



04

# Klienci



Zobowiązania wyrażone wobec Klientów w aktualnej strategii biznesowej Banku dotyczą zapewnienia bezpieczeństwa powierzonych środków, przestrzegania zasad etyki w marketingu i w procesie sprzedaży, oferowania dostosowanych do potrzeb Klienta produktów, zapewnienia wysokiej jakości obsługi oraz dostępu do usług dla grup wykluczanych (np. osób niepełnosprawnych czy starszych).





# 4.1. ODPOWIEDZIALNA SPRZEDAŻ PRODUKTÓW I USŁUG [G4-FSI 5]

## 4.1.1. Rzetelna komunikacja marketingowa



### Standardy komunikacji marketingowej

Materiały marketingowe przygotowywane przez Bank są zgodne z przepisami i regulacjami dotyczącymi tego obszaru, m.in. z **Kanonom Dobrych Praktyk Rynku Finansowego i wytycznymi Komisji Nadzoru Finansowego**. Bank na bieżąco śledzi i dostosowuje materiały marketingowe do rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego.

Pracownicy Banku Millennium zaangażowani w pracę nad reklamami są formalnie zobowiązani do stosowania zapisów **Kodeksu Etyki Reklamy** zdefiniowanego przez Radę Etyki Reklamy. Bank przyjął również wewnętrzne regulacje w tym zakresie.

### Jasne komunikaty reklamowe

Każda zmiana lub wprowadzenie dokumentu lub materiału marketingowego dla odbiorców poszczególnych produktów poprzedzona jest konsultacjami wewnątrz Banku, weryfikacją przez zespół prawny, zgodności komunikacji marketingowej oraz produktu w celu zapewnienia Klientom jasnej i rzetelnej, wymaganej przepisami prawa, informacji o oferowanych produktach.

Zgodnie z zasadami reklamowania usług bankowych, opracowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego, **reklamy Banku Millennium nie wprowadzają w błąd, przekazują istotne cechy produktów**

**i usług oraz związane z nimi korzyści i koszty**. Opisują również ich charakter prawny i informują o poziomie ewentualnego ryzyka po stronie Klienta. Jeśli przekaz dotyczy oferty promocyjnej, wskazywane są jej warunki oraz okres obowiązywania. Klientom przekazywana jest też informacja, gdzie mogą uzyskać szczegóły dotyczące określonej promocji. **[G4-DMA PR7]**

W 2015 roku nie odnotowano przypadków braku przestrzegania regulacji odnoszących się do komunikacji marketingowej przez Bank Millennium. **[G4-PR7]**



## 4.1.2. Przejrzysta informacja o produktach i usługach

Oprócz prowadzenia rzetelnej komunikacji marketingowej, Klientom oferowane są narzędzia ułatwiające wybór produktu zgodnie z ich potrzebami. Bank stosuje również rozwiązania mające na celu ochronę inwestycji Klienta.

### Pomoc w wyborze produktów finansowych

Aby ułatwić Klientowi dokonanie wyboru produktu odpowiedniego do jego potrzeb, na stronie internetowej Banku udostępniono dwa rozwiązania:

- ✓ sekcję „Twoje potrzeby”, w której Klient otrzymuje wskazówki na temat produktów i usług najbardziej adekwatnych do jego potrzeb finansowych;
- ✓ narzędzia pomagające Klientowi dokonać wyboru odpowiedniego dla niego produktu, takie jak porównywarka lokat i kalkulator pożyczki gotówkowej.

### Ochrona inwestycyjna

W Banku stosowane są wymogi dyrektywy MiFID (ang. Markets in Financial Instruments Directive), **która zobowiązuje do przekazywania Klientom informacji adekwatnych do ich wiedzy i doświadczenia związanego z inwestowaniem w instrumenty i produkty finansowe.**

Bank jest również zobowiązany do rzetelnego, nie wprowadzającego w błąd, informowania o produktach oraz ryzykach związanych z inwestowaniem w te produkty oraz stosowania polityki działania w najlepiej pojętym interesie Klienta oraz polityki przeciwdziałania konfliktowi interesów.

Każdy Doradca oferujący produkty inwestycyjne przechodzi **obowiązkowe szkolenie produktowe**. Prezentowane są na nim charakterystyki produktów, jak również ryzyka związane z inwestowaniem w dany produkt lub instrument finansowy.

Dodatkowo, Doradcy na bieżąco korzystają z cyklicznych telekonferencji rynkowych oraz mają stały dostęp do aktualnych prezentacji produktowych.

We wszystkich publikacjach handlowych przygotowywanych przez Bank, określane są m.in. ryzyka związane z inwestowaniem oraz przykładowe scenariusze związane z danym instrumentem lub produktem finansowym.

Klientom przedstawiana jest również pełna i rzetelna informacja o własnych i dystrybuowanych przez Bank produktach, w tym o ich emitencie oraz warunkach procesu reklamacyjnego. Informacje o świadczonych usługach, a także umowy i inne dokumenty bankowe oraz pisma kierowane do Klientów, formułowane są w sposób precyzyjny, zrozumiały i przejrzysty. **[G4-DMA PR3, G4-PR3]**



### 4.1.3. Etyczne standardy w obsłudze Klienta

#### Standardy sprzedaży produktów i usług

Pracownicy oddziałów Banku zobowiązani są do przestrzegania standardów etycznej sprzedaży zawartych w **Kodeksie Etycznym oraz Księdze Standardów Obsługi Klienta oraz standardów sprzedaży dotyczących poszczególnych produktów**, np. rachunków osobistych oraz produktów kredytowych.

Standardy te zawierają m.in. takie elementy, jak: rzetelna analiza potrzeb Klienta, prezentacja oferty produktu wraz ze wszystkimi kosztami i warunkami jej uzyskania, zdiagnozowanie wątpliwości Klienta, udzielenie informacji wyjaśniających i finalnie – potwierdzenie, że zasady działania produktu są dla Klienta zrozumiałe, zanim zostanie zawarta umowa.

#### Pracownicy zostali również przeszkoleni z zakresu użycia standardów w praktyce.

Zgodność ze standardami i zakres informacji przekazywany Klientom przez Pracowników jest regularnie kontrolowany podczas oceny jakości procesu sprzedaży za pomocą badania „Tajemniczy Klient”. Kontroli podlegają wszystkie placówki Banku. **[G4-DMA FS15, G4-FS15]**

#### Pomoc w spłacie zadłużenia

W przypadku powstania zadłużenia przeterminowanego, Klient może wystąpić do Banku z wnioskiem o zawarcie aneksu zmieniającego warunki umowy pierwotnej lub w sytuacji pełnej wymagalności zobowiązania, z wnioskiem o zawarcie umowy ugody na spłatę wymaganego zobowiązania. W roku 2015 z wymienionych udogodnień skorzystało 6,8% Klientów, mających znaczące opóźnienie w spłacie.

#### Rozwiązania dla Klientów z kredytem CHF

W celu ograniczenia negatywnych dla Klientów skutków, wynikających ze wzrostu kursu franka szwajcarskiego (CHF), na początku 2015 roku Bank wprowadził szereg rozwiązań uwzględniających zalecenia Związku Banków Polskich i ułatwiających obsługę zadłużenia kredytu hipotecznego:

- ✓ ustalając oprocentowanie kredytów hipotecznych, **uwzględniono ujemną wartość stawki referencyjnej Libor**, co skutkowało obniżeniem wysokości oprocentowania kredytów. Ujemna wartość stawki referencyjnej przekłada się na zmniejszenie wysokości raty w CHF dla Klienta i tym samym kompensuje wzrost raty (po przeliczeniu na PLN) spowodowany wzrostem kursu waluty CHF;





✓ **obniżono spread** do 3% dla waluty CHF przy rozliczaniu transakcji związanych z kredytami w CHF;

✓ dla Klientów zainteresowanych przewalutowaniem kredytu z CHF na PLN Bank wprowadził **możliwość przewalutowania po kursie równym kursowi średniemu NBP** z dnia złożenia wniosku o przewalutowanie;

✓ w przypadku zmian, gdzie konieczne jest zawarcie aneksu do umowy kredytowej, **Bank zrezygnował z pobierania opłat;**

✓ wprowadzono **dopłaty do raty** w przypadku, gdy ujemna stawka referencyjna przekraczała marżę.

Dodatkowo każdy Klient posiadający kredyt hipoteczny w CHF otrzymał propozycję skorzystania ze specjalnych warunków przewalutowania i wcześniejszej spłaty kredytów w CHF:

✓ przewalutowanie kredytu z CHF na PLN z jednoczesnym obniżeniem aktualnej marży kredytu o 0,2 p.p.;

✓ podział obecnego kredytu w CHF na dwa kredyty: pierwszy to 50% obecnego zadłużenia w CHF na niezmienionych warunkach, drugi to 50% obecnego zadłużenia kredytu w CHF przeliczone na PLN z marżą obniżoną o 0,2 p.p.;

✓ obniżenie marży kredytu w CHF w wyniku wcześniejszej spłaty części obecnego zadłużenia.

#### 4.1.4. Programy edukacyjne dla Klientów [G4-FSI 6]

##### Publikacje w mediach

Na łamach mediów publikowane są wypowiedzi ekspertów Banku, mające charakter edukacyjno-poradnikowy. W 2015 roku tematyka tych publikacji dotyczyła m.in. skutecznego oszczędzania, kryteriów, na które należy zwrócić uwagę przy wyborze konta osobistego czy karty kredytowej, a także wygodnych dla Klienta rozwiązań w obszarze bankowości elektronicznej.

#### Informator dla Klientów Korporacyjnych

Wraz w wyciągami miesięcznymi Klienci Korporacyjni otrzymują biuletyn zawierający kalendarium prawne uwzględniające zmiany legislacyjne mające wpływ na działalność ich firm, prognozy makroekonomiczne oraz artykuł poświęcony wybranemu produktowi lub usłudze Banku.

Biuletyn dostępny jest także na stronie internetowej Banku pod adresem <http://www.bankmillennium.pl/przedsiębiorstwa/wsparcie>

#### Spotkania dla Klientów Korporacyjnych

Spotkania z Klientami mają na celu **poszerzenie wiedzy ekonomicznej**, w szczególności z zakresu tendencji w gospodarce i prognoz makroekonomicznych.

W 2015 roku podczas spotkań Głównego Ekonomisty Banku z przedstawicielami firm poruszano m.in. kwestie związane z perspektywami wzrostu gospodarczego w Polsce, czynnikami ryzyka oraz ich wpływem na polskie przedsiębiorstwa.



Spotkania dla Klientów Korporacyjnych	2015	2014	2013	2012
Liczba spotkań	10	9	12	24
Liczba uczestników spotkań	152	117	140	275

### Manager Finansów – pomoc w zarządzaniu domowym budżetem

Każdy Klient Banku w bankowości internetowej Millenet i aplikacji mobilnej ma bezpłatny dostęp do rozbudowanego Managera Finansów, który pozwala w prosty oraz przejrzysty sposób zarządzać własnym budżetem. Dodatkową funkcją narzędzia jest możliwość stworzenia Planu Oszczędzania w oparciu o historię transakcji z poprzednich miesięcy.



**152 uczestników**  
spotkań dla Klientów Korporacyjnych

Manager Finansów	2015	2014	2013
Liczba i odsetek użytkowników	774 000 (46%)	683 438 (44%)	631 175 (44%)



## 4.2. DOGODNA KOMUNIKACJA Z BANKIEM

Klienci mają możliwość kontaktu z Bankiem przez wiele kanałów:



sieć **413**  
oddziałów w całym kraju



serwis telefoniczny



serwis internetowy



oraz bankowość mobilna

### TeleMillennium

TeleMillennium, czyli telefoniczny kanał kontaktu z Bankiem, umożliwia składanie zleceń dotyczących obsługi produktów, pomocy w wyjaśnianiu wątpliwości, poznanie oferty oraz interwencji w sytuacjach awaryjnych. To również kanał kontaktu dla potencjalnych Klientów, którzy mogą zlecić założenie rachunku czy karty kredytowej.

W 2015 roku w celu poprawy jakości obsługi Klientów:

- ✓ wprowadzono tzw. opcję weryfikacji powrotnej, czyli możliwość obsługi połączeń zweryfikowanych od początku do końca przez jednego konsultanta;
- ✓ zoptymalizowano procesy obsługi telefonicznej tak, aby uniknąć powtórnych połączeń Klientów oraz niepotrzebnych transferów połączeń;
- ✓ zmodyfikowano opcje dostępne w serwisie automatycznym, aby był on bardziej czytelny i przyjazny dla użytkowników;
- ✓ wprowadzono opcję obsługi Klientów w języku rosyjskim i ukraińskim.

### Bankowość internetowa i mobilna

Klienci bankowości internetowej oraz mobilnej mogą **szybko skontaktować się z Bankiem za pośrednictwem wielu kanałów**, np. wysyłając wiadomość poprzez formularz na stronie internetowej lub w serwisie transakcyjnym, korzystając z czatu na stronie internetowej lub pomocy Wirtualnego Doradcy. W przypadku pojawienia się problemu związanego z działaniem bankowości internetowej lub mobilnej, Klient może skontaktować się ze specjalną linią pomocy dla Klientów bankowości elektronicznej.

Wszystkie **sugestie i uwagi zgłaszane przez Klientów** za pośrednictwem kanałów elektronicznych i telefonicznych są stale monitorowane, analizowane i wykorzystywane do planowania rozwoju bankowości internetowej i mobilnej.

W 2015 roku sugestie Klientów zostały użyte m.in. przy tworzeniu nowej aplikacji mobilnej oraz systemu bankowości internetowej w technologii RWD (responsive web design). Wdrożenie tych rozwiązań było poprzedzone licznymi badaniami fokusowymi, eye-trackingowymi i wywiadami z Klientami Banku.



Klienci bankowości internetowej i mobilnej	2015	2014	2013	2012
Klienci korzystający z Millenetu	1 688 147 (83%)	1 536 260 (74%)	1 438 813 (62%)	1 433 726 (54%)
Klienci korzystający z bankowości mobilnej	402 689 (20%)	145 000 (21%)	79 183 (13%)	51 395 (8%)
Klienci korzystający z MilleSms	353 551 (21%)	206 501 (13%)	204 596 (14%)	198 580 (14%)
Klienci korzystający z wyciągów on-line	1 141 113 (68%)	950 789 (62%)	779 399 (54%)	670 693 (47%)

## Wielokanałowa obsługa Klienta

Niezależnie od kanału obsługi – oddział, TeleMillennium czy system bankowości internetowej Millenet, Klienci uzyskują stały dostęp do historii swojej współpracy z Bankiem i mogą w dogodnym dla nich momencie kontynuować rozpoczęty wcześniej proces.

**Wielokanałowa obsługa umożliwia zapisywanie stanu wniosku na różnych etapach i dalszą pracę nad nim w wybranym przez Klienta momencie i kanale.**

Przykładowo, Klient może rozpocząć składanie wniosku o Pożyczkę Gotówkową w systemie Millenet, wykonać symulację kredytową, a w przypadku pojawienia się wątpliwości zapisać wniosek i dokończyć proces np. przez telefon. Dodatkowo Klient ma dostęp do podglądu złożonego wniosku wraz z aktualnym statusem i możliwymi do wykonania czynnościami, w systemie Millenet.

**Za wdrożenie obsługi wielokanałowej Bank został zwycięzcą konkursu Gartner Cool Business Awards w kategorii *Most promising digital business transformation initiative*.** Projekt znalazł się również w gronie 10 najlepszych inicjatyw 2015 roku w konkursie Distribution & Marketing Innovation, organizowanym przez stowarzyszenie EFMA i firmę konsultingową Accenture.

Bank został też finalistą kategorii Channel Innovation w konkursie BAI-Finacle Global Banking Innovation dla najbardziej innowacyjnych instytucji bankowych.





## 4.3. JAKOŚĆ OBSŁUGI KLIENTA

### 4.3.1. Badania potrzeb Klientów

#### Service Design dla wysokiej jakości obsługi Klienta

W 2015 roku wdrożono nowy model obsługi Klienta, otwierającego rachunek w Banku Millennium – Codzienne Bankowanie. **Model opracowano wykorzystując metodologię Service Design, w której punktem wyjścia podczas projektowania rozwiązań było wnikliwe zrozumienie problemów i potrzeb Klientów poprzez analizę poszczególnych kroków, jakich muszą oni dokonać podczas korzystania z usługi.** Service Design wykorzystano również w projektowaniu modelu rozmowy z Klientem o produktach oszczędnościowych, inwestycyjnych i kredytowych.

Wdrożenie nowych modeli rozmów powiązane było ze **szkoleniem Pracowników oddziałów** z ich użycia (ponad 3 000 osób przeszkolonych z modelu Codzienne Bankowanie).

Propozycje prowadzenia rozmów z Klientami w formie filmików instruktażowych zostały również zamieszczone w intranecie.

#### Analizowanie oczekiwań Klientów

Aby lepiej poznać oczekiwania Klientów uruchomiono **projekt Voice of Customer**, którego celem jest przyjmowanie i odpowiadanie na sugestie Klientów kierowane do Banku poprzez infolinię i zgłoszenia reklamacyjne. Sugestie te dotyczą m.in. jakości obsługi w oddziałach, propozycji zmian w procesach czy też zapotrzebowania na nowe produkty i usługi. Pracownicy mają również możliwość **przekazywania opinii Klientów na wewnętrznym forum społecznościowym**. Opinie te są następnie analizowane pod kątem możliwości wdrożenia innowacji i usprawnień w Banku.

Realizowane projekty zaowocowały nie tylko poprawą wewnętrznych wskaźników jakości, ale zostały także docenione przez zewnętrzne podmioty. **W 2015 roku Bank Millennium został liderem wszystkich najważniejszych rankingów jakości obsługi:** Gwiazda Jakości, Jakość na bank i najbardziej prestiżowego rankingu Przyjazny Bank Newsweeka (zwycięstwo w 3 kategoriach: Bank dla Kowalskiego, Bank w Internecie oraz Bankowość Hipoteczna).

#### Badanie satysfakcji i jakości obsługi Klientów

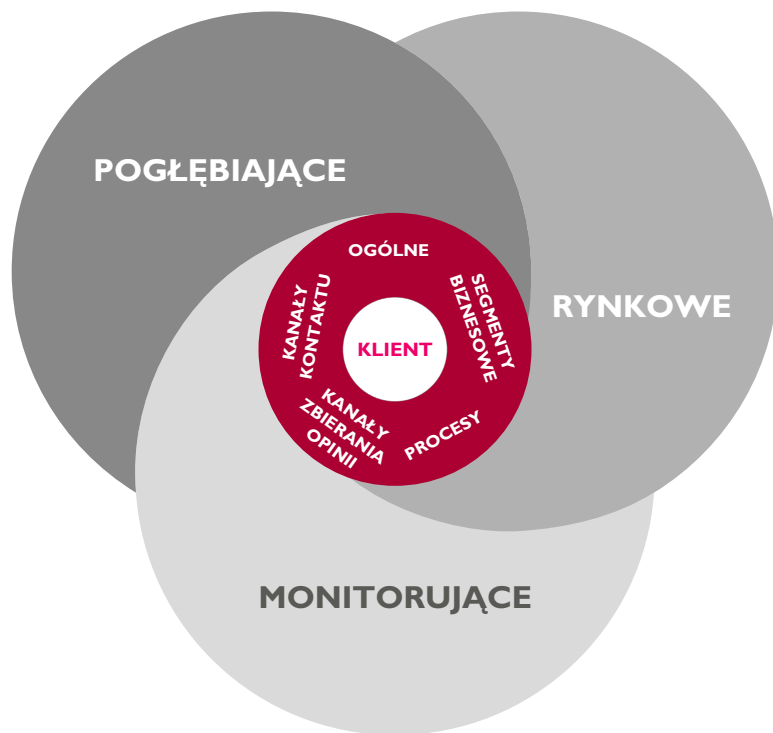
Elementem monitorowania poziomu jakości obsługi jest cykliczna ocena poziomu satysfakcji i rekomendacji Klientów na przestrzeni czasu. Ocena ta dokonywana jest z wykorzystaniem modelu badawczego, który składa się z 3 głównych aspektów:

**Ogólna ocena satysfakcji Klienta** – badania prowadzone są dla każdego segmentu biznesowego: Klientów Detalicznych, Korporacyjnych i linii Prestige. Poza ogólnymi analizami satysfakcji, realizowane są również badania zadowolenia z poszczególnych kanałów kontaktu z Bankiem (placówki, strony internetowej, telefonu oraz bankowości mobilnej) oraz ze współpracy z Doradcą.

**Szczegółowe badania** najważniejszych procesów, np. badanie satysfakcji z procesu reklamacji, monitorowanie satysfakcji nowego Klienta.

**Pogłębione badania** wynikające z potrzeb biznesowych, np. ocena procesu przyznawania kredytu.

## Rodzaje badań satysfakcji i jakości obsługi Klientów [G4-DMA PR5]



Aby utrzymać wysoki poziom jakości obsługi Klienta w placówkach, Bank we współpracy z firmą zewnętrzną prowadzi badanie **Mystery Shopping**. Każdego miesiąca wszystkie placówki Banku odwiedzane są przez audytorów, którzy oceniają zgodność poziomu jakości obsługi Klienta z przyjętymi standardami.

Klienci zadowoleni lub bardzo zadowoleni [G4-PR5]	2015	2014	2013	2012
ze współpracy z Bankiem	89%	87%	90%	89%
z oferty produktowej	83%	84%	85%	83%
z jakości obsługi	92%	89%	92%	91%
Wskaźnik NPS*	31	33	32	-

\* określa chęć rekomendacji produktów i usług Banku

Badania jakości i satysfakcji	2015	2014	2013	2012
Przeprowadzone badania	24	15	10	16
Liczba ankietowanych Klientów	65 207	102 000	138 743	130 201
Liczba i % otrzymanych odpowiedzi	25 070 (38%)	34 000 (33%)	35 336 (25%)	28 355 (22%)
Liczba wizyt Mystery Shopping	4 000	4 200	4 300	4 800



## 4.3.2. Zarządzanie reklamacjami

W roku 2015 Bank koncentrował się na **analizie przyczyn reklamacji i ich eliminacji**.

Najistotniejszą zmianą było wdrożenie dwóch ścieżek obsługi reklamacji: szybkiej ścieżki dla obsługi zgłoszeń standardowych oraz drugiej ścieżki dla obsługi spraw niestandardowych.

Wprowadzenie szybkiej ścieżki spowodowało, że blisko 50% reklamacji jest rozwiązywanych w ciągu 2 dni.

**Inne ważne usprawnienia** dotyczyły: stworzenia procesu obsługi sprzeciwów Klientów do wprowadzonych zmian w regulaminach, wysyłania informacji o braku odnowienia karty kredytowej, wyświetlania dodatkowej informacji o naliczanej opłacie podczas dokonywania transakcji w aplikacji mobilnej oraz ułatwienia Klientom dostarczenia korespondencji potwierdzającej uchylenie zajęcia komorniczego poprzez wysyłkę na numer faks.

**Raporty z reklamacji** są co miesiąc przekazywane do osób odpowiedzialnych za poszczególne produkty i procesy, co pozwala na bieżącą analizę jakości oferowanych przez Bank usług oraz podjęcie działań optymalizacyjnych.

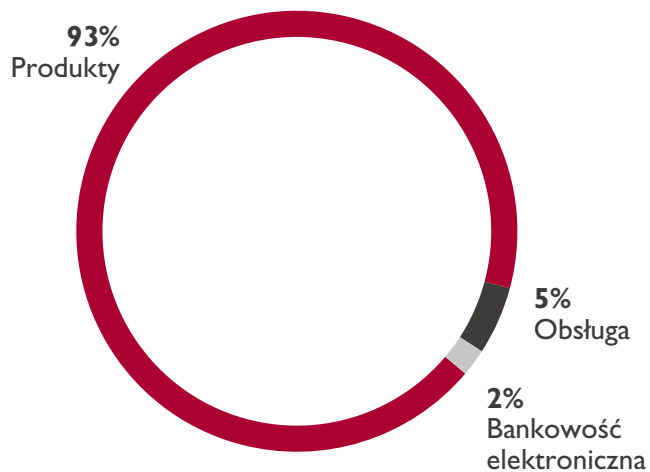
Wyniki dotyczące procesu rozpatrywania reklamacji są prezentowane na Komitecie Procesów i Ryzyka Operacyjnego, a także na posiedzeniu Rady Nadzorczej.

Złożone reklamacje	2015	2014	2013	2012
Liczba złożonych reklamacji	43 188	41 696	44 738	48 177
Liczba i % reklamacji rozwiązanych na korzyść Klienta	24 866 (57%)	23 711 (57%)	25 067 (56%)	25 708 (53%)
Liczba i % złożonych reklamacji dotyczących naruszenia prywatności bądź utraty danych Klienta <b>[G4-PR8]</b>	333 (0,8%)	365 (0,9%)	329 (0,7%)	277 (0,6%)
Liczba i % reklamacji przeterminowanych*	42 (0,1%)	446 (1%)	1 812 (4%)	4 647 (10%)

\* Nerozwiązanych w przewidzianym w regulaminie czasie. Wydłużony czas rozpatrywania reklamacji spowodowany jest koniecznością kontaktu z instytucjami zewnętrznymi.



### Reklamacje według kategorii



**17% reklamacji**  
rozpatrywanych w ciągu 24 godzin



**76% Klientów**  
zadowolonych z procesu reklamacyjnego

Czas rozpatrywania reklamacji	2015	2014	2013	2012
Do 3 dni	19%	24%	19%	22%
Od 4 do 7 dni	26%	30%	29%	33%
Powyżej 7 dni	38%	46%	52%	45%
Średni czas rozpatrywania reklamacji	13	15	17	14

Satysfakcja Klienta z procesu reklamacyjnego	2015	2014	2013
Klienci zadowoleni i bardzo zadowoleni z procesu reklamacyjnego	76%	72%	66%
% Klientów, którzy rekomendują Bank	44%	41%	36%
Wskaźnik NPS *	21	18	5

\* określa chęć rekomendacji produktów i usług Banku



## 4.4. OCHRONA PRYWATNOŚCI KLIENTA

Pracownicy Banku są zobowiązani do ochrony prywatnych i poufnych informacji na temat swoich Klientów oraz do właściwego ich wykorzystywania. W tym celu **udoskonalane są systemy informatyczne oraz prowadzone odpowiednie szkolenia Pracowników.**

Dostawcy Banku, z których usług na podstawie umów Bank korzysta, mają również obowiązek ochrony poufnych danych, w tym danych osobowych i danych objętych klauzulą

poufności dostarczanych przez Bank.

W szczególności ochronie podlegają dane osobowe Klientów, dane na temat rachunków i transakcji, jak również wszelkich operacji bankowych.

Szczegółowe zasady klasyfikacji oraz ochrony informacji określone są w obowiązujących w Banku politykach bezpieczeństwa informacji.

**[G4-DMA PR8]**

Szkolenia z ochrony danych osobowych i informacji*	2015	2014	2013	2012
Klasyfikacja, przetwarzanie i ochrona informacji w Banku	923 (15%)	937 (15%)	1 217 (20%)	1 216 (20%)
Ochrona danych osobowych	2 987 (50%)	3 407 (55%)	3 680 (62%)	4 742 (79%)

\* liczba i odsetek przeszkolonych Pracowników



## 4.5. DOSTĘPNOŚĆ USŁUG FINANSOWYCH DLA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Poza siecią 413 placówek, Bank świadczy usługi przez system bankowości internetowej, mobilnej i telefonicznej oraz sieć 519 własnych bankomatów. Oferując swoje usługi 24 godziny na dobę i 7 dni w tygodniu, dzięki wielu kanałom dystrybucji, dostęp do produktów i usług Banku na terenie Polski jest praktycznie nieograniczony.

**[G4-FSI 3]**

Aby zwiększyć dostępność usług dla osób niepełnosprawnych wprowadzono następujące rozwiązania:

- ✓ **dostęp do placówek**, w których mogą występować bariery architektoniczne;
- ✓ **siedzące stanowiska do obsługi Klienta** z możliwością podjazdu dla wózków inwalidzkich;

- ✓ **bankomaty** dostosowane do potrzeb osób z dysfunkcją wzroku i ruchu. Osoby niepełnosprawne ruchowo mogą używać klawiszy numerycznych na klawiaturze zamiast funkcyjnych obok ekranu, co powoduje, że nie muszą one sięgać zbyt wysoko w okolice ekranu. Osoby z niepełnosprawnością wzroku mogą natomiast korzystać ze specjalnego, kontrastowego trybu ekranu oraz z komunikatów głosowych po podłączeniu słuchawek do bankomatu;
- ✓ **funkcję powiększania tekstu** – strona WWW oraz aplikacja internetowa Banku zawierają przycisk A+, który pozwala na powiększenie prezentowanego tekstu, co umożliwia korzystanie z nich osobom niedowidzącym;

- ✓ **obsługę telefoniczną** – Klienci korzystający z Infolinii Banku mogą korzystać z funkcji komend głosowych podczas obsługi telefonicznej zamiast używać klawiszy numerycznych telefonu;
  - ✓ **udogodnienia w podpisywaniu umów** – osoby niewidome czy niedowidzące lub osoby, które nie potrafią czytać, mają możliwość samodzielnego podpisania umowy z Bankiem w obecności dwóch Pracowników placówki lub świadka – osoby zaufanej Klientowi. W takich przypadkach możliwe jest odczytanie umowy przez Pracownika placówki i/lub, w przypadku obsługi Klienta, który nie pisze, złożenie przez Klienta podpisu za pomocą odcisku palca;
  - ✓ **wzory umów** na stronie internetowej dostosowane do odczytu przez czytniki tekstu;
  - ✓ **standardy obsługi osób niepełnosprawnych** – szczegółowe wytyczne dotyczące obsługi Klientów niepełnosprawnych, obowiązujące Pracowników wszystkich placówek Banku.
- [G4-DMA FSI 4, G4-FSI 4]**



Dostępność usług	2015	2014	2013	2012
Liczba placówek	413	423	439	447
% placówek z dostępem dla osób niepełnosprawnych	89%	89%	88%	87%
Liczba bankomatów	519	539	555	566
% bankomatów z dostępem dla osób niepełnosprawnych	100%	100%	89%	89%

### Tworzenie dobrych praktyk

Pracownicy Banku uczestniczyli w pracach Komitetu Związku Banków Polskich (ZBP) przygotowującego drugą, wydaną w 2014 roku, wersję **Dobrych praktyk obsługi osób z niepełnosprawnościami przez banki**.

Oprócz opiniowania całego dokumentu, przygotowano rozdział „Bankowość mobilna”. W 2015 roku, również w ramach prac Komitetu ZBP, pracownicy Banku uczestniczyli w pracach nad tłumaczeniem migowym on-line.



**89% placówek z dostępem dla osób niepełnosprawnych**



## 4.6. PRODUKTY I USŁUGI SPOŁĘCZNIE ODPOWIEDZIALNE



Produkty i usługi z oferty Banku Millennium wspierają realizację celów społecznych i środowiskowych.

### 4.6.1. Klienci Indywidualni

#### Konto 360°

Bank Millennium oferuje **konto 360°**, którego prowadzenie może być w łatwy sposób być **bezpłatne**. Warunki zwalniające z podstawowych opłat są tak konstruowane, aby mogli je spełnić Klienci także z mniej zasobnym portfelem – włączając Klientów, którzy otrzymują wynagrodzenie minimalne.

W ramach warunku zwolnienia z opłat, Bank nie wymaga wpływu z konkretnego źródła czy też wpływu jednorazowego, w pełnej

wysokości – uwzględniana jest suma wpływów (w tym zasiłków), a także wpłat gotówkowych w miesiącu na kwotę minimum 1 000 zł. Dołączony do konta 360° **Pakiet Bardzo Pomocny** (bezpłatny przez 12 miesięcy od otwarcia konta), w nagłych przypadkach może być alternatywą dla Klientów, których nie stać na prywatną wizytę u lekarza – Klient w takich sytuacjach może skorzystać z 7 interwencji w skali roku.

Bank oferuje także preferencyjne warunki konta **360° Student** dla młodych Klientów (od 18. do 26. roku życia) oraz konta **360° Junior** dla najmłodszych (od 13. do 18. roku życia), poznających dopiero świat finansów, których nie stać na ponoszenie opłat za konto – w tym przypadku wystarczy jedna transakcja kartą na dowolną kwotę, aby konto i karta były bezpłatne.

### Karta kredytowa WWF Millennium MasterCard

WWF Millennium MasterCard to karta kredytowa wspierająca ochronę środowiska naturalnego.

Bank Millennium przekazuje na konto WWF Polska, największej międzynarodowej fundacji zajmującej się ochroną przyrody, połowę opłaty miesięcznej za obsługę karty oraz określony procent od transakcji dokonanych kartą.

Dodatkowo karta wykonana jest z przyjaznego dla środowiska poliestru PETG, który ulega utylizacji.





### Karta Millennium Mastercard Prepaid – nauka zarządzania finansami

Karta Millennium MasterCard Prepaid umożliwia edukację finansową dzieci od 13 roku życia oraz naukę rozsądnego wydawania pieniędzy.

Karta może być wielokrotnie doładowywana przez rodzinę i znajomych. Można nią dokonywać transakcji do wysokości wpłaconych środków. Razem z kartą jej użytkownik otrzymuje dostęp do systemu bankowości internetowej – w ten sposób może sam sprawdzać swoje wydatki.

Również rodzic po zalogowaniu na swoje konto może zobaczyć, jak dziecko gospodaruje powierzonymi mu pieniędzmi.



### Recykling z kartą Wiewiórka

Bank Millennium współpracuje z Wiewiórka.pl – platformą internetową, zajmującą się pośrednictwem między osobami segregującymi odpady, a specjalistycznymi firmami przetwarzającymi surowce wtórne.

**Korzystając z serwisu Wiewiórka.pl można pozbyć się niepotrzebnych przedmiotów, przekazując je bezpłatnie zamówionemu kurierowi.** Zawartość przesyłki jest wyceniana, a należna suma przelewana na kartę przedpłaconą, wydawaną przez Bank Millennium, którą użytkownik serwisu otrzymuje wcześniej w zestawie startowym.

Uczestnik programu może także zdecydować o przekazaniu zarobionych pieniędzy na rzecz wskazanej przez niego fundacji.



### Kredyt hipoteczny Mieszkanie dla Młodych

Bank Millennium oferuje kredyty hipoteczne udzielane w ramach rządowego programu Mieszkanie dla Młodych. **Program MDM polega na udzieleniu ze środków budżetu państwa dofinansowania wkładu własnego oraz dodatkowego finansowego wsparcia w formie spłaty części kredytu.**

Dofinansowanie przysługuje w związku z ubieganiem się o kredyt na nabycie mieszkania, które będzie zaspokajało własne potrzeby mieszkaniowe nabywcy. Kredyt MDM przeznaczony jest dla osób kupujących swoje pierwsze mieszkanie lub dom – wymogi te nie dotyczą osób wychowujących co najmniej troje dzieci. Nabywcami nieruchomości mogą być małżeństwa, osoby nie będące w związku małżeńskim oraz osoby samotnie wychowujące dzieci.

W ramach kredytu mieszkaniowego Mieszkanie dla Młodych możliwe jest **uzyskanie dofinansowania wkładu własnego w wysokości nawet do 30%** dla osób nabywających mieszkanie lub dom, które na dzień złożenia wniosku wychowują przynajmniej troje dzieci.



Bank Millennium



Interesariusze Banku



Bezpieczeństwo powierzonych środków



Klienci



Inwestorzy



Partnerzy biznesowi



Pracownicy



Społeczeństwo



Środowisko naturalne

## 4.6.2. Klienci linii Prestige i Bankowości Prywatnej

Bank Millennium posiada w ofercie odpowiedzialne fundusze inwestycyjne **SRI (Socially Responsible Investing)**:



<b>BlackRock GF New Energy Fund</b>	<b>BlackRock GF World Healthscience Fund</b>	<b>UniAkcje Biopharma</b>	<b>PZU Energia Medycyna Ekologia</b>
<p>Inwestuje w papiery udziałowe spółek prowadzących działalność głównie w sektorze energii ze źródeł alternatywnych oraz w sektorze technologii energetycznych.</p>	<p>Inwestuje w papiery udziałowe spółek prowadzących działalność głównie w zakresie opieki zdrowotnej, w sektorze farmaceutycznym oraz technologii i aparatury medycznej, jak również w zakresie rozwoju biotechnologii.</p>	<p>Inwestuje głównie w akcje spółek z sektora biotechnologicznego, farmaceutycznego i medycznego.</p>	<p>Koncentruje się na spółkach, które prowadzą działalność związaną z energetyką, ochroną zdrowia i ochroną środowiska naturalnego.</p>



### 4.6.3. Klienci Korporacyjni

W ofercie Banku dla Klientów Korporacyjnych znajdują się produkty finansujące inwestycje w rozwój infrastruktury na terenach wiejskich, inwestycje prośrodowiskowe oraz rozwiązania wspierające rozwój małych i średnich przedsiębiorstw. **[G4-DMA EC7]**

#### Kredytowanie z uwzględnieniem kryteriów środowiskowych i społecznych

##### Zasady Finansowania Projektów

Bank Millennium wprowadził do regulaminu kredytowania dla Klientów Bankowości Korporacyjnej **zapisy dotyczące spełniania przez wszystkich Klientów wymogów ochrony środowiska i poszanowania zasad pracy**. Dzięki temu, wszystkie przedsięwzięcia kredytowane przez Bank i wszystkie produkty kredytowe zostały również objęte tymi wymogami.

W regulaminie zawarte są ograniczenia dotyczące finansowania działań szkodliwych społecznie – wskazanych na Liście Wyłączeń Środowiskowych EBOiR (Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju).

Wprowadzone ograniczenia zobowiązują wszystkich Kredytobiorców do niewykorzystywania środków pochodzących z kredytu na przedsięwzięcia związane przede wszystkim z pracą przymusową oraz wszelką dyskryminacją w pracy oraz produkcją i handlem różnymi środkami powszechnie uznanymi za substancje niebezpieczne oraz szkodliwe dla środowiska.

Ponadto Kredytobiorcy zobowiązani są do prowadzenia działalności z uwzględnieniem przepisów ochrony środowiska i innymi regulacjami w zakresie ochrony zdrowia i bezpieczeństwa oraz zasadami współzycia społecznego.

#### Kryteria środowiskowe przy udzielaniu kredytów

Kryteria środowiskowe brane są pod uwagę także w przypadku finansowania w ramach konkretnych produktów:

- ✓ **Leasing Eko Energia** – Klient podpisuje deklarację dotyczącą szacowanej energooszczędności planowanej inwestycji;
- ✓ **Kredyt na innowacje technologiczne** – ważnym aspektem oceny wniosku Klienta jest to, czy realizowany przez niego projekt będzie pozytywnie wpływał na realizację zasad zrównoważonego rozwoju (tj. czy wytworzony zostanie produkt o wydłużonym cyklu życia, produkt dający się przetworzyć, produkt mający pozytywny wpływ na środowisko lub też czy w procesie jego wytwarzania zostanie zredukowana ilość odpadów). **[G4-FSI, G4-FS5, G4-DMA FSI, G4-DMA FS5, G4-DMA FS7, G4-DMA FS8]**



## Finansowanie inwestycji prośrodowiskowych i społecznych

Klienci Korporacyjni Banku Millennium mogą skorzystać z oferty produktów finansujących przedsięwzięcia prośrodowiskowe i społeczne.



### Program Finansowania Rozwoju Energii Zrównoważonej w Polsce PolSEFF

Celem projektu, zarządzanego przez Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju (EBOiR), jest **podniesienie efektywności energetycznej** oraz umożliwienie przedsiębiorstwom z sektora małych i średnich firm redukcji kosztów energii, w związku z użytkowaniem przez nich maszyn, urządzeń i instalacji zaawansowanych pod względem efektywności energetycznej.

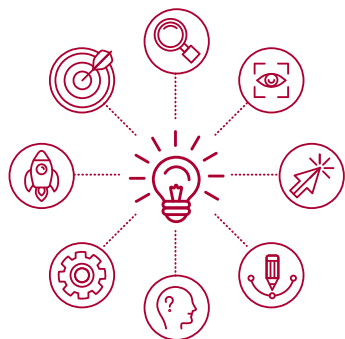
W programie biorą udział Klienci Banku korzystający z finansowania w formie leasingu, za pośrednictwem Millennium Leasing.

### Program Leasing Eko Energia

Celem programu jest wspieranie polskich przedsiębiorców w finansowaniu energooszczędnych technologii poprzez **zachęcanie do inwestycji w energooszczędne maszyny i urządzenia.**

Program Leasing Eko Energia oferuje Klientom możliwość uzyskania do 5% premii inwestycyjnej na zakończenie umowy leasingu.





## Kredyt na Innowacje Technologiczne

Kredyt na Innowacje Technologiczne, realizowany we współpracy z Bankiem Gospodarstwa Krajowego (BGK) w ramach środków unijnych, **przeznaczony jest na wdrożenie nowej technologii umożliwiającej wytwarzanie nowych lub znacząco lepszych od dotychczas wytwarzanych w Polsce towarów, procesów lub usług.**

W ramach tego kredytu Klienci mogą otrzymać bezzwrotne wsparcie do 6 mln zł w formie premii technologicznej, która jest przyznawana przez BGK z przeznaczeniem na częściową spłatę kredytu udzielonego przez Bank Millennium. Przy ocenie wniosków kredytowych istotnym kryterium jest pozytywny wpływ projektu na realizację zasad zrównoważonego rozwoju.



## Gwarancje de minimis

Bank Millennium uczestniczy w rządowym programie wspierania przedsiębiorczości z wykorzystaniem gwarancji Banku Gospodarstwa Krajowego.

**Przedsiębiorca należący do sektora MŚP może skorzystać z gwarancji de minimis na zabezpieczenie kredytu w złotych, udzielonego na finansowanie działalności bieżącej i inwestycyjnej.** Atutami programu są wysoka wartość gwarancji (do 60% wartości kredytu i do 3,5 mln złotych) oraz długi okres finansowania – do 24 m-cy w przypadku kredytów na bieżące potrzeby lub do 96 m-cy dla inwestycyjnych.



## Współpraca z Fundacją Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej

Od 20 lat Bank Millennium współpracuje z Fundacją Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej przy **realizacji dwóch preferencyjnych linii kredytowych: inwestycji w zakresie szkół wiejsko-gminnych oraz inwestycji w zakresie budowy, przebudowy i remontu dróg publicznych, gminnych i powiatowych na terenach wiejskich.** Kredyty te przeznaczone są przede wszystkim dla jednostek samorządu terytorialnego szczebla gminnego i powiatowego.

Fundacja Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej jest organizacją pozarządową. Za cel stawia sobie m.in. rozwój infrastruktury technicznej i społecznej obszarów wiejskich oraz rozwój szeroko rozumianej pozarolniczej małej i średniej przedsiębiorczości na terenach wiejskich. **[G4-EC7]**



**580 mln zł –**

**finansowanie zrównoważonych inwestycji**

Wartość produktów odpowiedzialnych społecznie w 2015 roku [G4-FS7, G4-FS8]	Wartość portfela produktów (zł)	Liczba produktów w portfelu
Kredyty z gwarancją de minimis	275 131 106	220
Kredyty EFRWP	2 134 300	5
PoISEFF	211 190 771	461
Leasing Eko Energia	51 995 831	392
Kredyt Technologiczny	38 940 020	9