

## Status realizacji założeń strategicznych [IIRC]:



### Odpowiadamy na potrzeby naszych klientów

Grupa PZU chce być dla klientów stabilnym i godnym zaufania partnerem. Dlatego planuje z nimi długofalową relację i przewiduje ich potrzeby.

W PZU i PZU Życie założenia te są realizowane w formule Programu Zarządzania Doświadczeniami Klienta. Na bieżąco monitorowane są opinie i zadowolenie klientów, w szczególności poprzez badania satysfakcji z obsługi oraz produktów, jak również po rozpatrzeniu reklamacji. Tworzone są mapy doświadczeń klientów, dzięki którym wiadomo, które elementy obsługi należy poprawić.

#### Ambicje „Nowe PZU” 2020

– wskaźnik NPS (zadowolenia) klienta detalicznego w ubezp. vs. konkurencja

>konkurencji



– wskaźnik terminowości rozpatrywania reklamacji

95% do 28 dni



W 2019 roku po raz kolejny, porównując do konkurencji, klienci w większym stopniu byli skłonni rekomendować PZU. Wskaźnik NPS (Net Promoter Score) był o 10 p.p. wyższy od konkurencji. Ten wynik to w znacznej mierze efekt badań satysfakcji klientów, które pozwalają identyfikować mocne strony organizacji oraz obszary, które wymagają zmian i udoskonalień.



### Tworzymy inspirujące miejsce pracy

Grupa PZU chce być najlepszym pracodawcą na rynkach, na których świadczy usługi. Jej cele to: pozycja lidera wśród firm branży finansowej najczęściej wybieranych przez poszukujących zatrudnienia, zaangażowana kadra oraz utrzymany niski poziom rotacji największych talentów w organizacji.

Aby je osiągnąć Grupa PZU:

- zapewnia przejrzyste ścieżki kariery;
- umożliwia rozwój swoim pracownikom;
- promuje przedsiębiorczość, innowacyjność, pracę zespołową oraz buduje - lepszą jakość kultury organizacyjnej;
- poprawia procesy związane z przeciwdziałaniem odejściom pracowników;
- rozwija program na rzecz utrzymania kluczowych pracowników;
- oferuje przyjazne środowisko i atmosferę oraz szanse na rozwój, gwarantując jednocześnie poszanowanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym.

#### Ambicje „Nowe PZU” 2020

– wskaźnik zaangażowania pracowników  
55%

– procent kobiet na stanowiskach kierowniczych

min. 50%



Wskaźnik zaangażowania w 2019 roku wzrósł o 11 p.p. r/r do 51%. Frekwencja wyniosła 84% (w roku 2018 było to 73%).



### Świadomie zarządzamy wpływem na środowisko

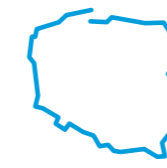
Grupa PZU tworzy własny standard środowiskowy, który określa kluczowe założenia dotyczące podejścia zarządczego w kwestiach środowiskowych. Są to zasady:

- zrównoważonego rozwoju;
- wysokiego poziomu ochrony środowiska;
- przezorności i przewidywania ewentualnych negatywnych skutków działań;
- prewencji, zapobiegania zanieczyszczeniom i ich likwidacji u źródła;
- włączania elementów z zakresu ochrony środowiska do strategii i polityki biznesowej;
- partnerstwa, czyli konieczności podejmowania przez wszystkie podmioty z Grupy PZU wspólnych działań na rzecz ochrony środowiska.

#### Ambicje „Nowe PZU” 2020

– wdrożenie standardu Grupy „Zielone PZU”  
wdrożony w 100%

„Standard Grupy PZU - Zielone PZU”, wraz z dokumentem działań w obszarze administracji i nieruchomości ma na celu realizację zadań świadomego zarządzania środowiskiem naturalnym i ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko.



### Jesteśmy liderem działań społecznych w zakresie bezpieczeństwa

Firmy ubezpieczeniowe odpowiedzialne są za ryzyka innych osób. Dlatego zaangażowanie społeczne w przypadku ubezpieczycieli nabiera szczególnego znaczenia. Grupa PZU od wielu lat, korzystając z funduszu prewencyjnego, podejmuje konkretne i mierzalne działania, które zmniejszają ryzyko u źródła.

Obok działalności sponsoringowej czy realizowanej przez Fundację PZU działalności charytatywnej, Grupa PZU angażuje się w inwestycje społeczne mające obniżyć ryzyko i przynieść jednocześnie korzyści biznesowe i społeczne. Są to inicjatywy, których głównym celem jest przeciwdziałanie wypadkom, zmniejszanie ich skutków oraz wspieranie aktywności promujących profilaktykę zdrowotną.

Strategicznymi filarami zaangażowania społecznego PZU są: bezpieczeństwo (drogowe, publiczne, w wymiarze lokalnym), zdrowie, kultura i eksperckość.

#### Ambicje „Nowe PZU” 2020

– zaangażowanie finansowe w działalność społeczną

>50 mln zł rocznie



Zaangażowanie finansowe w działalność społeczną wyniosło w 2019 roku 84 mln zł (PZU, PZU Życie i TUV PZU).



### Budujemy nowe standardy w relacjach z dostawcami

PZU ma świadomość swojego istotnego wpływu na rynek zamówień i odpowiedzialności za kształtowanie najwyższych standardów biznesowych. Spółki Grupy promują ideę odpowiedzialności społecznej w relacjach ze swoimi dostawcami i chcą współpracować tylko z tymi kontrahentami, którzy przestrzegają praw człowieka oraz działają zgodnie z regulacjami prawnymi, w szczególności w zakresie przeciwdziałania korupcji. Od swoich partnerów oczekują również zapewnienia bezpiecznych i godnych warunków pracy, stosowania najwyższych standardów etycznych oraz dbałości o środowisko naturalne.

#### Ambicje „Nowe PZU” 2020

– odsetek dostawców przestrzegających „Kodeksu dobrych praktyk CSR Dostawców PZU”

90% dostawców PZU\* objętych procesem przetargowym akceptuje i przestrzega „Kodeksu Dobrych praktyk CSR Dostawców Grupy PZU”

W 2019 roku trwało wdrożenie nowej platformy zakupowej, która zgodnie z założeniami strategii CSR uwzględnia konieczność potwierdzenia zobowiązania do przestrzegania „Kodeksu dobrych praktyk CSR”.

\*Dostawcy towarów lub usług zaproszeni do udziału w przetargach organizowanych przez Biuro Zakupów w PZU i PZU Życie



W Grupie PZU prowadzony jest proces aktualizacji strategii biznesowej oraz w zakresie czynników środowiskowych, społecznych i dotyczących ładu korporacyjnego.