

RAPORT Z OCENY ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO SPORZĄDZONY WG STANU NA 31.03.2022 ROKU

RAPORT Z REALIZACJI ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO WG STANU NA 31.03.2022r.

Zasady Ładu Korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych stanowią załącznik do Uchwały Nr 218/2014 roku Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 22 lipca 2014 r. w sprawie wydania Zasad Ładu Korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych ogłoszone w Dz. Urz. Komisji Nadzoru Finansowego poz.17 z dnia 30.10.2014 roku.

Bank przyjął do realizacji wydane przez Komisję Nadzoru Finansowego Zasady Ładu Korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych Uchwałą Zebrania Przedstawicieli Banku Nr.22/2015 w dniu 26.06.2015 roku i zaktualizował Uchwałą Zebrania Przedstawicieli Nr. 7/2021 w dniu 17.06.2021 roku.

Zasady Ładu Korporacyjnego zawierają 57 paragrafów i 127 ustępów.

Bank w okresie od 01.01.2022 roku do 31.03.2022 roku wprowadził zmiany w 12 paragrafach.

Wprowadzone w I kwartale 2022 roku zmiany do Zasad Ładu Korporacyjnego dotyczyły aktualizacji procedur związanych z realizacją następujących paragrafów Zasad Ładu Korporacyjnego:

Lp.	Paragrafy Zasad Ładu Korporacyjnego	Wprowadzone w realizacji Zasad Ładu Korporacyjnego
1.	§ 3	Wymóg § 3 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Instytucja nadzorowana obowiązana jest przestrzegać wymogów wynikających z przepisów prawa oraz uwzględniać rekomendacje nadzorcze wydane przez odpowiednie organy nadzoru, w szczególności KNF lub odpowiednio EBA, ESMA, EIOPA, a także zobowiązania lub deklaracje składane wobec organów nadzoru oraz uwzględniać indywidualne zalecenia wydane przez organy nadzoru. - został zawarty w procedurze: 1) Pismo UKNF o numerze DBK-DBKZ1.071.1.2022 – zalecenie zastosowania minimalnej zmiany stopy procentowej o 5 p.p. w procesie oceny zdolności kredytowej (zapisy zgodne z Rekomendacją S).
2.	§ 32 ust. 1	Wymóg § 32 ust. 1 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Przekaz reklamowy dotyczący usługi lub produktu oferowanego przez instytucję nadzorowaną albo jej działalności, dalej jako „przedmiot reklamowany”, powinien być rzetelny i nie wprowadzać w błąd oraz cechować się poszanowaniem powszechnie obowiązujących przepisów prawa, zasad uczciwego obrotu, jak również dobrych obyczajów - został zawarty w procedurze: 1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.

3.	§ 32 ust. 2	<p>Wymóg § 32 ust.2 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Przekaz reklamowy powinien w sposób jasny wskazywać, jakiego produktu lub usługi dotyczy</p> <p>- został zawarty w procedurach:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
4.	§ 32 ust. 3	<p>Wymóg § 32 ust.3 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Przekaz reklamowy nie może eksponować korzyści w taki sposób, który powodowałby umniejszenie znaczenia kosztów i ryzyk związanych z nabyciem produktu lub usługi</p> <p>- został zawarty w procedurach:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
5.	§ 33	<p>Wymóg § 33 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Przekaz reklamowy nie powinien wprowadzać w błąd, ani stwarzać możliwości wprowadzenia w błąd, w szczególności co do:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) charakteru prawnego przedmiotu reklamowanego, w tym praw i obowiązków klienta, 2) tożsamości podmiotu reklamującego, 3) istotnych cech przedmiotu reklamowanego, 4) korzyści, które można osiągnąć nabywając lub korzystając z przedmiotu reklamowanego oraz okresu, w którym powstają, 5) ponoszonych przez klienta całkowitych kosztów związanych z nabyciem lub korzystaniem z przedmiotu reklamowanego oraz okresu, którego te koszty dotyczą, 6) czasu, wartości i terytorialnej dostępności przedmiotu reklamowanego, 7) ryzyka związanego z nabyciem lub korzystaniem z przedmiotu Reklamowanego <p>- został zawarty w procedurze:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
6.	§ 34	<p>Wymóg § 34 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Przy tworzeniu oraz publikacji przekaz reklamowy instytucja nadzorowana powinna w szczególności:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. czuwać nad charakterem i konstrukcją przekazów reklamowych przygotowywanych i publikowanych w imieniu instytucji nadzorowanej lub na jej rzecz, b. zapewnić odbiorcy możliwość swobodnego zapoznania się ze wszystkimi treściami składającymi się na przekaz, w szczególności ze wszelkiego rodzaju wskazaniemi i zastrzeżeniami stanowiącymi integralną część przekazu reklamowego, c. zapewnić, aby rozwiązania graficzne zastosowane w przekazie reklamowym nie utrudniały odbiorcy zapoznania się z istotnymi informacjami przedmiotu reklamowanego w tym przekazie, w szczególności z informacjami wymaganymi przepisami prawa oraz rekomendacjami nadzorczymi, d. podawać źródło prezentowanych informacji, jeżeli przekaz reklamowy e. odwołuje się do wyników sondaży, badań statystycznych, rankingów, ratingów lub innych danych <p>- został zawarty w procedurze:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>

7.	§ 36 ust. 2	<p>Wymóg § 36 ust.2 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Na etapie przedstawiania charakteru i konstrukcji rekomendowanego produktu lub usługi finansowej instytucje nadzorowane oraz podmioty z nimi współpracujące powinny uwzględnić potrzeby, o których mowa w ust. 1, w szczególności co do indywidualnej sytuacji klienta, w tym wiedzy i doświadczenia na rynku finansowym, a tam gdzie to uzasadnione, pożądanego czasu trwania inwestycji oraz poziomu akceptacji ryzyka został zawarty w procedurach wymienionych w ust.1, a ponadto w procedurze:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
8.	§ 37	<p>Wymóg § 37 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący : Instytucja nadzorowana oraz współpracujące z nią podmioty powinny rzetelnie i w sposób przystępny dla przeciętnej odbiorcy informować o oferowanym produkcie lub usłudze, w tym w szczególności o charakterze i konstrukcji tego produktu lub usługi korzyściach oraz czynnikach warunkujących osiągnięcie ewentualnego zysku, a także o wszelkich ryzykach z nimi związanych, w tym o opłatach i kosztach (również związanych z wcześniejszą rezygnacją z produktu lub usługi)</p> <p>- został zawarty w:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
9.	§ 38 ust. 1	<p>Wymóg § 38 ust. 1 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Wszelkie niezbędne informacje dotyczące charakteru i konstrukcji produktu lub usługi finansowej, mające znaczenie dla podjęcia przez klienta decyzji, powinny być udostępniane klientom w taki sposób, aby w odpowiednim czasie przed zawarciem umowy mieli oni możliwość swobodnego zapoznania się z ich treścią</p> <p>- został zawarty w:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
10.	§ 38 ust. 2	<p>Wymóg § 38 ust.2 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Postanowienia umowy, w tym wzorce umowy oraz istotne informacje na temat umowy zamieszczone w innych dokumentach, powinny zostać przedstawione klientowi przez instytucje nadzorowane oraz podmioty z nimi współpracujące przed podjęciem przez niego decyzji co do zawarcia umowy</p> <p>- został zawarty w:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
11.	§ 38 ust. 3	<p>Wymóg § 38 ust. 3 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący : Jeśli w ocenie klienta nie jest możliwe zapoznanie się z przedstawionymi dokumentami na miejscu instytucja nadzorowana powinna przekazać klientowi na koszt własny kopie odpowiednich dokumentów</p> <p>- został zawarty w procedurze:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.</p>
12.	§ 39	<p>Wymóg § 39 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Instytucja nadzorowana powinna opracować i udostępnić klientom jasne i przejrzyste zasady rozpatrywania skarg i reklamacji</p> <p>- został zawarty w procedurach:</p> <p>1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta</p>

		Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.
13.	§ 41	Wymóg § 41 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Proces rozpatrywania skarg i reklamacji przez instytucje nadzorowaną, powinien być przeprowadzony niezwłocznie nie później niż w terminie 30 dni, a także cechować się rzetelnością, wnikliwością, obiektywizmem oraz poszanowaniem powszechnie obowiązujących przepisów prawa, zasad uczciwego obrotu i dobrych obyczajów - został zawarty w procedurach: 1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.
14.	§ 42	Wymóg § 42 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Treść odpowiedzi na skargę lub reklamację powinna zawierać, o ile to możliwe, pełne i wyczerpujące uzasadnienie faktyczne i prawne, stosownie do zarzutów zamieszczonych w reklamacji lub skardze - został zawarty w procedurach: 1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.
15.	§ 43	Wymóg § 43 Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący: Instytucja nadzorowana powinna dążyć do polubownego rozwiązywania sporów ze swoimi klientami. - został zawarty w procedurze: 1) Polityka Marketingowa Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 103/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r.
16.	§50 ust. 1	Wymóg §50 ust. 1. Zasad Ładu Korporacyjnego stanowiący : Instytucja nadzorowana powinna skutecznie zarządzać ryzykiem występującym w jej działalności, w szczególności poprzez opracowanie i wdrożenie adekwatnego i skutecznego systemu zarządzania ryzykiem uwzględniającego strategię zarządzania ryzykiem obejmującą tolerancję na ryzyko określoną przez instytucję nadzorowaną - został uwzględniony w zaktualizowanych procedurach: 1) Polityka Zarządzania Ryzykiem Operacyjnym w Banku Spółdzielczym w Grójcu w 2022 roku i limitów ograniczających ryzyko operacyjne na 2022 rok przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 104/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 106/2022 z dnia 10.03.2022r. 2) Zasady polityki kredytowej Banku Spółdzielczego w Grójcu w 2022 roku i limity wewnętrzne na 2022 rok ograniczające ryzyko kredytowe przyjęte Uchwałą Zarządu Nr 114/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 118/2022 z dnia 10.03.2022r. 3) Polityka Zarządzania Ryzykiem Płynności i Finansowania w Banku Spółdzielczym w Grójcu w 2022 w roku i limitów ograniczających ryzyko płynności i finansowania na 2022 rok przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 105/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 107/2022 z dnia 10.03.2022r. 4) Polityka Zarządzania Ryzykiem Stopy Procentowej w Banku Spółdzielczym w Grójcu w 2022 roku i limitów ograniczających ryzyko stopy procentowej na 2022 rok przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 106/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 108/2022 z dnia 10.03.2022r. 5) Strategia zarządzania ryzykiem w Banku Spółdzielczym w Grójcu przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 112/2022 z dnia 10.03.2022r. zatwierdzona Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 115/2022 z dnia 10.03.2022r. Załącznik Nr 1 do „Strategii” – Ustalony przez Radę Nadzorczą apetyt na ryzyko wyrażony wskaźnikami ilościowymi na 2022 rok zatwierdzony

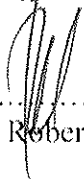
	<p>Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 116/2022 z dnia 10.03.2022r.</p> <p>6) Limity wewnętrzne ograniczające ryzyko koncentracji na 2022 rok przyjęte Uchwałą Zarządu Nr 110/2022 z dnia 10.03.2022r. i zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej Nr 112/2022 z dnia 10.03.2022r.</p> <p>7) Zasady Klasyfikacji Ekspozycji Kredytowych i Tworzenia Rezerw na ryzyko związane z działalnością Banku Spółdzielczego W Grójcu przyjęta Uchwałą Zarządu Nr 107/2022 z dnia 10.03.2022r.</p> <p>8) Zasady oceny ryzyka bezpieczeństwa środowiska teleinformatycznego i informacji w Banku Spółdzielczym w Grójcu przyjęte Uchwałą Zarządu Nr 133/2022 z dnia 29.03.2022r.</p>
--	---

Sporządził: Twona Grzeszczyk
Pracownik ds. zgodności
Grójec, dn. 07.04.2022r.

Sprawdził: Ewa Redkowiak
Specjalista ds. analiz i ryzyk bankowych
Grójec, dn. 07.04.2022r.

ZARZĄD BANKU

Zastępca Prezesa



(-) Robert Boroń

Członek Zarządu ds. finansowych



(-) Agnieszka Czupryjak

Prezes Zarządu



(-) Teresa Przychodzień

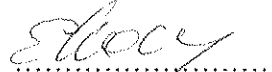
Komitet Audytu pozytywnie opiniuje Raport z oceny realizacji Zasad Ładu Korporacyjnego sporządzony wg stanu na 31.03.2022 roku.

Przewodniczący Komitetu Audytu



(-) Tomasz Grzejszczyk

Członek Komitetu Audytu



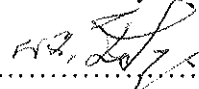
(-) Elżbieta Kalus

Członek Komitetu Audytu

(-) Radosław Domasiewicz

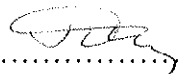
RADA NADZORCZA

Sekretarz Rady Nadzorczej



(-) mgr inż. Tomasz Grzejszczyk

Przewodniczący Rady Nadzorczej



(-) mgr inż. Andrzej Pietrzak

