

# BANK SPÓŁDZIELCZY

ŚWIAT BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ  
NR 3/613 LIPIEC – WRZESIEŃ 2024  
ISSN 2719-4515

Nasz  
magazyn ma

**60 lat**

BANK SPÓŁDZIELCZY

Wdrożyliśmy SUS i...  
nie zwalniamy tempa!

rozmowa z

**Iwoną Ekiert** str. 5



**Jak bezpiecznie**  
korzystać z bankowości  
w sieci?

str. 24



# ODDALIŚMY PRYWATNOŚĆ

## WIELKIEMU BRATU

Miałem w planie zacząć od ciepłego, jesienno-akcentu, ale życie, pogoda i wydarzenia na południu Polski zdominowały w ostatnich tygodniach wszystkie oceny. W wielkiej powodzi zniknęły nie tylko dobre, pourlopowe nastroje, lecz przede wszystkim olbrzymi, wielopokoleniowy dobytek całego regionu.

Ucierpiały między innymi placówki Banku Spółdzielczego w Lwówku Śląskim i Gospodarczego Banku Spółdzielczego w Strzelinie. Ale można być pewnym, że nasza społeczność nikogo nie pozostawi bez wsparcia! Od razu uruchomiliśmy zbiórkę pieniędzy i działania na rzecz przywrócenia normalności w naszych bankach. Jesteśmy z Wami!

Świat zmienia się na naszych oczach nie tylko w sferze klimatu. Na rynku są już produkty, które myślą za nas. Można kupić lodówkę, która wykorzystując AI przypomni nam, co mamy kupić i kiedy.

Technologia i sztuczna inteligencja stają się częścią naszego życia. I jak wszystkie nowości niosą ze sobą dobre i złe atrybuty. Cały czas powinniśmy trzymać się na baczności i nie dać się oszukać. Ale jak to zrobić, skoro wielu z nas nie rozstaje się ze smartfonem? Prezentujemy nasze życie na FB i Instagramie. Dzielimy się wiedzą na LinkedIn.

Algorytmy tymczasem wnikliwie śledzą, zbierają i analizują nasze dane.

Po informacji z pierwszej ręki zwróciliśmy się do... AI! Zadaliśmy aplikacji ChatGPT pytanie o dane, które zbierają na nasz temat portale społecznościowe i ich właściciele. ChatGPT podał aż siedem obszarów, począwszy od adresu naszej poczty elektronicznej, poprzez sprzęt, którego używamy i przeglądarki, z których korzystamy, aż po nasze zainteresowania i formy spędzania wolnego czasu.

Ale najciekawsza była odpowiedź, co z takimi informacjami można zrobić. Oto fragment odpowiedzi udzielonej przez AI:

*Portale społecznościowe mogą wykorzystywać zgromadzone dane na wiele sposobów, w tym potencjalnie działać na naszą niekorzyść. Po pierwsze, mogą wykorzystać zebrane dane, aby manipulować naszymi zachowaniami i nastrojami. Dzięki algorytmom, portale mogą selektywnie dostarczać treści, które wywołują określone reakcje emocjonalne. Na przykład, mogą promować kontrowersyjne lub skrajne treści, aby zwiększyć zaangażowanie użytkowników, co prowadzi do wydłużenia czasu spędzanego na platformie.*

Coraz trudniej zorientować się co jest prawdą, a co nie. Ostatnio na jednym z videoczatów wygenerowany przez AI prezes i wiceprezes firmy spotkali się z dyrektorem finansowym, i nakazali mu przelać na obce konto kilka milionów dolarów. Na tym czacie tylko dyrektor był prawdziwy...

Przypomina mi się książka Geорга Orwella „1984”. Jaka jest różnica między literacką fikcją a obecną rzeczywistością? Bohaterowie książki żyli w świecie zniewolonym, wbrew swojej woli byli non stop inwigilowani. Dzisiaj sami oddajemy swoją prywatność.

Prezentujemy nasze życie w Sieci i często tracimy czujność.

Dlatego tak wiele uwagi poświęciliśmy w tym numerze tematyce bezpieczeństwa w Sieci i bezpiecznemu bankowaniu. Stały te-



mat: bezpieczeństwo transakcji. W dobie fake newsów i dezinformacji musimy być ciągle czujni. Przestępcy na wszelkie sposoby próbują dostać się do naszych pieniędzy.

Na co zwrócić uwagę? Polecam artykuł Krzysztofa Swobody „Twój przewodnik po finansowych pułapkach online”:

*W 2024 roku cyberprzestępcy wzięli sobie na cel zwłaszcza te osoby, które chcą zarabiać w internecie.*

*Co nie powinno dziwić, szczególnie powinni uważać ci, którzy chcą zyskać dużo i szybko.* – pisze autor i daje też wiele wskazówek:

*Zawodowi przestępcy tworzą niemal doskonałe repliki stron, które na pierwszy rzut oka są nie do odróżnienia od oficjalnych portali banków czy platform aukcyjnych. Jak rozpoznać takie oszustwo? Liczą się detale. Zawsze sprawdzaj, czy: domena jest taka sama jak podczas ostatniego logowania: com.pl to zupełnie inny adres niż pl. Czy już łączyłeś się z tym adresem: łatwo zweryfikujesz w historii swojej przeglądarki lub wprowadzając kilka pierwszych liter z adresu na pasku URL, w domenie nie ma „przypadkowej” literówki: sggb lub bsg to nie to samo, co SGB.pl.*

Oszuści często wykorzystują nasze emocje i uczucia. Robią to, żebyśmy sami oddali im nasze pieniądze. Niemożliwe? Jak najbardziej możliwe. O tym traktuje tekst Agnieszki Szelejewskiej: *Mechanizm działania cyfrowych Casanovów jest równie prosty, co skuteczny. Tworzą starannie dopracowane profile, często podszywając się pod atrakcyjnych, dobrze sytuowanych singli. Wykorzystują przy tym skradzione zdjęcia i zmyślone historie życiowe, które mają uwiarygodnić ich internetową personę. Następnie, z chirurgiczną precyzją, wybierają swoje ofiary – najczęściej są to kobiety w średnim wieku, po przejściach, spragnione uczucia i stabilizacji.* – pisze autorka.

Co jeszcze w najnowszym wydaniu „BS”? Coraz więcej banków korzysta z systemu usług zrzeszeniowych. Niedawno dołączyły dwa nowe. Polecam wywiad z Iwoną Ekiert, prezeską Zarządu Banku Spółdzielczego w Wolinie, która wyjaśnia dlaczego bank wybrał właśnie takie rozwiązanie:

*To nie była decyzja podjęta ad hoc, miała długą genezę. Znaczącym argumentem przemawiającym na korzyść tego rozwiązania jest wysoko rozwinięte bezpieczeństwo w szerokim tego słowa znaczeniu. Bezpieczeństwo środków klientów, ale również bezpieczeństwo banku w zakresie przeprowadzanych transakcji, większe zasoby technologiczne, techniczne i kadrowe* – mówi prezes Iwona Ekiert.

Przed nami wiele nowych projektów i skierowana do młodych odbiorców kampania reklamowa, która już wystartowała. Trzymajmy za nią kciuki i udostępniajmy ulokowane w Sieci spoty.

I na koniec... Nasz e-magazyn w tym roku obchodzi okrągły jubileusz 60-lecia obecności na rynku wydawniczym. Polecam artykuł Janusza Orłowskiego – jednego z poprzednich redaktorów naczelnych „Banku Spółdzielczego”. Dziękujemy, że jesteście Państwo z nami.

Bez Was ta praca nie miałaby sensu.

**Roman Szewczyk**  
**Redaktor Naczelny**

### BANK SPÓŁDZIELCZY

Adres Redakcji: Szarych Szeregów 23a, 60-462 Poznań, M.: 505 459 471, E.: [wydawnictwo@bodie.pl](mailto:wydawnictwo@bodie.pl), [www.bodie.pl/szkolenia/bodie-extra/wydawnictwo/ksiazki](http://www.bodie.pl/szkolenia/bodie-extra/wydawnictwo/ksiazki)

Redaguje zespół: redaktor naczelny – **Roman Szewczyk** Redaktorzy prowadzący – **Rafał Łopka, Jerzy Sygidus**

Korekta: **Jerzy Sygidus**

Reklama: **Monika Zarębska – BODiE**, M.: +48 608 339 937

Projekt i skład: **dubielstudio.pl**

Stale współpracują: **Robert Azembski, Andrzej Borowiak, Janusz Orłowski, Agnieszka Szelejewska, Krzysztof Swoboda, Robert Woźniak**

Współpraca podcast: **Michał Kocurek, Katarzyna Miler**

Zdjęcie na okładce: **Roman Szewczyk**

Obróbka: **dubielstudio.pl**

Zdjęcia we wnętrzu pochodzą z **Pixabay.com, Unsplash.com i shutterstock.com**.

Wydawca: **Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji Sp. z o.o.**

Szarych Szeregów 23a, 60-462 Poznań, M.: 505 459 471, E.:

[wydawnictwo@bodie.pl](mailto:wydawnictwo@bodie.pl) Na zlecenie SGB-Banku SA

Redakcja nie zwraca materiałów nie zamówionych. Zastrzega sobie prawo do redakcyjnego opracowania tekstów, skracania oraz zmiany tytułów. Rozpowszechnianie materiałów redakcyjnych w formie papierowej i elektronicznej bez zgody Wydawcy zabronione.

# BS

NA RYNKU OD  
**1964 ROKU**





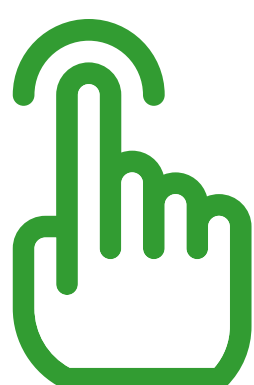
**SGB** Banki Spółdzielcze



Zadbaj o ich finanse



Otwórz konto dla #MłodychWilków



KLIKNIJ ŻEBY PRZEJŚĆ DO ARTYKUŁU

### ROZMOWA NUMERU

#### WDROŻYLIŚMY SUS I... NIE ZWALNIAMY TEMP!A!

ROZMOWA Z IWONĄ EKIERT, PREZESKĄ ZARZĄDU BANKU SPÓŁDZIELCZEGO W WOLINIE

**s. 5**

### Z OSTATNIEJ CHWILI

#### OBRADOWAŁO ZGROMADZENIE PREZESÓW SGB

**s. 9**

### TEMAT NUMERU

#### RZECZYWISTOŚĆ FAŁSZU: DEEPAKE JAKO WYZWANIE DLA CYBERBEZPIECZEŃSTWA

**s. 11**

#### NIC NIE JEST TAKIE, JAKIM SIĘ WYDAJE

**s. 13**

#### MIŁOSNE OSZUSTWO 2.0: NOWE TAKTYKI ZŁODZIEI SERC I PORTFELI

**s. 15**

#### BEZPIECZNY W SIECI, CZYLI NIEOKRADZIONY

**s. 18**

#### ROZMOWA Z MOIM BOTE CZYLI SZTUCZNĄ INTELIGENCJĄ

**s. 20**

#### NOWE METODY OSZUSTW FINANSOWYCH W KRAJU I NA ŚWIECIE

**s. 22**

#### FOCUS NA BEZPIECZEŃSTWO. TWÓJ PRZEWODNIK PO FINANSOWYCH PUŁAPKACH ONLINE

**s. 24**

### JUBILEUSZ MAGAZYNU

#### DOJRZAŁA WZAJEMNOŚĆ 60 LAT BANKU SPÓŁDZIELCZEGO

**s. 27**

#### 60 LAT I... TRZEBA NADAL IŚĆ DO PRZODU

**s. 30**

### TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

#### NADSZEDŁ CZAS MŁODYCH WILKÓW

**s. 33**

#### WSZYSTKIE DROGI PROWADZĄ DO... BEDNAR

**s. 35**





**POLSKIE BANKI NA RZECZ  
POLSKICH PRZEDSIĘBIORCÓW  
ROLNYCH**

**S. 38**

**Z SUKCESAMI, ALE NIE BEZ  
PROBLEMÓW I WYZWAŃ**

**S. 40**

**SPECJALNIE DLA WAS**

**SIŁĄ NAPĘDOWĄ ZMIAN W JĘZYKU  
SĄ JEGO UŻYTKOWNICY**

**S. 43**

**FORUM MARKETINGU  
I KOMUNIKACJI DLA BANKÓW  
SPÓŁDZIELCZYCH SGB JUŻ ZA NAMI**

**S. 47**

**RECENZUJEMY**

**TROCHĘ KULTURY**

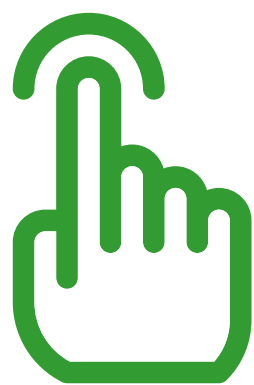
**S. 51**

**UBEZPIECZENIA**

**NASZE POLISY SĄ JASNE  
I ZROZUMIAŁE.**

**S. 53**

ROZMOWA Z PIOTREM GURGULEM,  
DYREKTOREM I MAŁGORZATĄ  
BACAJEWSKĄ, ZASTĘPCĄ DYREKTORA  
ZESPOŁU SPRZEDAŻY UBEZPIECZEŃ  
– BANKI SPÓŁDZIELCZE W SALTUS  
UBEZPIECZENIA



**KLIKNIJ ŻEBY  
PRZEJŚĆ DO  
ARTYKUŁU**

**PRAWO**

**ROZPORZĄDZENIE DORA  
- CZY WIEMY COŚ WIĘCEJ?**

**S. 55**



**Otwórz konto  
dla #MłodychWilków**



**Zadbaj o ich  
finanse**



# Wdrożyliśmy SUS i... nie zwalniamy tempa!



Chętnie uczestniczymy w finansowaniu każdej inwestycji związanej z turystyką, widząc w tej branży duży i niegasnący potencjał.

Rozmowa z **Iwoną Ekiert**, prezeską Zarządu Banku Spółdzielczego w Wolinie

**Kończy się sezon urlopowy. Bank jest obecny w kilku znaczących, nadmorskich miejscowościach, m.in. w Dziwnowie i Międzyzdrojach. Jak się zarabia na turystach?**

Placówki bankowe w nadmorskich miejscowościach mają swoją specyfikę, która wymaga dużej elastyczności pod względem organizacyjnym. Gmina Międzyzdroje liczy około 6 tysięcy mieszkańców, gmina Dziwnów to około 3,5 tysiąca – w sezonie letnim do tych miejscowości przyjeżdża siedem razy więcej turystów! Stanowi to dla obsługi bankowej nie lada wyzwanie, nie mamy pracowników sezonowych i obsada placówek, która obsługuje klientów poza sezonem, mierzy się z kilka razy większymi obrotami na rachunkach, w kasach i bankomatach. Oczywiście, profity banku na turystach to przede wszystkim prowizje od transakcji, prowizje DCC z zagranicznych transakcji bankomatowych oraz dochody z wymiany walut. W sezonie bankomaty muszą być uzupełniane niemal codziennie.

**A jak wygląda wasza współpraca z lokalnymi przedsiębiorcami, którzy prowadzą firmy w tym segmencie rynku - pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne, gastronomię, wypożyczalnie sprzętu? Czy bank w Wolinie angażuje się w finansowanie infrastruktury turystycznej? To jest perspektywiczna branża?**

Oczywiście. Turystyka to jedna z większych branż, które obsługujemy. Chętnie uczestniczymy w finansowaniu każdej inwestycji związanej z turystyką, widząc w tej branży duży i niegasnący potencjał.

Jako pojedynczy bank nie jesteśmy w stanie zaspokoić potrzeb młodego pokolenia, taką możliwość dostrzegłam w Systemie Usług SGB.

**Czy zmienna sytuacja na rynku turystycznym ma odzwierciedlenie w działalności banku spółdzielczego? Widać większą aktywność klientów w sezonie i niższą po nim, czy może zainteresowanie waszymi usługami jest na niezmiennym poziomie?**

Nasz bilans wykazuje tendencję wzrostową rok do roku. Nie wykazuje dużej zmienności w trakcie roku ze względu na dywersyfikację w portfelu naszych klientów, niemniej jednak zainteresowanie produktami i usługami w zależności od pory roku i rodzaju klienta jest różne. Jak wspomniałam, duże zainteresowanie usługami pojawia się w czasie wakacji, gdy ▶





branża turystyczna ma swoje pięć minut. Rosną obroty u naszych klientów i równocześnie u nas. Jesienią wzrastają depozyty lub spłacane są kredyty zarówno w branży rolniczej po żniwach, jak i w turystycznej, po sezonie. Zimą z kolei rośnie zapotrzebowanie na kredyty detaliczne, a wiosną – na kredyty preferencyjne i obrotowe dla branży rolniczej. Tak wygląda roczny cykl naszej pracy.

**W tym kontekście trudno nie zauważyć waższej sztandarowej aktywności społecznej – wsparcia sponsorskiego dla Festiwalu Muzyki Organowej i Kameralnej. Jakie korzyści zyskuje firma sponsorując takie wydarzenia kulturalne i inne projekty? Liczycie na zainteresowanie ze strony lokalnej społeczności, czy stawiacie na budowę wizerunku banku w grupie turystów?**

Mamy na terenie działania naszego banku kilka dużych imprez, które co roku wspieramy. Oprócz Międzynarodowego Festiwalu Muzyki Organowej corocznie wspieramy też Festiwal Słowian i Wikingów. To są flagowe imprezy, na które zjeżdża wielu turystów, a także liczne grupy rekonstrukcyjne ze świata. Podczas takich wydarzeń stawiamy na utrwalanie wizerunku banku, jako nowoczesnej, europejskiej instytucji finansowej. Udzielamy się również w mniejszych, lokalnych inicjatywach społecznych, wspomagając np. kluby i wydarzenia sportowe, dożynki, wycieczki szkolne, imprezy gminne. Tutaj chcemy być obecni ze względu na naszych klientów i udziałowców, gdyż staramy się pielęgnować społeczną odpowiedzialność w biznesie.

Działania sponsorskie niekoniecznie są przez nas rozpatrywane przez pryzmat ewentualnych korzyści. Angażujemy się w wiele lokalnych przedsięwzięć, bo taka jest nasza strategia – rozwój środowisk lokalnych. Bank cieszy się wysokim poziomem zaufania klientów, bardzo dobrze znamy rynek lokalny i uważam, że jest to nasza mocna strona. Nie można natomiast pominąć konieczności budowania dobrego wizerunku banku w grupie turystów, chociażby ze względu na postrzeganie całego sektora bankowości spółdzielczej. To jedno z ważniejszych zadań banków takich, jak nasz.

**Kierowany przez panią bank intensywnie rozwija swój portfel kredytowy, ma znaczącą pozycję w sektorze rolnym i rolnospożywczym oraz w obsłudze MSP. Czy to główne filary modelu biznesowego?**

Bank Spółdzielczy w Wolinie jest bankiem uniwersalnym, nasze działania adresowane są do klientów z segmentu bankowości detalicznej, biznesowej, agrobiznesu oraz jednostek samorządu terytorialnego. W działalności kredytowej zwracamy mocną uwagę na dywersyfikację portfela kredytowego zarówno pod względem struktury podmiotowej, jak i ryzyka kredytowego.

**Czy można już mówić o trwałej tendencji odchodzenia od tradycyjnego modelu bankowości na rzecz rozwiązań mobilnych, czy jednak siła przyzwyczajenia klientów jest wciąż mocna i wygrywa bezpośrednia wizyta w placówce banku?**

Ta tendencja stale wzrasta, szczególnie po pandemii, gdy kontakt pracownik-klient został ograniczony do minimum. Jednak przeważają jeszcze klienci ceniący sobie bezpośredni kontakt z naszym doradcą i chętnie służymy im pomocą w placówkach banku.

**Wiele branż w Polsce cierpi na niedobór młodych, nowych klientów. W jaki sposób można ich skutecznie pozyskać? Gdzie dostrzega pani takie możliwości?**

Młody klient kojarzy mi się z nowymi technologiami i wygodą. Jako pojedynczy bank nie jesteśmy w stanie zaspokoić tych potrzeb młodego pokolenia, taką możliwość dostrzegłam w Systemie Usług SGB. Proponowane rozwiązania są na poziomie porównywalnym do banków komercyjnych, a pomysł z mobilną skarbonką dla dzieci poniżej 13 roku znacznie wykracza ponad ofertę komercji.

**Bank Spółdzielczy w Wolinie dołączył do Systemu Usług SGB. Co miało wpływ na tę decyzję?**

To nie była decyzja podjęta ad hoc, miała długą genezę. Znaczącym argumentem przemawiającym na korzyść tego rozwiązania jest wysoko rozwinięte bezpieczeństwo w szerokim tego

słowa znaczeniu. Bezpieczeństwo środków klientów, ale również bezpieczeństwo banku w zakresie przeprowadzanych transakcji, większe zasoby technologiczne, techniczne i kadrowe.

Kolejnym argumentem przemawiającym na korzyść tego rozwiązania jest wsparcie pracowników obsługi klien-

Znaczącym argumentem przemawiającym na korzyść Systemu Usług SGB jest wysoko rozwinięte bezpieczeństwo w szerokim tego słowa znaczeniu.

tów, gdyż rozwiązanie zrzeczeniowe jest dużo łatwiejsze i nakierowane na produkty i umowy. To jest prostsze dla młodej kadry dominującej na front office, ale też służy wsparciu pracowników back office – sprawozdawczość obowiązkowa w zrzeczeniowym rozwiązaniu OBIEE jest tu, jak można obrazowo powiedzieć, na jeden klik w porównaniu z rozwiązaniem, które posiadaliśmy wcześniej.

Argumentami przemawiającymi na korzyść tego rozwiązania jest też zachowanie ciągłości działania IT. Na zachowanie ciągłości działania ponosimy spore wydatki, na które składają się przede wszystkim utrzymanie dwóch ciągle modernizowanych serwerowni. Po migracji systemu te koszty przeniesione są na SGB-Bank SA.

Zdawaliśmy sobie również sprawę z tego, że rozwój IT w zrzeczeniu jest w ciągłym trendzie wzrostowym; wiem, że testowane jest rozwiązanie chmury obliczeniowej i widzę w tym rozwoju także naszą przyszłość. Ale skupiłam się na rozwiązaniach, które służą pracownikom, choć beneficjentami zmian technologicznych są w pierwszej kolejności nasi klienci. Rozwiązania proponowane w aplikacji mobilnej spotykają się z ich aprobatą i na to właśnie liczyliśmy. A widzimy, że rada programowa nie spoczęła na laurach i ma kolejne pomysły.

**W czym upatruje pani największe korzyści płynące z udziału w SUS?**

Widzę ich dużo, inaczej nie zdecydowalibyśmy się na migrację danych. Mimo wyższych kosztów na początku, docelowo będą widoczne korzyści związane z redukcją kosztów m. in. z tytułu utrzymywania dwóch serwerowni, kosztów zwią-





zanych z doradztwem firm informatycznych itd. Nie można zapomnieć również o kwestiach technicznych i infrastrukturze informatycznej w zakresie szybkości zmian. Korzystając z SUS korzystamy z nowych rozwiązań. Bardzo też jestem zaskoczona rozwiązaniem procesu AML – na ten aspekt przy podjęciu decyzji w ogóle nie zwracaliśmy uwagi. Proces PPPi-FT jest dopięty na ostatni guzik.

Bezpieczeństwo, o którym już wcześniej mówiłam, to dla nas podstawowa korzyść tego systemu, ale mocno liczę też na kolejne kanały i pomysły prowadzące do pozyskania młodych klientów poprzez nowe produkty udostępniane w aplikacji mobilnej.

### Jakie są pierwsze oceny i doświadczenia z uczestnictwa w Systemie?

Nie są to tylko oceny wzorowe, jak każde rozwiązanie systemowe SUS ma wiele atutów, ale też można znaleźć kilka słabszych punktów. Uważam, że dużo pracy czeka bank zreszający

Nie mogę też nie wspomnieć  
o zaangażowaniu ludzi  
w ten projekt i serdecznie  
chcę podziękować zarówno  
pracownikom zaangażowanym  
w migrację ze strony  
SGB-Banku i Asseco, jak  
również moim pracownikom.

w zakresie poprawy samego procesu migracyjnego, między innymi w sferze zapewnienia opieki dla banku po migracji w dłuższym okresie. Brakowało nam celowanych szkoleń w zakresie pracy back office, a co najważniejsze – konieczne jest wdrożenie lepszego rozwiązania dla rejestru udziałowców. Mimo, że na rejestrze nie ma tak dużo operacji księgowych jak na innych rachunkach bankowych, my zmierzaliśmy się z naliczeniem oprocentowania udziałów, które zostało zatwierdzone na ZP oraz rezygnacjami i wieloma wpłatami członkowskimi, które pochłonęły sporo czasu pracowników.

I ogólnie zbyt dużo jest systemów dodatkowo wspierających system core'owy, część z nich moim zdaniem winna być elementem głównego systemu albo powinna być bardziej zintegrowana. Największe obawy, które miałam decydując się na wdrożenie nowego systemu bankowego dotyczyły reakcji klientów. System DEF był nowy, inny od dotychczas stosowanego. Napotkaliśmy więc na niezadowolenie wielu klientów banku, pomimo kampanii informacyjnej realizowanej przez bank z dużym wyprzedzeniem. Jednak cierpliwość pracowników w wyjaśnianiu klientom zawitych kwestii związanych z nowym bankingiem internetowym rozwiązywała problemy na bieżąco.

Nie mogę też nie wspomnieć o zaangażowaniu ludzi w ten projekt i serdecznie chcę podziękować zarówno pracownikom zaangażowanym w migrację ze strony SGB-Banku i Asseco, jak również moim pracownikom. Bez tych ludzi i ich zaangażowania projekt nie zostałby zakończony sukcesem. Słowa podziękowania należą się też klientom banku za akceptację i zrozumienie celu powziętej decyzji o zmianie systemu.

Podsumowując: dla banku takiego jak nasz, profity płynące z przystąpienia do SUS przeważają, choć wiadomo, że każde nowe wdrożenie generuje stres i perturbacje. Uważam, że nie

ma lepszej drogi, jak przystąpienie do tego systemu. On służy rozwojowi banku, docelowo zmniejsza koszty, usprawnia nasze relacje z klientami i pozwala dużo lepiej personalizować dostarczane im oferty.

### Obecnie wiele firm komunikuje się ze swoimi klientami za pomocą mediów społecznościowych, Bank Spółdzielczy w Wolinie również jest aktywny na Facebooku. Czy zamierzacie być obecni na innych platformach np. LinkedIn czy Instagram?

Kanały społecznościowe to narzędzia, dzięki którym stajemy się widoczni szczególnie w środowisku młodego pokolenia klientów. Tak właśnie traktujemy naszą obecność na Facebooku – jako kanał dotarcia do młodzieży, bardzo aktywnie przez nas rozwijany. Zaczynamy przygodę również na Instagramie, rozważamy pojawienie się w serwisie LinkedIn.

### Social Media, nowe technologie, bankowość mobilna. Z jednej strony bardzo pomocne, z drugiej niosące wiele niebezpieczeństw. Coraz więcej klientów traci swoje środki przez nieuwagę. Kto powinien edukować klientów? To zadanie dla banków czy systemu edukacji społecznej? Jak to robić?

Myślę, że edukacja to wspólne zadanie sektora bankowego i instytucji życia publicznego. My staramy się każdy kontakt z klientem wykorzystać do jego edukacji, a mamy możliwość przy okazji wizyt w banku, korzystamy też ze spotkań na grupach członkowskich i wizyt naszych pracowników u klientów. To samo dotyczy wykorzystania do edukacji mediów społecznościowych, bankowości internetowej i mobilnej. Każda ścieżka komunikacji jest dobra.

Poza tym wiele kampanii edukacyjnych pojawia się w mediach, na stronach rządowych i na stronach banków. Bardzo bogata jest również oferta CEDUR, przygotowywana cyklicz-

Zaczynamy przygodę również  
na Instagramie, rozważamy  
pojawienie się w serwisie LinkedIn.

nie przez UKNF. Skończył się projekt dla uczniów i nauczycieli, od września rusza projekt dla seniorów i ich opiekunów. To są bardzo wartościowe działania. Nie można też zapomnieć o pracy KZBS, który w przyjazny sposób propaguje wiedzę o ekonomii. My również przyłączamy się do tych działań. Myślę, że ta droga jest dobra i powinna być kontynuowana.

### Jakie plany ma bank na najbliższą przyszłość?

Oczywiście: rozwijać się i służyć klientom i udziałowcom. A z konkretnych – jesteśmy w trakcie remontu placówki w Przewelicach, obecnie wdramy platformę SGB, idziemy też z duchem ekologii i wyposażamy placówki w panele fotowoltaiczne. Zamierzamy zmodernizować bankomaty: na tę chwilę posiadamy 14 już raczej wystużonych urządzeń, więc czeka nas sukcesywna wymiana. Przygotowujemy się do segmentacji klientów i mamy zamiar wdrożyć nowy model sprzedaży. A zatem – nie zwalniamy tempa!

Wolin, 12 września 2024 r.

Rozmawiał: Roman Szewczyk





**Banki Spółdzielcze SGB**  
zebrały dla powodzian  
ponad  
**1,2 miliona złotych**



Zadbajmy  
**o powodzian**



# OBRADOWAŁO ZGROMADZENIE PREZESÓW SGB



**Roman Szewczyk**  
SGB-Bank SA

Zgromadzenie Prezesów Spółdzielczej Grupy Bankowej miało miejsce 25 września br. w Szklarskiej Porębie. Zgromadzenie przyjęło sprawozdanie z działalności Rady Zrzeszenia w okresie od 25. października 2023 roku do 3. września 2024 r.

Prezesi Banków Spółdzielczych SGB wysłuchali również informacji Zarządu SGB-Banku SA w sprawach dotyczących wpływu otoczenia biznesowego, społecznego i ekonomicznego na działalność Zrzeszenia.

Przedmiotem obrad były również:

- ✓ Wyniki finansowe SGB-Banku SA i banków Zrzeszenia SGB,
- ✓ Rozwój biznesu w Spółdzielczej Grupie Bankowej,
- ✓ Stan bieżący i plany inicjatyw technologicznych,
- ✓ Kierunki nowej strategii rozwoju SGB,
- ✓ Informacja prezesa Zarządu IPS – SGB.

Zgromadzenie Prezesów SGB przeprowadziło również wybory uzupełniające do Rady Zrzeszenia na kadencję w latach 2022-2025. Do Rady Zrzeszenia dołączył Krzysztof Wysocki, który zastąpił Ewelinę Pałubicką – obecną wiceprezes SGB-Banku SA. Krzysztof Wysocki jest prezesem Zarządu Banku Spółdzielczego w Zwoleniu (województwo mazowieckie).

## Prezesi Banków Spółdzielczych SGB

wysłuchali również informacji o realizacji wniosków ze Zgromadzenia Prezesów w kwietniu 2024 roku.

Przemysław Pilarski, przewodniczący Rady Zrzeszenia SGB i prezes Zarządu Gospodarczego Banku Spółdzielczego w Mosinie w podsumowaniu debaty podkreślił trafność wyboru dotychczasowej strategii pn. „Otwieramy przyszłość”, przyznając jednocześnie, że przed Zrzeszeniem stoi obecnie wiele

wyzwań. Rozpoczynamy budowę nowej strategii, w której najistotniejszymi zadaniami będą biznes i technologia. Dokonaliśmy w tej dziedzinie milowego kroku, teraz stawiamy więc na marketing, aby zaprezentować klientom naszą ofertę i zdobywać rynek: *Dysponujemy bardzo nowoczesną platformą usług zrzeszeniowych. Jesteśmy mocni w sferze technologicznej, zwłaszcza w segmencie cyberbezpieczeństwa i rozwiązań mobilnych, ale musimy widzieć naszą przyszłość w wielu szerokich aspektach biznesu. Dotyczy to między innymi budowania kon-*

Rozpoczynamy budowę nowej strategii, w której najistotniejszymi zadaniami będą biznes i technologia.

*sorcjów finansowych do obsługi średnich i dużych podmiotów gospodarczych i samorządowych, współpracy wewnątrz Zrzeszenia oraz wdrażania wymaganych rozwiązań ze sfery ESG. Ponadto przewodniczący Przemysław Pilarski zwrócił także uwagę na rolę SGB-Banku w strukturach Zrzeszenia: To zarówno rola lidera technologicznego, jak i dostawcy rozwiązań biznesowych pozwalających lepiej wykorzystać fundusze transformacyjne – krajowe i europejskie, w tym KPO – a także centrum kompetencji w zakresie szeroko rozumianej transformacji energetycznej oraz marketingu usług bankowych. Ważne, abyśmy w tych działaniach dostrzegali znaczenie wspólnoty, wspólnego działania w ramach naszej Grupy. I tak się dzieje. Jestem usatysfakcjonowany postawą Banków Spółdzielczych SGB. Grupa prawie jednomyślnie akceptuje i finansuje dodatkowe projekty zrzeszeniowe, dzięki czemu przyspiesza swój rozwój. To nasza siła – gdy działamy razem, zwiększamy wspólne możliwości.*

## Rusza nowa kampania reklamowa

Ewelina Ignaczak, dyrektorka Biura Marketingu i Komunikacji w SGB-Banku SA poinformowała uczestników Zgromadzenia o założeniach i celach nowej kampanii reklamowej Zrzeszenia, która rozpocznie się już w najbliższy piątek. Kampania skierowana jest do młodych klientów. Zaprezentowany został także nowy spot reklamowy przyjęty gromkimi brawami.

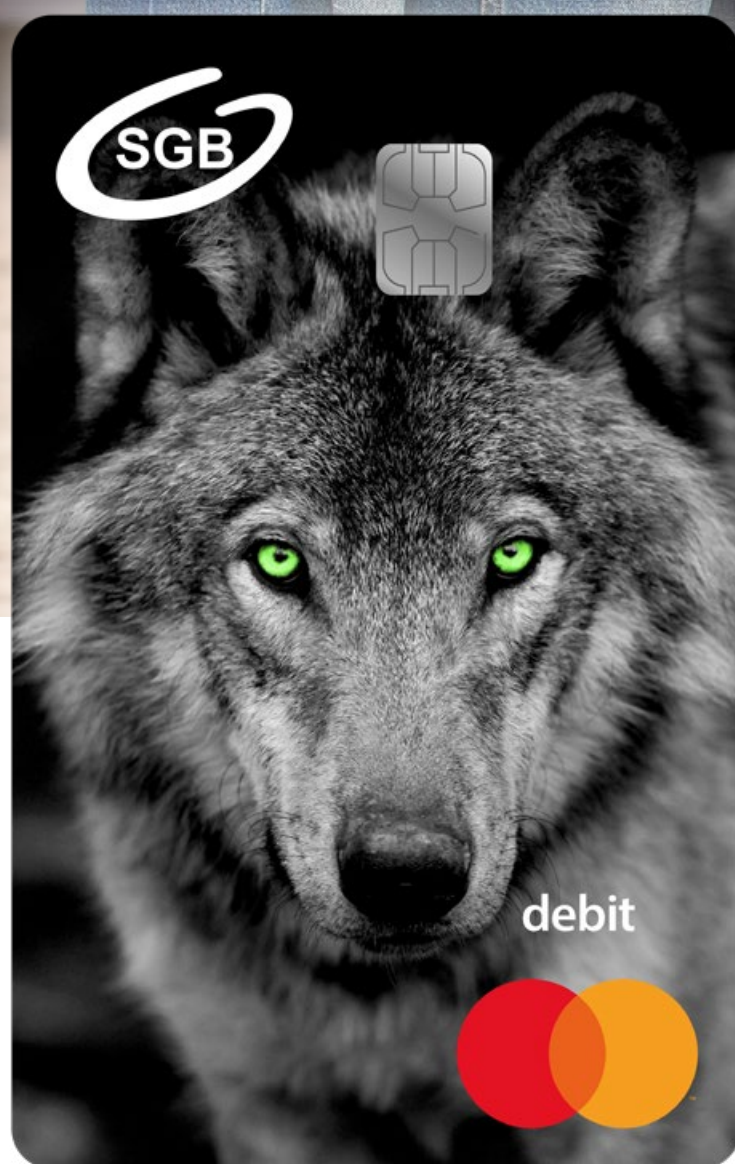
W Zgromadzeniu wzięli udział przedstawiciele Banków Spółdzielczych SGB, Zarządy SGB-Banku SA i Systemu Ochrony IPS-SGB oraz członkowie Rad Nadzorczych oraz Rady Zrzeszenia, a także prezesi spółek: SGB Leasing, SGB Faktoring i BODiE. ●







**Zadbaj o ich  
niezależność**



**Otwórz konto  
dla #MłodychWilków**

**Sprawdź**





KLIKNIJ ŻEBY  
POSŁUCHAĆ  
ARTYKUŁU



BS

TEMAT NUMERU

# Rzeczywistość fałszu: Deepfake jako wyzwanie dla cyberbezpieczeństwa



**Krzysztof Swoboda**

Technical content manager w takaoto.pro

Myślisz, że cyberprzestępcy nie zaskoczą Cię już niczym nowym?

Cóż, nie mam dobrych wieści. Nowe, wyrafinowane techniki oszustw, które wciąż stanowią dla nas wszystkich realne zagrożenie, mają się zaskakująco dobrze. Na ścieżce, tuż obok kreatywnych deepfake'ów i manipulacji behawioralnych, pojawiło się kilka kolejnych przeszkód, z którymi będziemy musieli mierzyć się coraz częściej. Jakie to niebezpieczeństwa?

## Fałszywa twarz w świecie finansów, czyli oszustwo napędzane autorytetem

Technologia deepfake jest z nami od kilku lat. Dzięki tytanicznej pracy banków, ale i mediów mainstreamowych, udało się ją oswoić i nauczyć internautów, co trzeba zrobić, gdy widzimy takie właśnie oszustwo. Owszem, wciąż zdarzają się spektakularne wpadki, kiedy cały system weryfikacji zawodzi na przykład po stronie mediów społecznościowych, ale z prostymi przekrętami radzimy sobie coraz lepiej.

Nie oznacza to jednak, że deepfake właśnie znika z internetu. Wręcz przeciwnie, jesteśmy świadkami jego ewolucji. Co gorsza, może ona wzbudzać spore obawy. Z pomocą generatywnej sztucznej inteligencji powstają wielopłaszczyznowe oszustwa, gdzie na przykład o rzekomej promocji mówi nam osoba polecająca wybrany bank, której głos i wygląd znamy od lat. W parze z ofertą zaskakująco dobrego kredytu lub inwestycji idzie spreparowana strona, a nierzadko nawet kampania reklamowa online.

A co, jeśli każdy element tej układanki został zaplanowany nie w dziale marketingu, a na zamkniętych forach deepwebu? Właśnie takie wielopłaszczyznowe oszustwa sprawiły, że „stare, dobre fejki”, które są z nami od lat, znowu stały się niezwykle niebezpieczne.

Co gorsza, przestępcy coraz lepiej radzą sobie z nakładaniem na takie spreparowane nagrania szeregu dodatkowych modyfikacji graficznych, które są w stanie oszukać systemy weryfikacyjne platform społecznościowych<sup>1</sup>.

Już po tym, jak naciskamy wirtualne klawisze na ekranie smartfona, jak poruszamy myszką po ekranie czy jakie skróty klawiszowe wykorzystujemy, bank jest w stanie nas rozpoznać, a więc i zminimalizować ryzyko nieuprawnionego dostępu do konta.

Oznacza to, że ciężar walki z deepfake'ami nie będzie spoczywał już tylko na social mediach. Mimo tego, że reagują one na raportowanie takich przekrętów coraz sprawniej, to wciąż trwa to zbyt długo. To banki będą musiały wdrożyć kolejne zaawansowane narzędzia, ale też przeprowadzać kolejne kampanie edukacyjne, ucząc swoich klientów jak rozpoznawać nowe rodzaje oszustw, w tym te, które opierają się już nie tylko na treści, ale i na materiałach wideo.

## Spear phishing, czyli oszustwa budowane na prawdzie

Szacuje się, że w Polsce mamy około 3,7 miliona JDG, czyli jednoosobowych działalności gospodarczych. I to właśnie tę grupę przedsiębiorców wzięli sobie za swój główny cel przestępcy. Wynika to w dużej mierze z tego, że dostęp do danych o takich podmiotach jest wręcz dziecinnie prosty. W kilka minut możemy ustalić takie informacje, jak:

- NIP (Numer Identyfikacji Podatkowej),
- numer telefonu,
- adres,
- numer firmowego konta bankowego.

To cenne dane, które w przypadku firm jednoosobowych zwykle pokrywają się też z codziennym życiem ich właścicieli. Małe firmy często są zakładane w miejscu zamieszkania, a firmowa komórka jest jednocześnie numerem prywatnym. Właśnie w tym miejscu pojawia się spear phishing.

Gdy dzwoni do Ciebie ktoś podający się za pracownika banku lub urzędu gminy, to zwykle można przyjąć, że są to osoby wzbudzające zaufanie. A to opiera się na procesie weryfikacji. Dzięki wszystkim danym, jakie przestępcy są w stanie wydobyc i skategoryzować z ogólnodostępnych rejestrów, jak baza NIP, KRS czy Biała Lista Płatników VAT, nagle okazuje się, że small business jest bardzo łatwym celem.

Oszuści są w stanie tak poprowadzić rozmowę, że nieraz wręcz podświadomie podajemy im dodatkowe dane do logowania lub autoryzujemy dostęp do naszego konta. Przed tego typu atakami wciąż trudno się bronić. Nie brakuje ekspertów, którzy uważają, że w bliskiej przyszłości czeka nas albo pełna integracja połączeń z aplikacją banku, albo też... powrót starych, dobrych okienek i zaufanych przedstawicieli.

Faktem jest jednak, że podczas każdej takiej rozmowy trzeba pamiętać o jednej kluczowej ►

<sup>1</sup> <https://cebrf.knf.gov.pl/komunikaty/artykuly-csirt-knf/362-ostrzezenia/896-przeglad-wybranych-oszustw-internetowych-kwiecien-2024>





zasadzie: jeśli jesteś przedsiębiorcą, to spora część Twoich danych jest jawna. Musisz więc liczyć się z dodatkowym ryzykiem.

Nigdy nie podejmuj decyzji pod wpływem chwili, a jeśli sprawa jest pilna, to lepiej samodzielnie oddzwonić do banku – na numer podany na oficjalnej stronie lub w aplikacji. Każdy konsultant będzie w stanie szybko zobaczyć status Twojej sprawy, nie musisz obawiać się tego, że inny pracownik nie będzie wiedział, w jakiej sprawie dzwonisz. Wybrane banki wprowadzają już nawet w swoich aplikacjach proste usługi weryfikacyjne, by można było szybko potwierdzić, że rozmawiasz z ich pracownikiem, a nie z oszustem, który podszywa się pod instytucję finansową.

### Overlay attacks – smartfony w niebezpieczeństwie

Mogłoby się wydawać, że w czasach, gdy nieoficjalne sklepy z aplikacjami są w dużej mierze reliktem przeszłości, to apka Twojego banku będzie ostatnim obszarem ryzyka, na który trzeba uważać, prawda? Do niedawna tak było, jednak i to zagrożenie wraca do nas po czasie, niczym bumerang.

Zazwyczaj schemat jest następujący: surfując ze smartfona po sieci, omyłkowo klikasz w reklamę i pobierasz oprogramowanie podszywające się pod przeglądarkę internetową, na przykład Chrome, Edge czy Firefoxa.

Pobrana przez Ciebie aplikacja prosi o nadanie dodatkowych uprawnień, na przykład do zarządzania kontaktami lub wysyłania i odbierania SMS-ów. I nie brakuje osób, które się na to zgadzają, bo przecież to znana usługa, z której – jak sądzisz – korzystasz od lat. A w rzeczywistości wystarczyło tylko logo, by uwiarygodnić dość proste, ale też kreatywne oszustwo.

Kolejne kroki są dwa. Albo aplikacja działa w tle i gromadzi dane na Twój temat, albo też podsuwa Ci do zainstalowania złośliwy malware. I to ten drugi scenariusz zwiastuje o wiele większe kłopoty. Następnym krokiem może być podmiana Twojej aplikacji bankowej na rzekomą nową wersję. A przecież takie aktualizacje pojawiają się często, łatwo się nabrać.

Gdy po zalogowaniu do takiej rzekomej aplikacji bankowej zobaczysz długą listę zmian oraz prośbę o podanie loginu i hasła, jest dość prawdopodobne, że uznasz, że to tylko upgrade i... podasz wszystkie informacje. Jak łatwo się domyślić, zwykle jest to ten moment, kiedy od utraty oszczędności dzieli Cię już tylko jeden krok. Paradoksalnie, jego wykonanie jest już niemal przesądzone, ponieważ wcześniej nadałeś aplikacji udającej Twoją przeglądarkę internetową dostępy do zarządzania SMS-ami i kontaktami.

Musisz więc liczyć się z tym, że Twój kod autoryzacyjny, potwierdzający przyznanie dostępu przestępcom, został przechwycony i przekazany dalej. W takiej sytuacji liczy się każda sekunda – od razu należy dzwonić na oficjalną infolinię.

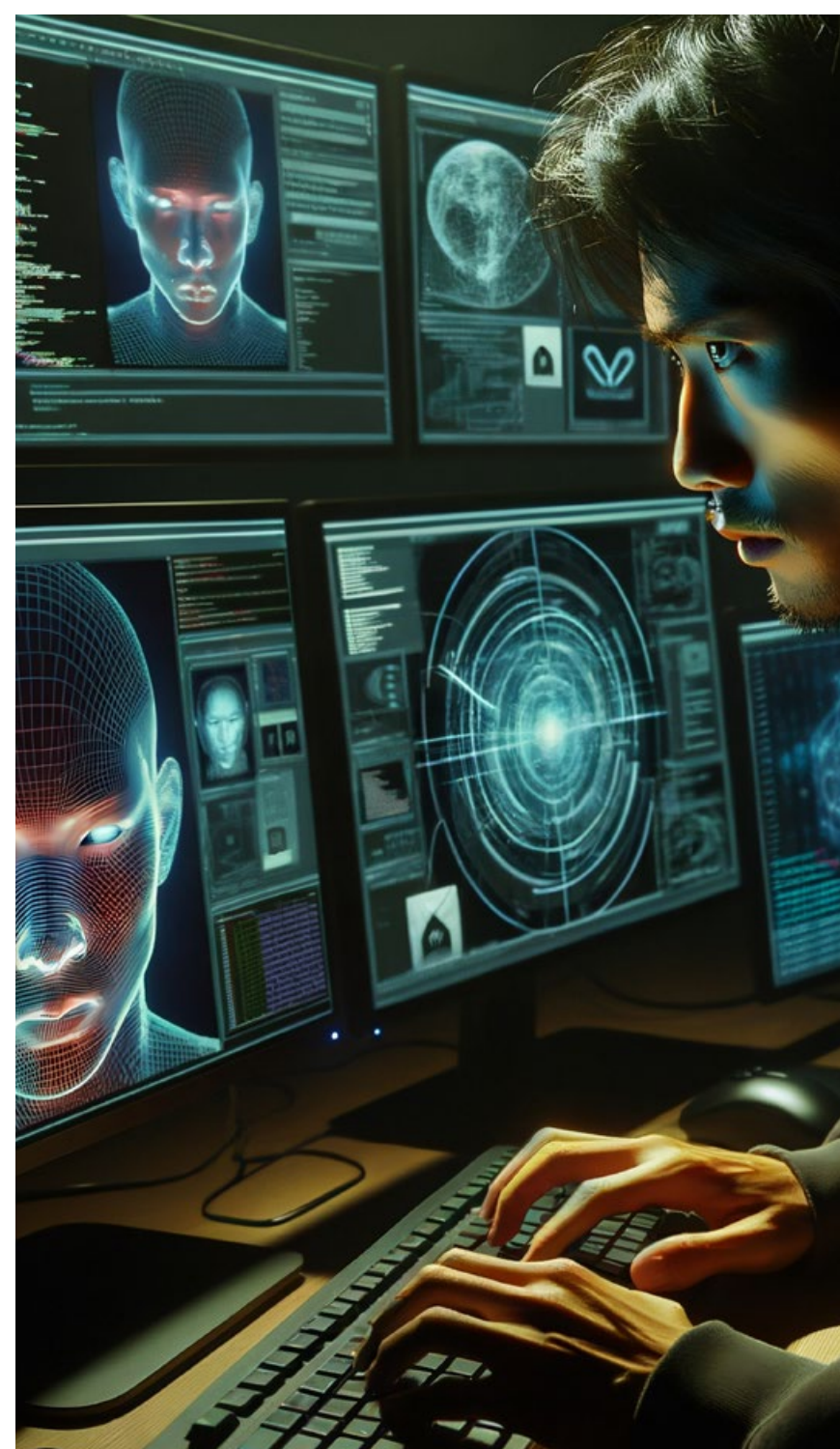
Do niedawna na ten rodzaj ataku narażeni byli zwłaszcza użytkownicy Androida. Niestety dla posiadaczy iOS'a w Europie nadchodzą zmiany – Komisja Europejska wymusiła na Apple'u otwarcie App Store'a także dla innych, zewnętrznych platform<sup>2</sup>. Można spodziewać się, że teraz to właśnie użytkownicy urządzeń z logo nadgryzionego jabłka będą głównym celem przestępców. Dlaczego? Ponieważ dla nich takie zagrożenie to zupełna nowość i wielu z nich nie wie, jak się przed nim bronić.

### Edukacja – filar, gdzie rządy, korporacje i banki muszą współpracować

Wymienione przeze mnie zagrożenia oczywiście nie wyczerpują tematu niebezpieczeństw, jakie czekają na nas w sieci. Wciąż dobrze mają się też emocjonalne telefony od rzekomych bliskich czy połączenia od przejętych „pracowników banku” informujących o utracie oszczędności, którą może zatrzymać tylko zdjęcie karty kredytowej i podanie kodu CVV. Długo można by wymieniać.

Faktem jest, że bez względu na to, z jak wyrafinowanym oszustwem mamy do czynienia, trzeba szybko wypracować rozwiązania, które pozwolą zdusić je w zarodku, zanim rozleją się po sieci i staną się czymś powszechnym.

Eksperti uważają, że najlepiej rokują zaawansowane algorytmy analizy behawioralnej. Tworzą one wzorce zachowań użytkowników. Już po tym, jak naciskamy wirtualne klawisze na ekranie smartfona, jak poruszamy myszką po ekranie czy jakie skróty klawiszowe wykorzystujemy, bank jest w stanie nas rozpoznać, a więc i zminimalizować ryzyko nieuprawnionego dostępu do konta. Przykładem instytucji, która od wielu lat skutecznie chroni swoich klientów na wielu płaszczyznach,



Szacuje się, że w Polsce mamy około 3,7 miliona JDG, czyli jednoosobowych działalności gospodarczych. I to właśnie tę grupę przedsiębiorców wzięli sobie za swój główny cel przestępcy.

w tym edukacji i wdrażania najnowszych standardów bezpieczeństwa, jak choćby wytyczne DORA (Digital Operational Resilience Act: Rozporządzenie w sprawie operacyjnej odporności cyfrowej sektora finansowego), są banki spółdzielcze. Na stronach SGB można też znaleźć cykl „Porady o Bezpieczeństwie”, gdzie znajdziemy na przykład poradniki, które w prosty sposób tłumaczą kluczowe obszary, na które należy zwrócić szczególną uwagę. Faktem jest jednak, że fundamentem, który powinien łączyć tak sektor bankowy, stronę rządową, jak i obywateli, jest ciągła edukacja. Musi ona opierać się na dwóch filarach:

1. Co zrobić, by rozpoznać oszustwo?
2. Jak zachować się, gdy już do niego dojdzie?

To właśnie dzięki takim działaniom coraz lepiej radzimy sobie z rzekomymi prośbami o wysłanie swojego adresu przestępcom podszywającym się pod kuriera lub pracownika poczty. A jeszcze rok temu to właśnie te zagrożenia były prawdziwą plagą. Dziś są już w dużej mierze „oswojone” i kontrolowane. ●

<sup>2</sup> <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pl/news/commission-sends-preliminary-findings-apple-and-opens-additional-non-compliance-investigation>







KLIKNIJ ŻEBY  
POSŁUCHAĆ  
ARTYKUŁU



BS

TEMAT NUMERU



# Nic nie jest takie, jakim się wydaje



**Michał Jurek**

Dyrektor Departamentu Monitorowania  
Ryzyka i Restrukturyzacji IPS-SGB

Gdy dowiedziałem się, że tematem przewodnim tego wydania „Banku Spółdzielczego” będzie bezpieczne korzystanie z usług bankowości mobilnej i internetowej, popadłem w pewne zakłopotanie. Wszak w jednym z ostatnich felietonów poruszyłem już problematykę socjotechniki i sposobów oddziaływania na ludzi, wykorzystywanych przez przestępców. Pomyślałem jednak, że trafia się dobra okazja, by ten temat jeszcze pogłębić i zwrócić uwagę na wątki, których nie poruszyłem poprzednio.

## Tematyka ta jest szczególnie istotna

zważywszy, że to właśnie tzw. cyberzagrożenia stanowią jedno z najpoważniejszych źródeł ryzyka w bankowości, a ich znaczenie nieustannie rośnie. Potwierdza to m.in. badanie prowadzone cyklicznie przez EY oraz Instytut Finansów Międzynarodowych.

Z wypowiedzi przedstawicieli Ministerstwa Cyfryzacji wynika, że Polska jest obecnie jednym z trzech najczęściej atakowanych cybernetycznie państw na świecie.

W edycji ankiety z 2022 r., którą skierowano do zarządzających ryzykiem z 88 banków z 30 krajów, to właśnie cyberzagrożenia uznano za najważniejszy rodzaj ryzyka w działalności bankowej (wskazało tak 72% badanych) w perspektywie kolejnych dwunastu miesięcy. Dopiero na drugim miejscu znalazło się ryzyko kredytowe (59% wskazań). W badaniu przeprowadzonym rok wcześniej kolejność była jeszcze odwrotna.

Co spowodowało koncentrację uwagi zarządzających ryzykiem na cyberzagrożeniach? Przede wszystkim jest to konsekwencją wojny Rosji z Ukrainą, jednym z elementów której stała się wzmożona aktywność grup hakerskich z za naszej wschodniej granicy. Po wybuchu wojny drastycznie zwiększyła się ich aktywność mierzona atakami cybernetycznymi na banki i inne instytucje finansowe. W Polsce, jako kraju frontowym, jest to szczególnie odczuwalne. Z wypowiedzi przedstawicieli Ministerstwa Cyfryzacji wynika, że Polska jest obecnie jednym z trzech najczęściej atakowanych cybernetycznie państw na świecie. Jeszcze w 2022 r. w Polsce zidentyfikowano 30 tys. incydentów dotyczących cyberbezpieczeństwa, podczas gdy w roku 2023 było ich już 80 tys.

## Świadomość niesie adekwatne działania

Na szczęście, świadomość niesie ze sobą adekwatne działania. Polskie banki są dobrze zabezpieczone i odporne na cyberzagrożenia. Dostrzegają to również



Niektórzy klienci uważają, że jedno hasło jest niczym tolkienowski Jedyny Pierścień i w zupełności wystarcza, by zarządzać wszystkimi usługami bankowymi, społecznościowymi i innymi.

ich klienci. Wskazują na to wyniki badania „Postawy Polaków wobec cyberbezpieczeństwa”, przygotowywanego pod egidą Związku Banków Polskich na zlecenie Warszawskiego ▶





Instytutu Bankowości, w ramach projektu Bezpieczeństwo w Cyberprzestrzeni. Zgodnie z ubiegłoroczną edycją tego badania, prawie połowa ankietowanych Polaków kolejny rok z rzędu właśnie banki uznała za liderów cyberbezpieczeństwa. Sektor bankowy pozostawił w pobitym polu zarówno wojsko i policję, jak i administrację publiczną. Co więcej, aż 85% ankietowanych stwierdziło, że czuje się bezpiecznie korzystając z bankowości elektronicznej, pomimo występujących cyberataków. To wielki kapitał zaufania.

Niestety, z tak wielką mocą wiąże się wielka odpowiedzialność. Dlaczego – niestety? Otóż dlatego, że większość ankietowanych w przytoczonym powyżej badaniu uważa, że zapewnienie cyberbezpieczeństwa jest zadaniem samych banków (70%

ni Czytelnicy pamiętają jeszcze film Christophera Nolana z 2010 r., o wdzięcznym tytule „Incepcja”? Jego główny bohater zajmował się wykradaniem sekretów z umysłów ofiar w trakcie snu. W ostatnim zleconym zadaniu, będącym osią fabularną filmu, cel jest jednak odwrotny. Chodzi o zaszczepienie w umyśle spadkobiercy ogromnej fortuny pewnego pomysłu (mniejsza o to, jakiego – nie psujemy przyjemności oglądania tym, którzy filmu



Dlatego tak ważna jest czujność, a wręcz nieufność do nadsyłanych maili, domagających się podania danych osobistych, czy dziwnych rozmów telefonicznych, których inicjatorzy mają dokładnie taki sam cel.

wskazań). Jedynie niespełna ¼ badanych zgodziła się z twierdzeniem, że również odpowiada za bezpieczeństwo finansowych usług elektronicznych. Warto też zaznaczyć, że odsetek podzielających ten pogląd systematycznie spada: jeszcze w 2021 r. odpowiedziało tak 29% badanych, podczas gdy w 2023 r. – tylko 24%.

### Jedno hasło jest niczym tolkienowski Jedyny Pierścień

Nie dziwi więc, że klienci banków, zabezpieczając swoje środki finansowe, idą często po linii najmniejszego oporu. Uważają, że jedno hasło jest niczym tolkienowski Jedyny Pierścień i w zupełności wystarcza, by zarządzać wszystkimi usługami bankowymi, społecznościowymi i innymi. A gdy do tego doda się dbałość o ochronę tegoż hasła i innych danych identyfikacyjnych, bezpieczeństwo jest już pełne.

To bardzo optymistyczne postrzeganie otaczającego nas świata. Czy szanow-

nie widzieli). W taki też sposób działają dziś hakerzy: ich celem jest przekonanie nas, że czytamy maila wysłanego przez instytucję finansową, odbieramy telefon od pracownika tej instytucji, logujemy się na prawdziwej stronie internetowej naszego banku. Tymczasem w świecie, w którym sztuczna inteligencja została zaprzęgnięta do manipulacji mediami poprzez technikę deepfake, coraz trudniej odróżnić rzeczywistą jawę od hakerskiego omamu.

### Dlatego tak ważna jest czujność, a wręcz nieufność

do nadsyłanych maili, domagających się podania danych osobistych, czy dziwnych rozmów telefonicznych, których inicjatorzy mają dokładnie taki sam cel. W tym celu pomocna może być stosowana, analogicznie do ruchu drogowego, zasada ograniczonego zaufania, sprowadzająca się do sentencji, która dała tytuł niniejszemu felietonowi. Warto dopuścić do siebie myśl, że – jak pisał Edgar Allan Poe – „wszystko to, co widzę, wiem – snem jest tylko, we śnie snem”. ●







KLIKNIJ ŻEBY  
POSŁUCHAĆ  
ARTYKUŁU



PODCAST  
SPÓŁDZIELCZY

BS

TEMAT NUMERU

# Miłosne oszustwo 2.0: nowe taktyki złodziei serc i portfeli



**Agnieszka Szelejewska**

Content manager w takaoto.pro

Relacje międzyludzkie coraz częściej przenoszą się do sfery wirtualnej, gdzie przestępcy znaleźli już żyzny grunt dla swoich niecznych praktyk. Tinder, Badoo czy OkCupid, które w założeniu miały być oazą dla poszukujących miłości, stały się areną wyrafinowanych oszustw finansowych. Co mają wspólnego kobiety, kryptowaluty i... świnię? Ta lektura nie tylko wciągnie Cię w świat intryg i manipulacji, ale także posłuży jako przestroga. Przeczytaj ją uważnie i pamiętaj, że w świecie miłości online każdy krok powinien być stawiany z rozwagą.

Poszukiwanie miłości online nikogo już nie dziwi. Ba! Najpewniej w najbliższym otoczeniu potrafisz wymienić choć jedną parę, która z osobą poznaną na portalu randkowym stworzyła udany, trwały związek. Jednak w gąszczu profili czają się nie tylko potencjalni partnerzy, ale i wyrafinowani oszuści gotowi wykorzystać naturalne ludzkie pragnienie bliskości dla własnych, niecznych celów. Nie mogą narzekać na brak odpowiednich okazji. Na swoim polu łowieckim perfidnie manipulują emocjami ofiar, by wyłudzić pieniądze. Szczególnie narażone są kobiety poszukujące stałego związku, nierzadko z trudną przeszłością miłosną. Niestety, to one coraz częściej wpadają w sidła „sercowych inwestycji” w kryptowaluty. Jak rozpoznać zagrożenie i nie stać się ofiarą cyfrowego Casanovy?

## Anatomia cyfrowego uwodzenia

Znasz głośną netflixowską produkcję „Oszust z Tindera”? Dokument odsłania szokującą historię Simona Levieva – charyzmatycznego przestępcy, który uwodził kobiety, udając zamożnego dziedzica fortuny diamentowej. Z początku czarował swoje ofiary luksusowymi podróżami i drogimi prezentami, tworząc iluzję bajkowego romansu. Jednak za tą fasadą kryła się mroczna prawda...

Warto pamiętać, że ofiarami ataków socjotechnicznych o podłożu miłosnym padają także mężczyźni. Z policyjnych raportów wynika, że 2023 roku stanowili 58% poszkodowanych, tracąc średnio 18-20 tys. zł.

Mechanizm działania cyfrowych Casanovów jest równie prosty, co skuteczny. Tworzą starannie dopracowane profile, często podszywając się pod atrakcyjnych, dobrze sytuowanych singli. Wykorzystują przy tym skradzione zdjęcia i zmyślone historie życiowe, które mają uwiarygodnić ich internetową personę. Następnie, z chirurgiczną precyzją, wybierają swoje ofiary – najczęściej są to kobiety w średnim wieku, po przejściach, spragnione uczucia i stabilizacji.

Proces uwodzenia rozpoczyna się od niewinnych wiadomości, pełnych komplementów i zainteresowania. Oszuści poświęcają wiele czasu na budowanie relacji, stopniowo zdobywając zaufanie i sympatię ofiary. W miarę rozwoju „znajomości” wprowadzają elementy swojej fikcyjnej tożsamości – opowiadają o lukratywnej pracy za granicą, problemach rodzinnych czy życiowych wyzwaniach. Wszystko to ma na celu stworzenie głębokiej, emocjonalnej więzi.

Kluczowym elementem tej manipulacji jest izolacja ofiary od jej najbliższego otoczenia. Oszuści często sugerują, że ich relacja jest wyjątkowa i niezrozumiała dla innych, zniechęcając do dzielenia się szczegółami ze znajomymi czy rodziną. W ten sposób eliminują potencjalne źródła ostrzeżeń i krytycznego spojrzenia na rozwijający się „romans”. Warto pamiętać, że ofiarami ataków socjotechnicznych o podłożu miłosnym padają także mężczyźni. Z policyjnych raportów wynika, że 2023 roku stanowili 58% poszkodowanych, tracąc średnio 18-20 tys. zł.

## Kryptowalutowa pułapka miłości

W ostatnich latach obserwujemy niepokojący trend łączenia romantycznych oszustw z inwestycjami w kryptowaluty. Jakże zmyślna forma wyłudzenia – oszustwo rzeźnicze, zwane także pig butchering (z ang. „tuczenie świni”) – polega na długotrwałym budowaniu zaufania ofiary, by następnie namówić ją do





inwestycji w intratne projekty kryptowalutowe.

Przestępcy „tuczą” swoje ofiary, oferując im niewielkie, ale zyskowne zwroty, zanim ostatecznie przeprowadzą „ubój”, czyli wyłudzenie dużej sumy pieniędzy. Wykorzystują skomplikowaną naturę rynku kryptowalut, powszechną niewiedzę na ten temat i – rzecz jasna – ludzkie emocje. Cel? Zmanipulowanie ofiary, wyłudzenie pieniędzy i zniknięcie bez śladu, pozostawiając ją ze złamanym sercem i pustym kontem.

Scenariusz zazwyczaj wygląda następująco: po nawiązaniu bliskiej relacji oszust zaczyna dzielić się swoimi „sukcesami” w inwestowaniu w kryptowaluty. Opowiada o niezwykłych zyskach i ekscytujących możliwościach,

**Zbyt piękne, by było prawdziwe:  
jeśli profil wygląda jak wyjęty  
z katalogu modelek lub aktorów,  
miej się na baczności. Oszuści  
często kradną zdjęcia atrakcyjnych  
osób, by przyciągnąć uwagę  
potencjalnych ofiar.**



jakie daje ten rynek. Stopniowo wzbudza zainteresowanie ofiary, prezentując fałszywe wykresy i dane pokazujące astronomiczne stopy zwrotu. Następnie pojawia się propozycja wspólnego inwestowania lub ekskluzywna oferta dołączenia do zamkniętego grona inwestorów. Oszust może nawet zaoferować pomoc w założeniu konta na platformie tradingowej i przeprowadzeniu pierwszych transakcji. Ofiara, ośmielona sukcesem początkowych niewielkich inwestycji, zaczyna angażować coraz większe kwoty.

Tu pojawia się kluczowy element oszustwa – platforma inwestycyjna jest w rzeczywistości fałszywa, kontrolowana przez przestępców. Wszystkie „zyski” i transakcje są iluzją mającą na celu wyłudzenie jak największej sumy. Gdy ofiara próbuje wycofać środki, napotyka na szereg problemów – od usterek technicznych po żądania dodatkowych opłat czy uiszczenia podatków.

### **Psychologia manipulacji uczuciami – kluczowe praktyki oszustów**

W walce z tego typu przestępstwami kluczowe jest zrozumienie mechanizmów psychologicznych, które oszuści wykorzystują do manipulacji swoimi ofiarami. Dręczyciele doskonale orientują się w ludzkiej naturze i umiejętnie wykorzystują podstawowe potrzeby emocjonalne – pragnienie miłości i akceptacji. Techniki, które stosują, opanowali do perfekcji – tak, że nawet osoby zazwyczaj ostrożne i racjonalne mogą paść ofiarą wyłudzenia.

Oszuści stosują szereg sztuczek znanych z psychologii społecznej – m.in. efekt oczekiwania na wzajemność. Jak łatwo się domyślić, polega on na tym, że ilekroć ktoś okazuje nam zainteresowanie i troskę, czujemy się w obowiązku, by odwzajemnić te uczucia. W kontekście oszustw romantycznych przestępcy okazują ofiarom nadzwyczajną uwagę i zrozumienie, co sprawia, że ofiary czują się winne, odmawiając późniejszych próśb o pomoc finansową.

Cyberprzestępcy mistrzowsko wykorzystują efekt autorytetu. Często podszywają się pod ekspertów finansowych, odnoszących sukcesy przedsiębiorców czy nawet celebrytów. Prezentują sfalszowane certyfikaty, referencje i historie sukcesu, by uwiarygodnić swoją pozycję i wiedzę. Sprawia to, że ofiary są bardziej skłonne do zaufania ich „eksperskiej” opinii w kwestiach finansowych.

Zwodziciele stosują jednocześnie metodę izolacji informacyjnej – usilnie starają się być jedynym źródłem informacji dla swoich ofiar, szczególnie w kwestiach finansowych i inwestycyjnych. Zniechęcają do konsultacji z rodziną czy przyjaciółmi, twierdząc, że „nie rozumieją” lub „będą zazdrośni”. Ofiara wkrótce traci kontakt z rzeczywistością i umiejętność obiektywnej oceny sytuacji.

Inną sztuczką jest wykorzystanie efektu ograniczonej dostępności. Oszuści często przedstawiają swoje oferty inwestycyjne jako ekskluzywne, dostępne tylko dla wybranych osób. Tworzą iluzję, że ofiara ma wyjątkową szansę na uczest-

nictwo w czymś niezwykłym, co dodatkowo wzmacnia jej zaangażowanie emocjonalne i finansowe.

Inną powszechną taktyką jest tzw. stopa w drzwiach, czyli poprzedzanie zasadniczej prośby inną, łatwiejszą do spełnienia. To psychologiczna zagrywka z pogranicza erystyki, gdzie prośby o pieniądze najpierw są niewielkie i często maskowane pod przykrywką rzekomych „testów” systemu. Gdy ofiara widzi (fałszywe) zyski, zachęca się ją do zwiększania stawek.

Nie można też pominąć roli presji czasowej. Oszuści często tworzą sztuczne poczucie pilności twierdząc, że dana okazja inwestycyjna jest ograniczona czasowo. Skłania to ofiary do podejmowania szybkich, nieprzemyślanych decyzji, bez konsultacji z bliskimi czy ekspertami.

Manipulanci wykorzystują ponadto obecną sytuację gospodarczą. W obliczu rosnącej inflacji i niepewności ekonomicznej obietnica szybkich i wysokich zysków jawi się jako jeszcze bardziej kusząca.

### **Red flags, czyli sygnały ostrzegawcze**

Umiejętność rozpoznawania sygnałów ostrzegawczych może uchronić Cię przed bolesnym rozczarowaniem, zarówno emocjonalnym, jak i finansowym. Oto lista „czerwonych flag”, na które należy zwrócić szczególną uwagę w kontaktach online:

- 1.** Zbyt piękne, by było prawdziwe: jeśli profil wygląda jak wyjęty z katalogu modelek lub aktorów, miej się na baczności. Oszuści ▶





często kradną zdjęcia atrakcyjnych osób, by przyciągnąć uwagę potencjalnych ofiar.

2. Ekspresowe wyznania miłosne: prawdziwe uczucia potrzebują czasu, by się rozwinąć. Jeśli Twój internetowy znajomy już po kilku dniach lub tygodniach wyznaje gorącą miłość, powinna zapalić Ci się lampka ostrzegawcza.
3. Wymówki uniemożliwiające spotkanie (także online): częste awarie kamery czy nagłe wyjazdy służbowe? Jeśli Twój cyfrowy amant ciągle odwleka spotkanie pod różnymi pretekstami, to wiedz, że być może próbuje uniknąć demaskacji.
4. Prośby o pieniądze: niezależnie od powodu, prośby o finansowe wsparcie od osoby poznanej w internecie powinny być traktowane z najwyższą ostrożnością.
5. Nacisk na przeniesienie komunikacji poza portal randkowy: oszuści często próbują przenieść rozmowę na mniej bezpieczne platformy, gdzie trudniej śledzić ich działania.
6. Niespójność w historii: jeśli opowieści Twojego internetowego partnera są pełne sprzeczności lub zmieniają się z czasem, to istotny powód do niepokoju.
7. Aura tajemniczości wokół pracy i życia osobistego: brak konkretów dotyczących codziennego życia może sugerować, że osoba ma coś do ukrycia.

### Sercowy firewall: oto jak możesz zabezpieczyć się przed wirusem internetowych oszustw

Poniżej znajdziesz kompleksowy zestaw wskazówek, które pomogą Ci bezpiecznie nawigować w świecie cyfrowych relacji:

1. Edukacja: podstawą obrony jest świadomość. Regularnie aktualizuj swoją wiedzę na temat najnowszych metod oszustw internetowych, przeglądając raporty i ostrzeżenia dotyczące aktualnych zagrożeń, np. na portalach takich organizacji jak CERT Polska czy Biuro do Walki z Cyberprzestępczością. Także banki i instytucje finansowe wypowiedziały walkę miłosnym oszustwom w sieci, m.in. organizując bezpłatne webinaria i szkolenia na temat cyberbez-

kojącego, zaalarmuj administratorów portalu lub odpowiednie służby. W Polsce można skontaktować się z policją lub zgłosić incydent do CERT Polska – zespołu powołanego do reagowania na zdarzenia naruszające bezpieczeństwo w sieci. Warto też pamiętać o możliwości skorzystania z pomocy organizacji wspierających ofiary przestępstw, np. <https://cpk.org.pl/>, [feminoteka.pl](https://feminoteka.pl/), [niebieskalinia.pl](https://niebieskalinia.pl/), [centrumwsparcia.pl](https://centrumwsparcia.pl/).

10. Zaufaj intuicji: jeśli coś wydaje się zbyt piękne, by było prawdziwe, prawdopodobnie tak właśnie jest. Nigdy nie ignoruj swoich przeczuc.

Prawdziwa miłość nigdy nie poprosi Cię o inwestycję finansową. Jeśli Twój internetowy partner zaczyna naciskać na wspólne interesy, szczególnie w branży kryptowalut, natychmiast powinna Ci się zapalić czerwona lampka ostrzegawcza. Zanim podejmiesz jakiegokolwiek decyzję, zawsze warto skonsultować się z profesjonalnym doradcą finansowym lub prawnikiem. Pamiętaj też o złotej zasadzie inwestowania: nigdy nie inwestuj więcej, niż jesteś w stanie stracić. W przypadku przedsięwzięć proponowanych przez internetowych znajomych ta zasada nabiera szczególnego znaczenia. ●

## Prawdziwa miłość nigdy nie poprosi Cię o inwestycję finansową.

pieczeństwa – warto z nich korzystać.

2. Weryfikacja tożsamości: nie wahaj się prosić internetowego znajomego o dodatkowe potwierdzenie tożsamości. Dobrym sposobem na sprawdzenie autentyczności osoby może być wideo-rozmowa. Z kolei wyszukiwanie obrazem pomoże sprawdzić, czy zdjęcie profilowe nie zostało skradzione z innych źródeł, a sprawdzenie numeru telefonu czy adresu e-mail w wyszukiwarkach internetowych może ujawnić powiązania z wcześniejszymi oszustwami.
3. Ostrożność w udostępnianiu informacji: uważaj na to, co udostępniasz online, zwłaszcza na informacje osobiste (data urodzenia, adres).
4. Korzystaj z bezpiecznych platform: surfuj po portalach randkowych, które stosują zaawansowane mechanizmy weryfikacji użytkowników i ochronę danych.
5. Zachowaj prywatność finansową: nigdy nie udostępniaj danych bankowych czy informacji o kartach kredytowych osobom poznanym w internecie.
6. Zachowaj sceptycyzm wobec inwestycji: jeśli ktoś proponuje Ci „pewną” inwestycję, szczególnie w kryptowaluty, zawsze konsultuj się z niezależnym doradcą finansowym.
7. Rozmawiaj z bliskimi: otwarta komunikacja z rodziną i przyjaciółmi może pomóc w wykryciu potencjalnego oszustwa. Często osoby z zewnątrz łatwiej dostrzegają niepokojące sygnały.
8. Korzystaj z narzędzi bezpieczeństwa: używaj aktualnego oprogramowania antywirusowego i narzędzi do ochrony prywatności online.
9. Zgłaszaj podejrzane zachowania: jeśli zauważysz coś niepo-







KLIKNIJ ŻEBY  
POSŁUCHAĆ  
ARTYKUŁU



BS

TEMAT NUMERU

# Bezpieczny w sieci, czyli nieokradziony



**prof. UAM dr hab. Jarosław Liberek**

kierownik studiów „Prosty język w instytucjach publicznych”  
na Uniwersytecie im. A. Mickiewicza w Poznaniu

**P**rzymiotnika bezpieczny używamy w odniesieniu do różnych sytuacji życiowych co najmniej od XV wieku. W późnym średniowieczu wyrażał „brak pieczy”, a więc brak opieki (ochrony). Ktoś bez pieczy na pewno nie mógł czuć się bezpiecznym. To było dawno. Dziś bezpieczny to niezagrożony niczym złym, jak klienci banków, którzy są pewni, że nikt im nie ukradnie pieniędzy. Nikt i nigdy nie ukradnie? Cóż, czasami jednak ukradnie. Wiedzą o tym nawet ci klienci, których nikt nigdy nie okradł, a wiedzą, bo banki ciągle o tym piszą, choć skrzętnie unikają straszego słowa kradzież i równie straszego komunikatu Szanowny Kliencie, zostałeś okradziony.

## Bezpieczny seks

Jak wiadomo, w sieci to na pewno bezpieczny jest seks (bo bez kontaktu), ale bankowość elektroniczna już niekoniecznie. Z tego powodu instytucje finansowe bardzo słusznie ostrzegają przed oszustami. Ostrzeżenia nie są tylko ogólne, ale również bardzo szczegółowe. Na stronach internetowych banków opisywane są metody złodziei i przykłady nikczemnych zachowań. Specjaliści od komunikacji z klientami używają jednak w tych opisach zdań, zwrotów i wyrazów, które nie zawsze wydają się właściwe, a ponadto budzą wątpliwości innej natury.

Z tekstów, które w alarmistycznym stylu przedstawiają ewentualne zagrożenia, wynika, że jest się czego bać. Zapewne nieco zagubiony w potoku ostrzeżeń posiadacz konta powinien uważać na ludzi udających bankowców, na reklamy obiecujące gigantyczne zyski, na podejrzane esemesy i mejle, na oferty dziwnie nisko oprocentowanych kredytów, na oprogramowanie niewiadomego pochodzenia, na informacje o zwrocie podatku lub premii lojalnościowej, na niby zaległe opłaty za prąd lub gaz itp.

Jeśli obywatel jest uważny, to w konsekwencji nie powinien pewnych rzeczy robić, a więc pod żadnym pozorem nie powinien: podawać loginów i haseł do kon-

pieczenia, które naprawdę są programami do kradzieży itp.

Wszystkie wyliczone tu groźne zjawiska mogą sprawić, że złodziej (uwaga!) „ukradnie klientowi banku tożsamość”. Jak można przeczytać w wielu źródłach, o kradzieży tożsamości mówi się wtedy, gdy ktoś „bezprawnie wchodzi w posiadanie danych oso-

Dobrze, że banki  
szczegółowo opisują  
sposoby działania  
oszustów.

bowych innej osoby i wykorzystuje je wbrew jej woli”. Hm, brzmi to trochę pleonastycznie (tautologicznie), bo skoro kradzież, to musi być bezprawna (chyba że są kradzieże prawne...), a efekt złodziejstwa musi być w konsekwencji wykorzystany wbrew woli danej osoby (chyba że są efekty złodziejstwa wykorzystywane za naszym przyzwoleniem, czyli np. złodziej chodzi w ukradzionych nam butach, a my się na to godzimy) i to po to, by złodziej miał z tego korzyść majątkową (chyba że są kradzieże nie przynoszące korzyści majątkowej, no ale wtedy po co złodziej miałby kraść).

## Kto mi ukradł tożsamość?

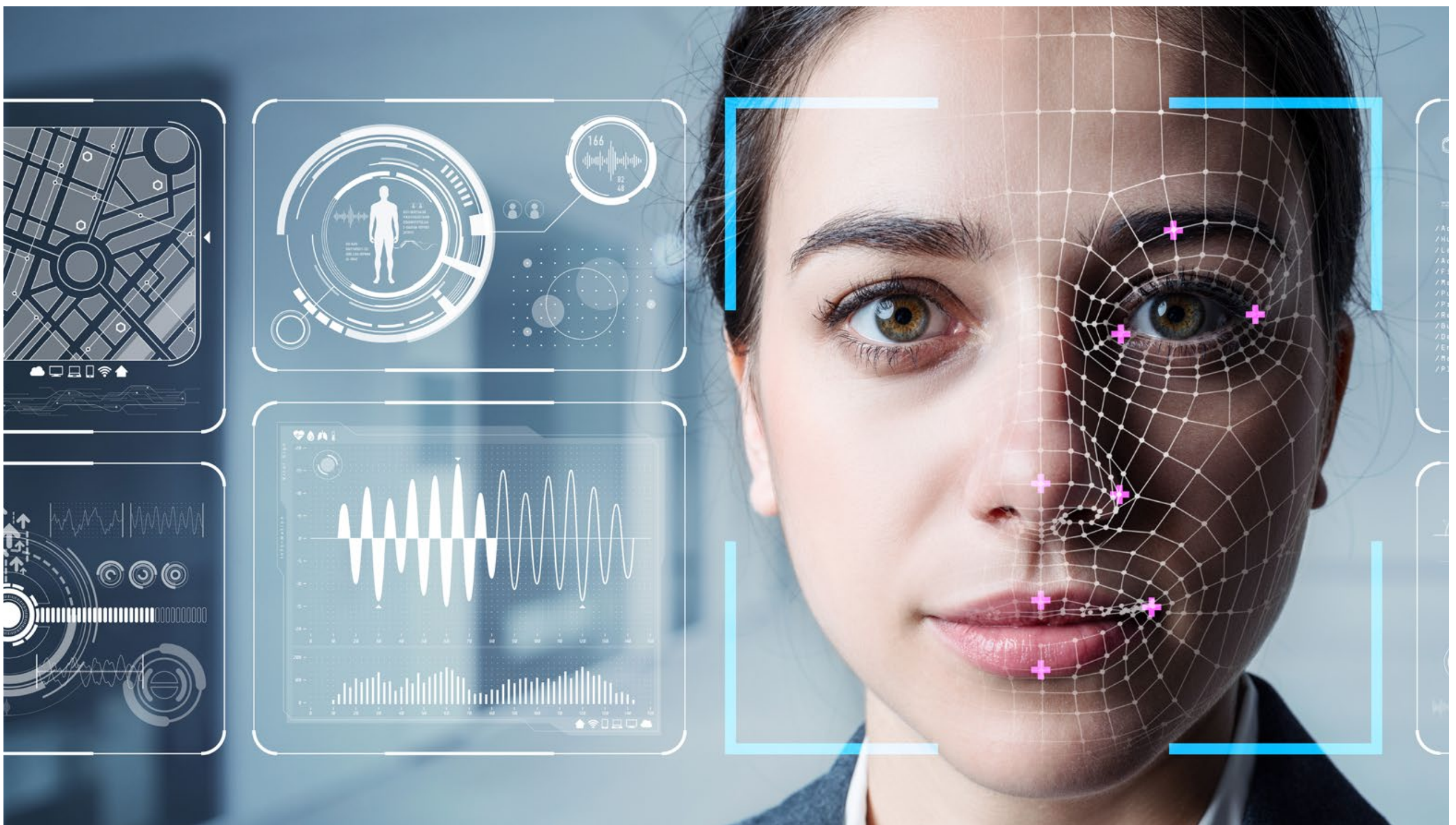
Poznanie naszych danych przez złodzieja to zło, ale sposób nazwania tego przestępstwa „kradzieżą tożsamości” jest semantyczną przesadą i może być mylący, szczególnie dla starszego pokolenia. W odniesieniu do jednostki tożsamość to „świadomość własnych cech i własnej odrębności”. Ktoś może zatem pomyśleć, że tracąc tożsamość, traci jednocześnie własne ja, gdy tymczasem rzecz jest ▶

Poznanie naszych danych przez złodzieja to zło, ale sposób nazwania tego przestępstwa „kradzieżą tożsamości” jest semantyczną przesadą i może być mylący, szczególnie dla starszego pokolenia.

ta, numerów kart płatniczych, danych z dowodu osobistego, kodów BLIK, robić jakichkolwiek przelewów, potwierdzać czegokolwiek, co wymaga potwierdzenia, odpowiadać na jakiegokolwiek pytania, instalować jakichkolwiek aplikacji, wypełniać jakichkolwiek formularzy znajdujących się niby na stronie banku, składać wniosków kredytowych przesłanych przez oszustów, godzić się na nowe zabez-







bardzo przyjemna i prowadzi jedynie (a jednocześnie AŻ!) do utraty pieniędzy. Żeby wejść w posiadanie naszej tożsamości i tym samym w posiadanie naszych pieniędzy, złodzieje stosują różne nieczne sposoby. Doczekały się one obszernych opisów na stronach banków i awansowały językowo do kategorii tzw. metod. Odnoszę wrażenie, że już niedługo te opisy przekształcą się w prace naukowe. Może nawet już ktoś napisał rozprawę habilitacyjną pod tytułem „Metodologia procedur wchodzenia w posiadanie tożsamości klienckiej” lub „Przejmowanie tożsamości klienckiej jako problem metodologiczny współczesnego voice

## Dziś bezpieczny to niezagrożony niczym złym, jak klienci banków, którzy są pewni, że nikt im nie ukradnie pieniędzy.

phishingu”. Ale złośliwość na bok, bo nazwy tych sposobów są istotnie ciekawe. Z czysto językowego punktu widzenia są one po pierwsze rodzime i opisowe (często występujące też w formie skrótowej, czyli słynne oszustwo na wnuczka zazwyczaj sprowadzane jest, szczególnie w polszczyźnie potocznej, do postaci na wnuczka), po drugie zaś – angielskie.

### Oszustwo na...

Wśród polskich form występują przede wszystkim takie, jak: oszustwo na wnuczka (lub innego bliskiego krewnego), oszustwo na portal ogłoszeniowy, oszustwo na policjanta, oszustwo na pracownika banku, oszustwo na doradcę inwestycyjnego, oszustwo na fałszywy formularz kontaktowy, oszustwo na fałszywy wniosek kredytowy, oszustwo na wygasający profil zaufany, oszustwo na fałszywą firmę kurierską, oszustwo na fałszywą zbiórkę na niby charytatywny cel. Podane nazwy trafnie nazywają poszczególne sposoby złodziejstwa, a same sposoby żerują na znanych powszechnie ludzkich cechach i ułomnościach. W końcu prawie każda zmanipulowana słowami babcia uzali się nad wnuczkiem i wysupła ostatni grosz, większość ludzi poczuje respekt przed policjantem, potraktuje poważnie urzędowo brzmiącego pracownika banku, połasi się na szybki zysk oferowany przez doradcę inwestycyjnego.

W zbiorze słownictwa o pochodzeniu angielskim dominują zdecydowanie cztery nazwy: phishing (wyłudzenie danych poprzez wysyłanie fałszywych esemesów i mejli), vishing, czyli voice phishing (wyłudzenie danych poprzez telefoniczne podszywanie się pod pracownika banku, pod firmę usługową, informatyczną lub policję), smishing (wyłudzenie danych poprzez wysyłanie fałszywych esemesów, w których pojawiają się pseudoinformacje o konieczności kontaktu z bankiem),

spoofing (wyłudzenie danych poprzez dzwonienie z numeru banku).

Nawet pobieżna analiza tekstów informujących o potencjalnych zagrożeniach pokazuje, że opisy bywają nieraz przesadnie skomplikowane. Obawiam się, czy wszystkie i przez wszystkich zostaną właściwie zrozumiane. Dobrze, że banki szczegółowo opisują sposoby działania oszustów. Dlaczego jednak zapominają przy tym o zasadzie prostoty językowej? Skoro chodzi nieraz o dorobek życiowy człowieka, to warto o zagrożeniu dla tego dorobku pisać prosto, bo klient musi sobie zdawać sprawę z zagrożenia. Zbyt skomplikowane teksty mogą utrudnić zrozumienie.

Czasami wydaje mi się, że nadmiar rozbudowanych określeń sprzyja kamuflowaniu wstydlivej dla banku okoliczności, tej mianowicie, która dotyczy odpowiedzialności. Kradnie złodziej, to wiadomo, ale kradnie z banku. Jestem tylko językownicą, więc nie wypowiadam się o zakresie odpowiedzialności, muszę jednak zadać pytanie, czy jest na tym świecie bank, który odważyłby się lojalnie uprzedzić klienta chcącego założyć konto: Uważaj, w naszym banku mogą ci ukraść pieniądze! I czy jest bank na tym świecie, który, po zniknięciu pieniędzy klienta, odważyłby się napisać: Szanowny Panie, wczoraj złodziej ukradł twoje pieniądze z naszego banku! Wściekły „Szanowny Pan” otrzymałby zapewne pismo w stylu: „W wyniku pewnych zakłóceń w funkcjonowaniu systemu informatycznego doszło do częściowo niekontrolowanej alokacji środków zgromadzonych na Pana koncie”. Stety czy niestety, ale większość banków o kradzieżach pisze tak, aby samo słowo kradzież raczej się nie pojawiało, a jeśli już, to żeby było bardzo daleko od słowa bank. ●





# Rozmowa z moim Botem czyli Sztuczną Inteligencją



## WAŻNE!



Jerzy Sygidus

Sztuczna inteligencja (AI) przynosi rewolucyjne zmiany w wielu dziedzinach życia, jednak jej dynamiczny rozwój niesie ze sobą również poważne zagrożenia. Od utraty miejsc pracy przez manipulacje informacyjne, aż po ryzyko inwigilacji. AI może stać się mieczem obosiecznym, który wymaga odpowiedzialnego podejścia i regulacji, aby uniknąć negatywnych konsekwencji dla jednostki, społeczeństwa i gospodarki.

### Jakiego typu dane na nasz temat gromadzą portale społecznościowe typu Facebook, X czy TikTok?

Portale społecznościowe gromadzą ogromne ilości danych na temat swoich użytkowników. Główne kategorie danych, które zbierają te platformy to dane osobowe i kontaktowe (imię i nazwisko, adres e-mail, numer telefonu, data urodzenia, płeć, oraz inne informacje podawane podczas zakładania konta). Dane te są podstawowe dla tworzenia konta użytkownika i umożliwiają platformom personalizację treści oraz reklam. Portale gromadzą także dane behawioralne (czyli aktywność użytkownika na platformie w postaci lajków, komentarzy, udostępnień, oglądanych treści, czasu spędzanego na różnych stronach, oraz sposobu, w jaki użytkownik wchodzi w interakcje z treściami). Informacje te są używane do personalizowania doświadczeń użytkownika, oferowania spersonalizowanych reklam oraz rekomendacji treści.

### Jakie jeszcze dane gromadzą ww. portale społecznościowe?

Proszę bardzo. Dane o lokalizacji czyli dane GPS, informacje o położeniu na podstawie adresu IP, check-iny w różnych miejscach. Portale wykorzystują te dane do dostosowywania treści i reklam do lokalizacji użytkownika oraz oferowania usług opartych na geolokalizacji. Portale gromadzą także dane techniczne, czyli informacje o urządzeniach, z których korzysta użytkownik, systemie

Tego rodzaju manipulacje mogą prowadzić do polaryzacji społecznej, wzmocnienia radykalnych poglądów i eskalacji konfliktów społecznych.

operacyjnym, przeglądarce internetowej, adresie IP, plikach cookie. Informacje te pomagają w zapewnieniu bezpieczeństwa, optymalizacji działania platformy oraz personalizacji treści na różnych urządzeniach. Poza tym portale gromadzą nasze dane dotyczące zainteresowań i preferencji. Ciekawia je tematy, którymi interesuje się użytkownik, subskrypcje kanałów, uczestnictwo w grupach i wyszukiwane treści. Portale wykorzystują te dane do tworzenia bardziej precyzyjnych profili użytkowników, co umożliwia im lepsze targetowanie reklam oraz rekomendację treści. Ważne dla w/w portali jest także gromadzenie danych z interakcji z reklamami. To, jakie reklamy użytkownik widział, na które kliknął, jakie produkty przeglądał, a nawet dokonał zakupu po zobaczeniu reklamy. Informacje te są później

wykorzystywane do mierzenia skuteczności kampanii reklamowych oraz do dalszego personalizowania reklam. Portalom nieobojętne są także nasze dane biometryczne (w niektórych przypadkach). Chodzi o rozpoznawanie twarzy na zdjęciach (Facebook), analiza wideo w celu rozpoznania mimiki lub gestów (TikTok). Wykorzystanie tych danych służy do tagowania osób na zdjęciach, filtrowania treści, a także personalizowania doświadczeń użytkowników. Portale społecznościowe gromadzą te dane, aby poprawić personalizację treści, reklam, a także w celach analitycznych i statystycznych.

### Jednak gromadzenie tak dużej ilości informacji budzi także poważne pytania o prywatność i bezpieczeństwo użytkowników. Czy portale społecznościowe mogą wykorzystywać gromadzone dane na niekorzyść swoich użytkowników?

Jak najbardziej. Portale społecznościowe mogą wykorzystywać zgromadzone dane na wiele sposobów, w tym potencjalnie działać na naszą niekorzyść. Po pierwsze, mogą wykorzystać zebrane dane, aby manipulować naszymi zachowaniami i nastrojami. Dzięki algorytmom, które analizują nasze preferencje, nawyki i emocje, portale mogą selektywnie dostarczać treści, które wywołują określone reakcje emocjonalne. Na przykład, mogą promować kontrowersyjne lub skrajne treści, aby zwiększyć zaangażowanie użytkowników, co prowadzi do wydłużenia czasu spędzanego na platformie.

Tego rodzaju manipulacje mogą prowadzić do polaryzacji społecznej, wzmocnienia radykalnych poglądów i eskalacji konfliktów ▶





społecznych. Przykładem jest afera Cambridge Analytica, gdzie dane użytkowników Facebooka zostały użyte do targetowania politycznego w celu wpływania na wyniki wyborów. Portale społecznościowe mogą też gromadzić dane, które są bardzo osobiste, w tym informacje o naszej lokalizacji, zachowaniach online, a nawet dane biometryczne. W przypadku naruszenia bezpieczeństwa danych,



**Sztuczna inteligencja odgrywa kluczową rolę w gromadzeniu i wykorzystywaniu danych użytkowników portali społecznościowych, często, niestety, w sposób, który może działać na niekorzyść użytkowników.**

takie informacje mogą dostać się w ręce osób trzecich, w tym hakerów lub organizacji przestępczych. Wycieki danych mogą prowadzić do kradzieży tożsamości, oszustw finansowych i innych form nadużyć. Przykładem jest wypadek wycieku danych użytkowników Facebooka, który miał miejsce w 2019 roku, kiedy to dane osobowe milionów użytkowników zostały publicznie udostępnione. Nie można zapomnieć o wykorzystywaniu danych do celów politycznych i komercyjnych. Dane z portali społecznościowych mogą być wykorzystywane do targetowania reklam, a firmy i organizacje mogą stosować te dane do tworzenia spersonalizowanych kampanii marketingowych, które mają na celu manipulowanie zachowaniami zakupowymi lub preferencjami politycznymi.

### **W jaki sposób sztuczna inteligencja (AI) może wspomagać portale w wykorzystaniu danych przeciwko użytkownikom platform społecznościowych?**

Sztuczna inteligencja odgrywa kluczową rolę w gromadzeniu i wykorzystywaniu danych użytkowników portali społecznościowych, często, niestety, w sposób, który może działać na niekorzyść użytkowników. Przykładowo, algorytmy AI mogą analizować posty, zdjęcia, filmy oraz aktywności użytkowników, takie jak lajki, komentarze i udostępnienia, aby zrozumieć, jakie treści są dla nich najbardziej interesujące. Taka analiza umożliwia tworzenie dokładnych profili użytkowników, które mogą być później wykorzystywane do personalizacji treści i reklam. Algorytmy mogą więc przewidywać, jakie treści najprawdopodobniej zainteresują użytkownika, co skutkuje dostarczaniem treści, które mogą wywoływać silne emocje, jak gniew, strach czy radość. Algorytmy mogą być zatem używane do manipu-

lowania nastrojami użytkowników, pokazując im treści, które zwiększają ich zaangażowanie, nawet jeśli są to treści dezinformacyjne lub ekstremalne. Przykładem jest promowanie treści wywołujących oburzenie lub strach, co może prowadzić do polaryzacji społecznej.

### **Zatem AI skutecznie manipuluje naszymi zachowaniami, a my nie zdajemy sobie z tego sprawy?**

Precyzyjne targetowanie może prowadzić do sytuacji, w których użytkownicy są bombardowani reklamami lub treściami, które mają na celu manipulację ich decyzjami zakupowymi lub politycznymi. Może to także prowadzić do tzw. "bańki filtracyjnej", gdzie użytkownik widzi tylko treści zgodne z jego wcześniejszymi poglądami, co ogranicza różnorodność informacji i perspektyw. Portale społecznościowe używają algorytmów AI do automatycznej moderacji i usuwania treści, które naruszają ich zasady. Algorytmy te mogą identyfikować i usuwać m.in. mowę nienawiści, fałszywe informacje, czy materiały nieodpowiednie. To działanie korzystne dla odbiorcy. Ale... automatyczna moderacja może przecież prowadzić do cenzury lub usuwania treści, które nie naruszają zasad, ale są niewygodne dla platformy lub jej partnerów. Przykładem jest przypadkowe usunięcie treści, które są błędnie oznaczone jako naruszające zasady, co może ograniczać wolność słowa.

AI jest używana do tworzenia profili użytkowników na podstawie ich aktywności online, co może prowadzić do dyskryminacji algorytmicznej. Na podstawie zgromadzonych danych, algorytmy mogą podejmować decyzje, które wpływają na to, jakie treści, reklamy czy usługi są prezentowane poszczególnym użytkownikom.

### **Czy AI może nas w pewnym stopniu dyskryminować?**

Profilowanie takie może prowadzić do nierównego traktowania użytkowników na podstawie ich danych demograficznych lub historii online. Przykładem jest wypadek, gdy algorytmy decydują, że użytkownik o określonym profilu nie jest potencjalnym klientem Premium i w związku z tym nie pokazują mu ofert lepszej jakości. Podsumowując, sztuczna inteligencja umożliwia portalom społecznościowym bardziej efektywne gromadzenie i wykorzystywanie danych użytkowników, ale niesie ze sobą znaczące zagrożenia. Manipulacja treściami, naruszenia prywatności, dyskryminacja algorytmiczna oraz ryzyko cenzury, to tylko niektóre z problemów, które mogą wynikać z jej stosowania. Użytkownicy powinni być świadomi tych zagrożeń i mieć większą kontrolę nad swoimi danymi, aby zapewnić odpowiedzialne korzystanie z technologii AI. ●





# Nowe metody oszustw finansowych w kraju i na świecie



**Andrzej Borowiak**

Rzecznik prasowy Komendanta Wojewódzkiego Policji w Poznaniu

W dobie dynamicznie rozwijającej się technologii, przestępcy coraz częściej korzystają z zaawansowanych metod, aby oszukiwać obywateli. Podszywanie się pod pracowników banków stało się jednym z najbardziej powszechnych sposobów wyludzania pieniędzy. W Polsce i na świecie odnotowuje się coraz więcej przypadków, w których ofiary tracą oszczędności całego życia. Jak działają oszuści i jak możemy się przed nimi bronić?

Współczesny świat finansów nieustannie się zmienia, oferując konsumentom coraz więcej wygodnych rozwiązań. Niestety, wraz z postępem technologicznym rośnie również liczba zagrożeń. Przestępcy wykorzystują zaawansowane technologie i socjotechnikę, aby wyludzić pieniądze od niczego

niepodejrzewających osób. W Polsce i na świecie coraz popularniejszym sposobem na oszustwo stało się podszywanie pod pracowników banków.

## Jak działają oszuści?

Przestępcy stosują różne metody, aby zdobyć zaufanie swoich ofiar. Najczęściej posługują się telefonem lub internetem, aby skontaktować się z potencjalnymi ofiarami. Podczas rozmowy telefonicznej mogą podawać się za pracowników banku, sugerując, że doszło do podejrzanych transakcji na koncie klienta. W celu „zabezpieczenia środków” proszą o przekazanie danych do logowania lub przelanie pieniędzy na „bezpieczne konto”. Często używają również specjalistycznego oprogramowania, które pozwala im na fałszowanie numerów telefonów, aby wydawało się, że dzwonią z prawdziwego numeru banku. W innym scenariuszu, oszuści mogą kontaktować się z ofiarą za pomocą wiadomości ►

W Niemczech, w 2022 roku, doszło do serii oszustw, w których przestępcy podszywali się pod pracowników Deutsche Banku. Kontaktowali się z klientami telefonicznie, informując ich o „nieautoryzowanych transakcjach” i przekonując do przekazania danych do logowania lub numerów kart kredytowych. Ofiary tych oszustw traciły od kilkuset do nawet kilkudziesięciu tysięcy euro.





e-mail, SMS lub komunikatorów internetowych, podszywając się pod pracowników banku. Wiadomości te często zawierają linki prowadzące do fałszywych stron internetowych, które do złudzenia przypominają oryginalne strony bankowe. Po zalogowaniu się na takiej stronie ofiara przekazuje swoje dane logowania bezpośrednio w ręce oszustów.

### Przykłady z Polski

Polska nie jest wyjątkiem, jeśli chodzi o tego typu oszustwa. W ostatnich latach pojawiło się wiele doniesień o przypadkach, w których oszuści zdolali wyłudzić duże sumy pieniędzy od Polaków. W jednym z głośniejszych przypadków, w 2023 roku, oszuści podszyli się pod pracowników banku i skontaktowali się z 70-letnią emerytką z Warszawy. Twierdzili, że jej konto bankowe zostało zaatakowane przez hakerów i aby uchronić swoje oszczędności, powinna przenieść wszystkie pieniądze na „bezpieczne konto techniczne”. Kobieta, przekonana o autentyczności rozmowy, straciła w ten sposób ponad 200 tysięcy złotych.

Inny przypadek dotyczył przedsiębiorcy z Poznania, który otrzymał wiadomość e-mail, rzekomo od swojego banku, z informacją o konieczności natychmiastowej aktualizacji danych. Po kliknięciu w link i wprowadzeniu danych logowania do bankowości internetowej, oszuści natychmiast przelali znaczną kwotę z jego konta na zagraniczne konto.

### Przykłady ze świata

Problem fałszywych bankowców nie ogranicza się jednak tylko do Polski. Na całym świecie dochodzi do podobnych oszustw, które często przybierają jeszcze bardziej skomplikowane formy. W Niemczech, w 2022 roku, doszło do serii oszustw, w których przestępcy podszywali się pod pracowników Deutsche Banku. Kontaktowali się z klientami telefonicznie, informując ich o „nieautoryzowanych transakcjach” i przekonując do przekazania danych do logowania lub numerów kart kredytowych. Ofiary tych oszustw straciły od kilkuset do nawet kilkudziesięciu tysięcy euro.

We Włoszech w 2021 roku doszło do spektakularnego oszustwa, w którym oszuści podszywając się pod pracowników jednego z największych banków, zdolali przejąć kontrolę nad kontami klientów, korzystając z fałszywych aplikacji mobilnych. Fałszywe aplikacje były tak dobrze zaprojektowane, że ofiary nie miały pojęcia, że korzystają z oszukańczej wersji aplikacji bankowej, aż do momentu, gdy ich konta zostały opróżnione.

We Włoszech w 2021 roku doszło do spektakularnego oszustwa, w którym oszuści podszywając się pod pracowników jednego z największych banków, zdolali przejąć kontrolę nad kontami klientów, korzystając z fałszywych aplikacji mobilnych.

### Dlaczego ludzie padają ofiarą?

Oszustwa tego typu są tak skuteczne, ponieważ wykorzystują naturalną skłonność ludzi do ufania instytucjom, z którymi współpracują na co dzień. Przestępcy często są doskonale przygotowani, posiadają odpowiednią wiedzę o swoich ofiarach, co sprawia, że ich historie brzmią wiarygodnie. Stosują techniki manipulacyjne, takie jak wywoływanie poczucia pilności czy strachu przed utratą pieniędzy, co sprawia, że ofiary działają pod wpływem emocji, nie zastanawiając się nad konsekwencjami.

### Jak się bronić?

Najważniejszym krokiem w obronie przed tego typu oszustwami jest zachowanie ostrożności. Banki nigdy nie proszą o przekazywanie danych do logowania przez telefon, e-mail czy SMS. W przypadku jakiegokolwiek próby kontaktu ze strony rzekomego pracownika banku, zawsze warto zweryfikować jego tożsamość, dzwoniąc bezpośrednio na oficjalny numer banku, który znajduje się na stronie



Jak się bronić? Warto regularnie aktualizować hasła i korzystać z dwuetapowej weryfikacji, jeśli jest dostępna.

internetowej instytucji. Należy również unikać klikania w linki w wiadomościach, które wyglądają podejrzanie, nawet jeśli pochodzą od „banku”.

Warto również regularnie aktualizować hasła i korzystać z dwuetapowej weryfikacji, jeśli jest dostępna. Korzystanie z oficjalnych aplikacji bankowych, pobranych wyłącznie z zaufanych źródeł, również znacznie zwiększa poziom bezpieczeństwa.

Oszustwa finansowe, w których przestępcy podszywają się pod pracowników banków, stanowią poważne zagrożenie zarówno w Polsce, jak i na świecie. Coraz bardziej zaawansowane metody stosowane przez oszustów sprawiają, że każdy z nas może stać się ich ofiarą. Edukacja i ostrożność są kluczowe w walce z tym zjawiskiem. Pamiętajmy, że nawet najbardziej wiarygodnie brzmiąca rozmowa telefoniczna czy e-mail może być próbą oszustwa. Chroniąc swoje dane i nie ulegając presji, możemy znacząco zmniejszyć ryzyko utraty oszczędności. ●





# Focus na bezpieczeństwo

Twój przewodnik po finansowych pułapkach online



**Krzysztof Swoboda**

Technical content manager w takaoto.pro

Coraz więcej operacji finansowych przenosi się do świata wirtualnego, co stwarza wręcz idealne warunki do działań dla cyberprzestępców. Ofiarami oszustw padają nie tylko klienci banków, ale też kupujący online czy instytucje finansowe. Jak chronić swoje aktywa i dane przed coraz bardziej wyrafinowanymi atakami?

## Na co najczęściej nabieramy się w internecie?

Stare branżowe porzekadło głosi, że pierwsze oszustwo online powstało w chwili, gdy do sieci dopuszczono pierwszych internautów. Trzeba przyznać, że jest w tych słowach sporo prawdy, bowiem tzw. „419 scam”, któremu zwykle przypisuje się to miano, pojawiło się w przestrzeni wirtualnej już w drugiej połowie lat 80. XX wieku.

Od tego czasu byliśmy świadkami wielu kłamstw, które miały doprowadzić do kradzieży naszych danych, oszczędności czy przejęcia kont na popularnych portalach. Niektóre były wyrafinowane i subtelne, a inne opierały się o banalne, nie raz wręcz naiwne założenia twórców.

Dzisiaj, w drugiej połowie 2024 roku, cyberprzestępcy mają do swojej dyspozycji prawdziwy arsenał technik, by wyłudzić nasze dane. Te, z których korzystają najczęściej, to:

- phishing – to prosta taktyka polegająca na podszywaniu się pod wybraną firmę lub instytucję. Celem zazwyczaj jest uzyskanie dostępu do jak największej liczby danych. Czasem będzie to numer telefonu czy miejscowość zamieszkania, a kiedy indziej login i hasło do bankowości elektronicznej;
- fałszywe aplikacje mobilne – naśladują one na przykład apkę Twojego banku czy klienta poczty e-mail, a jednocześnie wykradają szereg danych, jakie podajesz online, logując się do różnych usług. Co ciekawe, nawet pozornie niewinna gra może być taką właśnie aplikacją – mimo tego, że spełnia też swoją funkcję „rozrywkową”. Przestępcy są coraz bardziej wyrafinowani i starają się uwiarygodnić swoje oszustwa na wiele różnych sposobów;
- wyłudzenia pieniędzy – w tej niezwykle szerokiej kategorii należałoby umieścić zarówno wyłudzenia „na wnuczka”, jak i kreatywne oszustwa inwestycyjne, kiedy przestępcy mają nas wizją horrendalnie wysokich zysków w krótkim czasie.

Zachowaj wzmożoną ostrożność podczas zakupów online. Jest sporo prawdy w starym porzekadle, że skąpy traci dwa razy.

## Na te oferty uważaj szczególnie!

W 2024 roku cyberprzestępcy wzięli sobie na cel zwłaszcza te osoby, które chcą zarabiać w internecie. Co nie powinno dziwić, szczególnie powinni uważać ci, którzy chcą zyskać dużo i szybko. Na szczycie listy z pewnością trzeba umieścić fałszywe platformy inwestycyjne.

Najczęstszą, choć niezwykle prymitywną i dość łatwą do wykrycia formą oszustwa nadal pozostaje uwiarygodnienie takiej strony twarzą znanej, wzbud-

zającej zaufanie osoby. Może to być znany z mainstreamowych mediów prezydent telewizyjny lub sportowiec, który odniósł sukces.

Przestępcy wiedzą, że takie działanie da im o wiele lepsze efekty, niż umieszczenie zdjęcia np. jednego z dziesięciu najbogatszych Polaków – bo większość z nas nie potrafi wymenić żadnego z tak zamożnych rodaków, nie mówiąc już nawet o przywołaniu w pamięci wyglądu tej osoby.

Oczywiście sama twarz to dopiero pierwszy krok. Gdy przestępcy zdobędą już Twoją uwagę, przechodzą do konkretów. Chcesz inwestować, więc masz pieniądze. Ale zapewne niezbyt duże, bo nie skorzystałeś z ofert renomowanych domów maklerskich czy doradców inwestycyjnych w Twoim banku. Szczególnie powinny zaniepokoić Cię:

- zaskakująco wysokie stopy zwrotu z nawet niewielkiej inwestycji,
- dodatkowe pułapy, po których przekroczeniu Twój zysk będzie większy (na przykład: inwestując 5000 złotych, zyskasz gwarantowane 8000 złotych, ale przy wkładzie 10 tys. to już 19 tysięcy),
- bardzo ogólne dane w zakładce „O nas”/ „Kontakt”,
- brak danych dotyczących polityki RODO i przetwarzania danych,
- brak danych o takim przedsiębiorstwie w ogólnodostępnych bazach firm.

Kolejną z kreatywnych pułapek online jest podszywanie się pod istniejące instytucje finansowe. Pamiętaj, że przestępcy mogą wiedzieć, w jakim banku masz konto – jeśli prowadzisz działalność gospodarczą, to są to informacje jawne, które można ustalić w zaledwie kilka minut.

Już dobrze spreparowana wiadomość z SMS z linkiem do fikcyjnej strony banku, gdzie podasz choćby kilka podstawowych danych, ►







Musisz pamiętać o jeszcze jednym, wyjątkowo podstępnyemu zagrożeniu.

Chodzi o podejście „to mnie nie dotyczy”. Nadmierna pewność siebie to prosta droga do utraty gotówki lub kradzieży tożsamości online.

może kosztować Cię utratę oszczędności. W podobnym tonie należy rozpatrywać wszystkie oszustwa dotyczące zmiany miejsca doręczenia przesyłki, anulowania jej wysłania czy rzekomej kradzieży Twojego konta w mediach społecznościowych lub na portalach zakupowych.

Zjawisko to określamy mianem spoofingu. Zawodowcy tworzą niemal doskonałe repliki stron, które na pierwszy rzut oka są nie do odróżnienia od oficjalnych portali banków czy platform aukcyjnych. Jak rozpoznać takie oszustwo? Liczą się detale. Zawsze sprawdzaj, czy:

- domena jest taka sama jak podczas ostatniego logowania: com.pl to zupełnie inny adres niż .pl,
- już łączyłeś się z tym adresem: łatwo zweryfikujesz to w historii swojej przeglądarki lub wprowadzając kilka pierwszych liter z adresu na pasku URL,
- w domenie nie ma „przypadkowej” literówki: sggg lub bsg to nie to samo, co SGB.pl.

Zachowaj też wzmożoną ostrożność podczas zakupów online. Poza wszystkimi opisanymi wyżej zagrożeniami wciąż mierzymy się z jeszcze jednym, bodaj największym magnesem, jaki przestępcy mają w swoim portfolio: z chęcią zaoszczędzenia pieniędzy. Jest sporo prawdy w starym porzekadle, że skąpy traci dwa razy. Manipulanci wykorzystują ponadto obecną sytuację gospodarczą. W obliczu rosnącej inflacji i niepewności ekonomicznej obietnica szybkich i wysokich zysków jawi się jako jeszcze bardziej kusząca.

Załóżmy, że chcesz kupić smartfona. Wpisujesz jego nazwę w Google. Wśród wyników wyszukiwania szybko dostrzegasz, że większość ma ceny zbliżone do 3500 złotych. Ale jest też oferta na dokładnie to samo, nowe urządzenie za 2500 złotych. W tym miejscu po prostu musisz zastanowić się dwa razy nad tym, czy promocja może być tak dobra. Niestety, nie brakuje osób, które taka rzekoma okazja wręcz dodatkowo motywuje do działania.

To zjawisko z pogranicza heurystyki dostępności, której ojcem jest zdobywca nagrody Nobla – Daniel Kahneman – i teorii bargain effect. Jesteśmy bardziej skłonni do działania, gdy widzimy ofertę, która wydaje się wyjątkowo atrakcyjna. Nawet

jeśli istnieją pewne oznaki, że może być zbyt piękna, aby była prawdziwa, klikamy i... sami pakujemy się w kłopoty.

I właśnie nad tymi emocjami trzeba szybko zapanować, by nie stracić ciężko zarobionych pieniędzy. W przeciwnym razie, kiedy zaufasz instynktowi i odstawisz intuicję na boczny tor, jest dość prawdopodobne, że nie zauważysz nawet mankamentów i oczywistych przesłanek, które podpowiadają, że to oszustwo. Dziwnym trafem, wróć one do Ciebie niczym bumerang dopiero po pewnym czasie, gdy paczka z okazjonalnie zakupionym telefonem nie dotrze i gdy będziesz zgłaszać sprawę na policję.

Kolejnym zagrożeniem, z którym musimy się oswoić w 2024 roku, są rzekome konkursy. Z tym oszustwem zwykle spotykamy się w mediach społecznościowych. Sam schemat jest bardzo prosty:

1. przestępcy tworzą nową, podszywającą się pod istniejącą firmę stronę sklepu,
2. dla niepoznaki wcześniej umieszczają kilka postów promujących ofertę konkretnego brandu, na przykład z elektroniką użytkową,
3. gromadzona jest pewna grupa fanów. Ci nie tylko „lajkują” taki Fanpage, ale też aktywnie udzielają się w komentarzach.

Wtedy też, gdy taka strona ma już zbudowaną pewną historię, przestępcy przystępują do działania. Nagle pojawia się silnie promowany post o rzekomej obniżce na wybrany produkt. Może to być na przykład hulajnoga elektryczna. Co ciekawe, zwykle nie są to produkty najnowsze, a sprzed roku czy dwóch, by dodatkowo uwiarygodnić cały przekręt.

Aby zgarnąć taki gadżet, nie trzeba płacić – przynajmniej na początku. Zwykle jesteśmy proszeni o podanie swoich danych kontak-





towych. Pułapkę tę legitymują komentarze – zwykle z podziękowaniami i ze zdjęciami tego konkretnego produktu. Naprawdę łatwo się na to nabrać. W tym oszustwie chodzi przede wszystkim o wyludzenie danych. Jest to stosunkowo nowy schemat działania przestępców, więc nie do końca wiemy jeszcze, w jaki sposób te dane zostaną później wykorzystane. Faktem jest jednak, że:

1. żaden gadżet do nas nie trafi,
2. dane te z pewnością nie zostaną wykorzystane do niczego dobrego.

## Stare branżowe porzekadło głosi, że pierwsze oszustwo online powstało w chwili, gdy do sieci dopuszczono pierwszych internautów.

Na Zachodzie trend ten stopniowo ewoluuje i pojawia się dodatkowy, trzeci element układanki. Płatności trzeba dokonać ze spreparowanego adresu URL, który może pomóc przejąć złodziejom nasze oszczędności lub dane o karcie kredytowej, wraz z kodem CVV.

### Ostrożność w sieci to dziś o wiele więcej niż kilka lat temu

Wiesz już, że nowoczesne pułapki online, jakie czyhają na nas w sieci, w dużej mierze bazują na psychologii i naszych celach, jakie sobie podświadomie wyznaczamy. Kto nie chciałby być bogaty i nie kupiłby dziś jednego Bitcoina lub obligacji jednego z europejskich państw za ułamek rynkowej ceny?

Musisz pamiętać o jeszcze jednym, wyjątkowo podstępny zagrożeniu. Chodzi o podejście „to mnie nie dotyczy”. Nadmierna pewność siebie to prosta droga do utraty gotówki lub kradzieży tożsamości online.

FBI szacuje, że tylko w 2023 roku przestępcy wyludzili środki o łącznej wartości przekraczającej 41 miliardów dolarów, czyli około 161 miliardów złotych. To niemal 30% rocznego budżetu naszego kraju! Średnia wartość kradzieży nieznacznie przekracza 200 USD (790 złotych). Można jedynie domniemywać, że całkiem sporo osób z długiej listy okradzionych pomyślało sobie, że to zagrożenie ich nie dotyczy, że są lepsi i mądrzejsi od cyberprzestępców.

Cztery filary bezpieczeństwa, o których zawsze musisz pamiętać, to:

1. włączenie weryfikacji dwuetapowej wszędzie tam, gdzie jest to możliwe,
2. ignorowanie podejrzanych linków w wiadomościach SMS i e-mailach,

3. sprawdzanie, czy logujesz się dokładnie na tę stronę, na którą wydaje Ci się, że się logujesz,

4. nie myśl, że problem Cię nie dotyczy. Ryzyko kradzieży środków lub tożsamości to zmartwienie każdego internauty.

Banki spółdzielcze dbają o bezpieczeństwo swoich użytkowników na wielu płaszczyznach: od edukacji przez wdrażanie najnowszych standardów bezpieczeństwa do swoich rozwiązań bankowych, aż po całodobowe czynne 24/7.

Konkret? Proszę bardzo: Dyrektor Departamentu Cyberbezpieczeństwa w SGB Banku, Daniel Krzywiec niedawno poinformował, że SGB zaczęła przygotowywać się do wdrożenia standardu DORA już w zeszłym roku. Wspólnie z UKNF i zrzeszeniowym IPS-em, w marcu 2024 roku ułożył także nowy plan wdrożenia standardów bezpieczeństwa DORA w bankach. To ważny krok na drodze do bezpieczeństwa pieniędzy klientów.

Bez względu na implementowane standardy, warto jednak pamiętać o jednej, kluczowej zasadzie: nasze pieniądze są tak bezpieczne, jak silne jest najsłabsze ogniwo, a tym jesteśmy my... użytkownicy. Zawsze więc należy zacząć od siebie i od kontroli swoich nawyków w cyberprzestrzeni.

Trzymając się opisanych w tym artykule kilku prostych zasad, znacznie zwiększasz swoje bezpieczeństwo w cyfrowym świecie. Pamiętaj jednak, że przestępcy wciąż udoskonalają swoje metody. Warto być na bieżąco i śledzić popularne serwisy, jak Niebezpiecznik.pl oraz SGB.pl – w zakładce o bezpieczeństwie w sieci można znaleźć sporo ciekawych, ważnych danych. ●





# Dojrzała wzajemność

# 60 lat

# BANKU SPÓŁDZIELCZEGO

Janusz Orłowski

**M**agazyn „Bank Spółdzielczy” już od sześćdziesięciu lat uczestniczy w dyskusjach i wymianie poglądów dotyczących bankowości spółdzielczej. Na początku był zwykłym poradnikiem ale wraz z upływem czasu przekształcony został w cieszącą się zainteresowaniem czasopismo całego środowiska bankowców - spółdzielców.



#### INFORMATOR GBW

Oddajemy w Państwa ręce sierpniowy numer Informatora Gospodarczego Banku Wielkopolski SA, który skierowany jest przede wszystkim do Banków Spółdzielczych - Zrzeszonych i Akcjonariuszy GBW SA.

Jest on odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie banków spółdzielczych na informacje mogące pomóc im w funkcjonowaniu, szczególnie jako BS akcjonariuszy, BS zrzeszonych, a także w celu lepszego poznania działania ich banku regionalnego.

Cheśmy by Informator GBW SA stał się także forum prezentacji opinii i uwag banków spółdzielczych, a nie tylko odbiciem pracy GBW. Informator to także Wasze piśmi, wygodne forum do wymiany pomysłów i problemów.

Dzisiaj jest to miesięcznik, ale postaramy się, by Informator wydawany był w okresach krótszych - dwutygodniowych, tak by

trały do Was najświeższe informacje - zapraszamy więc bankowców spółdzielczych, działaczy samorządowych, a także klientów naszych banków do współpracy!

Uwagi oraz korespondencję prosimy przysyłać na adres:

#### OBIECANE KREDYTY BANKU ŚWIATOWEGO W ZASIĘGU RĘKI?

Wydaje się, że roczne sterania KZBS i GBW SA o pozyskanie dla BS-ów linii kredytowej z Banku Światowego, a dokładniej z Międzynarodowego Banku Odbudowy i Rozwoju na program rozwoju rolnictwa zostaną uwieńczone sukcesem.

28 lutego GBW SA podpisał z NBP umowę o udostępnienie takiej pożyczki do wysokości 100 milionów dolarów.

Po opracowaniu szczegółowych procedur kredytowych przez NBP, co powinno nastąpić w kwietniu środki pożyczki będą udostępnione GBW SA, przy czym pierwsze dwa wnioski muszą być przekazane do akcesji NBP i Międzynarodowego Banku Odbudowy i Rozwoju.

Trochę jednak tracę pod uwagę 20% udział środków własnych banku spółdzielczego w udzielanych kredytach. Środki pożyczki mogą być dostępne w złotych lub dewizach (w przypadku zakupów zagranicznych). Według umowy maksymalna kwota kredytu wynosi 5 milionów dolarów (lub równoważnik tej kwoty). Okres kredytowania przedsiębiorstwa może wynieść maksymalnie 12 lat, w tym maksymalnie 3 lata karencji. Oprocentowanie w złotych zbitowane powinno być do kredytu finansowanego samowalutą w dowolnych walutach będących od stanku LIBOR plus marżę uzgodnioną przez Bank Światowy i Bankiem Światowym.

nych dokumentów możemy się bowiem dowiedzieć, że już w 1873 roku obradujący sejmik Związku Spółek Zarobkowych i Gospodarczych podjął postanowienie, że „Uznaje się za konieczne zaprowadzenie organu własnego lub obrania z istniejących pism jednego, celem podawania sobie wzajemnych spostrzeżeń, rad i oświadczenia się w swoich potrzebach”. Realizując wolę sejmiku początkowo zaczęto wydawać wkładkę ekonomiczno – finansową do „Gazety Toruńskiej”. Pięć lat później związek zaczął wydawać swój własny organ prasowy zatytułowany „Ruch społeczny i ekonomiczny”, a od 1891 roku miesięcznik noszący nazwę „Poradnik dla spółek”.

Potrzebę wymiany informacji i doświadczeń za pośrednictwem słowa pisanego widział także Franciszek Stefczyk. Dzięki jego staraniom od 1902 roku zaczął się ukazywać we Lwowie „Rocznik spółek rolniczych”, a także „Czasopismo Spółdzielni Rolniczych”, które było adresowane przede wszystkim do spółek oszczędności i pożyczek przekształconych z czasem w popularne Kasy Stefczyka. Natomiast dla towarzystw zalicz-

Już od sześćdziesięciu lat redakcja „Banku Spółdzielczego” uczestniczy w dyskusjach i wymianie poglądów dotyczących bankowości spółdzielczej.

#### Najpierw był poradnik

Pismo, jako wydawnictwo o charakterze problemowym i informacyjnym, po raz pierwszy pojawiło się na rynku w 1964 roku jeszcze pod nazwą „Poradnik SOP”, ponieważ ówczesne banki spółdzielcze funkcjonowały jako instytucje finansowe niosące nazwę spółdzielni oszczędnościowo – pożyczkowych. Stąd też ówczesna nazwa pisma. Jako „Bank spółdzielczy” czasopismo zaczęło ukazywać się od 1974 roku. Zmieniona została wówczas szata graficzna, a samo pismo zmieniło swój charakter z poradnika wyłącznie instruktażowego na czasopismo bardziej problemowe, uczestniczące we wszystkich pracach i dyskusjach dotyczących najważniejszych spraw tego sektora bankowego.

Wydawanie pisma reprezentującego interesy banków spółdzielczych ma swoje historyczne uzasadnienie. Z zachowa-

## BANK SPÓŁDZIELCZY

CZASOPISMO SPÓŁDZIELCZOŚCI BANKOWEJ

Nr 10 (408)
PAŹDZIERNIK 1998
ISSN 0208-7553



*Bankowcy spółdzielcy u Ojca Świętego*





kowych takich jak banki ludowe wydawano wówczas czasopismo „Związek”.

W okresie dwudziestolecia międzywojennego ukazywały się dwa pisma przeznaczone dla ruchu spółdzielczego. Były to „Poradnik spółdzielni” oraz „Zjednoczenie”. Ponadto niektóre związki rewizyjne wydawały roczniki statystyczne zamieszczające podstawowe informacje z bilansów zrzeszonych w nich spółdzielni oszczędnościowo – pożyczkowych. W 1937 roku Związek Spółdzielni Zarobkowych i Gospodarczych im. księdza Piotra Wawrzyniaka podjął inicjatywę wydawania „Biuletynu prasowego”.

Po drugiej wojnie światowej wznowiono wydawanie czasopism adresowanych bezpośrednio do spółdzielni oszczędnościowo –



pożyczkowych. Pierwszym tytułem wydawanym od 1951 roku przez ówczesny Bank Rolny była wkładka do „Wiadomości Banku Rolnego”, która ukazywała się pod nazwą „Biuletyn Informacyjny GKS”. Po przejęciu od Banku Rolnego w 1951 roku przez Narodowy Bank Polski funkcji centrali finansowej i rewizyjnej, w odniesieniu do gminnych kas spółdzielczych, bank centralny przejął także wydawanie wspomnianego poradnika. Od 1956 roku pismo ukazywało się pod nazwą „Poradnik Informator Kas Spółdzielczych” po czym zostało przekształcone w „Poradnik Informator Spółdzielni Oszczędnościowo - Pożyczkowych” i w połowie 1959 roku przestało się ukazywać. Jednak już na II Krajowym Zjeździe Delegatów Spółdzielni Oszczędnościowo – Pożyczkowych w 1960 roku podjęta została uchwała nakazująca powołanie organu prasowego związku. Pierwszy numer „Poradnika SOP” ukazał się jednak dopiero cztery lata później.

W latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku wydawanie pisma przejął Bank Gospodarki Żywnościowej, powołany do obsługi finansowej i kredytowej rolnictwa, przemysłu spożywczego i leśnictwa oraz pełnienia funkcji centralnego związku, a potem krajowego zrzeszenia banków spółdzielczych. Ostatni numer pisma pod nazwą „Bank Spółdzielczy”, BGŻ wydał w 2001 roku i zawiesił dalsze wydawanie, kiedy po zmianach ustawowych przestał pełnić funkcję banku krajowego, a trzy banki regionalne utworzyły grupy zrzeszające spółdzielców. Warto dodać, że z badań przeprowadzonych przez instytut

Pentor w 1999 roku wynikało, że „Bank Spółdzielczy” czytał co czwarty ankietowany bankowiec i ponad 80 proc. bankowców – spółdzielców.

### Nowa szata graficzna, nowy format

W 2002 roku wydawanie miesięcznika „Bank Spółdzielczy” przejął Mazowiecki Bank Regionalny, który odkupił tytuł od BGŻ. Powołana też została spółka wydawnicza MR Press, w której poza bankiem zrzeszającym udziały miały również banki spółdzielcze. Pismo zmieniło swoją szatę graficzną i format. Ostatni numer miesięcznika wydany przez spółkę MR Press ukazał się w sierpniu 2013 roku.

Od 1964 roku redaktorem naczelnym Poradnika SOP był Franciszek Nasiński, a po nim od 1974 roku funkcję tę pełnił Ryszard Konarski. Najdłużej pismem kierował Wacław Potocki, który przejął stery redakcyjne w latach osiemdziesiątych i kierował miesięcznikiem aż do momentu zawieszenia wydawania przez BGŻ. Od 2003 do 2013 roku redaktorem naczelnym pisma był niżej podpisany. Po połączeniu MR Banku S.A. z poznańskim SGB-Bankiem SA, kontynuacją wydawania miesięcznika zajęła się spółka zależna tego banku, czyli Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji (BODiE), a stanowisko redaktora naczelnego objął Maciej Wojtaszek, ówczesny prezes tej spółki. Od tej pory siedzibą redakcji jest Poznań. Po zmianach reorganizacyjnych w spółce w 2018 roku na stanowisko redaktora naczelnego powołany został Roman Szewczyk, który pełni tę funkcję obecnie.

Redakcji nigdy nie były obce sprawy nurtujące środowisko bankowców – spółdzielców i wszelkie problemy, z jakimi mają do czynienia pracownicy tych instytucji.





### Nowe czasy, nowa era

Rynek prasowy zmienia się dynamicznie. Prasa drukowana odchodzi do lamusa, jej miejsce zajmują treści w formie elektronicznej. Z duchem czasu idzie także magazyn „Bank Spółdzielczy”. W połowie roku 2019, czyli od 3 numeru pismo przestało się ukazywać w wersji papierowej i publikowane jest wyłącznie w formie cyfrowej.

Magazyn jest dostępny na: <https://www.sgb.pl/grupa-sgb/magazyn-bank-spoldzielczy/>

Warto dodać, że e-magazyn „Bank Spółdzielczy” oferowany jest bezpłatnie w formie pdf.

Od marca 2021 roku najciekawsze materiały



dostępne są również w formie podcastu. <https://open.spotify.com/show/1fwLBZW2t6xQiyP2IDENuL>.

Od początku swojego istnienia „Bank Spółdzielczy” uczestniczył w przemianach zachodzących w sektorze bankowości spółdzielczej. Redakcji nigdy nie były obce sprawy nurtujące środowisko bankowców - spółdzielców i wszelkie problemy, z jakimi mają do czynienia pracownicy tych instytucji. Pismo zawsze starało się być blisko spółdzielców, pokazywać zebrane przez nich doświadczenia, osiągnięcia i sukcesy ale także niepowodzenia i poszukiwanie dróg wyjścia z trudnych sytuacji oraz umacniać więzi łączące redakcję z bankami spółdzielczymi. Uwagi i opinie czytelników wzbogacały pismo, a wspólne redagowanie pozwalało na podnoszenie poziomu miesięcznika oraz uatrakcyjniało jego treść i szatę graficzną.

„Bank Spółdzielczy” zawsze kreował pozytywny wizerunek

„Bank Spółdzielczy”  
zawsze kreował pozytywny  
wizerunek spółdzielczości  
bankowej w naszym kraju.



spółdzielczości bankowej w naszym kraju. Pismo ma też wymierny wkład w popularyzację wiedzy fachowej i upowszechnianie idei tworzenie nowoczesnej struktury polskiej spółdzielczości. Zawsze też spełniało dwie podstawowe funkcje – edukacyjną i informacyjną. O potrzebie istnienia takiego pisma branżowego najlepiej świadczą podejmowane próby działań przez różnego rodzaju grupy nacisków i wpływów, mające na celu zepchnięcie na margines działalności gospodarczej wszelkich form spółdzielczości. Pismo na swoich łamach zawsze starało się ujawniać tego rodzaju działania, podejmować polemikę i zachęcać najpoważniejsze autorytety zajmujące się ekonomią do popierania spółdzielczości jako równorzędnej formy prowadzenia działalności gospodarczej, wciąż cieszącej się znaczącym zainteresowaniem zwłaszcza społeczności lokalnych. ●

**BANK SPÓŁDZIELCZY**

Sport uczy współpracy  
rozmowa z  
**Grzegorzem Karbowlakiem**  
s. 5

**WYZWANIE SPORTOWE SGB**

Pięć lat rekordów s. 16

**UBEZPIECZ SIĘ**  
na wakacje s. 20

**BANK SPÓŁDZIELCZY**

Nowoczesny bank:  
nie tylko konto, kredyt i lokata  
rozmowa z **Jackiem Zacharewiczem**  
Prezesem ESBANKU BS

Cyber

Eko

29

**BANK SPÓŁDZIELCZY**

Wywiady

z **Ewelina Palubicką** s. 9  
i **Andrzejem Chmieleckim** s. 12

**WYZWANIE SPORTOWE SGB**

Nowe rekordy s. 16





# 60 lat

## trzeba nadal iść do przodu



Jerzy Sygidus

Prasa firmowa ma w Polsce bogatą historię, sięgającą początków XX wieku. Jej rozwój był nierozzerwalnie związany z procesami industrializacji oraz potrzebą komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwach.

Pierwsze biuletyny pojawiły się w naszym kraju przed stu laty, kiedy właściciele wielkich zakładów przemysłowych zaczęli dostrzegać potrzebę budowania firmowej tożsamości w środowisku pracowników oraz informowania ich o sprawach bieżących. Powstawały pisma o charakterze instruktażowym, periodyki poświęcone nowym (na owe czasy) technologiom, a także zmianom organizacyjnym wewnątrz firm.

W latach powojennych, zwłaszcza w okresie PRL-u, prasa firmowa przeżywała prawdziwy rozkwit. Wiele dużych zakładów przemysłowych posiadało własne periodyki, które regularnie informowały pracowników o działalności firmy, życiu załogi, a także o sprawach społecznych. Wiele z nich – choćby „Echa Leśne”, magazyn leśników istniejący od 1924 roku – miało tak wysoki poziom edytorski i merytoryczny, że na rynku miłośników prasy stawały się „białymi krukami”, zbieranymi nie tylko dla tekstów o przyrodzie.

W zindustrializowanym świecie istnienie prasy zakładowej stało się zjawiskiem normalnym i niemal powszednim. Prawie każdy duży zakład przemysłowy Europy i Ameryki Płn. (a także w niektórych rozwiniętych krajach azjatyckich) posiadał w tym czasie gazetę wydawaną na użytek załogi. W latach 90., a zwłaszcza w początkach nowego stulecia rola firmowej prasy malała lub została przejmowana przez nowoczesne narzędzia komunikacji – wewnętrzne kanały elektroniczne, newslettery i mailingi, by od pewnego czasu przenieść się na stałe do intranetu lub mediów społecznościowych w postaci zamkniętych grup i aplikacji.

### „Bank Spółdzielczy” - Świat bankowości spółdzielczej

Jak na tym tle wypada obchodzący właśnie 60-lecie magazynu „Bank Spółdzielczy”? Po pierwsze – idziemy z duchem czasu.

Byliśmy bardzo pojemnym, wydawanym na wysokim poziomie edytorskim, kolorowym magazynem. To z jednej strony stało się synonimem prestiżu, ale z drugiej – wysokich kosztów druku i kolportażu.

Pięć lat temu zmieniliśmy formułę wydawniczą magazynu, rezygnując z druku i dystrybuując nasz periodyk w wersji elektronicznej. To przyspieszyło wiele procesów wydawniczych, zredukowało koszty i usprawniło naszą działalność.

Po drugie – jesteśmy konsekwentni, nie zmieniliśmy strategii działania. Nadal służymy Bankom Spółdzielczym SGB, prezen-

Jesteśmy konsekwentni, nie zmieniliśmy strategii działania. Nadal służymy Bankom Spółdzielczym SGB, prezentując ich aktywność w różnych przestrzeniach biznesowych, społecznych, prawnych i marketingowych.

tując ich aktywność w różnych przestrzeniach biznesowych, społecznych, prawnych i marketingowych. Służymy poradą, jesteśmy forum wymiany myśli i informacji, prezentujemy wszystkie nowości z życia naszego Zrzeszenia, promujemy ludzi - liderów bankowości spółdzielczej.

Po trzecie – udostępniliśmy nowe narzędzia odbioru, proponując naszym Czytelnikom publicystykę w wersji audio, czyli ►





Podcast Spółdzielczy. Stale promujemy nasz magazyn w mediach społecznościowych (LinkedIn), jesteśmy obecni podczas wszystkich najważniejszych wydarzeń z życia Banków Spółdzielczych SGB, mamy wielu autorów z naszego środowiska i firm partnerskich.

### Informator SGB

Ale zanim periodyk „Bank Spółdzielczy” stał się głównym piśmie SGB, nie można pominąć „Informatora GBW” (później zmienił nazwę na „Informator SGB”, który pełnił funkcję, jak sama nazwa wskazuje, informatora). Pismo relacjonowało waż-

ne wydarzenia dotyczące banków spółdzielczych jak na przykład jubileusze, zmiany kadrowe, nowe kampanie reklamowe. Długoletnim redaktorem był Adam Cichy. Po jego śmierci funkcję naczelnego objął Krzysztof Ulanowski, a kolejną następczynią na tym stanowisku została Łucja Kamińska.

- Staralam się robić aktualności dotyczące życia sektora spółdzielczego w naszym Zrzeszeniu. W każdym numerze pojawiały się informacje ze wszystkich dziedzin działalności banków spółdzielczych, od organizacji zarządzania po sprzedaż produktów bankowych. – wspomina Łucja Kamińska – Miałam przyjemność współpracować z wieloma bardzo interesującymi ludźmi.

Redaktor Kamińska przestała pełnić swoją funkcję, gdy odeszła z pracy w SGB-Banku. Zastąpiła ją Hanna Kniotek, która nadała „Informatorowi SGB” nowy sznyt. Jak ocenia tamten okres?



### Krystyna Majerczyk – Żabówka, b. prezes Zarządu Krajowego Związku Banków Spółdzielczych

Z prostych obliczeń wynika, że miesięcznik „Bank Spółdzielczy” musiał powstać w 1964 roku. Moja przygoda z tym czasopiśmie rozpoczęła się w latach 70-tych XX wieku. Najpierw miałam do czynienia z tym miesięcznikiem wyłącznie jako jego czytelnik, a w kolejnych latach również jako autor publikacji bankowych. Miesięcznik był wydawany w formie papierowej, w formacie B-5, bo wtedy nie były znane formy cyfrowe, nikt nie słyszał o Internecie. W latach 70-tych XX wieku głównymi urządzeniami, jakimi się posługiwały biura, były maszyny do pisania i maszyny do liczenia. To były lata inicjujące erę maszyn księgujących typu Ascota.

Miesięcznik „Bank Spółdzielczy” wydawany był na zwykłym papierze (książkowym) w dwóch kolumnach na stronie, czasem artykuły opatrzone bywały czarno-białą fotografią. Okładki z cienkiej tektury, zawsze w tej samej kolorystyce jasnozielonej z szaro-białą fotografią/zdjęciem.

Redakcja miesięcznika „Bank Spółdzielczy” mieściła się przy ul. Lwowskiej w Warszawie. Początki wydawnictwa przypadają na okres, w którym banki spółdzielcze zrzeszały się w Centralnym Związku Spółdzielni Oszczędnościowo-Pożyczkowych. W czasie, gdy miałam przyjemność odwiedzić Redakcję (początek lat 80-tych), był to niewielki pokój, w którym pracował redaktor naczelny, pan Ryszard Konarski oraz jedna pani redaktor. W miesięczniku zazwyczaj nie było treści zewnętrznych, a jedynie treści wewnętrzne. Pismo było wydawane przez CZ SOP

(Centralny Związek Spółdzielni Oszczędnościowo-Pożyczkowych) do czasu połączenia z Bankiem Rolnym. W wyniku tego połączenia powstał Bank Gospodarki Żywnościowej (BGŻ). Od lipca 1975 r. miesięcznik „Bank Spółdzielczy” wydawany był więc przez BGŻ. Autorami artykułów najczęściej byli pracownicy BGŻ lub banków spółdzielczych.

W Polsce pod koniec 1990 roku były 1653 banki spółdzielcze, a sieć tych banków licząc z oddziałami i punktami kasowymi liczyła ok. 5 000 placówek. Jak widać, mimo że teraz mamy 492 BS, to liczba placówek jest niewiele mniejsza.

Miesięcznik „Bank Spółdzielczy” był dystrybuowany w prenumeracie, ale chyba nie było w Polsce banku spółdzielczego, który nie prenumerowałby tego branżowego czasopisma. Banki spółdzielcze, które miały oddziały, prenumerowały „Bank Spółdzielczy” również dla swoich oddziałów. Objętościowo każdy numer tego czasopisma miał około 40 stron. Ja mam niektóre, teraz już historyczne, egzemplarze z lat 80-tych XX wieku, bowiem w tych latach zaczęłam pisać do tego branżowego miesięcznika na tematy związane z działalnością kredytową, jako że pracowałam wówczas w obszarze kredytów, uczestniczyłam w tworzeniu regulacji w Departamencie Kredytów BGŻ. Pamiętam, jeszcze z okresu pracy w banku spółdzielczym, że co roku miesięczniki czasopisma były oddawane do introligatora, oprawiane w roczniki i zasilaty bibliotekę banku. Czasopisma „Bank Spółdzielczy” znajdowały się na poczesnym miejscu i były bardzo szanowane. Zapyta ktoś, dlaczego? Ano dlatego, że wówczas nie było w nich treści zewnętrznych, a jedynie treści wewnętrzne, rozwiązania prawne i w znacznym stopniu banki spółdzielcze posługiwały się naszym czasopiśmie jako instruktażem w różnych dziedzinach. Zawarta tam wiedza była jednolita, a banki spółdzielcze chętnie z niej korzystały. Pamiętam, że gdy pracowałam w banku spółdzielczym, to bardzo często czekaliśmy z niecierpliwością na kolejne wydanie czasopisma, aby zapoznać się z materiałami przydatnymi w bieżącej pracy. W numerze były działy z prawa pracy, dotyczące spraw pracowniczych, były listy od czytelników, rozpisywaliśmy też różne konkursy, robiliśmy badania ankietowe. I obowiązkowo była krzyżówka z hasłem branżowym :). Czasopismo było czytane przez pracowników, przez kierownictwo banku, każdy z nas chciał mieć dostęp do tej wiedzy. Wtedy nie było na rynku zbyt wielu wydawnictw branżowych. Zupełnie inny był też poziom wiedzy społeczeństwa, mniejsza zmienność przepisów, ograniczona dostępność szkoleń, nie wspominając już o dostępnej dzisiaj zdalnej komunikacji i poziomie digitalizacji. Magazyn „Bank Spółdzielczy” przez 60 lat towarzyszył bankom spółdzielczym i stanowił ważne medium edukacyjne. Banki spółdzielcze i ich pracownicy zawsze chętnie z niego korzystali. I niech tak dalej będzie!





- Bardzo chcieliśmy, żeby „Informator SGB” zachęcał zarówno czytelników do sięgania po niego, jak i autorów do publikowania. Zaczęliśmy od przemyślenia całej koncepcji pisma, zmieniliśmy zupełnie szatę graficzną, żeby nie odbiegała od, popularnych jeszcze wtedy, kolorowych magazynów na półkach Empiku, wprowadziliśmy nowe rubryki. Zależało nam, żeby magazyn promował wartości i idee bankowości spółdzielczej nie tylko treściami, których wysoki poziom zapewniali autorzy, ale także atrakcyjną formą. – wspomina Hanna Kniotek, redaktor naczelna w latach 2010 – 2016.

## Udostępniliśmy nowe narzędzia odbioru, proponując naszym Czytelnikom publicystykę w wersji audio, czyli Podcast Spółdzielczy.

Następnie stanowisko redaktora objął Rafał Łopka i pełnił tę funkcję, aż do momentu podjęcia decyzji o wcieleniu Informatora do Magazynu Banku Spółdzielczego.

W 2018 roku nastąpiły zmiany w Bankowym Ośrodku Doradztwa i Edukacji (pisze o tym w swoim artykule Janusz Orłowski), który nabył prawa do wydawania magazynu „Bank Spółdzielczy”. Informator SGB stał się dodatkiem do periodyku. Wkrótce potem treści publikowane na łamach Informatora SGB stały się integralną częścią magazynu. I tak jest do dziś. Zmieniała się tylko częstotliwość wydawania magazynu i forma. Obecnie e-magazyn „Bank Spółdzielczy” ukazuje się co trzy miesiące, na koniec każdego kwartału.

W swojej roli prasa i periodyki firmowe oraz wydawnictwa takie jak „Bank Spółdzielczy” nadal odgrywają nieocenioną rolę w komunikacji wewnętrznej firm. Choć ich forma i funkcje ulegają zmianom, to nadal są istotnym narzędziem budowania tożsamości marki, integracji pracowników wokół jej wartości oraz informowania o kluczowych wydarzeniach i decyzjach w firmie. Ważne jest także to, że nie jesteśmy sami. Banki Spółdziel-

## Biuletyny firmowe nadal są istotnym narzędziem budowania tożsamości marki, integracji pracowników wokół jej wartości oraz informowania o kluczowych wydarzeniach.

cze SGB z chęcią sięgają po tradycyjne narzędzia komunikacji – przykładem może być Rejonowy Bank Spółdzielczy w Lututowie, wydawca magazynu „Twój Bank”. Gazeta istnieje od 2008 roku, dedykowana jest pracownikom i klientom banku, mocno angażując się we wszystkie jego aktywności. Dla wielu innych banków funkcję komunikacyjną przejęły kanały firmowe na Facebooku – to tam można znaleźć najnowsze informacje, poznać nowe produkty i poczytać o wszystkim, co liczy się w bankowości.

A my? Świątujemy 60-lecie i mówimy – chcemy iść do przodu. Wspierać w rozwoju Zrzeszenie, inspirować i koncentrować się na potrzebach naszych Czytelników w imię zasady „Klient jest najważniejszy”. Nas również obowiązuje główne przesłanie strategii SGB. ●

Współpraca: ML



**Magdalena Operacz, prezes Zarządu Bankowego Ośrodka Doradztwa i Edukacji Sp. z o.o.**

Z sektorem finansowym, w tym z bankowością spółdzielczą współpracujemy od ponad 25 lat.

Jesteśmy zaufanym partnerem w zdobywaniu nowych i rozwoju kompetencji pracowników SGB-Banku SA, banków spółdzielczych oraz pracowników innych firm i instytucji sektora spółdzielczego i finansowego.

Świadczymy usługi rozwojowe o najwyższej jakości obejmujące wszystkie obszary działalności banku. Proponujemy różne metody i formy szkoleń oraz kursów z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Organizujemy również konferencje i tworzymy programy rozwojowe. Nasze działania są sprawne i efektywne, a jednocześnie stanowią precyzyjną odpowiedź na potrzeby klientów.

Szeroka oferta szkoleniowa, profesjonalizm, dbałość o jakość szkoleń i jakość procesu szkoleniowego oraz potencjał organizacyjny to nasze zalety. W ciągu tych lat nie tylko rozszerzyliśmy naszą ofertę usług szkoleniowo-rozwojowych, ale również rozwinęliśmy obszar wydawniczy.

Dzięki temu możemy wspierać Was na jeszcze szerszym polu, pomagając w podnoszeniu kwalifikacji i rozwijaniu umiejętności oraz dostarczaniu wartościowych treści, które inspirują, edukują i pobudzają do refleksji. O naszych działaniach np. konferencjach piszemy na łamach „Banku Spółdzielczego”.

W tym roku świętujemy wyjątkowy jubileusz, jubileusz 60-lecia powstania czasopisma. Magazyn „Bank Spółdzielczy” już od sześćdziesięciu lat uczestniczy w dyskusjach i wymianie podglądów dotyczących bankowości spółdzielczej. Na początku był zwykłym poradnikiem, a wraz z upływem czasu przekształcony został w czasopismo środowiska bankowców - spółdzielców.

Ten okrągły jubileusz to szczególna okazja, by wyrazić uznanie dla wszystkich osób zaangażowanych w tworzenie tego periodyku - pracowników czasopisma, autorów, przedstawicieli firm współpracujących przy wydaniach – za rzetelność i współtworzenie magazynu.





# NADSZEDŁ CZAS MŁODYCH WILKÓW



**Hanna Kniotek**  
SGB-Bank SA

„To są nasze młode wilki! Dbają o swoje pasje, swoje sprawy i o relacje w stadzie. Dbają o swoją niezależność, chcą same podejmować decyzje i polować na okazje. No i super, niech robią swoje!” Tak zaczyna się nasz nowy spot reklamowy.

Można powiedzieć, że jesień w SGB to już tradycyjnie start nowej kampanii. Po klientach indywidualnych, wielkiej loterii lokat i przedsiębiorcach przyszedł czas na młodych!

Przygotowywaliśmy się do tej kampanii bardzo rzetelnie, sprawdzając trendy, badania i oczekiwania. Wraz z grupą roboczą, do której zgłosiły się aż 33 banki, dyskutowaliśmy nad koncepcjami agencji, ofertami w Zrzeszeniu i różnymi potrzebami. Gdy wybraliśmy 3 różne koncepcje spotów, to zdecydowaliśmy się je przeba-

dać z grupami docelowymi – czyli nastolatkami i ich rodzicami. To, co będziemy mogli zobaczyć już od 27 września, jest wynikiem tych rozmów i głębokich analiz. Ale przede wszystkim uwzględniliśmy wszystko to, czego dowiedzieliśmy się podczas badań.

W spocie widzimy grupę nastolatków – młodych wilków – w której każdy jest inny, ale łączą ich relacje, o które dbają. Widzimy ich też w różnych codziennych sytuacjach, w których korzystają ze swojego konta w SGB. Płacą telefonem, dostają przelew na telefon BLIK, sprawdzają stan konta w aplikacji, żeby zdecydować ile pieniędzy chcą wydać, płacą w internecie. Narratorem tej historii jest mama, która o tych młodych wilkach opowiada ciepło i dumą w głosie. Zgodnie z wymogami prawa, spot, który pokazuje osoby poniżej 18 lat, skierowany jest do ich rodziców.



**Otwórz konto  
dla #MłodychWilków**



**Zadbaj o ich  
niezależność**





**Video jest szybkie i dynamiczne**

Zadbaliśmy o dynamikę zarówno w warstwie muzycznej jak i w montażu – video jest szybkie, za pomocą krótkich cięć przechodzi do kolejnych scen, ale cały czas jest czytelne i nie gubi głównego wątku historii. Kolory są nasycone, zdjęcia momentami nieco prześwietlone, jak te robione aparatami w latach dwutysięcznych. Bohaterowie są zwyczajni – mają aparaty na zębach, nieidealne włosy, spadające okulary. Czasem starają się być odpowiedzialni, czasem mają wszystkiego dosyć, a innym razem potrzebują szybkiego wsparcia rodziców. Mają też swoje marzenia, jak to młodzi ludzie – nie mierzą

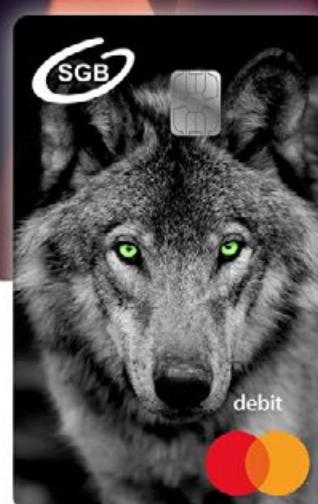
W spocie widzimy grupę nastolatków – młodych wilków – w której każdy jest inny, ale łączą ich relacje, o które dbają.

ich możliwością spełnienia, tylko siłą swojej wiary w to, że się spełnią. I właśnie tym wygrywają, czasem nawet wilk z gry komputerowej może wyjść z kadru i zapozować do kilku fotek. W naszej reklamie pokazujemy, że cenimy i lubimy młodych ludzi. Nie udajemy, że jesteśmy tacy sami jak oni – młodzi mają swoje sprawy i potrzeby. No i super, a my, dorośli, wspieramy ich, kiedy tego potrzebują.

Kampania rusza 27 września br. w telewizji TVN, TVP oraz TVP VOD, TVN Player i Polsat Box Go. Nasze przekazy będą obecne także w internecie, gdzie korzystamy ze sprawdzonych już narzędzi takich jak Meta, Google oraz Display&Video



Zadbaj o ich  
finanse



Otwórz konto  
dla #MłodychWilków



Zadbaj o ich  
samodzielność



Otwórz konto  
dla #MłodychWilków

360. Przetestujemy również kilka nowych opcji, które mogą się świetnie sprawdzić przy takiej grupie docelowej.

Do wszystkich Banków Spółdzielczych SGB trafiły, oczywiście, plakaty w trzech wersjach oraz projekt ulotki, który banki mogą uzupełnić danymi swojej własnej oferty. Kampania, na poziomie ogólnopolskim, jest wizerunkowa, ale banki w tym czasie będą promować swoje konkretne, lokalne oferty dla młodych. Dbając o młodych, nie zapomnieliśmy też o... dorosłych wilkach. W październiku br. wystartuje w lokalnych kinach kampania połączona z promocją dla dorosłych, przygotowana we współpracy z Mastercard. Oczywiście, widzowie zobaczą na ekranach nasz spot, a po nim planszę zachęcającą do rejestracji karty w programie Mastercard Bezценne Chwile i odbioru bonusowych punktów.

W naszej reklamie pokazujemy, że cenimy i lubimy młodych ludzi.

**W naszej kampanii jesteśmy konsekwentni**

Nasza kampania dla młodych z jednej strony jest zupełnie nowym przekazem, ale jednocześnie stanowi kontynuację tego, o czym konsekwentnie mówimy od 3 lat. Jesteśmy bankami, które konsekwentnie działają na zasadzie wzajemności, wspierają lokalne inwestycje i społeczności, których są częścią. Mówiąc językiem nowej kampanii – jesteśmy częścią stada i cały czas wierzymy, a mamy na to biznesowe dowody, że dobrze jest dbać o siebie nawzajem. Cała nasza opowieść jest zbudowana na prawdzie, dlatego wciąż pozostaje aktualna. I jeszcze długo taką pozostanie. ●





WSZYSTKIE DROGI  
PROWADZĄ DO ...

# BEDNAR



**Roman Szewczyk**  
SGB-Bank SA

**A**gro Show w Bednarach to największe targi rolnicze w Europie. To wyjątkowe wydarzenie, które od lat cieszy się nieśląbnącym zainteresowaniem zarówno wśród profesjonalistów z branży, jak i osób prywatnych. To doskonałe miejsce prezentacji najnowszych i najnowocześniejszych maszyn i urządzeń rolniczych, które przyciąga tysiące odwiedzających każdego roku. Na targach prezentują swoje maszyny wystawcy z Polski i z zagranicy, co czyni je wydarzeniem o międzynarodowym zasięgu. My także, jako Grupa SGB już po raz kolejny, mieliśmy przyjemność pojawić się na tej największej plenerowej wystawie w Europie.

#### Tegoroczne Agro Show w Bednarach

obchodziło swój jubileusz 25 – lecia. Tyle bowiem już lat na tej wystawie spotykają się najważniejsze firmy sektora rolnego i przetwórczego. Na wystawie prezentują się producenci, importerzy i dealerzy najnowszych i najnowocześniejszych maszyn oraz urządzeń rolniczych. W Bednarach swoją aktualną ofertę pokazują również producenci nawozów, nasion, środ-

ków ochrony roślin, firmy z sektora finansowego i innych branż związanych z rolnictwem.

Agro Show, organizowane przez Polską Izbę Gospodarczą Maszyn i Urządzeń Rolniczych, trwało do niedzieli 22 września br. i stanowiło wyjątkową okazję do zapoznania się z innowacyjnymi technologiami na rynku oraz możliwościami finansowania przedsiębiorstw rolnych i projektów inwestycyjnych w rolnictwie i przetwórstwie rolno-spożywczym.

Przedstawiciele Banków Spółdzielczych SGB i Oddziałów SGB-Banku można było znaleźć na stoisku 363 w sektorze B. Byli z nami między innymi: Bank Spółdzielczy w Goleniowie, Bank Spółdzielczy w Grodzisku Wielkopolskim, Bank Spółdzielczy w Koronowie, KDBS Bank, Bank Spółdzielczy w Lubrańcu, Bank Spółdzielczy w Pleszewie, Pobiedzisko-Gośliński Bank Spółdzielczy w Pobiedziskach, Nadobrzański Bank Spółdzielczy w Rakoniewicach, Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej, Rejonowy Bank Spółdzielczy w Lututowie, Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie, Bank Spółdzielczy w Sztumie, Bank Spółdzielczy w Tczewie, Powiatowy Bank Spółdzielczy we Wrześni i Żuławski Bank Spółdzielczy.







### Swoje usługi dla rolnictwa

na naszym stoisku prezentowali również SGB Leasing i SGB Faktoring. Podczas trzech dni na Agro Show w Bednarach mogliśmy spotkać się i porozmawiać z producentami urządzeń i produktów dla rolnictwa, z klientami zainteresowanymi finansowaniem swoich przedsięwzięć, rolnikami i przedsiębiorcami. Dla nas najważniejsze są bliskie relacje i wzajemność. Banki Spółdzielcze SGB współpracują z rolnikami od dziesięcioleci. Finansują ich działalność, oferują ubezpieczenia rolnicze, dzięki którym rolnicy mogą zabezpieczyć swoje uprawy przed działaniem czynników zewnętrznych, a także chronią gospodarstwo i majątek przed szkodami.

Wierzmy, że dobrze jest dbać o siebie nawzajem, dlatego wspieramy naszych klientów w sytuacjach, gdy ich gospodarstwa rolne zostaną dotknięte szkodami spowodowanymi

przez niekorzystane zjawiska atmosferyczne. Potwierdzeniem tego jest 78-procentowy udział Spółdzielczej Grupy Bankowej w łącznej liczbie kredytów „kłękowych” udzielonych z pomocą ARiMR w 2023 r. oraz prawie 66-procentowy udział w kwocie tych kredytów.

Rozwój sektora rolniczego ma dla nas kluczowe znaczenie, a spotkania podczas Agro Show to nie tylko świetna okazja do bezpośrednich rozmów biznesowych, ale też doskonałe miejsce do poznania bieżących i przyszłych potrzeb środowiska rolników i producentów rolnych.

### Kangurek Luluś skaczącą gwiazdą imprezy

Agro Show w Bednarach, miało swoją oficjalną maskotkę, była nią kangurek Luluś – skacząca gwiazda imprezy. Pamiętacie może sensację, która wstrząsnęła wrześniem 2023 roku? Zbiegłego kangura, który podbił serca Polaków i stał się bohaterem newsów?! To właśnie wtedy, podczas przygotowań do AGRO SHOW, na terenie lotniska w Bednarach pojawił się Luluś – mały, skaczący przybysz z australijskiego buszu. Luluś, uciekinier z pobliskiej hodowli, przez kilka dni przemierzał okoliczne pola i lasy, wzbudzając ogromne zainteresowanie. Jego wielka ucieczka została uwieczniona na licznych nagraniach, które obiegiły media społecznościowe. A kiedy został zauważony przez ekipę AGRO SHOW, stało się jasne, że to spotkanie nie może pozostać bez echa. Dzięki szybkiej reakcji i zaangażowaniu wielu osób, Luluś został odnaleziony i bezpiecznie wrócił do domu. Jego historia poruszyła serca tysięcy ludzi, a my jako organizatorzy AGRO SHOW, postanowiliśmy uczcić to wyjątkowe wydarzenie. I tak, Luluś stał się naszą oficjalną maskotką! Od teraz, podczas każdego AGRO SHOW, będziecie mogli spotkać Lulusia w postaci uroczej maskotki. ●



Stoisko SGB cieszyło się dużą popularnością.





# Wsparcie Klientów w trudnych chwilach



## INDYWIDUALNE UBEZPIECZENIE NA ŻYCIE SALTUS - Twoje ŻYCIE



### Jeden prosty produkt

Zabezpiecza produkty gotówkowe i hipoteczne oraz daje możliwość zabezpieczenia innych produktów.

Przedmiotem ubezpieczenia jest **życie i zdrowie Ubezpieczonego** oraz **życie jego małżonka/partnera**.

#### Podstawowym zakresem ochrony jest:

- śmierć Ubezpieczonego z każdej przyczyny

#### Dodatkowym zakresem ochrony może być, między innymi:

- śmierć Ubezpieczonego w następstwie nieszczęśliwego wypadku (NW)
- pobyt Ubezpieczonego w szpitalu w następstwie NW
- całkowita niezdolność Ubezpieczonego do pracy
- śmierć małżonka/partnera Ubezpieczonego w następstwie NW

#### Elastycznie dostosujemy do potrzeb Klienta:



sumę ubezpieczenia -  
do 3 milionów złotych



długość  
okresu ubezpieczenia



częstotliwość płatności składki:  
jednorazowo, rocznie, półrocznie  
kwartalnie, miesięcznie



zakres ochrony  
zdrowia i życia

**Zapraszamy do kontaktu. Razem możemy więcej!**



**Piotr Gurgul**  
Dyrektor Zespołu Sprzedaży  
Ubezpieczeń – Banki Spółdzielcze  
e-mail: piotr.gurgul@saltus.pl  
tel. 609 562 832



**Małgorzata Bacajewska**  
Z-ca Dyrektora Zespołu Sprzedaży  
Ubezpieczeń – Banki Spółdzielcze  
e-mail: malgorzata.bacajewska@saltus.pl  
tel. 603 950 341



# POLSKIE BANKI NA RZECZ POLSKICH PRZEDSIĘBIORCÓW ROLNYCH

Część banków spółdzielczych dobrze odnajduje się w obszarze obsługi finansowania nowoczesnego rolnictwa. Współpraca banków Spółdzielczej Grupy Bankowej z prężnie działającymi przedsiębiorcami rolnymi owocuje udanym partnerstwem, w którym cele instytucji finansowej zbiegają się z celami biznesowymi klientów.



**Robert  
Azembski**

Według „Raportu o sytuacji ekonomicznej banków” ZBP, w 2023 roku wartość finansowania udzielona rolnikom indywidualnym przez banki spółdzielcze przekroczyła 19,9 mld zł, przy 15,8 mld zł rok wcześniej.

O szybkim rozwoju współpracy banków spółdzielczych z rolnikami świadczy wzrost udziału tych banków w ich finansowaniu do 61,5%. Dla rolników banki spółdzielcze są najczęściej bankami pierwszego wyboru, a przedsiębiorcy rolni doceniają, że mogą w nich nawiązać kontakt z „żywym” człowiekiem, konsultując swoje projekty biznesowe w ramach fachowego doradztwa.

Lokalnie działające banki spółdzielcze wspierają najlepsze, biznesowe przedsięwzięcia na swoim terenie. Finansują nie tyl-

ko małych i średniej wielkości przedsiębiorców działających w segmencie rolnictwa indywidualnego, ale także przedsięwzięcia w obszarze nowoczesnego przetwórstwa rolno spożywczego, rolnictwa ekologicznego i OZE (m.in. biogazownie). Finansowanie o większej wartości organizowane jest często w ramach międzybankowych konsorcjów.

### Przykład udanej inicjatywy

Gdy w lipcu 2020 roku grupa lokalnych przedsiębiorców rolnych wpadła na pomysł stworzenia własnej niezależnej finansowo grupy, chodziło im nie tylko o obniżenie kosztów działalności. Za cel postawiono sobie także wyraźne powiększenie grona odbiorców produktów, którymi były różne rodzaje ziemniaka. Dzięki przyjęciu takiej strategii działania ryzyko prowa-





Nasza współpraca z klientami opiera się na głębokim zrozumieniu potrzeb oraz specyfiki lokalnego rynku. Jesteśmy dla nich partnerem aby wspólnie realizować ich plany. Specjalizujemy się w finansowaniu inwestycji, zarówno małych rodzinnych firm, jak i dużych przedsiębiorstw. Pan Piotr Górski, prezes Zarządu Polski Ziemniak podczas wspólnych rozmów przedstawił nam wizję innowacyjnego przedsięwzięcia mogącego zrewolucjonizować lokalny rynek. Po głębokiej analizie dostrzegliśmy w tym projekcie ogromny potencjał – zarówno dla samej firmy, jak i dla rozwoju naszego regionu. Dlatego nie wahał się wesprzeć tej inicjatywy. Jako bank spółdzielczy z 75-letnią tradycją, będący częścią lokalnej społeczności, jesteśmy dumni, że podążając za naszą misją i wizją, możemy wspierać pomysły ludzi stąd. Wierzmy, że sukces tych firm przekłada się na rozwój całego regionu, a my jesteśmy po to, aby ten rozwój umożliwić, dbając o siebie nawzajem.



**Joanna Wandtke,**  
prezes Zarządu  
Banku Rumia Spółdzielczego

dzionej działalności gospodarczej zostało zdywersyfikowane. Powołana przez przedsiębiorców lokalnych spółka miała zajmować się nie tylko samym zbiorem ziemniaków, ale także ich sortowaniem, przechowywaniem i pakowaniem. Za cel

Lokalnie działające banki  
spółdzielcze wspierają najlepsze,  
biznesowe przedsięwzięcia na  
swoim terenie. Finansują nie  
tylko małych i średniej wielkości  
przedsiębiorców działających  
w segmencie rolnictwa  
indywidualnego, ale także  
przedsięwzięcia w obszarze  
nowoczesnego przetwórstwa  
rolno spożywczego,  
rolnictwa ekologicznego  
i OZE (m.in. biogazownie).

postawiono sobie również zwiększenie efektywności sprzedaży. W Polskim Ziemniaku udziały objęto 17 indywidualnych przedsiębiorców rolnych oraz jedna firma rolna Ferma Suchorze, a w kolejnym roku dołączyła do nich firma Bugaj Sp. z o. o., która jest firmą rodzinną z ponad 30-letnim doświadczeniem w handlu ziemniakami. Start nowej spółki oraz finansowanie pierwszej fazy działalności zapewnili sami udziałowcy m.in. w postaci odpowiedniej wielkości wpłat na kapitał i/lub pożyczek. Z myślą o kluczowej inwestycji, czyli wybudowaniu własnej sortowni ziemniaków, w 2021 roku firma sfinalizowała zakup dobrze zlokalizowanych działek w gminie Potęgowo w powiecie słupskim województwa pomorskiego. Pozwoliło to zbudować początkowo niewielką halę o wielkości ok. 1000 m<sup>2</sup>, gdzie pakowane są ziemniaki dla odbiorców. Magazyn jest sukcesywnie rozbudowywany. Obecnie można w nim składować co najmniej 20 tys. ton ziemniaków, które mogą być przechowywane w odpowied-

niej temperaturze i wilgotności przez okrągły rok. W pakowni z kolei możliwe jest sortowanie i pakownie w różnym asortymencie.

Dynamiczny rozwój spółki wymagał zapewnienia finansowania odpowiedniego do skali i potrzeb działalności. Jej przedstawiciele, na czele z prezesem Piotrem Górskim, podjęli na ten temat negocjacje z kilkoma bankami, ale najczęściej w rozmowach wskazywano na jedną, zasadniczą barierę. *Pomimo, że poszczególni nasi przedsiębiorcy mieli dobre historie kredytowe, spółka Polski Ziemniak była postrzegana przez te instytucje finansowe jako start-up* – opowiada prezes Piotr Górski. *Innym problemem było niezrozumienie tego, że rolnicy chcą poręczać kredyt proporcjonalnie do udziałów wniesionych do firmy* – dodaje prezes Górski.

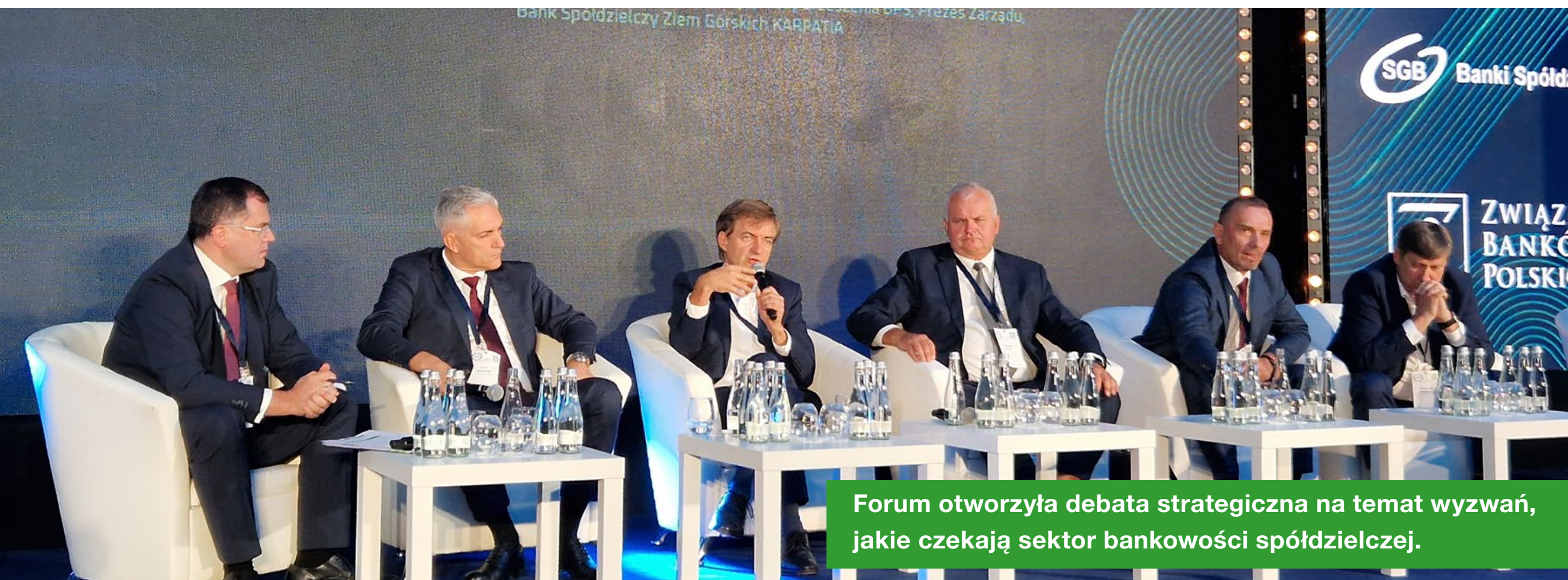
Niebanalny model biznesowy, sensowny plan rozwijania spółki oraz dobre perspektywy rozwoju tego segmentu biznesu rolnego, doceniły dopiero Bank Rumia Spółdzielczy oraz SGB-Bank SA (Oddział Gdynia), udzielając firmie kredytu konsorcyjnego. Jak uważa się w samej spółce, kredyt ten jest „ok.”. I to zarówno, jeśli chodzi o poziom odsetek, jak i inne warunki finansowania.

Niebanalny model biznesowy,  
sensowny plan rozwijania  
spółki oraz dobre perspektywy  
rozwoju tego segmentu biznesu  
rolnego, doceniły Bank Rumia  
Spółdzielczy oraz SGB-Bank SA  
(Oddział Gdynia), udzielając  
firmie kredytu konsorcyjnego.

W następnym kroku biznesowym firma Polski Ziemniak planuje budowę dużej sortowni z pełnym zapleczem do pakowania oraz infrastrukturą do jej obsługi, w czym pomoże jej dotacja z ARiMR. Czas pokaże, czy w kolejnych fazach rozwoju, które już snują polscy przedsiębiorcy rolni (takich jak np. budowa nowych powierzchni magazynowych i własnej przetwórni), także będą uczestniczyć polskie banki spółdzielcze. ●







Forum otworzyła debata strategiczna na temat wyzwań, jakie czekają sektor bankowości spółdzielczej.

# Z SUKCESAMI, ALE NIE BEZ PROBLEMÓW I WYZWAŃ

Jak intensyfikować i optymalizować akcję kredytową? Gdzie szukać nowych źródeł przychodów? Które z wyzwań technologicznych i prawnych należą do priorytetowych, a także czy i jak można pozyskiwać nowych członków? Na te i inne, ważne dla sektora pytania, starali się znaleźć odpowiedzi uczestnicy tegorocznego Forum Liderów Banków Spółdzielczych 2024.



**Robert  
Azembski**

Nie tylko Aleksander Mikołajczyk, prezes Zarządu działającego samodzielnie Banku Spółdzielczego w Brodnicy, podnosił kwestię dla sektora coraz ważniejszą i dostrzeganą także przez regulatorów rynku. Zdaniem nie tylko prezesa, w obszarze kredytowania banki spółdzielcze straciły apetyt na ryzyko. Rolą zarządzających jest, oczywiście, ważyć i akceptować poziom ryzyka kredytowego, jednak nie powinno to stanowić jakiegś nieprzekraczalnej bariery przy finansowaniu nawet większych inwestycji.

*Warto i nawet należy dywersyfikować portfel kredytowy, a przy inwestycjach systemowych i infrastrukturalnych kredytować w konsorcjach z Bankami Zrzeszającymi i innymi podmiotami – uważa Joanna Wandtke, prezes Zarządu Banku Rumia Spółdzielczego.*

Nie jest tajemnicą, że znaczą-

ca część ubiegłorocznych, rekordowo wysokich wyników banków, została wypracowana dzięki inwestycjom banków w papiery dłużne – przy niemal zerowym ryzyku i dzięki względnie wysokiemu oprocentowaniu. Mirosław Skiba, prezes Zarządu SGB-Banku SA podkreślił, że oczywiście nie ma nic złego w zarabianiu przez banki na bonach skarbowych i obligacjach i w ten sposób wypracowywaniu dobrych wyników. Z drugiej jednak strony można odnieść wrażenie, że niektóre banki w procesie sprzedaży kredytów nie wykorzystują wszystkich szans i możliwości. Ten problem pojawia się zwłaszcza wtedy,

gdy przychodzi im pozyskiwać młodego i perspektywicznego klienta czy to w charakterze członka spółdzielni bankowej, czy klienta.

*Proponuję, abyśmy najpierw możliwie dokładnie zbadali i dowiedzieli się, czego klienci od nas oczekują. Potem musimy jeszcze zdobyć wiedzę, w jaki najlepszy sposób wyjść*

Nie jest tajemnicą, że znacząca część ubiegłorocznych, rekordowo wysokich wyników banków, została wypracowana dzięki inwestycjom banków w papiery dłużne.





naprzeciw ich potrzebom. I co równie ważne, należy zabezpieczyć na to odpowiednie środki – dodała Joanna Wandtke.

### Zatrzymać odpływ członków

Niepokoi utrzymujący się od kilku lat spadek liczby członków w spółdzielniach bankowych. Podczas poświęconej temu problemowi debaty zwracano uwagę, że temat ten nie jest nowy i że nie dotyczy wszystkich banków. Nie zmienia to faktu, że w sferze członkostwa uwidocznił się już systemowy, wyraźny i niekorzystny trend spadkowy.

*Tymczasem to właśnie w pozyskaniu nowych udziałowców, przede wszystkim z młodych pokoleń, tkwi znaczny potencjał i szansa na przyspieszenie rozwoju – przekonany jest Hubert Bator, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego im. Stefczyka w Belsku Dużym.*

### Szansą europejskie finansowanie?

Z pewnością dobrze rokuje na przyszłość sytuacja, w której banki spółdzielcze i ich klienci stają się znaczącymi beneficjentami funduszy europejskich, a banki aktywnie uczestniczą w ich redystrybucji. Prezes Mirosław Skiba przypomniał, iż w aktualnej perspektywie unijnej do rozdysponowania będzie 113 mld zł w formie dotacji i aż 154 mld złotych w in-



**Przemysław Pilarski, przewodniczący Rady Zrzeszenia SGB, prezes Zarządu GBS w Mosinie.**



**Bogdan Furtak, dyrektor Departamentu Bankowości Spółdzielczej, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego.**



**Hubert Bator, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego im. Stefczyka w Belsku Dużym.**

strumentach zwrotnych. Banki powinny więc budować w tym zakresie kompetencje w ramach Zrzeszenia, by maksymalnie wykorzystać tę nową szansę i by wyjść z tej sytuacji wzmocnionymi.

Zdaniem Prezesa SGB-Banku SA rola banków zrzeszających nie sprowadza się tylko do dostarczania bankom najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych.

*Technologia jest i powinna być narzędziem, a nie celem samym w sobie. Celem jest biznes i sprostanie potrzebom klientów, czego oczywiście nie da się dokonać bez technologii. Banki mogą przecież jeszcze lepiej wykorzystywać swoje przewagi konkurencyjne, budując długoterminowe relacje z klientami oraz umacniając pozycję w swoich małych ojczyznach – mówił Mirosław Skiba.*

SGB-Bank SA jest też i w dalszym ciągu pozostanie dla banków spółdzielczych centrum kompetencji w zakresie ESG oraz szeroko rozumianej transformacji energetycznej, w której również sektor banków spółdzielczych ma do odegrania istotną rolę.

## Niepokoi utrzymujący się od kilku lat spadek liczby członków w spółdzielniach bankowych.

Z kolei Przemysław Pilarski, przewodniczący Rady Zrzeszenia SGB i prezes Zarządu Gospodarczego Banku Spółdzielczego w Mosinie podsumował korzyści z funkcjonowania Systemu Usług SGB.

*Stworzyliśmy technologiczno-procesową platformę usług zrzeszeniowych, z której korzysta coraz więcej banków. Są one zarówno partnerami współtworzącymi system, jak i jego klientami, otrzymując od SGB-Banku SA m.in. specjalistyczne wsparcie w zakresie administrowania systemami operacyjnymi, usługi bezpieczeństwa, a także analizy transakcji i sprawozdawczości – mówił przewodniczący P. Pilarski.*





### Wyzwaniem standaryzacja i dygitalizacja

Niewątpliwie wyzwaniem, nie tylko w obrębie Zrzeszenia SGB, ale całego polskiego systemu banków spółdzielczych, jest standaryzacja procesów, usług i produktów. Mirosław Skiba zauważył, że rozpowszechniony trend indywidualizowania oferty przez poszczególnych członków Zrzeszenia niekoniecznie i nie zawsze właściwie wpisuje się w oczekiwania klientów, bo ci nie zawsze potrzebują różnych produktów. Z kolei Przemysław Pilarzki przypomniał, że to same banki są właścicielami wielu instytucji rynku okołobankowego z czego warto także skorzystać. Choćby w taki sposób, aby maksymalnie wystandaryzować wychodzącą z banków sprawozdawczość. Obniży to koszty w Zrzeszeniu, tworząc korzystne synergie oraz wzmacniając jego konkurencyjność. Do tego samego przyczyniłoby się używanie przez banki jednego i jednolitego systemu „corowego”. Wyzwaniem dla banków w którego sprostaniu będą pomagać banki zrzeszające, są nie tylko dygitalizacja procesów, ale także regulacje przychodzące z zewnątrz (takie jak np. DORA, czy dyrektywy CSRD i CSDD, w których zawiera się m.in. ESG). Temat nowych wyzwań technologicznych jest tak bardzo istot-

Temat nowych wyzwań technologicznych jest tak bardzo istotny, że podczas tegorocznego Forum Liderów Banków Spółdzielczych stał się tematem osobnej debaty.

ny, że podczas tegorocznego Forum Liderów Banków Spółdzielczych (FLBS) stał się tematem osobnej debaty. Błażej Mika, wiceprezes Zarządu SGB-Banku SA zauważył, że nakładą to na banki obowiązek szczególnej dbałości o użyteczność proponowanych rozwiązań, o ich bezpieczeństwo oraz o dostosowanie do realnych potrzeb klientów.

*Tworzymy ekosystem rozwiązań, które będą decydowały o roz-*

Podczas minionego właśnie Forum Liderów Banków Spółdzielczych, Związek Banków Polskich uhonorował Andrzeja Chmieleckiego, będącego przez ostatnie lata wiceprezesem SGB-Banku SA odpowiedzialnym za pion biznesu. Okolicznościowy dyplom wraz z życzeniami przekazał Andrzejowi Chmieleckiemu prezes Zarządu Związku Banków Polskich, Tadeusz Białek. W ten sposób ZBP docenił dorobek i osiągnięcia zawodowe Andrzeja Chmieleckiego.

*Bardzo mi miło, że Związek Banków Polskich pamiętał o mnie. Miałem to szczęście, że na swej drodze spotkałem wielu dobrych ludzi. Życzę Państwu, tego samego. Serce będę do końca z wami. Ponad połowę lat mojej pracy zawodowej spędziłem w sektorze banków spółdzielczych. Dziękuję, że mogłem z wami być i pracować.* – podziękował za dyplom i życzenia wiceprezes Andrzej Chmielecki. Redakcja kwartalnika „Bank Spółdzielczy” z ochotą przyłącza się do życzeń i gratulacji dla wiceprezesa Andrzeja Chmieleckiego.



*woju lokalnych usług finansowych przez długie lata. Dlatego tak bardzo wiele zależy od perspektywy naszego widzenia, od odpowiedzialności, otwartości i umiejętności przewidywania.* – dodał Błażej Mika.

Według wiceprezesa pewne rzeczy trzeba unifikować na poziomie operacyjnym i tym większa jest potrzeba i tym większy sens posiadania w Zrzeszeniu jednolitych rozwiązań, jednolitych platform oraz jednolitych systemów.

*Tylko w grupie jesteśmy silni.* – podkreślił na koniec wiceprezes Błażej Mika. ●



„Nowe wyzwania technologiczne bankowości spółdzielczej” – to dyskusja, która odbyła się drugiego dnia Forum.





# SIŁĄ NAPĘDOWĄ ZMIAN W JĘZYKU SĄ JEGO UŻYTKOWNICY

W SGB-Banku SA prowadzimy program „Się rozumie”, w którym edukujemy banki i naszych pracowników, jak skutecznie korzystać z prostego języka. Sami jednak mamy wątpliwości i pytania, a odpowiedzi na nie najlepiej zostawić specjalistom. W tym roku w naszym magazynie będziemy co kwartał zadawać pytania znakomitym polskim językoznawcom. W tym numerze – dr Marta Śleziak.



**Rafał Łopka**  
SGB-Bank SA

## **Czy pani zdaniem prosty język to nadal moda, czy już konieczność? Jakie zmiany pani dostrzega?**

Najkrócej mówiąc, to naturalna kolej rzeczy. Jeśli firmom, instytucjom, urzędom zależy na tym, aby ich komunikaty były zrozumiałe i aby nie trafiały do nich zmultiplikowane pytania o objaśnienie tego, co ich pracownicy już przekazali, to nie ma innej drogi niż skorzystanie z dobrych praktyk, do których odnosi się prosty język.

Największą zmianę widzę w otwieraniu się nadawców na odbiorcę. Wcielając w życie idee prostego języka, banki, urzędy, instytucje piszą bezpośrednio do tego, kogo sprawa dotyczy,

bez chowania się za bezosobowym „wzywa się”, nieprecyzyjnym „należy nadmienić, iż” czy piętrowymi konstrukcjami zdań. Bardzo lubię sformułowanie kierownika naszej pracowni, prof. Tomasza Piekota, że upraszczanie komunikacji to także jej uszczerzanie. Sprawa w prostym tekście jest jasna: wiadomo, kto i dlaczego się do nas zwraca i co po tym komunikacie mamy zrobić. Ja osobiście w prostym języku lubię nie tylko tę szczerość, lecz także uprzejmość językową. Zdecydowanie bardziej działają na mnie – jako na odbiorcę – komunikaty typu „prosimy, zapłać za prąd” czy „powinna pani skontaktować się w tej sprawie z...”. Reaguję wtedy szybciej i czuję się pełnoprawnym uczestnikiem komunikacji.





## Na Uniwersytecie Wrocławskim pracuje pani w Pracowni Polszczyzny Mówionej. Jakie dobre praktyki z języka mówionego możemy na co dzień wykorzystywać w komunikacji bankowej?

Badania nad odmianą mówioną polszczyzny są fascynujące dlatego, że po tym, jak mówimy – mam na myśli nie tylko kwestie fonetyczne, ale też słownictwo – można wskazać cechy typowe dla regionu, pochodzenia, wieku czy środowiska, w jakim wychowała się dana osoba. Poza tym mówienie jest naturalnym etapem rozwoju człowieka. Przyswajamy język, żeby móc się komunikować, przekazywać informacje, lepiej poznawać otaczającą nas rzeczywistość. I właśnie informacyjność, która odgrywa w procesie komunikowania rolę najważniejszą, jest sprawą kluczową także w komunikacji bankowej. Po tekstach, które jako klienci otrzymujemy od banku, oczekujemy konkretności i przejrzystości, nie zawoalowania czy artyzmu. Jeszcze jedną cechą typową dla języka mówionego, której adaptację obserwuję w treści bankowych aplikacji mobilnych, jest dialogowość. Kiedy wpisujemy kwotę przelewu, pojawia się informacja „po tej transakcji na koncie zostanie ci X złotych”, a kiedy zrobimy przelew blikiem, otrzymamy potwierdzenie „szybko ci poszło!”. Dwa krótkie komunikaty i piękne połączenie funkcji informatywnej z impresywną i fatyczną.

## Używanie feminatywów to wybór, nie nakaz – to wiemy doskonale. Jakie zna pani największe i najczęściej powtarzane mity dotyczące feminatywów?

Mity na temat feminatywów to temat rzeka, ale najważniejsze jest to, co powiedział pan przed chwilą: używanie tych form to wybór, nie nakaz. Osobie nieprzychylniej feminatywom można powiedzieć: nie chcesz – nie używaj, a jeśli słyszysz – nie hejtuj. Hejt najczęściej wynika z osobistych uprzedzeń bądź niezrozumienia – i nie jest racjonalnym argumentem w dyskusji. Faktem bezdyskusyjnym jest natomiast to, że feminatywy są naturalną częścią polszczyzny, która jest językiem fleksyjnym, bogatym i różnorodnym słowotwórczo. Językowi nic nie przeszkadza bardziej niż nadmierne koncentrowanie się na niuansach i wzniecanie atmosfery medialnej sensacji, co w dalszych krokach prowadzi do podziałów czy ośmieszania. Prawda jest taka, że to rzeczywistość sama weryfikuje, które nazwy zyskują większą popularność i będą bardziej użyteczne. Kilka dni temu – jak co roku w połowie września – wzięłam udział w Dolnośląskim Festiwalu Nauki, gdzie wraz z zespołem prowadzę stoisko pod nazwą Mobilna poradnia językowa. Oprócz zagadek, które przygotowujemy dla osób w każdym wieku, jesteśmy otwarci na dyskusję na tematy zaproponowane przez odwiedzających. I oczywiście pojawiła się również kwestia *ministrow* i *ministerki*. Proszę sobie wyobrazić, że w „Słowniku nazw

żeńskich polszczyzny”, który ukazał się dziewięć lat temu, ta pierwsza forma, *ministra*, jest opatrzona kwalifikatorem „niezarejestrowany” – wtedy jako autorki zwróciliśmy uwagę na to, że w słownikach nie pojawia się ta forma, *ministerkę* uwzględnili natomiast Witold Doroszewski w swym monumentalnym słowniku wydawanym od końca lat pięćdziesiątych XX w. W 2015 roku wszystko wskazywało na większą popularność formy *ministerka*, co również dla nas, językoznawczyń, wydawało się bardziej naturalne.

Obecnie, na co wskazują użycia w przestrzeni publicznej, znacznie częściej używa się drugiej formy. A dziewięć lat w rozwoju języka to przecież chwila, mrugnięcie okiem! Mogę zdradzić, że pod kierownictwem prof. Agnieszki Małochy finalizujemy prace nad drugim, znacznie szerszym wydaniem „Słownika nazw żeńskich polszczyzny”, który już wkrótce ukaże się nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Jego ogromną zaletą jest przebogaty materiał historyczny, który nie pozostawia wątpliwości, jak ważną rolę odgrywały i odgrywają w polszczyźnie feminatywy.

szym wydaniem „Słownika nazw żeńskich polszczyzny”, który już wkrótce ukaże się nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Jego ogromną zaletą jest przebogaty materiał historyczny, który nie pozostawia wątpliwości, jak ważną rolę odgrywały i odgrywają w polszczyźnie feminatywy.

## Tematem wrześniowego numeru jest to, w jaki sposób bezpiecznie korzystać z bankowości w sieci. Co pani sądzi o języku używanym przez banki w ostrzeżeniach o oszustwach? Czy seniorzy rozumieją komunikaty o vishingu, spoofingu i deepfake'ach?

Anglojęzyczne nazwy zjawisk i zagrożeń wynikają stąd, że nie mamy dla tych pojęć jeszcze polskich odpowiedników – i chyba nie będziemy mieć, polszczyzna raczej dostosuje te słowa do rodzimej deklinacji, pisowni i wymowy, tak jak stało się to z *hejtem* czy *stalkingiem*. Kluczowe w informowaniu o takich zjawiskach jest jasne wytłumaczenie klientom, z czym mają do czynienia. To tłumaczenie powinno być możliwie najbardziej klarowne, czytelne, niepozostawiające wątpliwości. Zaprojektujmy treść w taki sposób, by przy nowym terminie pojawiło się łatwo dostępne objaśnienie – czy to w postaci dymka, rozwijanego tekstu, słowniczka umieszczonego poniżej czy filmu instruktażowego. Świetnym przykładem są także wyodrębnione w treści przykłady z krótką historyjką, która unaocznia problem. Jako bank przyczyniamy się w ten sposób do edukowania i podnoszenia świadomości naszych klientów, co przekłada się na ich poczucie bezpieczeństwa.

ne w treści przykłady z krótką historyjką, która unaocznia problem. Jako bank przyczyniamy się w ten sposób do edukowania i podnoszenia świadomości naszych klientów, co przekłada się na ich poczucie bezpieczeństwa.

**Jaki, pani zdaniem, wpływ na język polski ma popkultura i zapożyczenia z angielskiego? Zwroty typu: „slay”, „ASAP”, „bruh”, „shotgun”,**

**określenie, że ktoś jest „goat'em” albo „whatcha doin”. Zaczerpnięte z popkultury – z piosenek, z filmów, spopularyzowane w social mediach, a przede wszystkim na TikToku.**

Przytoczę pewien kontekst, pozornie w ogóle niezwiązany z tym tematem. W 1984 roku w Szczecinie odbył się Kon-

Nasz język to odzwierciedlenie środowiska, w którym się wychowaliśmy, w którym dorastaliśmy i w którym obecnie żyjemy.

Zawodowo przyglądam się zmianom w języku i szukam ich uwarunkowań, nie oceniam tych zmian arbitralnie. Groźne zubożenie dostrzegam natomiast gdzie indziej: w wulgaryzowaniu się języka w przestrzeni publicznej.





gres Kultury Języka Polskiego, na którym poruszono kwestię ujednolicenia polszczyzny. Jednym z tematów stała się kwestia przemieszania językowego na Ziemiach Zachodnich i Północnych, zasiedlonych po wojnie przez kresowian, ludność z Polski centralnej i część pozostającej na tym terenie ludności niemieckiej, a także – w mniejszym stopniu – ludności z Francji, Jugosławii, Rumunii i innych, jeszcze odleglejszych stron. Prelegenci, którzy referowali ten temat, mówili wtedy: „Wszyscy ci przybysze niby mówili po polsku, ale bywały często sytuacje, szczególnie na wsiach, w których nie rozumiano się nawzajem. Z humorem opowiadała starsza kobieta z Wileńszczyzny, jak poszła do sąsiadki z Małopolski pożyczyć *haczkę*, którą widziała na podwórzu, a sąsiadka jej odpowiedziała, że ona *haczk* nie ma, a wskazane narzędzie nazywa się – motyką”.

Nasz język to odzwierciedlenie środowiska, w którym się wychowaliśmy, w którym dorastaliśmy i w którym obecnie żyjemy. W ciągu dziesięcioleci kompletnie zmieniły się realia, ale tendencje językowe zostały te same i osoby funkcjonujące w różnych środowiskach mogą mieć problem ze stuprocentowym zrozumieniem się. Różne są socjolekty, profesjolekty, gwary i żargony. Dlatego nie ma nic dziwnego w tym, że fala popularności jakiegoś zjawiska – sposobu zachowania czy utworu – będzie widoczna w języku. Większość szybko przeminie, a część pozostanie z nami na dłużej w postaci skrzydlatych słów, idiomów czy aluzji.

Mówiąc o zapożyczeniach, nie zapominajmy o najważniejszej sprawie: skoro jakaś pożyczka w polszczyźnie się pojawiła, to znaczy, że wydała się użytkownikom potrzebna (mówimy wtedy o wypełnieniu luki językowej) lub szczególnie atrakcyjna. A wszelkiego rodzaju skrótowce – na przykład ASAP czy mejlowe t!;dr – są dodatkowo przykładem jeszcze jednej istotnej cechy języka: ekonomizacji. I jest jeszcze jedna kwestia. Możemy mieć wrażenie, że zapożyczeń jest mnóstwo, ponieważ nieustannie jesteśmy pod wpływem mediów społecznościowych. Ale gdy zmienimy otoczenie, może się okazać, że zapożyczenia funkcjonują tylko w ograniczonym wymiarze. Nie przypuszczam, by ten, kto zawodowo funkcjonuje

w przestrzeni korporacyjnej, szedł do lokalnej piekarni i prosił ekspedientkę w pośpiechu o chleb na ASAP-ie. Dopóki jako użytkownicy potrafimy przestawiać się na różne rejestry i wy-czuwać specyfikę sytuacji, to nie ma powodów do niepokoju.

**Czy „spolszczone” zapożyczenia językowe (Oldschool => Oldskul, Hater => Hejter, Mail => Mejl itd.) sprawiają, że język polski jest bardziej przystępny? Czy pani zdaniem ubogacamy, czy jednak tracimy polskie słowa na rzecz zapożyczeń? Czy wpływ wyrażen popkulturowych prowadzi do uproszczenia czy zubożenia języka?**

Na zaaprobowanie zmian związanych z dostosowaniem pisowni zawsze trzeba trochę poczekać. Gdy na początku lat dwutysięcznych pojawiały się pytania o mejl, eksperci oceniali ten sposób zapisu jako potoczny. Prof. Mirosław Bańko w Poradni językowej PWN pisał w 2001 roku, że „z sympatią warto odnosić się do mejla i mejłów w polszczyźnie spontanicznej”. A w 2020 roku prof. Katarzyna Kłosińska pisała w odpowiedzi na pytanie do poradni, że nie odbiera już form *mejl*, *mejlowy*, *mejlować* jako potoczne. To czas i powszechność użycia weryfikują, która forma zostanie z nami na dłużej.

Spolszczenie pisowni jest dobre dlatego, że pomaga od razu poprawnie przeczytać dany wyraz, nawet jeśli ktoś nie zna języka obcego. W niektórych przypadkach ze względów systemowych nie można dostosować pisowni zapożyczeń. Ale nikt już raczej nie zżyma się na wyraz weekend, który pięknie dopasował się do naszej fleksji (weekendzie!). Siłą napędową zmian w języku są jego użytkownicy, a więc wszystko jest w naszych rękach.

Na pewno do poszerzenia zasobów językowych i punktów odniesienia w postaci różnych tekstów kultury i zjawisk socjologicznych. Zawodowo przyglądam się zmianom w języku i szukam ich uwarunkowań, nie oceniam tych zmian arbitralnie. Groźne zubożenie dostrzegam natomiast gdzie indziej: w wulgaryzowaniu się języka w przestrzeni publicznej. Ale to już temat na zupełnie inną dyskusję. ●



Dr Marta Śleziak – adiunktka w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego, trenerka prostego języka, członkini trzech pracowni: Pracowni Prostej Polszczyzny, Pracowni Polszczyzny Mówionej i Pracowni Badań nad Słowotwórstwem Nazw Żeńskich.





# Jak zmiany klimatu mogą wpływać na uprawy

Obserwując ostatnie lata, wzrost szkód jest widoczny i ewidentnie świadczy o zmianach w przebiegu pogody. Czy jest to wynik zmian klimatycznych, czy też zwykłych wahań pogody, dla rolników stanowi problem, bo te zjawiska wpływają na ich uprawy.

## Bernard Mycielski

W ostatnich latach widoczny jest zarówno wzrost liczby szkód, jak również ich intensywność. Rolnikom dały się we znaki szczególnie grad i towarzyszące mu deszcze nawalne oraz huragany. Czy te zdarzenia są związane właśnie ze zmieniającym się przebiegiem pogody.

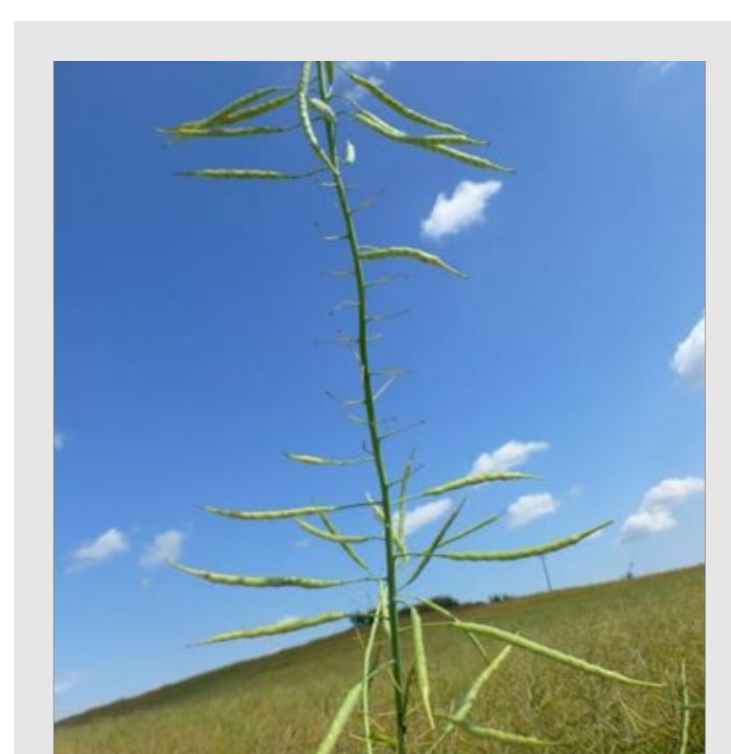
Wzrost temperatur jako jeden z głównych wskaźników zmian klimatycznych powoduje przede wszystkim zanikanie znanych nam pór roku, wzrost intensywności opadów na przemian z okresami wysokich temperatur i suszy. Cieplesze zimy to również pochodną zmian klimatycznych i konsekwencją wzrostu temperatury.

Taki stan powoduje skracanie okresu zimowego poprzez późniejsze zatrzymanie wegetacji i następnie jej wcześniejszy start. Wydawałoby się to z pozoru korzystne, ale brak powolnego okresu schłodzenia powoduje brak zahartowania roślin, które potrzebują spoczynku zimowego. Jednocześnie brak pokrywy śnieżnej to brak ochrony w momencie wystąpienia zimowych ujemnych temperatur. Skutki tych okoliczności odczuliśmy w 2012, 2016 czy też w 2018 roku. Każdy sezon był inny, ale skutki podobne – straty w uprawach.

Nawet jak zima jest ciepła i rośliny szybciej startują to wzrasta ich podatność na wpływ przymrozków. To również już odnotowaliśmy w 2024 roku.

## W zmieniającym się klimacie, warto mieć dobrą polisę

Odpowiedzią na powiększającą się skalę oraz natężenie zjawisk pogodowych jest odpowiednie przystosowanie oferty ubezpieczeniowej do zmieniającego się klimatu. W Generali Agro, przygotowujemy rozwiązania, które

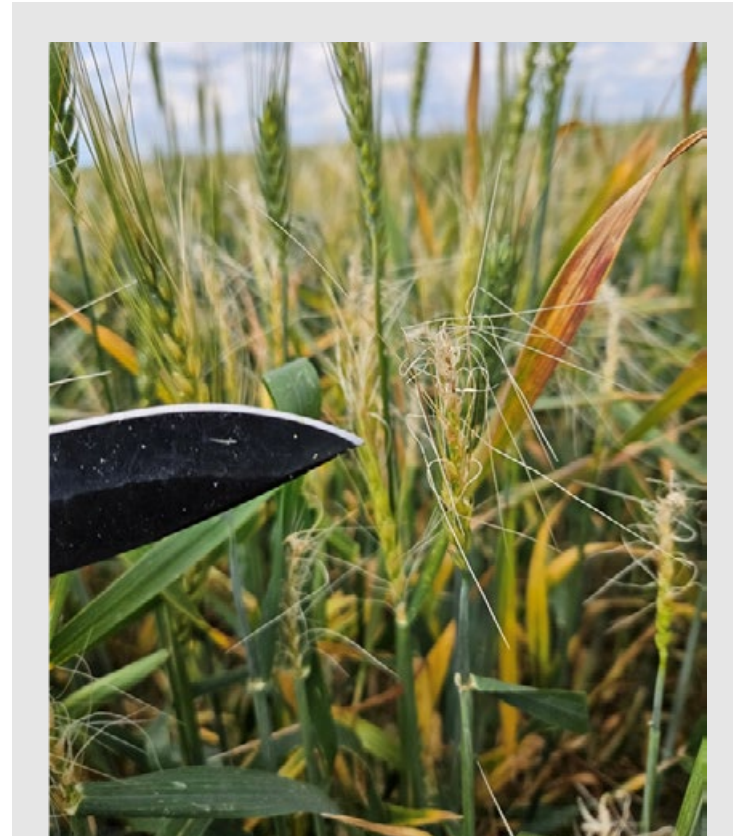


Braki łuszczyn na skutek przymrozków

zabezpieczają uprawy zarówno przed skutkami przezimowania, jak i wczesnymi przymrozkami; nawet tymi, które powodują szkody w uprawach wcześniej rozpoczynających wegetację na skutek zmian klimatu. Widząc, że okresy występowania ryzyka

przymrozków wiosennych są coraz bardziej nieprzewidywalne, wiosenna wegetacja rozpoczyna się wcześniej, do naszej oferty wprowadziliśmy rozszerzenie, które daje możliwość objęcia ochroną przymrozków wiosennych już od 21 marca.

Te zmiany zauważają też rolnicy i dlatego ponad 90% z nich rozszerza zakres ustawowy o dodatkowe ryzyka i zakresy.



Zboża – przemarznęte kłosa w wyniku przymrozków i wczesnego startu wegetacji

## Susza staje się poważnym problemem

Nieodwracalna tendencja towarzysząca zmianom klimatu to także problem z niedoborem wody. O tym musimy już myśleć jesienią. Cieplesze zimy nie sprzyjają również nadrabianiu niedoborów wody w glebie. Jest to wynik braku opadów śniegu, którego powolne topnienie dawniej poprawiało bilans wodny.

Jeśli do tego dodamy, że wiosną trafia się niska suma opadów atmosferycznych, to może mieć to dramatyczne skutki dla rozwoju roślin. Niestety bilansu nie poprawiają też ewentualne intensywne opady, bo woda szybko spływa po zaskorupionej glebie i jej nie zasila. Dla zapewnienia ochrony przed tym ekstremalnym zjawiskiem w Generali umożliwiamy rolnikom ubezpieczenie od ryzyka suszy zbóż ozimych. Należy pamiętać, że w ubezpieczeniu od ryzyka suszy występuje franszyza redukcyjna w wysokości 25% sumy ubezpieczenia. Oznacza to, że wypłata odszkodowania jest pomniejszana o jej wartość. Zapis ten wynika z przepisów ustawy o ubezpieczeniach upraw rolnych.

Zmiany klimatu towarzyszą nam od wieków. Nasilenie pewnych zjawisk jednak staje się bardzo dużym wyzwaniem w prowadzeniu produkcji rolnej. Prawidłowe zarządzanie ryzykiem w gospodarstwie rolnym jest możliwe tylko przy wybraniu odpowiednich narzędzi do jego zmniejszenia. Ubezpieczenie jest kluczowym i niezbędnym elementem.





Cieszymy się, że mogliśmy ponownie spotkać się z marketingowcami z naszych banków.

# FORUM MARKETINGU I KOMUNIKACJI DLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH SGB

## JUŻ ZA NAMII!

W środę i czwartek, 11 i 12 września br. spotkaliśmy się w poznańskim klubie TAMA na Forum Marketingu i Komunikacji wraz z przedstawicielami Banków Spółdzielczych SGB. W wydarzeniu brało udział 150 osób. Mogliśmy wysłuchać interesujących prelekcji, wziąć udział w warsztatach oraz podzielić się wzajemnie cennymi spostrzeżeniami z innymi uczestnikami tego spotkania.

**Bogumiła Kardacz**  
SGB-Bank SA

FOT. IGOR WOJTKOWIAK, MOTION MEDIA

Forum jest idealnym miejscem do wymiany doświadczeń na tematy związane z marketingiem i szeroko rozumianą komunikacją w bankowości. Dla nas były to dwa dobre, intensywne dni wypełnione spotkaniami oraz, co tu kryć, świetną zabawą.

Pierwszy dzień rozpoczęliśmy od wystąpienia Mirosława Skiby – prezesa Zarządu SGB-Banku, który oficjalnie zainaugurował konferencję. Podkreślił istotę przekazów marketingowych w ramach zbliżającej się kampanii: *Banki Spółdzielcze SGB są silne lokalnie. Dbamy o naszą społeczność i wykorzystujemy lokalny przekaz, aby dotrzeć do klientów. Budujemy z nimi dobre rela-*



Gościliśmy eksperta ds. marketingu - Pawła Tkaczyka, który mówił o sztuce lepszego marketingu.

cje na lata i to właśnie wy, pracownicy banków spółdzielczych, docieracie do nich bezpośrednio, współpracujecie z nimi i macie z klientami najwięcej kontaktu.

### Co za nami, co przed nami

Na początek Ewelina Ignaczak, dyrektorka Biura Komunikacji i Marketingu w SGB-Banku opowiedziała o tym, co za nami,



Poznaliśmy ofertę kont bankowych dla najmłodszych klientów.







Marketingowcy z banków spółdzielczych podzielili się z nami swoimi doświadczeniami.

czyli podsumowała dotychczasowe działania swojego zespołu. Wśród nich m.in.:

- wiosenną kampanię dla przedsiębiorców,
- kolejną loterię lokat SGB,
- VI edycję Wyzwania Sportowego SGB.

Prześledziliśmy postępy programu „Się rozumie” oraz rozwój gry „Tajemnica Miasteczka”. Skupiliśmy się też na tym, co przed nami, czyli na wprowadzeniu nowej kampanii dla młodych, która ruszy już niebawem. Marketingowcy z banków jako pierwsi mogli obejrzeć premierową, jeszcze nieostateczną wersję najnowszego spotu reklamowego „młode wilki”, który został bardzo ciepło przyjęty.

Kolejny punkt programu poprowadziły nasze koleżanki z SGB-Banku, Paulina Grala i Joanna Matuszak. Zostając przy temacie naszych najmłodszych klientów, przybliżyły nam ofertę kont bankowych dla młodych, czyli TAKIE KONTO SPOKO, skierowane dla klientów w przedziale wiekowym 0 – 18 lat, które jest idealnym kontem na początek drogi z bankowaniem oraz TAKIE KONTO PROSTE, przeznaczone dla młodych w wieku 18 – 26 lat, którzy mogą już w pełni zarządzać swoimi finansami. Następnie radczyni prawna, Judyta Pawłowska poprowadzi-



Arek Szulczyński, ekspert w tematyce analizy trendów technologicznych opowiedział o zaskakujących postępach sztucznej inteligencji.

ła panel na temat kindermarketingu, czyli opowiedziała o tym, o co trzeba zadbać, aby reklamować produkty dla najmłodszych zgodnie z prawem.

Forum jest idealnym miejscem do wymiany doświadczeń na tematy związane z marketingiem i szeroko rozumianą komunikacją w bankowości.



Jesteśmy wdzięczni za wspólnie spędzony czas.

Na panelu dyskusyjnym prowadzonym przez Hanię Kniotek pod hasłem „Dobrze dbać o siebie nawzajem w praktyce” wysłuchaliśmy specjalistów z banków: Magdalenę Brzozę z Banku Spółdzielczego we Wrześni, Joannę Wilgan z Banku Rumia Spółdzielczego, Tomasza Kokoszewskiego z Banku Spółdzielczego w Nakle i Dariusza Sękowskiego z Kujawsko-Dobrzyńskiego Banku Spółdzielczego. Marketingowcy opowiedzieli o działaniach w swoich społecznościach, o tym jak wspierają i pielęgnują relacje ze swoimi klientami oraz jak u nich wygląda wzajemność w praktyce. Pomysły realizowane przez banki niejednych zaskoczyły, ale przede wszystkim pokazały, że spójność, konsekwencja i prawda są bardzo doceniane przez





klientów, a wartości spółdzielcze mogą być wspinałym wyróżnikiem banku. Cieszymy się, że dzięki takim wydarzeniom możemy wzajemnie się wspierać i inspirować w dalszych realizacjach pomysłów.

Chcieliśmy poznać się bliżej i budować relacje, również z młodymi. Dlatego wzięliśmy udział w warsztatach poświęconych działaniom dla młodych prowadzonych przez Pracownię Gier Szkoleniowych. Zespołowo zagraliśmy w „Tajemnicę Miasteczka”. Gra ma na celu przybliżenie najmłodszym ideę funkcjonowania banków spółdzielczych i przede wszystkim to, jak wspierają i angażują się w życie lokalnej społeczności. Łącząc siły – wszyscy świetnie sobie poradzili. Tutaj przede wszystkim liczyła się współpraca i dobra zabawa!

Dzień zakończyliśmy wspólną kolacją. Tegorocznym motywem przewodnim spotkania był festiwal. Wielu z uczestników Forum chętnie się zaangażowało i przygotowało strój nawiązujący do festiwalowego klimatu.

Zaproszeni bankowcy  
opowiedzieli o działaniach  
w swoich społecznościach,  
o tym jak wspierają i pielęgnują  
relacje ze swoimi klientami  
oraz jak u nich wygląda  
wzajemność w praktyce.

#### Lubimy dzielić się wiedzą

Drugi dzień należał do znanych i inspirujących prelegentów. Najpierw wysłuchaliśmy wystąpienia Pawła Tkaczyka z firmy MIDEA, eksperta w dziedzinie marketingu. Mówił o tym, czym mówienie różni się od opowiadania, czyli o sztuce lepszego marketingu. Opowiedział o tym, gdzie, jak i do kogo kierować przekaz, żeby być skutecznym i przekonującym. W jaki sposób dotrzeć do odbiorcy, żeby go zainteresować i żeby zapamiętał kluczowe informacje z naszego przesłania. Z pewnością wykład Pawła pozwolił nam spojrzeć inaczej na sposób uatrakcyjnienia swoich wypowiedzi.

Kolejną prelekcję poprowadził Arek Szulczyński z Mastercard Brunch, ekspert w tematyce analizy trendów technologicznych



Tajemnica Miasteczka pozwoliła nam bliżej się poznać i zintegrować. Wszyscy świetnie się bawili.

i konsumenckich oraz ich wpływu na strategię rozwoju marek. Kluczowym tematem była Sztuczna inteligencja (AI) i to, jak wpływają na nas najnowsze technologie, w których dziedzinach życia są pomocne, a gdzie mogą stwarzać zagrożenie dla ludzkości. I co najważniejsze – jak Sztuczna inteligencja wpływa na świat marketingu? Na wszystkich uczestnikach wykład zrobił spore wrażenie, wywołał skrajne emocje: od fascynacji niektórymi rozwiązaniami ułatwiającymi życie, po przerażenie związane z zaskakującymi wynalazkami, które przekraczają ludzkie pojęcie. Bez wątpienia, było to niezwykle edukujące wystąpienie.

Forum zakończyliśmy krótkim podsumowaniem tych dwóch dni. Zrobiliśmy sobie wspólne, pamiątkowe zdjęcie i podziękowaliśmy wszystkim uczestnikom za obecność.

Jesteśmy bardzo wdzięczni za ten cenny czas. Mamy nadzieję, że w przyszłym roku również zobaczymy się w tym samym gronie i znów będziemy mogli wspólnie zgłębiać tajniki marketingu i komunikacji w bankowości. ●



Forum to idealne miejsce na wymianę spostrzeżeń i wzajemnej inspiracji w dziedzinie marketingu i komunikacji.







CENTRUM  
HISTORII  
POLSKIEJ  
BANKOWOŚCI  
SPÓŁDZIELCZEJ



Wirtualny spacer

# Historia bankowości spółdzielczej

ZAPRASZAMY





# TROCHE KULTURY

## Fontaines D.C. – Romance (XL Recordings 2024)

JĘDRZEJ SZYMANOWSKI, SGB-BANK SA

To przełomowy rok dla Fontaines D.C. Pięć lat po debiucie Irlandczycy wyrastają na największe gwiazdy rocka: wyprzedają trasy koncertowe (całkiem niedawno – również dwa występy w Polsce: w Poznaniu i Warszawie), a coraz częściej prorokuje im się stadionową przyszłość wzorem krajanów z U2. Przyczynia się do tego również nowa, czwarta już płyta zespołu, wydana w większej wytwórni, pod okiem wziętego producenta Jamesa Forda. Widać, że to przemyślana ścieżka do największych aren koncertowych – w końcu ten ostatni stoi za produkcjami, które otworzyły takie przestrzenie dla Arctic Monkeys. Realizował też m.in. ostatnie dokonania Depeche Mode.

Czy ma to swoje odbicie w brzmieniu „Romance”? Trudno nie odnieść takiego wrażenia po odpaleniu utworu tytułowego. Duszna, industrialna atmosfera przywołuje wprost dokonania popularnych „Depeszy” z okresu „Black Ce-



lebration”. Bas, syntezatory, powolne, ciężkie bębny i neurotyczny wokal – można pomyśleć, że nic nie pozostało z prostego post-punku znanego z „Dongrel”. Ale to tylko uroczyste wprowadzenie. Następny, „Starburster”, wskazuje, że zabawa szybko się rozkręci. Taneczna, nieomal hip-hopowa piosenka nie ma wprawdzie typowej śpiewanej melodii, ale skandowany refren wsącza się w głowę. Grian Chatten pointuje te wersy panicznym odgłosem brania głębokiego oddechu, który fantastycznie intensyfikuje wydźwięk utworu.

Chwytnych momentów jest tu więcej, przy czym również nie są to standardowe przeboje. „Here's the Thing” to ciężki gitarowy wygar, ale z ładną melodią śpiewaną falsetem. Z kolei „Favourite” kończy płytę na słonecznej, letniej nucie, w klimacie hitów The Cure. Przydaje się to przełamanie, bo środkową część „Romance” wypełniają raczej spokojne, nastrojowe utwory. Sporo tu inspiracji rodem z lat dziewięćdziesiątych (elementy trip hopu, przesterowany shoegaze, akustyczne granie w stylu R.E.M.), ale pojawiają się też bogate aranżacje z pianinem i kwartetem smyczkowym. Dopiero przedostatni, ostrzejszy „Death Kink” przypomina o post-punkowych korzeniach Dublińczyków.

Jak więc widać (i słyhać) „Romance” to prawdziwa przygoda. Muzyka ambitna i złożona, ale całkiem przystępna w odbiorze. Patrząc po tym, jakie emocje wywołuje w coraz szerszych środowiskach słuchaczy, możemy śmiało podejrzewać, że ta płyta okaże się przepustką do wielkiej kariery. ●

## „Strange darling” Scenariusz i reżyseria: J.T. Mollner

MACIEJ KARWOWSKI, SGB-BANK SA

Wielu z Was pewnie ominęła informacja, że na polskie ekrany wszedł niepozorny i niezależny „Strange darling”. Swoją premierę miał on 29 sierpnia, więc zgaduję, że gdy czytacie te słowa jest możliwy do upolowania bardziej na VOD niż w kinach, ale wiercie mi, warto wyruszyć na te łowy, bo to jedna z ciekawszych produkcji tego roku.

Autor omawianego filmu, amerykański reżyser J.T. Mollner, debiutował kilka lat temu westernem „Bandyty i aniołki” na festiwalu w Sundance. Jak się wówczas spisał trudno stwierdzić, bowiem próżno szukać tego tytułu w polskiej dystrybucji, ale samo porwanie się na wskrzeszenie tego przecież martwego gatunku jest intrygującym pomysłem i sugeruje, że oto mamy do czynienia z twórcą ambitnym. Nic więc dziwnego, że „Strange darling”, choć z pozoru to klasyczny thriller o zabójcy ganiającym swoją ofiarę, niejednym będzie w stanie nas zaskoczyć.



Jest to jeden z tych filmów, o których im mniej się wie, tym więcej zyska podczas seansu i który można obejrzeć z pełną satysfakcją tylko raz. Kto widział chociażby „Szósty zmysł” wie o czym mówię. Więc jeśli macie ochotę na krwawy i trzymający w napięciu film, po prostu go zobaczcie, a dalszą lekturę tej recenzji zostawcie sobie na później. Ja się nie obrażę. Mollner postanowił „Strange darling” nakręcić na taśmie 35 mm, co w obecnych

zcyfryzowanych czasach jest wyborem może już nie tyle niespotykanym (coraz więcej twórców odkrywa na nowo zalety tej technologii), co jasno wskazującym chęć określonej stylizacji. I tak, dzięki temu film ten przywodzi na myśl estetykę grindhouse'u czy, ściślej, filmy pokroju „Teksańskiej masakry piłą mechaniczną”, których jednym z utartych wyznaczników jest motyw final girl. A otrzymuje on tu bardzo odświeżającą reinterpretację. Cała historia została podzielona na 6 rozdziałów, podanych w sposób achronologiczny. I nie jest to bynajmniej zabieg służący jedynie uatrakcyjnieniu seansu, jak to było chociażby w „Pulp fiction”; tutaj na tym pomysłu opiera się cały wic, to dzięki niemu zostaniemy zaskoczeni nie raz, nie dwa.

Cały film Mollner złożył na barkach dwójki aktorów – Willi Fitzgerald oraz Kyle'a Gallnera. Nazwiska najpewniej wam nic nie mówią, ale mają oni na swoich kontach wiele bardziej lub mniej udanych tytułów, a w „Strange darling” prawdziwie brylują, zwłaszcza pierwsza z tej dwójki. I to z tego powodu da się wybaczyć seansowi, że jest o jakieś kilka minut za bardzo rozciągnięty, a całości trudno nadać inny status niż filmowej





igraszki. Nie sposób nie docenić reżyserskiej sprawności i zręcznego wyłamania się z popularnych schematów, ale post factum trudno powiedzieć

czy twórcom przyświecał jakiś wyższy cel niż tylko wodzenie widza za nos. Bo tropów, którymi można by pójść, jest tu wiele, ale zostajemy pozbawieni

drogowskazów. Niezależnie co mielibyście z tego seansu wynieść, warto udać się w tę podróż. Może traficie w rejony, w których was jeszcze nie było. ●

## Toshikazu Kawaguchi: „Zanim wystygnie kawa”

**KRZYSZTOF MENDYK**, SGB-BANK SA

Toshikazu Kawaguchi to japoński pisarz, który dał się poznać światu jako uzdolniony twórca sztuk teatralnych. Jego dramat pt. „Zanim wystygnie kawa” doznał się ekranizacji produkcji japońskiej oraz, co nas bardziej interesuje, wersji powieściowej w 2015 roku. Autor w swojej twórczości łączy realizm z magią, co nadaje jego twórczości unikatowy charakter. Jego prace są pełne głębokiej refleksji nad życiem i relacjami, czym przyciąga czytelników w każdym wieku.

„Zanim wystygnie kawa” to urokliwa powieść, która przenosi czytelnika do małej, magicznej kawiarni w Tokio, gdzie czas płynie w zupełnie inny sposób. Ta niezwykła kawiarnia oferuje coś więcej niż aromatyczną kawę i słodkie wypieki – umożliwia również podróże w czasie, a co jeszcze bardziej niezwykle, podróże te są wliczone w cenę kawy. Brzmi intrygująco? Z pewnością, kto nie chciałby cofnąć się w czasie, naprawić błędy przeszłości, uczestniczyć w historycznych momentach ludzkości czy sprawdzić przyszłe numery lotto? Jednakże podróże w czasie serwowane przez kawiarnię mają ściśle określone zasady. Jedną z nich, kluczową dla całej fabuły,



### Zanim wystygnie kawa

Toshikazu Kawaguchi



polega na tym, że podróżnik może wpływać na przeszłość, ale terażniejszość pozostaje niezmienną. Podróż odbywa się wyłącznie w ramach kawiarnianej przestrzeni i można spotkać jedynie osoby, które również odwiedziły to miejsce; nie ma możliwości interakcji z kimś, kto nigdy do niej nie wstąpił. Dodatkowo, podróżnik musi zamówić gorącą kawę, wybrać moment, do którego chce się przenieść, ale powinien powrócić do terażniejszości zanim kawa wystygnie, w przeciwnym razie zostanie uwięziony w kawiarni na zawsze.

Choć zasady podróży w czasie mogą

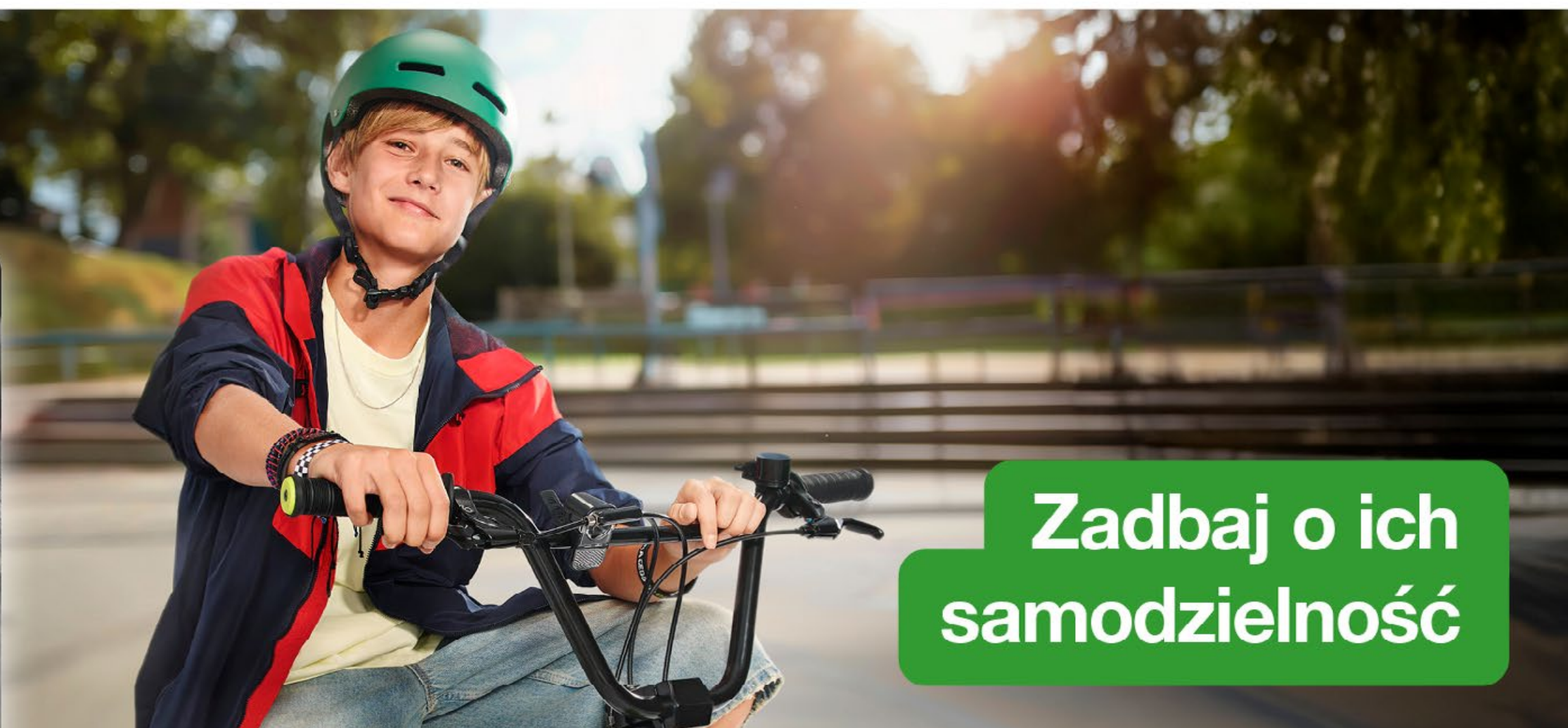
ograniczać ich atrakcyjność, autor sprytnie omija wiążące się z nimi problemy, takie jak paradoks dziadka czy efekt motyla. I mimo surowych zasad podróży, Kawaguchi zdołał w ciekawy sposób przedstawić cztery połączone ze sobą historie, które poruszają tematy miłości, straty i nadziei. Bohaterowie kawiarni stają przed trudnymi wyborami i poddają refleksji własne życie, co czyni książkę głęboko poruszającą.

Co więcej, lektura ta nie tylko wzrusza, ale także skłania do głębokich przemyśleń o ludzkich relacjach i wartości czasu. Każda historia jest subtelnym przypomnieniem, jak ważne jest docenianie codziennych chwil i pielęgnowanie relacji z bliskimi. „Zanim wystygnie kawa” jest więc nie tylko opowieścią o podróżach w czasie, ale także o ludzkich emocjach, wyborach i dążeniu do spełnienia. Kawaguchi z dużą wrażliwością ukazuje różnorodność ludzkich doświadczeń, które mają uniwersalne przesłanie. Książka przyciąga swoją atmosferą, pełną nostalgii i ciepła, oferując czytelnikowi emocjonalną podróż, która skłania do refleksji nad własnym życiem i relacjami z innymi ludźmi. To lektura, która pozostaje z czytelnikiem na długo po jej zakończeniu, inspirując do głębszego zrozumienia siebie i świata. ●



**Banki Spółdzielcze**

**Otwórz konto  
dla #MłodychWilków**



**Zadbaj o ich  
samodzielność**





# NASZE POLISY SĄ JASNE I ZROZUMIAŁE

Rozmowa z Piotrem Gurgulem, dyrektorem  
i Małgorzatą Bacajewską, zastępcą dyrektora Zespołu Sprzedaży  
Ubezpieczeń – Banki Spółdzielcze w Saltus Ubezpieczenia



FOT. MATERIAŁY PRASOWE

## **Czy warto się ubezpieczać? Na przykład, na wypadek utraty zdrowia lub życia?**

Małgorzata Bacajewska: Zdecydowanie tak. Ubezpieczenie to inwestycja w bezpieczeństwo nasze oraz naszych bliskich.

Życie jest pełne nieprzewidywalnych zdarzeń, które mogą wpływać na naszą zdolność do pracy, zdrowie czy stabilność finansową. Polisa ubezpieczeniowa zapewnia ochronę finansową w trudnych momentach, takich jak choroba, wypadek czy





śmierć. Dzięki temu możemy być spokojni i mieć pewność, że w razie nieprzewidzianych okoliczności nasi bliscy będą zabezpieczeni finansowo.

Często słyszy się, że ktoś wykupił ubezpieczenie, doszło do nieszczęścia, a ubezpieczyciel nie chce wypłacić pieniędzy, twierdząc, że polisa rzekomo nie obejmuje... i tutaj można rozpocząć wyliczanie. Jak to wygląda w Saltus Ubezpieczenia?

Piotr Gurgul: W Saltus Ubezpieczenia stawiamy na transparentność i uczciwość w relacjach z naszymi klientami. Każda nasza polisa jest jasna i zrozumiała, a wszelkie warunki oraz wyłączenia są szczegółowo przedstawione już na etapie zawierania umowy. Naszym priorytetem jest budowanie zaufania i zapewnienie klientom poczucia bezpieczeństwa, dlatego na każdym etapie dbamy o klarowną komunikację i wsparcie w całym procesie – od zakupu po ewentualną wypłatę świadczeń. Nasze OWU (Ogólne Warunki Ubezpieczenia) są napisane jasnym i zrozumiałym językiem, przyjaznym dla klienta.

## Ubezpieczenie to inwestycja w bezpieczeństwo nasze oraz naszych bliskich.

### Na jakich wartościach opiera się strategia Saltus Ubezpieczenia?

M.B.: Nasza strategia opiera się na wartościach takich jak zaufanie, odpowiedzialność i partnerstwo. W Saltus Ubezpieczenia koncentrujemy się na indywidualnym podejściu do klienta, dbając o to, by każdy czuł się u nas jak partner, a nie tylko kolejny klient. Kładziemy duży nacisk na etykę w biznesie, rozwój zrównoważony oraz dbałość o interesy naszych klientów, co pozwala nam budować długotrwałe relacje oparte na wzajemnym zaufaniu. Przez lata naszej współpracy zdobyliśmy zaufanie zarówno banków spółdzielczych, jak i ich klientów.

### Mocno współpracujecie z sektorem bankowości spółdzielczej, nawet promujecie się hasłem: „Jesteśmy tacy, jak Wy”. Na czym to konkretnie polega?

P.G.: Nasze podejście do współpracy z sektorem bankowości spółdzielczej opiera się na wspólnych wartościach i celach. Podobnie jak banki spółdzielcze, stawiamy na bliskie relacje z klientami i zrozumienie ich indywidualnych potrzeb. „Jesteśmy tacy, jak Wy” oznacza, że rozumiemy lokalne społeczności, cenimy bliskość i dostępność, a także dążymy do dostarczania rozwiązań, które wspierają rozwój naszych partnerów.

## Podobnie jak banki spółdzielcze, stawiamy na bliskie relacje z klientami i zrozumienie ich indywidualnych potrzeb.

### Jak Saltus Ubezpieczenia buduje i utrzymuje długotrwałe relacje z bankami spółdzielczymi? Które produkty cieszą się największym zainteresowaniem klientów?

M.B.: Kluczem do budowania trwałych relacji z bankami spółdzielczymi jest partnerska współpraca i otwarta komunikacja. Regularnie analizujemy potrzeby rynku, aby dostarczać produkty, które są odpowiednie dla klientów naszych partnerów.

Dużym zainteresowaniem cieszą się ubezpieczenia na życie oraz polisy majątkowe, które oferują kompleksową ochronę i wsparcie w trudnych chwilach. Organizujemy również wspólne szkolenia i warsztaty, które pomagają naszym partnerom lepiej zrozumieć potrzeby klientów i dostosować ofertę do ich oczekiwań.

### Banki spółdzielcze opierają swój model biznesowy na relacjach, partnerskim podejściu do klienta oraz uczciwości. Czy Saltus Ubezpieczenia ceni sobie tę dewizę?

P.G.: Zdecydowanie tak. W pełni identyfikujemy się z wartościami promowanymi przez banki spółdzielcze. W Saltus Ubezpieczenia wierzymy, że solidne relacje i uczciwość są fundamentem sukcesu w każdej branży. Nasze działania skupiają się na budowaniu zaufania, zarówno wśród naszych partnerów, jak i klientów, co pozwala nam na długofalową współpracę i wspólny rozwój. Wierzymy, że to właśnie partnerskie podejście jest kluczem do budowania wspólnego sukcesu.

### Proszę podać przykłady udanych wspólnych projektów z sektorem bankowości spółdzielczej.

M.B.: Mamy sporo takich inicjatyw. Od wielu lat jesteśmy partnerem banków spółdzielczych również w tym obszarze. Jednym z naszych sukcesów jest wspólny program ubezpieczeniowy, który wprowadziliśmy z wybranymi bankami spółdzielczymi, oferując klientom unikalne produkty dostosowane do ich lokalnych potrzeb. Kolejnym przykładem jest organizacja cyklicznych szkoleń dla pracowników banków, które zwiększają ich kompetencje w zakresie sprzedaży ubezpieczeń, co przekłada się na lepsze wyniki sprzedażowe i satysfakcję klientów.

## Nasza strategia opiera się na wartościach takich jak zaufanie, odpowiedzialność i partnerstwo.

### Jakie korzyści osiąga lokalny bank spółdzielczy współpracujący z Saltus Ubezpieczenia?

P.G.: Współpraca z Saltus Ubezpieczenia przynosi bankom spółdzielczym wiele korzyści. Przede wszystkim oferujemy dostęp do szerokiej gamy produktów ubezpieczeniowych, które wzbogacają ofertę banku i zwiększają jego atrakcyjność dla klientów. Ponadto wspólne działania marketingowe i szkolenia podnoszą świadomość marki i umiejętności pracowników, co przekłada się na lepsze wyniki sprzedażowe i zadowolenie klientów. Nie sposób nie wspomnieć o szerokiej ofercie ubezpieczeniowej, zarówno w obszarze zabezpieczenia życia, jak i majątku ubezpieczonego. Wszystkie nasze produkty są dopasowane do klienta, dzięki czemu odpowiadają ich indywidualnym potrzebom. Istotną kwestią jest również generowanie dodatkowych przychodów pozaodsetkowych, które stanowią dla banków bardzo ważny obszar dywersyfikacji i są dla nich dużym wyzwaniem. Jak pokazała nam niedawna historia, wysokie stopy procentowe nie są niczym pewnym. Dlatego nie ma lepszego momentu na zadbanie o ten obszar niż obecny, kiedy wyniki finansowe sektora są na zadowalającym poziomie. To właśnie teraz jest najlepszy czas, aby pomyśleć o przyszłych przychodach. ●

Rozmawiał: Marek Loos





# ROZPORZĄDZENIE DORA

## – CZY WIEMY COŚ WIĘCEJ?



**Adam  
Karmoliński**



**Jan  
Solarski**

SMM Legal Maciak Mataczyński Czech Sp.K. z siedzibą w Warszawie

Niniejszy artykuł jest kontynuacją poprzedniego materiału na temat Rozporządzenia 2022/2554 z 14 grudnia 2022 r., znanego jako Rozporządzenie DORA. Stanowi on dalszą część skrótu najważniejszych informacji dotyczących wspomnianego aktu prawnego. Jak wielokrotnie wspomina się w literaturze przy okazji analizy rynku finansowego, a co było zaznaczane na łamach Magazynu, stabilność i bezpieczeństwo systemowe są kluczowymi filarami współczesnego rynku finansowego. Powoduje to, że władze państwowe dążą do utrzymania nad nim możliwie szerokiej kontroli. W Polsce za nadzór nad rynkiem finansowym odpowiada Komisja Nadzoru Finansowego.

### Gwoli przypomnienia

kompetencje i obowiązki Komisji określone są głównie w ustawie z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym, jednakże jej zadania wynikają także z innych aktów prawnych, w tym unijnych dyrektyw, rozporządzeń oraz tzw. soft law (wytyczne i rekomendacje unijnych organów nadzoru takich jak EBA i ESMA). W ostatnich latach działania Unii Europejskiej dążące do dalszej harmonizacji rynku finansowego przyczyniły się do wzmocnienia pozycji Komisji względem innych podmiotów na rynku finansowym. W bieżącym roku na stronie Rządowego Centrum Legislacji pojawił się projekt ustawy mający na celu wprowadzenie zmian w kilku ustawach w związku z koniecznością zapewnienia operacyjnej odporności cyfrowej sektora finansowego. Przyjęcie ustawy podyktowane zostało uchwaleniem Rozporządzenia DORA, które zacznie obowiązywać od stycznia 2025 r.

Z dniem rozpoczęcia stosowania stanie się ono istotnym elementem krajobrazu regulacyjnego cyberbezpieczeństwa na rynku finansowym. Co istotne, w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej opublikowane zostały pierwsze akty wykonawcze związane z Rozporządzeniem DORA:

1. Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2024/1773 z dnia 13 marca 2024 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2554 w odniesieniu do re-

gulacyjnych standardów technicznych doprecyzowujących szczegółową treść polityki w zakresie ustaleń umownych dotyczących korzystania z usług ICT wspierających krytyczne lub istotne funkcje świadczonych przez zewnętrznych dostawców usług ICT;

2. Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2024/1772 z dnia 13 marca 2024 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2554 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych określających kryteria klasyfikacji incydentów związanych z ICT i cyberzagrożeń, progi istotności i szczegółowe informacje dotyczące zgłaszania poważnych incydentów;
3. Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2024/1774 z dnia 13 marca 2024 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2554 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych określających narzędzia, metody, procesy i polityki zarządzania ryzykiem związanym z ICT oraz uproszczone ramy zarządzania ryzykiem związanym z ICT;
4. Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2024/1505 z dnia 22 lutego 2024 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2554 przez określenie wysokości opłat nadzorczych pobieranych przez wiodący organ nadzorczy od kluczowych zewnętrznych dostawców usług ICT oraz sposobu uiszczania tych opłat;
5. Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2024/1502 z dnia 22 lutego 2024 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2554 przez określenie kryteriów wyznaczania zewnętrznych dostawców usług ICT jako mających kluczowe znaczenie dla podmiotów finansowych.

### Opublikowane akty wykonawcze

uzupełniają przepisy Rozporządzenia DORA i mają istotne znaczenie w zakresie dostosowania działalności podmiotów finansowych do wymogów analizowanego aktu prawnego.

Z kolei dnia 17 lipca 2024 roku EBA, EIOPA i ESMA opubli-





kowały drugą część finalnych wersji projektów aktów wykonawczych związanych z DORA. Konsultacje publiczne w tej sprawie zakończyły się 4 marca 2024 roku i dotyczyły następujących dokumentów:

1. RTS oraz ITS w sprawie treści, wzorów, formularzy i terminów raportowania poważnych incydentów związanych z ICT oraz znaczących cyberzagrożeń;
2. RTS w sprawie harmonizacji warunków nadzoru;
3. RTS w sprawie kryteriów ustalania składu wspólnego zespołu ds. kontroli (JET);
4. RTS w sprawie testów penetracyjnych ukierunkowanych przez analizę zagrożeń (TLPT);
5. Wytyczne w sprawie szacowania łącznych kosztów i strat powstałych w wyniku poważnych incydentów związanych z ICT;
6. Wytyczne w sprawie współpracy nadzorczej i wymiany informacji pomiędzy Europejskimi Urzędami Nadzoru a właściwymi organami w ramach DORA<sup>1</sup>.

### Ponadto Komisja

o której nie bez powodu wspomina się na początku materiału, widząc niemałe zainteresowanie ze strony instytucji finansowych Rozporządzeniem DORA (wiele z nich będzie musiało bowiem dostosować swoją działalność), opublikowała zbiór najważniejszych pytań i odpowiedzi dotyczących najbardziej palących kwestii. Z opublikowanego Q&A wynika m.in. na podstawie jakich kryteriów podmiot finansowy będzie klasyfikował incydenty związane z ICT. Za Komisją, zgodnie z art. 3 pkt 10 Rozporządzenia DORA przez poważny incydent związany z ICT należy rozumieć incydent związany z ICT o dużym, negatywnym wpływie na sieci i systemy informatyczne, które wspierają krytyczne lub istotne funkcje podmiotu finansowego. W definicji tej pojawia się odniesienie do terminu „incydent związany z ICT”, który w art. 3 pkt 8 Rozporządzenia DORA definiowany jest jako pojedyncze zdarzenie lub seria powiązanych ze sobą zdarzeń, nieplanowanych przez dany podmiot finansowy, które zagrażają bezpieczeństwu sieci i systemów informatycznych i mają negatywny wpływ na dostępność, autentyczność, integralność lub poufność danych lub na usługi świadczone przez ten podmiot finansowy.

W kontekście klasyfikacji incydentów związanych z ICT istotnym aspektem jest to, że Rozporządzenie DORA przewiduje szereg kryteriów mających zastosowanie w tym zakresie. Zgodnie z art. 18 ust. 1 Rozporządzenia DORA obejmują one:

- liczbę lub znaczenie klientów lub kontrahentów finansowych oraz, w stosownych przypadkach, kwotę lub liczbę transak-

cji, których dotyczy incydent związany z ICT, oraz to, czy taki incydent spowodował skutki reputacyjne;

- czas trwania incydentu związanego z ICT, w tym przerwę w świadczeniu usług;
- zasięg geograficzny incydentu związanego z ICT, w szczególności jeżeli dotyczy on więcej niż dwóch państw członkowskich;
- utratę danych w wyniku incydentu związanego z ICT w kontekście dostępności, autentyczności, integralności lub poufności danych;

Kompetencje i obowiązki Komisji określone są głównie w ustawie z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym, jednakże jej zadania wynikają także z innych aktów prawnych, w tym unijnych dyrektyw, rozporządzeń oraz tzw. soft law (wytyczne i rekomendacje unijnych organów nadzoru takich jak EBA i ESMA).

- krytyczność usług, których dotyczy incydent związany z ICT, w tym transakcji i operacji podmiotu finansowego;
- skutki gospodarcze incydentu związanego z ICT, w szczególności bezpośrednie i pośrednie koszty i straty, zarówno w kategoriach bezwzględnych, jak i względnych;

W art. 18 ust. 3 lit a Rozporządzenia DORA przewidziano natomiast, że doprecyzowanie powyższych kryteriów, w tym określenie progów istotności do celów ustalania poważnych incydentów związanych z ICT,

następuje w drodze wydania regulacyjnych standardów technicznych, jako aktu wykonawczego do Rozporządzenia DORA. Przepis ten stanowi, że omawiane regulacyjne standardy techniczne będą stosownie do przypadku odnosić się także do poważnych incydentów operacyjnych lub poważnych incydentów bezpieczeństwa związanych z płatnościami. Z tego względu ich treść będzie istotna również w zakresie klasyfikowania tego rodzaju incydentów przez podmioty finansowe raportujące omawiane incydenty z zastosowaniem przepisów Rozporządzenia DORA (zgodnie z art. 23).

Klasyfikacja incydentów związanych z ICT, a w szczególności ocena wystąpienia poważnego incydentu związanego z ICT, powinna następować więc w oparciu o treść definicji „poważnego incydentu związanego z ICT” oraz zastosowanie kryteriów klasyfikacji i progów istotności, sprecyzowanych w ramach regulacyjnych standardów technicznych<sup>2</sup>.

Niewątpliwie Komisja będzie miała istotny wpływ na kształ-

Niewątpliwie Komisja będzie miała istotny wpływ na kształtowanie się standardów w zakresie spełniania wymogów nałożonych na instytucje finansowe na podstawie Rozporządzenia DORA.

owanie się standardów w zakresie spełniania wymogów nałożonych na instytucje finansowe na podstawie Rozporządzenia DORA. Jest to bardzo istotna, ale zarazem pozytywna zmiana z perspektywy klientów, którzy będą mieli przeświadczenie, iż ich dane oraz tajemnice, które powierzają bankowi podlegają ścisłej ochronie, a od momentu wprowadzenia nowelizacji kolejny organ będzie sprawować pieczę nad prawidłowością działania tejże ochrony. ●

<sup>1</sup> <https://www.eba.europa.eu/publications-and-media/press-releases/esas-published-second-batch-policy-products-under-dora> (dostęp na dzień 20 sierpnia 2024 r.).

<sup>2</sup> [https://www.knf.gov.pl/dla\\_rynku/dora/pytania\\_i\\_odpowiedzi](https://www.knf.gov.pl/dla_rynku/dora/pytania_i_odpowiedzi) (dostęp na dzień 20 sierpnia 2024 r.).







**BODiE**  
Grupa SGB



**WIEDZA**  
**EDUKACJA**  
ROZWÓJ

## Jesień z podatkami w BODiE

Zapraszamy na cykl szkoleń podatkowych:

**18.10.2024** Podatkowe ABC cz. 1:

**VAT w bankach spółdzielczych w 2024 i 2025 roku**

**22.11.2024** Podatkowe ABC cz. 2:

**PIT w bankach spółdzielczych w 2024 i 2025 roku**

**20.12.2024** Podatkowe ABC cz. 3:

**Przygotowanie do Krajowego Systemu e-faktur (KSeF)  
w banku spółdzielczym**

Celem szkoleń jest powtórzenie najważniejszych zmian podatkowych w 2024 r.  
oraz przygotowanie do zmian planowanych w 2025 r.

Szkolenia są realizowane w trybie zdalnym.

Masz pytania? Zadzwoń do nas:

**600 450 122 | 608 522 994 | 511 769 808 | 505 459 553 | 505 459 471**

i zgłoś swój udział: [sesje@bodie.pl](mailto:sesje@bodie.pl)

**ZDOBYWAJ WIEDZĘ Z NAMAMI!**

WIEDZA ■ EDUKACJA ■ ROZWÓJ