamentu Compliance.
- Dyrektorzy jednostek organizacyjnych są odpowiedzialni za taką organizację pracy, aby pracownicy przestrzegali naszej Polityki zgodności.
- Zarząd banku odpowiada za efektywne zarządzanie ryzykiem braku zgodności w banku. Składa na ten temat roczne sprawozdania radzie nadzorczej i Komisji ds. audytu.
- Rada nadzorcza ocenia adekwatność i skuteczność zarządzania ryzykiem braku zgodności. Nadzoruje także wykonywanie przez zarząd banku obowiązków dotyczących zapewniania zgodności zarówno w ramach funkcji kontroli, jak i zarządzania ryzykiem braku zgodności.

Zgodność działań z przepisami kontrolowana jest również przez audyty wewnętrzne, które obejmują wszystkie obszary działalności banku oraz podmioty zależne. Audytorzy sprawdzają m.in. prawidłowość obrotu instrumentami finansowymi, sposoby ochrony danych osobowych i mechanizmy przeciwdziałania nadużyciom, w tym korupcji.

[GRI 419-1] [SDG 16] W 2021 roku zapłaciliśmy trzy kary finansowe, w tym dwie nałożone przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) i jedną nałożoną przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF), na łączną kwotę 9,5 mln zł. Nałożone na mBank sankcje niefinansowe objęły natomiast jedną decyzję UOKiK.

Przypadki niezgodności z prawem i regulacjami w obszarze społecznym i ekonomicznym

Organ	Przedmiot postępowania	Rok wszczęcia	Wyniki postępowania	Odpowiedź mBanku
UOKiK	Stosowanie niedozwolonych klauzul we wzorach umów w sprawie indywidualnych kont emerytalnych (IKE)	2012	Pierwotna kara 14,79 mln zł zmniejszona do 2,46 mln zł	mBank zapłacił karę
UOKiK	Niestosowanie przez mBank ujemnego oprocentowania kredytów w zw. z ujemną stawką LIBOR	2015	Nałożona kara w wysokości 6,58 mln zł	mBank zapłacił karę

Organ	Przedmiot postępowania	Rok wszczęcia	Wyniki postępowania	Odpowiedź mBanku
UOKiK	Brak prawidłowej identyfikacji beneficjentów rzeczywistych w przypadku niektórych klientów	2019	Nałożona kara w wysokości 0,45 mln zł	mBank zapłacił karę
UOKiK	Opłaty pobierane przez mBank za wypowiedzenie umowy o kredyt odnawialny	2020	Decyzja urzędu o zwrocie opłat klientom	mBank zwrócił opłaty klientom

Audyty wewnętrzne prowadzone przez nas w 2021 roku w zakresie compliance dotyczyły przeciwdziałania praniu pieniędzy i polityki sankcji w wybranych obszarach działania banku (3 audyty) oraz wdrożenia RODO (1 audyt). W ich efekcie Departamentu Audytu Wewnętrznego wskazał obszary wymagające poprawy. Bank terminowo realizował zalecenia wydane w wyniku tych audytów.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Aplikacja compliance

W 2021 roku wdrożyliśmy aplikację GRC Manager, która kompleksowo wspiera jednostki organizacyjne banku w monitorowaniu przepisów prawa i ich implementacji do regulacji wewnętrznych. Aplikacja umożliwia efektywny nadzór i koordynację procesu zarządzania ryzykiem braku zgodności.

1.8.1. Zapobieganie nadużyciom i ich zgłaszanie

W mBanku nie ma przyzwolenia na naginanie, omijanie lub nadużywanie naszych zasad. **Polityka w zakresie przeciwdziałania nadużyciom** określa, kto i w jaki sposób odpowiada za przeciwdziałanie nadużyciom. Stosujemy politykę „zero tolerancji” wobec każdej osoby, która popełniła nadużycie bądź przestępstwo finansowe. Konsekwencjami mogą być postępowanie karne, środki dyscyplinarne wynikające z prawa pracy lub dochodzenie roszczeń cywilnych.

Jak eliminujemy nadużycia?

- Zapobiegamy nadużyciom przez ich wczesną identyfikację oraz ustanowienie jasnych zasad i mechanizmów minimalizujących ich wystąpienie.
- Wykrywamy nadużycia dzięki mechanizmom kontrolnym, systemom monitoringu i kanałom do przekazywania informacji o przypadkach nadużyć.

- **Wyjaśniamy nadużycia** i podejmujemy odpowiednie kroki, w tym prawne.
- **Reagujemy na nadużycia** i stosujemy jasne zasady w zakresie ograniczania strat oraz szkód. Wdrażamy mechanizmy naprawcze.

Każdy pracownik banku ma obowiązek zgłosić, że podejrzewa nadużycie lub wie o nim.

Liczba zgłoszonych nadużyć	2019	2020	2021
Sprawy zgłoszone do Zespołu przeciwdziałania nadużyciom	63	76	70

W 2021 roku poprzez system zgłaszania nadużyć wpłynęło do nas 70 spraw – o 6 mniej niż w roku 2020. Wszystkie zgłoszenia sprawdziliśmy, a jeśli była taka potrzeba, przeprowadziliśmy odpowiednie działania, aby wyeliminować stwierdzone nieprawidłowości. Spośród otrzymanych zgłoszeń w pięciu przypadkach Departament Bezpieczeństwa złożył zawiadomienia do prokuratury o podejrzeniu popełnienia przestępstwa. Jednocześnie nie odnotowaliśmy przypadków nadużyć, które pociągałyby za sobą istotne straty dla mBanku lub negatywnie wpływały na ryzyko reputacji.

1.8.2. Ochrona sygnalistów (whistleblowing)

Chcemy reagować na każdy przypadek takiego niewłaściwego zachowania. Dlatego wszystkim naszym pracownikom i interesariuszom umożliwiamy bezpieczne zgłaszanie nieprawidłowości. Każdy – bez względu na to, czy pracuje w mBanku, czy nie – może przekazać informacje do rzecznika etyki lub skorzystać z elektronicznego systemu [mSygnał](#) dostępnego w internecie.

Zasady zgłaszania nadużyć za pośrednictwem systemu oraz tryb ich analizy określają regulacje wewnętrzne, zgodnie z którymi:

- aplikacja mSygnał gwarantuje zgłaszającemu anonimowość, jeśli wybierze taką opcję. Zgłaszający może założyć anonimową skrzynkę. Dostanie na nią informację zwrotną na temat działań podjętych w wyniku jego zgłoszenia i będzie mógł przekazać dodatkowe informacje (**zasada zapewnienia anonimowości**),
- nie wolno stosować jakichkolwiek form represji, dyskryminacji lub niesprawiedliwego traktowania wobec pracownika, który zgłasza podejrzenie popełnienia nadużycia, nawet wtedy, gdy informacje nie zostaną potwierdzone w toku postępowania wyjaśniającego. Wobec zgłaszającego nie mogą być podejmowane żadne działania odwetowe (**zasada ochrony sygnalisty**),
- informacje zamieszczone w zgłoszeniu, jak też uzyskane w toku postępowania wyjaśniającego, podlegają regulacjom o ochronie danych i należy je traktować jako poufne. W szczególności chronione są dane osobowe zgłaszającego oraz osób, których dotyczy zgłoszenie. Tych danych nie można udostępniać osobom trzecim, chyba że nakazują to przepisy prawa (**zasada poufności**),
- każde zgłoszenie sprawdzają upoważnieni pracownicy, co pozwala na obiektywne, rzetelne i bezstronne wyjaśnienie zastrzeżeń.

Każde zgłoszenie sprawdzają upoważnieni pracownicy w nieprzekraczalnym terminie 30 dni kalendarzowych. Nasi pracownicy są regularnie informowani i wiedzą, jak korzystać z kanału anonimowego informowania o naruszeniach. Formalny i merytoryczny nadzór nad obsługą zgłoszeń sprawuje prezes zarządu banku w ramach nadzoru nad działalnością Departamentu Compliance. Zasady raportowania do zarządu i rady nadzorczej w zakresie zgłaszania nadużyć są również jasno określone.

W 2022 roku będziemy dostosowywać proces whistleblowing do nowych wymogów regulacyjnych. Oczekujemy na opublikowanie lokalnej ustawy o ochronie sygnalistów, która ma przenieść na grunt prawa polskiego dyrektywę UE. W 2021 roku przeanalizowaliśmy luki w stosunku do opublikowanego projektu ustawy.

1.8.3. Przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu

Skutecznie przeciwdziałamy praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu. Stosujemy w tym zakresie regulacje wewnętrzne oraz polityki Grupy Commerzbanku.

Jak przeciwdziałamy praniu pieniędzy:

- identyfikujemy i sprawdzamy tożsamość naszych klientów,
- identyfikujemy i sprawdzamy tożsamość beneficjentów rzeczywistych naszych klientów,
- stosujemy środki bezpieczeństwa finansowego adekwatne do rozpoznanego ryzyka prania pieniędzy i finansowania terroryzmu,
- identyfikujemy i sprawdzamy naszych klientów i ich beneficjentów rzeczywistych pod kątem zajmowania eksponowanych stanowisk politycznych,
- odmawiamy nawiązania współpracy i wypowiadamy relacje z klientami, jeśli zidentyfikujemy ryzyko prania pieniędzy, finansowania terroryzmu lub niemożności wykonania środków bezpieczeństwa finansowego,
- monitorujemy transakcje naszych klientów, aby chronić mBank przed praniem pieniędzy i finansowaniem terroryzmu,
- systematycznie szkolimy naszych pracowników.

Za przeciwdziałanie praniu pieniędzy odpowiedzialni są wszyscy pracownicy mBanku. Za zapewnienie zgodności z przepisami o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu odpowiada dyrektor Departamentu Przeciwdziałania Przemocności Finansowej, nadzorowany przez dyrektor zarządzającą ds. regulacyjnych, prawnych i relacji z klientami.

Odsetek przeszkolonych pracowników w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu

	2019	2020	2021
Odsetek przeszkolonych pracowników	98%	83%	99%

W grudniu 2021 roku w ramach wzmocnienia funkcji kontroli wdrożyliśmy funkcję Quality Assurance (QA) dla procesu analiz transakcji pod kątem procedury przeciwdziałania praniu pieniędzy.

1.8.4. Przestrzeganie sankcji międzynarodowych

Przepisów dotyczących sankcji przestrzegamy przez identyfikację klientów i beneficjentów rzeczywistych oraz transakcji, które naruszają sankcje. Odmawiamy ich realizacji. Informujemy klientów o przepisach dotyczących sankcji oraz szkolimy pracowników banku. Każdy pracownik ma obowiązek zapoznać się z treścią polityki i bezwzględnie ją stosować.

Sprawdzamy klientów oraz monitorujemy osoby i podmioty będące stronami transakcji pod kątem ich obecności na listach sankcyjnych Unii Europejskiej, Stanów Zjednoczonych i ONZ. W przypadku relacji biznesowych w krajach, na które nałożono sankcje, dokładnie je monitorujemy i stosujemy środki, obejmujące także zakończenie relacji.

Departament Przeciwdziałania Przemocności Finansowej przyjmuje wytyczne i instrukcje, informuje poszczególne wydziały i spółki zależne o wynikających z sankcji ograniczeniach wpływających na politykę biznesową oraz doradza w zakresie wdrożenia tych ograniczeń i monitoruje ich przestrzeganie.

W 2021 roku, zgodnie z naszą polityką dotyczącą sankcji, realizowaliśmy bieżące zadania analityczne związane z mitygacją ryzyka sankcyjnego w banku. Priorytetowym procesem była analiza w czasie rzeczywistym komunikatów płatniczych związanych z transakcjami zagranicznymi w specjalnej aplikacji. Dodatkowym obszarem było wydawanie rekomendacji dla transakcji dokumentowych, których profil identyfikował możliwe ryzyka sankcyjne. Polityki sankcyjne nakładały także obowiązek ciągłego rozwoju i kalibracji systemów oraz szczegółowego raportowania postępów prac w tym zakresie.

Kontrole przeprowadzone w 2021 roku nie wykazały istotnego naruszenia przyjętych w banku polityk sankcyjnych. Nie zidentyfikowano istotnych czynników ryzyka sankcyjnego w kontrolowanych obszarach biznesowych oraz oddziałach korporacyjnych. Poziom przeszkolenia pracowników, świadomość wystąpienia ryzyka sankcyjnego oraz ekspozycję organizacji na ryzyko sankcyjne oceniono dobrze.

Odsetek przeszkolonych pracowników z polityki sankcji

	2019	2020	2021
Odsetek przeszkolonych pracowników	96%	76%	98%

1.8.5. Przeciwdziałanie przestępstwom podatkowym

Zgodność z prawem podatkowym uważamy za istotny element naszej odpowiedzialności społecznej oraz powinność wobec państwa. Dlatego stosujemy politykę, która ma uniemożliwić naszym pracownikom, kontrahentom i klientom wykorzystanie usług mBanku do przestępstw podatkowych, a w szczególności do uchylania się od opodatkowania. Stosujemy zasadę „zero tolerancji” i odrzucamy wszelkie formy uchylania się od podatków. Polityka ta opisuje:

- procedury zapobiegania i wykrywania nadużyć podatkowych,
- rolę zaangażowanych w te procesy jednostek mBanku,
- procedury należytej staranności,
- zasady prowadzenia analiz ryzyka i kontroli, a także raportowania.

1.8.6. Obowiązki informacyjne w mBanku

Wdrożyliśmy wymogi, o których mowa m.in. w ustawie o obrocie instrumentami finansowymi, rozporządzeniu MAR czy ustawie o ofercie publicznej.

Wykonujemy obowiązki informacyjne, ponieważ jesteśmy spółką publiczną, tj. emitentem papierów wartościowych dopuszczonych do obrotu na rynku regulowanym. Obowiązek ten wynika również z faktu, że prowadzimy działalność maklerską oraz powierniczą i działalność, o której mowa w art. 70 ust. 2 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.

Zgodnie z prawem informacje dotyczące niektórych zdarzeń związanych z naszą działalnością klasyfikujemy jako informacje poufne. W takich przypadkach przekazujemy obowiązkowy raport bieżący do Komisji Nadzoru Finansowego, Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie i Polskiej Agencji Prasowej. Dotyczy to również niektórych innych zdarzeń, które nie są informacjami poufnymi. Wymóg dostarczenia raportu do KNF dotyczy wydarzeń powiązanych z działalnością maklerską, powierniczą lub inwestycyjną. Każda jednostka organizacyjna mBanku, której takie wydarzenie dotyczy lub która ma o nim wiedzę, musi poinformować o nim Departament Compliance.

Niedostarczenie, nieterminowe dostarczenie raportu lub dostarczenie nierzetelnego raportu niesie ze sobą ryzyko nałożenia na mBank kar finansowych. W takiej sytuacji ryzyko kar finansowych dotyczy również osób, które dostarczają informacje na potrzeby raportu i członków zarządu, którzy nadzorują dany obszar. mBank prowadzi listę osób, które pełnią obowiązki zarządcze w rozumieniu MAR.

Dodatkowo od początku 2022 roku obowiązuje nowa Polityka informacyjna dotycząca komunikacji z inwestorami, mediami oraz klientami. Określa ona zakres ujawnianych informacji oraz sposób realizacji polityki. Według jej zapisów, mBank prowadzi otwartą i przejrzystą komunikację. Uwzględnia ona potrzeby wszystkich interesariuszy oraz zapewnia im powszechny i równy dostęp do informacji, zgodnie z najwyższymi standardami rynkowymi oraz obowiązującymi przepisami prawa.

W 2021 roku, podobnie jak w ciągu dwóch poprzednich lat, nie odnotowaliśmy kar finansowych nałożonych za niedostarczenie, dostarczenie nieterminowe lub dostarczenie nierzetelnego raportu.

1.8.7. Sprawy sądowe związane z kredytami we franku szwajcarskim (CHF)

W ostatnich latach istotna liczba klientów indywidualnych, którzy zacięgnęli kredyty hipoteczne i mieszkaniowe we franku szwajcarskim (CHF), zakwestionowała na drodze sądowej część zapisów lub całość umów, na podstawie których bank udzielił tych kredytów. Dotychczas nie ma jednolitej linii orzeczeń wydawanych przez sądy w takich sprawach.

Na 31 grudnia 2021 roku toczyły się 13 373 indywidualne postępowania sądowe wszczęte przeciwko mBankowi przez klientów w związku z umowami kredytowymi w CHF, o łącznej wartości roszczeń 3,51 mld zł.

W ramach pozwów indywidualnych 13 036 postępowań o łącznej wartości roszczeń wynoszącej 3,50 mld zł dotyczyło klauzul waloryzacyjnych i zawierało roszczenia dotyczące orzeczenia częściowej bezskuteczności lub częściowej nieważności umów kredytowych, tj. pod względem postanowień dotyczących waloryzacji, lub orzeczenia, że umowy te są nieważne w całości.

Na 31 grudnia 2021 roku otrzymaliśmy 473 prawomocne orzeczenia w sprawach indywidualnych, z tego 82 rozstrzygnięcia były korzystne dla banku, a 391 było niekorzystnych.

Przeciwko bankowi toczy się również pozew zbiorowy dotyczący klauzul waloryzacyjnych. Pozew zawiera alternatywne roszczenia dotyczące orzeczenia częściowej nieważności umów kredytowych, tj. pod względem postanowień dotyczących waloryzacji, lub orzeczenia, że umowy te są nieważne w całości, lub orzeczenia, że postanowienia umowy dotyczące waloryzacji są nieważne ze względu na fakt, że dopuszczają waloryzację kredytu powyżej 20% i poniżej 20% według kursu CHF z tabeli kursów walut mBanku S.A. obowiązującej w dniu zawarcia każdej z tych umów kredytowych.

Postanowieniem z 13 marca 2018 roku sąd ustalił skład grupy na 1 731 osób. Następnie 19 października 2018 roku wydał wyrok, w którym oddalił wszystkie roszczenia powoda. W ustnym uzasadnieniu sąd podniósł, że powód nie wykazał, że przysługuje mu interes prawny w wytaczaniu przedmiotowego powództwa. Odniósł się też do kwestii ważności umów kredytowych waloryzowanych kursem CHF. Podkreślił, że zarówno same umowy, jak i klauzula waloryzacyjna są zgodne z obowiązującymi przepisami i z zasadami współżycia społecznego. 11 stycznia 2019 roku do banku została doręczona apelacja powoda. 9 marca 2020 roku zapadł wyrok w sprawie, w którym sąd apelacyjny zwrócił sprawę do ponownego rozpoznania sądu okręgowego. 9 czerwca 2020 roku sąd apelacyjny wydał na wniosek powoda postanowienie, którym udzielił zabezpieczenia jego roszczeń przez zawieszenie obowiązku spłaty rat kapitałowo-odsetkowych oraz zakazanie bankowi składania oświadczeń wzywających do zapłaty i wypowiadających umowę kredytową.

9 lutego 2022 roku zapadł wyrok, mocą którego sąd oddalił powództwo w całości. Od tego wyroku strona powodowa może wnieść apelację.

W grudniu 2021 roku rozpoczęliśmy pilotaż ugód z klientami, którzy zaciągnęli kredyty we franku szwajcarskim (CHF). Pierwsza faza pilotażu programu zakończyła się w marcu 2022 roku. Przedstawiona w programie oferta polega na zamianie kredytu indeksowanego do CHF na kredyt złotowy z jednoczesnym umorzeniem części salda kredytu. Podobnie jak w propozycji Przewodniczącego KNF, część ta stanowi różnicę między aktualnym saldem kredytu indeksowanego wyrażonym w PLN według średniego kursu NBP a hipotetycznym saldem, jakie istniałoby, gdyby kredyt był pierwotnie zaciągnięty w PLN. W naszym pilotażu tę różnicę dzielimy po równo między strony umowy i oferujemy umorzenie salda kredytu w wysokości równej przypadającej na niego części tej różnicy. Taki sposób przewalutowania kredytu gwarantuje równy podział kosztów ryzyka kursowego, których skali żadna ze stron umowy kredytowej nie mogła przewidzieć w momencie jej zawierania. Ma to stanowić połowę korzyści, które wynikałyby dla klientów z propozycji Przewodniczącego KNF.

Oferta została skierowana do posiadaczy 1278 aktywnych umów, co stanowi reprezentatywną próbę całego portfela aktywnych kredytów indeksowanych do CHF. Pierwsza faza pilotażu zakończyła się w I kwartale 2022 roku. Na podstawie wniosków z tej pierwszej fazy projektu w 2022 roku kontynuowaliśmy pilotaż programu ugód i zaoferowaliśmy je kolejnej grupie klientów.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Więcej informacji o kredytach w CHF, w tym o kluczowych postanowieniach sądów w 2021 roku i propozycji Przewodniczącego KNF, oraz ich wpływie na sytuację finansową mBanku, można znaleźć w "Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy mBanku wg MSSF za 2021 rok": <https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/raport-roczny/2021/raport-skonsolidowany-pdf.zip>



2 bankowość przyszłości

2.1. Technologia i dane jako źródła przewagi konkurencyjnej mBanku

Kluczowe liczby:

- #1 na rynku według udziału użytkowników mobilnych wśród aktywnych klientów ogółem
- #2 według liczby użytkowników aplikacji mobilnej wśród polskich banków
- 2,96 mln użytkowników aplikacji mobilnej mBanku
- 78% udział kanałów cyfrowych w sprzedaży kredytów niehipotecyjnych
- 76,3% udział procesów detalicznych zainicjowanych przez klientów w kanałach cyfrowych

Nasze nowości:

- aplikacja mobilna do Konta Junior dla dzieci poniżej 13 roku życia i dostosowana do ich potrzeb w codziennym zarządzaniu wydatkami,
- szybkie i bezpieczne potwierdzanie transakcji danymi biometrycznymi w aplikacji mobilnej, przy użyciu skanu twarzy lub odcisku palca,
- automatyczny asystent głosowy (tzw. voicebot) uruchomiony w call center, który pomaga klientom w częstych problemach, a w bardziej złożonych sprawach przekierowuje do konsultantów,
- aplikacja mobilna dla klientów korporacyjnych mBank CompanyMobile z przejrzystym interfejsem, intuicyjną nawigacją i asystentem, który przypomni klientom o zleceniach do autoryzacji,
- zbliżeniowy BLIK dostępny w aplikacji mobilnej mBanku do wygodnych płatności w punktach usługowych i handlowych bez wydanej karty,
- trzy popularne opcje płatności mobilnych, które otrzymali klienci korporacyjni mBanku: Apple Pay, Google Pay i Garmin Pay.

Bankowość to branża, w której systematycznie rośnie znaczenie technologii. Pandemia COVID-19 przyspieszyła transformację cyfrową. Przyjazna dla użytkownika i bezpieczna cyfrowa obsługa i komunikacja są obecnie kluczem do budowania przewagi mBanku. Zapewnienie dostępnych zdalnie cyfrowych produktów oraz procesów pozwala nam dynamicznie rozwijać biznes.

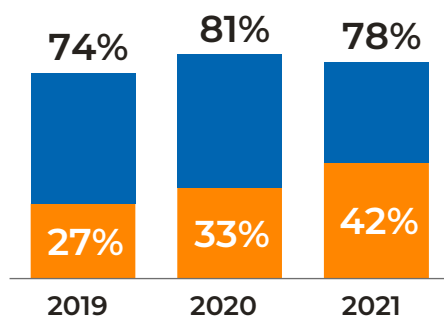
Technologia była źródłem sukcesu mBanku w przeszłości i wierzymy, że będzie go budować w przyszłości. Od lat dostarczamy nowoczesną, cyfrową ofertę bankową, wyznaczamy trendy i utrzymujemy naszą przewagę technologiczną. Zapewniamy naszym klientom najlepsze doświadczenie użytkownika. Z naszych cyfrowych usług można korzystać bez konieczności dojazdu do placówki czy stania w kolejce. Na odległość można podpisać umowę, uruchomić i zarządzać niemal każdym produktem z naszej oferty,

a także nawiązać interakcję z naszymi doradcami. W grudniu 2021 roku do bankowości internetowej zalogowało się 3,27 mln użytkowników, a 76% spraw nasi klienci rozpoczęli w kanałach cyfrowych.

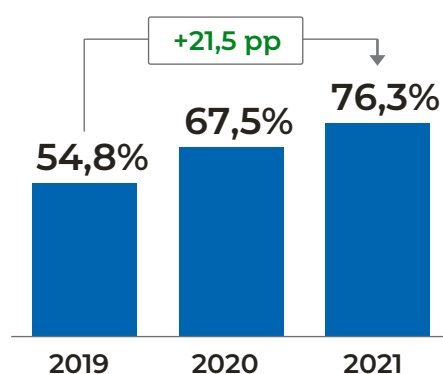
Rosnące znaczenie kanału cyfrowego w codziennej bankowości

udział kanału cyfrowego
w sprzedaży kredytów
niehipotecyjnych (liczba)

w tym: ■ aplikacja mobilna



udział procesów detalicznych
zainicjowanych przez klientów
w kanałach cyfrowych



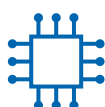
Cyfrowe procesy to nie tylko oszczędność czasu naszych klientów. To ograniczenie liczby wydruków i zużycia papieru. To także mniej wizyt, jakie klienci muszą odbyć w placówkach banku, co zmniejsza emisję gazów cieplarnianych związanych z transportem. Odpowiednio zaprojektowane cyfrowe usługi mają więc aspekt ekologiczny.

Rok ● Wydarzenie

- 2000 ○ Start mBanku – pierwszego w Polsce wyłącznie internetowego banku detalicznego
- 2011 ○ mBank staje się mobilny – powstaje nasza pierwsza aplikacja na Androida i iOS
- 2013 ○ Chat i videochat, czyli wirtualna placówka i dostęp do ekspertów mBanku z dowolnego miejsca
- 2014 ○ Kredyt gotówkowy w aplikacji mobilnej – dostępny „za jednym kliknięciem”, z decyzją kredytową w kwadrans
- 2015 ○ Płatności mobilne BLIK dostępne w mBanku, w kolejnych latach sukcesywnie poszerzaliśmy ofertę płatności BLIK
- 2016 ○ Mobilna autoryzacja – klienci mogą potwierdzać operacje, np. przelewy, w aplikacji mobilnej, już nie muszą przepisywać kodów SMS
- 2017 ○ Zbliżeniowe płatności mobilne – karty płatnicze są teraz w telefonie, w kolejnych latach sukcesywnie poszerzaliśmy ofertę płatności smartfonem lub smartwatchem
- 2018 ○ Liczba logowań przez aplikację mBanku jest większa niż przez stronę internetową
- 2018 ○ Nasz system zaczyna samodzielnie rozpoznawać kontekst i sam personalizuje komunikację kierowaną do klientów

- 2020** ○ Konto „na selfie”, a następnie i „na dowód” – otwarcie rachunku możliwe bez wychodzenia z domu
- 2021** ○ Marek – automatyczny asystent głosowy (tzw. voicebot) obsługuje klientów mLinii, pomaga im szybko i samodzielnie załatwić sporo bankowych spraw
- 2021** ● Startuje aplikacja mobilna mBank Junior

Z roku na rok jesteśmy bankiem coraz bardziej cyfrowym. W 2021 roku liczba obsłużonych zdalnie spraw niemal się podwoiła, a nasza aplikacja mobilna stała się najczęściej wykorzystywanym kanałem dostępu do banku. Co więcej, niektóre sprawy były w 100% zrealizowane cyfrowo, co pozwoliło zupełnie wyeliminować ich obsługę papierową. Naszym klientom zaprezentowaliśmy m.in. odświeżone wersje naszych aplikacji bankowości mobilnej, udostępniliśmy kolejne opcje zbliżeniowych płatności mobilnych i wdrożyliśmy automatycznego asystenta głosowego (tzw. voicebota).



Nasze cyfrowe nowości 2021:

- nowe wersje internetowego serwisu transakcyjnego w Czechach i na Słowacji,
- responsywny serwis transakcyjny dopasowujący się do wielkości wyświetlacza,
- prezentacja rachunków z innych banków,
- nowa wersja programu rekomendacji usług mBanku,
- nowe metody inwestowania i doradztwo inwestycyjne,
- moje ID – nowe narzędzie do zdalnego potwierdzania tożsamości,
- mobilne płatności zbliżeniowe BLIK,
- autoryzacja biometryczna na telefonach.



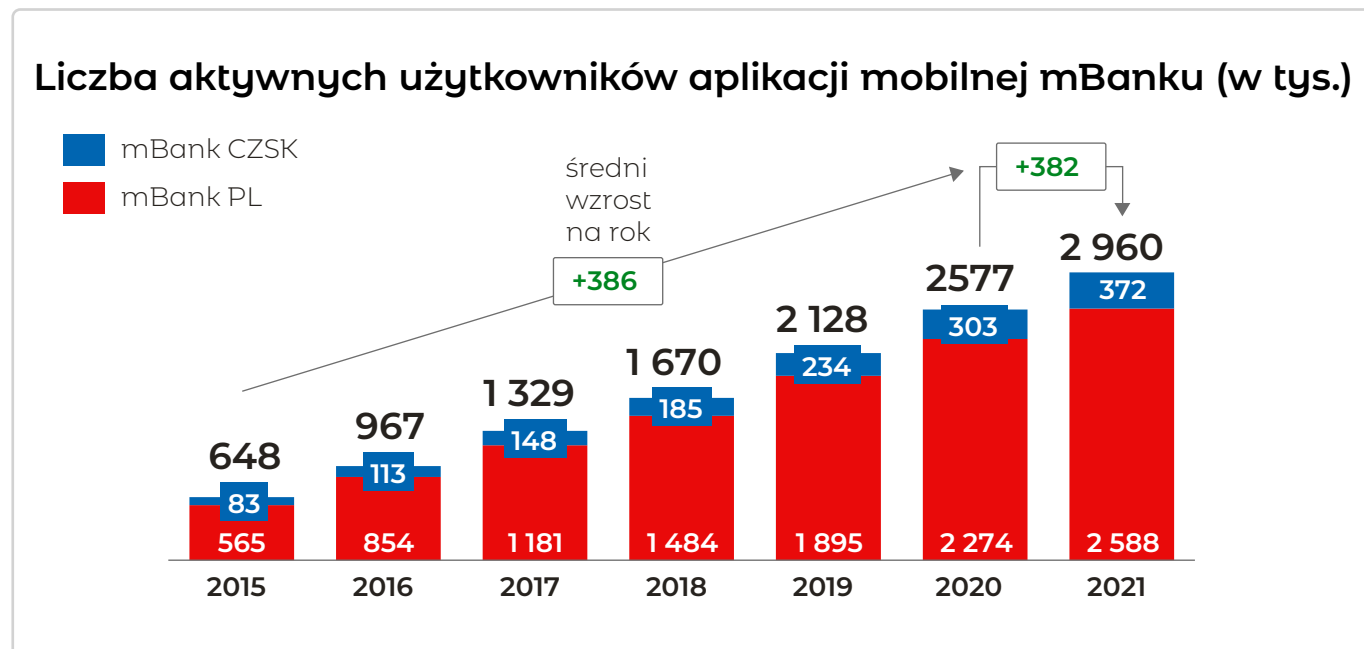
DOBRA PRAKTYKA

Big data i sztuczna inteligencja

Cyfrowość to także lepsza znajomość naszych klientów. W 2021 roku wdrożyliśmy w banku system analizy danych o klientach oraz modelowania ich profilu behawioralnego. Big Data wraz z mechanizmami sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego traktujemy jako szansę na zdobycie przewagi konkurencyjnej w wielu dziedzinach. Wykorzystujemy dane dotyczące kontekstu wydarzeń i cech demograficznych do jak najlepszej identyfikacji potrzeb klientów. To pozwala nam najlepiej dopasować ofertę i zaprezentować ją w odpowiednim czasie, kanale sprzedaży i formie. W efekcie dbamy o satysfakcję naszych klientów. Działania te prowadzimy z poszanowaniem prawa naszych klientów do prywatności. Więcej informacji na ten temat można znaleźć w sekcji „[Bezpieczne dane osobowe](#)”.

2.1.1. Bankowość mobilna

Naszej aplikacji mobilnej w 2021 roku używały 3 miliony klientów w Polsce, Czechach i na Słowacji – o prawie 14% więcej niż w 2020 roku. 1,1 mln osób korzysta już wyłącznie z aplikacji mobilnej – ta grupa stanowi około 40% wszystkich aktywnych klientów. Użytkownicy logują się do aplikacji średnio 31 razy w miesiącu.



Ocena aplikacji mBanku w sklepach wynosi 4,7-4,8 (maks. 5). We wszystkich dotychczasowych edycjach prestiżowego konkursu Mobile Trends Awards nasze rozwiązania mobilne były nagradzane łącznie 12 razy, w tym 8 razy zajmowały pierwsze miejsce.



DOBRA PRAKTYKA

Konto na e-dowód i „na selfie”

Aby dołączyć do grona klientów, wystarczy smartfon, dokument tożsamości i chwila spokoju.

Pierwszą metodą całkowicie zdalnego otwarcia rachunku, jaką udostępniliśmy, jest konto „na selfie”. Klient akceptuje umowę SMS-em, a konto jest aktywne maksymalnie po 1 dniu roboczym. Dodatkowo kartę płatniczą Mastercard można dodać do Google Pay i płacić nią, zanim dotrze przesyłka pocztowa z fizyczną kartą. W 2021 roku konto „na selfie” otworzyło 21 tysięcy naszych klientów.

Od 2021 roku posiadacze e-dowodu osobistego mogą otworzyć rachunek w mBanku całkowicie on-line również za pomocą aplikacji eDO App. Tu także nie ma potrzeby podpisywania dokumentów u kuriera czy w placówce.



Co zmieniliśmy w naszej aplikacji mobilnej w 2021 roku:

- wprowadziliśmy usługę płatności zbliżeniowych BLIK,
- wdrożyliśmy autoryzację biometryczną,
- zapewniliśmy dostęp do wszystkich danych kart płatniczych (pełny numer karty, data ważności, kod CVV2/CVC2). Klient może odczytać te dane bez konieczności sięgania po fizyczną kartę. Dzięki temu może płacić kartą w internecie,
- wdrożyliśmy moduł Załatw swoje sprawy, przez który klient może złożyć wiele dyspozycji. Mogą się one wiązać m.in. z obsługą produktów, zgłoszeniem reklamacji, zmianą danych osobowych i złożeniem wniosków o świadczenia rodzinne. Na koniec 2021 roku 30% tego typu spraw obsługiwaliśmy za pomocą aplikacji,
- wprowadziliśmy na pulpicie Cel – dzięki temu klienci mogą wygodnie sprawdzić, ile mają oszczędności.

W 2021 roku dla dzieci poniżej 13 roku życia udostępniliśmy **aplikację mobilną do konta Junior**. Aplikacja pomaga dzieciom i rodzicom kontrolować stan konta i analizować historię wydatków. To właśnie te dwie funkcje były zgłaszane przez rodziców jako kluczowe i dlatego uruchomiliśmy je w pierwszej wersji aplikacji. Konto Junior w mBanku to propozycja, z której korzystają przede wszystkim aktywni klienci. 80% kont założyli rodzice, dla których mBank jest głównym bankiem. Prawie 90% to konta dla dzieci w wieku szkolnym – między 7 a 13 rokiem życia. Aplikacja Junior zdobyła pierwsze miejsce w konkursie Mobile Trends Awards 2021 w kategorii głównej oraz „Bankowość i finanse dla dzieci”.

W przyszłości będziemy w szczególności skupiać się na rozwoju bankowości mobilnej, najlepiej z możliwością skalowania na różne urządzenia. Dostęp przez komputer będzie uzupełniać doświadczenia cyfrowe w przypadku bardziej tradycyjnych użytkowników, złożonych funkcji i rzadkich scenariuszy.



DOBRA PRAKTYKA

Mniej plastiku w portfelu

Plastikowa karta w portfelu coraz częściej jest niepotrzebna, a płatności przez telefon i zegarki stały się codziennością milionów osób.

- W 2021 roku z usług Apple Pay skorzystało 472 tys. naszych klientów, którzy zrealizowali ponad 136 mln transakcji.
- Z Google Pay skorzystało 532 tys. klientów, wykonując ponad 121 mln transakcji.
- Z płatności zegarkiem skorzystało ponad 20 tys. klientów mBanku, realizując 2,1 mln transakcji.
- Z udostępnionego pod koniec 2021 roku zbliżeniowego BLIKA już w pierwszych tygodniach skorzystało 150 tys. klientów.

Promujemy kartę Mastercard Mobilną oraz eKartę wirtualną również ze względu na ich wymiar ekologiczny. W 2021 roku klienci, którzy wybierali karty cyfrowe, zaoszczędzili z nami blisko 0,5 tony plastiku.



DOBRA PRAKTYKA

Nowe płatności zbliżeniowe

Oprócz zbliżeniowego BLIK-a w 2021 roku wprowadziliśmy do oferty dwie nowe usługi, które pozwalają płacić zbliżeniowo bez użycia plastikowej karty. To SwatchPAY! i Xiaomi Pay. Dodatkowo nasi klienci korporacyjni otrzymali możliwość korzystania z dwóch aplikacji do zbliżeniowych płatności mobilnych: Google Pay oraz Garmin Pay.

2.1.2. Nasze cyfrowe cele na lata 2021-25

Technologia, bezpieczeństwo i dane to źródło przewagi konkurencyjnej mBanku. **W strategii na lata 2021-2025 zapisaliśmy takie cele:**

- stale będziemy zapewniać naszym klientom wysoką jakość, dostępność i bezpieczeństwo naszych rozwiązań i usług,
- utrzymamy przewagę technologiczną w sektorze finansowym przez gotowość do pracy w chmurze, co pozwoli na elastyczność, skalowalność technologii i szybką adaptację do potrzeb,
- zapewnimy najwyższe możliwe bezpieczeństwo klientom i pracownikom mBanku przez ciągły rozwój wielowarstwowego modelu obrony cyberbezpieczeństwa, zarówno dla rozwiązań lokalnych, jak i chmurowych,
- zadbamy o najwyższą możliwą ochronę aplikacji mobilnej, która jest cyfrowym kluczem do wszystkich kanałów mBanku,
- wykorzystamy sztuczną inteligencję i analitykę danych do tworzenia innowacyjnych produktów dla klientów, lepszej oceny ryzyka, zwiększenia efektywności systemów wewnętrznych i przepływu pracy oraz utrzymania wizerunku mBanku jako technologicznego i cyfrowego lidera.

Przyjęliśmy również **miary strategiczne, które wyznaczać będą stopień realizacji tych celów:**

- do 2025 roku osiągniemy stałą dostępność naszych serwisów dla klientów (24/7/365) na poziomie ~99,9% ,
- do 2025 roku będziemy mieć ponad 70% kluczowych systemów, zbudowanych wewnętrznie, gotowych do pracy w chmurze i działających w chmurze hybrydowej (prywatnej lub publicznej),
- do 2025 roku zapewnimy 100% gotowość nowo opracowywanych systemów do pracy w chmurze,
- będziemy monitorować 80% krytycznych systemów działających w chmurze i przetwarzających dane chronione,
- będziemy testować 80% nowych, krytycznych aplikacji pod kątem bezpieczeństwa kodu,
- co najmniej dwa razy w roku będziemy przeprowadzać kompleksowe testy zespołu Red Team, sprawdzające poziom bezpieczeństwa organizacji i odporność na pojawiające się cyberzagrożenia,
- do 2025 roku włączymy 80% procesów wdrażania nowego klienta do systemu zapobiegania oszustwom,
- do 2025 roku będziemy mieć 80% klientów mobilnych chronionych mechanizmem typu Runtime Application Self-Protection,

- dostarczymy 80% klientów, którzy wyrazili zgodę na biometrię behawioralną, dodatkową ochronę podczas autoryzacji operacji,
- w głównych procesach wymagających wdrażania nowego klienta będziemy wykorzystywać cyfrową tożsamość,
- do 2025 roku stworzymy i wdrożyć co najmniej cztery rozwiązania w bankowości detalicznej i korporacyjnej w oparciu o silniki sztucznej inteligencji (AI),
- do 2025 roku wprowadzimy co najmniej jeden produkt zorientowany na klienta z wykorzystaniem zewnętrznych systemów uczenia maszynowego w chmurze, dużymi repozytoriami danych i modelami.



DOBRA PRAKTYKA

Najlepsze doświadczenie użytkownika

Cały czas wzmacniamy nasze kompetencje związane z cyfrową prezentacją danych oraz doświadczeniem użytkownika (UI/UX). Od 2018 roku działa nasza spółka mServices, która jest wewnętrzną agencją cyfrową. Ma za zadanie pozyskiwać z rynku najlepszych ekspertów i zagwarantować mBankowi wyłączność strategicznych elementów związanych z doświadczeniem użytkownika. W procesie projektowania naszych usług chcemy wykorzystywać najlepsze narzędzia do zbierania i analizy danych, aby nasze aplikacje spełniały faktyczne potrzeby i preferencje klientów.

Spółka mServices jest wyłącznym dostawcą dla wszystkich pionów i spółek Grupy mBanku. Oznacza to, że elementy związane z doświadczeniem użytkownika stworzone dla bankowości detalicznej, można wykorzystać w całej organizacji. Zapewnia to spójność doświadczenia klienta we wszystkich usługach cyfrowych oraz wzmacnia komunikację marki. Ponadto spółka mServices przygotowała profesjonalny system projektowania i cyfrową bibliotekę elementów wspólnych. Naszym twórcom aplikacji zapewnia to wystandaryzowane komponenty interfejsu, które mogą w łatwy sposób stosować w różnych projektach.

Patrzymy także w przyszłość. Analizujemy trendy w zakresie wirtualnej oraz rozszerzonej rzeczywistości (VR/AR) i badamy ich potencjał do wykorzystania w bankowości.

2.2. Bankowość detaliczna przyszłości

Chcemy być partnerem dla naszych klientów na całe życie. Wiemy jednak, że inne są bankowe potrzeby młodych ludzi, którzy dopiero wkraczają w dorosłe życie, inne osób w średnim wieku, w szczycie aktywności zawodowej, a zupełnie inne osób dojrzałych. Na te różnorodne potrzeby odpowiadamy zróżnicowaną ofertą. Mamy produkty kredytowe, inwestycyjne, oszczędnościowe i ubezpieczeniowe, które są doskonałym wsparciem na różnych etapach i fazach rozwoju osobistego i zawodowego klientów.

Integracja z życiem klienta jest jednym z filarów naszej nowej strategii. Wierzymy, że oferta mBanku przekona nowych klientów – przede wszystkich młodych ludzi. Z drugiej strony będzie zaspokajać finansowe potrzeby dojrzewających klientów, którzy już korzystają z naszych usług. Dlatego skupimy się na:

- kredytach hipotecznych – poprawimy proces ich udzielania,
- kompleksowej ofercie inwestycyjnej – przez własne nowo utworzone TFI,
- narzędziach zarządzania finansami osobistymi,
- ekosystemie usług pozabankowych.

Nie zapominamy o ważnej roli placówek stacjonarnych, ale jednocześnie wiemy, jak bardzo nasi klienci lubią wygodę zdalnego – najczęściej mobilnego – dostępu do spraw bankowych. Dlatego wzmacniamy cyfrowe kanały kontaktu, obsługi klienta i zdalnych kanałów sprzedaży.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Demokratyzacja inwestycji

Opracowujemy strategię „demokratyzacja inwestycji”. Chcemy zapewnić naszym klientom najprostszy sposób inwestowania. Wprowadzimy wyłącznie internetowe produkty inwestycyjne, które wykorzystują zrobotyzowane mechanizmy doradztwa.

Jak integrujemy ofertę z cyklem życia klientów:

- tworzymy kompleksową ofertę inwestycyjną dopasowaną do potrzeb każdego segmentu klientów. Chcemy wspierać długofalowe pomnażanie ich majątku i wykorzystać potencjał dochodowy,
- pomagamy mądrze zarządzać obecnymi i przyszłymi finansami, dzięki ustrukturyzowanym informacjom o wpływach, wydatkach i majątku,
- umożliwiamy łatwą realizację wszystkich potrzeb w bankowości mobilnej,
- rozwijamy ekosystem usług pozabankowych.

Wierzymy, że wszystkie te działania pozwolą nam zrealizować nasze cele. Chcemy zwiększyć liczbę aktywnych klientów indywidualnych o 1,05 mln do końca 2025 roku – w tym pozyskać 300 tys. najmłodszych klientów dzięki rozwinięciu aplikacji mobilnej mBank Junior o kolejne funkcje. Naszą ambicją jest zdobycie – dzięki cyfryzacji – trzeciej pozycji na rynku w udzielanych kredytach hipotecznych do 2023 roku. Do 2025 roku zamierzamy realizować mobilnie połowę obsługi i sprzedaży.



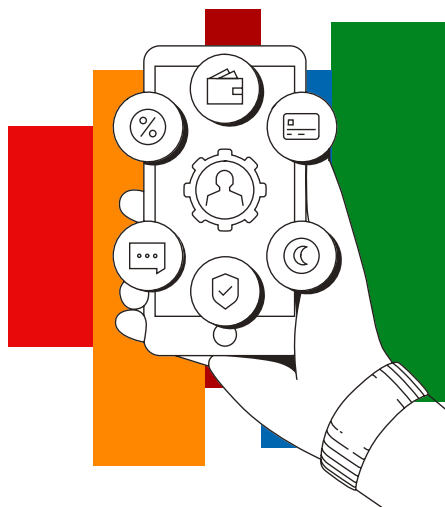
DOBRA PRAKTYKA

mOkazje dla graczy

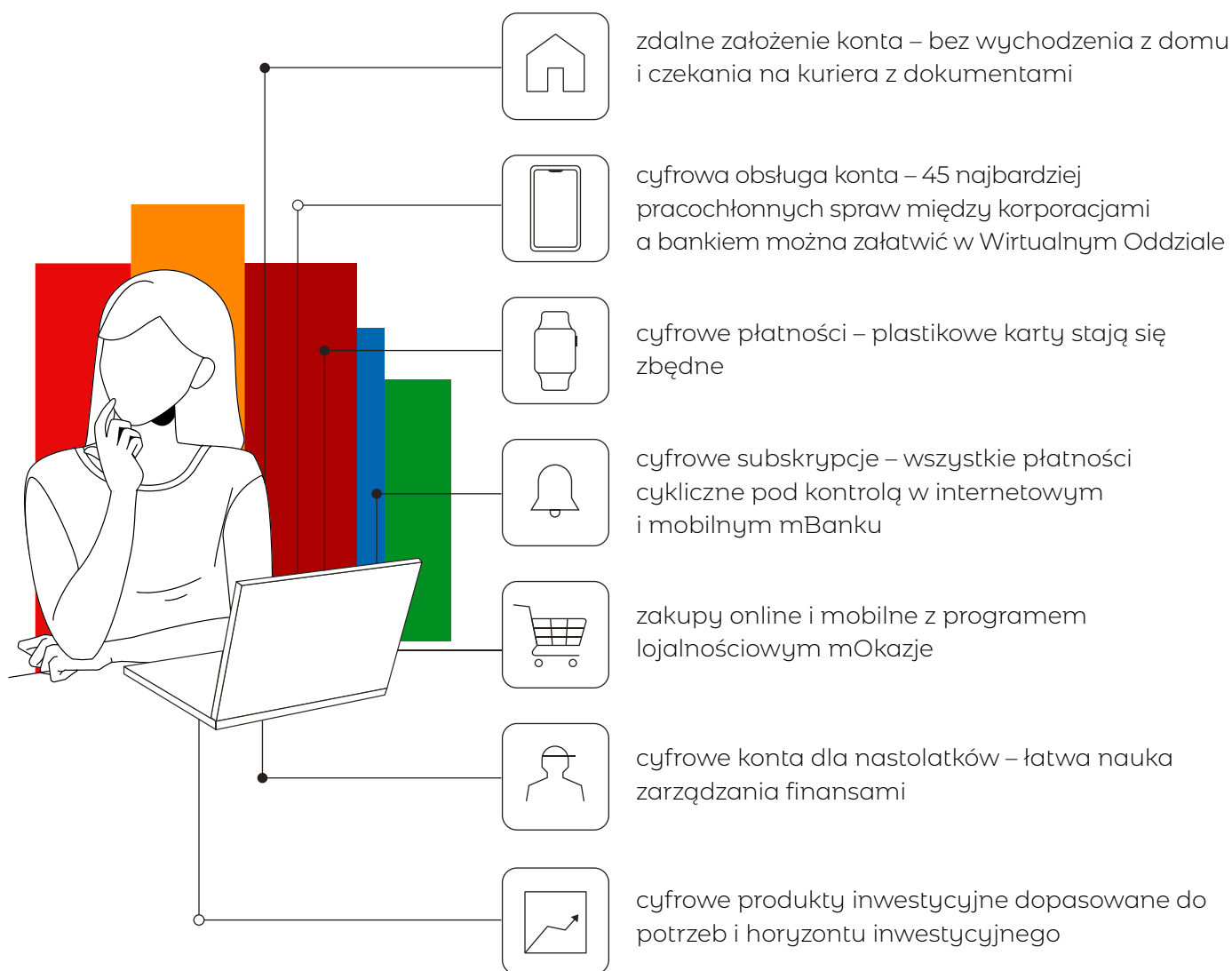
Dla fanów gier komputerowych w 2021 roku przygotowaliśmy nową propozycję konta bankowego, które umożliwi udział w wyzwaniach od mBanku, odblokowywanie osiągnięć i zdobywanie gamingowych nagród. Planujemy też regularne rabaty dla graczy w ramach mOkazji.

Nasze pozostałe cele w zakresie bankowości detalicznej to:

- utrzymamy wzrost aktywów pod zarządzaniem (AUM) o 1,5-2,0 mld zł rocznie,
- zwiększymy do 50% w 2025 roku udział klientów mBanku z segmentów bankowości masowej i dla osób zamożnych, którzy mają przynajmniej jeden produkt inwestycyjny,
- w 2025 roku 50% klientów będzie regularnie i aktywnie korzystać z funkcji Menedżer finansów osobistych (PFM),
- poprawimy cyfrowy proces otwierania rachunku, aby w 2025 roku 50% klientów było pozyskiwanych zdalnie,
- do 2025 roku osiągniemy wskaźnik digitalizacji (liczony jako stosunek wniosków/dyspozycji o produkty i usługi realizowanych w kanałach cyfrowych do takich zleceń we wszystkich kanałach) na poziomie 90%,
- zwiększymy udział oddziałów bezgotówkowych w sieci mBanku do 50% w 2025 roku,
- do 2025 roku zautomatyzujemy 30% ruchu do contact center przy pomocy automatycznego asystenta głosowego/chatbota,
- do 2025 roku będziemy mieć 2,8 mln klientów indywidualnych i 200 tys. firm w segmencie detalicznym aktywnie korzystających z co najmniej jednej usługi dodatkowej.



Cyfrowy świat klientów mBanku



DOBRA PRAKTYKA

Halo, tu Marek

Od 2021 roku telefony na mLinii, czyli infolinii mBanku, odbiera automatyczny asystent głosowy Marek (tzw. voicebot). Jego zadaniem jest pomoc w najczęstszych sprawach, z jakimi dzwonią klienci. Dzięki temu skróciliśmy czas odbioru połączenia i przekierowania do właściwego konsultanta, który doradza w bardziej skomplikowanych przypadkach.

Automatyczny asystent głosowy to nowa technologia. Marek ma własną osobowość, ludzki głos i jasno wytyczone zadanie – pomóc klientom w prostych codziennych sprawach, z jakimi dzwonią. W 2021 Marek odebrał 10% połączeń na naszej infolinii.



**DOBRA
PRAKTYKA**

mOkazje

Od wielu lat rozwijamy mOkazje, czyli nasz program oferujący zniżki na zakupy, który udostępniliśmy w bankowości internetowej oraz w aplikacji mobilnej. Więcej informacji o programie oraz aktualne mOkazje można znaleźć na stronie: <https://www.mbank.pl/indywidualny/uslugi/mokazje/mokazje/>



**DOBRA
PRAKTYKA**

Subskrypcje pod kontrolą

Pandemia wzmocniła trend korzystania z różnego rodzaju subskrypcji. Dlatego pomagamy klientom w łatwy sposób zarządzać cyklicznymi opłatami za serwisy i usługi. Wszystkie subskrypcje kartowe są w historii operacji w aplikacji mobilnej lub serwisie transakcyjnym. Dzięki temu klienci łatwo skontrolują, co opłacają w danym momencie. Nasz serwis transakcyjny i aplikacja mobilna prezentują również prognozę nadchodzących opłat za subskrypcje – dzięki temu można lepiej zaplanować swój budżet.



**DOBRA
PRAKTYKA**

e-administracja w mBanku

Będziemy włączać nowe usługi e-administracji, reagując na wszystkie programy publiczne dostępne online. W 2021 roku naszą ofertę dopełniały usługi dodatkowe, takie jak programy Rodzina 500+ czy Dobry start 300+. W ramach tych programów zebraliśmy ponad 240 tys. wniosków od naszych klientów

2.2.1. Rozwój bankowości detalicznej w Czechach i na Słowacji

W 2021 roku w Czechach i na Słowacji w zakresie bankowości detalicznej skupialiśmy się na pozyskiwaniu nowych klientów, dalszej automatyzacji i cyfryzacji procesów oraz zwiększaniu akcji kredytowej w zakresie kredytów niehipotecyjnych. Na strategię mBanku w Czechach istotny wpływ miały działania Narodowego Banku Czech, który w serii pięciu podwyżek podniósł referencyjną stopę procentową z 0,25% do 3,75%.

Aby poprawić rentowność oddziałów, w drugiej połowie 2021 roku z powodzeniem przekierowaliśmy część zasobów z obszaru kredytów hipotecyjnych do obszaru kredytów gotówkowych. W efekcie sprzedaż kredytów gotówkowych była rekordowo wysoka. Kontynuowaliśmy również wdrażanie usprawnień w procesach związanych z kredytami hipotecznymi, wprowadzając ich nową wersję na rynek słowacki. Długofalowa koncentracja na efektywności przyniosła istotną poprawę w obszarze opłat i prowizji, co zaowocowało wprowadzeniem nowego, znacznie krótszego cennika dla klientów. Podążając ścieżką cyfryzacji, przeznaczyliśmy też kolejne środki na rozwój w obszarze BankID i wzięliśmy udział w jednym z największych projektów w zakresie cyfryzacji na rynku czeskim, a także wprowadziliśmy pierwszą w pełni wirtualną kartę do transakcji e-commerce.



W 2021 roku aplikacja mobilna stała się najczęściej wykorzystywanym przez naszych klientów kanałem dystrybucji. Przez cały 2021 rok wprowadziliśmy wiele usprawnień dla naszych klientów w ramach procesu cyfryzacji, w tym m.in. nową Bankowość Internetową 3.0, w pełni mobilny proces otwierania rachunku dla nowych klientów, płatności błyskawiczne itp. Jednocześnie wiele uwagi poświęcamy doświadczeniu klienta i nieustannie mierzymy wskaźnik NPS (Net Promoter Score), oceniający lojalność klientów korzystających z naszych usług. Pracowaliśmy nad wzmocnieniem cyfrowych kanałów dystrybucji, nie zapominając jednocześnie o ważnej roli placówek stacjonarnych w obsłudze naszych klientów. Oddziały miały znaczny udział w poprawie pozycji mBanku na rynku brokerskim dzięki wzmocnieniu relacji oddziałów z brokerami na poziomie lokalnym oraz oferowaniu naszym partnerom wsparcia produktowo-procesowego w oddziałach.

2.3. Bankowość przyszłości dla firm

W bankowości detalicznej obsługujemy w Polsce 545 tysięcy przedsiębiorców lub małych firm, a w Czechach i na Słowacji – 68 tysięcy.

Przez cały 2021 rok udzielaliśmy klientom wsparcie w prowadzeniu biznesu. Zaoferowaliśmy im konto firmowe bez opłat z gwarancją na dwa lata. Silniej niż wcześniej w promocji akwizycyjnej położyliśmy nacisk na promowanie naszych usług dodatkowych, kierując uwagę klientów na pakiet narzędzi dla firm, które ułatwiają prowadzenie biznesu. Prowadziliśmy akcję marketingową w telewizji i w radiu, gdzie nasze usługi były promowane przez ekspertów mBanku. Podtrzymaliśmy także wsparcie moneyback na start dla nowych przedsiębiorców. Rok zakończyliśmy działaniami wspierającymi przedsiębiorców w przygotowaniu do zmian, które niesie za sobą Polski Ład. Zrealizowaliśmy webinaria edukacyjne dla przedsiębiorców, w których udział wzięli eksperci rynkowi.



DOBRA PRAKTYKA

Tarcza finansowa PFR

Od początku roku umożliwiliśmy klientom składanie nowych wniosków o subwencje w ramach Tarczy 2.0 Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR). Wspieraliśmy naszych klientów, organizując webinaria, udostępniając artykuły Q&A oraz publikacje ekspertów banku oraz PFR. W ramach tej edycji tarczy wsparcie funduszu otrzymało 6,6 tys. klientów mBanku (uzyskując ponad 709 mln zł wolumenu subwencji). Ponadto prowadziliśmy prace związane z umorzeniami i rozliczeniem środków z Tarczy 1.0., z której wsparcia skorzystało 40 tys. naszych klientów, uzyskując 3,2 mld zł wolumenu subwencji. W ramach tych działań wdrożyliśmy procesy związane z rozliczeniem pieniędzy, przyznanych za naszym pośrednictwem – od przekazywania niezbędnych dokumentów Funduszu oraz spłat subwencji, przez procesy windykacyjne i raportowanie wyników do PFR.

W efekcie utrzymaliśmy dominującą pozycję na rynku MŚP w Polsce oraz powiększyliśmy grupę naj- silniej zaangażowanych klientów o 11%.

Nasz cel strategiczny to osiągnąć do 2025 roku 20-30% udział rynkowy w nowej akwizycji przedsiębior- ców indywidualnych (samozatrudnionych) i spółek kapitałowych.



DOBRA PRAKTYKA

Program „OkO w OkO”

Departament Klienta Firmowego przeprowadził w 2021 roku cykl spotkań „OkO w OkO” z właścicielami i właścicielkami firm, młodymi ludźmi planującymi rozpo- częcie działalności gospodarczej oraz studentami. Dzięki temu nasi pracownicy, którzy decydują o naszej ofercie biznesowej, a na co dzień nie mają bezpośredniej styczności z klientami, mogli osobiście poznać ich oczekiwania i bolączki.

Chcemy odciążyć właścicieli firm od ich codziennych, rutynowych zadań, aby mogli skupić się na swoim biznesie. Wspieramy przedsiębiorców oraz małe firmy w rozwoju działalności – dostarczamy im dostoso- waną do branży wiedzę i zintegrowaną platformę do zarządzania finansami, księgowością i sprawami administracyjnymi.

centrum zarządzania biznesem

jeden panel do sterowania biznesem zamiast usług rozproszonych w wielu aplikacjach (do czynności księgowych, organizacyjnych lub marketingowych)

rachunki i produkty bankowe	platforma walutowa		zintegrowane usługi księgowe
mOrganizer		Pakiet startowy dla rozwoju biznesu w sieci	Paynow

Firmom, które mają otwarty rachunek w mBanku i prowadzą księgowość uproszczoną (księgi przychodów i rozchodów, ryczałt ewidencjonowany, karta podatkowa) proponujemy mKsięgowość. To jedyne na rynku połączenie konta bankowego i księgowości, dzięki któremu księgowość staje się łatwiejsza i szybsza przez automatyzację wielu czynności. Klienci mogą zarządzać swoimi finansami i księgowością za pomocą jednego serwisu transakcyjnego. Dodatkowo, dzięki usłudze można szybciej wystawiać faktury, automatycznie wyliczać podatki oraz skorzystać z pomocy księgowego, który przejmuje sprawy księgowe firmy i pomaga w razie potrzeby.

Rok 2021 zakończyliśmy 50% wzrostem liczby pozyskanych klientów firmowych przez ogólnopolską sieć certyfikowanych biur rachunkowych w porównaniu do 2020 roku. Nasi klienci przez usługę mKsięgowość Komfort są obsługiwani przez blisko 900 biur rachunkowych zlokalizowanych na terenie całej Polski. W ponad 300 punktach klient może założyć firmę z rachunkiem firmowym mBanku. Dodatkowo, przez artykuły na blogu i filmy przygotowywane przez księgowość współpracującą z mBankiem przekazujemy przedsiębiorcom cenną, merytoryczną wiedzę. Publikacje dotyczyły między innymi Krajowego Systemu e-Faktur czy Polskiego Ładu.



DOBRA PRAKTYKA

mOrganizer ułatwia prowadzenie firmy

mOrganizer finansów to połączenie systemu transakcyjnego z programem do zarządzania finansami firmy. mOrganizer oszczędza czas przedsiębiorców – zapewnia szybszą księgowość dzięki automatycznym funkcjom i zdalnemu kontaktowi z księgowymi. W ofercie mamy pakiety odpowiednie do każdej działalności i prowadzonej księgowości. Więcej o mOrganizerze finansów piszemy na stronie: <https://www.mbank.pl/firmy/ksiegowosc/morganizer-finansow/>

Przygotowaliśmy również promocję w ramach mOrganizera finansów dla klientów firmowych, którzy otwierają w mBanku rachunek bieżący lub zakładają firmę z mBankiem. Dzięki promocji klienci przez miesiąc otrzymali pakiet korzyści, które ułatwiają prowadzenie finansów firmy, takich jak możliwość bezpłatnego wystawiania faktur, monitoring płatności, kontrolę nad kosztami swojej firmy, asystenta finansowego czy możliwość samodzielnego prowadzenia księgowości.



DOBRA PRAKTYKA

Bezpłatne fakturowanie

Posiadacze konta w mBanku, którzy prowadzą jednoosobową działalność gospodarczą, mogą korzystać z bezpłatnego programu do fakturowania dostępnego w serwisie transakcyjnym. Faktury są zintegrowane z rachunkiem, a przedsiębiorcy mają bieżącą informację, które faktury zostały opłacone, które oczekują na płatność, a które są już po terminie.



DOBRA PRAKTYKA

Polska Bezgotówkowa z mBankiem

Uczestniczymy w programie Polska Bezgotówkowa. Nowoczesny terminal Planet Pay oferujemy przez 12 miesięcy bez abonamentu. Szczegóły oferty opisujemy na stronie: <https://www.mbank.pl/firmy/terminale/darmowe-terminale/terminal-planet-pay/>

2.3.1. Najlepszy bank dla firm e-commerce

Wspieramy przedsiębiorców w przeniesieniu lub rozwinięciu biznesu w internecie. Przygotowaliśmy dla firm wyjątkowe rozwiązania transakcyjne i chcemy być preferowanym bankiem dla internetowych sprzedawców i sklepów oraz ulubioną platformą dla klientów kupujących w sieci.

Od 2020 roku rozwijamy Paynow, system płatności online dla e-commerce. Aby z niego korzystać, wystarczy mieć rachunek firmowy i stronę z e-sklepem. Jako jedyni w Polsce oferujemy rozwiązanie, które integruje panel do zarządzania płatnościami z serwisem transakcyjnym banku. Paynow jest pierwszym integratorem płatności, który wykorzystuje rozwiązania chmurowe. Jest też najszybszy – pieniądze widoczne są na koncie od razu po wpłacie klienta. Usługę zaprojektowano tak, by z łatwością można było z niej korzystać także na urządzeniach mobilnych.



DOBRA PRAKTYKA

Cyfrowe Rewolucje

Naszym flagowym programem, dzięki któremu pomagamy małym i średnim firmom rozwinąć działalność w e-commerce, jest kampania społeczna Cyfrowe Rewolucje. Jej fundamentem jest strona <https://cyfrowerewolucje.pl> – kompendium **wiedzy** o tym, jak krok po kroku przenieść firmę do sieci. Przedsiębiorcy znajdą na niej bezpłatny kurs skutecznej sprzedaży oraz inspirujące studia przypadków firm, które odniosły już sukces w internecie. Każdy kurs kończy się testem sprawdzającym wiedzę. Materiały przygotowali eksperci rynku e-commerce. Wszystkie są bezpłatnie dostępne dla każdego użytkownika.

Jak pomagają Cyfrowe Rewolucje:

- 18 webinarów poprowadzonych przez ekspertów,
- kilkanaście case studies – historii tych, którym udało się biznes w internecie,
- kilkadziesiąt artykułów wspierających rozwój internetowych przedsięwzięć,
- wsparcie ekspertów z 15 firm.

Częścią kampanii jest **konkurs** na cyfrową rewolucję, w którym pula nagród biznesowych wyniosła w 2021 roku ponad 300 tys. zł. Ideą konkursu jest przeprowadzenie cyfrowej rewolucji w nagrodzonych firmach. Sprawdzeni partnerzy mBanku pomagają laureatom w pokonaniu wyzwań prawnych, marketingowych i technologicznych, które towarzyszą uruchomieniu internetowego biznesu. W 2021 roku do konkursu zgłosiły się 823 firmy, czyli blisko 300 więcej niż rok wcześniej. Około 70% pierwsze kroki w sprzedaży online miała już za sobą. Większość uczestników konkursu to młode firmy, które powstały w 2019 i 2020 roku i zatrudniają od jednej do trzech osób. Zwycięzców wyłoniło jury złożone z grona ekspertów z różnych dziedzin związanych z e-handlem. Cyfrowe Rewolucje wygrały firmy HOUSE TO GO i WObit.



DOBRA PRAKTYKA

Integracja bankowości z e-commerce

Planujemy zintegrować naszą platformę z najważniejszymi platformami e-commerce, aby na bieżąco dostarczać klientom, którzy prowadzą biznes w sieci, informacje o sprzedaży, wskaźnikach czy możliwościach optymalizacji. Dzięki zintegrowanemu centrum zarządzania biznesem w mBanku przedsiębiorcy oszczędzą czas i zwiększą precyzję zarządzania swoją działalnością gospodarczą.

Nasze główne cele na rynku e-commerce:




- unowocześnić i rozszerzyć naszą obecną platformę mOkazje, aby była bardziej atrakcyjnym rozwiązaniem e-commerce zarówno dla kupujących, jak i sprzedających w sieci,
- rozwinąć Paynow, aby stał się znaczącym graczem w płatnościach internetowych, z udziałem w rynku odzwierciedlającym udział klientów mBanku w polskim e-commerce,
- rozszerzyć ofertę usług dodatkowych przeznaczonych dla sprzedawców internetowych, aby zwiększyć znaczenie relacji z mBankiem przez partnerstwo w ich głównych obszarach działalności e-commerce.

2.4. Bankowość korporacyjna i inwestycyjna

W segmencie bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej obsługiwaliśmy na koniec 2021 roku 31 315 klientów – o 2 232 więcej niż rok wcześniej. Były to 2 272 duże przedsiębiorstwa i niebankowe instytucje finansowe o rocznych obrotach powyżej 1 mld zł, 9 740 średnich przedsiębiorstw z obrotami 50 mln zł – 1 mld zł i 19 303 małe przedsiębiorstwa, które osiągają obroty poniżej 50 mln zł i prowadzą pełną księgowość.

Obsługę świadczymy przez sieć **43 wyspecjalizowanych placówek**. Nasza oferta koncentruje się na:

- bankowości tradycyjnej – rachunki firmowe, przelewy krajowe i zagraniczne, karty płatnicze, usługi gotówkowe i produkty zarządzania płynnością,
- finansowaniu przedsiębiorstw,
- instrumentach zabezpieczających,
- usługach związanych z rynkami instrumentów kapitałowych (ECM), instrumentów dłużnych (DCM) oraz z fuzjami i przejęciami (M&A),
- leasingu i faktoringu.

Udział w dochodach ogółem	Wyniki brutto	Dochody
37,8% 	803,1 mln zł 	2 307,4 mln zł 

Konsekwentnie prowadzimy cyfrową transformację obszaru korporacyjnego. Przenosimy ofertę i wszystkie procesy do kanałów cyfrowych i zwiększamy zakres produktów dostępnych za pośrednictwem Wirtualnego Oddziału. Wirtualny oddział jest integralną częścią systemu mBank CompanyNet, w której klienci mogą składać do banku wnioski elektroniczne, dotyczące najbardziej kluczowych obszarów współpracy klient-bank. Staje się miejscem, gdzie klienci zdalnie mogą obecnie załatwić większość spraw. W 2021 roku klienci chętniej i częściej korzystali ze zdalnej współpracy z bankiem, dzięki czemu liczba obsługiwanych cyfrowo spraw wzrosła o 97% rok do roku. W wielu przypadkach procesy elektroniczne stanowiły 100% wszystkich procesów, co pozwoliło tam wyeliminować obsługę papierową. Zdigitalizowaliśmy siedem procesów w Wirtualnym Oddziale, co oznacza, że 45 najbardziej pracochłonnych procesów między klientem a bankiem można obecnie zrealizować w pełni elektronicznie. Pracujemy nad digitalizacją kolejnych. Dzięki podjętym inicjatywom udało nam się ograniczyć pracochłonność i usprawnić procesy w banku. Wprowadzone zmiany przyczyniły się nie tylko do oszczędności, ale przede wszystkim do wzrostu satysfakcji klientów, którzy obsługiwani są natychmiastowo.

Promujemy samoobsługę klientów, ale jednocześnie w razie potrzeby oferujemy wsparcie doradcy, które pozostaje kluczowe dla wzmocnienia relacji między klientem a bankiem.

W 2021 roku zaprezentowaliśmy nową wersję aplikacji CompanyMobile. Dzięki przejrzystemu interfejsowi oraz intuicyjnej nawigacji użytkownicy mogą wygodnie zarządzać finansami przedsiębiorstwa oraz autoryzować transakcje. Projektując aplikację, położyliśmy nacisk na jej użyteczność i intuicyjność. Zależało nam również na oferowaniu unikatowych usług. Nowy mBank CompanyMobile, oprócz najbardziej popularnych funkcji do codziennego zarządzania finansami – takich jak bieżąca informacja o obrotach na rachunkach czy zarządzanie płatnościami i ich autoryzacja – oferuje też dodatkowe rozwiązania. To np. wirtualny asystent wspierający codzienną pracę w systemie czy obsługa służbowych kart płatniczych.



DOBRA PRAKTYKA

CompanyMobile dla przedsiębiorców

Dane pokazują, jak bardzo mobilność jest istotna dla klientów korporacyjnych. Z aplikacji CompanyMobile korzysta niemal 81% klientów korporacyjnych – zarówno z małych i średnich firm, jak i większych przedsiębiorstw. Liczba logowań do aplikacji w 2021 roku wzrosła aż o 100%, a od kiedy wycofaliśmy starą aplikację, w ciągu 4 miesięcy zanotowaliśmy wzrost logowań do aplikacji aż o 148% rok do roku. Więcej informacji o CompanyMobile znaleźć można tutaj:

<https://www.mbank.pl/msp-korporacje/bankowosc-elektroniczna/bankowosc-mobilna/>



DOBRA PRAKTYKA

Finansowanie perspektywicznych branż

Planując naszą współpracę z klientami korporacyjnymi, chcemy silniej zaangażować się we współpracę z firmami z branż takich jak m.in. odnawialne źródła energii, e-commerce, nowoczesne technologie i cyfrowa rozrywka, ochrona zdrowia i przemysł farmaceutyczny. Naszym celem jest zwiększenie zaangażowania mBanku w finansowanie tego typu perspektywicznych branż z 4,3 mld zł na koniec 2020 roku do 13 mld zł w 2025 roku.

W lipcu 2020 roku wprowadziliśmy portal onboardingu klienta. Możliwość cyfrowego nawiązania relacji z nowymi klientami korporacyjnymi idealnie wpisała się w tryb pracy zdalnej. Ta platforma nowoczesnej interakcji sprzedażowej z klientem pozwala na zdalny onboarding większości produktów bankowości transakcyjnej, w szczególności rachunku bankowego z dostępem przez system bankowości elektronicznej, kartami i obsługą gotówkową. Przez internet potwierdzamy tożsamość klienta, bez potrzeby wizyty w oddziale, czy papierowych formalności. Proces jest uniwersalny i może być wykorzystywany przez dowolnego klienta, niezależnie od wielkości i złożoności struktury organizacyjnej. Znacząco usprawniliśmy interakcje bank-klient, a rachunek możemy otworzyć nawet w ciągu jednego dnia.

W procesie wykorzystujemy automatyczne weryfikacje pod względem compliance, m.in. weryfikację z listami sankcyjnymi. Stale pracujemy nad jakością procesu, interfejsu użytkownika i automatyzacją przepływu danych. W 2021 roku zdalnie zawarliśmy w ten sposób ponad 3,2 tys. umów.

Wszystkim przedsiębiorcom, którzy korzystają z naszej oferty zapewniamy:

- nowoczesną bankowość elektroniczną – mBank CompanyNet pozwala zarządzać finansami w sposób dopasowany do rodzaju i skali działalności, struktury firmy i jej kontrahentów oraz realizowanych transakcji,
- wszystkie typy finansowania – od kredytu obrotowego po wieloletnie, złożone projekty inwestycyjne oparte o finansowanie strukturalne,
- finansowanie projektów realizowanych z funduszy unijnych,
- mobilność – mBank CompanyMobile pozwala na szybką autoryzację zleceń oraz uzyskiwanie kluczowych informacji, potrzebnych do zarządzania finansami,
- innowacyjne produkty wspomagające zarządzanie płynnością oraz efektywną obsługę płatności i należności,
- uznane na rynku kompetencje w obsłudze transakcji związanych z handlem zagranicznym,
- specjalistyczną bankowość inwestycyjną,
- wsparcie procesów zarządzania ryzykiem rynkowym w przedsiębiorstwie,
- usługi faktoringowe, leasingowe oraz maklerskie.

Nasze cele i plany związane ze wsparciem klientów korporacyjnych:

- nawiązywać, rozwijać i intensyfikować współpracę z firmami z perspektywicznych branż i najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki oraz kontynuować wsparcie społecznie odpowiedzialnego biznesu i transformacji energetycznej,
- umocnić naszą pozycję lidera w bankowości inwestycyjnej na polskim rynku oraz relacje z klientami korporacyjnymi przez dodatkowe usługi oparte na wiedzy i wsparcie najlepszych doradców,
- zapewnić najlepszą w Polsce kompleksową obsługę bankową korporacji przez kanały cyfrowe,
- przeprojektować proces kredytowy dla klientów korporacyjnych, aby był bardziej przewidywalny, lepiej wspierał rozwój biznesu oraz zapewniał bezpieczny i adekwatny poziom kosztów ryzyka,
- rozwijać rentowny biznes w obszarze bankowości korporacyjnej, dbając o efektywność kapitałową i kosztową (na poziomie linii biznesowej i indywidualnych relacji z klientami),
- utrzymać tempo wzrostu segmentu MŚP w mBanku na poziomie 10% rocznie w obszarze akwizycji, wolumenów kredytowych i przychodów,
- mieć doradców klienta, którzy będą oceniani jako najlepsi na rynku w inicjowaniu i oferowaniu rozwiązań tworzących wartość dla korporacji,
- uczynić cyfrowy onboarding dominującą formą otwierania nowych rachunków dla klientów korporacyjnych, osiągając w 2025 roku poziom 90% kont otwieranych cyfrowo,
- zwiększyć do 80% całej bazy w 2025 roku poziom penetracji i wykorzystania bankowości mobilnej wśród klientów przez wzrost firm, które korzystają z aplikacji mBank CompanyMobile,

- zmniejszyć zużycie papieru w obszarze bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej o 50% w 2022 roku – w porównaniu do poziomu z 2020 roku i dalej do 10% wolumenu początkowego w 2025 roku,
- mieć ponad 50% klientów średnich i większość klientów MŚP, którzy korzystają z uproszczonego procesu kredytowego po zakończeniu implementacji wszystkich inicjatyw projektowych,
- poprawić rentowność pionu bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej przez optymalizację aktywów ważonych ryzykiem i osiągnąć w 2025 roku założony poziom AROR (skorygowane przychody z aktywów ważonych ryzykiem),
- zwiększyć produktywność zatrudnienia mierzoną jako relacja przychodów do liczby pracowników pionu bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej o 40% w 2025 roku w porównaniu do 2020 roku.



DOBRA PRAKTYKA

Wnioski bez wizyty

Od 2020 roku dowolny wniosek, oświadczenie, dokument czy umowę z mBankiem klienci korporacyjni mogą podpisać i przesłać bez wychodzenia z domu.

W obszarze bankowości korporacyjnej kluczowe dla aspektów ESG jest podejście mBanku do finansowania klientów i realizowanych przez nich inwestycji. Nasze podejście opisujemy w rozdziale „[Zrównoważone finansowanie](#)”.

2.5. Bezpieczeństwo i prywatność



WAŻNE DLA INTERESARIUSZY

Coraz większa cyfryzacja wymusza na nas większą dbałość o bezpieczeństwo naszych systemów informatycznych. Stosujemy najwyższej światowej klasy zabezpieczenia organizacyjne i techniczne, które sprawiają, że pieniądze powierzone przez klientów, ich dane i informacje, pozostają bezpieczne.

Jednym z narzędzi zarządczych, jakie stosujemy, aby dbać o bezpieczeństwo, są polityki wewnętrzne mBanku:

- **Polityka bezpieczeństwa informacji** – zapewnia bezpieczeństwo w zakresie ochrony poufności, integralności, dostępności oraz autentyczności posiadanych przez bank informacji. Stosujemy standardy bezpieczeństwa wypracowane zgodnie z międzynarodowymi normami i najlepszymi praktykami. W realizację tej polityki angażujemy wszystkich pracowników mBanku,
- **Polityka bezpieczeństwa danych osobowych oraz Polityka zarządzania danymi osobowymi w czasie** – obejmują one m.in. zasady przetwarzania danych i prawa podmiotów danych osobowych. Więcej na ten temat piszemy w sekcji „[Bezpieczne dane osobowe](#)”.

- **Polityka cyberbezpieczeństwa** – zapewnia wysoki poziom cyberbezpieczeństwa w zakresie usług świadczonych klientom oraz w relacjach z innymi instytucjami, z którymi współpracujemy. Bezpieczny system wymiany informacji ma zapewnić ochronę tajemnicy przedsiębiorstwa, tajemnicy bankowej oraz ochronę wizerunku mBanku,
- **Polityka w zakresie zarządzania ciągłością działania** – pomaga przygotować bank na zdarzenia nadzwyczajne, zminimalizować ich negatywne skutki i jak najszybciej przywrócić normalność działalności,
- **Polityka czystego biurka i ekranu** – ogranicza ryzyko ujawnienia osobom nieuprawnionym informacji podlegających ochronie,
- **Polityka korzystania z portali społecznościowych** – definiuje wymagania w zakresie bezpiecznego korzystania przez pracowników z portali społecznościowych w ramach pełnionych funkcji służbowych,
- **Polityka bezpieczeństwa płatności internetowych** – zapewnia właściwy poziom bezpieczeństwa transakcji internetowych i ochrony procesów bankowych,
- **Polityka outsourcingu** – wskazuje główne cele i zasady zawierania oraz zarządzania umowami outsourcingowymi w mBanku.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Więcej informacji o tych politykach znaleźć można w dokumencie „Standardy mBanku w zakresie zrównoważonego rozwoju”:

https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/mbank-sustainability-standards_pl.pdf



Chronimy poufność, integralność, dostępność i autentyczność przetwarzanych informacji bez względu na sposób i formę ich utrwalenia. Nasza **Polityka bezpieczeństwa informacji** wymaga m.in.:

- postrzegania zarządzania bezpieczeństwem informacji jako istotnego elementu zarządzania bankiem,
- stosowania standardów bezpieczeństwa wypracowanych w oparciu o doświadczenie pracowników mBanku, standardów obowiązujących w Grupie Commerzbanku, międzynarodowych norm oraz najlepszych praktyk w tym zakresie na świecie,
- ciągłego podnoszenia kwalifikacji pracowników i wzrostu ich świadomości w zakresie bezpieczeństwa informacji, szczególnie w związku ze stałym rozwojem nowych produktów bankowych oraz pojawianiem się nowych zagrożeń,
- zapewnienia odpowiednich zasobów na realizację procesów bezpieczeństwa i wdrażanie nowych zabezpieczeń,
- zaangażowania wszystkich pracowników w realizację polityki,
- edukowania klientów w zakresie bezpiecznego zachowania w cyfrowym otoczeniu,
- rozwoju i ciągłego doskonalenia systemu zarządzania bezpieczeństwem informacji.

2.5.1. Cyberbezpieczeństwo

Stosujemy nowoczesne systemy monitorowania bezpieczeństwa, dostarczane przez renomowanych producentów. Pozwalają nam one budować skuteczny, wielowarstwowy system ochrony (security-in-depth). Współpracujemy również z dostawcami usług Threat Intelligence i Threat Hunting. Dzięki nim jesteśmy w stanie skutecznie i proaktywnie zapobiegać wielu zagrożeniom oraz reagować na zaistniałe cyberincydenty. Szczegóły stosowanych zabezpieczeń – z oczywistych względów – pozostają tajemnicą przedsiębiorstwa i nie są ujawniane publicznie.

W parze z najnowszymi technologiami idą ludzie o odpowiednich kompetencjach. **Każdy pracownik mBanku w Polsce zobowiązany jest raz w roku przejść obowiązkowe szkolenie z cyberbezpieczeństwa** zakończone testem. Dodatkowo od 2021 roku Departament Bezpieczeństwa prowadzi poszerzony program podnoszenia świadomości pracowników w tym obszarze.



DOBRA PRAKTYKA

Akademia Bezpieczeństwa

W ramach Akademii Bezpieczeństwa w 2021 roku odbyły się 24 warsztaty, podczas których przeszkoliliśmy 860 osób. Zostały one zaprojektowane z myślą o deweloperach IT, administratorach IT, pracownikach obsługi klienta i Contact Center, pracownikach biurowych i kadrze menedżerskiej. Formy szkoleń zostały dostosowane do danej grupy odbiorców. Szkolenia prowadzą eksperci zewnętrzni, którzy specjalizują się w cyberbezpieczeństwie.



DOBRA PRAKTYKA

Specjalistyczne zespoły zajmujące się cyberbezpieczeństwem

W Departamencie Bezpieczeństwa już kilka lat temu wyodrębniliśmy zespół **Security Operations Center**. Pracownicy i klienci mogą zgłaszać do niego wszelkie tematy związane z cyberbezpieczeństwem, w szczególności informacje o zidentyfikowanych zagrożeniach, próbach ataków, infekcjach czy podejrzanych transakcjach. Zespół działa 24 godziny na dobę każdego dnia w roku.

Dodatkowo stworzyliśmy **CERT mBank** – zespół szybkiego reagowania na zdarzenia naruszające cyberbezpieczeństwo, zrzeszony i współpracujący z innymi jednostkami tego typu na świecie w ramach organizacji Trusted Introducer.

Wszelkie zgłoszenia dotyczące bezpieczeństwa można przekazywać mailem na adres **CERT@mbank.pl**

Cele naszej Polityki cyberbezpieczeństwa:

- dopasowanie niezbędnego poziomu cyberbezpieczeństwa do innowacyjnego biznesu,
- zapewnienie niezbędnych zasobów,
- identyfikowanie wymagań prawnych z zakresu zapewnienia bezpieczeństwa,
- ciągle podnoszenie świadomości pracowników i klientów w zakresie bezpieczeństwa informacji,
- zarządzanie ryzykiem cyberzagrożeń przez system wczesnego wykrywania, reagowania, wyciągania wniosków oraz szacowanie ryzyka,
- zarządzanie incydentami,
- zarządzanie dostawcami i współpraca z partnerami biznesowymi,
- rozwój i ciągle doskonalenie.



**DOBRA
PRAKTYKA**

System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji

Wdrożony przez nas System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji jest zgodny ze standardem ISO 27001. Jest to również istotny element wymagań nakładanych na bank w ramach Ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa. Stopień spełnienia tych wymagań potwierdzany jest cyklicznie, raz na dwa lata, w ramach audytu zgodności. Ostatni taki audyt odbył się w IV kwartale 2021 roku.

Działania w zakresie zapewnienia wymaganego poziomu bezpieczeństwa koordynowane są przez pracowników Departamentu Bezpieczeństwa zarządzanego przez dyrektora departamentu w roli CSO (**Chief Security Officer**). Całość działań nadzoruje bezpośrednio wiceprezes zarządu ds. operacji i informatyki oraz powołany formalnie **Komitet Bezpieczeństwa**, w skład którego wchodzi przedstawiciele poszczególnych obszarów banku.

Podczas posiedzeń Komitetu Bezpieczeństwa jego członkowie podejmują decyzje oraz wysłuchują wnioski i wydają opinie na temat stosowanych środków bezpieczeństwa. Prace komitetu obejmują przede wszystkim zagadnienia związane z cyberbezpieczeństwem, ochroną fizyczną, przestępczością bankową, ochroną informacji i ciągłością działania. W skład komitetu wchodzi przedstawiciele wszystkich obszarów mBanku, a jego pracom przewodzi Chief Security Officer (CSO).

Podstawowe zadania komitetu:

- akceptuje istotne działania, które mają wzmocnić poziom bezpieczeństwa banku,
- akceptuje ryzyko bezpieczeństwa dla projektów prowadzonych w banku, w tym projektów informatycznych,
- akceptuje lub zmienia standardy bezpieczeństwa IT oraz standardy bezpieczeństwa technicznego i fizycznego,
- zatwierdza polityki dotyczące zasad bezpieczeństwa,

- zatwierdza i ocenia treści raportów i rekomendacji bezpieczeństwa,
- ocenia analizy incydentów bezpieczeństwa płatności i IT,
- ocenia pozostałe zagadnienia z obszaru bezpieczeństwa zgłoszone przez członków Komitetu pod obrady.



DOBRA PRAKTYKA

Bezpieczeństwo zweryfikowane

Weryfikujemy nasz poziom bezpieczeństwa. Służą temu m.in.:

- audyty bezpieczeństwa,
- audyty zgodności,
- zaawansowane testy bezpieczeństwa,
- testy penetracyjne,
- przekrojowe testy Red Team.

Plan naszych działań kontrolnych aktualizujemy i rozszerzamy adekwatnie do identyfikowanego ryzyka. Wykryte podatności i nieprawidłowości przekuwamy na wnioski i rekomendacje. Wdrożenie ich pozwala stale podnosić poziom bezpieczeństwa usług świadczonych przez bank.



DOBRA PRAKTYKA

Kampania edukacyjna „Ludzie są niesamowici”

W czerwcu 2021 roku przeprowadziliśmy ogólnopolską kampanię edukacyjną pod hasłem „Ludzie są niesamowici”. Dotyczyła ona cyberbezpieczeństwa. Tłumaczyliśmy internautom, które sytuacje w sieci mogą być groźne i dlaczego oraz promowaliśmy wiedzę o zagrożeniach w sieci i informacje o tym, jak się przed nimi chronić. Działania prowadziliśmy w internecie i telewizji, gdzie emitowaliśmy spoty informacyjne. Akcję uzupełniała strona <https://ludziesaniesamowici.pl/>, na której rozwijaliśmy główny przekaz kampanii. Wskazywaliśmy, jak się chronić, a także zachęcaliśmy do sprawdzenia swojej wiedzy w teście bezpieczeństwa nt. potencjalnych zagrożeń.

Podczas kampanii dotarliśmy do 11,6 mln unikalnych użytkowników. Specjalny serwis poświęcony cyberedukacji odwiedziło na przestrzeni roku 1,6 mln osób, a test dotyczący bezpieczeństwa w sieci wypełniło ponad 50 tys. osób.

Naszemu klientom oferujemy też bezpłatną **usługę CyberRescue**. Dzięki niej mogą oni liczyć na wsparcie, gdy padną ofiarą cyberprzestępstwa. Usługa jest bezpłatna, wymaga tylko uruchomienia i złożenia wniosku. Można to zrobić na naszej stronie internetowej <https://www.mbank.pl/indywidualny/uslugi/uslugi/cyber-rescue/>

2.5.2. Bezpieczne dane osobowe

[GRI 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Prywatność klientów] Skuteczna ochrona danych osobowych jest warunkiem wiarygodności mBanku. Zgodnie z prawem jesteśmy administratorem danych osobowych. Wdrożyliśmy i starannie przestrzegamy wszystkich wymogów RODO. Respektujemy uprawnienia naszych klientów, kontrahentów oraz pracowników i chronimy ich prywatność. Rozumiemy ją jako prawo klientów do poszanowania ich danych osobowych i kontroli nad informacjami na ich temat. To również prawo do tego, aby bank kontaktował się z klientami w takim czasie i w taki sposób, w jaki sobie oni tego życzą.

W banku powołaliśmy **inspektora danych osobowych**, z którym każdy podmiot danych może skontaktować się, pisząc na adres: inspektordanychosobowych@mbank.pl.

Stosując RODO:

- przetwarzamy dane zawsze zgodnie z prawem i w konkretnym celu,
- przetwarzamy nie więcej danych niż jest to konieczne do realizacji celów,
- dbamy, by dane były aktualne, rzetelne, prawdziwe,
- chronimy dane i zapewniamy ich poufność.

Priorytetem dla nas zawsze było i będzie bezpieczeństwo danych naszych klientów, kontrahentów oraz pracowników. Dodatkowo dane naszych klientów podlegają bardzo szczególnej ochronie, jaką jest tajemnica bankowa. Dane przekazujemy wyłącznie wąskiej grupie podmiotów i tylko w sytuacjach, w których przewidują to przepisy prawa. Dane klientów są bezpieczne również w sensie fizycznym – w banku chronimy je najnowszymi zabezpieczeniami technologicznymi.



DOBRA PRAKTYKA

Bezpieczne dane

Dane osobowe w mBanku to informacje, które podlegają ochronie. W związku z tym są szyfrowane i anonimizowane zgodnie z wymaganiami bezpieczeństwa zawartymi w normie ISO 27001, Rekomendacji D wydanej przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego oraz w zgodzie ze standardami Information Security Forum (ISF).

Zdajemy sobie sprawę, że nasi klienci mają różną wrażliwość i różnie mogą rozumieć swoją prywatność. Mają prawo nie chcieć, byśmy do nich dzwonili, pisali maile czy też kontaktowali się bezpośrednio. Bez względu na to, jakimi sposobami, szczerze respektujemy te wybory.

Przestrzegamy praw klientów, w ramach których:

- mogą sprostować i uzupełnić dotyczące ich dane,
- mają dostęp do swoich danych,
- mogą przenieść dane do innego administratora danych,
- mogą sprzeciwić się przetwarzaniu danych,
- mają prawo być zapomnianym (czyli trwale zapomnimy ich dane),
- mają prawo do ograniczenia przetwarzania danych,
- mogą się nie zgodzić na to, abyśmy w ich sprawach podejmowali decyzje w sposób automatyczny.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Pakiety informacyjne o RODO dla klientów

Dla każdej z grup naszych klientów, kontrahentów oraz pracowników banku przygotowaliśmy specjalny Pakiet RODO, czyli kilkunastostronicowy PDF z wszystkimi ważnymi informacjami dotyczącymi kwestii ochrony i przetwarzania danych osobowych przez mBank.

- [Pakiet RODO dla klientów indywidualnych i firmowych](#)
- [Pakiet RODO dla klientów usług Private Banking i Biura maklerskiego mBanku](#)
- [Pakiet RODO dla klientów korporacyjnych](#)
- [Pakiet RODO dla klientów mBanku Hipotecznego](#)
- [Pakiet RODO dla kontrahentów i ich pracowników](#)

W mBanku obowiązują **Polityka bezpieczeństwa danych osobowych** oraz **Polityka zarządzania danymi osobowymi w czasie** (retencji). Opisują one zasady i tryb realizacji RODO w mBanku. Dokumenty w szczególności opisują prawa podmiotów danych osobowych, a także obowiązki mBanku jako ich administratora. Określają również sposób i czas, przez jaki przetwarzamy dane osobowe, oraz terminy, po których anonimizujemy lub usuwamy dane osobowe.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Więcej informacji na temat ochrony danych i jej realizacji w mBanku można znaleźć na naszej stronie:
<https://www.mbank.pl/rodo/strona-glowna/>



Gdy wdrażamy nowe procesy lub usługi, w ramach których przetwarzamy dane osobowe, uwzględniamy **zasady „domyślnej” ochrony prywatności** („Privacy by Design”, „Privacy by Default”). Stosujemy je na każdym etapie tworzenia oraz wykorzystywania rozwiązań informatycznych. Oznacza to, że zasady ochrony prywatności są „wbudowane” w każdy projekt, który zakłada przetwarzanie danych osobowych w taki sposób, aby od samego początku jego istnienia ochrona prywatności stanowiła jego część składową.

W każdej sytuacji, gdy identyfikujemy, że proces przetwarzania danych osobowych może wiązać się z wysokim ryzykiem naruszenia praw lub wolności osób fizycznych, przed jego wdrożeniem przeprowadzamy szczegółową ocenę skutków dla ochrony danych. Jest ona konsultowana z inspektorem danych osobowych mBanku.

Ocena skutków dla ochrony danych osobowych przeprowadzana jest w odniesieniu do procesów, które w szczególności dotyczą:

- systematycznej i kompleksowej oceny czynników osobowych odnoszących się do osób, których dane dotyczą, i opierają się na zautomatyzowanym podejmowaniu decyzji, w tym profilowaniu, co w konsekwencji wywołuje skutki prawne wobec osoby, której dane są przetwarzane lub w znaczący sposób na nią wpływa (np. ocena zdolności kredytowej),
- przetwarzania na dużą skalę danych osobowych wrażliwych lub informacji o wyrokach skazujących i naruszeniach prawa,
- systematycznego monitorowania na dużą skalę miejsc dostępnych publicznie.

[GRI 418-1] [GPW G-S1] [SDG 16] W 2021 roku otrzymaliśmy 31 nowych skarg z Urzędu Ochrony Danych Osobowych (UODO). Kontynuowaliśmy też korespondencję z UODO w sprawie skarg z ubiegłych lat. Skargi dotyczyły przetwarzania przez bank danych osobowych m.in. obecnych i potencjalnych klientów. W 2021 roku otrzymaliśmy 4 decyzje administracyjne Prezesa UODO zobowiązujące nas do realizacji żądania skarżącego. Zrealizowaliśmy 3 z nich zgodnie z decyzją UODO. W przypadku 1 decyzji odwołaliśmy się do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego, który po zakończonym postępowaniu ją uchylił. W 2021 roku inspektor danych osobowych mBanku potwierdził wystąpienie 149 naruszeń RODO w banku. Po ich analizie i oszacowaniu ryzyka naruszenia praw i wolności, notyfikowaliśmy 54 naruszenia Prezesowi UODO. Osoby poszkodowane poinformowaliśmy o tych zdarzeniach, jak również o możliwych do podjęcia działaniach minimalizujących negatywne dla nich konsekwencje tych zdarzeń. Statystyki te zaktualizowaliśmy w stosunku do Sprawozdania zarządu za rok 2021.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Szkolimy z ochrony danych

Szkoleniu dotyczącym RODO podlegają wszyscy pracownicy mBanku. W 2021 roku przeszkoliliśmy w tym zakresie 6023 pracowników. Szkolenia – w formie m.in. e-learningowych zajęć – obejmują takie tematy jak dane wrażliwe, przetwarzanie danych, prawa osób, których dane dotyczą, obowiązki administratora danych oraz naruszenia danych osobowych i potencjalne kary.

2.5.3. Tajemnica bankowa

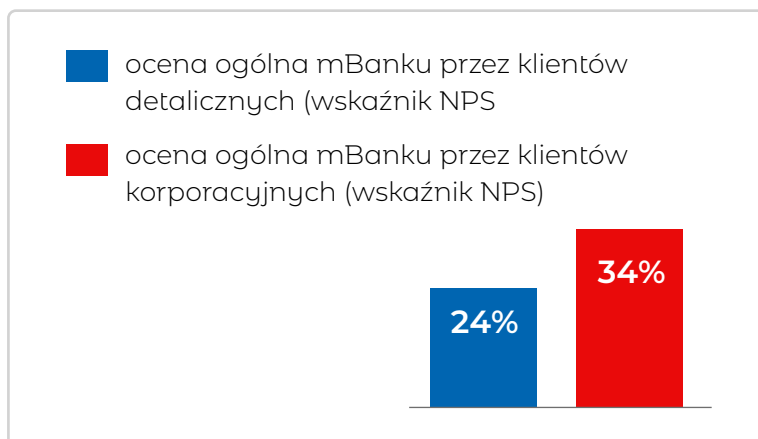
Przestrzegamy tajemnicy bankowej zgodnie z Prawem bankowym. Zasady i tryb udzielania odpowiedzi objętych tajemnicą bankową na podstawie pisemnego żądania upoważnionych organów państwowych określone są w zarządzeniu prezesa. Proces ten jest scentralizowany w specjalnej jednostce w banku. Nasi pracownicy odbywają obowiązkowe szkolenia z zakresu przeciwdziałania nadużyciom, w tym zasad ochrony tajemnicy bankowej, a także dodatkowe szkolenia organizowane przez Departament Compliance. Ponadto w intranecie zamieszczane są regularnie komunikaty i filmiki instruktażowe dotyczące przestrzegania tajemnicy bankowej. Departament Compliance udziela bieżących konsultacji dla pracowników, jak postępować z danymi stanowiącymi tajemnicę bankową. Bank monitoruje przypadki potencjalnego ujawnienia tego typu i stosuje w tym zakresie odpowiednią politykę. Przypadki ujawnienia tajemnicy bankowej są należycie wyjaśniane, a w razie potwierdzenia naruszeń przez pracowników wyciągamy wobec nich konsekwencje przewidziane w kodeksie pracy lub regulaminie pracy. W uzasadnionych przypadkach składamy zawiadomienia o podejrzeniu popełnienia przestępstwa.

3

bankowość wspierająca klientów i społeczeństwo

3.1. Klientocentryczność jako filozofia banku

Satysfakcja klientów jest zawsze w centrum naszego zainteresowania. To ich decyzje finansowe stoją za sukcesem mBanku. Rośniemy z klientami i dzięki klientom, a ich opinie mają dla nas decydujące znaczenie i bierzemy je pod uwagę we wszelkich aspektach naszego biznesu. Przez lata zapracowaliśmy na zaufanie milionów osób, które powierzyły nam swoje pieniądze, założyły lokaty lub zaciągnęły kredyty. To zaufanie to nasz kapitał i robimy wszystko, co możliwe, aby go pomnożyć. W mBanku „myślimy klientem”. Rozumiemy potrzeby klientów oraz dostarczamy im rozwiązania najwyższej jakości – nasze relacje z klientami chcemy mierzyć w dekadach, nie miesiącach czy latach.



DOBRA PRAKTYKA

Stopklatka

O najlepsze doświadczenie klientów dba m.in. tak zwana Stopklatka. To specjalne narzędzie, które przed wdrożeniem produktu wymaga odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób na klienta wpływają pomysł, projekt, proces, produkt, decyzja i postawa. Odpowiedź na wszystkie punkty „listy kontrolnej” w Stopklatce pozwala nam upewnić się, że spełnione są wszystkie kryteria budowy najlepszych doświadczeń klientów.



Chcemy, aby za satysfakcją klientów – w myśl filozofii klientocentryczności – czuli się odpowiedzialni wszyscy nasi pracownicy. Przypominamy im, że praca każdego z nich wpływa na opinię klientów o mBanku.

Kto dba o satysfakcję klienta w mBanku?

Za satysfakcję klientów w banku odpowiada każdy właściciel procesu. Poza tym w poszczególnych departamentach jest kilka jednostek, które rozwijają kulturę „myślenia klientem” i dbają o doświadczenie klienta:

- stanowiska ds. doświadczenia klienta (obszar generalny)
- wydział zarządzania jakością obsługi (obszar detaliczny)
- wydział rozwoju procesów reklamacyjnych (obszar detaliczny)
- wydział doświadczenia użytkownika digital (obszar detaliczny)
- wydział transformacji cyfrowej i doświadczenia klienta (obszar korporacyjny)



**DOBRA
PRAKTYKA**

mLab: udział klientów w tworzeniu produktów

Udział klientów w badaniach, warsztatach i testach naszych produktów jest możliwy m.in. dzięki programowi mLab. W tym „laboratorium bankowości” nasi eksperci spotykają się z klientami, aby projektować i testować nowe usługi. Zgodnie z metodą design thinking, klienci stają się częścią procesu, wspierają rozwój nowych rozwiązań i testują prototypy. Program ten pozwala na walidację hipotez biznesowych i pracę nad produktami, które będą zgodne z potrzebami klientów.



DOBRA PRAKTYKA

Przyjaciel klienta

Wiemy, jak świetne pomysły na rozwój mBanku mogą mieć sami klienci. Dlatego prowadzimy program Przyjaciel klienta, który pozwala zgłosić – również anonimowo – propozycje zmian i sugestie dotyczące oferty naszego banku. Sprawdzamy, które rozwiązania pojawiają się najczęściej i w jaki sposób są możliwe do wdrożenia. Swoje pomysły można zgłaszać na mLinii, mailem, na czacie czy przez media społecznościowe. Może to zrobić każdy – nie trzeba być klientem mBanku. Z uwagą wsłuchujemy się też w inicjatywy pracowników. W intranecie udostępniliśmy specjalny formularz, który umożliwia zgłaszanie pomysłów i uwag.



DOBRA PRAKTYKA

Głos przedsiębiorców

Regularnie i w wielu aspektach badamy poziom satysfakcji przedsiębiorców ze współpracy z mBankiem. Korzystamy do tego ze sprawdzonej metody NPS, ankiet internetowych i wywiadów telefonicznych. Wskaźnik NPS (ang. net promoter score) to odsetek klientów polecających daną markę lub usługę pomniejszony o odsetek klientów aktywnie ją krytykujących. Podczas realizacji badań wspierają nas specjalistyczne agencje badawcze.

Naszych klientów pytamy o skłonność do rekomendacji mBanku oraz ogólną satysfakcję ze współpracy. Szczegółowe pytania dotyczą kwestii takich jak:

- zadowolenie z korzystania z systemu transakcyjnego,
- ocena Centrum Klienta,
- ocena procesu reklamacyjnego,
- rozpoczęcie współpracy z bankiem,
- otrzymanie finansowania,
- proces udzielania gwarancji bankowej,
- proces zmiany doradcy klienta,
- obsługa gotówkowa,
- karta korporacyjna.

Kluczowym elementem procesu badania satysfakcji klientów korporacyjnych mBanku jest kontakt closed loop. Gdy klient wypełni ankietę, za jego zgodą kontaktuje się z nim doradca lub menedżer produktu, aby pogłębić poruszone kwestie.

3.1.1. Zarządzanie reklamacjami

Poprawiamy jakość obsługi, starannie analizując również wpływające reklamacje. W naturalny sposób są one źródłem wiedzy, jakie elementy naszej oferty mogą wywoływać niezadowolenie wśród klientów. W mBanku działa program identyfikacji przyczyn i zmniejszania liczby reklamacji, a proces reklamacyjny jest nadzorowany przez specjalnie utworzone stanowiska ds. doświadczenia klienta.

Odsetek reklamacji rozstrzygniętych na korzyść klienta	2019	2020	2021
Bankowość detaliczna	82%	76%	76%
Bankowość korporacyjna	80%	74%	75%

W 2021 roku rozpatrzyliśmy ponad 181 tys. reklamacji od klientów bankowości detalicznej. Średni czas rozpatrywania reklamacji wyniósł 4,4 dnia, przy czym 61% rozstrzygnęliśmy w terminie do 1 dnia roboczego. W segmencie korporacyjnym rozpatrzyliśmy 3 634 reklamacje. 24% z nich w ciągu 5 dni roboczych.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Mobilne reklamacje

W 2021 roku umożliwiliśmy klientom indywidualnym składanie reklamacji przez aplikację mobilną.

Reklamacje rozpatrujemy obiektywnie. Od strony formalnej gwarantuje to działanie zgodnie z ustawami o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego oraz o usługach płatniczych. Zawsze jasno informujemy klientów o trybie naszego postępowania. Stosowny regulamin dla klientów bankowości detalicznej jest dostępny na naszej stronie internetowej i stanowi część każdej umowy. W przypadku klientów korporacyjnych informacje o zasadach rozpatrywania reklamacji udostępniamy na stronie internetowej oraz w poszczególnych umowach i regulaminach produktowych. Wdrożyliśmy również własne przepisy wewnętrzne regulujące rozpatrywanie reklamacji. Zajmujący się tym pracownicy przechodzą specjalne szkolenia. Prowadzimy regularne kontrole sprawdzające obsługę reklamacji.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Nadzór nad reklamacjami

Kluczowe wskaźniki reklamacji i ryzyka raportujemy cyklicznie zarządowi mBanku, a także dyrektorom jednostek organizacyjnych odpowiedzialnych za obsługę i nadzór procesów reklamacyjnych oraz kontrolę ryzyka. Dodatkowo podlegamy cyklicznym audytom wewnętrznym oraz inspekcjom prowadzonym przez organy nadzoru bankowego.

Jak zapobiegamy reklamacjom?

- Prewencja – gdy wprowadzamy nowy produkt lub usługę, analizujemy, co może spowodować reklamacje. Zgłaszamy i eliminujemy ryzyko reklamacji, zanim jeszcze produkt trafi do klienta.
- Eliminacja – analizujemy wpływające reklamacje i poprawiamy nasze produkty, usługi i procesy.
- Działania doraźne – w sytuacjach awaryjnych działamy doraźnie w ramach Zespołu Reagowania Kryzysowego. Koncentrujemy się na minimalizowaniu skutków awarii dla klientów indywidualnych.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Odwołanie od decyzji o reklamacji

Wszystkim naszym klientom dajemy możliwość odwołania się od decyzji reklamacyjnej. Wykraczamy tym samym poza obowiązki, jakie nakłada na nas prawo. Naszych klientów informujemy o możliwych formach odwołania.

3.2. Odpowiedzialna sprzedaż i produkty

3.2.1. Odpowiedzialne produkty bankowe

W mBanku udowadniamy, że usługi finansowe można prezentować w prosty sposób. Opisy naszych produktów są jasne, zwięzłe i zawierają wszystkie istotne cechy, które mają wpływ na ich przydatność i atrakcyjność. Zawsze zawiadamiamy o ryzyku. Otwarcie mówimy o kosztach produktów. Naszą ofertę, w tym politykę cenową, prezentujemy w sposób przejrzysty. Zmiany w cennikach komunikujemy klientom z odpowiednim wyprzedzeniem. Nie ukrywamy opłat, nie zasłaniamy się żargonem finansowym i nie oczekujemy od klientów biegłości w kwestiach rachunkowych. Stosujemy zasadę przejrzystości informacji – ich zakres definiujemy tak, by nie naruszyć zaufania, jakim obdarzyli nas klienci.



DOBRA PRAKTYKA

mKanon

[mKanon](#) to standard komunikacji, który pomaga nam zadbać, aby treści kierowane do klientów były proste i zrozumiałe. Nasza komunikacja jest:

- krótka,
- wyczerpująca,
- jasna,
- szczerą,
- empatyczna,
- typu „my”,
- poprawna językowo.

W codziennej pracy korzystamy z autorskiego algorytmu – narzędzia, które wyłapuje formy językowe niezgodne z mKanonem. Dodaliśmy go także do skrzynek mailowych – dzięki temu również komunikacja wewnętrzna jest bardziej przyjazna.

W naszej strukturze działa zespół mKanonu i grupa certyfikowanych ambasadorów – wspólnie dbają o jakość naszej komunikacji, organizują szkolenia i promują zasady prostego języka. W 2021 roku w zdalnych szkoleniach z mKanonu udział wzięło 357 pracowników.

W pracy nad poprawą jakości naszej komunikacji wspiera nas **Fundacja Języka Polskiego**. W 2021 roku fundacja:

- przeprowadziła audyt naszej strony internetowej pod kątem prostego języka i zgodności z mKanonem. Sprawdziła, czy nasze treści są poprawne językowo, stylistycznie, a także spójne i czytelne,
- przyznała nam Językowy znak jakości, który ma postać pieczęci i potwierdza, że treści na naszej stronie są przyjazne, proste i zrozumiałe,
- certyfikowała ambasadorów mKanonu – ekspertów, którzy dbają, by nasza komunikacja była zgodna z mKanonem,
- wspierała nas konsultacjami w zakresie poprawności językowej oraz prowadziła warsztaty dla naszych pracowników.

Jak upraszczaliśmy ofertę w 2021 roku:

- uprościliśmy język, jakim piszemy o cenach,
- zmieniliśmy układ tabel, aby ułatwić prezentację cen na urządzeniach mobilnych,
- poprawiliśmy nawigację na stronach www, aby ułatwić odszukanie cen klientom na urządzeniach mobilnych,
- graficznie wydzieliśmy produkty, które aktualnie sprzedajemy od tych, które wycofaliśmy już ze sprzedaży,
- na stronie z cenami do rachunków pokazujemy klientowi wszystkie karty, które wydajemy do tego rachunku – wiemy, że dla klientów konto i karta to często jedno.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Design Thinking

Przygotowując nasze produkty, opieramy się na narzędziach Design Thinking / Service Design. Specjalna grupa naszych pracowników – mDesigners – rozwija i szkoli z tych narzędzi oraz wspiera projekty w zakresie doświadczenia użytkownika naszych produktów.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Rzetelna informacja o zmianach w cennikach

Wiemy, że zmiany cen to dla naszych klientów ważna informacja. Z tego względu, gdy je komunikujemy, wyjaśniamy, co jest powodem naszej decyzji, przejrzystość wskazujemy na okoliczności zmiany i proponujemy rozwiązania, które pomagają klientom zminimalizować skutki zmiany cen.

Oferujemy tylko produkty bankowe bezpieczne z punktu widzenia kondycji finansowej naszych klientów. Na straży bezpieczeństwa produktowego stoją wewnętrzne regulacje i standardy, m.in.:

- Polityka wprowadzania nowych produktów, która określa ogólne reguły tworzenia nowych produktów,
- Zasady wprowadzania nowych produktów oraz ich modyfikacji opisują wymagania, jakie powinien spełniać nowy produkt oraz modyfikacja istniejącego, a także wyznaczają etapy procesu wdrożenia ich do oferty produktowej,

- szczegółowe instrukcje służbowe opisują dokładnie kolejne kroki procesu przygotowania nowego produktu lub modyfikacji istniejącego. Szczegółowo opisany proces przygotowawczy zapewnia, że dostarczane przez nas produkty są:
 - zgodne ze strategią i wartościami mBanku, w tym empatią i filozofią myślenia klientem, którymi się kierujemy,
 - bezpieczne dla klientów oraz dla nas, m.in. uwzględniają nasze standardy bezpieczeństwa,
 - zgodne z ogólnie obowiązującymi przepisami oraz naszymi wewnętrznymi strategiami i politykami.

W zależności od rodzajów zidentyfikowanego ryzyka proces produktowy obejmuje opiniowanie przez różne jednostki organizacyjne mBanku, a także weryfikację i akceptację przez odpowiednie, wyznaczone do tego komitety.

Zgodnie ze strategią Grupy mBanku na lata 2021-25 nowe produkty finansowe dodawane do naszej oferty muszą podlegać ocenie pod kątem czynników ESG. Dlatego w grudniu 2021 roku zaktualizowaliśmy naszą Politykę wprowadzania nowych produktów. Zgodnie z nią w procesie wdrażania nowych produktów i modyfikowania istniejących uwzględniamy czynniki ESG. Analizę tę prowadzimy na poszczególnych etapach tego procesu, od planowania po wdrożenie i modyfikacje produktu. Przez zwiększanie świadomości kwestii ESG wśród pracowników eliminujemy wprowadzanie do oferty produktów wadliwych, niedopasowanych do potrzeb klientów, negatywnie wpływających na reputację mBanku. Przez rozwijanie naszej oferty w duchu ESG chcemy ograniczać potencjalne ryzyka, a także lepiej wykorzystywać pojawiające się szanse biznesowe.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Produkty wspierające cele ekologiczne

Zobowiązaliśmy się, że w każdej linii biznesowej naszą ofertę zrównoważonych produktów bankowych będziemy rozszerzać o co najmniej jeden produkt proekologiczny rocznie. Pierwszym tego typu produktem, udostępnionym klientom w grudniu 2021 roku, jest **ekokredyt hipoteczny**. Można go wykorzystać na finansowanie energooszczędnej nieruchomości mieszkaniowej (na rynku pierwotnym lub wtórnym). Do sprawdzenia jej parametrów energetycznych wykorzystujemy wskaźnik EP. Określa on roczne zapotrzebowanie budynku na nieodnawialną energię pierwotną. W zależności od rodzaju nieruchomości i daty jej budowy wymagamy różnych wartości wskaźnika EP. Jest on wyrażony w kWh/m² rocznie i jest podany w świadectwie charakterystyki energetycznej lub projektowanej charakterystyce energetycznej. Jeśli nieruchomość spełnia określone warunki, oferujemy klientom promocyjną, obniżoną marżę i nie pobieramy prowizji za udzielenie kredytu. Dzięki ekokredytowi hipotecznemu klienci obniżają koszty finansowania i użytkowania nieruchomości, a dodatkowo dbają o środowisko dzięki zmniejszeniu emisji gazów cieplarnianych czy zanieczyszczeń powietrza.

Innymi produktami finansowymi, które mają aspekt ekologiczny i które weszły do naszej oferty już w 2022 roku, są ekopożyczka dla firm, a także leasing samochodów elektrycznych z dopłatą z programu „Mój elektryk” (oferowany przez mLeasing). Wierzymy, że tego rodzaju produkty bankowe motywują klientów do wybierania ekologicznych rozwiązań i dają im poczucie sprawczości w ochronie klimatu i środowiska.

3.2.2. Odpowiedzialna sprzedaż i marketing



WAŻNE DLA INTERESARIUSZY

[GRI 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Marketing i oznakowanie] W mBanku zdefiniowaliśmy zasady zgodności produktów finansowych z potrzebami i prawami klientów. Monitorujemy dopasowanie oferty do ich potrzeb. Starannie kontrolujemy proces sprzedaży oraz identyfikujemy potencjalne i faktyczne przypadki missellingu, czyli sprzedaży produktów nieprzeznaczonych dla danej grupy klientów. Analizujemy skargi i reklamacje składane przez klientów.

Kierujemy się zasadą „zero tolerancji” dla niewłaściwej sprzedaży produktów. W banku zabronione są:

- wprowadzająca w błąd, niedbała i nieprofesjonalna sprzedaż produktów,
- wypaczanie charakteru poszczególnych produktów,
- misselling.

Niektóre nasze dobre praktyki przeciwdziałające missellingowi:

- przestrzegamy wszystkich regulacji prawnych i wytycznych,
- wdrożyliśmy zasady, które zobowiązują doradców – niezależnie od kanału sprzedaży, aby uważnie badali potrzeby klientów, odnosili się do nich podczas kontaktów z klientami oraz proponowali klientom produkty adekwatne do ich potrzeb z uczciwą informacją o kosztach,
- w oparciu o standardy jakości przygotowaliśmy dla sprzedawców scenariusze rozmów sprzedażowych,
- nie wypłacamy doradcom prowizji, jeśli ich sprzedaż obciążona jest tzw. błędem krytycznym, w tym missellingiem,
- jeśli klient z własnej inicjatywy chce nabyć produkt bankowy, który na podstawie analizy nie odpowiada jego potrzebom, wówczas pracownik ma obowiązek odczytać mu stosowne oświadczenie,
- dopasowujemy kampanie marketingowe do indywidualnych potrzeb ich odbiorców, gdzie jest to możliwe – profilujemy odbiorców,
- gdy oferujemy produkty inwestycyjne, sprawdzamy, czy klienci wypełnili ankietę MiFID. Ankieta ta jest przygotowana na podstawie regulacji Unii Europejskiej i ma pomóc podejmować właściwe decyzje inwestycyjne,
- dla osób, które starają się o kredyt, przygotowaliśmy jasny, przejrzysty i czytelny wniosek kredytowy, który pomaga zrozumieć zasady udzielenia kredytu.



DOBRA PRAKTYKA

Prawo przyciągania

W kontaktach z klientami doradcy stosują standardy jakości opisane jako Prawa przyciągania klienta do mBanku. Obejmują one Prawo bezpieczeństwa, Prawo wsparcia i Prawo kreatywności. Prawo wsparcia precyzuje, że doradca ma obowiązek zbadać potrzeby klienta i odnosić się do nich podczas kontaktu z klientem, a także proponować mu produkty adekwatne do jego potrzeb z uczciwą informacją o kosztach.

Spółki naszej Grupy organizują – w różnej formie – szkolenia przeciwdziałające misselingowi. mFinanse organizuje kompleksowe szkolenia dla pracowników sieci sprzedaży w zakresie m.in. badania potrzeb klientów, analizy w BRM dotyczących wykorzystywanych przez klienta produktów oraz odpowiedniej prezentacji oferty. Dodatkowo nowi pracownicy odbywają szkolenie online pt. „Rekomendacja dobrych praktyk kredytowych”.

W oddziałach bankowości detalicznej kwestia misselingu omawiana jest podczas szkolenia wstępnego. Dodatkowo prowadzone są obowiązkowe cykliczne szkolenia przeciwdziałające misselingowi oraz regularne spotkania organizowane przez Wydział Kontroli Procesów Wewnętrznych. Zapobieganie misselingowi jest również częścią obowiązkowych szkoleń dla pracowników mLinii i omawiane jest także podczas szkolenia wstępnego.

Wdrożyliśmy również Politykę spełniania wymogów posiadania odpowiedniej wiedzy i kompetencji przez pracowników, którzy obsługują klientów inwestycyjnych. Ma ona zapewnić, że oferowane przez nas produkty inwestycyjne są dopasowane do indywidualnego profilu klienta. Polityka wypełnia wymogi dyrektywy MiFID II, a wszyscy pracownicy mBanku obsługujący klientów inwestycyjnych podlegają weryfikacji pod względem wiedzy oraz kompetencji. W przypadku pozytywnej weryfikacji uzyskują status pracownika autoryzowanego i mogą samodzielnie przekazywać informacje o usługach inwestycyjnych i instrumentach finansowych. W przypadku negatywnego wyniku mogą wykonywać swoje obowiązki jedynie pod nadzorem innego pracownika, który otrzymał taką autoryzację. W 2021 roku odpowiednie szkolenia odbyło 1 346 pracowników, którzy obsługują klientów inwestycyjnych.

Dbamy również, aby klienci mBanku w rozsądny sposób zaciągali kredyty. Więcej na ten temat piszemy w sekcji „[Odpowiedzialne pożyczanie](#)”.

[GRI 417-3] [SDG 16] W 2021 roku nie odnotowaliśmy ani jednego przypadku niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej.

3.3. Zdrowie finansowe klientów

Zależy nam na finansowym powodzeniu klientów, dlatego wspieramy odpowiedzialne zarządzanie domowymi budżetami i wierzymy, że nasze produkty mogą w tym pomóc. Przygotowaliśmy dla naszych klientów produkty bankowe, aplikacje i stronę internetową, które pomagają im planować codzienne wydatki i zarządzać nimi.

Zarządzanie wydatkami to również ich kontrola na bieżąco. W 2021 roku pracowaliśmy nad aplikacją Menedżer finansów osobistych (PFM), którą wdrożyliśmy już w 2022 roku. Umożliwia ona bieżącą analizę budżetu osobistego. Dzięki funkcji „analiza historii” użytkownik może porównać wydatki i wpływy z ostatnich miesięcy, a także sprawdzić ich szczegóły. Zgodnie z naszą strategią usługę PFM będziemy systematycznie rozbudowywać. Do 2025 roku chcemy, by 50% klientów regularnie i aktywnie korzystało z tej funkcji.

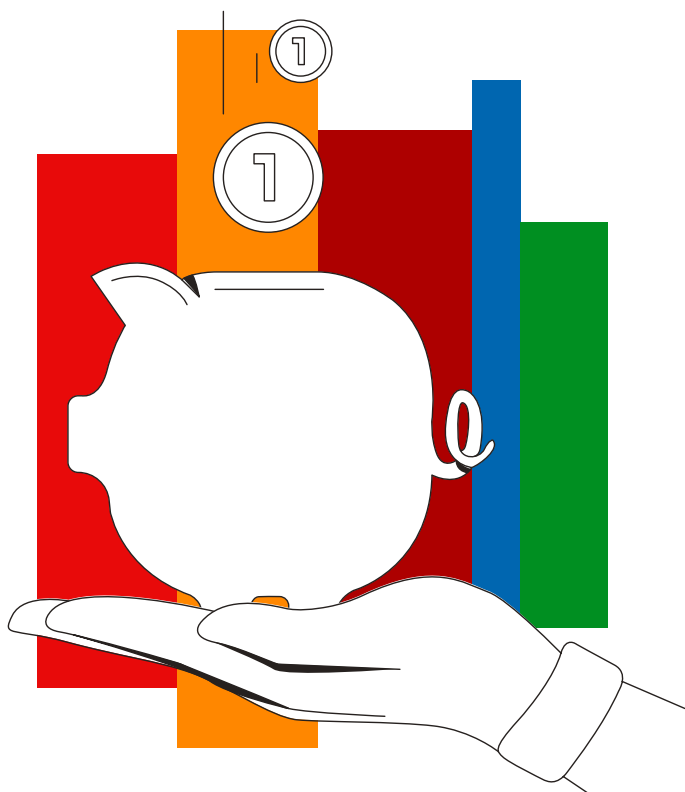
Klienci mogą korzystać też z usługi Asystenta płatności, który przypomni co miesiąc o zbliżających się terminach płatności, wystawi gotową, wypełnioną formatkę przelewu do akceptacji. Jest to bezpłatna usługa i nie wymaga dodatkowej aktywacji. Zlecenie stałe to praktyczny sposób realizacji regularnych płatności, o stałych kwotach, w stałych odstępach czasu. Zlecenie stałe można zaplanować w serwisie transakcyjnym czy w aplikacji mobilnej.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Ważne momenty z mBankiem

Pomagamy klientom przygotować się na ważne momenty w życiu – narodziny dziecka, zakup mieszkania, ślub czy wymarzone wakacje. Na stronie <https://www.mbank.pl/indywidualny/momenty/> radzimy, jak się finansowo przygotować do spodziewanych i niespodziewanych wydatków.



Wspieramy oszczędzanie. Od lokat zakładanych na różne terminy i w różnych walutach, przez mKonta oszczędnościowe aż do specjalnych „skarbonek” na różne cele – przygotowaliśmy dla klientów kilkanaście różnych propozycji pomocy w mądrym i skutecznym odkładaniu pieniędzy.



DOBRA PRAKTYKA

Oszczędzanie z funkcją „Moje cele”

Gdy klient płaci kartą, robi przelewy lub wypłaca z bankomatu, z jego konta możemy pobierać małą kwotę, która automatycznie zasila wybrany przez niego cel. Dzięki temu regularnie odkłada małe kwoty. Może wybrać sposób oszczędzania, np. zaokrąglanie kwot transakcji do pełnych sum, odkładanie wybranej, stałej kwoty lub procenta realizowanych transakcji. Dzięki przygotowanej symulacji klient może sprawdzić, jaką kwotę miesięcznie musi odkładać, aby zrealizować swoje marzenie w ustalonym przez siebie terminie. Jeżeli regularnie oszczędza, oferujemy mu oprocentowanie premium.

W 2021 roku wprowadziliśmy wiele zmian dotyczących inwestycji. Rozszerzyliśmy ofertę dla klientów indywidualnych – jako pierwsi na rynku – o modelowe doradztwo inwestycyjne. Na podstawie wiedzy i doświadczenia klientów, ich apetytu na ryzyko oraz horyzontu inwestycyjnego budujemy cztery gotowe strategie inwestycyjne. Dla klientów bez doświadczenia inwestycyjnego wprowadziliśmy cele inwestycyjne. Wspieramy klientów w określeniu i wyborze takich funduszy inwestycyjnych, które zwiększają szansę na realizację zamierzeń. Platformą inwestycyjną mBanku jest Supermarket Funduszy Inwestycyjnych, dostępny również w aplikacji mobilnej mBanku.



DOBRA PRAKTYKA

Cele inwestycyjne

Automatyczne odkładanie na cele inwestycyjne odbywa się co miesiąc, a można zacząć już od 100 zł. W ten sposób zachęcamy do długoterminowego inwestowania.

3.3.1. Odpowiedzialne pożyczanie

Kredyty stanowią dla nas źródło dochodu, ale chcemy, aby klienci korzystali z nich odpowiedzialnie. Gdy badamy zdolność kredytową klientów, uwzględniamy zalecenia i rekomendacje krajowe (Komisji Nadzoru Finansowego) i europejskie (Europejskiego Urzędu Nadzoru Bankowego, EBA). Mamy również dodatkowe reguły oceny klientów oparte na naszym długoletnim doświadczeniu. Rzetelnie informujemy o warunkach umowy i kosztach kredytu. Uświadamiamy klientom potencjalne ryzyko związane z nadmiernym zadłużeniem i prowadzimy działania edukacyjne w tym zakresie. Dokładamy wszelkich starań, aby budować świadomość finansową i kredytową klientów, np. przez komunikację bezpośrednią zwiększającą świadomość finansową i zachęcającą do tego, **aby nie zadłużać się nadmiernie**.

Jeszcze przed zawarciem umowy informujemy klientów o **ryzyku zmiany stóp procentowych**. Przekazujemy, że w wyniku niekorzystnej zmiany stopy procentowej może zwiększyć się nie tylko wysokość rat klienta, lecz także wartość całego zaciągniętego zobowiązania. Szczegółowe informacje o zasadach zmiany stóp procentowych znajdują się w każdej umowie kredytu. Są one również zawarte w projekcie umowy kredytu, z którą klient może się zapoznać przed podpisaniem umowy. Klientom, którzy składają wniosek o kredyt, nasi sprzedawcy przedstawiają również, na czym polegają ryzyka związane ze wskaźnikami referencyjnymi.

Przed zawarciem umowy kredytowej klient otrzymuje od nas:

- formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego. Przekazujemy informacje wymagane ustawą o kredycie konsumenckim. Formularz umożliwia klientom porównanie ofert w różnych bankach,
- formularz informacyjny dotyczący kredytu hipotecznego. Przekazujemy informacje wymagane ustawą o kredycie hipotecznym. Formularz umożliwia klientom porównanie ofert w różnych bankach,
- symulację zmienności raty, która pokazuje, jak zmiana wskaźnika referencyjnego wpłynie na oprocentowanie kredytu i wysokość raty. Symulacje dla kredytu hipotecznego uwzględniają dodatkowo zalecenia Rekomendacji S KNF,
- informacje o konsekwencjach zaprzestania spłaty kredytu,
- [dokument dot. wskaźników referencyjnych i związanego z nimi ryzyka](#),
- link do [strony](#), gdzie odpowiadamy na najczęstsze pytania, wyjaśniamy znaczenie pojęć i prezentujemy szczegóły rozwiązań kredytowych.

Pomagamy klientom nie wpadać w spiralę zadłużenia. Oferujemy możliwość wakacji kredytowych, restrukturyzacji zadłużenia oraz ubezpieczenie kredytu. Więcej na temat naszych form wsparcia w tym zakresie piszemy na stronie <https://www.mbank.pl/indywidualny/kredyty/kredyty-gotowkowe/zawieszenie-platnosci-rat/>

Klienci, którzy ubiegają się o kredyt hipoteczny, każdorazowo otrzymują pełne, transparentne i szczegółowe informacje o warunkach, jakie muszą spełnić, aby go dostać. Jasno informujemy m.in. o wysokości niezbędnego wkładu własnego, wymaganych ubezpieczeniach, sposobach zabezpieczenia kredytu oraz o kosztach tych ubezpieczeń i zabezpieczeń. Aby ograniczyć ryzyko stopy procentowej, jakie ponosi klient, oferujemy **kredyty hipoteczne z okresowo stałym oprocentowaniem**. Wybór tej opcji oznacza, że klient przez pięć lat ma stałe oprocentowanie i nie ponosi ryzyka zmiany stóp procentowych. Po pięciu latach oprocentowanie jest aktualizowane, a klient ma do wyboru – zaakceptować nową propozycję stałej stopy na kolejnych pięć lat lub przejść na zmienną stopę oprocentowania.



DOBRA PRAKTYKA

Informowanie o skutkach zmian w wysokości stóp procentowych

W przypadku kredytów hipotecznych, które nasi klienci zaciągają na wiele lat, szczególnie istotne jest, aby mieli świadomość ryzyka stopy procentowej. Stawki referencyjne w okresie trwania kredytu mogą znacznie się zmieniać. Może to skutkować znaczącym podwyższeniem miesięcznej raty kredytu. W związku z tym – przed podpisaniem umowy – **przedstawiamy naszym klientom symulacje, jak koszt kredytu może zmieniać się w zależności od wysokości stóp procentowych**. Pokazujemy konkretne wartości kwotowe, aby uświadomić im, że w niekorzystnym otoczeniu rynkowym wartość miesięcznej raty może wzrosnąć nawet kilkukrotnie. Symulacje te przedstawiają potencjalny koszt kredytu, gdy stawka referencyjna wzrośnie o 4 punkty procentowe w stosunku do aktualnej, wzrośnie o tyle, ile w ciągu ostatniego roku lub gdy wyniesie m.in. 10% lub 15%. W ten sposób wykraczamy poza wymogi Rekomendacji S wydanej przez KNF.

W 2021 roku poszerzyliśmy zakres informacji, z jakimi mogą zapoznać się klienci w ramach tych symulacji. Dotyczy to klientów, którzy zdecydowali się na kredyt o okresowo stałym oprocentowaniu.

3.3.2. Odpowiedzialna windykacja

Klientów, którzy nie spłacają w terminie swoich zobowiązań, obejmujemy procesem windykacji.

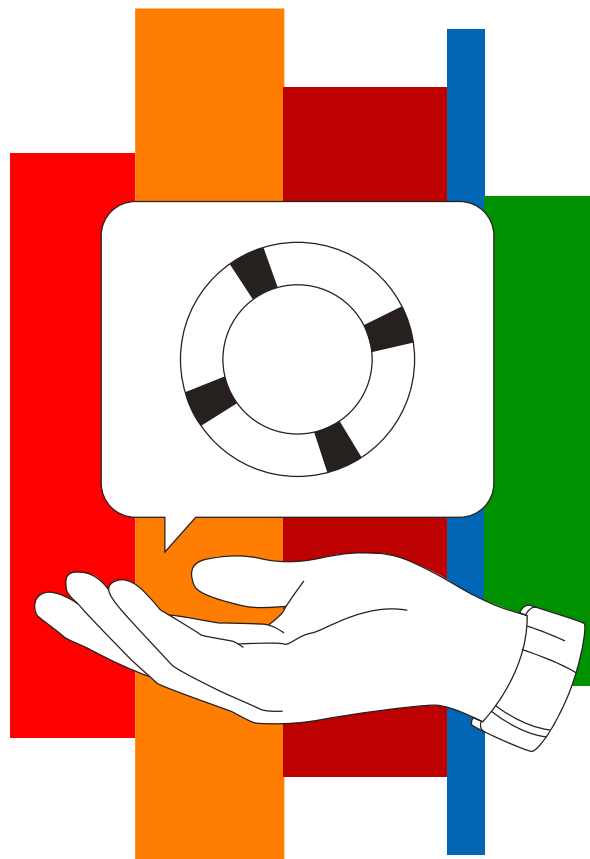
Procesy windykacji w mBanku opierają się na zasadach takich jak:

- partnerstwo i dialog,
- przyjazna i pomocna komunikacja,
- zrozumienie dla trudnej sytuacji,
- szczerść intencji.

Wszystkie nasze rozmowy windykacyjne, komunikacja listowna, SMS-y i e-maile są zgodne z zasadami prostej i **empatycznej** komunikacji, czyli z mKanonem. Prowadzimy kompleksową windykację obejmującą pre-windykację, monitoring płatności, windykację polubowną, windykację twardą, windykację sądowo-egzekucyjną oraz sprzedaż wierzytelności kredytowych. Proces realizujemy samodzielnie i przy wsparciu firm windykacyjnych oraz kancelarii prawnych. Każdy z tych podmiotów spełnia stawiane przez nas wysokie wymagania dotyczące standardów i jakości obsługi klientów.

Windykację w mBanku wykonujemy z zachowaniem wszelkich praw klienta, które wynikają z przepisów dotyczących ochrony konsumenta. Stosujemy się do Dyrektywy 2014/17/EU oraz kodeksów etyki, w szczególności Kodeksu Etyki Bankowej Związku Banków Polskich.

Rozumiemy trudną sytuację klientów, którzy nie mogą terminowo spłacać swoich zobowiązań. Dlatego nasz cel to ustalić wspólnie z klientem realny plan spłaty zadłużenia. Nasi pracownicy prowadzą z klientami rozmowy tak, aby jak najlepiej poznać ich sytuację i jak najtrafniej odpowiedzieć na ich potrzeby. Dzięki zindywidualizowanej obsłudze możemy zaproponować klientowi rozwiązanie najbardziej dostosowane do jego bieżącej i prognozowanej sytuacji finansowej. Jeżeli klient nie może zadeklarować spłaty całej zaległości, ustalamy z nim harmonogram spłat i spłatę częściową lub spłatę w późniejszym terminie, ale pozwalającym na uniknięcie poważnych konsekwencji (np. wypowiedzenia umowy). Proponujemy również klientom, aby skorzystali z narzędzi pomocowych dostępnych w ofercie banku, które w zależności od potrzeb, mogą krótko- lub długoterminowo zmniejszyć ich obciążenia finansowe.



DOBRA PRAKTYKA

Kompetentna windykacja

Kompetencje pracowników windykacji są kluczowym czynnikiem sukcesu procesu windykacyjnego oraz utrzymania dobrej relacji z klientem. Dlatego stworzyliśmy własny proces rekrutacji, podczas którego szczególnie sprawdzamy podejście do klienta, empatię i umiejętności komunikacyjne kandydatów. Nowo zatrudnieni pracownicy przechodzą szkolenie wprowadzające, podczas którego zdobywają informacje i praktyczne umiejętności dotyczące m.in. etyki w pracy doradcy windykacyjnego i wartości banku.

Rozmowy pracowników windykacji obejmujemy cyklicznym monitoringiem i oceną jakościową, w tym w zakresie zgodności z obowiązującymi procedurami.

Jak pomagamy klientom w trudnej sytuacji:

- odroczenia w spłacie,
- wydłużenia okresu kredytowania,
- restrukturyzacja,
- konsolidacja zobowiązań,
- rozwiązania ustawowe – zawieszenia spłaty w ramach Tarczy 4.0 i wsparcie w spłacie z Funduszu Wsparcia Kredytobiorców.

3.4. Bankowość włączająca



WAŻNE DLA INTERESARIUSZY

W mBanku utrzymujemy wprowadzony w 2018 roku model obsługi **klientów z niepełnosprawnościami**. Umożliwiamy im wyrażenie zgody na przetwarzanie danych o niepełnosprawności. Osoby, które to zrobią, mają możliwość wyboru obsługi wideo w Polskim Języku Migowym. Łączą się z pracownikami banku, którzy komunikują się w PJM bez pośrednictwa tłumacza zewnętrznego. W 2021 roku przeprowadziliśmy ponad 1000 takich rozmów.

Dzięki współpracy z **Fundacją Integracja** nasi pracownicy mogą poszerzać swoją wiedzę na temat potrzeb klientów z niepełnosprawnościami. Z Fundacją organizujemy szkolenie Wrażliwość na niepełnosprawność. W 2021 roku uczestniczyli w nim pracownicy, którzy zajmują się bezpośrednią obsługą klientów w placówkach banku.

Gdy tworzymy nowe odsłony serwisu transakcyjnego, korzystamy z wiedzy i doświadczeń naszych pracowników z niepełnosprawnościami. Współpracujemy ze środowiskiem bankowym w ramach funkcjonującej przy ZBP grupy roboczej ds. obsługi osób z niepełnosprawnościami przez banki.

Edukujemy naszych pracowników w ramach cyklu szkoleń „Poznaj, nie wykluczaj”. Dzielimy się informacjami na temat grup społecznych zagrożonych wykluczeniem ze względu na niepełnosprawność i inne cechy, które odróżniają te grupy od pozostałych. Uwrażliwiamy pracowników, jak zachowywać się, by nikogo nie wykluczać, oraz zachęcamy do otwartości.

Z okazji Międzynarodowego Dnia Osób z Niepełnosprawnościami zaprosiliśmy naszych pracowników na webinar z Jaśkiem Melą, podróżnikiem i mówcą motywacyjnym. Wykład „Niemożliwe to tylko wymówka” zachęcał do wyzbycia się stereotypów i uprzedzeń. W spotkaniu wzięło udział ponad 200 osób. Tego dnia przypomnieliśmy również naszym pracownikom savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnością oraz zorganizowaliśmy lekcję języka migowego.

Elementem włączającym, np. osoby z niepełnosprawnościami ruchowymi, jest oferowana przez nas **cyfrowa bankowość**. To podstawowa forma korzystania z usług bankowych dla większości klientów. Aby z niej korzystać, nie potrzeba zaawansowanego sprzętu. Według badań 87% społeczeństwa ma dostęp do internetu, a ponad 90% użytkowników korzysta z internetu na urządzeniach mobilnych. Aplikacja mobilna staje się zatem najbardziej dostępną formą korzystania z bankowości. Znikają bariery geograficzne, takie jak wielkość miejscowości czy odległość od najbliższego oddziału banku. Oprócz bankowości cyfrowej klienci mogą korzystać też z mLinii i sieci placówek mBanku. Różnorodność kanałów obsługi pomaga walczyć z wykluczeniem finansowym różnych grup społecznych. Obejmuje to wykluczenie ze względu na niepełnosprawność, miejsce zamieszkania, niskie dochody, wiek czy brak kompetencji cyfrowych. Zgodnie z nową strategią mBanku będziemy rozwijać nasze serwisy cyfrowe tak, aby były jeszcze łatwiej dostępne dla klientów z niepełnosprawnościami.

Zgodnie ze strategią na lata 2021-2025, w ramach bankowości inkluzywnej, będziemy dalej dostosowywać nasze usługi do potrzeb osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności. Rozwiązania, które wprowadzimy, pozwolą im na korzystanie z naszych placówek i efektywne zarządzanie finansami osobistymi. W każdym mieście, w którym prowadzimy działalność, będzie co najmniej jedna placówka bez barier. Aby zapewnić wszystkim równy dostęp do usług bankowych, w swojej ofercie mamy bezpłatne konto podstawowe.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Usługi bezpłatne w mBanku

Zwiększamy dostępność cenową usług bankowych – oferujemy bezpłatnie:

- eKonto Junior z z kartą i aplikacją mobilną dla dzieci do 13 roku życia,
- Podstawowy rachunek płatniczy, czyli konto, które zapewnia podstawowe operacje bankowe (wypłaty i wpłaty gotówki, płatności zbliżeniowe i mobilne).

Warunkowo bezpłatne są m.in. karta wydawana do eKonta osobistego oraz wypłaty z bankomatów.

3.5. Edukacja matematyczna

W aspekcie wspierania edukacji skupiamy się przede wszystkim na zachęcaniu dzieci i młodzieży do nauki matematyki. Jesteśmy przekonani, że matematyka stanowi fundament logicznego myślenia i pomaga zrozumieć otaczający nas świat. Jej poznanie **stymuluje podejmowanie świadomych decyzji finansowych** i rozwój w kierunku nauk ścisłych. Wierzymy, że w ten sposób przyczyniamy się zarówno do indywidualnych sukcesów zawodowych, jak i rozwoju gospodarczego kraju.

Dlatego, zgodnie ze strategią „m jak matematyka”, od 2013 roku działania [Fundacji mBanku](#) (mFundacja), która koncentruje się na programach związanych z **edukacją i promocją matematyki**. W 2021 roku realizowaliśmy naszą misję przez:

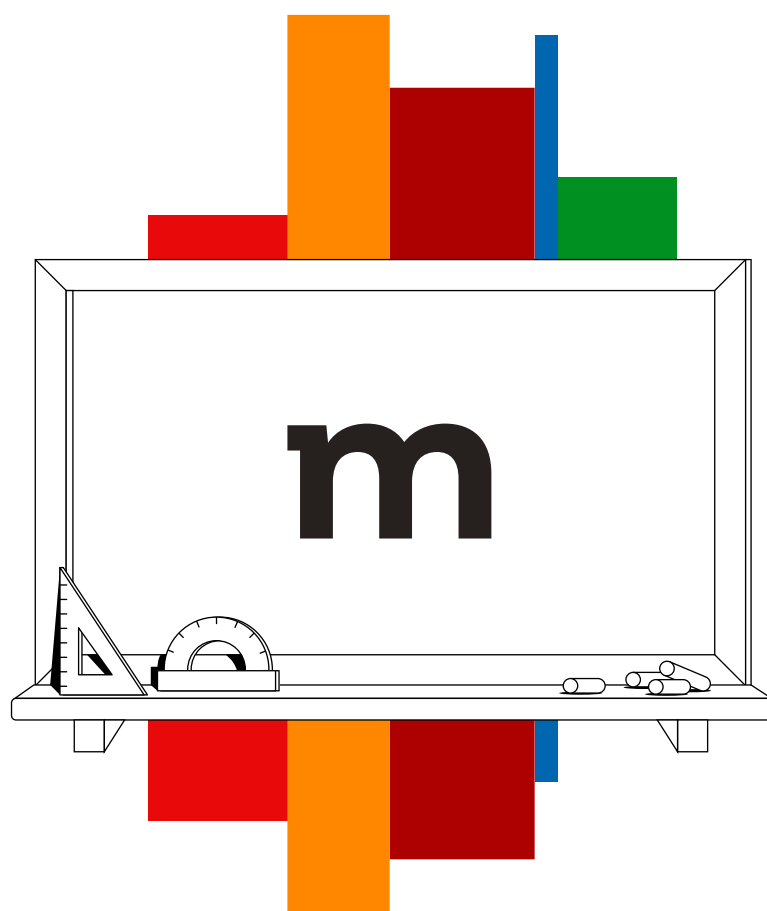
- dotacje dla projektów edukacji matematycznej,
- flagowy program grantowy „mPotęga”,
- nowy program grantowy „Rosnę z matematyką”,
- konkurs „Krok w przyszłość” na najlepszą pracę studencką z matematyki,
- program stypendialny „Mistrzowie matematyki”,
- partnerstwo i finansowe wsparcie zewnętrznych inicjatyw, które promują edukację matematyczną – cykl „Matematyka jest wszędzie” przygotowany we współpracy z Fundacją Nauka. To Lubię,
- darmową dystrybucję publikacji „Dziecinnie prosta matematyka”, „Matematyka jest wszędzie”, „Wielcy polscy matematycy znani i nieznani. Scenariusze lekcji matematyki i nie tylko”.

W 2021 roku na realizację zadań statutowych mFundacji wydaliśmy łącznie 2 348 835,50 zł. 100% zadań statutowych dotyczyło edukacji matematycznej.

Naszymi działaniami wspieraliśmy dzieci, młodzież oraz ich rodziców i nauczycieli, a także studentów i młodych naukowców. Z dofinansowania do projektów edukacyjnych w 2021 roku skorzystało 289 podmiotów, w tym:

- 204 szkoły publiczne (197 podstawowych i 7 ponadpodstawowych),
- 46 organizacji pozarządowych,
- 2 uczelnie wyższe,
- 28 przedszkoli publicznych,
- 7 bibliotek,
- 2 centra nauki.

Jak co roku, większość przekazanych środków trafiła do odbiorców z małych miejscowości rozsianych po całym kraju. W ten sposób przyczyniamy się do wyrównania szans edukacyjnych. Szacujemy, że z działaniami prowadzonymi w 2021 roku dotarliśmy do **ponad 42 tys. odbiorców bezpośrednich i ponad 688 tys. pośrednich**.





DOBRA PRAKTYKA

Program grantowy „Rosnę z matematyką”

We wrześniu 2021 roku uruchomiliśmy pilotażową edycję programu grantowego „Rosnę z matematyką”. Program przeznaczony jest dla publicznych przedszkoli, szkół podstawowych z oddziałami przedszkolnymi lub klasami „zerowymi” oraz organizacji pozarządowych związanych z edukacją. Nowa inicjatywa zakłada popularyzację edukacji matematycznej, która opiera się na uczeniu przez zabawę. Chcemy pokazać praktyczne zastosowania matematyki, bezpośrednio angażować dzieci przez pracę w grupie i aktywność ruchową, a także włączać w proces edukacyjny rodziców, dziadków czy opiekunów. Ważne jest również promowanie dobrych praktyk edukacji matematycznej wśród nauczycielek i nauczycieli wychowania przedszkolnego.

Pierwsza, pilotażowa edycja skierowana była do beneficjentów z województw łódzkiego i mazowieckiego. Do konkursu zgłoszono 233 projekty. Granty w wysokości od 2 tys. zł do 5 tys. zł otrzymało 40 projektów na łączną kwotę 189 tys. zł. Projekty były realizowane od stycznia do czerwca 2022 roku.



DOBRA PRAKTYKA

Program grantowy „mPotęga”

Celem programu grantowego „mPotęga” jest popularyzacja matematyki wśród uczniów szkół podstawowych. Chcemy zachęcić nauczycieli, rodziców i pasjonatów matematyki, aby przezwyciężyli rutynę i schematy w nauczaniu tego przedmiotu. Dofinansowujemy projekty, które w nieszablonowy sposób pokazują dzieciom i młodzieży, że matematyka jest przydatna w życiu codziennym.

W 2021 roku, w ramach ósmej edycji programu, przyznaliśmy granty na 161 projektów z całej Polski. Dofinansowanie otrzymało 91 projektów kierowanych do uczniów klas 4-6 i 70 projektów dla uczniów klas 7-8 szkół podstawowych.

Łączna kwota przyznanych grantów wyniosła 963,5 tys. zł. Ponadto, dwóm projektom, które otrzymały najwięcej głosów w plebiscyfie internetowym, przyznaliśmy dodatkowe nagrody po 5 tys. zł.



DOBRA PRAKTYKA

Internetowy cykl edukacyjny „Matematyka jest wszędzie”

Cykl edukacyjny “Matematyka jest wszędzie” to efekt współpracy mFundacji i Fundacji Nauka. To Lubię. Na popularnym na YouTube kanale Nauka. To Lubię Junior prowadzonym przez popularyzatora nauki Tomasza Rożka, ukazało się 10 filmów, w których przekonywaliśmy, że matematykę można zrozumieć i polubić.

Inspiracją dla filmów była wydana przez mFundację książka “Matematyka jest wszędzie”, a głównym celem projektu było pokazanie rodzicom i dzieciom, że matematyka to znacznie więcej niż rachunki i wzory. Otacza nas wszędzie, stykamy się z nią każdego dnia. Nie tylko w szkole na lekcjach matematyki, ale w codziennym życiu, np. na zakupach, podczas gotowania, w podróży, a nawet w trakcie sprzątnięcia swojego pokoju.

W zeszłym roku na kanale YouTube cykl obejrzało łącznie blisko 60 tys. widzów. Ponadto z promocją treści matematycznych dotarliśmy do 800 tys. użytkowników.

3.6. Zrównoważone finansowanie



WAŻNE DLA INTERESARIUSZY

Wywieramy istotny wpływ na nasze otoczenia za pośrednictwem finansowania, jakiego udzielamy. Wpływ ten jest znacznie większy niż ten bezpośredni wynikający z działalności operacyjnej mBanku. Szczególnie istotne jest finansowanie dla naszych klientów korporacyjnych. Za jego pośrednictwem wpływamy znacząco na aspekty społeczne i środowiskowe. W świetle aktualnych wyzwań cywilizacyjnych i polityki UE kluczowe jest finansowanie transformacji gospodarki w kierunku neutralności klimatycznej. Zgodnie z założeniami UE większość pieniędzy na transformację energetyczną ma pochodzić z sektora prywatnego, w tym z banków. Zdajemy sobie sprawę z odpowiedzialności, jaką ponosimy w tym zakresie.

Dlatego jako cel stawiamy sobie wspierać naszych klientów w ekotransformacji i udostępniać kapitał na realizację niezbędnych inwestycji, które pomagają chronić klimat.

W procesach kredytowych uwzględniamy czynniki związane ze środowiskiem, społeczeństwem oraz ładem korporacyjnym (ESG). Zgodnie z wymogami Europejskiego Urzędu Nadzoru Bankowego (EBA) wdrożyliśmy autorskie narzędzie wspierające ocenę ryzyka ESG w przypadku naszych klientów korporacyjnych. Nasze narzędzie jest oparte na międzynarodowych standardach ESG wypracowanych przez organizację Sustainability Accounting Standards Board. Czynniki ryzyka ESG są przyporządkowane do każdej branży. Dodatkowo procesy due diligence prawnego i technicznego prowadzone są przy realizacji wybranych projektów, np. przy finansowaniu projektowym w obszarze odnawialnych źródeł energii. Ocena ryzyka ESG klienta korporacyjnego wpływa na naszą decyzję kredytową. Może w związku z tym doprowadzić do odmowy udzielenia kredytu. Obecnie wyniki oceny pod kątem ryzyka ESG nie oddziałują na koszty finansowania klienta.

Wszyscy pracownicy mBanku zajmujący się doradztwem bądź analizą sytuacji klienta korporacyjnego zostali przeszkoleni z zakresu wymogów regulacyjnych EBA związanych z oceną ryzyka ESG. Wyposażamy ich również w wiedzę, jak pozyskiwać informacje od klientów w chwili rozpoczęcia współpracy lub monitoringów okresowych. Prowadzimy okresowe szkolenia dla analityków, doradców ryzyka kredytowego oraz pracowników oddziałów.

3.6.1. Polityki kredytowe, które pomagają chronić klimat

Przy podejmowaniu decyzji o przyznaniu kredytu uwzględniamy Politykę kredytową mBanku dotyczącą branż istotnych z punktu widzenia polityki klimatycznej UE. Reguluje ona finansowanie branż związanych z energetyką i ciepłownictwem, transportem, paliwami, górnictwem węgla oraz tzw. branżami energochłonnymi (w tym np. przemysł ceramiczny, przemysł papierniczy, produkcja nawozów). Określa ona najważniejsze czynniki ryzyka, w tym np. koszty certyfikatów do emisji CO₂ oraz ryzyko technologiczne. Zgodnie z polityką ograniczamy zaangażowanie banku w branże wysokoemisyjne. Nasza polityka ogranicza możliwość finansowania budowy kopalń węgla kamiennego lub węgla brunatnego oraz rozbudowy mocy produkcyjnych już istniejących kopalń.



W sektorze energetyki i ciepłownictwa wykluczamy finansowanie takich przedsięwzięć, jak:

- budowa nowych bloków i kotłów energetycznych opalanych węglem kamiennym lub brunatnym,
- inwestycje związane z budową i rozwojem elektrowni atomowych,
- poszukiwanie i wydobycie gazu łupkowego,
- finansowanie nowych klientów, w których udział energii elektrycznej z węgla kamiennego lub brunatnego (liczony na podstawie pomiaru mocy wytwórczej) wynosi ponad 50%.

Preferujemy natomiast projekty celowe, które istotnie zmniejszają emisję gazów cieplarnianych – dla takich przedsięwzięć zaleca się zastosowanie preferencyjnych warunków cenowych.

Od 2018 roku stosujemy **Politykę kredytową dotyczącą finansowania instalacji odnawialnych źródeł energii (OZE)**. Obecnie zakłada ona przeznaczenie 4 mld zł na finansowanie farm wiatrowych i fotowoltaiki (pierwotnie była to kwota 0,5 mld zł, którą podwyższaliśmy w 2019 i 2020 roku).



DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

Te dwie polityki, a także inne dotyczące odpowiedzialnego finansowania inwestycji, w tym szczegółowe kryteria wykluczające, które uniemożliwiają finansowanie określonych inwestycji przez mBank, są opisane w dokumencie „Standardy mBanku w zakresie zrównoważonego rozwoju”: https://www.mbank.pl/pdf/relacje-inwestorskie/mbank-sustainability-standards_pl.pdf

3.6.2. Finansowanie OZE

W 2021 roku przeznaczaliśmy na finansowanie budowy nowych farm wiatrowych i fotowoltaicznych około miliarda złotych. Łącznie będą one miały moc ponad 360 megawatów. Tyle potrzeba, żeby zaopiekować potrzeby ponad 700 tysięcy osób, czyli niemal tylu, ilu mieszkańców ma Kraków.

	2019	2020	2021
Inwestycje w duże instalacje OZE (MW)	497,2	972,0	365,5

Na koniec 2021 roku skumulowana moc dużych instalacji OZE, które sfinansował mBank, wyniosła 1 825,5 MW, w tym 596,5 MW z fotowoltaiki, 1 224 MW z energii wiatrowej i 5 MW z biogazu. Co roku instalacje te mogą łącznie wyprodukować około 3 406 GWh czystej energii (z uwzględnieniem wskaźników wydajności poszczególnych źródeł OZE). Dzięki wspomnianym instalacjom OZE co roku udaje się uniknąć 2,58 mln ton emisji CO₂ oraz ok. 4,85 ton emisji gazów cieplarnianych (według wskaźników emisyjności KOBIZE za 2020 rok).

W 2021 roku wprowadziliśmy nową ofertę dotyczącą mniejszych projektów OZE (przede wszystkim dla autoproducentów, czyli firm produkujących prąd z OZE na swoje własne potrzeby i farm fotowoltaicznych) o mocy znamionowej do 5 MW. Uzupełnia ona naszą ofertę dotyczącą dużych inwestycji w OZE oraz ofertę leasingową dla MŚP.

W 2021 roku angażowaliśmy się też w emisje zielonych obligacji dla naszych klientów, z których finansowane są instalacje OZE. Jako wyłączny organizator i dealer, zorganizowaliśmy imponujący program emisji o wartości 1 mld zł dla firmy R.Power. Następnie wyemitowaliśmy i uplasowaliśmy własne zielone obligacje o wartości 0,5 mld euro. Emisja ta została przeprowadzona zgodnie z naszym dokumentem Green Bond Framework (ramy emisji zielonych obligacji mBanku), który przewiduje przeznaczenie uzyskanych dzięki niej środków m.in. na finansowanie OZE.

W naszej strategii na lata 2021-25 podjęliśmy decyzję o mobilizacji kapitału o wartości 10 mld zł na finansowanie „zielonych” inwestycji, takich jak OZE, ale też elektromobilność czy recykling i zarządzanie odpadami. Obejmuje to 5 mld zł ze środków własnych mBanku i 5 mld zł ze źródeł zewnętrznych, takich jak emisje zielonych obligacji czy konsorcja bankowe. 10 mld zł to najwyższa kwota na finansowanie „zielonych” inwestycji zadeklarowana przez bank w Polsce.

W 2019 roku mLeasing wprowadził do swojej oferty finansowanie instalacji fotowoltaicznych. Oferta naszej spółki leasingowej pozwala sfinansować instalację o wartości do 250 tys. zł oraz o mocy do 50 kW. Okres leasingu może wynosić do 7 lat, a wkład własny przedsiębiorcy powinien stanowić minimum 10% wartości inwestycji. W 2021 roku mLeasing zrealizował 311 umów o łącznym wolumenie 32,4 mln zł. Klienci finansujący w mLeasingu instalacje fotowoltaiczne korzystają dodatkowo z preferencyjnego kosztu finansowania w ramach programu EBI Climate Action. W 2021 roku mLeasing kontynuował prace zmierzające do rozszerzenia oferty o finansowanie instalacji fotowoltaicznych o mocy przekraczającej 50 kW, w tym montowanych na gruntach. Ofertę w tym zakresie mLeasing planuje udostępnić klientom w 2022 roku.

Udział sektorów OZE i paliw kopalnych w korporacyjnym portfelu kredytowym mBanku



* Obejmuje m.in. wydobycie węgla i innych paliw kopalnych, wytwarzanie i przetwarzanie koksu, produktów ropy naftowej, energii elektrycznej oraz handel i dystrybucję paliw.

3.6.3. Zielone obligacje

Prośrodowiskowe inwestycje finansujemy też za pomocą emisji zielonych obligacji. Inaczej niż w przypadku kredytów bilateralnych, gdzie finansującym jest tylko bank, pozwalają one poszerzyć grono inwestorów. W ten sposób **ułatwiają one mobilizację kapitału na finansowanie „zielonych” inwestycji**, przyczyniając się tym samym do realizacji założeń Zielonego Ładu UE.

Zgodnie z założeniami UE dekarbonizacja gospodarki musi postępować szybko i być zdecydowana. To oznacza, że firmy muszą zmobilizować gigantyczne kwoty na transformację swoich biznesów. Szacuje się, że większość kapitału będzie pochodzić z sektora prywatnego. Żeby było to możliwe, muszą rozwijać się nowe formy finansowania, takie jak zielone obligacje. Jest to zbieżne z założeniem strategicznym Grupy mBanku na lata 2021-25, zgodnie z którym zmobilizujemy 10 mld zł na „zielone” inwestycje. Z tej kwoty 5 mld zł będzie pochodzić od mBanku, a 5 mld zł z innych źródeł, na przykład z emisji obligacji naszych klientów korporacyjnych.

W 2021 roku uplasowaliśmy pierwszą emisję zielonych obligacji mBanku o wartości 500 mln euro.

Instrumenty o zapadalności 6 lat zostały wyemitowane po cenie nominalnej. mBank zbudował zdywersyfikowaną księgę popytu, obejmującą zlecenia o łącznej wartości wynoszącej ponad 1,2 mld euro. Pozwoliło to zamknąć transakcję 25 punktów bazowych poniżej marży początkowej. Obligacje zostały objęte przez inwestorów instytucjonalnych i są notowane na giełdzie Luxemburg Green Exchange. Jest to zarówno pierwsza emisja obligacji senioralnych nieuprzywilejowanych, jak i pierwsza zielona emisja uplasowana przez polską instytucję finansową w formacie EUR benchmark.

Środki z emisji zielonych obligacji mBanku zostały przeznaczone na refinansowanie części portfela detalicznych kredytów hipotecznych, finansujących budynki o wysokiej efektywności energetycznej. Kryteria oceny i selekcji zielonych hipotek spełniają wymogi Climate Bonds Initiative (CBI) dla niskoemisyjnego budownictwa mieszkaniowego w Polsce. Budynki mieszkalne mogą być finansowane z zielonych obligacji, jeśli ich zapotrzebowanie na nieodnawialną energię pierwotną jest o 10% niższe niż standard wyznaczony dla budynków o niemal zerowym zużyciu energii (Nearly Zero Energy Building – NZEB). Standard ten został określony w Dyrektywie UE o charakterystyce energetycznej budynków (EBPD). Kryteria kwalifikacji detalicznych kredytów hipotecznych dla zielonych emisji zostały zatwierdzone przez Komitet Zrównoważonego Rozwoju Grupy mBanku. Spełnienie założeń CBI zostało zweryfikowane przez agencję Sustainalytics.

W 2021 roku zorganizowaliśmy też, jako wyłączny organizator i dealer, imponujący program emisji zielonych obligacji o wartości 1 mld zł dla jednego z naszych klientów. Chodzi o firmę R.Power, wiodącego polskiego inwestora i dewelopera systemów fotowoltaicznych. Środki pozyskane z emisji pierwszej serii obligacji, o łącznej wartości nominalnej 150 mln zł, zostaną przeznaczone na zakup i rozwój projektów fotowoltaiki. Celem emisji jest m.in. finansowanie lub refinansowanie rozwoju, zakupu, budowy i eksploatacji projektów elektrowni fotowoltaicznych w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej. Obligacje zostały wprowadzone do alternatywnego systemu obrotu prowadzonego przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. Emitowane obligacje spełniają kryteria zielonych obligacji zgodnie z Green Bond Principles (GBP) opracowanymi przez International Capital Market Association (ICMA) i uzyskały w tym zakresie pozytywną opinię Sustainalytics. Inwestycje finansowane z emisji mają korzystny wpływ na środowisko naturalne, a tym samym wspierają zrównoważony rozwój.



DOBRA PRAKTYKA

Budynki z klimatem

Realizacja budynków zarówno mieszkalnych, jak i komercyjnych, a następnie ich eksploatacja nie są obojętne dla środowiska naturalnego. Dlatego ważne jest, aby ograniczyć do minimum negatywne skutki tej ingerencji. Dzięki zastosowaniu technologii opartych na odnawialnych źródłach energii niskoemisyjne budynki komercyjne ograniczają ilość gazów cieplarnianych emitowanych do atmosfery w fazie eksploatacji i tym samym ograniczają ślad węglowy w atmosferze. Rozwiązania mają wpływ na poprawę jakości powietrza i ograniczenie wzrostu średnich globalnych temperatur. Zastosowanie w niskoemisyjnych budynkach rozwiązań, które w możliwie maksymalny sposób wykorzystują wodę opadową do utrzymania budynku i zieleni wokół, pozwalają wodzie deszczowej w sposób naturalny nawadniać roślinność, ochładzać powietrze w upalne dni i łagodzić przykre skutki zmiany klimatu. Dzięki zastosowaniu inteligentnych systemów zarządzania energią, które podpowiadają, kiedy i jak ograniczyć zużycie energii i ogrzewania, wyposażeniu budynków w energooszczędne urządzenia i sprzęty, oświetlenie LED, umiejętne wykorzystanie nowoczesnych materiałów budowlanych niskoemisyjne budynki uzyskują zwiększenie wydajności energetycznej, a tym samym zmniejszenie zużycia energii. Opisane przykłady potwierdzają, że dzięki zastosowaniu w niskoemisyjnych budynkach proekologicznych rozwiązań zredukowana jest emisja CO₂ do atmosfery. W związku z tym finansowanie tego typu nieruchomości i rozwiązań ma korzystny wpływ na ochronę klimatu.

3.6.4. Wskaźniki zgodne z systematyką UE (Taksonomią)

Za rok 2021 po raz pierwszy publikujemy wskaźniki dotyczące działalności zrównoważonej środowiskowo według systematyki UE (dalej: Taksonomia). W ten sposób realizujemy wymogi art. 10 Rozporządzenia delegowanego UE 2021/2178^[1] (dalej: Rozporządzenie delegowane). Są to wyniki przejściowe raportowane przez instytucje kredytowe. Odnoszą się one do dwóch celów środowiskowych opisanych w Rozporządzeniu UE 2020/852^[2]:

- łagodzenie zmian klimatu,
- adaptacja do zmian klimatu.

Wskaźniki te obrazują stan aktywów Grupy mBanku na 31 grudnia 2021 roku.

Wskaźniki dotyczące kwalifikowalności do Taksonomii UE

Wspomniane wyniki przejściowe to m.in. dwa wskaźniki dotyczące ekspozycji Grupy mBanku wobec działalności gospodarczej kwalifikującej się i niekwalifikującej się do Taksonomii. Oba obliczyliśmy w odniesieniu do finansowania, jakiego udzieliliśmy przedsiębiorstwom, które podlegają dyrektywie NFRD (Non-Financial Reporting Directive)^[3]. Taka interpretacja jest zgodna z art. 7 Rozporządzenia delegowanego oraz dokumentem interpretacyjnym UE dotyczącym ujawnień dobrowolnych^[4].

Przy identyfikacji klientów podlegających dyrektywie NFRD i badaniu kwalifikowalności ich działalności do Taksonomii nie mogliśmy podać dokładnych wartości obu wskaźników. W chwili przygotowania tego raportu nasi klienci korporacyjni nie ujawnili jeszcze własnych danych wymaganych przez Taksonomię. Zrezygnowaliśmy też z wysyłania do nich bezpośrednich zapytań, czy podlegają NFRD i jaka część ich działalności jest powiązana z działalnością kwalifikującą się do Taksonomii. Zdecydowana większość tych podmiotów to bowiem spółki giełdowe. Mogłyby one zatem nie móc udostępnić tych danych jako informacji poufnych w rozumieniu rozporządzenia MAR. Zgodnie z dokumentem interpretacyjnym UE dotyczącym ujawnień dobrowolnych^[5] przybliżeń nie można uznać za wskaźniki obowiązkowe.

Rodzaj aktywów	Udział w aktywach ogółem
Ekspozycje wobec działalności gospodarczej kwalifikującej się do Taksonomii	brak danych
Ekspozycje wobec działalności gospodarczej niekwalifikującej się do Taksonomii	brak danych

Jednocześnie wartość obu tych wskaźników obliczyliśmy w przybliżeniu. Publikujemy je jako dane dobrowolne. Szacunkową wartość ekspozycji wobec klientów korporacyjnych Grupy mBanku podlegających dyrektywie NFRD wyodrębniliśmy:

- na podstawie założeń art. 49b i art. 55 Ustawy o Rachunkowości^[6] oraz
- w odniesieniu do listy podmiotów podlegających NFRD opublikowanej na stronie internetowej [Fundacji Standardów Raportowania](#) (stan na 26.01.2021).

W tej grupie przedsiębiorstw aktywa kwalifikowalne do Taksonomii określiliśmy na podstawie celu finansowania lub głównej działalności klienta wg kodu PKD^[7]. Badaliśmy ich zgodność z działalnościami opisanymi w Załącznikach I i II do Rozporządzenia 2020/852/UE^[8].

Wartość tych dwóch wskaźników uwzględnia udzielone finansowanie w postaci kredytów i zaliczek, papierów dłużnych oraz instrumentów kapitałowych, a także leasingu i faktoringu. Jest to podejście zgodne z konsolidacją ostrożnościową. W licznikach obu wskaźników wartość tych pozycji ujęliśmy jako ekspozycje bilansowe brutto. Mianownik tych wskaźników to z kolei aktywa ogółem netto, w ujęciu zgodnym z konsolidacją ostrożnościową, bez wyłączeń.

Szacowana wartość tych dwóch wskaźników dobrowolnych wynosi:

Rodzaj aktywów	Udział w aktywach ogółem
Ekspozycje wobec działalności gospodarczej kwalifikującej się do Taksonomii	0,93%
Ekspozycje wobec działalności gospodarczej niekwalifikującej się do Taksonomii	1,05%

Oprócz tych danych, oba te wskaźniki ujawniamy też w odniesieniu do szerszego zakresu aktywów badanych pod kątem kwalifikowalności do Taksonomii. One również mają charakter dobrowolny. W swoim zakresie są spójne z danymi raportowanymi przez Commerzbank, który jest jednostką konsolidującą Grupy mBanku. Zakres aktywów, który badamy pod kątem kwalifikowalności do Taksonomii, obejmuje w tym przypadku finansowanie udzielone:

- wszystkim dużym firmom zatrudniającym powyżej 250 pracowników (w przeliczeniu na pełne etaty),
- gospodarstwom domowym – w formie kredytów zabezpieczonych hipotecznie oraz kredytów na zakup pojazdów (samochodowych).

Ten szerszy katalog aktywów jest spójny z zakresem, jaki banki będą badać, gdy po 31 grudnia 2023 roku będą wyliczać wskaźniki zielonych aktywów (ang. green asset ratio, GAR). Aktywa te wymieniają Załączniki V i VI do Rozporządzenia delegowanego dotyczące wskaźników zielonych aktywów. Przyjęcie tego podejścia pozwala wstępnie wykazać proporcje poszczególnych części portfela, które będziemy wyodrębniać przy analizie zgodności z Taksonomią po 31 grudnia 2023 roku. Pozwala też porównać wskaźniki kwalifikowalności do Taksonomii Grupy mBanku i Commerzbanku.

W tym ujęciu wskaźniki te wynoszą:

Rodzaj aktywów	Udział w aktywach ogółem
Ekspozycje wobec działalności gospodarczej kwalifikującej się do Taksonomii	21,27%
Ekspozycje wobec działalności gospodarczej niekwalifikującej się do Taksonomii	13,96%

Te wartości obliczyliśmy na podstawie oceny zgodności celu finansowania z działalnościami opisanymi w Załącznikach I i II do Rozporządzenia 2020/852/UE. Finansowanie, którego cel opisują te załączniki, włączyliśmy do wskaźnika aktywów kwalifikujących się do Taksonomii. Finansowanie, którego celu nie opisują te załączniki, lub niepowiązane z celem, włączyliśmy do wskaźnika aktywów niekwalifikujących się do Taksonomii.

Dla niektórych aktywów, takich jak papiery wartościowe lub kredyty na cele ogólne, rzetelne ustalenie celu finansowania nie było możliwe. W szczególności dotyczy to ekspozycji wobec naszych klientów korporacyjnych. W momencie przygotowywania tego raportu nie ujawnili oni własnych wskaźników wymaganych przez Taksonomię. Zgodnie z konserwatywnym podejściem, zastosowanym w tym przypadku przez Commerzbank, te aktywa sklasyfikowaliśmy w tym ujęciu jako niekwalifikowalne do Taksonomii.

Inne wskaźniki ilościowe wymagane przez Taksonomię UE

Podajemy też inne wskaźniki, których wymaga art. 10 Rozporządzenia delegowanego. Dotyczą one udziału w aktywach Grupy mBanku ekspozycji, które nie podlegają badaniu pod kątem kwalifikowalności do Taksonomii:

Rodzaj aktywów	Udział w aktywach ogółem
Ekspozycje wobec rządów, banków centralnych i emitentów ponadnarodowych	30,87%
Instrumenty pochodne	1,19%
Ekspozycje wobec przedsiębiorstw, które nie podlegają NFRD	27,21%
Portfel handlowy	0,32%
Pożyczki międzybankowe na żądanie	0,07%

Portfel handlowy w tym zestawieniu stanowią papiery wartościowe przeznaczone do obrotu. Te nieprzeznaczone do obrotu włączyliśmy we wskaźniki dotyczące ekspozycji wobec działalności gospodarczej kwalifikującej się lub niekwalifikującej się do Taksonomii. Z portfela handlowego wyodrębniliśmy instrumenty pochodne.

Informacje jakościowe dotyczące Taksonomii

Wprowadzenie Taksonomii do procesów, procedur i produktów finansowych jest jednym z celów strategii Grupy mBanku na lata 2021-25. Realizację tego celu nadzoruje nasz Komitet Zrównoważonego Rozwoju. Taksonomia jest dla nas jednym z narzędzi, które pozwalają nam realizować standardy zrównoważonego rozwoju, w tym ochrony środowiska.

Aby realizować cele Taksonomii, działamy dwutorowo. Z jednej strony dostosowujemy nasz proces kredytowy i wspomagające go systemy informatyczne. Chcemy, żeby już w chwili udzielenia finansowania danej działalności było wiadomo, czy jest ona zgodna z Taksonomią, czy nie. Wynik tej weryfikacji chcemy zapisywać w naszych systemach na potrzeby sprawozdawczości.

Z drugiej strony stosujemy odpowiednie polityki kredytowe. Są to m.in. Polityka kredytowa dotycząca branż istotnych z punktu widzenia polityki klimatycznej UE oraz Polityka kredytowa dotycząca finansowania instalacji OZE. Ich cele są zbieżne z założeniami Europejskiego Zielonego Ładu i Taksonomii. Mają one ułatwić dostęp do finansowania działalnościami, które przeciwdziałają katastrofie klimatycznej.

Dodatkowo w 2022 roku będziemy pracować nad ścieżką dekarbonizacji Grupy mBanku. Zobowiązaliśmy się, że do 2050 roku osiągniemy zerowy poziom emisji netto w zakresie 3., który obejmuje również nasz portfel kredytowy. Wdrożymy metodologię dekarbonizacji, w tym określimy cele pośrednie i sposób ich osiągnięcia, na podstawie dowodów naukowych. To pozwoli nam realnie włączyć się w realizację celów Paryskiego Porozumienia Klimatycznego. Naszych klientów korporacyjnych będziemy wspierać w ich zielonej transformacji. Będziemy też tworzyć kolejne mechanizmy przekierowujące kapitał inwestycyjny z branż i działalności wysokoemisyjnych w kierunku niskoemisyjnych.

Więcej informacji o śladzie węglowym mBanku można znaleźć w sekcji „[Emisje gazów cieplarnianych](#)”.

^[1] ROZPORZĄDZENIE DELEGOWANE KOMISJI (UE) 2021/2178 z dnia 6 lipca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 przez sprecyzowanie treści i prezentacji informacji dotyczących zrównoważonej środowiskowo działalności gospodarczej, które mają być ujawniane przez przedsiębiorstwa podlegające art. 19a lub 29a dyrektywy 2013/34/UE, oraz określenie metody spełnienia tego obowiązku ujawniania informacji.

^[2] Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/2088, Art. 10 i 11.

^[3] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy.

^[4] Platform considerations on voluntary information as part of Taxonomy eligibility reporting APPENDIX 1, str. 5.

^[5] j.w.

^[6] Ustawa o rachunkowości z dnia 29 września 1994 r.

^[7] Polska Klasyfikacja Działalności 2007; Kody PKD transponują statystyczną klasyfikację działalności gospodarczej w UE (Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne, NACE).

^[8] ROZPORZĄDZENIE DELEGOWANE KOMISJI (UE) z dnia 4.6.2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych.

3.7. Inwestowanie zgodne z ESG

W obszarze usług inwestycyjnych oferujemy naszym klientom dostęp do funduszy inwestycyjnych zewnętrznych Towarzystw Funduszy Inwestycyjnych (TFI), a także oferujemy im nasze własne usługi zarządzania aktywami i doradztwa inwestycyjnego.

Przy **ocenie zewnętrznych dostawców produktów inwestycyjnych**, z którymi współpracujemy, jednym z kluczowych kryteriów, na jakie zwracamy uwagę, jest to, czy mają w ofercie produkty inwestycyjne zgodne z ESG. Sprawdzamy ich zgodność z kryteriami ESG na kilka sposobów. Wykorzystujemy w tym celu ratingi MSCI i Morningstar ESG, a także ujawnienia i oceny dostarczane przez Bloomberg. Od naszych partnerów biznesowych wymagamy zdefiniowania i wyjaśnienia aspektów ESG w politykach inwestycyjnych poszczególnych produktów. Sprawdzamy, czy te produkty spełniają kryteria nałożone przez rozporządzenie SFDR, tj. umożliwiają (produkty „ciemnozielone”) lub promują zrównoważone inwestowanie (produkty „jasnozielone”). Przeprowadzamy również dodatkową, własną ocenę dostosowania poszczególnych produktów inwestycyjnych do wymagań ESG, aby zminimalizować ryzyko pseudoekologicznego marketingu (ang. greenwashing). Podczas spotkań z zewnętrznymi zarządzającymi aktywami podkreślamy potrzebę spełniania przez ich strategie inwestycyjne odpowiednich kryteriów ESG.

W ofercie **Supermarketu Funduszy Inwestycyjnych** sukcesywnie poszerzamy ofertę funduszy zrównoważonych.

W 2021 roku wspólnie z naszymi partnerami pracowaliśmy nad wdrożeniem elektronicznych potwierdzeń transakcji wykonywanych przez klientów Supermarketu Funduszy Inwestycyjnych. Celem projektu było zastąpienie potwierdzeń papierowych, co pozwoliłoby zaoszczędzić nie tylko papier, ale też uniknąć emisji związanych z transportem tradycyjnych listów. Wdrożenie tego rozwiązania nastąpiło już w 2022 roku.

W 2021 roku pracowaliśmy też nad utworzeniem własnego **TFI mBanku**. Obecnie wniosek w tej sprawie rozpatruje KNF. Jednym z głównych celów utworzenia TFI mBanku jest lepsze dopasowanie naszej oferty inwestycyjnej do standardów ESG. W ramach własnych produktów i usług inwestycyjnych mBanku, takich jak gotowe strategie (mFundusze) czy usługi doradztwa inwestycyjnego, pracujemy, aby uzyskać maksymalnie wysoki rating ESG.

Klienci **bankowości prywatnej** mBanku jako pierwsi w Polsce mogą inwestować odpowiedzialnie, zgodnie ze standardami ESG. W ramach usługi zarządzania portfelami instrumentów finansowych oferujemy modelowe strategie inwestycyjne ESG. Umożliwiają one klientom bankowości prywatnej inwestowanie w portfele zawierające instrumenty finansowe (np. akcje, obligacje) emitentów wyróżniających się pozytywnym wpływem na środowisko i społeczeństwo.

Na przestrzeni 2021 roku znacznie wzrosła wartość aktywów ulokowanych w ramach usługi zarządzania w modelowych strategiach inwestycyjnych ESG, które są przeznaczone dla klientów bankowości prywatnej. W tym okresie udział tych strategii w całości aktywów zgromadzonych w modelowych strategiach inwestycyjnych dla tej grupy klientów wzrósł z 21,2% do 28,8%. Jednocześnie wartość aktywów ulokowanych w tych strategiach wzrosła o 138% – do 192 mln zł na koniec 2021 roku.

W 2021 roku zaczęły obowiązywać zapisy **rozporządzenia SFDR** (Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE dotyczące ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych). Nowe przepisy pozwalają na większą przejrzystość analizowania ryzyk występujących w działalności uczestników rynku finansowego dla zrównoważonego rozwoju. Rozporządzenie rozszerza zakres obowiązków banków i innych instytucji finansowych w zakresie ujawniania podejścia do zarządzania ryzykami dla zrównoważonego rozwoju i podejmowanych decyzji inwestycyjnych.



DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

W 2021 roku wdrożyliśmy „[Strategię dotyczącą ryzyk dla zrównoważonego rozwoju w usłudze doradztwa inwestycyjnego i zarządzania portfelami instrumentów finansowych w Biurze Maklerskim mBanku](#)”, a także towarzyszący jej [dokument zawierający informacje wymagane przez rozporządzenie SFDR](#). Dokumenty te opisują, w jaki sposób przy świadczeniu usług zarządzania portfelem oraz doradztwa inwestycyjnego uwzględniamy skutki podejmowanych decyzji inwestycyjnych dla zrównoważonego rozwoju. Ocena inwestycji pod tym kątem ma pomóc realizować te cele, jak również osiągać możliwie najlepsze wyniki inwestycyjne dla naszych klientów.

W Biurze Maklerskim mBanku działają komitety zajmujące się doбором instrumentów finansowych do zarządzanych lub rekomendowanych portfeli inwestycyjnych. Uwzględniają one wpływ inwestycji na osiągnięcie celów zrównoważonego rozwoju, dzięki temu możemy:

- wykluczać aktywa najbardziej szkodliwe z punktu widzenia ESG,
- stosować pozytywną selekcję aktywów (tzw. metoda „best-in-class”).

Wierzymy, że czynniki ESG istotnie wpływają na wyniki inwestycyjne naszych klientów. W jak największym stopniu chcemy uwzględniać je w analizie finansowej oraz alokacji aktywów w ramach naszych decyzji i rekomendacji inwestycyjnych.

Aspekt ESG szeroko popularyzujemy w ramach usług inwestycyjnych mBanku, nie tylko przez usługi zarządzania, ale również w ramach usługi doradztwa inwestycyjnego, przez webinary dla klientów i stałą edukację pracowników obsługujących naszych klientów.

3.8. Usługi finansowe wspierające społeczeństwo

3.8.1. Współpraca z WOŚP

Wspieramy organizacje, które swoim działaniem przyczyniają się do zdrowego i godnego życia społeczeństwa. Jesteśmy dumni z bycia partnerem i sponsorem Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy (WOŚP) i uczestniczymy w corocznych zbiórkach. Na 29. Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy w 2021 roku przygotowaliśmy specjalną ofertę. Klienci mogli zamówić spersonalizowane karty płatnicze, które zaprojektował Jurek Owsiak. mBank dokładał się finansowo do płatności, które klienci wykonywali na rzecz Orkiestry.



Gramy razem

Przez ostatnie pięć lat wspólnie z klientami wsparliśmy cele styczniowych Finałów WOŚP na blisko 70 mln zł. Przy obsługiwanych Finałach pracowało ponad 4 tys. pracowników banku, a klienci zamówili ok. 111 tys. specjalnych kart. Przekazaliśmy też na akcje charytatywne WOŚP część swojej kolekcji dzieł sztuki.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Serce do płatności

W 2021 roku w aplikacji mobilnej mBanku dostępnej na Androida i iOS udostępniliśmy specjalną ikonę „serca” do szybkich płatności. Chętni mogli też przekazać pieniądze przez terminale do płatności kartą w naszych placówkach i mKioskach. W trakcie 29. Finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy razem z naszymi klientami zbieraliśmy około 20 mln zł, czyli 10% wszystkich pieniędzy zebranych przez WOŚP (200 mln zł).

W 2021 ze względu na COVID-19 nie było sztabów pracowników mBanku. Zamiast tego utworzyliśmy pracowniczą e-skarbonkę oraz jak co roku zorganizowaliśmy aukcje, na których pracownicy mogli wystawiać przedmioty. Dochód z aukcji w całości trafił do Fundacji. Dodatkowo około 1000 pracowników placówek włączyło się w działania na rzecz Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. W oddziałach prowadzili zbiórkę pieniędzy na rzecz 29. Finału za pośrednictwem terminali zachęcając naszych klientów do wpłat. Wspierali sztaby w obsłudze gotówkowej i wypożyczaniu liczarek przed Finałem, a po Finale przez cały tydzień przyjmowali pieniądze od sztabów.

3.8.2. Fundusz „m jak malarstwo”

„m jak malarstwo” to jeden z projektów strategii odpowiedzialnego biznesu mBanku. Dzięki stworzonemu przez nas specjalnemu funduszowi tworzymy kolekcję prac najciekawszych młodych polskich artystów. Dzieła w imieniu mBanku wybiera komisja, w której skład wchodzi wybitni przedstawiciele środowisk związanych z rynkiem sztuki najnowszej oraz reprezentantka fundatora.

Komisja odpowiedzialna za zakupy kieruje się zarówno kryteriami artystycznymi, jak i perspektywami wzrostu wartości wybranych dzieł w przyszłości. Mogą to być pojedyncze prace konkretnych twórców, jak i ich większe zbiory.

W latach 2020-21 kupiliśmy 57 prac autorstwa 34 współczesnych polskich malarzy. Ponadto kolekcja 50 z nich zadebiutowała w październiku 2021 roku w formie wystawy „m jak młodość” w Państwowej Galerii Sztuki w Sopocie. W grudniu 2021 roku przyznaliśmy też po raz pierwszy nagrodę dla najlepszej pracy malarskiej. Nagrodę przyznaliśmy podczas przeglądu dyplomów Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie.

Spodziewamy się, że w przyszłości kolekcja mBanku posłuży jako pomost dla kolejnego pokolenia twórców, a fundusz „m jak malarstwo” będzie działał na zasadzie wspierającego artystów perpetuum mobile. Inicjatywa mBanku aktywizuje polski rynek sztuki i wspiera najbardziej utalentowanych, młodych twórców.



3.8.3. Wsparcie społeczeństwa obywatelskiego

Naszym strategicznym celem jest wsparcie aktywności obywatelskiej. Zapewniamy możliwość łatwego dofinansowania organizacji pozarządowych bezpośrednio z aplikacji mobilnej mBanku. To pozwala naszym klientom wnieść ich własny wkład na rzecz wspierania społeczeństwa obywatelskiego. W realizacji tego celu chcemy wykorzystać doświadczenie, które zdobyliśmy, wspierając od 2017 roku Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Inną organizacją, którą nasi klienci mogli łatwo wspierać z naszą pomocą, było, już w 2022 roku, Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej. Współpracę z PCPM nawiązaliśmy po wybuchu wojny w Ukrainie. Podobnie jak w przypadku WOŚP, w serwisie transakcyjnym online i aplikacji mobilnej mBanku udostępniliśmy specjalny przycisk do przekazywania datków na PCPM. Jako cyfrowy bank mamy unikatowe możliwości, żeby łączyć darczyńców i organizacje pozarządowe przez oferowanie im łatwych, szybkich i bezpiecznych usług płatności elektronicznych, w tym mobilnych.

3.8.4. Usługi bankowe wspierające prawa człowieka

„Polityka obsługi branż wrażliwych pod względem ryzyka reputacji mBanku” określa branże i działania, których nie obsługujemy, a także te, co do których stosujemy specjalne zasady obsługi. W pierwszej grupie znajdują się m.in. podmioty, które działają w branży pornograficznej, czy te, które głoszą radykalne ideologie. W drugiej grupie znalazły się m.in. produkcja i handel bronią.

Polityka wyklucza obsługę podmiotów i osób, które:

- wykorzystują w swojej działalności pracę dzieci, pracę przymusową lub w inny sposób rażąco naruszają prawa człowieka,
- eksploatują gospodarczo tereny cenne przyrodniczo,
- zagrażają globalnemu dziedzictwu kulturowemu.

Zakładamy, że podmioty z wybranych branż lub krajów charakteryzuje wyższe ryzyko negatywnego wpływu na środowisko i dziedzictwo kulturalne. A także wyższe ryzyko nieprzestrzegania praw człowieka, czyli m.in. wykorzystywanie pracy dzieci, pracy przymusowej i niewolniczej. W takich przypadkach, zanim zdecydujemy o współpracy, szczegółowo badamy charakter działalności klienta również w tych aspektach. Naszych doradców klienta i analityków uwrażliwiamy na konieczność przestrzegania przez naszych klientów 10 Zasad Global Compact, których sami jesteśmy sygnatariuszami. Opracowaliśmy specjalną procedurę dodatkowej **weryfikacji klienta biznesowego pod względem przestrzegania praw człowieka** oraz pozostałych zapisów polityki. Procedura ta obejmuje możliwość, a w określonych przypadkach obowiązek, dodatkowej konsultacji z zespołem odpowiadającym za ryzyko reputacji. Prowadzimy też regularny monitoring mediów w Polsce na temat firm, które działają w kontrowersyjny sposób i istnieje ryzyko, że m.in. nie przestrzegają praw człowieka.

Na kwestie praw człowieka zwracamy też uwagę naszym dostawcom i partnerom biznesowym. Więcej informacji o wymogach, jakie przed nimi stawiamy, można znaleźć w sekcji „[Zasady dla dostawców](#)”.

3.9. Wsparcie rozwoju gospodarczego

[GRI 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Wyniki ekonomiczne i obecność na rynku] Bankowość często nazywa się „krwiobiegiem gospodarki”. Ze względu na skomplikowaną sieć powiązań ekosystemu gospodarczego próby oszacowania bezpośredniego wpływu mBanku na wzrost gospodarczy nie są możliwe. mBank jest jednak częścią systemu bankowego. Szacunki ekonomistów wskazują na istotny i relatywnie silny wpływ rozwoju sektora bankowego na wzrost gospodarczy w Polsce. **Banki stymulują wzrost gospodarczy** na kilka sposobów. Usprawniają funkcjonowanie gospodarki przez lepszą alokację kapitału – udzielają kredytów tam, gdzie są one najbardziej produktywnie i przyjmują depozyty. „Wygładzają” konsumpcję gospodarstw domowych przez umożliwianie im pożyczania i oszczędzania pieniędzy. Zapewniają również płynność gospodarce i umożliwiają realizację długofalowych inwestycji. Zmniejszają koszty transakcyjne funkcjonowanie gospodarki. Dla rozwoju gospodarczego najistotniejsze jest jednak kredytowanie udzielane przez banki firmom.

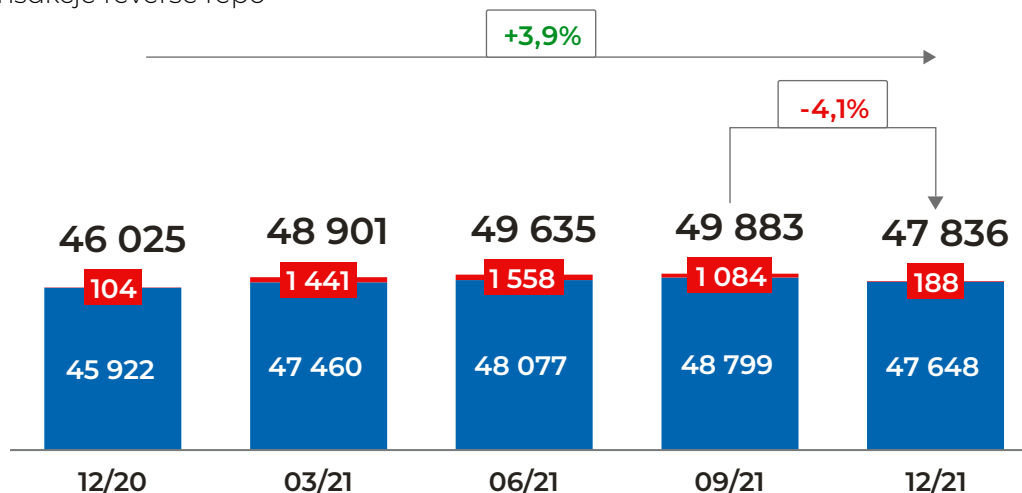
Przez udzielane kredyty umożliwiamy rozwój polskich przedsiębiorstw. Na koniec 2021 roku wartość udzielonych kredytów dla klientów korporacyjnych wyniosła blisko 48 mld zł, o 3,9% więcej niż w roku 2020. Kwotę tę powiększają m.in. kredyty dla małych firm.

[GRI 201-1] [SDG 8] [SDG 9] Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona przez Grupę mBanku:

Przychody [tys. zł]	6 115 989
Koszty operacyjne [tys. zł]	1 138 453
Rezerwy na ryzyko kredytowe [tys. zł]	878 573
Wynagrodzenia pracowników [tys. zł]	1 071 048
Wypłaty dla właścicieli kapitału (dywidenda) [tys. zł]	0
Płatności na rzecz państwa (CIT, podatek bankowy, składki na BFG, opłata na KNF) [tys. zł]	1 443 792
Inwestycje społeczne (darowizny i inwestycje na rzecz społeczeństwa) [tys. zł]	4 858
Wartość ekonomiczna zatrzymana [tys. zł]	1 579 265

Kredyty brutto klientów korporacyjnych (mln zł)

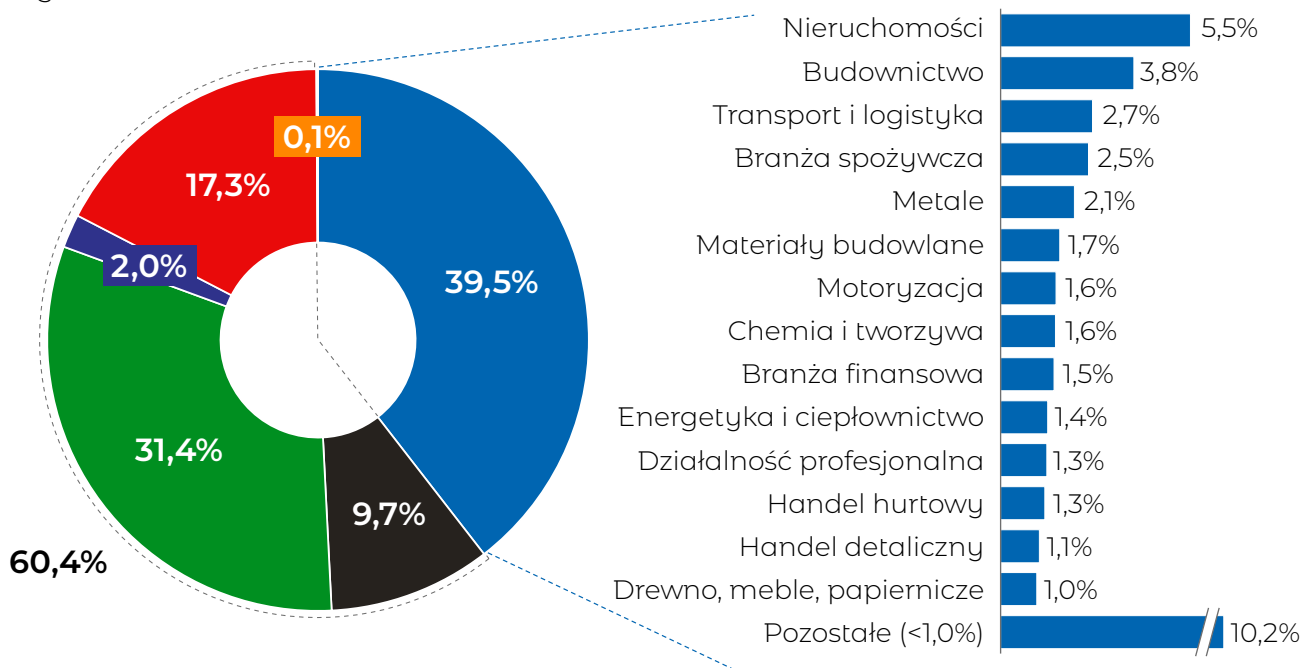
- Kredyty klientów korporacyjnych
- Transakcje reverse repo



Sektory gospodarki, którym udzielamy najwięcej finansowania:

Struktura kredytów brutto Grupy mBanku, wg segmentu klienta i branż

wg stanu na 31.12.2021



■ Kredyty korporacyjne (mld zł)	47,8
■ Hipoteki walutowe osób fizycznych (mld zł)	11,7
■ Hipoteki w wal. lokalnej osób fizycznych ¹ (mld zł)	38,1
■ Kredyty hipoteczne mikrofirm (mld zł)	2,5
■ Niehipoteczne kredyty detaliczne (mld zł)	20,9
■ Klienci sektora budżetowego (mld zł)	0,2
SUMA (mld zł)	121,2

¹ Obejmuje kredyty hipoteczne udzielone w walucie lokalnej w Polsce, Czechach i na Słowacji.

3.9.1. Wkład mBanku do budżetu państwa

mBank jest odpowiedzialnym „obywatelem korporacyjnym”, który uczciwie płaci wszelkie należne podatki. W ten sposób realnie wspieramy realizację celów finansowanych z budżetu państwa. Zgodność z prawem podatkowym uważamy za istotny element naszej odpowiedzialności społecznej. Stanowczo odrzucamy wszelkie formy uchylania się od podatków.

Kluczowe podatki zapłacone przez nas za 2021 rok:

- podatek bankowy – 577,3 mln zł
- podatek VAT – 181,7 mln zł
- podatek CIT – 637,4 mln zł

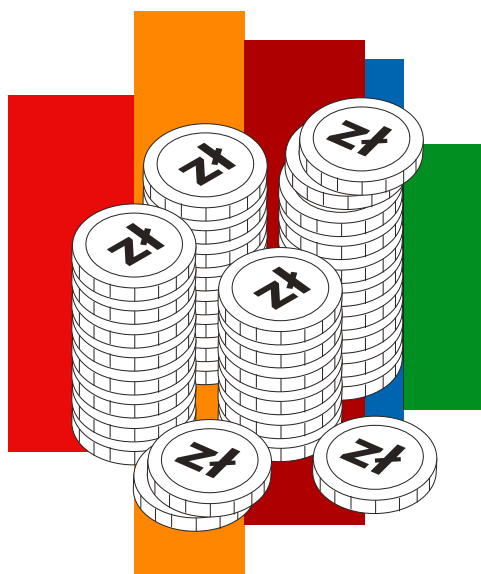
Za 2021 rok w sumie zapłaciliśmy prawie 1,4 mld zł podatku bankowego, podatku VAT i podatku CIT.



**DOWIEDZ
SIĘ WIĘCEJ**

Szczegółowe sprawozdania podatkowe publikujemy na stronie:

<https://www.mbank.pl/o-nas/informacje-wymagane-przepisami-prawa/informacja-o-realizowanej-strategii-podatkowej/>



Ponadto stosujemy politykę, która ma uniemożliwić naszym pracownikom, kontrahentom i klientom wykorzystanie usług mBanku do przestępstw podatkowych. Więcej na ten temat można przeczytać w sekcji „[Przeciwdziałanie przestępstwom podatkowym](#)”.

4

Pracownicy i kultura organizacyjna



WAŻNE DLA INTERESARIUSZY

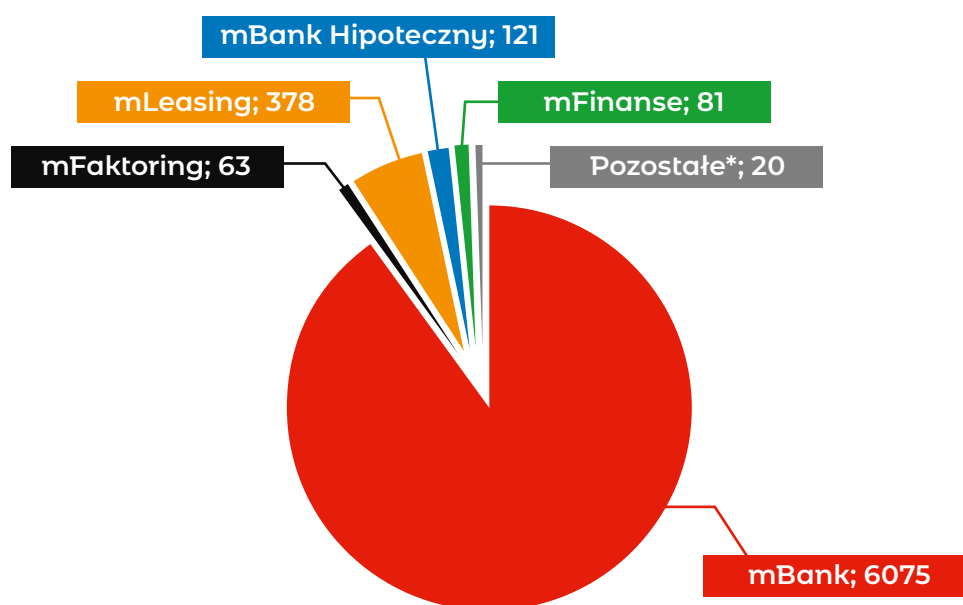
W mBanku wyróżniają nas ludzie. Udało nam się zbudować zespół znakomitych fachowców w swoich dziedzinach, którzy potrafią połączyć bankową rzetelność z odwagą sięgania po innowacje i najnowsze technologie. Te unikatowe kompetencje naszych pracowników pozwalają nam odważnie patrzeć w przyszłość oraz budować strategię z przekonaniem, że ambitne cele są możliwe do osiągnięcia.

Na zaufanie naszych klientów codziennie pracuje w całej Grupie mBanku ponad **8348 osób** (nie licząc osób na zastępstwo, praktykantów i stażystów oraz etatów technicznych). Ogromna większość z nich zatrudniona jest na czas nieokreślony na pełnoetatowych stanowiskach. Rozumiemy naturalną potrzebę stabilności zawodowej i przestrzegamy prawa pracy – dlatego nie szukamy innych form relacji pracowniczych niż praca etatowa. Nie występuje u nas też sytuacja, w której znaczną część naszych działań wykonywałyby osoby, które nie są u nas zatrudnione.

Pracownicy mBanku są młodzi. 39% z nich nie przekroczyło 35. roku życia. Są również dobrze wykształceni – 81% ma wykształcenie wyższe. Wiele osób studiuje oraz podnosi kwalifikacje na studiach podyplomowych i studiach MBA.

Zatrudnienie w Grupie mBanku

w etatach na dzień 31 grudnia 2021 roku



* Pozostałe spółki obejmują: mElements i G-INVEST.

[GRI 102-8] Całkowita liczba pracowników w podziale na rodzaj umowy i płeć






2021									
	Grupa mBanku			mBank Polska			Spółki i oddziały zagraniczne*		
Rodzaj umowy o pracę:	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
czas określony	1056	741	1797	443	265	708	613	476	1089
czas nieokreślony	3884	2667	6551	2974	2053	5027	910	614	1524
SUMA	4940	3408	8348	3417	2318	5735	1523	1090	2613
Typ zatrudnienia:	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
pełen etat	3869	2599	6468	3333	2296	5629	536	303	839
część etatu	1071	809	1880	84	22	106	987	787	1774
SUMA	4940	3408	8348	3417	2318	5735	1523	1090	2613
2020									
	Grupa mBanku			mBank Polska			Spółki i oddziały zagraniczne*		
Rodzaj umowy o pracę:	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
czas określony	1123	850	1973	465	319	784	658	531	1189
czas nieokreślony	3769	2564	6333	2944	2007	4951	825	557	1382
SUMA	4940	3414	8306	3409	2326	5735	1483	1088	2571
Typ zatrudnienia:	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
pełen etat	3835	2602	6437	3326	2309	5635	509	293	802
część etatu	1057	812	1869	83	17	100	974	795	1769
SUMA	4892	3414	8306	3409	2326	5735	1483	1088	2571
2019									
	Grupa mBanku			mBank Polska			Spółki i oddziały zagraniczne*		
Rodzaj umowy o pracę:	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
czas określony	1342	1011	2353	568	387	955	774	624	1398
czas nieokreślony	3499	2372	5871	2838	1954	4792	661	418	1079
SUMA	4841	3383	8224	3406	2341	5747	1435	1042	2477
Typ zatrudnienia:	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
pełen etat	3820	2610	6430	3322	2314	5636	498	296	794
część etatu	1021	773	1794	84	27	111	937	746	1683
SUMA	4841	3383	8224	3406	2341	5747	1435	1042	2477

* mBank w Czechach i na Słowacji, mFactoring, mFinanse, mBank Hipoteczny, mLeasing.

Chcemy, żeby nasi pracownicy byli biegli w zakresie nowych technologii. Tworzymy dla nich bezpieczną przestrzeń, żeby **mogli być innowacyjni i podejmować śmiałe decyzje**. Zgodnie ze strategią na lata 2021-2015 chcemy:

- zbudować kulturę, w której **współpraca opiera się na zaufaniu i dobrych intencjach**. Nasze wartości to: autentyczność, empatia, odwaga, odpowiedzialność i współpraca,
- stworzyć najlepsze w swojej klasie **hybrydowe środowisko pracy**. Jego główne składowe w mBanku będą obejmowały: elastyczny i przystosowujący się model (produktywny i odpowiadający na potrzeby pracowników), nowoczesną kulturę pracy w połączeniu z najlepszymi umiejętnościami i praktykami (zarządzanie zespołami rozproszonymi) oraz zaawansowaną technologię i cyfrowe procesy pracownicze (najlepsze rozwiązania komunikacji i współpracy),
- uczynić **umiejętności naszych pracowników przewagą konkurencyjną** banku. Będzie to bazować na podejściu opartym na mocnych stronach, które wykorzysta indywidualne talenty i wesprze innowacje, koncentracji na kompetencjach przyszłości niezbędnych do sukcesu organizacji oraz filozofii „T-shape” łączącej wysoki poziom kompetencji z ciekawością.

Kultura zaufania i dobrych intencji w mBanku definiowana jest przez 5 głównych wartości:

Autentyczność	Empatia	Odwaga	Odpowiedzialność	Współpraca
 <p>znaj swoje mocne strony i talenty, staraj się być najlepszą wersją siebie, szanuj różnice między ludźmi i doceniaj je</p>	 <p>traktuj innych z empatią, pamiętaj o wrażliwości na potrzeby, opinie i emocje członków zespołu, klientów i społeczeństwa</p>	 <p>podejmuj śmiałe decyzje, otwarcie wyrażaj swoje zdanie, mów wprost, miej gotowość do przyznania się do błędów i wyciągaj z nich wnioski</p>	 <p>pamiętaj, że jesteś częścią większej całości, działaj etycznie i odpowiedzialnie, dotrzymuj słowa, dbaj o środowisko, otwórz się na wrażliwość społeczną</p>	 <p>zachowaj otwartość, zakładaj dobre intencje, bierz pod uwagę inne punkty widzenia i opinie, szukaj najlepszych sposobów osiągania wspólnych celów</p>

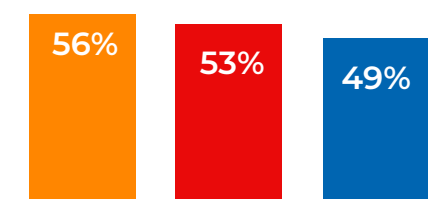
4.1. Satysfakcja i zaangażowanie pracowników

[GRI 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Zatrudnienie i zdrowie i bezpieczeństwo] Chcemy, żeby nasi pracownicy po prostu „lubili swoją pracę”. Czuli satysfakcję, że pracują w mBanku, wiedzieli, że są doceniani oraz byli zaangażowani w codzienne obowiązki. Oferujemy atrakcyjne warunki pracy, dbamy o to, by zasady rekrutacji, wynagradzania i awansowania oraz zarządzania były transparentne, motywujące i empatyczne.

Regularnie badamy opinie pracowników o pracy w naszej organizacji, a uzyskane odpowiedzi traktujemy jako wskazówki dotyczące przyszłych zmian. Co roku sprawdzamy też wskaźnik zaangażowania.

Wskaźnik zaangażowania w Grupie mBanku:

- 2021 rok – 49%*
- 2020 rok – 53%
- 2019 rok – 56%



*Dane skorygowane w stosunku do Sprawozdania zarządu Grupy mBanku za rok 2021.

Sposobem na poznanie opinii pracowników są anonimowe ankiety **Pulse Check**. W 2021 roku przeprowadziliśmy trzy takie badania:

- W styczniowym badaniu udział wzięło 60% pracowników mBanku. Zapytaliśmy ich o zmieniony tryb pracy oraz samopoczucie, poziom stresu i zdrowie. Badani wysoko ocenili technologię, która pozwala na efektywną pracę. Wskazali również czynniki, które mają istotny wpływ na ich samopoczucie, w tym zatartą granicę między pracą a życiem prywatnym, czy nadmierne obciążenie pracą. Ich odpowiedzi zostały wzięte pod uwagę przy tworzeniu koncepcji hybrydowego środowiska pracy. Na podstawie wyników badania wprowadzono szereg działań w organizacji mających wspierać odporność fizyczną i psychiczną. Więcej na ten temat piszemy w części dotyczącej well-being.
- Kolejny Pulse Check przeprowadziliśmy w kwietniu. Frekwencja wyniosła 72%. W tym badaniu kontynuowaliśmy wątki poruszone w styczniowej ankiecie. Część z pytań dotyczyła komunikacji w naszej firmie oraz kultury współpracy, w tym efektywności spotkań. Pracownicy najwyżej ocenili atmosferę w swoim zespole, otwartość i akceptację różnic oraz technologię. Po badaniu podjęliśmy między innymi działania nad zmianami w polityce wynagrodzeń oraz efektywności spotkań.
- Trzecie badanie przeprowadziliśmy we wrześniu. Frekwencja wyniosła 78%. Dużą uwagę poświęciliśmy tematowi pracy w zespołach, współpracy z menedżerem oraz rozwojowi pracowników. Kontynuowaliśmy też wątki poruszone w poprzednich ankietach. Po badaniu rozpoczęliśmy prace nad jeszcze lepszym dopasowaniem się do potrzeb pracowników w zakresie wsparcia ich rozwoju oraz ścieżek kariery. Wrześniowy Puls Check poświęcony był także kwestii różnorodności w zespole, a temat ten opisujemy w dalszej części raportu.

Zarząd banku, dyrektorzy oraz menedżerowie analizują wyniki tych badań. Następnie na poszczególnych poziomach zarządczych podejmują działania, które mają wzmocnić zaangażowanie pracowników.

Pośrednim wskaźnikiem satysfakcji naszych pracowników jest również poziom rotacji. Chcemy utrzymać rotację pracowników na niskim poziomie, zdając sobie sprawę, że z każdym odejściem pracownika tracimy również jego wiedzę i doświadczenie. W wypadku potrzeby wypełnienia wakatów, w pierwszej kolejności poszukujemy kandydatów wewnętrznych. Na stanowiska, których nie możemy wypełnić kandydatami spośród pracowników banku, poszukujemy kandydatów na rynku pracy. W mBanku w 2021 roku dobrowolnie zrezygnowało z pracy 8,7% pracowników.

[GRI 401-1] [GPW S-P3] Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść i wskaźnik rotacji w okresie raportowania

	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki i oddziały zagraniczne*
Całkowita liczba nowych pracowników zatrudnionych w organizacji w raportowanym okresie			
Płeć			
Kobiety	811	318	493
Mężczyźni	607	267	340
SUMA	1418	585	833
Wiek			
do 30 lat	744	277	467
30-50 lat	620	287	333
powyżej 50 lat	54	21	33
SUMA	1418	585	833
Wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników (%)**			
Płeć			
Kobiety	9,7%	5,5%	18,9%
Mężczyźni	7,3%	4,7%	13,0%
SUMA	17,0%	10,2%	31,9%
Wiek			
do 30 lat	8,9%	4,8%	17,9%
30-50 lat	7,4%	5,0%	12,7%
powyżej 50 lat	0,6%	0,4%	1,3%
SUMA	17,0%	10,2%	31,9%
Całkowita liczba pracowników, którzy odeszli z organizacji w raportowanym okresie			
Płeć			
Kobiety	880	374	506
Mężczyźni	646	286	360
SUMA	1526	660	866
Wiek			
do 30 lat	661	226	435
30-50 lat	749	356	393
powyżej 50 lat	116	78	38
SUMA	1526	660	866

Wskaźnik rotacji (%)***

Wskaźnik rotacji (%)***				
Płeć				
Kobiety	10,5%	6,5%	19,4%	
Mężczyźni	7,7%	5,0%	13,8%	
SUMA	18,3%	11,5%	33,1%	
Wiek				
do 30 lat	7,9%	3,9%	16,6%	
30-50 lat	9,0%	6,2%	15,0%	
powyżej 50 lat	1,4%	1,4%	1,5%	
SUMA	18,3%	11,5%	33,1%	

* mBank w Czechach i na Słowacji, mFactoring, mFinanse, mBank Hipoteczny, mLeasing.

** Wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników liczony jest jako stosunek liczby nowozatrudnionych pracowników do ogółu zatrudnionych.

*** Wskaźnik rotacji liczony jest jako stosunek liczby pracowników, którzy odeszli z pracy, do ogółu zatrudnionych.

4.2. Przeciwdziałanie mobbingowi

Każdy pracownik, na każdym stanowisku, ma obowiązek unikać zachowań nieakceptowanych wobec innych pracowników, współpracowników, klientów i dostawców. Jeżeli ktoś tworzy sytuacje, które zachęcają do takich zachowań albo sam tak się zachowuje, narusza podstawowe obowiązki pracownicze. Jako pracodawca możemy wtedy wyciągnąć konsekwencje, które przewidują prawo pracy i nasz regulamin.

W 2020 roku zastąpiliśmy Politykę antymobbingową szerszą Polityką w sprawie przeciwdziałania mobbingowi, dyskryminacji i innym zachowaniom nieakceptowanym. W dokumencie wyraźnie i jasno informujemy, że nie akceptujemy mobbingu, molestowania, molestowania seksualnego, dyskryminacji, zachowań niezgodnych z prawem lub nieetycznych i naruszających zasady współżycia społecznego. Takie zachowania określamy kompleksowo jako nieakceptowane i im przeciwdziałamy. Polityka wprowadza jasny tryb postępowania w przypadku wystąpienia takich zachowań oraz zapewnia całkowitą poufność procesu wyjaśniającego zgłoszenia o nieprawidłowościach.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Szkolenia antymobbingowe

Pod koniec 2020 roku rozpoczęliśmy szkolenia e-learningowe dla wszystkich menedżerów oraz innych pracowników banku. Program obejmuje część teoretyczną oraz świadomościową. Uczy, jak unikać zachowań niepożądanych i jak radzić sobie z nimi w zespole. W 2021 roku w szkoleniu wzięło udział 2 394 pracowników Grupy mBanku. Program kontynuujemy w 2022 roku.



DOBRA PRAKTYKA

Zgłaszanie przypadków mobbingu

[GRI 102-17] [GPW G-P4] Każdy pracownik, który uzna, że doświadczył zachowania nieakceptowanego, ma prawo złożyć skargę. Może to zrobić anonimowo w aplikacji do zgłaszania nadużyć – [mSygnał](#).

W aplikacji wyodrębniliśmy dodatkową kategorię – zgłoszenia etyczne. Można z niej korzystać codziennie przez całą dobę, z każdego komputera. Informacje o naruszeniu Polityki rozpatruje Komisja ds. zachowań nieakceptowanych. W 2021 r. Komisja rozpatrywała cztery zgłoszenia. W jednym z nich zachowania nieakceptowane zostały potwierdzone. Rozpatrując zgłoszenia, Komisja ds. zachowań nieakceptowanych wydaje również rekomendacje systemowych zmian, które zapobiegają powtórzeniu się tych zachowań w przyszłości.

4.3. Motywacja pracowników

Chcemy budować zaangażowany i zmotywowany zespół pracowników, dlatego oferujemy w banku atrakcyjne wynagrodzenia. Najniższe wynagrodzenie w naszej organizacji jest blisko dwukrotnie wyższe niż minimalne wynagrodzenie krajowe. Mamy też dobry zwyczaj, zgodnie z którym menedżerowie przekazują pracownikom kompleksowe informacje i uzasadnienie podejmowanych decyzji dotyczących wysokości zarobków.

Nasza Polityka wynagradzeń określa stałe i zmienne składniki wynagradzania. Część zmienna wynagrodzenia zależy od celów osiąganych przez całą organizację i poszczególnych pracowników. Zalicza się do niej bonus przyznawany członkom zarządu i pracownikom. Maksymalny poziom wysokości zmiennych składników wynagrodzenia osób objętych Polityką wynagradzania nie może przekroczyć 100% wartości wynagrodzenia stałego. Więcej informacji o Polityce wynagrodzeń można znaleźć w Sprawozdaniu Zarządu z działalności banku w 2021 roku.

[GRI 202-1] [SDG 1] [SDG 5] [SDG 8] Stosunek płacy wyjściowej / podstawowej w Grupie mBanku do płacy minimalnej

Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej, w podziale na:	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
2021			
Kobiety	180%	180%	186%
Mężczyźni	180%	180%	178%

2020			
Kobiety	187%	177%	190%
Mężczyźni	193%	176%	198%
2019			
Kobiety	196%	195%	b.d.
Mężczyźni	195%	194%	b.d.

* mBank Polska, mFinanse, mLeasing, mBank Hipoteczny, mFactoring.

[GRI 401-2] [SDG 3] [SDG 5] [SDG 8] Wynagrodzenia uzupełnia bogaty pakiet świadczeń niefinansowych dostępnych dla wszystkich pracowników, bez względu na wymiar współpracy z mBankiem.

Świadczenia niefinansowe, które oferujemy naszym pracownikom:

- ubezpieczenie na życie
- opieka zdrowotna
- dofinansowanie do karty Multisport
- dofinansowanie rozwoju i wsparcia pasji pracowników zrzeszonych w klubach
- dofinansowanie do wypoczynku z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych
- dofinansowanie bożonarodzeniowe z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych
- dwa dodatkowe dni wolne opieki nad dzieckiem dla rodziców dzieci do 14. roku życia



**DOBRA
PRAKTYKA**

Programy motywacyjne dla kadry zarządzającej

Wdrożyliśmy specjalne programy motywacyjne dla członków zarządu i kluczowej kadry. Opisujemy je szeroko w Sprawozdaniu Zarządu za rok 2021 w podrozdziale System motywacyjny w Grupie mBanku.

4.4. Nowy tryb pracy i dobrostan pracowników

W lipcu 2021 zarząd mBanku zdecydował, że powrót do biur po pandemii odbędzie się w trybie **pracy hybrydowej**. To nasza odpowiedź nie tylko na zmiany, które spowodowała pandemia, ale również na potrzeby pracowników. Czas pracy zdalnej pokazał, że ten rodzaj pracy jest efektywny, pomaga łączyć życie zawodowe z życiem prywatnym i może stać się nową normalnością. Również pracownicy postulowali, żeby po pandemii pracować hybrydowo, nie tylko w biurach. Stąd decyzja o pracy hybrydowej łączącej pracę w biurze z pracą zdalną. W centralach mBanku nowy tryb odbywa się w ramowym wymiarze 40-60% czasu pracy zdalnej. W sieciach sprzedaży, Contact Center, operacjach i IT model pracy hybrydowej jest dostosowywany do specyfiki tych obszarów. Praca hybrydowa umożliwi połączenie zalet pracy w biurze i w domu oraz dobór najlepszego miejsca pracy do rodzaju realizowanych zadań. Możliwość elastycznej organizacji pracy i wyboru miejsca pracy wpływa korzystnie na poprawę dobrostanu (well-being) pracowników i poprawę ich relacji z bliskimi. Możliwość pracy poza biurem, bez konieczności codziennych dojazdów do firmy, poprawia **równowagę między życiem zawodowym i prywatnym**, pozwala oszczędzać czas i obniżać koszty (w tym środowiskowe) związane z dojazdami do pracy. Umożliwia też poprawę nawyków żywieniowych oraz większą aktywność fizyczną. W opinii pracowników praca hybrydowa ma duże znaczenie dla poprawy samopoczucia.



DOBRA PRAKTYKA

Program rozwojowy „ODnowa”

Praca w środowisku całkowicie zdalnym jest dużym wyzwaniem dla pracowników i menedżerów. Jeszcze większym jest zaprojektowanie i przygotowanie środowiska hybrydowego. W odpowiedzi na te potrzeby wdrożyliśmy i zrealizowaliśmy w 2021 roku program rozwojowy „ODnowa”, który wspiera zarządzanie i pracę w środowisku zdalnym i hybrydowym. Kierowany jest do wszystkich naszych menedżerów i pracowników. Przygotowaliśmy go tak, aby dostarczyć dawkę wiedzy i inspiracji z innych organizacji. Umożliwia pracownikom wzajemną wymianę doświadczeń, wiedzy i wspólnych dyskusji.

Z programu menedżerowie dowiadują się m. in:

- jakie są zasady organizacji pracy hybrydowej i jak komunikować się w takim modelu,
- jak budować zaufanie i poczucie bezpieczeństwa w rozproszonym zespole,
- jak radzić sobie z trudnymi emocjami i stresem w zespole oraz wspierać członków zespołu w kryzysie i zdrowiu psychicznym.

W 2021 roku w ramach programu „ODnowa” dla menedżerów odbyły się 52 warsztaty i webinary, w których wzięło udział łącznie 460 uczestników.

W programie przeznaczonym dla pracowników przekazywaliśmy wiedzę m.in.:

- jak zadbać o swoją efektywność w zespole rozproszonym,
- jak sprawnie współpracować i komunikować się w takim zespole,
- z jakich narzędzi korzystają organizacje podczas pracy hybrydowej,
- jak minimalizować zmęczenie i regulować obciążenia wynikające z pracy i życia rodzinnego,
- jak wzmacniać swoją odporność psychiczną i budować kapitał psychologiczny, który pomaga w radzeniu sobie z bieżącymi i przyszłymi trudnościami.

w 2021 roku w programie dla pracowników wzięło udział 2 114 uczestników.

Jednym z kluczowych wyzwań w czasie pandemii stała się odpowiednia troska o kondycję psychiczną i fizyczną pracowników. W badaniu Pulse Check 27% respondentów oceniło swoje samopoczucie negatywnie, w tym 7% określiło je jako bardzo złe. Te wyniki stały się dla nas punktem wyjścia do opracowania programu „**Z energią po zdrowie**”. Jego stworzenie poprzedziliśmy specjalną ankietą, w której pytaliśmy, co powoduje największe zmęczenie, czy pracownicy obserwują zmiany w swoim sposobie odżywiania, czy są aktywni fizycznie i jak radzą sobie ze stresem. Prosimy też, by osoby zatrudnione podzieliły się swoimi sposobami walki ze stresem i zmęczeniem, podali, z jakich technik korzystają, które są według nich skuteczne, a także czego potrzebują, by lepiej dbać o swoje zdrowie i kondycję.

Filary programu „Z energią po zdrowie”

- **Porozmawiaj** – bezpłatne, indywidualne konsultacje psychologiczne, podczas których można porozmawiać o swoich emocjach i o tym, jak poradzić sobie w trudnych sytuacjach.
- **Zmień nawyki** – indywidualne konsultacje dietetyczne przygotowane w kierunku poprawy samopoczucia.
- **Zrelaksuj się** – treningi antystresowe i spotkania online z entuzjastami zdrowego stylu życia.
- **Dowiedz się** – warsztaty psychologiczne z ekspertami zewnętrznymi.

W każdym z filarów zaproponowaliśmy działania w różnej formie, aby pracownicy mogli wybrać najbardziej atrakcyjne dla siebie podejście. Były to m.in. konkursy, warsztaty, webinary, kursy online oraz zdalne konsultacje i treningi. Od kwietnia 2021 roku w ponad 200 wydarzeniach udział wzięło ponad 13 tys. uczestników, z czego blisko dwa tysiące w treningach ruchowych, a kolejne 442 osoby w czterech biegach sportowych. Zrealizowaliśmy również ponad 200 godzin konsultacji psychologicznych i 21 webinarów poświęconych takim tematom, jak depresja, równowaga emocjonalna oraz mentalne przygotowanie do pracy hybrydowej. W zajęciach tych udział wzięło 895 osób.

Program „Z energią po zdrowie” jest dostępny dla każdego pracownika. Wszystkie wydarzenia są finansowane przez bank, a część z nich jest dostępna również dla rodzin pracowników.



DOBRA PRAKTYKA

Książki pomagają zadbać o dobrostan

W ramach programu „Z energią po zdrowie” zapewniliśmy również pracownikom dostęp do „psychobiblioteki”, gdzie udostępniamy 150 książek rekomendowanych przez psychologów. Pracownicy dostali również specjalne, aktywne mapy z zebranymi w całym kraju bezpłatnymi placówkami wsparcia psychologicznego. Opublikowaliśmy też ponad 50 postów informacyjnych i edukacyjnych, pomocnych w zmianie postaw i nawyków oraz utworzyliśmy specjalną stronę w intranecie, gdzie publikujemy wszystkie informacje dotyczące projektu.



DOBRA PRAKTYKA

Kluby mBanku

Pracownicy mBanku integrują się i rozwijają swoje zainteresowania w różnych sekcjach w Klubie mBanku. Klub pozwala również utrzymywać relacje w czasach pracy zdalnej. Ponad 1600 pracowników zapisało się do 27 sekcji Klubu mBanku.



DOBRA PRAKTYKA

Profilaktyka onkologiczna

W ramach Światowych dni walki z nowotworami przeprowadziliśmy działania promujące profilaktykę onkologiczną. Zaprosiliśmy pracowników m.in. na cykl webinarów dotyczących onkologii oraz warsztaty dotyczące samobadania z psychologiem onkologicznym. Udostępniliśmy ponad 190 bezpłatnych voucherów na badania markerów nowotworowych piersi i jajnika lub jąder i prostaty. W intranecie stworzyliśmy bazę wiedzy z materiałami edukacyjnymi w zakresie profilaktyki nowotworowej oraz informacją o dostępnych dla pracowników pakietach, w ramach których mogą wykonać potrzebne badania. W 19 spotkaniach uczestniczyło 980 osób.

4.5. Bezpieczeństwo i higiena pracy

Praca w mBanku to praca bezpieczna. Przestrzegamy wszystkich zaleceń prawnych i wewnętrznych rozporządzeń dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy. Do bezpieczeństwa naszych pracowników podchodzimy w sposób systemowy. Tworzymy środowisko pracy, które zapobiega i minimalizuje ryzyka oraz zapewniamy bezpieczne warunki pracy każdej osobie zatrudnionej w mBanku. **Polityka BHP** w mBanku realizuje zadania, które mają na zapewnienie bezpiecznych i ergonomicznych warunków pracy dla każdego pracownika. Dbając o poprawę bezpieczeństwa i komfortu pracy w środowisku, podejmujemy działania, które mają zapobiegać zdarzeniom potencjalnie niebezpiecznym dla zdrowia pracowników.



Jak dbamy o bezpieczeństwo pracy:

- wdrażamy skuteczne zabezpieczenia przeciwpożarowe,
- respektujemy zalecenia służby medycyny pracy, z uwzględnieniem badań lekarskich,
- prowadzimy szkolenia z zakresu BHP na podstawie ramowych programów szkoleń,
- kształtujemy właściwe warunki pracy oraz minimalizujemy pojawiające się ryzyka,
- opracowujemy odpowiednią dokumentację – Oceny Ryzyka Zawodowego i Instrukcję BHP – określające ryzyko na stanowiskach pracy oraz sposoby zapobiegania wypadkom,
- dbamy o ergonomię pracy przed komputerem.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Ryzyko pod kontrolą

Ocenę ryzyka związanego z BHP aktualizujemy co 2 lata lub częściej, jeśli istnieje taka potrzeba. W 2020 roku dodaliśmy nowe zagrożenia związane z pracą w domu i COVID-19. Każdego nowo zatrudnionego pracownika zapoznajemy z oceną ryzyka zawodowego w pierwszym dniu pracy.

[GRI 403-2] [GPW S-S1] [SDG 8] Zarządzanie BHP w banku rozpoczyna się od właściwej oceny ryzyka zawodowego. Przeprowadzają ją specjaliści ds. BHP w porozumieniu z pracownikami banku. Każdego roku analizujemy zaistniałe wypadki przy pracy i aktualizujemy ocenę ryzyka. Działania, które pomagają w realizacji polityki BHP planowane są podczas kwartalnych posiedzeń Komisji BHP.

System zarządzania BHP bazuje na ogólnych przepisach Kodeksu pracy i zakłada m.in.:

- zaangażowanie wszystkich pracowników w ustalenie i realizację polityki BHP,
- identyfikację zagrożeń, ocenę ryzyka zawodowego,
- monitorowanie warunków BHP oraz analizowanie przyczyn wypadków przy pracy,
- okresowe przeglądy i kontrolę placówek,
- szkolenia wstępne i okresowe z zakresu BHP, podczas których przekazywana jest między innymi informacja o możliwości odstąpienia od wykonywania pracy w sytuacji zagrożenia zdrowia lub życia pracownika.

Wypadki i zdarzenia potencjalnie wypadkowe zgłaszane są do ekspertów BHP. Ich dane kontaktowe przekazywane są wszystkim pracownikom w specjalnej zakładce poświęconej BHP w intranecie.

W 2021 roku odnotowaliśmy 8 wypadków w pracy.

4.6. Różnorodność i inkluzywność

4.6.1. Kultura szacunku dla różnorodności

Wychodzimy z założenia, że wartości wynikające z różnic stanowią dodatkowy atut organizacji. Różnorodność wynikająca z doświadczenia, wiedzy, kierunku wykształcenia, zainteresowań i innych cech uwalnia kreatywność i przyczynia się do poszukiwania niestandardowych rozwiązań i optymalizacji działania. Jednocześnie **buduje przewagę konkurencyjną**, przekłada się na jakość świadczonych usług i efekty ekonomiczne.

W mBanku obowiązuje **zasada równego traktowania każdej osoby**. Zapewniamy warunki pracy sprzyjające pełnemu wykorzystaniu i rozwijaniu unikalnych cech, umiejętności i zainteresowań, m.in. przez udział w szkoleniach i klubach zrzeszających osoby o podobnych zainteresowaniach. Wiemy, że różnorodność przyczynia się do kreowania kultury organizacyjnej opartej na otwartości i tolerancji, w której każdy pracownik czuje się doceniany i szanowany oraz ma możliwości rozwoju zawodowego.

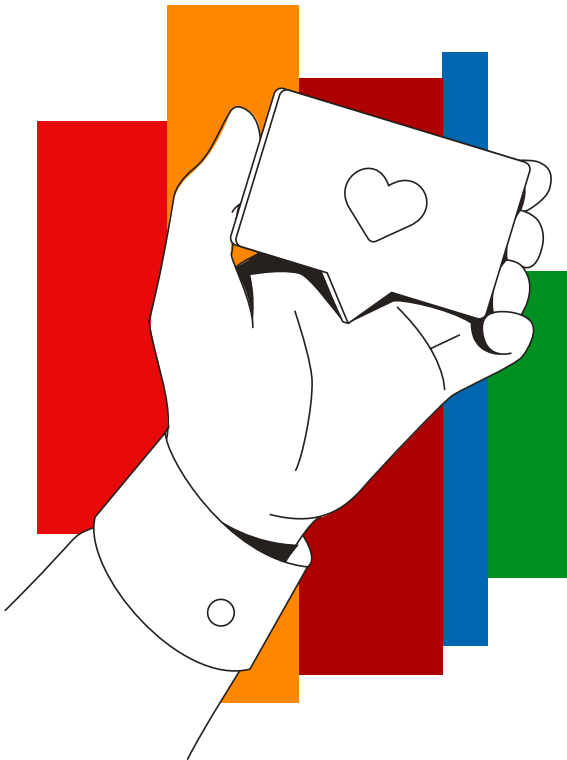
Szacunek dla różnorodności znajduje oparcie w polityce kadrowej oraz dokumentach strategicznych mBanku. Elementy polityki różnorodności znajdują się w różnych regulacjach, procedurach lub procesach, m.in. w Polityce mBanku w sprawie przeciwdziałania mobbingowi, dyskryminacji i innym zachowaniom nieakceptowanym oraz Modelu Wartości i Zachowań.



DOBRA PRAKTYKA

Różnorodność na stanowisku

Utworzyliśmy stanowisko pełnomocnika zarządu ds. różnorodności. Dodatkowo w zespole doświadczenia pracownika utworzyliśmy stanowisko specjalisty ds. budowania różnorodności i inkluzywności. Zadania przypisane do tych osób obejmują koordynację działań i współpracę z pełnomocnikiem zarządu ds. różnorodności.



Promujemy kulturę, gdzie każdy pracownik może być najlepszą wersją siebie. Szacunek dla różnorodności wspiera więc kulturę innowacyjności.

W 2021 roku wzmacnialiśmy szacunek dla różnorodności wśród naszych pracowników w ramach cyklu komunikacyjnego „Poznaj, nie wykluczaj”. Przedstawialiśmy m.in. informacje na temat różnych grup społecznych zagrożonych wykluczeniem ze względu na niepełnosprawność lub inne cechy. Stale uwrażliwiamy pracowników jak zachowywać się, by nikogo nie wykluczać w swoich działaniach. Zachęcamy do otwartości na różne cechy, umiejętności czy doświadczenia.



DOBRA PRAKTYKA

Badanie różnorodności

Jedno z trzech przeprowadzonych w 2021 roku badań pracowników Pulse Check poświęcone było różnorodności. Zapytaliśmy osoby zatrudnione, czy według nich różnorodność jest ceniona w mBanku. Zbadaliśmy także doświadczenia związane z ewentualną dyskryminacją ze względu na płeć, wiek, orientację seksualną, wyznanie lub religię, poglądy i niepełnosprawność ruchową. Sprawdziliśmy, jaki procent osób w organizacji wie, gdzie zgodnie z wewnętrznymi procedurami zgłosić sytuację, w której spotkali się z niesprawiedliwym traktowaniem. Badanie pozwoliło na analizę tematu równości szans pod względem płci, a także posłużyło do obrania mierzalnych wskaźników zawartych w Polityce różnorodności i inkluzywności wprowadzonej w 2022 roku. Frekwencja w badaniu wyniosła 78%.



DOBRA PRAKTYKA

Prace nad Polityką różnorodności i inkluzywności

W 2021 roku rozpoczęliśmy prace nad Polityką różnorodności i inkluzywności. Określiła ona konkretne cele, które zamierzamy osiągnąć w nadchodzących latach, podsumowując dotychczasowe i przyszłe działania na rzecz różnorodności. Polityka została przyjęta przez zarząd w 2022 roku.



DOBRA PRAKTYKA

Karta różnorodności

Od 2018 roku jesteśmy sygnatariuszem Karty Różnorodności, międzynarodowej inicjatywy na rzecz spójności i równości społecznej, prowadzonej w Polsce przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jako uczestnicy tego przedsięwzięcia zobowiązujemy się wspierać różnorodność i przeciwdziałać dyskryminacji w miejscu pracy.

4.6.2. Wyrównywanie szans kobiet w miejscu pracy

[GRI 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Różnorodność i równe traktowanie]

Nasze pracowniczki i pracowników chcemy traktować równo. Zdajemy sobie sprawę z naszej odpowiedzialności za wyrównywanie szans zawodowych kobiet w miejscu pracy i wspieramy je w rozwoju. Dążymy do zapewnienia kandydatów obu płci w doborze zewnętrznym, nominacjach wewnętrznych oraz planowaniu sukcesji kluczowych funkcji w banku. Uwzględniamy jednocześnie zasady równego traktowania w zakresie nawiązywania stosunku pracy.





DOBRA PRAKTYKA

mBank w Bloomberg Gender-Equality Index

W styczniu 2022 roku mBank po raz drugi znalazł się w gronie spółek indeksu Bloomberg Gender-Equality Index (indeks równości płci). Indeks obejmuje 418 spółek z 45 krajów i 11 sektorów gospodarki. Wchodzące w jego skład firmy są oceniane pod kątem działań na rzecz równości kobiet i mężczyzn oraz przejrzystych ujawnień w tym zakresie. Ekspertci Bloomburga docenili nas za zaangażowanie na rzecz przejrzystości i wyznaczanie nowego standardu w raportowaniu danych związanych z różnorodnością płci.

Podczas rekrutacji obiektywnie oceniamy kompetencje kandydatów. Wspieramy rozwój wszystkich naszych pracowniczek i pracowników stawiając na ich unikatowe talenty. Szkolenia i metody szkoleniowe dobieramy tak, aby najlepiej pasowały do zainteresowań i mocnych stron konkretnych osób.

Wartościowanie stanowisk pracy oparte jest na obiektywnych kryteriach, co zapobiega dyskryminacji w procesach rozwoju. Nasz cel zapisany w strategii ESG na lata 2021-2025 to zachowanie różnorodności płci kandydatów w końcowej fazie procesu rekrutacji na stanowiska kierownicze. Cel ten doprecyzowaliśmy w naszej Polityce różnorodności i inkluzywności. Chcemy również zapewnić równowagę płci w programie sukcesji, przy odsetku uczestników danej płci wynoszącym minimum 40% dla kadry kierowniczej i 30% dla członków zarządu.



DOBRA PRAKTYKA

Likwidujemy luki płacowe

Od 2021 roku uwzględniamy w procesie podwyżkowym osoby długotrwale nieobecne – zgodnie z naszymi obserwacjami to właśnie na tym etapie tworzą się pierwsze luki w wynagrodzeniach

Regularnie mierzymy i raportujemy lukę płacową w banku. Średnie wynagrodzenie mężczyzn w mBanku jest wyższe niż kobiet. Na strukturę zarobków wpływa liczniejsza grupa kobiet zatrudniona na stanowiskach operacyjnych, podczas gdy wśród menedżerów przeważają mężczyźni. Inicjatywy prowadzone w banku mają wyrównać wynagrodzenia na porównywalnych stanowiskach oraz wsparcie awansów wśród kobiet. Nasza Polityka wynagrodzeń zakłada neutralność wynagrodzeń względem płci. Jednocześnie, gdy przyznajemy podwyżki, zwracamy uwagę na wyrównywanie wynagrodzeń kobiet i mężczyzn.

[GRI 405-2] [GPW S-P2] [SDG 5] [SDG 8] [SDG 10] Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w Grupie mBanku w podziale na kategorie pracowników

2021			
Stosunek pensji podstawowej kobiet do mężczyzn	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
wyższa kadra zarządzająca	88%	71%	133%
średnia kadra zarządzająca	82%	83%	81%
pozostali pracownicy	84%	79%	95%
Stosunek wynagrodzenia kobiet do mężczyzn	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
wyższa kadra zarządzająca	75%	63%	105%
średnia kadra zarządzająca	79%	83%	68%
pozostali pracownicy	81%	78%	89%
2020			
Stosunek pensji podstawowej kobiet do mężczyzn	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
wyższa kadra zarządzająca	73%	69%	80%
średnia kadra zarządzająca	82%	79%	83%
pozostali pracownicy	86%	76%	89%
Stosunek wynagrodzenia kobiet do mężczyzn	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
wyższa kadra zarządzająca	69%	62%	79%
średnia kadra zarządzająca	75%	78%	75%
pozostali pracownicy	86%	74%	89%
2019			
Stosunek pensji podstawowej kobiet do mężczyzn	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
wyższa kadra zarządzająca	68%	77%	65%
średnia kadra zarządzająca	81%	82%	87%
pozostali pracownicy	75%	75%	80%
Stosunek wynagrodzenia kobiet do mężczyzn	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
wyższa kadra zarządzająca	70%	74%	71%
średnia kadra zarządzająca	79%	79%	88%
pozostali pracownicy	75%	74%	82%

* mFactoring, mFinanse, mBank Hipoteczny, mLeasing.

W 2021 roku, na potrzeby raportowania do KNF, po raz pierwszy zastosowaliśmy nową metodę liczenia luki płacowej. Zamiast średniej arytmetycznej, którą stosowaliśmy do tej pory, użyliśmy średniej ważonej, gdzie stosunek wynagrodzenia kobiet do mężczyzn ważony jest liczebnościami pracowników w ramach danego poziomu zaszerogowania. Dzięki temu możliwe stało się porównanie wynagrodzenia pracowników na tych samych poziomach o zbliżonych kompetencjach. Nowa metoda zdecydowanie lepiej oddaje realia zarobków w mBanku.

Grupa stanowisk	Luka płacowa
Wyższa kadra zarządzająca	93%
Średnia kadra zarządzająca	89%
Pracownicy	89%
ŚREDNIA	92%

Jednym z elementów wyrównywania szans kobiet i mężczyzn w miejscu pracy jest zachęcanie ojców do brania urlopu rodzicielskiego, a matek do powrotu do pracy po tego typu urlopie.

[GRI 401-3] [SDG 5] [SDG 8] Urlopy rodzicielskie

	Grupa mBanku			mBank Polska			Spółki i oddziały zagraniczne*		
	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
2021									
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie byli uprawnieni do urlopu rodzicielskiego	493	149	642	328	139	467	165	10	175
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie skorzystali z urlopu rodzicielskiego	493	149	642	328	139	467	165	10	175
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie powrócili do pracy po wykorzystaniu swojego urlopu rodzicielskiego	268	146	414	165	136	301	103	10	113
Liczba pracowników, którzy w roku poprzedzającym raportowany okres powrócili do pracy po urlopie rodzicielskim i byli zatrudnieni minimum 12 miesięcy	212	96	308	146	95	241	66	1	67

Wskaźnik powrotu do pracy**	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	57%	94%	67%	50%	98%	64%	72%	85%	74%
Wskaźnik zatrzymania***	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	76%	70%	67%	84%	86%	85%	58%	33%	51%
2020									
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie byli uprawnieni do urlopu rodzicielskiego	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	468	125	593	338	113	451	130	12	142
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie skorzystali z urlopu rodzicielskiego	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	468	125	593	338	113	451	130	12	142
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie powrócili do pracy po wykorzystaniu swojego urlopu rodzicielskiego	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	245	120	365	173	109	282	72	11	83
Liczba pracowników, którzy w roku poprzedzającym raportowany okres powrócili do pracy po urlopie rodzicielskim i byli zatrudnieni minimum 12 miesięcy	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	234	166	400	175	153	328	59	13	72
Wskaźnik powrotu do pracy**	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	52%	96%	62%	51%	96%	63%	55%	92%	58%
Wskaźnik zatrzymania***	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	91%	96%	93%	97%	97%	97%	78%	87%	79%
2019									
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie byli uprawnieni do urlopu rodzicielskiego	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	507	177	684	353	162	515	154	15	169

Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie skorzystali z urlopu rodzicielskiego	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	502	177	679	353	162	515	149	15	164
Liczba pracowników, którzy w raportowanym okresie powrócili do pracy po wykorzystaniu swojego urlopu rodzicielskiego	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	262	173	435	183	158	341	79	15	94
Liczba pracowników, którzy w roku poprzedzającym raportowany okres powrócili do pracy po urlopie rodzicielskim i byli zatrudnieni minimum 12 miesięcy	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	199	140	339	153	126	279	46	14	60
Wskaźnik powrotu do pracy**	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	52%	98%	64%	52%	98%	66%	53%	100%	57%
Wskaźnik zatrzymania***	K	M	Suma	K	M	Suma	K	M	Suma
	75%	80%	77%	83%	80%	82%	57%	74%	86%

* mBank w Czechach i na Słowacji, mFaktoring, mFinanse, mBank Hipoteczny, mLeasing.

** Wskaźnik powrotu do pracy = (liczba pracowników, którzy w 2021 roku powrócili do pracy po wykorzystaniu swojego urlopu rodzicielskiego / liczba pracowników, którzy w 2021 roku skorzystali z urlopu rodzicielskiego) × 100%.

*** Wskaźnik zatrzymania pracowników = (liczba pracowników zatrudnionych w organizacji po 12. miesiącach od powrotu z urlopu rodzicielskiego / całkowita liczba pracowników, którzy wrócili po urlopie rodzicielskim w danym okresie) × 100%.



DOBRA PRAKTYKA

mBank jest kobietą

„mBank jest kobietą” to organizowany od 2008 roku cykl seminariów dla właścielek przedsiębiorstw i menedżerek – klientek bankowości korporacyjnej mBanku. Każde seminarium składa się z części merytorycznej, prowadzonej przez ekspertów z mBanku oraz przedstawicieli znaczących firm, części lifestyle’owej oraz spotkania z jedną z naszych klientek – kobietą sukcesu. Projekt ten ma inspirować, edukować i wspierać przedsiębiorcze kobiety, a nam pozwala pogłębiać relacje z klientkami. Realizujemy go z myślą o rozwoju zawodowym kobiet. W 2021 roku, ze względu na pandemię, seminarium z serii „mBank jest kobietą” zorganizowaliśmy w wersji online. Gościem była Karolina Korwin-Piotrowska, autorka, wtedy premierowej, książki „Reset. Świat na nowo”. Tematem spotkania było radzenie sobie z pandemią COVID-19, w tym funkcjonowanie w nowej rzeczywistości pracy zdalnej, zarządzanie zespołami w trudnych czasach oraz łączenie pracy z życiem rodzinnym.

4.6.3. Różnorodność zarządu i rady nadzorczej

W odniesieniu do zarządu oraz rady nadzorczej stosujemy Politykę w sprawie oceny kwalifikacji (odpowiedniości) członków organu nadzorującego, zarządzającego i osób pełniących najważniejsze funkcje. Polityka opisuje zasady, jakie muszą być spełnione, aby stanowiska realizujące kluczowe funkcje w banku były zajmowane przez osoby z odpowiednimi kwalifikacjami, wiedzą merytoryczną, umiejętnościami, doświadczeniem zawodowym, predyspozycjami i reputacją adekwatną do pełnionej funkcji. Szczegóły dotyczące tej polityki opisaliśmy w rozdziale „[Ład korporacyjny](#)”.

Rada nadzorcza dąży do tego, aby zapewnić różnorodność zarządu m.in. pod względem wieku, wykształcenia, doświadczenia zawodowego i udziału kobiet.

Według Polityki odpowiedniości struktura wiekowa członków rady nadzorczej powinna być różnorodna. Ponadto rada nadzorcza dąży do tego, aby jej członkowie posiadali różnorodne wykształcenie i doświadczenie zawodowe. Uwzględniana jest także kwestia odpowiedniego udziału kobiet. W radzie nadzorczej są zarówno reprezentanci głównego akcjonariusza mBanku, jak również przedstawiciele świata nauki, biznesu oraz osoby z wiedzą prawniczą i doświadczeniem w bankowości. Na koniec 2021 roku w ośmioosobowej radzie nadzorczej zasiadały trzy kobiety, co stanowiło 37,5% składu rady nadzorczej.

Rada nadzorcza mBanku										
	31.12.2017		31.12.2018		31.12.2019		31.12.2020		31.12.2021	
	liczba osób	%	liczba osób	%	liczba osób	%	liczba osób	%	liczba osób	%
Kobiety	2	17%	2	17%	2	20%	4	50%	3	37,5%
Mężczyźni	10	83%	10	83%	8	80%	4	50%	5	62,5%
Razem	12	100%	12	100%	10	100%	8	100%	8	100%

W sześciuosobowym zarządzie banku zasiadają tylko mężczyźni. Do 22 października 2020 roku w siedmioosobowym składzie zarządu mBanku była jedna kobieta.

Zarząd mBanku										
	31.12.2017		31.12.2018		31.12.2019		31.12.2020		31.12.2021	
	liczba osób	%	liczba osób	%	liczba osób	%	liczba osób	%	liczba osób	%
Kobiety	1	14%	1	14%	1	14%	0	0%	0	0%
Mężczyźni	6	86%	6	86%	6	86%	7(6*)	100%	6	100%
Razem	7	100%	7	100%	7	100%	7(6*)	100%	6	100%

* Stan na 01.01.2021 r.

Do roku 2028 kobiety mają stanowić co najmniej 30% składu zarządu i rady nadzorczej.

[GRI 405-1] [GPW S-P1] Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności**

	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki i oddziały zagraniczne*
Zarząd			
Kobiety	1%	0%	3%
Mężczyźni	99%	100%	97%
Rada Nadzorcza			
Kobiety	33%	38%	22%
Mężczyźni	67%	63%	78%
Zarząd			
poniżej 30 lat	0%	0%	0%
od 30 do 50 lat	86%	83%	92%
powyżej 50 lat	14%	17%	8%
Rada Nadzorcza			
poniżej 30 lat	0%	0%	0%
od 30 do 50 lat	58%	50%	78%
powyżej 50 lat	42%	50%	22%
	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki i oddziały zagraniczne*
wyższa kadra zarządzająca			
Kobiety	31%	22%	53%
Mężczyźni	69%	78%	47%
średnia kadra zarządzająca			
Kobiety	44%	43%	44%
Mężczyźni	56%	57%	56%
pozostali pracownicy			
Kobiety	61%	62%	59%
Mężczyźni	39%	38%	41%
wyższa kadra zarządzająca			
poniżej 30 lat	0%	0%	0%
od 30 do 50 lat	81%	76%	94%
powyżej 50 lat	19%	24%	6%

średnia kadra zarządzająca			
poniżej 30 lat	1%	2%	1%
od 30 do 50 lat	83%	82%	85%
powyżej 50 lat	16%	16%	14%
pozostali pracownicy			
poniżej 30 lat	22%	20%	28%
od 30 do 50 lat	68%	70%	64%
powyżej 50 lat	9%	10%	8%

* mLeasing, mBank Hipoteczny, mFaktoring, mFinanse.

** W przypadku niektórych danych udział procentowy nie sumuje się do 100%, co wynika z zastosowanych zaokrągleń.

4.7. Rozwój pracowników

Naszym pracownikom zapewniamy możliwości rozwoju zawodowego. Pomagamy im **zdobywać kompetencje przyszłości i budować na swoich mocnych stronach**. W ten sposób dbamy zarówno o efektywność ich pracy, jak i o dostosowanie ich kompetencji do wymagań współczesnego rynku pracy.



**DOBRA
PRAKTYKA**

Kompetencje przyszłości

W 2021 roku rozpoczęliśmy realizację programu wdrażania kompetencji przyszłości. Wyodrębniliśmy pięć obszarów kompetencyjnych, których rozwój wpływa na osiągnięcie przez mBank przewagi konkurencyjnej. Są to:

- kompetencje bazodanowe,
- cyberbezpieczeństwo,
- myślenie krytyczne,
- sztuczna inteligencja, uczenie maszynowe, robotyzacja i rozwiązania chmurowe,
- kreatywność i innowacyjność.

W pierwszej kolejności skupiliśmy się na trzech obszarach kompetencyjnych: praca z bazami danych, cyberbezpieczeństwo i myślenie krytyczne. Powstały dwie platformy umożliwiające pracownikom rozwój kompetencji przyszłości: Data Academy i Akademia Bezpieczeństwa. Dodatkowo, pracownicy mBanku mogli uczestniczyć w wyspecjalizowanych, certyfikowanych szkoleniach i warsztatach indywidualnych. Pozwoliły one pozyskać potrzebne kompetencje przyszłości w konkretnych zespołach.

Rozwój kompetencji z obszaru myślenia krytycznego zapoczątkowaliśmy w grudniu 2021 roku serią trzech webinarów dostępnych dla wszystkich pracowników banku. Uczestnicy zapoznali się z podstawowymi narzędziami, które pozwalają sprawdzić własny tok myślenia. Pracownicy nauczyli się, jak nie wpadać w możliwe pułapki myślenia, zachować obiektywizm i tworzyć skuteczniejsze rozwiązania.

Rozwój kompetencji przyszłości wspiera Akademia Agile prowadzona przez bankowy zespół agile coachów. Akademia Agile jest programem dostarczającym wiedzę z zakresu Agile, czyli nowoczesnego stylu zarządzania produktem.

4.7.1. Zarządzanie przez cele

Od 2011 roku w mBanku działa system zarządzania przez cele. System skupia pracowników wokół realizacji kluczowych celów organizacji. Od 2018 roku sukcesywnie wdrażamy nowe zwinne podejście do zarządzania priorytetami (OKR), które pomaga nam operacjonalizować strategię mBanku. W ramach podejścia OKR stawiamy na:

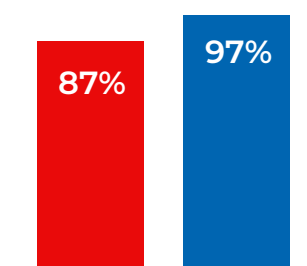
- **PRIORYTETY** – skupiamy się na tym, co najważniejsze. Zastanawiamy się, jaką wartość biznesową chcemy osiągnąć na koniec kwartału,
- **EFEKTYWNOŚĆ** – kwartalny cykl umożliwia wczesne wykrycie zagrożenia realizacji celów. W nowym podejściu możemy szybko reagować i działać efektywniej,
- **ZAANGAŻOWANIE** – pracownicy widzą szerszy kontekst swojej pracy i jak ich praca przekłada się na realizację priorytetów z ich obszarów i organizacji,
- **WSPÓŁPRACĘ/ALIGNMENT** – lepiej współpracujemy. Organizujemy się wokół zadań i wyzwań, a nie struktury organizacyjnej. Zrywamy z silosami na rzecz aktywnej współpracy,
- **TRANSPARENTNOŚĆ** – cele z założenia są widoczne dla innych pracowników. Łatwiej się pracuje, jeżeli mamy jasny przepływ informacji i znamy priorytety współpracowników.

Punktem wyjścia do planowania celów w 2021 roku były priorytety wyznaczone przez członków zarządu. Przełożyły się one na cele kadry menedżerskiej i pracowników. W ramach podejścia OKR zachęcamy do stawiania ambitnych celów zespołowych. Dzięki nim pracownicy rozwijają swoje kompetencje i zacieśniają współpracę między departamentami.

Pracę w podejściu OKR wspiera autorska aplikacja. Uwzględnia ona założenia OKR i bierze pod uwagę specyfikę pracy w naszej organizacji. Dzięki aplikacji pracownicy mogą na bieżąco zarządzać swoimi celami, a także mają dostęp do celów swoich menedżerów i współpracowników.

[GRI 404-3] [SDG 5] [SDG 8] [SDG 10] Procent pracowników, podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej w Grupie mBanku (w ramach tzw. procesu oceny wartości):

■ kobiety
■ mężczyźni



4.7.2. Programy rozwojowe

[GRI 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Szkolenia i edukacja] Kompetencje naszych pracowników to jednocześnie kompetencje całej organizacji. Dlatego przygotowaliśmy dla osób zatrudnionych w mBanku pakiet szkoleń „szytych na miarę”, które wspierają realizację celów banku.

Zdajemy sobie sprawę, że działamy w środowisku dużych zmian w otoczeniu biznesowym i społecznym. Z roku na rok rośnie znaczenie automatyzacji, sztucznej inteligencji i informatyzacji procesów. Dla pracowników oznacza to konieczność rozwoju nowych umiejętności – kompetencji przyszłości, a także elastyczności zawodowej.

Naszą odpowiedzią na te wyzwania w 2021 roku były zrealizowane programy rozwojowe. Przygotowaliśmy je tak, aby budowały przewagę kompetencyjną pracowników, rozwijały kulturę różnorodności i pracy opartej na mocnych stronach. Programy są również elementem motywowania pracowników, podnoszenia efektywności i kreatywności zespołów. W szkoleniach organizowanych w mBanku biorą udział wszyscy pracownicy zatrudnieni na umowę o pracę, bez względu na wymiar etatu.

Stała oferta rozwojowa dla naszych pracowników

- **Employability** – otwórz się na nowe możliwości. Program przeznaczony jest dla wszystkich pracowników Grupy mBanku. Szczególnie ważną grupą są dla nas stanowiska, w których role i zadania zmieniają się, np. w wyniku automatyzacji lub zmiany celów biznesowych.
- **mAkademie** – wspierają różne obszary w banku, poszerzają wiedzę ekspercką, która odnosi się do najnowszych trendów rynkowych. W 2021 roku były to m.in. Data Academy, Akademia Agile, Akademia Ryzyka, Akademia Bezpieczeństwa. Akademie funkcjonujące w mBanku są przeznaczone dla wszystkich zatrudnionych pracowników bez względu na wymiar etatu.
- **Lider w nowej rzeczywistości** – skierowany do wszystkich nowo awansowanych menedżerów Grupy mBanku. Dostarcza podstaw wiedzy i narzędzi z zakresu nowych metod zarządzania i komunikacji z zespołem w warunkach zdalnych. W roku 2021 w programie wzięło udział 82 „młodych” menedżerów.
- **Indywidualny program diagnostyczno-rozwojowy** dla menedżerów Top100, w tym zarządu. Jest to indywidualny program rozwojowy z zakresu executive development. Prowadzą go zewnątrzni eksperci. Program obejmuje: identyfikację naturalnych mocnych stron i motywatorów menedżera (diagnoza potencjału), ocenę kompetencji menedżerskich w oparciu o wyskalowany model dla podobnych stanowisk w branży finansowej, dopasowany długoterminowy plan rozwoju (min. 24 miesiące), który uwzględnia wyniki analizy potencjału oraz oceny kompetencji. W ramach działań rozwojowych menedżerowie korzystają z wiodących światowych uczelni specjalizujących się w rozwijaniu kompetencji przywódczych – IMD, IESE, MIT, Harvard University, Mobius. Ze względu na koszty programu diagnozy oraz działań rozwojowych, a także czas, zaangażowanie w proces i wagę całego programu, każdego roku do programu zapraszamy od kilku do kilkunastu menedżerów Top100 lub członków zarządu. W 2021 roku w programie wzięło udział 7 osób: 6 dyrektorów Top100 oraz jeden członek zarządu. Dodatkowo w zagranicznych działaniach rozwojowych wzięło udział 2 menedżerów, którzy realizowali swój program rozwojowy w poprzednich latach, kiedy sytuacja epidemiologiczna ograniczyła możliwości wyjazdów zagranicznych. Osoby te uczestniczyły w programach Advanced Management Program, IESE oraz High Performance Leadership, IMD.

- **Studia podyplomowe** – w roku akademickim 2020/2021 dofinansowaliśmy studia podyplomowe 36 pracownikom. Zakres merytoryczny kierunków związany jest z obszarami: Big Data – analiza i przetwarzanie dużych zbiorów danych, Fintech – nowe zjawiska i technologie na rynku finansowym, Business Intelligence – wspomaganie decyzji biznesowych, Wizualna analityka danych, Zarządzanie projektami, Compliance.
- **Rozwijaj angielski** – program rozwoju umiejętności językowych (poziomy B2, C1 lub C2). Celem jest ćwiczenie komunikacji w języku angielskim i poszerzenie słownictwa. Liczba uczestników w 2021 roku to 1 550 osób.
- **Szkolenia indywidualne** (w tym szkolenia regulacyjne). Szczególnie istotne zagadnienia merytoryczne to: MIFID II, AML, KYC i monitoring relacji z klientami, nowoczesne technologie w działalności firm inwestycyjnych – aspekty regulacyjne, RODO, ESG w instytucjach finansowych, a także szkolenia związane z wdrożeniem narzędzi informatycznych. W 2021 roku w szkoleniach wzięło udział 1 415 uczestników.
- **Piątki z rozwojem** – cykliczne wydarzenia, które składają się z kilku do kilkunastu warsztatów, webinarów oraz konsultacji. Odbývają się w każdy piątek miesiąca. W ich trakcie pracownicy mają okazję rozwijać kompetencje miękkie, społeczne, biznesowe oraz informatyczne. W 2021 roku w spotkaniach wzięło udział ponad 12 000 uczestników.



DOBRA PRAKTYKA

Rozwijamy talenty pracowników

Latem 2021 roku uruchomiliśmy specjalny program Wakacje z talentami. Umożliwiliśmy wszystkim pracownikom pracę z własnymi talentami w formie indywidualnej.

W 2021 roku wprowadziliśmy również szkolenie Zaczynj od mocnych stron. Od listopada 2021 roku każdy nowy pracownik w procesie wdrażania w nowe obowiązki pracy otrzymuje dostęp do badania własnych talentów. Program składa się z raportu Clifton Strengths 34 i zaproszenia do udziału w szkoleniu. Podczas niego pracownik dowiaduje się, na czym polega podejście oparte na mocnych stronach Instytutu Gallupa, które stosujemy w naszej organizacji. Zrozumie, jak talenty mogą pomóc w realizacji celów i pracy zgodnej z naturalnymi preferencjami. Na koniec roku badanie wykonało 3 818 osób. W 2021 roku 2 265 osób przeszło szkolenia z zakresu mocnych stron.



DOBRA PRAKTYKA

LinkedIn Learning

W kwietniu 2021 roku zorganizowaliśmy spotkania poświęcone korzystaniu z portalu LinkedIn. W 8 webinarach i warsztatach uczestniczyło ok. 330 osób. mBank ma największy odsetek pracowników na LinkedIn wśród instytucji bankowych. Ponad 75% pracowników mBanku to użytkownicy tego portalu. Nasi pracownicy skorzystali z ponad 10,5 tys. kursów z bazy LinkedIn Learning. Umożliwiamy naszym pracownikom udział w szkoleniach zdalnych, a ich szeroki zakres tematyczny pozwala sięgnąć po wiedzę z wielu obszarów.

W bibliotece cyfrowej Legimi 2800 użytkowników wypożyczyło ponad 239 tys. książek. 280 osób skorzystało też z platformy SuperMemo do nauki języka angielskiego i niemieckiego. Dodatkowo, w intranecie gromadzimy i prezentujemy nagrania webinarów, które prowadzimy podczas niektórych wewnętrznych szkoleń.

Z myślą o edukacji i wsparciu młodych kandydatów na początku ścieżki zawodowej w mBanku prowadzimy **Program Rozwoju Młodych Talentów**. Studenci i absolwenci szkół wyższych mogą dowiedzieć się, jak wiedzę teoretyczną przełożyć na projekty biznesowe. Program pozwala na optymalizację procesów rekrutacyjnych i wzrost znaczenia rekrutacji wewnętrznych.

Program Rozwoju Młodych Talentów składa się z praktyk i staży dla studentów i absolwentów. Oferuje im zatrudnienie na umowę o pracę oraz dostęp do pracowniczych świadczeń i benefitów. Program praktyk jest tak skonstruowany, że można go pogodzić z zajęciami na uczelni lub innymi zobowiązaniami. W 2021 roku przyjęliśmy 77 praktykantów, z czego po programie zatrudniliśmy 30 osób w ramach Grupy. Program stażowy kierujemy do osób, które zdobyły już wcześniejsze doświadczenia na praktykach lub w kołach naukowych i organizacjach studenckich. W 2021 roku przyjęliśmy 10 stażystów, z czego po programie zatrudniliśmy 8 osób.

[GRI 404-1] [SDG 4] [SDG 5] [SDG 8] [SDG 10] Średnia liczba godzin szkoleniowych, które odbyli pracownicy w raportowanym okresie

	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki*
Kobiety	44	45	41
Mężczyźni	43	44	42

* mFaktoring, mBank Hipoteczny, mLeasing, mFinanse.

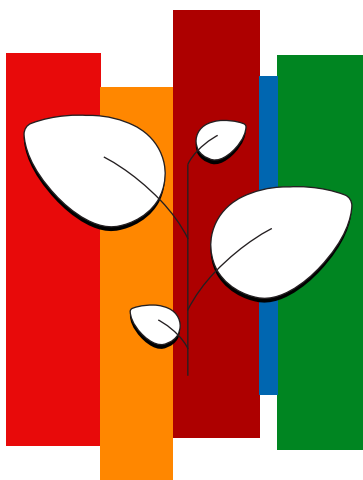
4.8. Prawa pracownika

Skrupulatnie przestrzegamy praw pracownika określonych w zewnętrznych przepisach oraz przyjętych regulacjach wewnętrznych. Uwzględniamy opinie osób zatrudnionych przy podejmowaniu decyzji, które ich dotyczą. Zarząd mBanku prowadzi otwarty dialog z pracownikami, a w ciągu roku organizowanych jest kilkanaście wspólnych spotkań, na których odpowiadamy na ich pytania. Dodatkowo w cyklicznym badaniu Pulse Check nasi pracownicy mogą ocenić satysfakcję z warunków pracy lub wyrazić swoje niezadowolenie, a także wskazać, co chcieliby zmienić w organizacji.

W mBanku działa Rada Pracowników, z którą współpracujemy w kwestiach dotyczących tematów pracowniczych. Rada spotyka się z partnerami HR oraz z prezesem banku, któremu przekazuje opinię dotyczącą jakości współpracy Rady z bankiem. Spotkania te traktujemy jako sposób na wskazanie zagadnień wymagających ewentualnej zmiany. W 2021 roku wśród omawianych z Radą Pracowników tematów znalazły się kwestie wynagradzania i benchmarków płacowych, wydatkowania środków z ZFSS, planowanych zmian w banku, regulaminu pracy oraz zasad pracy hybrydowej.

Przy mBanku funkcjonuje także Niezależny Związek Zawodowy Pracowników mBanku. Jesteśmy otwarci na współpracę z tą organizacją w zakresie określonym przepisami prawa. W 2021 r. media opisywały sytuację zwolnienia jednego z pracowników banku, który był członkiem związku. W lipcu 2022 r. strony zawarły ugodę, która zakończyła spór. Jesteśmy szczęśliwi, że w tej niełatwej dla obu stron sytuacji udało się osiągnąć kompromis.

4.9. Minimalizacja własnego wpływu na środowisko



[GRI 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Energia i emisje] Konsekwentnie od lat zmniejszamy nasz negatywny wpływ na klimat i środowisko. Wszystkie prośrodowiskowe inicjatywy prowadzimy pod hasłem „**mBank jest eko**”. Są to m.in. akcje pracownicze i specjalna sekcja w intranecie, gdzie budujemy świadomość i promujemy postawy ekologiczne. W 2021 roku pretekstem do ekoedukacji pracowników były m.in. Tydzień Ziemi czy święta Bożego Narodzenia. Przypominaliśmy pracownikom, jak postępować bardziej ekologicznie w codziennym życiu i wskazywaliśmy, jak ogromne znaczenie mają np. segregacja i zmniejszanie ilości odpadów, odpowiedzialne zakupy, ekologiczne kosmetyki i żywność, a także niemarnowanie jedzenia. Pracowników zapraszaliśmy też na spotkania z ekspertami, takimi jak np. Marcin Popkiewicz czy Jagna Niedzielska. Inicjatywy te cieszą się zainteresowaniem i angażują setki pracowników mBanku.

„mBank jest eko” to również inicjatywy systemowe, które zmniejszają zużycie zasobów takich jak woda, energia i papier oraz eliminują plastik. W 2020 roku zrezygnowaliśmy z drukowanych ulotek, a informacje o usługach prezentujemy klientom w formie elektronicznej. Dzięki tej decyzji oszczędzamy 5 ton papieru rocznie. Dodatkowo, postępująca cyfryzacja, system zarządzania wydrukami i przejście znacznej części pracowników w tryb pracy zdalnej pozwoliły zaoszczędzić ponad 5 mln kartek A4 w porównaniu z 2020 rokiem. W naszych placówkach stosujemy też perlatory, które pozwalają oszczędzać wodę, a także certyfikowane, ekologiczne środki czystości, które kupujemy w opakowaniach z recyklingu. Dzięki temu ostatniemu rozwiązaniu w 2021 roku udało się nam zaoszczędzić 76 kg ropy naftowej, 14 kg tworzyw sztucznych i 239 kg emisji CO₂.

Pandemia COVID-19 pokazała nam, że możemy dobrze funkcjonować w opcji „mniej”. Ta refleksja oraz wyzwania środowiskowo-klimatyczne spowodowały, że w 2020 i 2021 roku nie wręczaliśmy i nie przyjmowaliśmy prezentów świątecznych. Pozwala to znacznie zmniejszyć zużycie paliwa i ilość odpadów.

Zużycie papieru drukarkowego w Grupie mBanku

	Grupa mBanku	mBank Polska	Spółki i oddziały zagraniczne*
Liczba mln kartek A4 w 2019 roku	35,3	17,0	18,3
Liczba mln kartek A4 w 2020 roku	26,6	15,6	11,1
Liczba mln kartek A4 w 2021 roku	21,4	10,0	11,4

* mLeasing, mBank Hipoteczny, mFactoring, mFinanse, oddziały w Czechach i na Słowacji.

W 2021 roku w największych obiektach centrali banku w Warszawie (Wieża mBank) i Łodzi (Przystanek mBank), a także w jednym z dwóch centrów danych, **korzystaliśmy z energii elektrycznej z OZE**. Od stycznia 2022 roku z prądu z OZE korzystają też wszystkie oddziały mBanku, gdzie energię elektryczną kupujemy bezpośrednio od jej dystrybutora. W 2021 roku prąd z OZE stanowił 51% naszego zużycia energii elektrycznej.

Systematycznie modernizujemy też instalacje techniczne w placówkach banku. Głównie są to wymiany źródeł światła na LED, czy też starego sprzętu klimatyzacyjnego i wentylacyjnego na urządzenia wykorzystujące ekologiczne czynniki chłodnicze i systemy oszczędzające energię (rekuperacja, inwertery). Efektem pandemii COVID-19 jest też zorganizowanie pracy w systemie home office, dzięki czemu mogliśmy zmniejszyć liczbę biur w budynku Wieży mBank o około 30%.

[GRI 302-1] [GPW E-P2] [SDG 7] [SDG 8] [SDG 12] [SDG 13] Zużycie energii w organizacji

Zużycie energii (Grupa mBanku)	2019	2020	2021
Energia elektryczna (GWh)	14,0	12,3	26,2
w tym z OZE (GWh)	b.d.	b.d.	13,3
Gaz (tys. m ³)	216,8	105,3	145,1
Ogrzewanie OC (energia cieplna, TJ)	b.d.	b.d.	43,2
Benzyna (tys. l)	1578,3	898,7	1174,0
Olej napędowy (tys. l)	216,1	59,7	144,3

Zakres raportowanych danych dotyczących zużycia energii poszerzyliśmy w stosunku do „Sprawozdania Zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2021 roku”. M.in. uwzględniliśmy dodatkowe spółki z Grupy mBanku i uzupełniliśmy brakujące dane o zużyciu energii lub oszacowaliśmy ich wartość.

4.9.1. Emisje gazów cieplarnianych

Emisje gazów cieplarnianych Grupy mBanku w 2021 roku po raz pierwszy policzyliśmy w szerokim ujęciu, obejmującym wszystkie trzy zakresy emisji:

- zakres 1 – emisje bezpośrednie powstałe w wyniku spalania paliw w źródłach będących własnością firmy, a także powstałe w wyniku ulatniających się czynników chłodniczych,
- zakres 2 – emisje powstałe w wyniku zużywania energii zakupionej czy dostarczonej z zewnątrz,

- zakres 3 – inne pośrednie emisje powstałe w łańcuchu wartości:
 - kategoria 1 „Zakupione towary i usługi” – emisje wynikające ze zużycia papieru biurowego i marketingowego, zakupionych kart płatniczych oraz kart floty samochodowej, a także usług kurierskich,
 - kategoria 2 „Dobra kapitałowe” – emisje wynikające z zakupionego sprzętu IT (drukarki, drukarki ze skanerem, laptopy, wieże PC, monitory do PC, monitory do wyświetlania kampanii marketingowych, smartfony, telefony komórkowe, tablety),
 - kategoria 3 „Emisje związane z energią i paliwami nieujęte w zakresie 1 i 2” – emisje wynikające ze strat przesyłowych energii elektrycznej i ciepłej oraz emisje „od studni do zbiornika” na wcześniejszych etapach łańcucha produkcyjnego energii i paliw.

Wartość tych emisji wyniosła (Grupa mBanku łącznie):

Kategoria emisji	Wartość emisji (tony CO ₂ e rocznie)
Emisje CO ₂ e – zakres 1	3 295,42
Emisje CO ₂ e – zakres 2 (wg metodologii market-based)	12 649,97
Emisje CO ₂ e – zakres 2 (wg metodologii location-based)	22 267,19
Emisje CO ₂ e – zakres 3 (kategoria 1, 2, 3)	8 275,14
Emisje CO₂e – łącznie (w tym zakres 2 wg metodologii market-based)	24 220,53

Dane te zaktualizowaliśmy w stosunku do „Sprawozdania Zarządu z działalności Grupy mBanku S.A. w 2021 roku”. Zakres raportowania znacznie poszerzyliśmy w stosunku do poprzednich lat:

- uwzględniliśmy emisje z zakresu 3 (w kategoriach 1-3, jak wyżej),
- uwzględniliśmy emisje generowane w związku z działalnością dodatkowych spółek z Grupy mBanku: Asekum, LeaseLink i mElements. Łącznie raportowaniem objęliśmy tym samym 10 spółek. Takie granice raportowania przyjęliśmy na podstawie kryterium kontroli operacyjnej,
- w zakresie 1 uwzględniliśmy emisje z ulatniających się czynników chłodniczych z urządzeń klimatyzacyjnych, a także ze 100% opłaconego przez mBank paliwa zużytego przez samochody firmowe, nawet jeśli pracownik używał pojazdu do celów prywatnych.

Emisje te, wyrażone w ekwiwalencie CO₂ (CO₂e), obejmują również inne gazy cieplarniane: metan (CH₄), podtlenek azotu (N₂O), sześćfluorek siarki (SF₆), perfluorowęglowodory (PFC), hydrofluorowęglowodory (HFC) oraz trójfluorek azotu (NF₃). Przy obliczaniu naszego śladu węglowego stosujemy standardy i zalecenia GHG Protocol. W przypadku zakresu 2 stosujemy metodologię market-based, a więc wskaźnik emisji z zakupionej energii według jej dostawcy, oraz location-based, a więc wskaźnik krajowy.

[GRI 305-1] [GRI 305-2] [GPW E-P1] [SDG 3] [SDG 12] [SDG 13] [SDG 14] [SDG 15] Emisje gazów cieplarnianych

Emisje gazów cieplarnianych (Grupa mBanku, tony CO ₂ e rocznie)	2019	2020	2021 węższy zakres	2021 szerszy zakres
Zakres raportowania	Zakresy 1 i 2, zawężony			Zakresy 1, 2, 3
Emisje CO ₂ e – łącznie zakres 1 i 2 (tony metryczne)	15 421,99	9 371,42	5 561,59	24 220,53

Emisje Grupy mBanku w wysokości 24 220,53 ton CO₂e w 2021 roku były znacznie wyższe niż te, które raportowaliśmy w dwóch poprzednich latach. Wynika to jednak z faktu, że znacznie poszerzyliśmy zakres analizy. W poprzednich latach m.in. uwzględnialiśmy emisje wyłącznie w zakresie 1 i 2, nie badaliśmy konsumpcji energii elektrycznej we wszystkich budynkach oraz nie uwzględnialiśmy ogrzewania z sieci OC. Ślad węglowy odpowiadający zużyciu energii w zakresie, jaki raportowaliśmy w poprzednich latach, w 2021 roku wyniósł 5 561,59 ton CO₂e, a więc był o 40% niższy niż rok wcześniej. Pozwala to stwierdzić, że mimo wyższej emisji całkowitej zaraportowanej za rok 2021, na przestrzeni roku udało się nam zmniejszyć intensywność emisji w zakresie podawanym w poprzednich latach.

[GRI 305-4][GPW E-S1] [SDG 13] [SDG 14] [SDG 15] Intensywność emisji

Wskaźniki intensywności emisji (Grupa mBanku)	2019	2020	2021 węższy zakres	2021 szerszy zakres
Emisje na pracownika (Mg CO ₂ e / osobę*)	1,88	1,13	0,67	2,90
Emisje na 1 mln zł dochodów Mg CO ₂ e / 1 mln zł dochodów)	2,79	1,60	0,91	3,96

* Liczba osób zatrudnionych na koniec danego roku (w tym osoby na długotrwałych zwolnieniach; z pominięciem: osób zatrudnionych na zastępstwo, stażystów i praktykantów, osób zatrudnionych na etatach technicznych, tzw. dostępowych).



DOBRA PRAKTYKA

Neutralność klimatyczna do 2030 i 2050 roku

W listopadzie 2021 roku przyjęliśmy nową strategię na lata 2021-25. Jednym z jej istotnych elementów było zobowiązanie dotyczące neutralności klimatycznej Grupy mBanku. Ogłosiliśmy, że do 2030 roku osiągniemy ją w zakresie 1 i 2, a **do roku 2050 roku staniemy się bankiem w pełni neutralnym klimatycznie**, łącznie z emisjami związanymi z naszym portfelem kredytowym. Jako partner naszych klientów biznesowych chcemy wspierać ich transformację w kierunku działalności zeroemisyjnej. W projektowaniu naszej ścieżki dekarbonizacji wykorzystamy opartą na dowodach naukowych metodologię, która pozwoli nam realnie włączyć się w osiągnięcie celów Paryskiego Porozumienia Klimatycznego.

Więcej informacji o strategicznych celach ESG można znaleźć w rozdziale „[Elementy ESG strategii](#)”.

W kolejnych latach nasz sposób analizy i raportowania emisji gazów cieplarnianych będzie dążył do:

- 1 Coraz szerszego zakresu ujawnień.** Emisje w zakresie 3 chcemy obliczać i publikować z uwzględnieniem kolejnych kategorii emisji. Planujemy analizować m.in. emisje związane z podróżami służbowymi naszych pracowników czy z ich dojazdami do pracy. W dalszej kolejności chcemy mierzyć również emisje związane z finansowaniem, jakiego udzielamy naszym klientom. Zastosujemy metodologię organizacji Partnership for Carbon Accounting Financials (PCAF). Będziemy też poszerzać spektrum źródeł emisji w kategoriach 1-3 zakresu 3, które po raz pierwszy zaraportowaliśmy za 2021 rok.
- 2 Poprawy jakości danych i zwiększenia dokładności obliczeń.** W związku z ograniczeniami w dostępie do danych wejściowych, przy obliczaniu śladu węglowego Grupy mBanku w 2021 roku zastosowaliśmy różnego rodzaju założenia, szacunki i przybliżenia. Zakładamy, że z biegiem czasu wypracujemy nowe metody zbierania danych dostępnych w Grupie mBanku, a także zwiększy się dostępność danych zewnętrznych, na przykład tych dotyczących śladu węglowego naszych klientów korporacyjnych. Bardziej precyzyjne obliczenie naszego śladu węglowego pozwoli nam określić punkt wyjścia dla naszej ścieżki dekarbonizacji.

Dodatkowe informacje na temat naszych działań, które mają na celu obniżenie naszego śladu węglowego związanego z finansowaniem, jakiego udzielamy naszym klientom, można znaleźć w rozdziale „[Zrównoważone finansowanie](#)”.

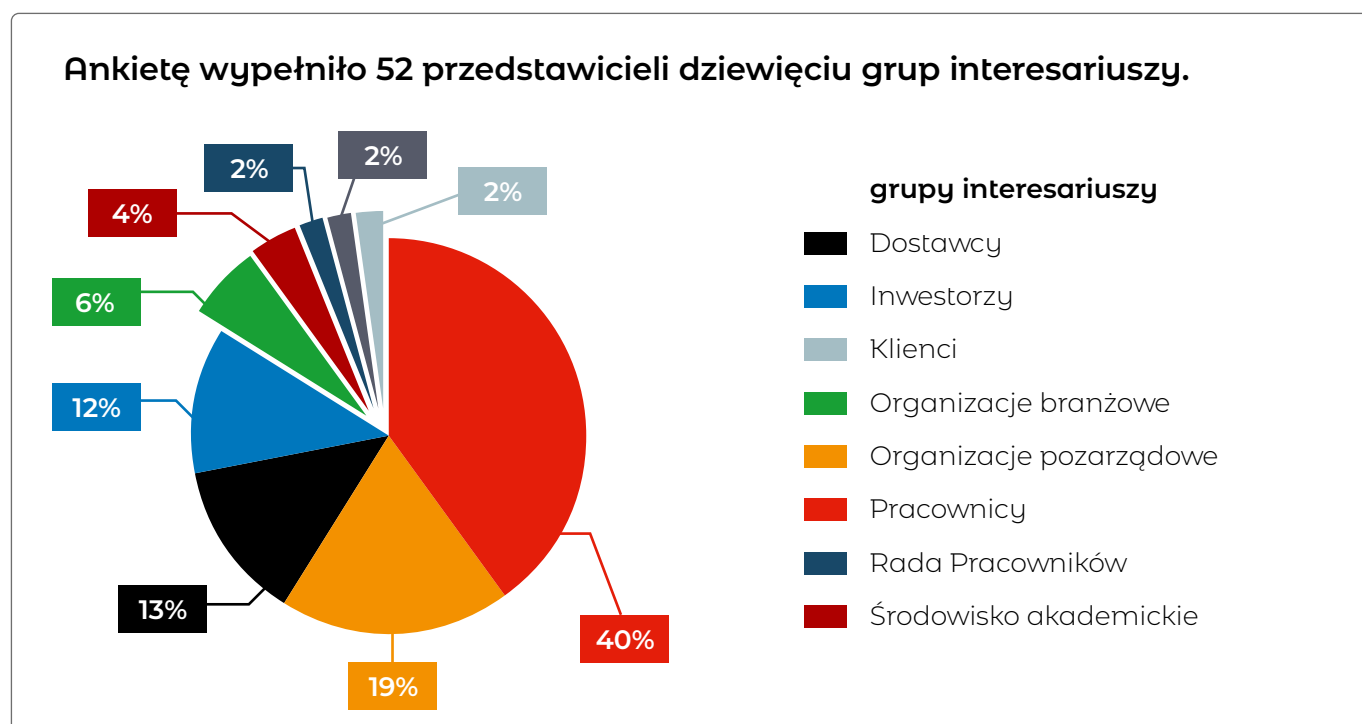
5 o raporcie

[GRI 102-45] [GRI 102-50] [GRI 102-51] [GRI 102-52] [GRI 102-54] Ten raport przygotowaliśmy zgodnie z metodyką GRI Standards na poziomie Core. Dane prezentujemy w zgodzie z wytycznymi raportowania zintegrowanego oraz zgodnie z 10 zasadami Global Compact. Wskaźniki GRI przyporządkowaliśmy także do odpowiednich Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG), w oparciu o dokument pt. "Linking the SDGs and the GRI Standards" opublikowany przez Global Reporting Initiative i zaktualizowany w maju 2022 roku. Dokument obejmuje Grupę mBanku z oddziałami w Czechach i na Słowacji oraz wybrane spółki Grupy mBanku. Są to mLeasing, mFaktoring, mBank Hipoteczny i mFinanse. Wymienione spółki wybraliśmy na podstawie kryterium wielkości zatrudnienia. Raport dotyczy okresu od 1 stycznia 2021 roku do 31 grudnia 2021 roku, chyba, że w tekście wskazano inny okres. Grupa mBanku raportuje w cyklu rocznym, a poprzedni raport ukazał się w 2021 roku i obejmował swoim zakresem rok 2020. Raport jest jednocześnie naszym raportem Communication on Progress wymaganym przez UN Global Compact.

[GRI 102-48] [GRI 102-49] [GRI 102-56] Raportu nie poddaliśmy zewnętrznej weryfikacji. Dokument nie zawiera korekt informacji zawartych w Raporcie zintegrowanym za 2020 rok. Wprowadziliśmy natomiast znaczne zmiany dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiarów zastosowanych w raporcie. Do obliczenia wskaźników GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 401-3, GRI 404-1, GRI 405-1, GRI 405-2 została użyta średnia ważona, wagę stanowiła liczba pracowników w danej spółce Grupy.

5.1. Analiza istotności – dialog z interesariuszami

[GRI 102-44] [GRI 102-46] [GRI 102-47] W 2021 roku zorganizowaliśmy sesję dialogową dla kluczowych grup naszych interesariuszy. Przygotowując publikację raportu, poprosiliśmy o opinię na temat najważniejszych tematów związanych z naszym zrównoważonym rozwojem – zarówno pod kątem wpływu naszej organizacji na dany temat, jak i wpływu danego zagadnienia na naszą organizację.

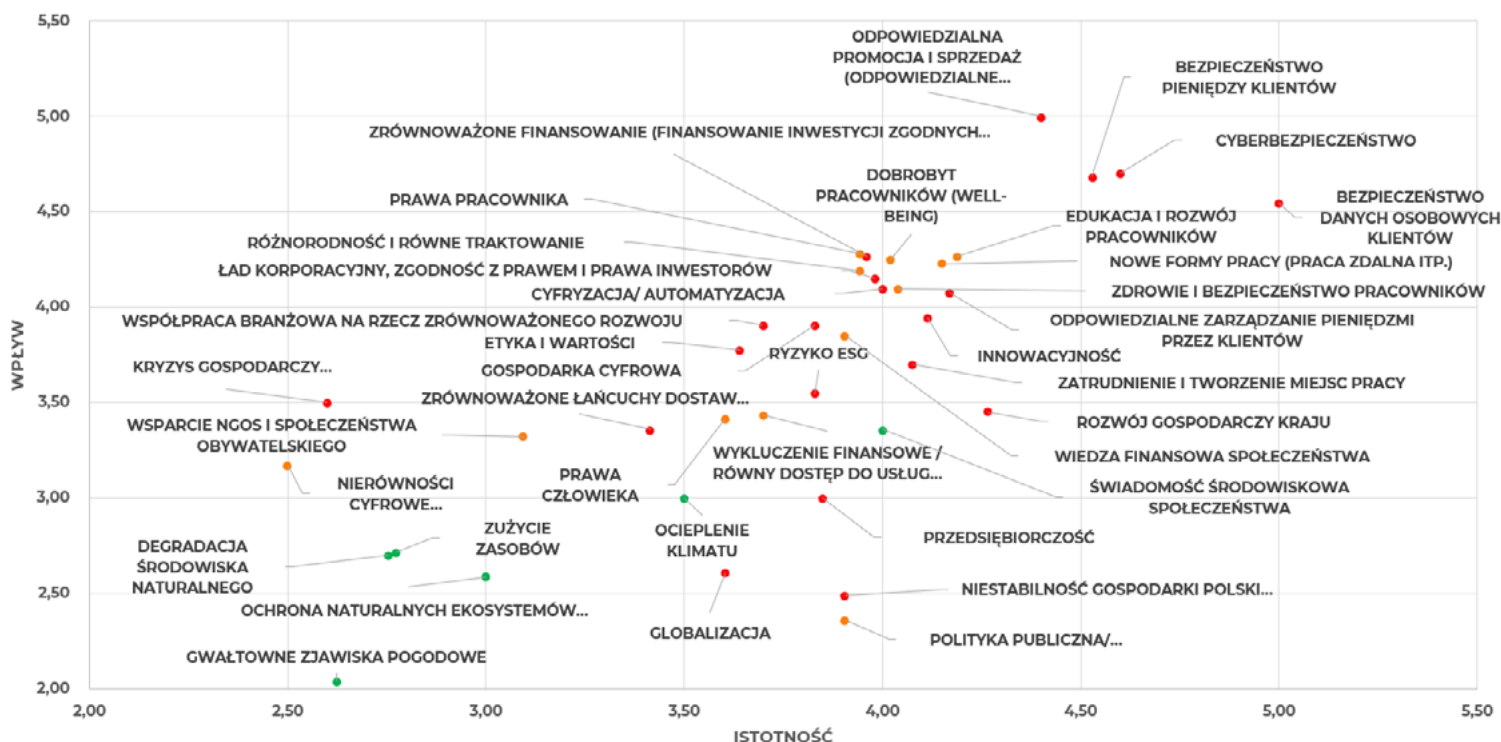


Więcej informacji o interesariuszach mBanku można znaleźć w sekcji „[Interesariusze mBanku](#)”.

Istotne tematy ESG wskazane przez naszych interesariuszy

Temat	Wpływ	Istotność	Rozdział w raporcie, w którym opisujemy dany temat
Odpowiedzialna promocja i sprzedaż (odpowiedzialne produkty finansowe, zrozumiałe i dopasowane do potrzeb, odpowiedzialna komunikacja i marketing, brak misselingu)	5,00	4,40	3.2. Odpowiedzialna sprzedaż i produkty
Cyberbezpieczeństwo	4,70	4,60	2.5.1. Cyberbezpieczeństwo
Bezpieczeństwo pieniędzy klientów	4,68	4,53	2.5. Bezpieczeństwo i prywatność
Bezpieczeństwo danych osobowych klientów	4,55	5,00	2.5.2. Bezpieczne dane osobowe
Prawa pracownika	4,28	3,94	4.8. Prawa pracownika
Zrównoważone finansowanie (finansowanie inwestycji zgodnych z celami społecznymi/środowiskowymi)	4,26	3,96	3.6. Zrównoważone finansowanie
Edukacja i rozwój pracowników	4,26	4,19	4.7. Rozwój pracowników
Dobrobyt pracowników (well-being)	4,25	4,02	4.4. Nowy tryb pracy i dobrostan pracowników
Nowe formy pracy (praca zdalna itp.)	4,23	4,15	4.4. Nowy tryb pracy i dobrostan pracowników
Różnorodność i równe traktowanie	4,19	3,94	4.6. Różnorodność i inkluzywność

Na podstawie udzielonych odpowiedzi przygotowaliśmy **mapę istotności** tematów zgłaszanych przez interesariuszy:



5.2. Spis wskaźników ujawnionych w raporcie

[GRI 102-55]

Nr wskaźnika GRI*	Nazwa wskaźnika	Nr wskaźnika SDG	Nr wskaźnika GPW	Rozdział w raporcie
102-1	Nazwa organizacji			1.1 Podstawowe informacje o mBanku
102-2	Opis działalności organizacji, główne marki, produkty i/lub usługi			
102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji			
102-4	Lokalizacja działalności operacyjnej			
102-5	Forma własności i struktura prawna organizacji			
102-6	Obsługiwane rynki			
102-7	Skala działalności			
102-8	Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji			4. Pracownicy i kultura organizacyjna
102-9	Opis łańcucha dostaw			1.7.4. Zasady dla dostawców
102-10	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości			1.1 Podstawowe informacje o mBanku
102-11	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności		GPW E-P3	1.6.1. Fundamenty zarządzania ryzykiem
102-12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy			1.3.2. Interesariusze mBanku
102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach			
Strategia				
102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla			List prezesa
Etyka i uczciwość				
102-16	Wartości organizacji, kodeks etyki, zasady i normy zachowań		GPW G-P2	1.7. Etyka, wartości
102-17	Mechanizmy umożliwiające uzyskanie porady dot. zachowań w kwestiach etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji		GPW G-P4	4.2. Przeciwdziałanie mobbingowi
Ład korporacyjny				
102-18	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy			1.5.2. Kluczowi decydenci – organy spółki
Zaangażowanie interesariuszy				
102-40	Lista grup interesariuszy zaangażowanych przez organizację raportującą			1.3.2. Interesariusze mBanku
102-41	Pracownicy objęci umowami zbiorowymi		GPW G -P4	0%
102-42	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy zaangażowanych przez organizację			1.3.2. Interesariusze mBanku
102-43	Podejście do angażowania interesariuszy, włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy			
102-44	Kluczowe tematy i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie			5.1. Analiza istotności – dialog z interesariuszami

Praktyka raportowania				
102-45	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym			5. O raporcie
102-46	Proces definiowania treści raportu			5.1. Analiza istotności – dialog z interesariuszami
102-47	Zidentyfikowane istotne tematy			
102-48	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)			5. O raporcie
102-49	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie			
102-50	Okres raportowania			
102-51	Data publikacji ostatniego raportu			
102-52	Cykl raportowania			
102-53	Dane kontaktowe			5.1. Analiza istotności – dialog z interesariuszami
102-54	Wskazanie czy raport sporządzono zgodnie ze Standardem GRI w opcji Core lub Comprehensive			5. O raporcie
102-55	Indeks GRI			5.2. Spis wskaźników ujawnionych w raporcie
102-56	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu			5. O raporcie
Wyniki ekonomiczne i obecność na rynku				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń		GPW G-P2	3.9. Wsparcie rozwoju gospodarczego
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy		GPW G-P4	
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	SDG 8 SDG 9		
202-1	Wysokość wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w stosunku do płacy minimalnej	SDG 1 SDG 5 SDG 8		4.3. Motywacja pracowników
Przeciwdziałanie korupcji i zachowania antykonkurencyjne				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			1.7.1. Przeciwdziałanie korupcji
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
205-1	Działania przeanalizowane pod kątem korupcji	SDG 16	GPW G-P3	
205-2	Szkolenia dla pracowników i kadry menedżerskiej poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym	SDG 16	GPW G-P4	
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie	SDG 16	GPW G-P5	
206-1	Podjęte działania prawne dotyczące zachowań antykonkurencyjnych oraz praktyk łamania regulacji antymonopolowych	SDG 16		1.7.5. Uczciwa konkurencja

Energia i emisje				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			4.9 Minimalizacja własnego wpływu na środowisko
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
302-1	Zużycie energii w organizacji	SDG 7 SDG 8 SDG 12 SDG 13	GPW E-P2	
305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)	SDG 3 SDG 12 SDG 13 SDG 14 SDG 15	GPW E-P1	4.9.1. Emisje gazów cieplarnianych
305-2	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)	SDG 3 SDG 12 SDG 13 SDG 14 SDG 15	GPW E-P1	
305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	SDG 13 SDG 14 SDG 15	GPW E-S1	
Zatrudnienie, zdrowie i bezpieczeństwo				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			4.1. Satysfakcja i zaangażowanie pracowników
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
401-1	Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść w okresie raportowania		GPW S-P3	
401-2	Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym	SDG 1 SDG 5 SDG 8		4.3. Motywacja pracowników
401-3	Urlopy rodzicielskie	SDG 5 SDG 8		4.6.1. Kultura szacunku dla różnorodności
403-2**	Procesy identyfikacji zagrożeń, ocena ryzyka oraz badania wypadków	SDG 8	GPW S-S1	4.5. Bezpieczeństwo i higiena pracy
Szkolenia i edukacja				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			4.7.2. Programy rozwojowe
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
404-1	Liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia	SDG 4 SDG 5 SDG 8 SDG 10	GPW G-P3	
404-3	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądowi rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia	SDG 5 SDG 8 SDG 10		4.7.1. Zarządzanie przez cele

Różnorodność i równe traktowanie				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			4.6.2. Wyrównywanie szans kobiet w miejscu pracy
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
405-1	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	SDG 7 SDG 8 SDG 12 SDG 13	GPW S-P1	4.6.3. Różnorodność zarządu i rady nadzorczej
405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia mężczyzn do wynagrodzenia kobiet według zajmowanego stanowiska	SDG 5 SDG 8 SDG 10	GPW S-P2	4.6.2. Wyrównywanie szans kobiet w miejscu pracy
Marketing i oznakowanie				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			3.2.2. Odpowiedzialna sprzedaż i marketing
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
417-3	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej	SDG 16		
Prywatność klientów				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			2.5.2. Bezpieczne dane osobowe
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
418-1	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej	SDG 16	GPW G-S1	
Zgodność społeczno-ekonomiczna				
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń			1.8. Zgodność z prawem i standardami (compliance)
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy			
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania			
419-1	Niezgodność z przepisami i regulacjami w obszarze społecznym i gospodarczym – wartość pieniężna istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostawy i użytkowania produktów i usług	SDG 16		

* Standard GRI 2016

** Standard GRI 2018

5.3. Kontakt w sprawie raportu

[GRI 102-53]

Zespół ESG mBanku: csr@mbank.pl

