



**Deklaracja budowania
relacji
z otoczeniem
społecznym oraz
minimalizowania
negatywnego wpływu
na społeczeństwo**

w Banku Ochrony
Środowiska S.A.

Spis treści

Wstęp	3
Postanowienia ogólne	3
Cele Deklaracji	3
Zobowiązanie Banku do przestrzegania najwyższych standardów zrównoważonego rozwoju	3
Środowisko	4
Prawa człowieka	4
Ład korporacyjny	4
Komunikacja z Interesariuszami Banku	4
Interesariusze Banku	5
Klienci Banku	5
Pracownicy Banku	6
Dostawcy i partnerzy biznesowi	6
Otoczenie społeczne	6
Organizacje środowiskowe	7
Regulatorzy i organy nadzorcze	7
Inwestorzy i akcjonariusze	7
Grupa BOŚ	7
Działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu	8
Zasady komunikacji kryzysowej	8
Polityka mitygacji negatywnego wpływu na społeczeństwo	8
Zakres obowiązywania i realizacja Deklaracji	9

Wstęp

Społeczna odpowiedzialność i utrzymywanie dobrych relacji z otoczeniem stanowi jeden z filarów tożsamości Banku Ochrony Środowiska S.A.. Bank jest świadomy, że odpowiedzialny biznes oznacza realne i wymierne zobowiązania wobec społeczeństwa i środowiska naturalnego, w tym także przestrzeganie obowiązujących standardów ładu korporacyjnego.

BOŚ S.A. od ponad 30 lat nie tylko koncentruje się na zapewnieniu wysokiej jakości produktów finansowania przedsięwzięć proekologicznych, ale także kontynuuje misję bycia liderem zielonej zmiany w zakresie finansowania przedsięwzięć proekologicznych, przy jednoczesnym zachowaniu standardów obowiązujących instytucję zaufania publicznego.

§ 1 Postanowienia ogólne

Dla potrzeb niniejszej „Deklaracji budowania relacji z otoczeniem społecznym oraz minimalizowania negatywnego wpływu na społeczeństwo w Banku Ochrony Środowiska S.A.”, zwanej dalej „Deklaracją”, wprowadza się następujące definicje:

- 1) Bank, Spółka, BOŚ S.A. – Bank Ochrony Środowiska S.A.;
- 2) Zarząd – Zarząd Banku Ochrony Środowiska S.A.;
- 3) Interesariusze – podmioty mogące wpływać na działania Banku oraz pozostające pod wpływem jego działalności;

§ 2 Cele Deklaracji

1. Celem Deklaracji jest:
 - 1) określenie odpowiedzialności Banku za wpływ podejmowanych decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko;
 - 2) zapewnienie przejrzystych i etycznych zasad postępowania w zakresie oddziaływania na otoczenie, co przyczyni się do realizacji celów zrównoważonego rozwoju, m.in. dzięki uwzględnieniu oczekiwań Interesariuszy.

§ 3 Zobowiązanie Banku do przestrzegania najwyższych standardów zrównoważonego rozwoju

1. Działalność Banku jest zgodna z obowiązującymi praktykami zrównoważonego rozwoju, zakładającymi świadome i odpowiedzialnie ukształtowane relacje między wzrostem gospodarczym, dbałością o środowisko naturalne oraz zdrowiem człowieka.
2. Bank realizuje działania w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju na podstawie Strategii ESG, która wyznacza cele Banku w obszarach ochrony środowiska, troski o społeczeństwo oraz ładu korporacyjnego.
3. Wszystkie produkty oferowane przez Bank są zgodne z prawem i rekomendacjami wydawanymi przez organy nadzorujące działalność Banku, praktykami branżowymi oraz wewnętrznymi przepisami i oczekiwaniami Banku. Spółka dąży, by produkty były w jak największym stopniu dostosowane do potrzeb i interesów klientów oraz nie wywierały na nich negatywnego wpływu.

§ 4 **Środowisko**

1. Realizując proekologiczną misję, Bank jest zobowiązany przestrzegać wymagań prawnych i innych uregulowań środowiskowych mających zastosowanie do prowadzonej działalności oraz uwzględniać te wymogi w przepisach wewnętrznych.
2. Bank jako organizacja zaufania publicznego ma świadomość wpływu podejmowanych decyzji i działań na środowisko. Jest świadom istnienia zagrożeń i ryzyk wynikających z procesu nieodpowiedzialnego korzystania z dostępnych zasobów naturalnych. W swojej działalności Bank kieruje się zasadą minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko i zasoby naturalne.

§ 5 **Prawa człowieka**

1. W ramach prowadzonej działalności Bank zobowiązuje się do respektowania i przestrzegania praw człowieka w odniesieniu do pracowników, klientów, partnerów biznesowych i społeczności lokalnych.
2. Bank przyjmuje odpowiedzialność za poszanowanie i ochronę fundamentalnych praw człowieka oraz zobowiązuje się do ich respektowania zgodnie z zasadami określonymi w krajowych oraz uznanych międzynarodowych normach lub standardach. Powyższe zasady obejmują wszystkie osoby zatrudnione w Banku, bez względu na podstawę tego zatrudnienia oraz jego klientów, partnerów i pozostałych Interesariuszy.

§ 6 **Ład korporacyjny**

1. Bank jako spółka notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie stosuje zasady ładu korporacyjnego zawarte w „Dobrych praktykach spółek notowanych na GPW 2021”.
2. W 2018 r. organy statutowe Banku, tj.: Zarząd BOŚ S.A., Rada Nadzorcza BOŚ S.A. oraz Walne Zgromadzenia BOŚ S.A. przyjęły „Zasady ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych” wydane przez Komisję Nadzoru Finansowego.

§ 7 **Komunikacja z Interesariuszami Banku**

1. Kluczowym elementem relacji z otoczeniem społecznym jest przyjazna i skuteczna komunikacja z Interesariuszami Banku. Spółka prowadzi dialog z Interesariuszami w oparciu o standard AA1000W.
2. Bank realizując działania komunikacyjne, wspiera realizację celów strategicznych Banku, poprzez budowanie dobrej reputacji i zaufania do Spółki oraz marki BOŚ S.A.
3. Przekazywane informacje formułowane są w sposób prosty i umożliwiający ich zrozumienie, zgodnie z „Deklaracją banków w sprawie standardu prostego języka”.
4. Komunikacja Banku jest realizowana poprzez dwa obszary komunikacyjne: komunikację zewnętrzną oraz komunikację wewnętrzną. Bank prowadząc komunikację, dąży do podnoszenia i rozwijania wypracowanych standardów komunikacji.

5. Komunikacja zewnętrzna kierowana jest do klientów, społeczności, władz oraz przedstawicieli mediów. Dotyczy ona działań skierowanych na zewnątrz firmy: media relations i public affairs, zrównoważony rozwój, zarządzanie marką. Prowadzone działania mają na celu utrzymanie właściwej reputacji i budowanie odpowiedniego wizerunku Banku, pozyskanie akceptacji Interesariuszy dla realizowanych zadań oraz spełnienie obowiązku informacyjnego. Komunikacja zewnętrzna skupia się także na umocnieniu wizerunku Banku jako kluczowego podmiotu zapewniającego finansowanie inwestycji proekologicznych, działającego z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju oraz na poszerzaniu społecznej świadomości dotyczącej konieczności rozwoju i inwestycji w ochronę środowiska.
6. W komunikacji zewnętrznej Bank Ochrony Środowiska S.A. wykorzystuje spektrum narzędzi, m.in.: stronę internetową Banku, media społecznościowe, materiały reklamowe, raporty. Organizuje konferencje i spotkania prasowe, transmisje online. Bank prowadzi kampanie informacyjne, promocyjne i edukacyjne oraz konkursy promujące ekologiczne postawy.
7. Komunikacja wewnętrzna obejmuje działania komunikacyjne i integracyjne skierowane do pracowników Banku. Działania te obejmują m.in.: spotkania projektowe, spotkania integracyjne, spotkania informacyjne lub wynikowe, prowadzenie wewnętrznego portalu intranetowego, redagowanie wewnętrznego mailingu skierowanego do pracowników Banku, realizowanie wewnętrznych kampanii informacyjnych. Wszystkie działania komunikacyjne są prowadzone przez pryzmat zasad zrównoważonego rozwoju. Głównym celem działań planowanych w obszarze komunikacji wewnętrznej jest umacnianie zaangażowania pracowników, budowanie spójnej dla Banku kultury korporacyjnej opartej na odpowiedzialności i partnerskiej współpracy.

§ 8 Interesariusze Banku

1. Bank utrzymuje stałe relacje z kluczowymi grupami Interesariuszy.
2. Sposób działania Banku ma na celu zbudowanie współpracy pomiędzy poszczególnymi grupami Interesariuszy.
3. Bank identyfikuje opinie, poglądy i potrzeby poszczególnych grup Interesariuszy, aby doskonalić sposoby i zakres współpracy, ze szczególnym uwzględnieniem klientów banku w celu dostosowywania oferty do ich potrzeb.

§ 9 Klienci Banku

1. Zadowolenie klientów i budowanie z nimi długofalowych relacji należy do najważniejszych celów Banku.
2. Głównym miejscem osobistego kontaktu z klientami są centra biznesowe i oddziały operacyjne banku. Do dyspozycji klientów Bank udostępnia różne kanały komunikacji: infolinię, stronę www (formularz kontaktowy, bankowość internetowa), konta w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram i LinkedIn.
3. Bank przeprowadza badania satysfakcji z obsługi bezpośredniej w centrach biznesowych i oddziałach operacyjnych oraz obsługi poprzez infolinię, sprawdzając zadowolenie obecnych oraz potencjalnych klientów.
4. Bank podejmuje działania edukacyjne oraz tworzy specjalistycznie ukierunkowaną ofertę, aby klientami zostały przede wszystkim osoby świadomie wybierające Bank, ze względu na swoje przekonania społeczne i ekologiczne. Takie osoby będą wsparciem dla idei, która zawarta jest w strategii Banku tj. świadomego, odpowiedzialnego społecznie działania.

5. W kontaktach z klientami instytucjonalnymi Bank koncentruje się na budowaniu relacji opartych o transparentność, otwartość i dostarczanie rozwiązań dopasowanych do ich potrzeb. Bank inwestuje w edukację i rozwój klientów, zapewniając im dostęp do odpowiedniej wiedzy i ekspertyzy, w tym korzystania z profesjonalnego doradztwa zespołu inżynierów ekologów.

§ 10 Pracownicy Banku

1. Bank tworzy przyjazne miejsce pracy, w którym pracownicy kierują się wartościami: współpracą, zaangażowaniem, profesjonalizmem, oraz szacunkiem dla innych i ekologii. Szczególną uwagę zwraca na działania umacniające kulturę organizacji i atmosferę pracy.
2. Bank poznaje opinie pracowników poprzez cykliczne badania opinii pracowniczej.
3. Informacje do pracowników przekazywane są w Intranecie, newsletterze, za pomocą tablic informacyjnych lub w wiadomościach wysyłanych z dedykowanej skrzynki mailowej.
4. Kluczowe zasady w zakresie transparentności, uczciwości oraz etyki w Banku regulują stosowne przepisy wewnętrzne. Podstawowym dokumentem regulującym kwestię etyki pracy jest Kodeks Etyki Banku Ochrony Środowiska S.A.
5. W Banku obowiązuje wewnętrzna Polityka antymobbingowa, która służy przeciwdziałaniu zjawisku mobbingu.

§ 12 Dostawcy i partnerzy biznesowi

1. Bank dba o bieżący kontakt z partnerami biznesowymi i dostawcami. Podstawowymi kanałami komunikacji z dostawcami i partnerami biznesowymi są telefony, komunikacja elektroniczna (e-maile), spotkania.
2. Bank jest aktywnym uczestnikiem wielu konferencji służących budowaniu wiedzy i wymianie doświadczeń w tematyce zielonej transformacji oraz innych działań proekologicznych.
3. W ramach zobowiązania do tworzenia zrównoważonego łańcucha dostaw, Bank wdrożył Standardy postępowania dla dostawców Banku Ochrony Środowiska S.A.

§ 13 Otoczenie społeczne

1. Realizując strategię biznesową, Bank kieruje się nie tylko uwarunkowaniami ekonomicznymi, ale również interesami swoich klientów, pracowników, akcjonariuszy, partnerów biznesowych i środowiska lokalnego.
2. Bank aktywnie angażuje się w działania charytatywne na rzecz lokalnej społeczności oraz zachęca swoich pracowników do podejmowania działań w tym zakresie.
3. Bank realizuje szereg działań społecznych poprzez programy Fundacji BOŚ działającej na rzecz ochrony środowiska, kształtowania postaw proekologicznych oraz szeroko pojętego zrównoważonego rozwoju. Programy Fundacji BOŚ aktywnie promują także zdrowy tryb życia i właściwe postawy żywieniowe.

4. Fundacja BOŚ umożliwi pracownikom Banku podejmowanie działań na rzecz społeczności lokalnych poprzez wspieranie programu wolontariatu pracowniczego.
5. Bank sprzyja inicjatywom lokalnym poprzez kształtowanie i rozwój odpowiedzialności w biznesie, a także tworzenie podstaw wzrostu ekonomicznego.
6. Bank podejmuje współpracę z organizacjami dążącymi do podniesienia jakości życia lokalnej społeczności i angażuje się w działania mające na celu realizację tego postulatu.
7. Bank analizuje wpływ swojej działalności na lokalne środowisko w perspektywie długookresowej i uwzględnia ten element w planach swojego rozwoju m.in. poprzez coroczne obliczanie wysokości śladu węglowego i zobowiązania do sukcesywnego ograniczania tego śladu.

§ 14 **Organizacje środowiskowe**

1. Bank aktywnie uczestniczy w dialogu dotyczącym ochrony środowiska i zrównoważonego finansowania m.in. poprzez uczestnictwo w pracach zespołów roboczych tworzonych przez podmioty administracji publicznej.
2. Członkowie Zarządu oraz eksperci Banku występują w tematycznych konferencjach poświęconych zagadnieniom ekologii i klimatu, jak również w wydarzeniach branżowych.
3. Bank współdziała z kluczowymi instytucjami tworzącymi polski system finansowania ochrony środowiska i mającymi znaczącą rolę w działaniach na rzecz zapobiegania negatywnym skutkom zmian klimatycznych.

§ 15 **Regulatorzy i organy nadzorcze**

1. Bank dba o regularną, terminową oraz efektywną komunikację z regulatorami (m.in.: Komisją Nadzoru Finansowego i Narodowym Bankiem Polskim) poprzez materiały informacyjne i raporty przeznaczone dla organów nadzorujących.

§ 16 **Inwestorzy i akcjonariusze**

1. Bank prowadzi politykę w zakresie relacji inwestorskich zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz Zasadami ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych i Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na GPW 2021 r. Struktura akcjonariatu Banku pozwala na prowadzenie polityki informacyjnej celowej, zorientowanej bezpośrednio na poszczególnych akcjonariuszy.
2. Bank dąży do najwyższych standardów, w tym do utrzymania regularności i efektywności w zakresie komunikacji z rynkiem kapitałowym, przykładającą szczególną wagę do rzetelności informacji, transparentności oraz do równego traktowania wszystkich interesariuszy i przestrzegania wszystkich zapisów prawa w zakresie obowiązków informacyjnych spółek notowanych na giełdzie.

§ 17 **Grupa BOŚ**

1. Bank pełniący rolę jednostki dominującej prowadzi bieżącą komunikację wewnętrzną z jednostkami bezpośrednio zależnymi: Domem Maklerskim BOŚ S.A. oraz BOŚ Leasing – EKO Profit S.A. oraz jednostką zależną w sposób pośredni: MS Wind Sp. z o.o. tworzącymi Grupę Kapitałową BOŚ S.A.

§ 18

Działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu

1. Bank wraz z Fundacją BOŚ inwestuje w liczne działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Bank angażuje się w inicjatywy, które mają na celu zwrócenie uwagi na problemy społeczne i środowiskowe poprzez uczestnictwo w debatach i dyskusjach w gronie przedstawicieli instytucji legislacyjnych, samorządów oraz reprezentantów świata biznesu i nauki, bezpośrednio związanych z branżą ochrony środowiska i gospodarką komunalną.
2. Bank angażuje się również w sponsorowanie przedsięwzięć społecznych i ekologicznych.

§ 19

Zasady komunikacji kryzysowej

1. Bank ma opracowaną komunikację kryzysową zgodnie z zasadami określającymi zadania i odpowiedzialność w zakresie zarządzania sytuacją kryzysową. Wskazują one potencjalne sytuacje kryzysowe, grupy odbiorców działań komunikacyjnych wewnątrz i na zewnątrz Banku.
2. Stosowanie powyższych zasad ma zapewnić ochronę reputacji Banku, a także utrzymać pozycję Banku jako jedyne wiarygodnego źródła informacji dzięki rzetelnej i szybkiej komunikacji, łagodzeniu

niepokoju w otoczeniu biznesowym i wewnątrz organizacji oraz budowaniu zaufania do Spółki.

3. Każda sytuacja kryzysowa jest przedmiotem analizy ex post z punktu widzenia skuteczności, z jaką Bank potrafi zarządzać różnymi rodzajami ryzyka pod kątem zdiagnozowania i naprawy problemów, a także wyciągania wniosków na przyszłość.

§ 20

Polityka mitygacji negatywnego wpływu na społeczeństwo

1. Bank aktywnie zarządza ryzykiem negatywnego wpływu na zagadnienia społeczne, pracownicze, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji.
2. W obszarze ryzyka Bank dokonuje analizy wpływu na otoczenie, w tym w szczególności na społeczeństwo, gospodarkę i środowisko oraz zobowiązuje się do ponoszenia pełnej odpowiedzialności za swoje działania, oraz ich konsekwencje.
3. W odniesieniu do ryzyka związanego z relacjami z klientami Bank:
 - 1) oferuje wyspecjalizowane rozwiązania finansowe dostosowane do potrzeb i możliwości klienta;
 - 2) przygotowuje specjalistyczne ekspertyzy podnoszące wiedzę w zakresie ochrony środowiska.
4. Dbałość o różnorodność w Banku jest określona w Polityce różnorodności Banku Ochrony Środowiska S.A. Oznacza niedyskryminowanie w jakikolwiek sposób, zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio ze względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonania polityczne, przynależność związkową,

bezwyznaniowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, orientację seksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, podstawę zatrudnienia oraz inne przesłanki narażające na zachowania dyskryminacyjne.

§ 21

Zakres obowiązywania i realizacja Deklaracji

1. Postanowienia niniejszej Deklaracji obowiązują członków Zarządu i Rady Nadzorczej oraz wszystkich pracowników Banku, bez względu na zajmowane stanowisko i formę zatrudnienia, a także wszystkie osoby działające na rzecz lub w imieniu Banku.
2. Niniejszy dokument podlega cyklicznemu przeglądowi, nie rzadziej niż co dwa lata. W trakcie przeglądu uwzględniane są w szczególności uwagi i sugestie zgłaszane przez członków Zarządu, pracowników Banku i osoby trzecie, a także zmiany przepisów prawa lub praktyk oraz doświadczeń zdobytych w zakresie stosowania Deklaracji.

