



NA RZECZ KLIENTÓW I SPOŁECZEŃSTWA

RAPORT ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU 2020
CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA S.A.

#WECARE



CRÉDIT AGRICOLE
Cały Bank dla Ciebie

SPIS TREŚCI

Kultura szacunku owocuje w pandemii	5
Zaangażowanie banku podczas pandemii COVID-19	7

Ład organizacyjny	
O naszym akcjonariuszu	11
O Grupie Crédit Agricole w Polsce	14
O banku Credit Agricole	15
Struktura organu zarządzającego	17
Strategia banku	19
Strategiczne podejście do CSR	23
Interesariusze banku	24
Zasady etyczne	27
Członkostwo w organizacjach	28

Zagadnienia konsumenckie	
Bank uniwersalny zorientowany na klienta	31
Oferta banku	32
Obsługa i doświadczenie klientów	37
Obsługa klientów z niepełnosprawnościami	39
Komunikacja marketingowa	41
Obsługa reklamacji	42

Uczciwe praktyki operacyjne	
Relacje z dostawcami	45
Relacje z partnerami biznesowymi	46
Przeciwdziałanie korupcji	47
Zarządzanie ryzykiem niefinansowym	48
Ochrona danych osobowych	49
Bezpieczeństwo informacji	49
Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi	50

Praktyki z zakresu pracy	
Pracownicy banku	53
Rozwój pracowników	54
Ocena kompetencji pracowników	55
Polityka wynagrodzeń	56
Korzyści socjalne dla pracowników	57
Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	58

Prawa człowieka	
Różnorodność	61
Zróżnicowanie pracowników	61
Przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji	62

Środowisko	
Strategiczne podejście do ochrony środowiska	65
Rozwijanie zielonej bankowości	67
Ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko	69

Zaangażowanie społeczne	
Wsparcie dla społeczeństwa	73

O Raporcie	75
Szczegółowe dane liczbowe	81
Tabela GRI	89
Dane kontaktowe	95



KULTURA SZACUNKU OWOCUJE W PANDEMII

Rok 2020 był rokiem bezprecedensowego kryzysu spowodowanego przez pandemię koronawirusa SARS CoV-2, który bardzo wyraźnie odbił się na ludziach. Część naszych klientów straciła pracę albo nie może pracować z powodu obostrzeń sanitarnych nakładanych na firmy przez rząd. Jak w każdej innej branży musieliśmy dostosować nasz sposób pracy do sytuacji. Masowo wdrażaliśmy pracę zdalną tam, gdzie tylko było to możliwe oraz wprowadzaliśmy zasady, aby umożliwić pracę w bezpiecznych warunkach tym pracownikom, których fizyczna obecność jest niezbędna. To jest wielkie życiowe doświadczenie, z którym od roku wszyscy się zmagamy.

Kryzys przełożył się też na biznes. Pogorszenie sytuacji gospodarczej, obniżki stóp procentowych czy zwiększone ryzyko niespłacalności kredytów przyczyniły się do pogorszenia wyników finansowych banku, podobnie jak i całej branży. Zmniejszyły się przychody, wzrosły koszty ryzyka. Niemniej nie są to symptomy choroby naszego biznesu. On jest zdrowy i ma przed sobą dobre perspektywy. Otoczenie makroekonomiczne będzie się stopniowo poprawiać, a trudne doświadczenia z okresu pandemii tylko nas wzmocnią.

Dopiero teraz, w tych trudnych okolicznościach, uświadamiamy sobie, jak ważne jest odpowiedzialne podejście do biznesu i ile w nim prawdy. W chwili próby okazuje się, czy firma rzeczywiście troszczy się o swoich klientów i pracowników, czy potrafi współpracować z partnerami, czy tylko udaje.

My w Credit Agricole mogliśmy uświadomić sobie, że sens istnienia naszego banku – „Codziennie działamy na rzecz naszych klientów oraz społeczeństwa” – zyskuje szczególne uzasadnienie i głębię. Mogliśmy wyraźnie zobaczyć, że w naszej pracy chodzi nie tylko o realizację celów biznesowych, ale i o coś więcej. Nasza praca to misja: codziennie, niezależnie od okoliczności, jesteśmy potrzebni naszym klientom i służymy im pomocą.

Nasi pracownicy włożyli mnóstwo wysiłku i zaangażowania, by przez cały ten niezwykle rok zrealizować założone plany biznesowe, ale także podjąć szereg nieplanowanych inicjatyw i projektów, które pozwoliły zapewnić naszym klientom bezpieczeństwo i wsparcie. Jesteśmy dumni z tej troski i solidarności, jaką okazujemy sobie nawzajem zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji. Okres pandemii wyzwolił w nas dodatkowe pokłady dobra i życzliwości. Ludzie chętnie sobie pomagają, szukają niestandardowych rozwiązań, wymieniają się informacjami i podtrzymują na duchu. Jest to bardzo pozytywne doświadczenie, które wynosimy z pandemii.



Sens istnienia naszego banku zyskuje szczególne uzasadnienie i głębię. Mogliśmy wyraźnie zobaczyć, że w naszej pracy chodzi nie tylko o realizację celów biznesowych, ale i o coś więcej.

Taka kultura życzliwości i solidarności wśród pracowników ma według nas znaczenie na rynku i jest kluczem do rynkowego sukcesu. Jak słusznie zwraca uwagę Simon Sinek, biznes to coś więcej niż tylko walka o zysk. Nie jest istotne, kto wygra i kto jest najlepszy w perspektywie kwartału czy roku. Ważniejsze jest budowanie silnej i zdrowej organizacji, która wytrzyma próbę czasu. Dlatego firmy powinny zapewniać ochronę swoim ludziom poprzez kształtowanie takiej kultury, w której będą się oni mogli czuć bezpieczni i potrzebni. Wtedy są w stanie oddać tej pracy całe serce, a klienci na pewno to odczują.

Inwestowanie w pracowników wykracza poza ich godziwe opłacanie i oferowanie świetnego miejsca pracy. Pracownicy to przede wszystkim ludzie ze swoimi dobrymi i złymi emocjami. Mają swoje ambicje i obawy,



Piotr Kwiatkowski
prezes Zarządu



Jean Bernard-Mas
Senior Country Officer
I wiceprezes Zarządu

idee i opinie i chcą czuć, że pełnią w organizacji istotną rolę. Gdy firma wzbudza w ludziach poczucie, że są dla niej ważni, i traktuje ich podmiotowo, ci potrafią się odwdziżyć w sposób, jakiego nie da się kupić za pieniądze.

W Credit Agricole od dawna budujemy właśnie taką kulturę. I kiedy przychodzi taki czas jak pandemia, zbieramy owoce tej pracy. Dlatego dziś możemy z dumą dzielić się osiągnięciami całej naszej firmy.

Bezpieczeństwo i satysfakcja klientów są dla nas fundamentem każdego działania. Dlatego od samego początku wspieraliśmy klientów podczas pandemii. Podjęliśmy m.in. działania promujące korzystanie z usług e-bankowości i kanałów zdalnych, aby chronić klientów i pracowników przed zarażeniem się koronawirusem. Jako jeden z pierwszych banków w Polsce przygotowaliśmy specjalną stronę internetową z materiałami informacyjnymi, zachęcaliśmy seniorów do zdalnego bankowania, przygotowaliśmy także specjalną ofertę – „Wsparcie dla Ciebie”.

Bez wahania dołączyliśmy do grona podmiotów wspierających przedsiębiorców. Przystąpiliśmy do programu Tarcza Finansowa Polskiego Funduszu Rozwoju i za pośrednictwem swojej platformy CA24 eBank przyjmowaliśmy wnioski o wypłatę subwencji. Angażowaliśmy się także w pomoc charytatywną i wspólnie ze spółkami EFL, CA Ubezpieczenia oraz Amundi Polska TFI sfinansowaliśmy zakup pomp infuzyjnych dla Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego we Wrocławiu.

Wszystkie te działania są wyrazem naszej troski o los klientów. Doskonale wpisują się też w strategiczne pozycjonowanie: jesteśmy nowoczesnym bankiem skupionym na człowieku. Z pełnym przekonaniem mogę powiedzieć, że takie unikalne połączenie empatii i kompetencji naszych pracowników z dostępem do nowoczesnych technologii jest tym, co nas wyróżnia na rynku.

Jeżeli chodzi o nasze cele na 2021 r., pod względem biznesowym stawiamy przede wszystkim na organiczny rozwój i powiększanie bazy aktywnych klientów. Chcemy znacząco przyspieszyć digitalizację i wdrożyć omnikanalowy model obsługi. Okres pandemii wyraźnie pokazał, że stały i niezawodny dostęp do usług banku poprzez dowolny kanał jest tym, czego dziś najbardziej potrzebują nasi klienci. Będziemy również przekształcać nasze placówki, by stały się centrami profesjonalnego doradztwa, bo zauważyliśmy, że klienci bardzo potrzebują spokojnej rozmowy na temat swoich finansów.

Ale ponieważ w biznesie chodzi o zrównoważony wzrost uwzględniający potrzeby otoczenia, bardzo mocno stawiamy także na realizację

celów ze społecznego filaru naszej strategii. Koncentrujemy się tu zwłaszcza na kompleksowym podejściu do ochrony środowiska naturalnego oraz na wsparciu dla osób ze szczególnymi potrzebami.

Już od kilku lat mocno pracujemy na rzecz ograniczania negatywnego wpływu na środowisko. Staramy się regularnie zmniejszać ślad węglowy naszej działalności, walczymy z nadmiarem plastikowych odpadów, wdrażamy i promujemy kolejne produkty „zielonej bankowości”. W 2021 r. chcemy jeszcze mocniej zaangażować się w te działania. Jednym z pomysłów do zrealizowania jest wdrożenie systemu zarządzania ryzykiem klimatycznym. Wychodzimy z założenia, że instytucje finansowe mają ogromny wpływ na zmiany klimatyczne i poprzez strategię zrównoważonego finansowania możemy wspierać przedsięwzięcia przyjazne środowisku oraz blokować te, które mu szkodzą. Świadomość tego wpływu daje nam ogromną władzę, którą musimy umieć mądrze wykorzystać.

Nadal chcemy zacieśniać relacje ze społecznością osób głuchych i niedosłyszących. Systematycznie poprawiamy infrastrukturę w placówkach i kanałach zdalnych, aby ułatwiać takim klientom korzystanie z naszych usług. Pracujemy także nad budowaniem mostów pomiędzy światem osób głuchych i słyszących i wspieramy kulturę ich wzajemnego zrozumienia. Innym ważnym obszarem naszej aktywności jest walka z wykluczeniem finansowym i problemem nadmiernego zadłużania się klientów banków. Prowadzimy wartościową kampanię edukacyjną #WyzwanieOszczędzanie, która uczy mądrego zarządzania domowymi finansami. Bardzo się cieszymy, że udało się wokół tej inicjatywy zbudować sporą i aktywną społeczność internetową.

Jak więc widać, nasze hasło „Działamy na rzecz klientów i społeczeństwa” nie jest pustym sloganem. Codziennie wypełniamy je treścią. ●

[GRI 102-14]

Piotr Kwiatkowski
prezes Zarządu

Jean Bernard-Mas
Senior Country Officer
I wiceprezes Zarządu



ZAANGAŻOWANIE BANKU PODCZAS PANDEMII COVID-19

Rok 2020 został zdominowany przez koronawirusa SARS-CoV-2, a wywołana przez niego ogólnoswiatowa pandemia okazała się największym kryzysem, z jakim wszystkim przyszło się zmierzyć w ostatnich dziesięcioleciach. Zamrożenie całej światowej gospodarki było niewątpliwie wydarzeniem bez precedensu i okazało się ogromnym wyzwaniem dla społeczeństw, rządów i firm. Także nasz bank musiał się z nim zmierzyć.

Postanowiliśmy jednak potraktować je jako szansę i udowodnić w praktyce szczególny sens naszego istnienia: „Codziennie działamy na rzecz naszych klientów oraz społeczeństwa”.

Nasi pracownicy włożyli wiele wysiłku i zaangażowania, by przez cały ten niezwykle rok zrealizować plany biznesowe, a równocześnie podjąć szereg niestandardowych inicjatyw i projektów, aby zapewnić naszym klientom bezpieczeństwo i wsparcie. Jesteśmy z tego dumni.

/1/ Wsparcie klientów

Podczas pandemii wsparliśmy naszych klientów ze wszystkich linii biznesowych. Z myślą o klientach indywidualnych wprowadziliśmy program „Wsparcie dla Ciebie”. Obejmował on: bezpłatne przelewy ekspresowe, preferencyjną ofertę moneyback na kartach kredytowych, raty 0 proc. w internecie, specjalne rabaty w sklepach internetowych oraz możliwość zawieszenia spłaty kredytu. Ponadto wprowadziliśmy specjalne godziny dla seniorów oraz zaproponowaliśmy wszystkim pracownikom służb medycznych i mundurowych ofertę konta na preferencyjnych warunkach.

W tym czasie, w ramach projektu „Wsparcie dla seniora”, zatroszczyliśmy się szczególnie o seniorów. Dla nich konieczność załatwiania różnych spraw na odległość, przez internet, była dużym wyzwaniem. Chcieliśmy dodatkowo zadbać o bliskość i relacje, także w związku ze zbliżającymi się świętami wielkanocnymi. W kampanii internetowej i na naszej stronie www zachęcaliśmy osoby starsze do tego, żeby zostały e-Senior konsultantami i pomogły swoim rówieśnikom w oswajeniu bankowości online. Zachęcaliśmy też osoby młodsze, by pomagały starszym

w swoim otoczeniu bezpiecznie bankować. Dla wszystkich przygotowaliśmy przewodniki, które w prosty sposób objaśniały, jak korzystać z serwisów CA24. Dodatkowo razem z naszym partnerem Neonet przygotowaliśmy ofertę zakupu potrzebnego sprzętu: smartfonów, tabletów i laptopów na raty 0 proc.

W 2020 r. uczestniczyliśmy też w programach pomocowych, mających na celu ograniczanie skutków kryzysu gospodarczego i ekonomicznego wywołanego pandemią koronawirusa. Dołączyliśmy do programu Tarczy Finansowej Polskiego Funduszu Rozwoju (tzw. subwencji PFR) i umożliwiliśmy naszym klientom firmowym i korporacyjnym składanie wniosków o świadczenie wsparcia finansowego z PFR przez CA24 eBank. W linii SME wsparliśmy te działania promocją konta firmowego dla firm ubiegających się o tę pomoc. Promocja była dostępna w czasie przyjmowania wniosków o wsparcie z PFR. Uruchomiliśmy też zdalny proces zawieszania spłat dla klientów firmowych i agrobiznesowych, którzy mieli trudności z wywiązywaniem się z zobowiązań wobec banku. Mogli oni zawnioskować o zawieszenie rat kredytów nieodnawialnych na trzy miesiące, a w przypadku overdraft – o zawieszenie redukcji limitu. Dodatkowo udostępniliśmy klientom podstronę serwisu www, na której opisaliśmy wszystkie programy wsparcia realizowane przez bank i inne spółki Grupy Crédit Agricole.

Dołączyliśmy też do grona banków, w których klienci mogą ubiegać się o kredyt z gwarancją spłaty udzielaną przez Bank Gospodarstwa Krajowego. Dla klientów korporacyjnych były to gwarancje spłaty kredytu z Funduszu Gwarancji Płynnościowych, dla klientów firmowych – gwarancje de minimis i gwarancje Biznesmax, a dla klientów agrobiznesowych – gwarancje z Funduszu Gwarancji Rolnych. Klientów korporacyjnych wsparliśmy, oferując finansowanie w ramach specjalnego programu pomocowego Związku Banków Polskich. Jednocześnie promowaliśmy inne programy dostępne bezpośrednio w Agencji Rozwoju Przemysłu i Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych w ramach rządowej tarczy antykryzysowej oraz różne formy wsparcia oferowane przez inne spółki Crédit Agricole w Polsce: EFL, Eurofactor, Carefleet i Amundi Polska TFI.



/2/ Wsparcie pracowników

W naszym banku podjęliśmy wiele działań, aby wesprzeć pracowników centrali i sieci sprzedaży: zapewnić im ciągłość pracy w czasie pandemii oraz zadbać o ich komfort i bezpieczeństwo.

Jeszcze przed ogłoszeniem stanu epidemicznego uruchomiliśmy specjalną skrzynkę informacyjną Koronawirus, z której wszyscy pracownicy otrzymują informacje na temat panującej sytuacji oraz związanych z nią działań i planów banku. Pracownikom, którym rodzaj obowiązków na to pozwala, umożliwiliśmy pracę zdalną. W efekcie ok. 20 proc. wszystkich pracowników pracowało z domu. Tym, którzy musieli pozostać w biurze lub placówkach bankowych, zapewniliśmy środki zabezpieczające: płyny dezynfekujące, maseczki i rękawice ochronne. Wdrożyliśmy przy tym zasady bezpiecznej pracy w biurze związane m.in. z rozmieszczeniem stanowisk pracy, zachowaniem dystansu i używaniem maseczek.

Podjęliśmy też wiele innych inicjatyw, które miały na celu wspieranie pracowników na płaszczyźnie zawodowej i prywatnej. W ramach projektu TakeCAre zapewniliśmy telefoniczną pomoc psychologów i coachów, obszerne materiały edukacyjne (infografiki, filmy) dotyczące funkcjonowania w „nowej normalności”, spotkania online z ekspertami, np. lekarzem chorób zakaźnych, zdalne przedszkole dla dzieci pracowników sieci sprzedaży, grupę wzajemnej koleżeńskej pomocy na Facebooku czy webinary dla rodziców. Na bieżąco badaliśmy opinie i nastroje pracowników, co pozwoliło nam dostosowywać działania do ich potrzeb.

/3/ Wsparcie społeczności lokalnych

Podczas pandemii podjęliśmy wiele działań, aby wesprzeć nasze otoczenie społeczne. Znalazły się wśród nich m.in. inicjatywy na rzecz służby zdrowia. Zadbaliśmy też o wsparcie seniorów, którzy byli najbardziej narażeni na skutki pandemii.

Wraz z pozostałymi spółkami Grupy Crédit Agricole w Polsce sfinansowaliśmy zakup 42 pomp infuzyjnych dla Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego im. J. Gromkowskiego we Wrocławiu w ramach akcji #graMY-dlaKOSZAROWEJ. Zorganizował ją klub siatkarski KFC Gwardia Wrocław we współpracy z innymi wrocławskimi klubami sportowymi pod patronatem prezydenta Wrocławia Jacka Sutryka. Wsparciu służby zdrowia poświęcone były też wyzwania sportowe. Pracownicy banku mogli zamienić swoje osiągnięcia widoczne w specjalnej aplikacji na konkretne wsparcie służby zdrowia. W efekcie udało się kupić ponad 1 000 maseczek i 700 obiadów dla medyków. Posiłki przygotowały osoby z niepełnosprawnościami intelektualnymi ze spółdzielni socjalnej Margines oraz klubokawiarni Cafe Równik. Maseczki uszyli pracownicy Centrum Integracji Społecznej w Krobi.

Ponadto pomogliśmy podopiecznym domów pomocy społecznej (DPS). #zCzystymSercem to akcja charytatywna, w ramach której pracownicy 15 firm ufundowali personalizowane zestawy środków higieny osobistej dla pensjonariuszy DPS przy ul. Karmelkowej we Wrocławiu. Przekazaliśmy łącznie 230 zestawów środków higieny o szacunkowej wartości 23 000 zł. Akcję z inicjatywy naszego banku zrealizował CSR WroClub – grupa praktyków i pasjonatów CSR z największych wrocławskich firm. Honorowy patronat nad inicjatywą objął Prezydent Miasta Wrocławia Jacek Sutryk. ●

Nasz bank aktywnie wspiera realizację Celów
Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Więcej o nich na s. 78.
Nasze działania dotyczą 14 kluczowych obszarów:



O NASZYM AKCJONARIUSZU

Od 2001 r. Credit Agricole Bank Polska jest częścią Grupy Crédit Agricole. Nasz francuski akcjonariusz ma ponad 125-letnią historię. Obecnie Grupa znajduje się wśród 10 największych banków na świecie pod względem wartości aktywów. Jest także największym bankiem detalicznym w Europie oraz liderem ubezpieczeń we Francji. Grupa Crédit Agricole jest obecna w 48 krajach świata i zaspokaja potrzeby finansowe 52 mln klientów.

Grupa Crédit Agricole realizuje unikalny model uniwersalnej bankowości detalicznej zorientowanej na klienta. Opiera się on na współpracy

pomiędzy bankami detalicznymi i wzajemnie się uzupełniającymi, wyspecjalizowanymi liniami biznesowymi.

Dzięki temu Grupa może zaoferować swoim klientom dostosowany do ich potrzeb pełen wachlarz produktów oraz usług bankowych i pozabankowych we wszystkich kanałach dystrybucji, takich jak: ubezpieczenia, nieruchomości, płatności, zarządzanie aktywami, leasing i faktoring, Consumer Finance, a także bankowość korporacyjna i inwestycyjna. ●



Grupa Crédit Agricole

Grupa Crédit Agricole obejmuje Crédit Agricole S.A., wszystkie banki regionalne i banki lokalne oraz spółki zależne.

AKCJE W PUBLICZNYM OBROcie

32,1%
INWESTORZY INSTYTUCJONALNI

6,8%
AKCJONARIUSZE INDYWIDUALNI

5,8%
PRACOWNICY W RAMACH
PRACOWNICZYCH PROGRAMÓW
OSZCZĘDNOŚCIOWYCH

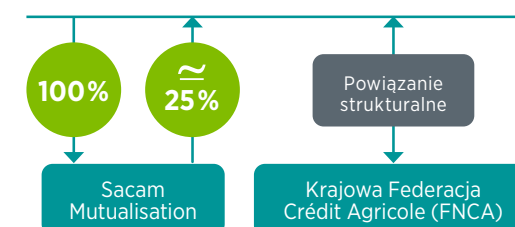
NIEZNACZNY UDZIAŁ
AKCJE WŁASNE

BANKI REGIONALNE

10,9 mln
SPÓŁDZIELCÓW
posiadających udziały w

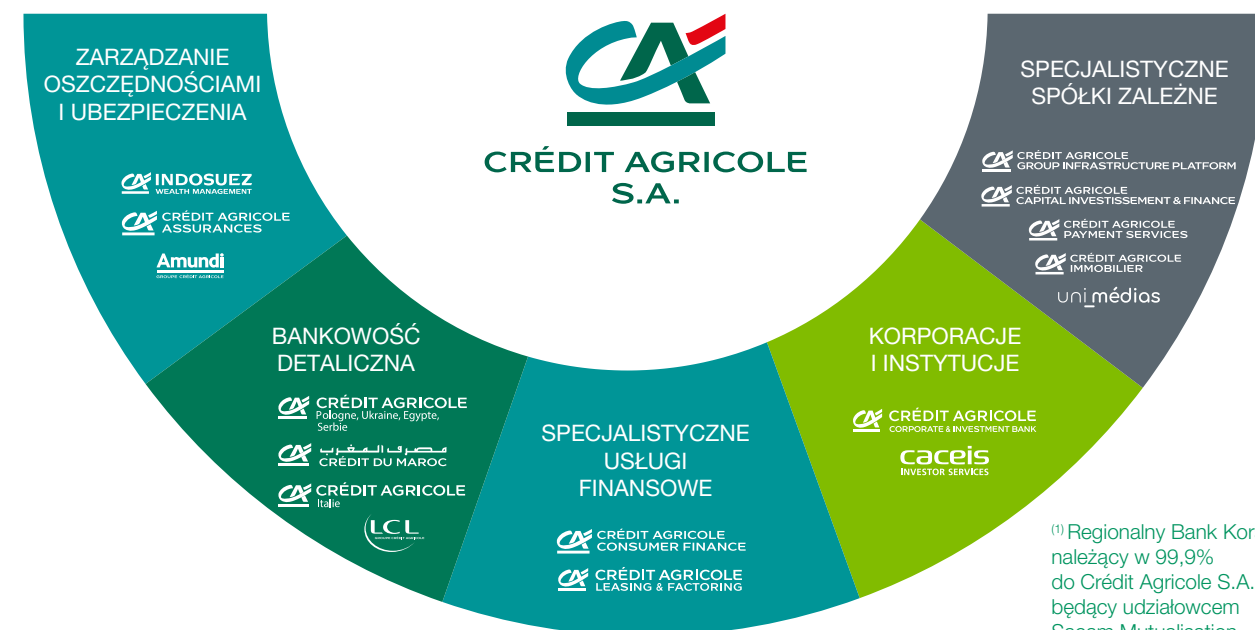
2410
BANKACH LOKALNYCH
oraz

39
BANKACH REGIONALNYCH
będących łącznie w posiadaniu większości
kapitału zakładowego CRÉDIT AGRICOLE S.A.
poprzez SAS Rue La Boétie ⁽¹⁾



UDZIAŁ: **44,7%**

UDZIAŁ: **55,3%**





10.

**bank
na świecie
pod względem
wielkości**

(w oparciu
o dane bilansowe)
źródło: The Banker,
lipiec 2020



nr 1

**w Europie
w zarządzaniu
aktywami**

źródło: IPE „Top 500
Asset Managers”
opublikowany w czerwcu
2020 r. w oparciu
o dane nt. aktywów
w zarządzaniu wg stanu
na 31.12.2019 r.



nr 1

**wśród
dostawców
finansowania
dla gospodarki
francuskiej**

źródło wewnętrzne:
Biuro Badań
Gospodarczych



nr 1

**wśród
ubezpieczycieli
we Francji**

źródło:
Argus de l'assurance,
grudzień 2020,
ranking oparty
na przychodach z 2019 r.

O GRUPIE CRÉDIT AGRICOLE W POLSCE

Grupa Crédit Agricole jest obecna na polskim rynku od 2001 r. Jej klientami są zarówno osoby indywidualne, jak i mikro-, małe i średnie firmy, duże korporacje lokalne i międzynarodowe oraz przedsiębiorstwa z sektora agrobiznesu i rolnicy indywidualni. Kompleksową ofertę Grupa zawdzięcza synergii wszystkich spółek.

Do spółek Grupy w Polsce należą: Credit Agricole Bank Polska, Credit Agricole Ubezpieczenia (CA Ubezpieczenia), Europejski Fundusz Leasingowy (EFL) i jego spółki zależne oraz Amundi Polska Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych (Amundi Polska TFI). ●

52
miliony klientów



Nr 1

**w UE wśród
banków detalicznych**

(pod względem liczby
klientów detalicznych)



10 000

placówek, w tym

8 200

we Francji

(banki regionalne i LCL)

48

krajów



SPÓŁKI GRUPY CRÉDIT AGRICOLE W POLSCE

BANKOWOŚĆ UNIWERSALNA	UBEZPIECZENIA	USŁUGI FINANSOWE	ZARZĄDZANIE AKTYWAMI
CRÉDIT AGRICOLE	CRÉDIT AGRICOLE UBEZPIECZENIA	EFL GRUPA CRÉDIT AGRICOLE EFL FINANCE GRUPA CRÉDIT AGRICOLE EUROFACTOR GRUPA CRÉDIT AGRICOLE CAREFLEET GRUPA CRÉDIT AGRICOLE EFL SERVICE GRUPA CRÉDIT AGRICOLE DBK RENTAL	Amundi ASSET MANAGEMENT



O BANKU CREDIT AGRICOLE

Credit Agricole Bank Polska S.A. (Credit Agricole) to bank uniwersalny, który od 20 lat funkcjonuje na polskim rynku. Działamy w obszarze bankowości detalicznej, małych i średnich firm (SME) i klientów agrobiznesowych oraz bankowości korporacyjnej.

W naszym banku można korzystać z usług bankowości codziennej (konta, karty, lokaty itp.) i niemal wszystkich rodzajów kredytów. Do dyspozycji klientów są specjaliści od leasingu, faktoringu, bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej. Działamy na różnych polach biznesowych,

a naszymi klientami są: osoby indywidualne, małe i średnie firmy, duże korporacje, a także rolnicy i firmy z sektora agrobiznesu.

Nie ograniczamy się tylko do usług finansowych. Proponujemy także wybór ubezpieczeń: komunikacyjnych, majątkowych i życiowych. Mamy doświadczenie na rynku kredytów konsumenckich (Consumer Finance). Nasze kredyty ratalne są dostępne w ponad 12 tys. punktów sprzedaży w całej Polsce, a nasze karty dają prawo do zniżek do 50 proc. w blisko 10 tys. sklepów i punktów usługowych zrzeszonych w największym

w Polsce Klubie Rabatowym. Jesteśmy bankiem „100 proc. cyfrowym, 100 proc. ludzkim”. Zgodnie z tym hasłem inwestujemy w nowoczesne technologie i ułatwiamy zdalny dostęp do naszych usług, a jednocześnie dbamy o naszych pracowników i jakość obsługi w bezpośrednim kontakcie.

Nasze usługi i produkty są łatwo dostępne: można z nich korzystać poprzez CA24 eBank lub CA24 Mobile. Mamy także rozbudowaną sieć ponad 400 placówek własnych



Jesteśmy bankiem
*100 proc. cyfrowym,
100 proc. ludzkim.*
Zgodnie z tym
hasłem inwestujemy
w nowoczesne
technologie i ułatwiamy
zdalny dostęp do naszych
usług, a jednocześnie
dbamy o naszych
pracowników i jakość
obsługi w bezpośrednim
kontakcie.

i partnerskich, cztery centra korporacyjne (w Warszawie, Krakowie, Gdańsku i we Wrocławiu), dwie filie (w Poznaniu i w Katowicach) oraz zlokalizowane w Warszawie centrum obsługujące korporacje międzynarodowe. Działamy w Polsce. Nasza centrala mieści się we Wrocławiu, przy ul. Legnickiej 48. ●

[GRI 102-1, GRI 102-4, GRI 102-5,
GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 401-2]

CREDIT AGRICOLE W LICZBACH



418

placówek

4

centrów
korporacyjnych



361

bankomatów



328

wpłatomatów



146

urządzeń
wielo-
funkcyjnych



STRUKTURA ORGANU ZARZĄDZAJĄCEGO

W Credit Agricole działają Zarząd oraz Rada Nadzorcza, które rozumiemy tutaj jako organy zarządzające.

/1/ Zarząd

Zarząd jest organem kolegialnym. Reprezentuje on bank, kieruje jego działalnością oraz administruje jego majątkiem. Prowadzi także sprawy niezastrzeżone dla Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej.

Zarząd banku składa się z siedmiu członków:

- Piotr Kwiatkowski - prezes Zarządu;
- Jean-Bernard Mas - I wiceprezes Zarządu;
- Beata Janczur - wiceprezes Zarządu;
- Jędrzej Marciniak - wiceprezes Zarządu;
- Bartłomiej Posnow - wiceprezes Zarządu;
- Damian Ragan - wiceprezes Zarządu;
- Philippe Enjalbal - wiceprezes Zarządu.

Członków Zarządu powołuje Rada Nadzorcza, a ich kadencja wynosi pięć lat. Rada Nadzorcza ustala liczbę członków Zarządu i zatwierdza wewnętrzny podział kompetencji w Zarządzie, w ramach którego:

- prezesowi Zarządu podlega obszar audytu wewnętrznego;
- wyodrębnione jest stanowisko członka Zarządu nadzorującego zarządzanie ryzykiem istotnym w działalności banku;
- nie można łączyć funkcji prezesa Zarządu oraz członka Zarządu nadzorującego zarządzanie ryzykiem istotnym w działalności banku;
- prezesowi Zarządu nie można powierzyć nadzoru nad obszarem działalności banku stwarzającym ryzyko istotne w działalności banku;
- członkowi Zarządu nadzorującemu zarządzanie ryzykiem istotnym w działalności banku nie można powierzyć nadzoru nad obszarem działalności banku stwarzającym ryzyko, którym zarządzanie nadzoruje;
- określa się odpowiedzialność za ryzyko braku zgodności działalności banku z przepisami prawa, regulacjami wewnętrznymi i standardami rynkowymi oraz za obszar rachunkowości i sprawozdawczości finansowej, w tym kontroli finansowej.

Zgodę na powołanie prezesa i członka Zarządu nadzorującego zarządzanie ryzykiem istotnym w działalności banku oraz na powierzenie tych funkcji członkom Zarządu wyraża Komisja Nadzoru Finansowego (KNF).



Zarząd jest organem kolegialnym.
Reprezentuje on bank,
kieruje jego działalnością
oraz administruje
jego majątkiem.
Prowadzi także
sprawy niezastrzeżone
dla Walnego
Zgromadzenia
lub Rady Nadzorczej.

Komitety działające przy Zarządzie

Komitety są stałymi lub doraźnymi organami kolegialnymi, które mają kompetencje opiniodawcze lub stanowiące. W banku nie wyodrębniliśmy jednego komitetu odpowiedzialnego za podejmowanie decyzji, które mają wpływ na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo. Nie wynika to też z zakresu zadań żadnego z istniejących komitetów.

Przy Zarządzie banku funkcjonuje 11 komitetów: Komitet Zarządzania Aktywami i Pasywami, Komitet Walidacji Modeli, Komitet Nowych Produktów, Komitet Kryzysowy, Komitet Compliance, Komitet Rozwoju, Komitet Kredytów Trudnych, Komitet Kredytowy, Komitet Ryzyka, Bezpieczeństwa i Kontroli Wewnętrznej, Komitet Portfela i Projektów oraz Komitet Obsługi Klienta.



/2/ Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza nadzoruje działalność banku we wszystkich dziedzinach jego funkcjonowania. Działa na podstawie przepisów Kodeksu spółek handlowych, Prawa bankowego, innych ustaw, Statutu banku oraz swojego regulaminu.

Rada Nadzorcza składa się z dziewięciu członków:

- François-Edouard Drion – przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Guilhem Nouvel-Alaux – wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej,
- Elżbieta Jarzeńska-Martin – członkini Rady Nadzorczej,
- Alfred Janc – członek Rady Nadzorczej (członek niezależny),
- Jarosław Myjak – członek Rady Nadzorczej (członek niezależny),
- Liliana Anam – członkini Rady Nadzorczej (członkini niezależna),
- Bernard Pacory – członek Rady Nadzorczej,
- Romuald Szeliga – członek Rady Nadzorczej,
- Jean-Christophe Kiren – członek Rady Nadzorczej.

Członków Rady Nadzorczej powołuje Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, a ich kadencja wynosi pięć lat. W skład Rady Nadzorczej banku wchodzi troje członków niezależnych.

Rada Nadzorcza może powoływać komitety i oddelegowywać swoich członków, aby pełnili w nich czynności nadzorcze.

Komitety działające przy Radzie Nadzorczej

Przy Radzie Nadzorczej funkcjonują następujące komitety: Komitet Audytu (Alfred Janc, Elżbieta Jarzeńska-Martin, Liliana Anam), Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń (Alfred Janc, Bernard Pacory, François-Edouard Drion) oraz Komitet ds. Ryzyka (Guilhem Nouvel-Alaux, Jean-Christophe Kiren, Elżbieta Jarzeńska-Martin). ●

[GRI 102-18]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Statut Credit Agricole
- Regulamin Zarządu Credit Agricole
- Wewnętrzny podział kompetencji w Zarządzie Credit Agricole
- Regulamin Rady Nadzorczej Credit Agricole



STRATEGIA BANKU

/1/

Sens istnienia i cel strategiczny

Strategia 2022 wyznacza kierunki rozwoju naszego banku na najbliższe lata. Jej kluczowe założenia są spójne ze strategią Grupy Crédit Agricole. Fundamentem wszystkich działań prowadzonych w Credit Agricole jest sens istnienia (raison d'être), który brzmi: „Codziennie działamy na rzecz naszych klientów oraz społeczeństwa”. Bazuje na nim przyjęta w listopadzie 2019 r. strategia, która określa biznesowe i społeczne cele banku do 2022 r. Nieustannie naszym celem strategicznym jest rozwój rentownej bankowości uniwersalnej poprzez aktywne relacje z klientami oraz systematyczny wzrost finansowania ich potrzeb. Zgodnie z naszą strategią w 2022 r. chcemy być bankiem:

- mającym najlepsze relacje z klientami;
- digitalnym;
- przez naszych pracowników inspirującym ludzi do działania i budowania relacji z nami;
- odpowiedzialnym społecznie.

Nasze ambicje, które chcemy zrealizować do 2022 r. to:

- być jednym z liderów w obszarze akwizycji klientów i Consumer Finance;
- osiągać wyższe i bardziej zdywersyfikowane przychody dzięki rozwojowi innych linii biznesowych;
- w pełni kontrolować efektywność operacyjną i ryzyko.

Biorąc pod uwagę szczególne warunki i wymogi proceduralne, w 2020 r. przeprowadziliśmy analizę otoczenia rynkowego, prawnego i podatkowego. Na podstawie jej wyników podjęliśmy decyzję o przyspieszeniu realizacji części celów strategicznych. To bardzo ambitny plan, który zakłada wielowymiarowe przekształcenie banku w jeszcze bardziej nowoczesny i mocniej skupiony na człowieku.

/2/

Filary strategii

W latach 2020–2022 będziemy realizować nasz cel strategiczny w ramach trzech filarów strategii, którymi są: Customer Project, Human-centric Project oraz Social Project. To, do czego dążymy, szczegółowo opisujemy poniżej.



Customer Project

NAJLEPSI W RELACJACH Z KLIENTAMI, W PEŁNI DIGITAL

Przyspieszamy digitalizację

- Rozwój konkurencyjnej bankowości internetowej i mobilnej
- Wszystkie kluczowe produkty i usługi dostępne w kanałach digital
- Innowacyjny digital marketing, by pozyskiwać więcej klientów
- Pełne wykorzystanie potencjału naszych danych do rozwoju biznesu
- Digitalizacja procesów, budowa „paperless bank”

Tworzymy najlepsze doświadczenie klienta

- Uważne słuchanie klientów i sprawne reagowanie na ich potrzeby
- Personalizacja relacji z klientami indywidualnymi, wzmocnienie pozytywnego doświadczenia klienta z zakupów na raty
- Tworzenie optymalnych procesów, kompleksowe spojrzenie na „customer journey”
- Coraz silniejsza i bardziej spójna marka Credit Agricole

Dostosowujemy kanały dystrybucji do wymagań przyszłości

- Transformacja sieci placówek własnych, placówek partnerskich oraz CA24 Infolinii, rozwój omnikanalowych relacji z klientami
- Zwiększenie siły akwizycyjnej długiego kanału sprzedaży (linii Customer Finance)
- Wspólna oferta banku i EFL dla SME/AGRO w obu sieciach dystrybucji

Zapewniamy pełną ofertę produktów i usług

- Pełna oferta dla wszystkich segmentów:
- Rozwój oferty dla klientów indywidualnych
- Uzupełnienie produktów dla SOHO/SME/AGRO
- Zwiększenie przychodów pozaodsetkowych poprzez rozszerzenie oferty dla klientów korporacyjnych
- Nowe możliwości biznesowe – partnerstwa strategiczne
- Rozwój płatności alternatywnych zgodnie z trendami rynkowymi

Działamy bardziej efektywnie, mamy nowoczesne, stabilne IT oraz ryzyko pod kontrolą

- Stabilne i bezpieczne rozwiązania IT dla klientów, partnerów i pracowników
- Szybsze dostarczanie zmian IT
- Elastyczna i otwarta architektura IT
- Podejście Agile, by działać sprawniej i wykorzystywać potencjał ludzi
- Wzrost portfela kredytowego z ryzykiem pod kontrolą

Human-centric Project

MOCNI LUDŹMI, SKUTECZNI W DZIAŁANIU NA RZECZ KLIENTÓW

Stawiamy na samodzielność i odpowiedzialność w relacjach z klientami

- Jasne zasady dotyczące delegowania zadań i podejmowania decyzji – większa autonomia dla lepszych relacji z klientami
- Rozwijanie pracowników tak, by skutecznie działali w cyfrowej rzeczywistości

Razem tworzymy inspirujące miejsce pracy

- Miejsce pracy, które daje satysfakcję i inspiruje do działania
- Efektywna struktura, prostsze procesy decyzyjne

Budujemy wyjątkowe doświadczenie pracownika

- Organizacja pełna możliwości rozwoju
- Nowe szanse dla osób otwartych na mobilność, wykorzystanie potencjału Grupy Crédit Agricole
- Otwarty dialog wzmacniający zaangażowanie i budujący zaufanie

Social Project

EKOLOGICZNIE I SPOŁECZNIE ZAANGAŻOWANI NA CO DZIEŃ

Rozwijamy „zieloną bankowość”

- Ekoedycje produktów dla klientów indywidualnych
- Rozwój „green financing” we wszystkich liniach biznesowych

Ograniczamy negatywny wpływ na środowisko

- Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla (CO₂) oraz zużycia papieru
- Zaangażowanie w akcje przyjazne środowisku i rozwijające ekoświadomość

Tworzymy bank dostępny dla wszystkich

- Budowanie otwartej i różnorodnej organizacji
- Odświeżenie standardów sprzedaży i nowe rozwiązania dla klientów z niepełnosprawnościami
- Więcej usług finansowych dostępnych dla wszystkich

SENS ISTNIENIA I FILARY STRATEGII 2022



/3/

Realizacja strategii biznesowej

W 2020 r., który był szczególnie głównie ze względu na pandemię COVID-19 i jej wpływ na gospodarkę, kontynuowaliśmy w Credit Agricole wdrażanie działań mających na celu realizację głównego celu Strategii 2022.

Do strategicznych sukcesów w 2020 r., mimo załamania się w okresie marzec-maj 2020, zaliczamy zmiany zarówno o charakterze finansowym, jak i operacyjnym, w tym m.in. znaczące powiększenie bazy aktywnych klientów z aktywnym kontem, bardzo dobre wyniki sprzedażowe w linii Consumer Finance oraz satysfakcjonujące wyniki sprzedaży kredytów gotówkowych. Wzmocniliśmy też współpracę między polskimi spółkami Grupy, dzięki czemu wprowadziliśmy kompleksowe i zharmonizowane produkty dla wspólnych klientów.

Wyniki finansowe

W ramach zarządzania ryzykiem modelu biznesowego w Credit Agricole regularnie przygotowujemy i przeprowadzamy testy warunków skrajnych bazujące na scenariuszach finansowych. Uwzględniamy w nich zwłaszcza założenia przyjęte w strategii i planach finansowych.

Na wyniki banku w 2020 r. wpłynęły wybuch pandemii COVID-19 i wynikający z tego kryzys gospodarczy, trzykrotne obniżenie stóp procentowych i konieczność zawiązania dodatkowych rezerw w ramach kosztu ryzyka oraz podniesienie wartości rezerwy związanej z potencjalnymi roszczeniami klientów mających walutowe kredyty hipoteczne.

Środowisko niskich stóp procentowych oraz wyroki wydane przez Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawie walutowych kredytów hipotecznych i zwrotu prowizji przy wcześniejszej spłacie kredytów konsumenckich wpłynęły niekorzystnie na przychody banku, szczególnie przychody z kart kredytowych oraz z kredytów w linii Consumer Finance i kredytów hipotecznych.

W 2021 r. będziemy poprawiać wskaźniki efektywności działania. W kolejnych latach spodziewamy się systematycznej poprawy wyniku netto dzięki polepszającym się warunkom makroekonomicznym oraz wdrożenia planu przyspieszenia realizacji strategii. Zgodnie z planem finansowym w 2021 r. planujemy osiągnąć wynik lepszy niż w 2020 r. Będziemy przede wszystkim inwestowali, aby w kolejnych latach móc zrealizować plany poprawy przychodów. Dlatego ogólny poziom kosztów naszego działania może wzrosnąć. Ale gdy weźmiemy pod uwagę jedynie koszty bieżące i wyłączymy opłaty o charakterze regulacyjnym, utrzymamy poziom kosztów z 2020 r. Koszty ryzyka zakładamy na poziomie lepszym od osiągniętego w 2020 r. i przewidujemy, że będą one zbliżone do tych sprzed pandemii.

Zagrożenia dla realizacji strategii

W założeniach biznesowych na przyszłe lata bierzemy pod uwagę prognozowany wzrost gospodarczy oraz inne czynniki, jak np.: utrzymanie niskiego poziomu stóp procentowych, ograniczenia regulacyjne czy silną konkurencję, nie tylko ze strony innych banków, ale także firm z sektora pozabankowego (spółki fintech oraz Google, Apple, Facebook, Amazon, Alibaba).

Realne zagrożenie realizacji strategii, które pojawiło się w 2020 r. i wynikało z pogorszenia się wskaźników makroekonomicznych, trzykrotnego obniżenia stóp procentowych i niekorzystnej sytuacji ekonomicznej klientów, wpłynęło na wyniki banku z uwagi na niższą sprzedaż, niższe przychody oraz wyższe koszty ryzyka. W związku z tym podjęliśmy liczne inicjatywy w celu zniwelowania wpływu pandemii. Jednocześnie zadbałszy o swoich klientów, którym zapewniłszy konieczne wsparcie, oraz o swoich pracowników, którym zapewniłszy stabilność zatrudnienia

WYNIKI FINANSOWE ZA 2020 R.	
	mln zł
Przychody	1213,8
Koszty operacyjne ¹	-943,4
Płatności na rzecz inwestorów	nie wypłacaliśmy dywidendy
Płatności na rzecz państwa (CIT, BFG, podatek bankowy, KNF, VAT)	125,56
Zysk netto	-138,1

[GRI 102-7, GRI 201-1]

¹ wraz z podatkiem od niektórych instytucji finansowych



W 2021 r. będziemy poprawiać wskaźniki efektywności działania. W kolejnych latach spodziewamy się systematycznej poprawy wyniku netto dzięki polepszającym się warunkom makroekonomicznym oraz wdrożenia planu przyspieszenia realizacji strategii.

i bezpieczne warunki pracy. Więcej o wsparciu klientów, pracowników i społeczności lokalnej podczas pandemii na s. 7. Dzięki ostrożnej polityce byliśmy przygotowani na niekorzystny scenariusz makroekonomiczny i szybko wdrożyliśmy program oszczędnościowy, polegający na ograniczeniu kosztów operacyjnych oraz wprowadzeniu dodatkowych działań związanych z przychodami. Dzięki temu, że przeanalizowaliśmy największe obszary działania banku, zwiększyliśmy nacisk na kontrolę kosztów, zrewidowaliśmy oferty i wybraliśmy te najbardziej istotne z punktu widzenia realizacji strategii – osiągnęliśmy zamierzony efekt, poprawiając wskaźniki rentowności.

Kolejne zagrożenie realizacji strategii banku może się wiązać z Uchwałą Izby Cywilnej Sądu Najwyższego dotyczącą kredytów walutowych. 29 stycznia 2021 r. I Prezes Sądu Najwyższego w celu zapewnienia jednolitości orzecznictwa przedstawił wniosek o rozstrzygnięcie przez skład całej Izby Cywilnej Sądu Najwyższego sześciu zagadnień prawnych w sprawach o kredyty walutowe. Rozstrzygnięcie Sądu Najwyższego obejmie następujące kwestie:

- dopuszczalność zastąpienia niedozwolonego postanowienia umownego dotyczącego kursu waluty innym sposobem określenia tego kursu, który wynika z przepisów prawa lub zwyczaju;
 - dopuszczalność zawiązania stron umową w pozostałym zakresie, gdy nie ma możliwości ustalenia wiążącego strony kursu waluty obcej w umowie kredytu indeksowanego albo denominowanego;
 - zasady rozliczenia stron nieważnej lub bezskutecznej umowy kredytowej (rozliczenie z zastosowaniem teorii dwóch kondykcji albo teorii salda);
 - termin przedawnienia roszczeń o zwrot spełnionych na podstawie tej umowy świadczeń;
 - możliwość żądania wynagrodzenia przez bank za korzystanie ze środków pieniężnych postawionych, zgodnie z umową, do dyspozycji drugiej strony.
- Sąd Najwyższy wyznał na 25 marca 2021 r. posiedzenie, aby rozpoznać powyższy wniosek. Uchwała pełnego składu Izby Cywilnej Sądu Najwyższego będzie miała moc zasady prawnej.
- Monitorujemy otoczenie prawne, wpływ orzecznictwa unijnego oraz krajowego na zachowania kredytobiorców oraz praktykę rynkową i na bieżąco oceniamy ich wpływ na ryzyko prawne związane z walutowymi kredytami hipotecznymi. Szczegółowo przeanalizujemy także uchwałę wydaną przez Sąd Najwyższy i ocenimy jej wpływ na dalsze orzecznictwo oraz na ryzyko prawne związane z walutowymi ekspozycjami kredytowymi Credit Agricole.
- Mimo silnej kontroli kosztów i ograniczeń, jakie się z nią wiąza, wciąż wspieramy projekty rozwoju biznesu i infrastruktury (zwłaszcza związane z digitalizacją i innowacjami w tym zakresie). Kładziemy też nacisk na bezpieczeństwo informatyczne i podejmujemy wiele inicjatyw, które je wzmacniają.
- Gdyby pojawiło się kolejne zagrożenie w przyszłości, dopuszczamy zmianę pewnych elementów strategii, aby dostosować ją do aktualnej sytuacji biznesowej i ekonomicznej. W przypadku dalszego zwiększania obciążeń dla sektora bankowego poprzez podatki, składki obowiązkowe lub wydarzenia jednorazowe jesteśmy gotowi przejąć rentowność poszczególnych linii biznesowych i podjąć decyzję o ich optymalizacji.
- ### Rozwój dostępności usług bankowych
- W ramach dostosowywania kanałów dystrybucji do wymagań przyszłości w 2020 r. uruchomiliśmy pierwsze cztery placówki bez obsługi gotówkowej. Kontynuowaliśmy również transformację biznesową punktów kredytowych działających pod marką CA Express: przekształciliśmy 45 z nich w pełnozakresowe placówki.
- Z myślą o przyspieszeniu digitalizacji usług pod koniec grudnia 2019 r. opracowaliśmy i wdrożyliśmy aplikację CA24 Otwórz Konto, umożliwiającą klientom zdalne zakładanie rachunków bankowych bez konieczności odwiedzania placówki. Nawiązaliśmy też współpracę z dostawcą aplikacji Booksy, która umożliwia rezerwowanie terminów wizyt w placówkach przez aplikację na smartfony. Ponadto rozszerzyliśmy proces Buy by Click w sprzedaży kredytu gotówkowego przez internet i udostępniliśmy klientom płatności mobilne Fitbit Pay i Garmin Pay.
- ### Wzrost aktywności klientów
- Podstawowym miernikiem wzrostu bankowości uniwersalnej jest liczba klientów aktywnie korzystających z kont. Odzwierciedla on fundamentalną, długotrwałą relację z klientem, dzięki której łatwiej nam oferować mu nowe usługi i produkty i w ten sposób realizować jego potrzeby finansowe. Aby być skutecznym i spójnym wizerunkowo oraz zwiększyć portfel aktywnych klientów, chcemy być bankiem skoncentrowanym na kliencie i oferować mu usługi zarówno bankowe, jak i ubezpieczeniowe. Zależy nam, żeby ta relacja była zindywidualizowana, niezależnie od tego, jak klient korzysta z banku. W 2020 r. kontynuowaliśmy politykę zmian w podejściu do klienta znanego i nowego, aby zwiększyć akwizycję oraz lojalność poprzez poprawę jakości obsługi. Potwierdzają to wysokie wyniki wskaźnika Customer Recommendation Index – CRI (Net Promoter Score). Więcej o tym na s. 38.



W ramach dostosowywania kanałów dystrybucji do wymagań przyszłości w 2020 r. uruchomiliśmy pierwsze cztery placówki bez obsługi gotówkowej. Kontynuowaliśmy również transformację biznesową punktów kredytowych działających pod marką CA Express.

Rozwój Consumer Finance

Consumer Finance nadal należy do najbardziej perspektywicznych rynków w Polsce. Credit Agricole jest jednym z jego liderów. W najbliższym czasie planujemy utrzymać tę pozycję. Od lat współpracujemy z wieloma partnerami i dzięki zdobytemu doświadczeniu oraz rozpoznawalności marki będziemy nadal pozyskiwać klientów w tym modelu. W 2020 r. rozwijaliśmy nowe kanały dystrybucji, przede wszystkim zdalne, w których istotnie wzrosła wartość naszej sprzedaży. Wprowadziliśmy przy tym nowe produkty do oferty i rozwinęliśmy istniejące. Więcej o tym na s. 35. W Consumer Finance planujemy zacieśnić współpracę z największymi partnerami oraz zwiększyć liczbę klientów. Chcemy też pozostać liderem w finansowaniu technologii wykorzystujących odnawialne źródła energii dla klienta indywidualnego. Więcej o naszych „zielonych produktach” na s. 67.

Rozwój bankowości dla klientów agrobiznesowych, małych i średnich firm oraz klientów korporacyjnych

W 2020 r. odnotowaliśmy wzrost w bankowości dla klientów agrobiznesowych. W bankowości korporacyjnej oraz małych i średnich firm (SME) rozwój ograniczyła pandemia COVID-19. Zakładamy jednak, że po zniwelowaniu wpływu pandemii i z uwagi na potencjał tych linii biznesowych skala ich działalności w najbliższych latach znacznie się poszerzy. To zaś przełoży się na wzrost przychodów banku w tych obszarach.

W 2020 r. bardzo dynamicznie wzrosła sprzedaż w bankowości dla klientów agrobiznesowych. Więcej o rozwoju oferty na s. 35. Podobnie było w SME, ponieważ rozszerzyliśmy ofertę kont i przygotowaliśmy zdalny proces otwierania rachunku dla przedsiębiorców indywidualnych. Rozwijaliśmy też ofertę produktów kredytowych i ubezpieczeń. Więcej o tym na s. 35. W kolejnych latach będziemy systematycznie rozwijać linie biznesowe małych i średnich firm oraz klientów agrobiznesowych.

W linii bankowości korporacyjnej w 2020 r. wprowadziliśmy do oferty nowe usługi, podjęliśmy współpracę z nowymi partnerami oraz skoncentrowaliśmy się na wyzwaniach związanych z pandemią COVID-19. Więcej o tym na s. 36. Kolejne lata przyniosą w tej linii biznesowej stabilny wzrost przychodów oparty na kompleksowej i zrównoważonej ofercie produktowej, poprawie jakości obsługi klientów oraz specjalistycznej wiedzy doradczej. ●

[GRI 102-15]

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO CSR

Społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR) rozumiemy w Credit Agricole – zgodnie z normą ISO 26 000 – jako wpływ naszych decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które:

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa;
 - uwzględnia oczekiwania interesariuszy;
 - jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania;
 - jest spójne z działalnością organizacji i praktykowane w jej relacjach.
- CSR jest elementem naszej strategii. Więcej o strategii banku na s. 19. Działania na rzecz otoczenia ujęliśmy w filarze Social Project – „Ekologiczne i społeczne zaangażowanie na co dzień”. Więcej o celach, które w nim realizujemy, na s. 20. Aby je osiągnąć, podejmujemy wiele inicjatyw, które są realizacją zobowiązań wobec społeczeństwa i środowiska. Postępy w realizacji celów strategicznych w filarze Social Project mierzymy za pomocą takich wskaźników, jak:
- saldo produktów ekologicznych;
 - ekspozycja kredytowa dla zielonej bankowości;
 - zmniejszenie liczby wydruków;
 - liczba użytych serwisów dla klientów z niepełnosprawnościami;
 - liczba pracowników z niepełnosprawnościami.

Nasze cele biznesowe realizujemy w sposób odpowiedzialny, przejrzysty i etyczny, biorąc pod uwagę potrzeby wszystkich grup interesariuszy. Wiemy, że osiągnięcie celów oraz rozwój i wzrost wartości są możliwe tylko



Program FReD

Realizację strategii w filarze Social Project wspiera program FReD stworzony w Grupie Crédit Agricole. Stymuluje on działania CSR we wszystkich obszarach banku. Pozwala też na monitorowanie działań i mierzenie postępów, a także porównywanie ich z działaniami i postępami innych spółek Grupy. FReD składa się z trzech filarów, w ramach których rokrocznie bank realizuje szereg projektów krótko-, średnio- i długoterminowych. Są to:

- FIDES – projekty compliance dotyczące poprawy i przejrzystości działań wobec klientów; ich celem jest wzmocnienie zaufania konsumentów;
- RESPECT – projekty skierowane do obecnych i przyszłych pracowników; ich celem jest przyniesienie korzyści społeczeństwu;
- DEMETER – działania wobec środowiska naturalnego i planety; ich celem jest ochrona środowiska.

Raz do roku zewnętrzny audytor sprawdza poziom realizacji poszczególnych projektów. Część wynagrodzenia kadry zarządzającej Grupy Crédit Agricole zależy od wyników programu FReD.

[GRI 103-2, GRI 103-3]



CSR jest elementem naszej strategii. Działania na rzecz otoczenia ujęliśmy w filarze Social Project. Aby osiągnąć wyznaczone cele, podejmujemy wiele inicjatyw, które są realizacją zobowiązań wobec społeczeństwa i środowiska.

wówczas, gdy jest to zgodne z interesami otoczenia. Dzięki takiemu podejściu budujemy długoterminowe relacje z interesariuszami.

Działania CSR poddajemy cyklicznej przeglądowi pod kątem zmieniających się oczekiwań interesariuszy, sytuacji rynkowej oraz wyzwań branżowych. Za realizację tego procesu odpowiada Biuro Komunikacji Korporacyjnej.

W Credit Agricole funkcjonuje Polityka CSR, która określa nasze podejście do CSR, klasyfikuje interesariuszy banku, opisuje zasady zarządzania CSR i budżetowanie. Planujemy zaktualizować ją w 2021 r.

Od 2020 r. działa w naszym banku grupa robocza CSR złożona z przedstawicieli różnych obszarów banku, kluczowych dla realizacji strategii Credit Agricole w filarze Social Project. Członkowie grupy spotykają się nie rzadziej niż raz na dwa miesiące i konsultują kwestie związane z CSR.

Od 2014 r. jesteśmy sygnatariuszem Deklaracji Odpowiedzialnego Biznesu Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej (CCIFP). Dokument, który dotychczas dobrowolnie podpisało prawie 100 firm, jest zobowiązaniem i potwierdzeniem, że spółka jest zarządzana zgodnie z zasadami transparentności, etyki, poszanowania dla człowieka i zasobów naturalnych.

Poprzez nasze działania aktywnie wspieramy też realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Więcej na ten temat na s. 78. ●

[GRI 102-12, GRI 103-2, GRI 103-3]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka społecznej odpowiedzialności biznesu Credit Agricole



INTERESARIUSZE BANKU

W Credit Agricole dużą wagę przykładamy do budowania relacji wewnętrznej organizacji i z jej otoczeniem. W procesie komunikacji niezwykle istotna jest właściwa identyfikacja grup tych interesariuszy, na których wpływa bank, oraz tych, którzy oddziałują na firmę. Mapę interesariuszy oraz identyfikację kluczowych grup opracowaliśmy w 2016 r. podczas spotkania grupy roboczej złożonej z przedstawicieli

różnych obszarów banku. Główni interesariusze naszego banku dzielą się na wewnętrznych i zewnętrznych. Do kluczowych interesariuszy banku należą klienci, pracownicy, społeczeństwo i środowisko naturalne. ●

[GRI 102-40, GRI 102-42]

INTERESARIUSZE

WEWNĘTRZNI

- PRACOWNICY
- RADA NADZORCZA
- AKCJONARIUSZ
- PRACOWNICY AKCJONARIUSZA

ZEWNĘTRZNI

- KLIENCI
- MEDIA
- WŁADZE
- REGULATORZY SEKTORA BANKOWEGO
- PARTNERZY HANDLOWI
- DOSTAWCY
- KONKURENCYJNE BANKI
- ŚRODOWISKO NATURALNE
- SPOŁECZEŃSTWO
(w tym rodziny pracowników, środowisko akademickie, społeczności lokalne i liderzy opinii)



Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka społecznej odpowiedzialności biznesu Credit Agricole





/1/

Wyzwania wobec interesariuszy

Weryfikując oczekiwania interesariuszy w odniesieniu do strategii banku, określiliśmy główne obszary oddziaływania Credit Agricole na zrównoważony rozwój ekonomiczny, społeczny i środowiskowy. W kwestii realizacji

- postulatów skoncentrowaliśmy się na kluczowych interesariuszach, odpowiadając na cztery pytania:
- Jak wpływamy na danego interesariusza?
 - Jakie wyzwania stoją przed nami?
 - Jakie mogą być nasze korzyści?
 - Jakie działania podejmujemy i możemy podejmować?

Wnioski wykorzystujemy w inicjatywach, które realizujemy w ramach naszej strategii w filarze Social Project. ●

[GRI 102-15]

	KLIENCI	PRACOWNICY	SPOŁECZEŃSTWO	ŚRODOWISKO NATURALNE
Jak wpływamy na danego interesariusza?	zapewnienie bezpieczeństwa powierzonych przez klientów środków, zindywidualizowane długoterminowe relacje, analiza potrzeb, odpowiedzialna sprzedaż	wzmacnianie zaangażowania pracowników, zapewnienie stabilności zatrudnienia i uczciwe wynagradzanie, umożliwienie utrzymania work-life balance	uwzględnienie potrzeb osób ze środowisk dyskryminowanych społecznie	zrównoważone wykorzystanie energii elektrycznej i materiałów biurowych, odpowiedzialne gospodarowanie odpadami
Jakie mogą być nasze korzyści?	zyskanie przewagi konkurencyjnej, jaką ma bank uważny, który słucha klientów i oferuje im produkty, których potrzebują	zwiększona efektywność pracy i lepsze wyniki biznesowe, reputacja dobrego pracodawcy	wpływ na rozwiązywanie problemów społecznych (np. walka z dyskryminacją i nierównością, wzrost poziomu wiedzy finansowej)	optymalizacja procesów w banku i związane z tym oszczędności energii, paliw, wody itd., zmniejszenie opłat za zanieczyszczanie środowiska
Jakie wyzwania stoją przed nami?	zapewnienie wysokiej jakości obsługi i zindywidualizowanego podejścia wobec rosnącej liczby klientów, zapewnienie poprawności działania procesów w banku oraz wprowadzanie usprawnień w odpowiedzi na potrzeby klientów	zwiększenie poziomu zaangażowania pracowników i ich identyfikacji z firmą i jej strategicznymi celami	zwiększenie aktywności i rozszerzenie skali oddziaływania	wdrożenie polityki środowiskowej oraz kompleksowego narzędzia do raportowania i monitorowania danych środowiskowych
Jakie działania podejmujemy i możemy podejmować?	zmiana standardów sprzedaży, usprawnienie procesów, usprawnienia w dostępie do usług w placówkach i poprzez kanały zdalne	realizacja programów promujących równowagę między życiem prywatnym i zawodowym (work-life balance), poprawa komunikacji z pracownikami	realizowanie projektów przeciwdziałających dyskryminacji oraz programów edukacyjnych	realizacja projektów na rzecz poprawy jakości powietrza, monitorowanie zużycia zasobów i wprowadzanie działań redukcyjnych, edukacja ekologiczna klientów i pracowników

/2/

Relacje z interesariuszami

Od lat Credit Agricole prowadzi aktywny dialog z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Dialog ten sprzyja wymianie pomysłów, wzajemnych oczekiwań i angażowaniu się we wspólne działania.

Dialog z interesariuszami

Celem dialogu z interesariuszami jest zbieranie opinii i rekomendacji dotyczących praktyk odpowiedzialnego biznesu oraz wskazówek dotyczących naszych działań społecznych i roli społecznej w regionie.

Dialog prowadzimy m.in. poprzez bezpośrednie spotkania z przedstawicielami interesariuszy. Co dwa lata zgodnie ze standardem AA1000SES (AccountAbility) organizujemy panele interesariuszy, aby poznać oczekiwania, rekomendacje oraz zaplanować działania CSR na kolejne lata. Ostatni panel odbył się w listopadzie 2019 r. W spotkaniu uczestniczyli przedstawiciele różnych grup interesariuszy: organizacji społecznych, organizacji ekologicznych, dostawców, środowiska akademickiego, spółek Grupy Crédit Agricole w Polsce oraz liderzy opinii, a w roli obserwatorów – członkowie Zarządu banku. Podczas tego panelu uczestnicy zgłosili kilkadziesiąt postulatów i oczekiwań wobec Credit Agricole w czterech głównych obszarach:

- wpływ banku na środowisko naturalne;
- wpływ banku na społeczności lokalne oraz zaangażowanie społeczne;
- polityka banku wobec pracowników, etyki i równości;
- postępowanie banku na rynku.

Większość postulatów uwzględniliśmy w naszej Strategii 2022. Bierzemy je też pod uwagę w naszych bieżących działaniach.

W Credit Agricole prowadzimy stale dialog z pracownikami. Jedną z jego form jest coroczne badanie zaangażowania, w którym określamy Wskaźnik Zaangażowania i Rekomendacji Pracowników (ERI). Jego wyniki pozwalają budować i wdrażać rozwiązania oparte na aktualnych i rzeczywistych potrzebach zespołów, a także sprawdzać skuteczność już podjętych działań. W tegorocznym badaniu wzięło udział 88 proc. pracowników (o 3 proc. więcej niż w ubiegłym roku). Nasz wskaźnik zaangażowania w pracę wyniósł 78 proc. (o 7 proc. więcej niż w 2019 r.).

W naszym banku nie funkcjonują układy zbiorowe.

[GRI 102-41, GRI 102-43, GRI 102-44, GRI 103-3]

Komunikacja z kluczowymi interesariuszami

W Credit Agricole przykładamy dużą wagę do komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, zwłaszcza z kluczowymi grupami interesariuszy: klientami, pracownikami i społeczeństwem. Skuteczna i efektywna komunikacja przekłada się na sprawność działania naszego banku i jest podstawowym warunkiem dobrych relacji z interesariuszami.

Komunikacja z klientami i społeczeństwem

Bardzo dbamy o komunikację z otoczeniem społecznym. Z naszymi obecnymi klientami kontaktujemy się głównie bezpośrednio w placówkach lub zdalnie poprzez CA24 Infolinię, CA24 SMSy, CA24 eBank, CA24 Mobile oraz stronę www, na której funkcjonuje formularz kontaktowy i od 2020 r. – czat. Komunikujemy się także przez media społecznościowe: Facebook, Instagram, LinkedIn, blog CAsfera.pl, YouTube, platformę Google Moja Firma oraz wiadomości e-mail. Więcej o komunikacji marketingowej na s. 41.



Dialog prowadzimy m.in. poprzez bezpośrednie spotkania z przedstawicielami interesariuszy. Co dwa lata zgodnie ze standardem AA1000SES organizujemy panele interesariuszy, aby poznać oczekiwania, rekomendacje oraz zaplanować działania CSR na kolejne lata.

Komunikacja z pracownikami

Komunikacja wewnętrzna wspiera realizację celów biznesowych. Zależy nam, by pracownicy byli zorientowani biznesowo, skupieni na priorytetach i efektywni, a jednocześnie mieli poczucie dumy, i wspólnoty. Dlatego zarówno informujemy ich o założeniach strategicznych, planach, działaniach czy wynikach, jak i podkreślamy rolę poszczególnych jednostek w osiągnięciu celów, mówimy o sukcesach, nagrodach i wspólnych przedsięwzięciach. Nasza codzienna komunikacja jest multikanalowa. Dbamy o to, by jak najlepiej wyeksponować dany temat, nadać mu atrakcyjną formę i przyciągnąć uwagę odbiorców. Dzięki otwartej i systematycznej komunikacji pracownicy rozumieją strategię firmy, wiedzą, w jaki sposób ich praca przyczynia się do jej realizacji oraz jakie są wyniki firmy. Poziom doinformowania pracowników jest z roku na rok coraz wyższy, co potwierdzają wyniki badania zaangażowania (Wskaźnik Zaangażowania i Rekomendacji Pracowników). ●



Nagroda Zarządu dla najlepszych pracowników

Od 20 lat Zarząd Credit Agricole wręcza nagrody ASa pracownikom, którzy w największym stopniu przyczynili się do realizacji celów biznesowych oraz reprezentują ważne dla banku wartości i postawy. Przyznanie nagrody jest docenieniem pracy poszczególnych osób i zespołów oraz wyróżnieniem postaw biznesowych przynoszących realne zmiany w banku. Nagrodę ASa otrzymują pracownicy zarówno sieci sprzedaży, jak i centrali. W tym roku ogłoszenie laureatów odbyło się online ze względu na warunki pandemiczne. Drugą nagrodą, którą mogą zdobyć wszyscy pracownicy banku za postawę, działania i projekty proklienckie, jest Nagroda Customer Champion. Więcej o tym na s. 38. ●

ZASADY ETYCZNE

W Credit Agricole przywiązujemy dużą wagę do przestrzegania zasad etycznych. Ich nieprzestrzeganie powoduje powstanie ryzyka reputacyjnego i ryzyka postępowania (ang. conduct risk). Ryzyko reputacyjne wiąże się z niespodziewanymi wydarzeniami, które mogą się niekorzystnie odbić na renomie banku. Należą do nich: konflikty interesów, oszustwa, spory sądowe. Ryzyko postępowania dotyczy ewentualnych strat, na jakie narażony jest bank w wyniku niewłaściwego świadczenia usług, w tym uchybienia lub zaniedbania.

Od 2017 r. funkcjonuje w naszym banku aktualny Kodeks etyki. Stanowi on podstawę naszego systemu norm i zasad etycznego postępowania, na których skutecznie budujemy łańcuch wewnętrzny. Obowiązuje on wszystkich pracowników banku, także członków organów statutowych oraz osoby zatrudnione w banku na podstawie umów cywilnoprawnych. Kodeks etyki oraz Karta etyki są dostępne na naszej stronie www oraz w intranecie. Każdy nowy pracownik zapoznaje się z Kodeksem etyki podczas szkoleń wstępnych i podpisuje związane z tym oświadczenie, archiwizowane wraz z jego dokumentami personalnymi w Pionie HR. Ponadto pracownicy muszą zapoznać się z Kodeksem etyki za każdym razem, gdy wprowadzimy w nim zmiany. Zarząd banku co jakiś czas weryfikuje i ocenia przestrzeganie Kodeksu etyki, aby dostosować go do zmieniającej się sytuacji wewnętrznej banku i otoczenia. Operacyjnie za jego aktualizację odpowiada Departament Compliance.

W banku obowiązuje też przyjęty przez całą Grupę Crédit Agricole Kodeks postępowania. Określa on nasze wartości oraz zasady działania

Procedury due diligence

W Credit Agricole mamy wiele polityk i procedur, które mają usprawnić funkcjonowanie naszego banku przy jednoczesnym pełnym zabezpieczeniu interesów wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy. Naszym celem jest doskonalenie wszelkich procesów, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Tworzenie transparentnych procedur i postępowanie zgodnie z wypracowanymi standardami pozwala nam budować relacje z klientami, dostawcami, pracownikami oraz pozostałymi interesariuszami z uwzględnieniem zasad odpowiedzialnego zarządzania biznesem. Nie tylko dostosowujemy nasze dokumenty do instytucjonalnych i rynkowych wymogów, ale też dbamy o dobro klientów. Do procedur due diligence należą:

- Kodeks etyki Credit Agricole (s. 27);
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole (s. 27);
- Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych (s. 46);
- Polityka antymobbingowa Credit Agricole (s. 62);
- Polityka ochrony danych osobowych Credit Agricole (s. 49);
- Procedura whistleblowing w Credit Agricole (s. 28);
- Polityka zakupowa Credit Agricole (s. 45);
- Regulamin przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu w Credit Agricole (s. 47). •

[GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 103-3]



w praktycznym ujęciu, tak aby były użyteczne w codziennej pracy. Jest rodzajem przewodnika, który wyjaśnia pracownikom obowiązki związane z funkcją, którą pełnią, obowiązujące zasady oraz standardy etycznego postępowania dotyczące m.in. relacji z klientami i dostawcami, kwestii społecznych i środowiskowych, przeciwdziałania korupcji, ochrony i reputacji banku i Grupy. Dokument przeznaczony jest dla wszystkich pracowników banku. Zarówno Kodeks etyki, jak i Kodeks postępowania dostępne są w języku polskim i angielskim.

W banku funkcjonują trzy obowiązkowe szkolenia z etyki dla wszystkich pracowników. Pierwsze wprowadza do etyki i kultury compliance. Drugie dotyczy przeciwdziałania korupcji, a ostatnie – poufności zgłaszania naruszeń whistleblowing. Każdy pracownik ma obowiązek ukończyć szkolenia w ciągu 14 dni od rozpoczęcia pracy i odnowić je raz na trzy lata. Realizację szkoleń regularnie monitoruje Departament Compliance.

W grudniu 2020 r. pracownicy banku mogli sprawdzić swoją wiedzę z zasad etycznych w teście przygotowanym przez Grupę Crédit Agricole. Wyniki testu będą podstawą do obliczenia wskaźnika świadomości etycznej pracowników Grupy, który będzie elementem raportu niefinansowego naszego akcjonariusza.

W 2021 r. planujemy zaktualizować kodeksy etyczne. Kodeks etyki i Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych chcemy również zredagować zgodnie z zasadami prostego języka. •

[GRI 102-15, GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 103-3]

/1/

Etyczne zachowanie pracowników

W Credit Agricole, wzorem naszego akcjonariusza, przywiązujemy dużą wagę do etycznego zachowania pracowników. Każdy pracownik ma obowiązek zgłaszać zaobserwowane przypadki naruszeń Kodeksu etyki



Ważnym dokumentem regulującym etyczne zachowanie pracowników jest Procedura whistleblowing, która określa zasady anonimowego zgłaszania naruszeń przepisów prawa i obowiązujących w banku procedur oraz standardów etycznych.

oraz Kodeksu postępowania do przełożonego lub bezpośrednio do compliance officera. Osoba, która dokonuje zgłoszenia, ma prawo do zachowania poufności. Informujemy naszych pracowników o dostępnych sposobach zgłaszania naruszeń już podczas szkoleń wstępnych dla nowo zatrudnionych pracowników. Ponadto każdy nowy pracownik otrzymuje e-mail od Departamentu Compliance z zestawem najważniejszych informacji dotyczących etyki i kultury compliance.

Ważnym dokumentem regulującym etyczne zachowanie pracowników jest Procedura whistleblowing, która określa zasady anonimowego zgłaszania naruszeń przepisów prawa i obowiązujących w banku procedur oraz standardów etycznych. Procedura jest dostępna w dwóch wersjach językowych (polska i angielska) w intranecie banku. Za bieżące funkcjonowanie procedury odpowiada prezes Zarządu. Regularnie przekazuje on Radzie Nadzorczej informację o otrzymanych zgłoszeniach naruszeń. Zgłoszenie można przesłać na skrzynkę e-mail bez podawania swoich danych osobowych (dostęp do skrzynki ma wyłącznie prezes Zarządu) lub poprzez system BKMS. System ten wprowadziliśmy w 2020 r. Pozwala on anonimowo

zgłosić naruszenie oraz założyć bezpieczną skrzynkę pocztową do kontaktu z koordynatorem postępowania. Procedura whistleblowing przewidywa także zgłoszenia naruszeń, które dotyczą członków Zarządu. Takie zgłoszenia przyjmuje Rada Nadzorcza. W tym celu funkcjonuje specjalna skrzynka e-mail, do której dostęp ma wyłącznie wyznaczony członek Rady Nadzorczej. W 2020 r. nie odnotowaliśmy żadnych zgłoszeń naruszenia, które dotyczyłyby postępowania członka Zarządu banku.

W banku prowadzimy obowiązkowe szkolenie z whistleblowing, dzięki któremu każdy może zapoznać się z zasadami zgłaszania naruszeń i obowiązującym trybem ich wyjaśniania.

W 2020 r. odnotowaliśmy 10 zgłoszeń za pośrednictwem kanału whistleblowing i 45 zapytań do compliance officera, które w większości były związane z praktycznym stosowaniem postanowień Kodeksu etyki. Pojawiały się też pytania dotyczące możliwości dodatkowego zatrudnienia, podejrzeń konfliktów interesów (w tym zatrudniania członków rodziny, wykonywania transakcji własnych, przyjmowania lub wręczania prezentów i innych korzyści). Compliance officer lub upoważnieni przez niego pracownicy Departamentu Compliance odpowiedzieli na wszystkie pytania.

Każdy pracownik banku może kontaktować się e-mailowo i telefonicznie z pracownikami Departamentu Compliance i compliance officerem (funkcję tę pełni dyrektor Departamentu Compliance) w języku polskim i angielskim w dni robocze od 9:00 do 17:00. •

[GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 103-3]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Kodeks etyki Credit Agricole
- Karta etyki Grupy Crédit Agricole
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole
- Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych
- Procedura whistleblowing w Credit Agricole
- Corpus FIDES – program zgodności
- Polityka zgodności w Credit Agricole



CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH

Credit Agricole należy do wielu organizacji branżowych oraz funkcjonujących poza branżą finansową. Od wielu lat aktywnie uczestniczymy m.in. w pracach Związku Banków Polskich (ZBP).

ZBP podejmuje i wspiera działania na rzecz rozwoju polskiej gospodarki w Unii Europejskiej oraz współpracy międzynarodowej, a także pełni funkcje konsultacyjno-doradcze w procesach legislacyjnych związanych z działalnością bankową. Bierzymy pod uwagę wypracowane w ZBP rekomendacje oraz uczestniczymy w wielu grupach roboczych skoncentrowanych na kwestiach szczególnie ważnych dla

klientów banku, dotyczących m.in. nowych regulacji na rynku finansowym, ochrony danych osobowych, PSD2, biometrii, przedterminowej spłaty kredytu, klauzul modyfikacyjnych, franka szwajcarskiego, COVID-19, programu „Czyste Powietrze”, e-mobility, elektronicznego obiegu dokumentów, automatyzacji Back Office, zwiększenia efektywności i bezpieczeństwa w warunkach pracy zdalnej, płatności transgranicznych, dyrektywy PAD, ujemnego oprocentowania oraz bancassurance. •

[GRI 102-13]



Cele Zrównoważonego Rozwoju, których realizację wspieramy przez inicjatywy opisane w tym rozdziale:



ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

BANK UNIWERSALNY ZORIENTOWANY NA KLIENTA

W Credit Agricole działamy w modelu bankowości uniwersalnej zorientowanej na klienta, opartej na ścisłej współpracy pomiędzy bankowością detaliczną a specjalistycznymi liniami biznesowymi – bankowością dla małych i średnich firm (SME), bankowością dla klientów agrobiznesowych oraz bankowością korporacyjną.

Zorientowanie na klienta oznacza, że staramy się słuchać naszych klientów z uwagą, aby dostarczać im to, czego potrzebują. Chcemy wyróżniać się na rynku budowaniem trwałych relacji z klientami, profesjonalnym i rzetelnym doradztwem oraz przyjazną obsługą. ●



OFERTA BANKU

1,64
mln

klientów obsługiwaliśmy
na koniec 2020 r.

Tworząc oraz rozwijając ofertę, wsłuchujemy się w potrzeby i bierzemy pod uwagę oczekiwania naszych klientów. Głównymi klientami naszego banku są klienci indywidualni, małe i średnie firmy, klienci agrobiznesowi oraz klienci korporacyjni. Na koniec 2020 r. obsługiwaliśmy 1,64 mln klientów. ●

[GRI 102-2, GRI 102-6]

OFERTA BANKU			
BANKOWOŚĆ DETALICZNA	BANKOWOŚĆ DLA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM	BANKOWOŚĆ DLA KLIENTÓW AGROBIZNESOWYCH	BANKOWOŚĆ KORPORACYJNA
Bankowość codzienna - Konta osobiste - Rachunki walutowe - Karty debetowe - Indywidualna linia kredytowa	Bankowość codzienna - Konta firmowe - Rachunki walutowe - Karty debetowe - Płatności Split Payment - Obsługa doradcy specjalizowanego	Bankowość codzienna - Konto Biznes/ Konto Agricole - Rachunki walutowe - Karty płatnicze - Obsługa Mobilnego Doradcy Agrobiznesowego	Bankowość transakcyjna - Rachunki bankowe - Karty charge - Depozyty tabelowe - Operacje bezgotówkowe: - przelewy (krajowe i zagraniczne) - identyfikacja płatności masowych - cash pooling (rzeczywisty i wirtualny) - konsolidacja sald - polecenie zapłaty - Operacje gotówkowe - MT101
Oszczędności - Lokaty terminowe - Lokaty dynamiczne - Programy systematycznego oszczędzania - Rachunki oszczędnościowe	Oszczędności i fundusze inwestycyjne - Lokaty terminowe i dynamiczne - Lokaty w walutach obcych - Rachunki Oszczędzam w PLN i walutach obcych - Fundusze inwestycyjne	Oszczędności i fundusze inwestycyjne - Lokaty terminowe i dynamiczne - Lokaty w walutach obcych - Rachunki Oszczędzam w PLN i walutach obcych - Fundusze inwestycyjne	Finansowanie handlu - Gwarancje bankowe - Akredytywy dokumentowe (w tym dyskonto) - Inkaso dokumentowe - Rachunki zastrzeżone i powiernicze - Linia na gwarancje/ regwarancje/ poręczenia i akredytywy - Finansowanie należności i forfaiting



BANKOWOŚĆ DETALICZNA	BANKOWOŚĆ DLA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM	BANKOWOŚĆ DLA KLIENTÓW AGROBIZNESOWYCH	BANKOWOŚĆ KORPORACYJNA
Produkty inwestycyjne - Fundusze inwestycyjne - Produkty ubezpieczeniowe z elementem inwestycyjnym - Doradztwo inwestycyjne - Indywidualne konto emerytalne - Indywidualne konto zabezpieczenia emerytalnego	Akceptacja kart - terminale płatnicze w tym program Polska Bezgotówkowa (z ELAVON)	Akceptacja kart - terminale płatnicze w tym program Polska Bezgotówkowa (z ELAVON)	Rynki finansowe Wymiana walut (FX Spot, FX Forward, FX Swap) Transakcje zabezpieczające ryzyko walutowe (FX Forward, NDF, Opcje walutowe) Transakcje zabezpieczające ryzyko stopy procentowej (FRA, IRS, CIRS) Produkty lokacyjne (lokaty terminowe, bony skarbowe, obligacje skarbowe)
Produkty kredytowe - Kredyty gotówkowe - Kredyty konsolidacyjne - Kredyty ratalne - Kredyty hipoteczne - Karty kredytowe	Finansowanie - Finansowanie bieżącej działalności gospodarczej - Finansowanie inwestycji - Kredyt rewolwingowy - Leasing - Faktoring	Finansowanie - Kredyt inwestycyjny Agro - Kredyt pomostowy - Kredyt na gospodarstwo rolne - Kredyt powitalny (konsolidacyjny) - Finansowanie cykliów produkcji rolnej - Kredyt Agro w rachunku bieżącym - Pożyczka Agro - Leasing	Finansowanie standardowe - Kredyt w rachunku bankowym - Kredyty obrotowe - Kredyty inwestycyjne
Ubezpieczenia - Na życie i zdrowie - Majątkowe - Zabezpieczające zobowiązania kredytowe - Assistance	Ubezpieczenia Ubezpieczenia dla firm	Ubezpieczenia - Na życie kredytobiorców - Ubezpieczenia upraw - OC posiadaczy pojazdów rolniczych - Ubezpieczenia mienia - Ubezpieczenia NNW - Ubezpieczenia Ochrony Prawnej	Bankowość inwestycyjna i finansowanie strukturalne - Finansowanie projektów - Kredyty konsorcjalne - Finansowanie nieruchomości

[GRI 102-2, GRI 102-6, GRI 102-7]



/1/

Oferta dla klientów indywidualnych

Bankowość codzienna (daily banking)

Konto dla Ciebie to flagowy produkt bankowości codziennej w Credit Agricole. Każdy klient w zależności od wieku, dochodu oraz oczekiwań może znaleźć pakiet, który najlepiej odpowiada jego potrzebom. Klient, niezależnie od pakietu, jaki wybierze, otrzymuje też kartę wielowalutową i dostęp do największego w Polsce Klubu Rabatowego.

Jako jeden z pierwszych banków na polskim rynku umożliwiliśmy klientom całkowicie zdalne zakładanie konta poprzez specjalną aplikację mobilną CA24 Otwórz Konto. To rozwiązanie cieszyło się dużą popularnością, szczególnie podczas okresu zwiększonej liczby zachorowań na COVID-19.

W trakcie pandemii koronawirusa wprowadziliśmy też program „Wsparcie dla Ciebie” oraz ofertę bezpłatnego konta dla pracowników służb medycznych i mundurowych. Więcej o wsparciu klientów podczas pandemii na s. 7.

Przez cały rok prowadziliśmy działania promujące Konto dla Ciebie, dzięki którym klienci mogli skorzystać z oferty przeniesienia konta z bonusem. W trakcie jesiennej kampanii kont klienci poza ofertą przeniesienia mieli do wyboru dwie dodatkowe oferty promocyjne. Mogli też skorzystać z wysoko oprocentowanego Rachunku Oszczędzamy. Nowością była promocja dla klientów w wieku od 13 do 18 lat. Specjalnie dla tej grupy poszerzyliśmy katalog kart z wizerunkiem, dodając do niego 11 kart nawiązujących do gier komputerowych.

W 2020 r. aktywnie wspieraliśmy też działania związane z polityką prorodinną. Klienci nadal mogli u nas złożyć wnioski o świadczenie wychowawcze 500+ oraz wyprawkę szkolną 300+ przez CA24 eBank. Z myślą o tej grupie rozszerzyliśmy programy systematycznego oszczędzania do 10 lat. Takie rozwiązanie mocno premiuje systematyczne oszczędzanie.

Natomiast dla młodych klientów stworzyliśmy nową odsłonę linii kredytowej z niższą minimalną kwotą limitu oraz niższą opłatą miesięczną. Ten produkt wspiera budowanie wiarygodności kredytowej klienta.

Karty kredytowe

Rok 2020 to czas istotnych zmian w obszarze kart kredytowych. Z jednej strony był to okres intensywnych działań zachęcających klientów do częstszego korzystania z kart, a z drugiej czas, w którym dużym wyzwaniem była nowa, pandemiczna rzeczywistość, w jakiej znalazł się cały sektor bankowy.

W ramach poprawy efektywności, a także aby odpowiedzieć na oczekiwania klientów związane z bezpieczeństwem, wprowadziliśmy zdalny proces finalizacji umowy o kartę. W tym samym celu wdrożyliśmy też „szyte na miarę” preakceptowane oferty dla kart kredytowych (oferty zarówno sprzedażowe, jak i podnoszenia limitów).

Poza tym mocno stawiamy na rozwój płatności alternatywnych.

100%

do tylu aktywów inwestuje
Amundi Stars Global Ecology ESG
w tytuły uczestnictwa funduszu
Amundi Funds Global Ecology ESG



W trakcie pandemii koronawirusa wprowadziliśmy też program *Wsparcie dla Ciebie* oraz ofertę bezpłatnego konta dla pracowników służb medycznych i mundurowych.

Kredyty

Rok 2020 to rok istotnych wyzwań związanych z okresem pandemii również w obszarze naszych kredytów. Aby zwiększyć bezpieczeństwo fizyczne klientów oraz czując się odpowiedzialnymi za ich sytuację finansową, skoncentrowaliśmy się na rozwoju zdalnych procesów udzielania kredytów. Umożliwiliśmy składanie wniosków kredytowych telefonicznie przy wsparciu pracowników placówek bankowych i podpisywanie umów kredytowych poprzez CA24 eBank i CA24 Mobile w standardowych procesach kredytowych. Poza tym dwukrotnie zwiększyliśmy liczbę klientów, dla których przygotowaliśmy ofertę preakceptowaną.

W specyficznych warunkach rynkowych zdecydowaliśmy też, aby częściej podejmować decyzje kredytowe, bazując na modelu indywidualnej decyzji. Wszystko po to, aby jeszcze bardziej dostosować naszą politykę do oczekiwań klientów w tym trudnym okresie.

Ubezpieczenia

W 2020 r. w obszarze bancassurance pracowaliśmy nad dalszym rozwojem oferty, poprawą doświadczenia klienta i istniejących produktów. W lipcu wdrożyliśmy nową wersję ubezpieczenia Pakiet Dom. Umożliwiliśmy też zdalne zawarcie umowy ubezpieczenia.

Produkty inwestycyjne

W lutym wdrożyliśmy usługę doradztwa inwestycyjnego portfelowego dla klientów detalicznych. Celem tej usługi jest pomoc w jak najlepszym dopasowaniu produktów inwestycyjnych do potrzeb klientów oraz pogłębienie wiedzy klientów na temat inwestycji.

W lipcu uruchomiliśmy dystrybucję czterech subfunduszy z parasola Amundi Stars SFIO. W skład parasola wchodzi: Amundi Stars Global Aggregate, Amundi Stars International Value, Amundi Stars Silver Age oraz Amundi Stars Global Ecology ESG inwestujący od 70 do 100 proc. aktywów w tytuły uczestnictwa zagranicznego funduszu Amundi Funds Global Ecology ESG. Więcej o tym subfunduszu na s. 67.

W grudniu wspólnie z Credit Agricole Życie Towarzystwo Ubezpieczeniowe wdrożyliśmy dwa nowe produkty emerytalne: Indywidualne Konto Emerytalne oraz Indywidualne Konto Zabezpieczenia Emerytalnego.

W 2020 r. zrealizowaliśmy cztery subskrypcje produktów ubezpieczeniowych z elementem inwestycyjnym, opartych na indeksach spółek wspierających ochronę środowiska. O „zielonych produktach” banku dla klientów indywidualnych na s. 67.

[GRI 102-2, GRI 102-6]

/2/

Oferta dla klientów indywidualnych w Consumer Finance

Kredyty ratalne oferowaliśmy w 2020 r. w sklepach stacjonarnych i w internecie, gdzie wartość naszej sprzedaży była trzykrotnie wyższa od ubiegłorocznej. Z sukcesem prowadziliśmy kampanie sezonowe wraz z wiodącymi markami w obszarach: dom i ogród oraz turystyka i wypoczynek. Naszych klientów zachęcaliśmy do skorzystania m.in. z oferty zakupu roweru z gratisowym ubezpieczeniem od kradzieży. Wspólnie z EFL rozwijaliśmy sprzedaż kredytów samochodowych w sieci dealerskiej Honda oraz stale powiększaliśmy grupę partnerów z rynku motoryzacyjnego. Poszerzyliśmy także zakres współpracy z wiodącymi sieciami handlowymi w kraju, dzięki czemu raty Credit Agricole pojawiły się m.in. w sieciach RTV EURO AGD oraz Media Expert. Ważnym obszarem naszej działalności było również szybkie reagowanie na potrzeby naszych partnerów związane z dynamicznie zmieniającą się sytuacją rynkową i stabilne wsparcie ich w prowadzonej działalności. W wewnętrznym badaniu satysfakcji partnerów CRI przeprowadzonym w październiku 2020 r. uzyskaliśmy wynik na poziomie 60 proc. (wzrost o 14 proc. w porównaniu z 2019 r.). O finansowaniu „zielonych technologii” w linii Consumer Finance na s. 67.

[GRI 102-2, GRI 102-6]

/3/

Oferta dla małych i średnich firm

Bankowość codzienna

W 2020 r. zmieniliśmy ofertę kont dla małych i średnich firm (SME), aby zaktualizować obecnych klientów oraz pozyskać nowych. Przy okazji chcieliśmy zachęcić klientów do korzystania z CA24 eBanku oraz CA24 Mobile. Zmieniliśmy najważniejsze opłaty związane z bankowością codzienną, np. opłatę miesięczną za prowadzenie konta firmowego oraz warunki zwolnienia z tej opłaty. Najbardziej aktywni klienci mogą liczyć na największe benefity, zgodnie z hasłem „Konto z benefitami, gdy korzystasz”. Wdrożyliśmy też opłaty abonamentowe w kontach na wybrane operacje. Zmiany niektórych opłat były związane z regulacjami dotyczącymi wyeliminowania opłat uznanych za niedozwolone. W tym zakresie zmieniły się również regulamin kont i wzorce umów. Podwyższyliśmy też niektóre opłaty za operacje wykonywane w kanałach tradycyjnych oraz opłaty za operacje papierowe wykonywane w placówkach.

Jedną z najważniejszych zmian w bankowości codziennej było udostępnienie klientom firmowym usługi paczek przelewów i wieloautoryzacji w nowym CA24 eBanku. W ramach zmienionej usługi paczek udostępniliśmy też nowe rodzaje przelewów (np. split payment) i nowe rodzaje wyciągów bankowych (np. MT940).

W 2020 r. dołączyliśmy do programu Tarczy Finansowej Polskiego Funduszu Rozwoju (s. 7).

Ponadto pracowaliśmy nad aplikacją mobilną do otwierania kont firmowych tak, aby mogło się to odbywać w każdym czasie i bez udziału doradcy. Wdrożyliśmy ją na początku 2021 r.



Pracowaliśmy nad rozwojem i wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań technologicznych i cyfrowych we wszystkich obszarach bankowości korporacyjnej.

Produkty kredytowe

W 2020 r. oferowaliśmy klientom kredyty inwestycyjne, w tym na finansowanie nieruchomości na rynku pierwotnym oraz wtórnym, kredyty w rachunku bieżącym oraz pożyczkę Biznes. Zmieniliśmy politykę cenową dla kredytów, aby dostosować się do regulacji „przedsiębiorca-konsument” oraz zwiększyć rentowność produktów. We współpracy z partnerami wdrożyliśmy też ofertę „zielonego kredytu” na zakup paneli fotowoltaicznych. Więcej o tym na s. 68. Dodatkowo w ramach wspólnych działań z EFL nasi doradcy oferowali klientom leasing. Dołączyliśmy też do grona banków, w których klienci firmowi i agrobiznesowi mogą ubiegać się o kredyt z gwarancją spłaty udzielaną przez Bank Gospodarstwa Krajowego (s. 7).

Ponadto rozwijaliśmy współpracę z firmą ELAVON w kwestii oferty terminali płatniczych, aby wypracować nowe rozwiązania techniczne i płatnicze, także dla korporacji, w ramach programu „Polska Bezgotówkowa”. Sprzedawaliśmy też kasy fiskalne w ofercie promocyjnej we współpracy z firmą ELZAB.

Ubezpieczenia

W ubiegłym roku kontynuowaliśmy sprzedaż produktów ubezpieczeniowych Towarzystwa Ubezpieczeń Concordia.

[GRI 102-2, GRI 102-6]

/4/

Oferta dla klientów agrobiznesowych

W 2020 r. zmieniliśmy politykę cenową w pakiecie Konta Agricole dla rolników indywidualnych. Klienci, którzy korzystają z finansowania swojej działalności rolniczej w naszym banku, mogą bezpłatnie założyć konto i kartę oraz skorzystać z przelewów w CA24 eBanku oraz w CA24 Mobile. W ten sposób chcemy zachęcić naszych kredytobiorców do wybrania oferty bankowości codziennej oraz częstszego korzystania z eBanku. Cały rok pracowaliśmy też nad aplikacją mobilną do otwierania konta dla rolników indywidualnych, którą wdrożyliśmy na początku 2021 r. Będzie to całkowicie zdalny proces. Odpowie on na potrzeby np. młodych rolników, którzy chcą być w 100 proc. zdalni i czuć się dobrze w samodzielnym bankowaniu.

Doradcy agrobiznesowi mieli do dyspozycji pełen wachlarz produktów kredytowych: kredyty obrotowe, kredyt w rachunku bieżącym w różnych formach w zależności od typu zabezpieczenia oraz kredyty na finansowanie inwestycji, w tym na nieruchomości rolne. Rozwijaliśmy też naszą aktywność w sprzedaży kredytu rewalwingowego, głównie we współpracy z partnerami – liderami produkcji rolnej, jak: trzoda chlewna, opasy, nawozy. W siódmym roku współpracy ze strategicznym partnerem Johnem Deere'em oferowaliśmy kredyt inwestycyjny na zakup maszyn i urządzeń rolniczych, czym zajmowało się 15 wyznaczonych do tego pracowników sieci sprzedaży.

W 2020 r. sprzedawaliśmy też ubezpieczenia upraw, maszyn i majątku rolników, oferowane przez Towarzystwo Ubezpieczeń Concordia.

[GRI 102-2, GRI 102-6]

/5/

Oferta dla klientów korporacyjnych

Ofertę banku uzupełniamy szeroki zakres usług świadczonych klientom korporacyjnym. Nasze doświadczenie i wiedzę z finansowania handlu, przeprowadzania transakcji na rynku finansowym, finansowania strukturyzowanego czy kredytowania oferujemy dużym przedsiębiorstwom lokalnym, francuskim i międzynarodowym z różnych branż. Świadczymy również usługi bankowości osobistej dla przedsiębiorców i ich rodzin.

Obecnie obsługujemy ponad tysiąc firm z takich branż, jak: rolnictwo i produkcja żywności, telekomunikacja i media, produkcja i dystrybucja energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych, meble i obróbka drewna, opieka zdrowotna i farmaceutyki, nieruchomości, transport, motoryzacja, produkcja przemysłowa i wiele innych.

Dzięki współpracy z innymi spółkami Grupy Crédit Agricole w Polsce oprócz usług bankowych oferujemy naszym klientom także rozwiązania z zakresu leasingu i faktoringu, ubezpieczeń i zarządzania aktywami.

W 2020 r. nasze działania koncentrowały się wokół wyzwań związanych z pandemią COVID-19. W tej trudnej sytuacji dążyliśmy do wzmacniania relacji z klientami korporacyjnymi opartych na partnerstwie i zaufaniu.

Pracowaliśmy nad rozwojem i wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań technologicznych i cyfrowych we wszystkich obszarach bankowości korporacyjnej. Choć naszym celem było przede wszystkim wsparcie zdalnego modelu pracy, to zależało nam też na zwiększeniu wydajności i wartości dodanej usług dla klientów. Wdrożyliśmy monitoring procesów, w tym ogólnych działań biznesowych, stanu akcji kredytowej czy harmonogramu otwierania rachunków. Wprowadziliśmy zmiany niezbędne do obsługi dokumentacji klientów w trybie zdalnym. Aby zapewnić kontrolę ryzyka, wdrożyliśmy specjalne wewnętrzne procedury monitorowania klientów korporacyjnych w czasie pandemii COVID-19, w tym m.in. monitorowania nietypowych zdarzeń związanych z ogólnym zachowaniem klientów oraz z wykorzystaniem produktów bankowych: kredytów, wypłat gotówkowych czy płatności wychodzących.

Uczestniczyliśmy też w programach pomocowych dla klientów korporacyjnych dotkniętych COVID-19 (s. 7).

W ubiegłym roku szczególną uwagę poświęciliśmy finansowaniu projektów przyjaznych środowisku naturalnemu i wsparciu klientów w procesie przejścia na zrównoważone źródła energii, zgodnie ze strategicznym zaangażowaniem banku w kwestie środowiskowe i społeczne, promującym postęp i zmiany. Więcej o tym na s. 68. ●

[GRI 102-2, GRI 102-6]



OBSŁUGA I DOŚWIADCZENIE KLIENTÓW



Zmieniają się trendy w kontaktach z klientami. Na znaczeniu zyskują kanały zdalne, które klienci coraz częściej wykorzystują, gdy wykonują bieżące operacje, np. wypłaty gotówki czy przelewy. Placówki zaczynają pełnić inną rolę niż dotąd. Klienci przychodzą do nich, aby porozmawiać z doradcą o swoich finansach czy poradzić się w kwestii produktów bankowych. Dla doradców to doskonała okazja do budowania relacji z klientami, poznania, zrozumienia i zaspokojenia ich potrzeb.

Kulturę jakości w Credit Agricole budujemy i rozwijamy zgodnie z podejściem „CARE. Zależy nam”. Jest to określony w naszym banku standard codziennej pracy i droga do rozwoju kompetencji doradców oraz sprzedaż produktów dopasowanych do potrzeb klientów. Budowanie i rozwijanie kultury jakości wspierają standardy sprzedaży i obsługi klientów. Prowadzimy również wiele działań, aby poprawić doświadczenia klientów w kontakcie z bankiem. Mierzmy też skłonność klientów do polecenia usług i produktów banku. Wykorzystujemy do tego wskaźnik CRI (inaczej NPS) monitorujący doświadczenia klientów.

/1/

Standardy sprzedaży i obsługi klientów

Kluczowym narzędziem pracy doradców w placówkach bankowych oraz na CA24 Infolinii są standardy współpracy z klientem. Jest to zbiór zasad i wskazówek dotyczących postaw, zachowań i umiejętności istotnych w relacji z klientem podczas sprzedaży produktów i codziennej obsługi. Szczególną uwagę zwracamy m.in. na etapy rozmowy sprzedażowej, wytyczne dotyczące zachowania poufności i dyskrecji oraz ochrony danych, zasady postępowania podczas reklamacji czy wskazówki dotyczące przywitania i pożegnania klienta.

Procesu sprzedaży dotyczy też Kodeks dobrej sprzedaży, który aktualizujemy zgodnie ze zmieniającymi się potrzebami i wytycznymi regulatorów. Określa on zasady sprzedaży produktów klientom indywidualnym oraz zasady budowania z nimi relacji opartej na uczciwości i etyce biznesu. Dzięki spisaniu i stosowaniu tych zasad w codziennej pracy zapewniamy klientom informacje niezbędne do podejmowania samodzielnych i świadomych decyzji przy zakupie produktów banku.

Dodatkowo w związku z COVID-19 wypracowaliśmy instrukcje oraz standardy postępowania w czasie pandemii, aby korzystanie z naszych usług było bezpieczne dla klientów i pracowników i zgodne z rządowymi zaleceniami sanitarnymi.

Wszystkie standardy na bieżąco aktualizujemy i rozwijamy w zależności od zmieniających się potrzeb i oczekiwań klientów, a także trendów w sektorze bankowym. Nieustannie sprawdzamy też, czy doradcy stosują się do standardów. Na CA24 Infolinii wdrożyliśmy proces oceny jakości obsługi Quick CARE. W kilkunastu placówkach zaczęliśmy testować ankietę w formie QR kodu, w której klient po wizycie w placówce ocenia jakość obsługi. Na bieżąco analizujemy też ankiety satysfakcji klientów po kontakcie z nami przez CA24 Infolinię, opinie po badaniu CRI oraz oceny i komentarze zamieszczone w Google My Business.

Ponadto regularnie rozwijamy i wspieramy doradców, podnosząc ich kompetencje w ramach licznych programów szkoleniowych. Więcej na ten temat na s. 54.

W 2021 r. będziemy kontynuować działania związane z jakością obsługi mające na celu zwiększenie satysfakcji klientów w kontaktach z naszym bankiem. Planujemy m.in. wprowadzić ocenę satysfakcji klienta we wszystkich kanałach zdalnych i standardowo stosować Quick CARE na CA24 Infolinii, aby zwiększyć zasięg tej formy oceny. Za pomocą ankiety QR kod chcemy również badać jakość obsługi klienta we wszystkich placówkach banku.



Wskaźnik CRI - Customer Recommendation Index (NPS)

Najważniejszym wskaźnikiem monitorującym doświadczenia klientów jest dla nas wskaźnik CRI (akronim od Customer Recommendation Index), inaczej NPS (akronim od Net Promoter Score). Mierzy on skłonność klientów do polecenia innym usług i produktów banku. W naszym wewnętrznym badaniu transakcyjnym NPS pozyskujemy opinie klientów z aktywnym kontem osobistym. Analizujemy powody konkretnych ocen i bierzemy pod uwagę informacje zwrotne, aby poprawiać elementy, z których klienci nie są zadowoleni. Dbamy też o to, aby wzmacniać te, które dobrze oceniają. Według badań firmy Kantar w czwartym kwartale 2020 r. zajmowaliśmy czwarte miejsce wśród najchętniej polecanych banków w Polsce. Na koniec roku w naszym wewnętrznym badaniu wskaźnik ten wyniósł 47, tak samo jak rok wcześniej. ●

/2/

Ścieżka i doświadczenie klientów

Doskonałość w relacjach z klientami to jeden z głównych filarów Strategii 2022 (s. 20). W 2020 r. promowaliśmy rozwój kultury proklienckiej. Rozpowszechnialiśmy opinie naszych klientów, zarówno te pozytywne, jak i negatywne, przy okazji promując projekty skupione wokół problemów klientów.

Powołaliśmy w naszym banku funkcję customer championa. Zadaniem osoby, która ją pełni, jest dbać o to, aby pracownicy uwzględniali w swojej pracy „głos” klienta. Znaleźliśmy też więcej customer championów. Taki tytuł otrzymują zwycięzcy konkursu Nagroda Customer Champion, w którym doceniamy ponadprzeciętne postawy i działania klientocentryczne naszych pracowników. Zorganizowaliśmy też Customer Experience Day, podczas którego rozmawialiśmy o trendach rynkowych, badaniach marketingowych oraz narzędziach wspierających pracę klientocentryczną i doskonalenie procesów.

Zrealizowaliśmy również projekt mapowania doświadczeń klientów i rozpoczynamy pracę ze ścieżkami klienckimi. Dzięki temu chcemy poprawić doświadczenia klientów w kontakcie z nami. W 2021 r. będziemy pracować nad mapowaniem kolejnych procesów oraz doskonaleniem tych, które już przeanalizowaliśmy.

W banku funkcjonuje Komitet Obsługi Klienta, który dba o poprawę doświadczeń klientów. To interdyscyplinarny zespół, który realizuje inicjatywy wynikające z „głosu” klientów. ●

[GRI 102-16]



Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Ja w relacji z klientem. Standardy współpracy z klientem.
- Kodeks dobrej sprzedaży
- Ja i klient w Contact Center. Standardy sprzedaży i obsługi klienta
- Standardy postępowania w okresie epidemii

OBSŁUGA KLIENTÓW Z NIEPEŁNO- SPRAWNOŚCIAMI

W Credit Agricole koncentrujemy się na komforcie klientów z niepełnosprawnościami oraz dbamy o odpowiednie podejście do nich naszych doradców. Zasady obsługi takich klientów reguluje procedura Obsługa klientów ze szczególnymi potrzebami. Także w innych obowiązujących w banku standardach zwracamy uwagę na osoby, które wymagają szczególnej uwagi i wsparcia.

Standardów obsługi klientów z niepełnosprawnościami uczymy podczas dwóch szkoleń dostępnych na platformie e-learningowej. Mogą się z nimi zapoznać wszyscy pracownicy banku. W 2020 r. wprowadziliśmy wiele usprawnień dla klientów z niepełnosprawnościami. Od początku roku doradcy w czasie kontaktu z klientami mogą się posłużyć systemem zdalnego tłumaczenia na polski język migowy (PJM) – MIGAM. Można z niego korzystać przez smartfony we wszystkich naszych placówkach, a także podczas rozmowy na CA24 Infolinii. Doradcy mogą połączyć się z nim natychmiast, gdy tylko zgłosi się do nich klient posługujący się PJM. Dziesięć placówek w największych miastach wyposażyliśmy też w pętle indukcyjne poprawiające jakość sygnału odbieranego przez aparaty słuchowe. W przyszłym roku będziemy instalować te urządzenia w kolejnych placówkach. Tłumaczymy na język migowy nasze reklamy i oferty i udostępniamy je w internecie. Przygotowaliśmy także specjalne komunikaty dla niesłyszących klientów. Informujemy w nich, na jakich zasadach mogą oni odroczyć spłatę kredytów oraz bezpiecznie bankować w czasie pandemii.

W wyszukiwarce placówek bankowych na naszej stronie www zastosowaliśmy filtry, które pozwalają klientom znaleźć placówki z dogodnieniami, jak: tłumacz PJM, podjazd dla wózków dziecięcych i inwalidzkich, kącik dla dziecka, dzwonek przywołujący doradcę do

pomocy przy wejściu do placówki, miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnościami i pętle indukcyjne.

Klienci ze szczególnymi potrzebami mogą od końca 2019 r. zamówić wydruki wzorów dokumentów bankowych zapisanych alfabetem Braille'a, wydruki z wielkością czcionki wygodną do czytania i dopasowaną do ich potrzeb, nagrania wizualne treści dokumentów w PJM lub ich nagrania audio.

W ramach wsparcia osób niesłyszących realizujemy program „Zamieniam się w słuch”. Więcej o nim na s. 73.

W 2021 r. – aby nadal rozwijać usługi i produkty z myślą o klientach ze szczególnymi potrzebami – m.in. stworzymy specjalną sekcję na stronie www. Planujemy też dostosować nasze systemy tak, aby ułatwić doradcom obsługę klientów, którzy zmagają się z różnymi niepełnosprawnościami.

/1/ Dostępność placówek banku

Na koniec grudnia 2020 r. mieliśmy 185 placówek bankowych dostępnych bez ograniczeń dla osób poruszających się na wózkach oraz 67 placówek dostępnych z ograniczeniami w postaci stopni wejściowych o wysokości powyżej 10 cm, wyposażonych w rozkładane szyny do wózków.

/2/ Dostępność bankomatów i wplatomatów

Na koniec 2020 r. 190 bankomatów i wplatomatów umieszczonych w placówkach naszego banku było wyposażonych w klawisze funkcyjne z napisami w alfabecie Braille'a. Były to urządzenia starszego typu, bez ekranu dotykowego. Urządzenia nowego typu, z ekranem dotykowym i bez fizycznych klawiszy, nie mają rozwiązań ułatwiających obsługę osobom z niepełnosprawnością wzrokową. Urządzenia te nie są naszą własnością, lecz należą do operatora zewnętrznego, dlatego nie mamy bezpośredniego wpływu na stosowane w nich rozwiązania. Zgłosiliśmy operatorowi potrzebę wyposażenia bankomatów i wplatomatów w funkcje przyjazne niewidomym i niedowidzącym klientom.

/3/ Dostępność strony www, CA24 eBanku i CA24 Mobile

Kwestia dostępności serwisów zdalnych dla osób z niepełnosprawnościami jest dla nas bardzo ważna i nieustannie nad nią pracujemy. Jeżeli chodzi o stronę www, bierzemy pod uwagę zgłoszenia klientów i na bieżąco wprowadzamy zmiany, stopniowo zwiększając dostępność elementów serwisu dla osób z niepełnosprawnościami. CA24 eBank rozwijamy tak, aby w przyszłości był w pełni zgodny ze standardem WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) 2.1. Od 2020 r. klienci, którzy mają problem ze wzrokiem, mogą wybrać wersję kontrastową, co przekłada się na polepszenie widoczności elementów w serwisie. CA24 Mobile jest w zdecydowanej większości zgodny ze standardem WCAG 2.0. •

[GRI 102-16]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- procedura Obsługa klientów ze szczególnymi potrzebami
- Polityka różnorodności Credit Agricole

USPRAWNIENIA DLA KLIENTÓW W PLACÓWKACH

100%



placówek
korzysta
z systemu
zdalnego
tłumaczenia
na PJM

185

placówek
dostępnych
dla osób
poruszających
się na wózkach



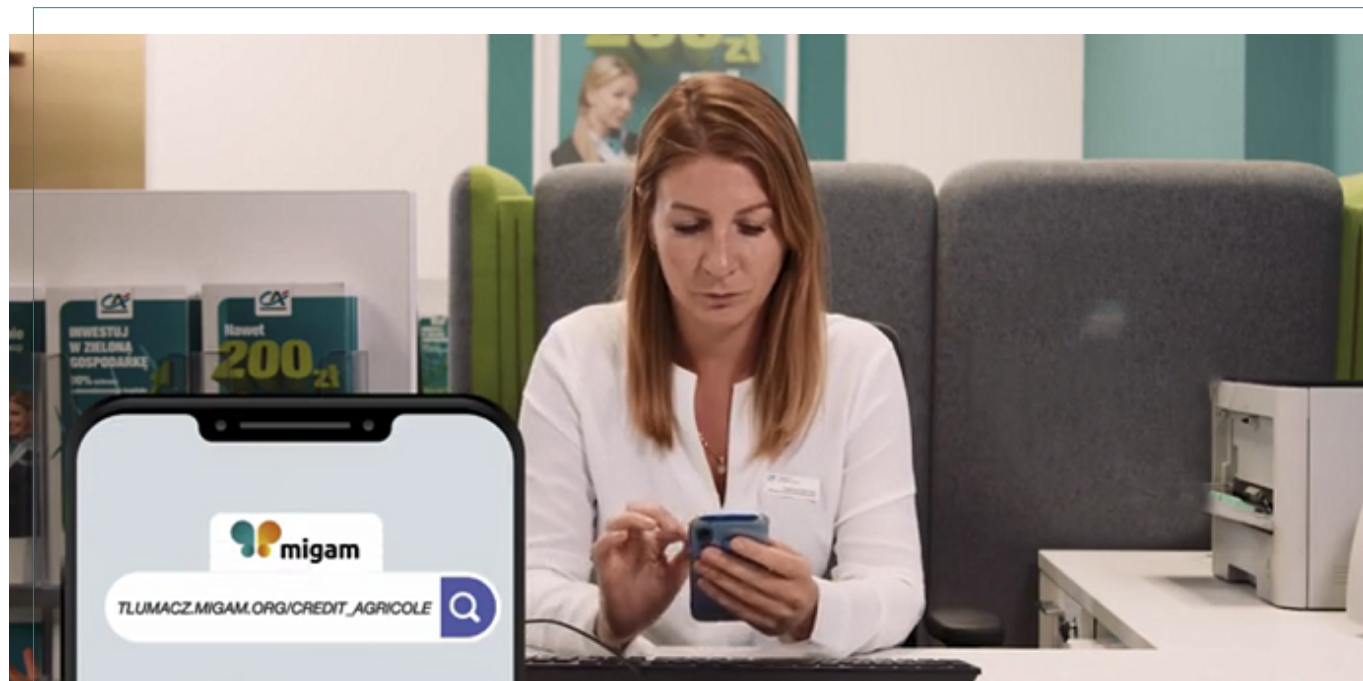
10



pętli
indukcyjnych
w wybranych
placówkach

190

bankomatów
i wplatomatów
z klawiszami
z napisami
w Braille'u



KOMUNIKACJA MARKETINGOWA

W 2020 r. w obliczu pandemii i lockdownu musieliśmy być jeszcze bardziej niż zwykle wyczuleni na nastroje i zmieniające się potrzeby naszych Klientów. Na pierwszy kwartał planowaliśmy kampanię konta, w której poza naszą ofertą mocno akcentowaliśmy kwestie związane z ograniczeniem użycia plastiku – #MniejPlastiku. W marcu, obserwując lęki związane z bezpieczeństwem zdrowotnym i finansowym, zmieniliśmy te plany, aby przygotować działania adekwatne do nowej sytuacji. W kwietniu ruszyliśmy z kampanią kredytu gotówkowego „Kredyt dla Ciebie. Tak się składa, że bez prowizji” z ofertą 0 proc. prowizji dla nowych klientów. Równolegle przygotowaliśmy szeroki wybór ofert i zasób informacji przydatnych klientom w tym czasie: „Wsparcie dla Seniora” (s. 7), „Bezpieczne bankowanie” i „Wsparcie dla Ciebie”.

Program „Wsparcie dla Ciebie” dla klientów indywidualnych obejmował cztery pakiety: „Twoje wakacje”, „Twoje oszczędzanie”, „Twój spokój finansowy” i „Twoje bezpieczne bankowanie” (więcej o „Wsparciu dla Ciebie” na s. 7). „Wsparcie dla Ciebie” dla klientów firmowych to przede wszystkim informacje na temat Tarczy Finansowej dla przedsiębiorców przygotowanej przez rząd. W tym samym czasie specjalną ofertę skierowaliśmy do pracowników służb medycznych i mundurowych. Docieraliśmy do nich online i przez pracowników naszej sieci sprzedaży z ofertą Konta dla Ciebie VIP na specjalnych warunkach i z ofertą kredytów. Od września ruszyliśmy z nową kampanią konta, w której zastosowaliśmy narrację uwzględniającą wyzwania, przed którymi staliśmy. W jednym ze spotów zachęcaliśmy do otwarcia Konta dla Ciebie w aplikacji, bez wychodzenia z domu, i do bezpiecznych płatności. W drugim – do ograniczenia konsumpcji i oszczędzania na Rachunku Oszczędzającym z wyjątkowym bonusem dla klientów, którzy otworzyli u nas konto. W okresie przedświątecznym razem z naszym partnerem Mastercard zachęcaliśmy klientów do korzystania z kart kredytowych i bezpiecznego kupowania online. W komunikacji marketingowej wszystkich produktów (konta, kredytów, a także np. ubezpieczeń, w ramach których udostępniliśmy ubezpieczenie-wy Pakiet Zdrowie obejmujący telefoniczne konsultacje z lekarzem)



W naszym banku od 2016 r. obowiązuje Kodeks etycznej reklamy. Reguluje on zasady komunikacji z klientem zgodnie z naszą orientacją na klienta i jego potrzeby.

Czytelne umowy i prosty język komunikacji



W 2020 r. pracowaliśmy nad przygotowaniem pierwszych dokumentów Credit Agricole, które miały otrzymać certyfikat prostej polszczyzny. Przyznaje go Uniwersytet Wrocławski. We wrześniu dostaliśmy certyfikat. To dowód, że nasze umowy i regulamin konta osobistego są napisane przystępnym językiem. Wprowadziliśmy je na początku 2021 r. Równolegle pracujemy nad certyfikacją kolejnych dokumentów (m.in. umowa limitu w koncie, dokumentacja bankowości elektronicznej). Chcemy, aby w perspektywie kilku najbliższych lat standard prostej polszczyzny dotyczył wszystkich momentów styku klientów z bankiem. Od dwóch lat wprowadzamy ją w komunikacji marketingowej do klientów i w innych obszarach w banku, także w wewnętrznej komunikacji. Promujemy ideę prostego języka wśród pracowników m.in. podczas ogólnodostępnych szkoleń. W 2021 r. chcemy skodyfikować standard prostego języka w banku. Stworzymy rodzaj polityki, która będzie opisywać język przekazów do klientów oraz komunikacji wewnętrznej. Planujemy, aby dokument uzupełniła księga zasad z praktycznymi przykładami stosowania prostego języka. ●

skupialiśmy się na tym, że nasza oferta jest adekwatna do aktualnych potrzeb klientów i łatwo dla nich dostępna – przez internet, przez telefon i w placówkach.

Kontynuujemy również nasze działania związane z upraszczaniem języka, mówieniem wprost do klienta w taki sposób, aby mógł zrozumieć nasze przekazy niezależnie od poziomu wiedzy finansowej. Staramy się też patrzeć z jego perspektywy, by lepiej poznać oczekiwania i na nie odpowiedzieć. Więcej na ten temat powyżej.

Ponieważ dbamy o najwyższą jakość przekazów reklamowych i usług, które świadczymy klientom, w naszym banku od 2016 r. obowiązuje Kodeks etycznej reklamy. Reguluje on zasady komunikacji z klientem zgodnie z naszą orientacją na klienta i jego potrzeby. ●

[GRI 102-16]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:



- procedura Tworzenie i opiniowanie materiałów reklamowych
- Kodeks etycznej reklamy

OBSŁUGA REKLAMACJI



Reklamacje klientów stanowią bazę wiedzy pomocną w usprawnianiu procesów. Za wyznaczenie i utrzymanie standardów obsługi reklamacji odpowiada w Credit Agricole Departament Rozwoju Jakości Obsługi Klienta (DRJOK), którego dyrektor pełni jednocześnie funkcję rzecznika klienta. W DRJOK i innych jednostkach rozpatrujących reklamacje weryfikujemy zgłoszone zdarzenia i w uzasadnionych przypadkach informujemy o tym jednostki odpowiedzialne za dany proces. Jeżeli zidentyfikujemy błąd, DRJOK uczestniczy w wypracowaniu rozwiązań. Ostateczną decyzję dotyczącą rozwiązania lub zaakceptowania ryzyka podejmuje jednak właściciel biznesowy danego obszaru.

Rok 2020 był przełomowym okresem w obszarze reklamacji, jeśli chodzi o innowacyjność. W procesie reklamacyjnym zaczęliśmy wykorzystywać roboty. Wdrożyliśmy także rozwiązania wykorzystujące sztuczną inteligencję do odczytywania nastrojów i potrzeb klientów. Wszystko po to, aby jak najszybciej odpowiadać klientom oraz spełniać ich wymagania. Celowi temu przyświecała również zmiana w procesie reklamacyjnym kładąca nacisk na wyjaśnianie wątpliwych dla klienta kwestii przez pracowników placówek oraz CA24 Infolinii w jego pierwszym kontakcie z bankiem.

Spośród wszystkich reklamacji, które odnotowaliśmy w 2020 r., 862 reklamacje bezpośrednio lub pośrednio dotyczyły kwestii prywatności klientów i ich danych osobowych. Wśród nich za zasadne uznaliśmy 209 reklamacji. Siedem reklamacji, z których dwie okazały się zasadne, zgłosiły instytucje zewnętrzne – Rzecznik Finansowy, Komisja Nadzoru Finansowego, Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych oraz Rzecznik Konsumentów. Wśród reklamacji uznanych za zasadne 61 (29 proc.) odnosiło się do dwóch incydentów wycieku danych klientów, jednego z grudnia

2019, a drugiego ze stycznia 2020. Pozostałe reklamacje dotyczyły głównie: zgłoszenia oszustwa lub wyłudzenia pożyczki lub kredytu (25 proc.), wykorzystania przez bank błędnych danych teleadresowych klientów (16 proc.) oraz niewłaściwego kontaktu marketingowego (8 proc.). Dbamy o profesjonalną obsługę reklamacji, zwłaszcza gdy odnoszą się one do ochrony danych osobowych klientów. W tej kwestii pozytywne decyzje podjęliśmy także wobec 30 proc. reklamacji nieuzasadnionych.

Poza wymienionymi reklamacjami odnotowaliśmy 3 491 zgłoszeń transakcji nieautoryzowanych. 31 proc. tych zgłoszeń uznaliśmy za zasadne. W zdecydowanej większości były to fraudy związane z transakcjami kartowymi.

W 2021 r. planujemy rozszerzać w obszarze reklamacji zastosowanie sztucznej inteligencji i robotyzacji. ●

[GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 418-1]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:



- procedura Obsługa w centrali reklamacji wnoszonych przez klientów oraz za pośrednictwem instytucji zewnętrznych
- procedura Obsługa reklamacji i sporów EMIR zgłaszanych przez klientów bankowości korporacyjnej
- przewodnik Zarządzanie nieprawidłowościami zidentyfikowanymi podczas rozpatrywania reklamacji klientów



Cele Zrównoważonego Rozwoju, których realizację wspieramy przez inicjatywy opisane w tym rozdziale:



UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

RELACJE Z DOSTAWCAMI

W Credit Agricole ważne są dla nas partnerskie i transparentne relacje z naszymi dostawcami. Zależy nam również na tym, aby nasi dostawcy byli odpowiedzialni i uwzględniali w swojej działalności potrzeby społeczne i środowiskowe. Dlatego przyjęliśmy i na co dzień stosujemy jednolite i spójne reguły działania opisane w Polityce zakupowej i Procedurze zakupowej.

/1/

Proces zakupowy

W 2020 r., tak jak w latach ubiegłych, elementem wszystkich procesów zakupowych zrealizowanych w banku była ankieta CSR, którą musieli wypełnić oferenci, aby wziąć udział w przetargach. Oferenci odpowiadali na pytania z obszarów: organizacja, miejsce pracy, rynek i klienci, społeczeństwo i środowisko. W ten sposób ocenialiśmy wszystkich potencjalnych dostawców pod kątem spełnienia kryteriów środowiskowych oraz kryteriów praktyk zatrudniania, praw człowieka i oddziaływania na społeczeństwo. Wyniki ankiety miały wpływ na końcowy efekt przetargów.

W ubiegłym roku, prowadząc procesy zakupowe, zwracaliśmy szczególną uwagę na kwestie dotyczące ochrony środowiska, co przełożyło się na wybór dostawców. Na przykład przy okazji zamawiania artykułów biurowych wybraliśmy do współpracy firmę, która w swojej ofercie miała największy udział artykułów ekologicznych. Na etapie postępowania zakupowego określiliśmy także dodatkowe kryterium, którym był wymóg certyfikacji środowiskowej (ISO/EMAS).

W 2021 r. chcemy podnieść wagę wpływu społecznego i środowiskowego oferentów w procesie oceny dostawców oraz rozwijać narzędzia związane z oceną dostawców, co ma się przyczynić do realizacji naszych planów związanych z ograniczeniem emisji CO₂. Więcej o tym na s. 65.

[GRI 308-1, GRI 414-1]

/2/

Zarządzanie łańcuchem dostaw

Skuteczne i odpowiedzialne zarządzanie łańcuchem dostaw jest istotne dla każdej firmy, zwłaszcza działającej w branży finansowej. Łańcuch dostaw w Credit Agricole obejmuje dostawców usługi i produktu oraz ich odbiorców. W naszym banku stosujemy wiele narzędzi, które pomagają nam zarządzać łańcuchem dostaw. Działamy według następujących zasad:



W 2020 r., tak jak w latach ubiegłych, elementem wszystkich procesów zakupowych zrealizowanych w banku była ankieta CSR, którą musieli wypełnić oferenci, aby wziąć udział w przetargach.

- potrzeby zakupowe zaspokajamy na bazie umów ramowych, którymi zarządzają jednostki organizacyjne naszego banku odpowiedzialne merytorycznie za daną kategorię;
- gdy nie ma umowy lub gdy jest ona bliska wygaśnięcia, dana jednostka organizacyjna zleca jednostce zakupowej przeprowadzenie procesu zakupowego; w jego wyniku podpisujemy umowę z dostawcą lub składamy jednorazowe zamówienie;
- umową zarządza odpowiednia merytorycznie jednostka;
- współpracę z dostawcą okresowo oceniamy w oparciu o obowiązujące zasady;
- proces zakupowy dokumentujemy, archiwizujemy i poddajemy audytowi;
- w banku działa platforma zakupowa do obsługi procesów zakupowych i komunikacji z dostawcami; jest to zautomatyzowana aplikacja, która optymalizuje i przyspiesza naszą interakcję z dostawcami.

W 2020 r. nie odnotowaliśmy znaczących zmian w łańcuchu dostaw. Oceniliśmy ponad 150 dostawców pod kątem praktyk zatrudniania. Nie zidentyfikowaliśmy też żadnych dostawców mających rzeczywisty lub potencjalny negatywny wpływ na praktyki zatrudniania w łańcuchu dostaw. ●

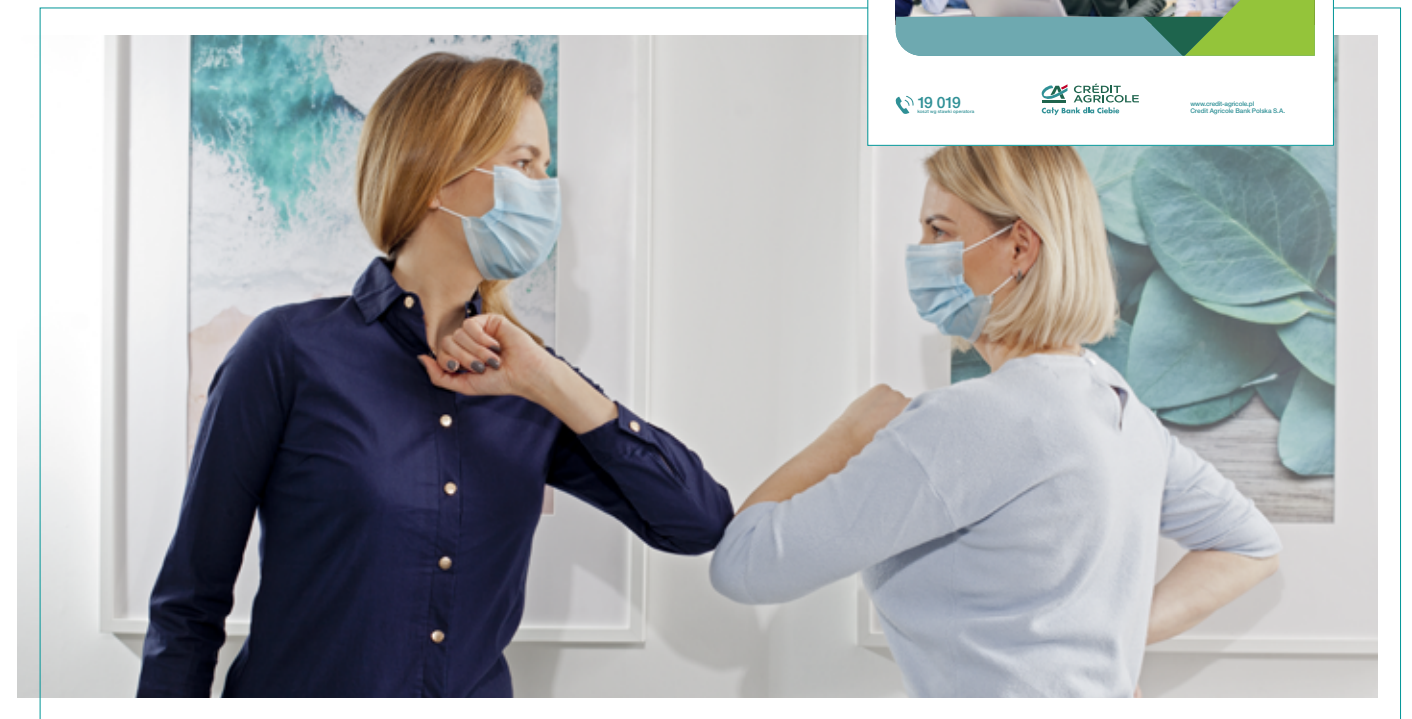
[GRI 102-9, GRI 102-10, GRI 414-2]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka zakupowa Credit Agricole
- procedura Zakupy w Credit Agricole



RELACJE Z PARTNERAMI BIZNESOWYMI



W Credit Agricole dążymy do tego, aby współpraca z partnerami biznesowymi bazowała na wspólnym systemie wartości oraz takich samych zasadach prowadzenia społecznie odpowiedzialnego i etycznego biznesu.

Ryzyko dotyczące relacji z partnerami biznesowymi bezpośrednio przekłada się na ryzyko reputacyjne banku, jak i ryzyko postępowania - ang. conduct risk (s. 27).

Od 2017 r. obowiązuje u nas Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych włączany do istniejących i nowo zawieranych umów z partnerami handlowymi i dostawcami. Kodeks jest również dostępny na stronie www banku w polskiej i angielskiej wersji językowej. Oczekujemy, że nasi partnerzy biznesowi będą przestrzegać norm etycznych wynikających z Kodeksu nie tylko w relacjach z nami, lecz także w relacjach z innymi klientami.

Jeśli partner zaobserwuje naruszenie przez pracownika banku zasad i standardów postępowania wynikających z Kodeksu, powinien niezwłocznie to zgłosić poprzez przeznaczony do tego celu adres e-mail lub system zgłaszania naruszeń BKMS. Departament Compliance odpowiada za bieżące funkcjonowanie skrzynki oraz wyjaśnianie otrzymywanych zgłoszeń. Nie tolerujemy jakichkolwiek przejawów dyskryminacji wobec osób zgłaszających naruszenia zasad zawartych w Kodeksie.



Pod koniec 2020 r. do wzorca umów z partnerami dodaliśmy też klauzule dotyczące sankcji międzynarodowych, przestrzegania praw człowieka, ochrony środowiska naturalnego, walki z korupcją i praktyk antykonkurencyjnych. Na ich podstawie, zanim nawiążemy relacje z partnerami, analizujemy zgodnie z zasadą należytej staranności (due diligence) informacje i dokumenty, które zgromadziliśmy o partnerze. Służy to ocenie ryzyka wynikającego z relacji oraz ochronie reputacji banku. ●

[GRI 102-16, GRI 102-17]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych
- Kodeks etyki Credit Agricole
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole
- Polityka zgodności w Credit Agricole



PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI



W Grupie Crédit Agricole obowiązuje generalny zakaz korupcji. Ryzyko korupcji przekłada się bezpośrednio na ryzyko reputacyjne banku, jak i ryzyko postępowania (ang. conduct risk).

Polityka przeciwdziałania korupcji, która funkcjonuje u nas od 2013 r., łączy podstawowe zasady przeciwdziałania korupcji mające zastosowanie w działalności banku. Polityka określa ramy systemu przeciwdziałania korupcji, precyzuje definicje oraz wskazuje zasady odpowiedzialności dyscyplinarnej za nieprzestrzeganie postanowień Polityki. Wprowadza również obowiązek prowadzenia odpowiedniej dokumentacji. Wskazuje obszary szczególnie wrażliwe na czynności korupcyjne. Zawiera wskazówki, jak postąpić w razie zaobserwowania zachowania, które może nosić znamiona działalności korupcyjnej. Wszelkie pytania dotyczące Polityki pracownicy banku mogą kierować do Departamentu Compliance.

System przeciwdziałania korupcji w banku bazuje na ośmiu filarach. Są to: mapowanie ryzyka korupcji w procesach biznesowych, wdrożenie kodeksu przeciwdziałania korupcji, wdrożenie systemu do zgłaszania naruszeń whistleblowing, ocena stron trzecich due diligence, kontrole księgowe, szkolenie, system dyscyplinarny oraz kontrola wewnętrzna/samoocena. Posiadamy certyfikat zgodności z międzynarodową normą ISO 37001 w zakresie przeciwdziałania korupcji. Zarząd banku corocznie przeprowadza przegląd systemu przeciwdziałania korupcji pod kątem oceny skuteczności jego działania oraz redukcji ryzyka w procesach najbardziej narażonych na ryzyko korupcji.

Poza Polityką uwzględniamy w banku zasady i standardy opracowane przez Grupę Crédit Agricole, opisane w Kodeksie postępowania. Kodeks zawiera m.in. wytyczne dotyczące przeciwdziałania korupcyjnym

płatnościom czy przeciwdziałania handlowi wpływami i związkom z pracownikami administracji publicznej. Ponadto precyzuje on zasady dotyczące konfliktu interesów, prezentów i zaproszeń, lobbingu i finansowania partii politycznych, akcji charytatywnych i sponsoringu.

W 2020 r. przeprowadziliśmy weryfikację obszarów narażonych na wystąpienie ryzyka korupcji. W efekcie powstała tzw. mapa ryzyka korupcji, która zawiera informacje o obszarach narażonych na wystąpienie ryzyka korupcji oraz ich ocenę. Kontynuowaliśmy też obowiązkowe szkolenia dla pracowników oraz partnerów biznesowych. W ubiegłym roku nie zidentyfikowaliśmy żadnego przypadku korupcji. ●

[GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 205-3]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:



- Polityka przeciwdziałania korupcji w Credit Agricole
- Kodeks etyki Credit Agricole
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole (zawiera Kodeks przeciwdziałania korupcji)
- Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych
- Procedura whistleblowing w Credit Agricole
- Procedura Mapowanie ryzyka korupcji
- Regulamin przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu w Credit Agricole

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM NIEFINANSOWYM



W Credit Agricole identyfikujemy wiele ryzyk niefinansowych, m.in. ryzyko klimatyczne (s. 65), ryzyko postępowania (s. 27), ryzyko reputacyjne (s. 27), ryzyko prawne (s. 50) czy ryzyko związane z ochroną danych osobowych (s. 49) lub bezpieczeństwem informacji (s. 49). Poszczególne rodzaje ryzyk omawiamy w rozdziałach dotyczących obszarów, z którymi wiąże się dane ryzyko.

Jednym z kluczowych ryzyk niefinansowych jest ryzyko operacyjne. Definiujemy je jako możliwość potencjalnej straty wynikającej z nieodpowiednich lub niedziałających procesów wewnętrznych, działania ludzi lub systemów lub zdarzeń zewnętrznych. Definicja ryzyka operacyjnego obejmuje również ryzyko prawne. Zgodnie z metodologią Komitetu Bazylejskiego Nadzoru Bankowego identyfikujemy siedem kategorii ryzyka operacyjnego: oszustwo wewnętrzne, oszustwo zewnętrzne, praktyki zatrudnienia i bezpieczeństwo w miejscu pracy, klienci, produkty i praktyki biznesowe, szkoda na aktywach rzeczowych, zakłócenia w działalności i awarie systemów oraz zarządzanie realizacją, dostawą i procesem.

Podejmujemy wiele działań na rzecz identyfikacji ryzyk związanych z charakterem prowadzonej działalności i przeciwdziałania ich skutkom. Stale analizujemy ryzyko operacyjne, które uwzględnia czynniki społeczne i środowiskowe. System zarządzania ryzykiem operacyjnym w naszym banku obejmuje identyfikację ryzyka, jego szacowanie, pomiar, monitoring, kontrolę i raportowanie. Napotykać istotne lub nieakceptowalne ryzyko, podejmujemy działania naprawcze lub prewencyjne, które mają je ograniczyć. Regularnie kontrolujemy wdrożenie tych działań, aby ocenić ich skuteczność.

Zgodnie z przepisami polskiego prawa oraz regulacjami, na podstawie których musi działać Grupa Crédit Agricole, utrzymujemy środki

chroniące przed konsekwencjami strat operacyjnych. Ryzyko operacyjne jest w pełni pokryte wymogami kapitałowymi.

W naszym banku funkcjonuje procesowe podejście do zarządzania ryzykiem operacyjnym. Określiśmy poszczególne szczeble zarządzania tym rodzajem ryzyka oraz zakresy obowiązków i odpowiedzialności, od poziomu podstawowego stanowiska pracy aż do Rady Nadzorczej. Zarząd banku zaprojektował i wprowadził system zarządzania ryzykiem, który podlega kontroli Rady Nadzorczej. Z kolei pracowników systematycznie szkolimy z ryzyka operacyjnego z uwzględnieniem zasad przeciwdziałania nadużyciom oraz ochrony środków i danych klientów.

W 2020 r. koncentrowaliśmy się na ryzyku prawnym, ryzyku postępowania, obszarze fraudów, w tym fraudów transakcyjnych, obszarze technologii informacyjnych oraz obszarze zarządzania ciągłością działania. ●

[GRI 102-15]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:



- Polityka zarządzania ryzykiem operacyjnym w Credit Agricole
- procedura Zarządzanie ryzykiem operacyjnym z wykorzystaniem kluczowych wskaźników ryzyka
- procedura Raportowanie zdarzeń oraz strat operacyjnych w Credit Agricole

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

Ochrona danych osobowych jest jednym z kluczowych aspektów budowania zaufania i relacji między Credit Agricole a klientami i pracownikami. Od ponad dwóch lat stosujemy przepisy Rozporządzenia o ochronie danych osobowych (RODO). Ma ono na celu ochronę podstawowych praw i wolności osób fizycznych, w szczególności prawa do ochrony danych osobowych. Kontrolujemy ten obszar, aby zapobiegać ryzykom. Główne ryzyka, które zidentyfikowaliśmy, to przestrzeganie prawidłowości przetwarzania danych zgodnie z regułami ich przechowywania i zakresem oraz ich aktualizacja. Wyzwaniem jest skuteczne przekazywanie klientom obowiązków informacyjnych w obszarze RODO, aby przede wszystkim były zrozumiałe, mimo że regulacja wymaga bardzo rozbudowanej treści.

W banku funkcjonuje Polityka ochrony danych osobowych, która opisuje sposób przetwarzania danych oraz środki techniczne i organizacyjne zapewniające bezpieczeństwo przetwarzanych danych. W naszych działaniach kierujemy się również obowiązującymi w całej Grupie Crédit Agricole wartościami dotyczącymi korzystania z danych osobowych klientów i pracowników.

Przepisy RODO przyznały każdej osobie fizycznej prawa, z których klienci aktywnie korzystają. Świadczy o tym znaczna liczba ich wniosków m.in. o dostęp do danych, wycofanie zgody marketingowej czy usunięcie danych przez bank. Liczba wniosków w 2020 r. wyniosła 2 843.

W 2018 r. powołaliśmy inspektora ochrony danych (IOD), który zajmuje się m.in. informowaniem pracowników o ich obowiązkach

dotyczących ochrony danych osobowych i doradztwa w tym obszarze. Jedną z najważniejszych misji inspektora jest też uświadamianie pracowników, jakie wymogi RODO nakłada na bank. Wpływa to bowiem na zachowanie terminowości i należytej staranności przy obsłudze klientów.

W 2021 r. będziemy pracowali nad automatyzacją procesów z obszaru ochrony danych osobowych. W pierwszej kolejności będzie to proces utrzymywania rejestru czynności przetwarzania danych, a także zarządzania naruszeniami. Nadal będziemy usprawniać wszystkie działania związane z przetwarzaniem danych i pracować nad czytelnością i prostotą naszych obowiązków informacyjnych. Będziemy też sprawdzać, czy wszystkie nasze procesy są dostosowane do zmieniających się regulacji. ●

[102-16, GRI 102-17]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka ochrony danych osobowych Credit Agricole



BEZPIECZEŃSTWO INFORMACJI

W Credit Agricole dużą wagę przywiązujemy do bezpieczeństwa informacji. Aby je promować wśród pracowników i klientów banku, Biuro Bezpieczeństwa Informacji (BBI) wciąż podejmuje nowe inicjatywy, które mają na celu uświadamianie znaczenia bezpieczeństwa w życiu zawodowym i prywatnym.

W 2020 r. skupiliśmy się na ryzyku związanym z pracą zdalną. Zadbaliśmy o to, aby nowe i modyfikowane procedury związane z obsługą klienta w warunkach pandemii były bezpieczne dla banku, a zarazem minimalizowały kontakty bezpośrednie w placówce. Pandemia wymogła na nas zmianę stylu pracy. Musieliśmy więc edukować pracowników w tej kwestii, aby ograniczyć ryzyka związane z pracą zdalną.

Kolejnym dużym wyzwaniem był znowelizowany komunikat KNF dotyczący przetwarzania przez podmioty nadzorowane informacji w chmurze obliczeniowej publicznej lub hybrydowej. Byliśmy odpowiedzialni za zainwentaryzowanie informacji przetwarzanych w takim modelu i kategorii przetwarzanych danych oraz analizę ryzyka związaną z użyciem chmury.

W 2020 r. kontynuowaliśmy też działania w kampanii informacyjnej ZBP „Bankowcy dla Edukacji”, w której bierze udział ponad 20 banków.

Kampania dotyczy edukacji finansowej, ale jej najważniejsze aspekty to cyberbezpieczeństwo i ochrona tożsamości.

W ubiegłym roku w ramach procesu onboardingu prowadziliśmy też panel związany w bezpieczeństwem informacji dla nowo zatrudnionych pracowników. Tematykę tę, w tym Siedem złotych reguł bezpieczeństwa, promowaliśmy na bieżąco wśród pozostałych pracowników. ●

[GRI 102-12]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka bezpieczeństwa informacji dla Credit Agricole
- poradnik ABC bezpieczeństwa informacji
- Siedem złotych reguł bezpieczeństwa dla pracowników



ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI



W Credit Agricole dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić pełną zgodność działalności banku z obowiązującymi normami i przepisami prawa, a także zasadami etyki. Na bieżąco śledzimy nowe regulacje i informujemy o nich pracowników banku. Departament Prawny regularnie organizuje spotkania edukacyjne nazywane Akademią Prawa, a także briefingi legislacyjne. Przygotowuje też alerty prawne o ważnych dla banku regulacjach i aktach prawnych, które wkrótce wejdą w życie. Dzięki temu zainteresowane jednostki banku mają czas na zaplanowanie i przygotowanie zmian oraz ograniczenie ryzyka prawnego.

Ponadto przedstawiciele banku angażują się w prace zespołów i grup roboczych organizowanych w ramach ZBP (s. 28). Dzięki temu wymieniamy doświadczenia z innymi bankami i zwiększamy w ten sposób nasze bezpieczeństwo prawne.

W 2020 r. na nasz bank nie zostały nałożone kary finansowe z tytułu niezgodności z prawem dotyczących informacji i oznakowania produktów i usług, komunikacji marketingowej oraz regulacji społeczno-ekonomicznych. ●

[GRI 417-2, GRI 417-3, GRI 419-1]



Przedstawiciele banku angażują się w prace zespołów i grup roboczych organizowanych w ramach ZBP.

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- procedura Monitoring, sygnalizacja oraz wdrażanie zmian przepisów prawa i innych regulacji





Cele Zrównoważonego Rozwoju, których realizację wspieramy przez inicjatywy opisane w tym rozdziale:



PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

PRACOWNICY BANKU

Pracownicy są fundamentalnym ogniwem funkcjonowania naszego banku. Na koniec 2020 r. w Credit Agricole pracowało 4 550 osób zatrudnionych na umowę o pracę, w tym 3 246 (71 proc.) kobiet i 1 304 (29 proc.) mężczyzn. 4 331 osób (95 proc.) pracowało na pełny etat, a 3 652 (80 proc.) na umowę na czas nieokreślony. 2 178 osób pracowało w centrali banku, a 2 372 w sieci sprzedaży.

W 2020 r. zatrudniliśmy w banku 573 nowych pracowników, a odeszły 772 osoby.

Osoby samozatrudnione to w banku pojedyncze przypadki. Znaczącą część pracy wykonują pracownicy etatowi.

Bank z definicji nie jest przedsiębiorcą prowadzącym działalność sezonową, w związku z czym zatrudnienie podczas całego roku utrzymujemy na stałym poziomie. ●

Tabele Pracownicy na umowach o pracę w podziale na rodzaj umowy i wymiar etatu, Pracownicy w podziale na regiony i Rotacja pracowników dostępne są na s. 81-82.

[GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1]



PRACOWNICY W LICZBACH

4 550

osób
zatrudnionych
na umowę
o pracę



71%

kobiet

29%

mężczyzn



573

nowych osób
zatrudnionych w 2020 r.

ROZWÓJ PRACOWNIKÓW



W Credit Agricole przykładamy dużą wagę do rozwoju pracowników już od pierwszego dnia ich pracy.

Każdy nowo zatrudniony pracownik uczestniczy w programie adaptacyjnym obejmującym spotkania z reprezentantami różnych obszarów banku, którzy przedstawiają różne aspekty jego funkcjonowania, m.in. założenia strategii banku, sprawy pracownicze, komunikację wewnętrzną i zewnętrzną.

W dalszym okresie zatrudnienia wszyscy pracownicy mogą uczestniczyć w szkoleniach wewnętrznych i zewnętrznych z różnych obszarów i tematów.

W 2020 r. nasi pracownicy spędzili 1 533 658 godzin (38,79 godziny na pracownika¹), uczestnicząc w szkoleniach.

W naszym banku organizujemy też programy pomocy związane z zakończeniem kariery zawodowej wynikającym z rozwiązania umowy o pracę z przyczyn leżących po stronie pracodawcy. Programy te obejmują wewnętrzne szkolenia, dofinansowanie zewnętrznych szkoleń i kursów, odpłaty oraz pomoc w znalezieniu nowych miejsc pracy. ●

Tabele Szkolenia w podziale na kategorie pracowników i Tematy szkoleń rozwijających umiejętności dostępne są na s. 83-84.

[GRI 404-1, GRI 404-2]

¹ W kalkulacji uwzględniliśmy liczbę aktywnych etatów w Credit Agricole.

1 533 658

godzin

pracownicy spędzili
na szkoleniach

Główne dokumenty wewnętrzne,
które regulują ten obszar:

- procedura Szkolenia w Credit Agricole



OCENA KOMPETENCJI PRACOWNIKÓW



Istotnym elementem wpływającym na rozwój pracowników Credit Agricole jest ocena kompetencji. W 2020 r. monitorowaliśmy poziom kompetencji pracowników, a w pierwszym kwartale ich oceniliśmy.

System oceny bazował na modelu definiującym kompetencje wymagane dla stanowisk specjalistycznych i menadżerskich (Middle Management i Top Management). W każdym przypadku ocena obejmowała podsumowanie realizacji celów biznesowych oraz kompetencji. Jej elementem było ustalenie celów rozwojowych oraz możliwych kierunków rozwoju zawodowego.

Informacje te wykorzystaliśmy przy rekrutacjach wewnętrznych oraz na ich bazie stworzyliśmy plan szkoleniowy na 2020 r. W procesie oceny kompetencji wzięli udział pracownicy, którzy w ocenianym okresie przepracowali ze swoim obecnym przełożonym minimum trzy miesiące.

W 2020 r. w ocenie rocznej wzięło udział 89 proc. pracowników banku (3 174 osoby), z czego 67 proc. to kobiety, a 33 proc. to mężczyźni. Spośród wszystkich uczestniczących w ocenie specjaliści stanowili 81 proc., a menadżerowie 19 proc. ●

[GRI 404-3]

89%

pracowników wzięło udział
w ocenie rocznej

**Główne dokumenty wewnętrzne,
które regulują ten obszar:**

- procedura Roczna analiza postępu w Credit Agricole



POLITYKA WYNAGRODZEŃ

Polityka wynagrodzeń i awansów wewnętrznych Credit Agricole jest jawna, tak samo jak informacje o widełkach wynagrodzeń dla każdego szczebla. Informacje te są podane w Regulaminie wynagradzania i premiowania pracowników.

W naszym banku wyceniamy stanowiska pracy zgodnie z metodologią Korn Ferry (dawniej Hay). W 2020 r. dwukrotnie uczestniczyliśmy w badaniu wynagrodzeń sektora finansowego po to, aby zidentyfikować wpływ pierwszej fali pandemii COVID-19 na wynagrodzenia w Polsce. Na podstawie wyniku jesiennej edycji badania 1 stycznia 2021 r. zaktualizowaliśmy politykę wynagrodzeń w banku, dostosowując widełki wynagrodzeń do mediany rynkowej dla wybranych rodzin stanowisk.

96%

wynosi relacja wynagrodzenia kobiet
do wynagrodzenia mężczyzn

Co roku aktualizujemy politykę wynagrodzeń, aby oferować naszym pracownikom atrakcyjny i rynkowy poziom wynagrodzeń. Dzięki takiemu podejściu odpowiadają one 70 do 120 proc. wynagrodzeń rynkowych. Ponadto co roku odnosimy wynagrodzenia pracowników do realiów rynkowych i obowiązującej polityki wynagradzania i zgodnie z dostępnymi budżetami przekazujemy dodatkowe środki do poszczególnych zespołów, kierując się poziomem wynagrodzeń, osiąganymi wynikami, poziomem rotacji w zespołach i informacją z tzw. exit interview.

W 2020 r. dla najliczniejszej grupy pracowników z sieci sprzedaży w bankowości detalicznej i z CA24 Infolinii wdrożyliśmy ścieżki karier, które definiują kryteria i wymagania do awansu na wyższe stanowisko oraz zakres zmiany wynagrodzenia zasadniczego w wyniku awansu.

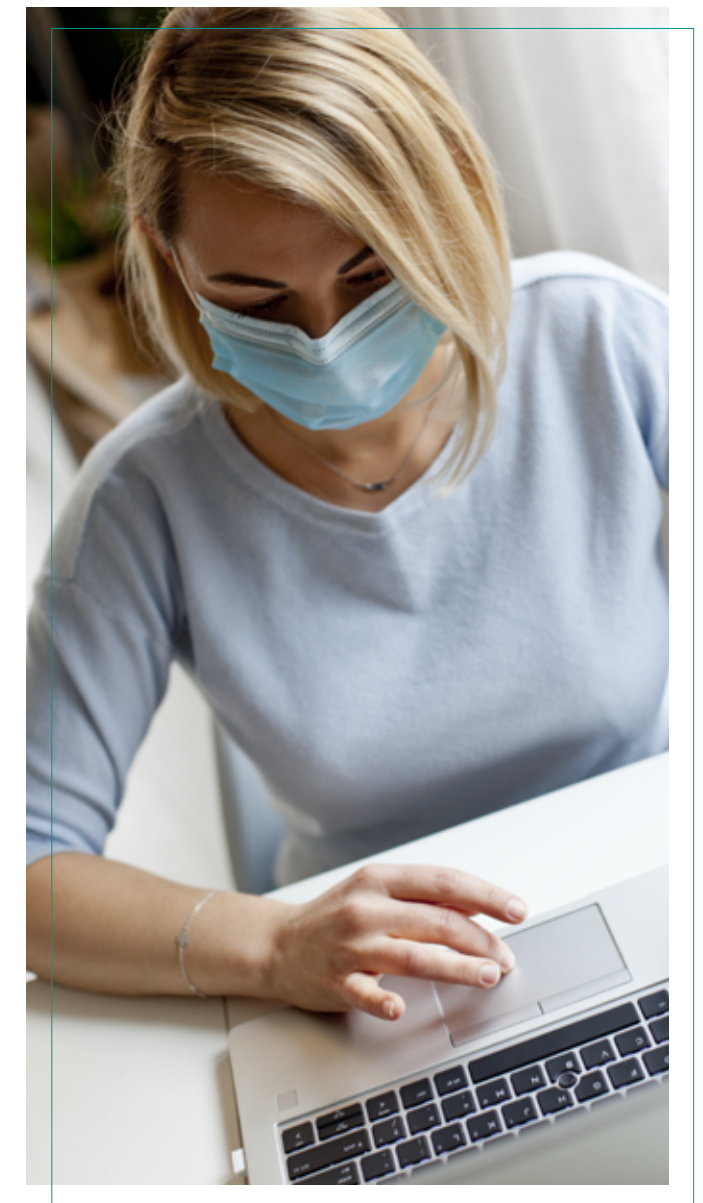
W naszym banku obowiązuje płaca minimalna. Wynosi ona 70 proc. mediany rynkowej, jest zmienna, zależna od stopnia zaszeregowania, obszaru biznesowego (rodziny stanowisk) i lokalizacji. Płaca minimalna nie zależy od płci. Raz w roku przeglądaliśmy wynagrodzenia i wyrównujemy je tym pracownikom, którzy są poniżej minimum zdefiniowanego w polityce wynagradzania. Na koniec 2020 r. żadnego z aktywnych pracowników banku (pracownik nieaktywny – zgłoszona długoterminowa nieobecność) nie wynagradzaliśmy na poziomie minimalnego wynagrodzenia krajowego, czyli 2 600 zł brutto.

Średnie wynagrodzenie zasadnicze kobiet w naszym banku odpowiada 96 proc. średniego zasadniczego wynagrodzenia mężczyzn na tym samym szczeblu zaszeregowania. Relacja ta kształtuje się korzystniej w przypadku kobiet z top managementu. Jest to 98 proc. Natomiast największa różnica jest wśród kobiet z middle managementu, gdzie relacja ta wynosi 92 proc. Jeśli chodzi o średnie wynagrodzenie z premią, to relacja procentowa jest podobna.

Prowadzimy działalność wyłącznie w Polsce na podstawie polskich przepisów prawa pracy. ●

**Tabela Stosunek wynagrodzenia kobiet
do wynagrodzenia mężczyzn dostępna jest na s. 83.**

[GRI 202-1, GRI 405-2]



**Główne dokumenty wewnętrzne,
które regulują ten obszar:**



- Regulamin wynagradzania i premiowania pracowników Credit Agricole
- Procedura ustalania wynagrodzeń pracowników w Credit Agricole

KORZYŚCI SOCJALNE DLA PRACOWNIKÓW

Pracownicy Credit Agricole zatrudnieni na etat mogą korzystać z wielu świadczeń socjalnych obejmujących m.in. świadczenia z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych – w tym dofinansowanie do zajęć sportowych – opiekę medyczną, ubezpieczenie grupowe oraz urlopy rodzicielskie i emerytury.

/1/ Świadczenia pracownicze z ZFŚS

W naszym banku funkcjonuje Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych. W 2020 r. pracownicy skorzystali z następujących świadczeń:

- częściowe dofinansowanie do obozów wakacyjnych dla dzieci lub do wyjazdów – 570 osób;
- dofinansowanie do karnetu na zajęcia sportowe (program MultiSport) – 825 osób (średnia miesięczna);
- dofinansowanie do zajęć na pływalniach – 140 dzieci pracowników (średnia miesięczna);
- pomoc finansowa dla osób w trudnej sytuacji finansowej lub zdrowotnej – 95 osób;
- świąteczne wsparcie finansowe – 2 105 osób.

W związku z pandemią koronawirusa znacząco spadła liczba pracowników i ich dzieci korzystających z dofinansowania do karty Multisport w 2020 r. i zajęć na pływalniach. Spadła też liczba osób, które skorzystały z dofinansowania do wypoczynku dzieci. Wzrosła natomiast liczba pracowników, którzy mogli skorzystać ze wsparcia świątecznego finansowanego z ZFŚS, oraz tych, którym udzieliłmy wsparcia finansowego z w związku z trudną sytuacją finansową lub stanem zdrowia.

[GRI 401-2]

/2/ Opieka medyczna i ubezpieczenie grupowe

Nasz bank zapewnia podstawową opiekę medyczną wszystkim pracownikom. W 2020 r.:

- 3 382 osoby korzystały z podstawowego pakietu opieki medycznej;
- 83 osoby otrzymały kompleksową opiekę medyczną (top management);
- 2 206 pracowników i członków ich rodzin skorzystało z rozszerzonego pakietu opieki medycznej.

Dane są porównywalne z tymi z ubiegłego roku.

Liczba pracowników korzystających z ubezpieczenia grupowego w AVIVA wzrosła natomiast o blisko 60 proc. w porównaniu z 2019 r. W grudniu 2020 r. korzystało z niego 2 467 osób.

[GRI 401-2]



/3/ Urlopy rodzicielskie

W 2020 r. 526 pracowników naszego banku mogło skorzystać z urlopów rodzicielskich, w tym:

- 418 z macierzyńskiego;
- 108 z tacierzyńskiego.

Spośród nich z urlopu rodzicielskiego skorzystało 84,6 proc. osób, w tym:

- 396 kobiet (dane nie obejmują umów na czas określony zawartych do dnia porodu);
- 49 mężczyzn.

Dane te są porównywalne z tymi z ubiegłego roku. ●

Tabela Urlopy rodzicielskie
dostępna jest na s. 85.

[GRI 401-3]

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACOWNIKÓW

Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników stanowią istotny element prawidłowego funkcjonowania Credit Agricole. Podchodzimy do tego tematu wieloaspektowo: nie tylko dbamy o zdrowie i bezpieczeństwo, ale także promujemy troskę o nie w życiu zawodowym i prywatnym.

/1/ Bezpieczeństwo i higiena pracy

Podstawową jednostką odpowiedzialną za zdrowie i bezpieczeństwo pracowników w Credit Agricole jest Biuro Bezpieczeństwa i Higieny Pracy (BHP). Dbą o bezpieczne i higieniczne warunki pracy, w szczególności przez zapewnianie przestrzegania w banku przepisów i zasad BHP.

W 2020 r. Biuro BHP realizowało następujące działania:

- szkolenia wstępne i okresowe z bezpieczeństwa i higieny pracy (łącznie 1 114 pracowników);
- kontrole stanu bezpieczeństwa i higieny pracy w placówkach bankowych;
- refundacja zakupu okularów korygujących wzrok do pracy przy monitorze na kwotę 138 251,55 zł;
- przeszkolenie 57 pracowników – uczestników CAKademii Pierwszej Pomocy prowadzonej przez ratownika medycznego;
- udostępnienie pracownikom materiałów filmowych z ćwiczeniami relaksacyjnymi do wykonywania podczas pracy przy komputerze.

Zgodnie z Kodeksem pracy w naszym banku funkcjonuje Komisja Bezpieczeństwa i Higieny Pracy. Jej zadaniem jest przegląd warunków pracy,



Zorganizowaliśmy szkolenia online z tego, jak dietą wspierać odporność immunologiczną, jak radzić sobie ze stresem, świadomie podejmować aktywność fizyczną.

okresowa ocena stanu bezpieczeństwa i higieny pracy, opiniowanie podejmowanych przez pracodawcę działań zapobiegających wypadkom przy pracy i chorobom zawodowym, formułowanie wniosków dotyczących poprawy warunków pracy oraz współdziałanie z pracodawcą w realizacji jego obowiązków w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. Posiedzenia Komisji odbywają się nie rzadziej niż raz na kwartał. W 2020 r. zebrała się ona cztery razy.

Tabele Liczba wypadków w podziale na płeć, Liczba wypadków przy pracy i związane z tym nieobecności oraz Wskaźnik ciężkości wypadków dostępne są na s. 85-87.

[GRI 403-2]

/2/ Promocja zdrowia wśród pracowników

W 2020 r. koncentrowaliśmy się na odporności fizycznej i psychicznej pracowników. W Credit Agricole od 2018 r. funkcjonuje projekt Power-ON wspierający zachowanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym. Inicjatywa ta inspirowała do zarządzania energią tak, aby mieć zasoby do realizacji celów osobistych i zawodowych. W ramach projektu w ubiegłym roku przeprowadziliśmy edukacyjne webinary, warsztaty online oraz wydarzenia promujące zdrowy styl życia. Zorganizowaliśmy m.in. dwa wyzwania sportowe obejmujące bieganie, wędrowanie, kolarstwo (terenowe i stacjonarne). Pracownicy swoimi treningami wspierali medyków zmagających się z pandemią koronawirusa (s. 8).

Ponadto zorganizowaliśmy szkolenia online z tego, jak dietą wspierać odporność immunologiczną, jak radzić sobie ze stresem, świadomie podejmować aktywność fizyczną. Przeprowadziliśmy cykl ćwiczeń online z trenerem personalnym, ruchowych przerw w pracy i spotkań pasjonatów aktywnych podróży. 120 naszych pracowników wzięło udział w ogólnopolskim Biegu Firmowym – Remote Edition, podczas którego sztafety damskie zajęły pierwsze i drugie miejsce na 58 drużyn. Reprezentacja naszego banku w piłce nożnej rozgrywała mecze podczas ligi Śląsk Wrocław PRO. ●

Główne dokumenty wewnętrzne,
które regulują ten obszar:

- Regulamin organizacyjny Biura BHP
- pięć zarządzeń wewnętrznych





Cele Zrównoważonego Rozwoju, których realizację wspieramy przez inicjatywy opisane w tym rozdziale:



PRAWA CZŁOWIEKA

RÓŻNORODNOŚĆ

Różnorodność jest cenną wartością dla biznesu. Wzbogaca go, otwiera i stawia przed nim nowe wyzwania. Od 2018 r. jesteśmy sygnatariuszem Karty Różnorodności, a w 2020 r. wprowadziliśmy Politykę różnorodności. Precyzuje ona nasze rozumienie różnorodności i określa zasady zarządzania tym obszarem oraz nasze zobowiązania, do których należą:

- powołanie rzecznika ds. różnorodności w banku;
- edukacja i aktywne propagowanie świadomości i akceptacji różnorodności w banku oraz poza nim, w tym organizację szkoleń dla pracowników, przedstawicieli Zarządu oraz kadry menadżerskiej, a także włączenie tej polityki do szkoleń adaptacyjnych dla pracowników;
- regularne badanie potrzeb pracowników i wdrażanie oczekiwanych rozwiązań;
- rozwijanie programów zarządzania talentami;
- przeciwdziałanie mobbingowi, dyskryminacji i innym nieakceptowanym działaniom lub zachowaniom;
- przeprowadzenie audytu wynagrodzeń i wyrównanie ew. rozbieżności ze względu na płeć lub wiek na jednakowych stanowiskach;
- aktualizację wewnętrznych regulacji i opracowywanie nowych procedur w zgodzie z Kartą Różnorodności;
- współpracę z NGO i innymi podmiotami rynkowymi;
- rozwijanie oferty z poszanowaniem różnorodności klientów, wynikającej z cech indywidualnych lub przynależności do grup społecznych;
- dostosowanie standardów obsługi do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami, w tym zapewnienie infrastruktury w placówkach.

W 2020 r. zainicjowaliśmy projekt Diversity Power, w ramach którego promujemy różnorodność wśród pracowników. We współpracy m.in. ze Stowarzyszeniem Diversja zorganizowaliśmy pięć warsztatów i szkoleń na

tematy związane z różnorodnością, w których wzięło udział 75 pracowników. Część szkoleń odbyła się podczas Tygodnia Różnorodności, który obchodziliśmy w listopadzie.

W tym roku skupiliśmy się na kwestii różnorodności w zespołach i na tym, jak nią zarządzać, jak zrozumieć i zaakceptować różnice między nami i jak za pomocą języka inkluzywnego i bez mikroagresji nie wykluczać innych. Wspieramy różnorodność, wykorzystując Talenty Gallupa w programie „Mocni Talentami – uniCAlni” dla kadry menadżerskiej sieci sprzedaży. Dzięki niemu dyrektorzy placówek bankowych mogą rozwijać swoje umiejętności tak, aby budować skuteczne zespoły oparte na swoich mocnych stronach.

Pracownicy poszerzają swoją wiedzę o różnorodności także dzięki wielu materiałom edukacyjnym, m.in. stworzonym przez nas infografikom oraz autorskiemu Słownikowi różnorodności. W 2020 r. zrealizowaliśmy też dwa e-szkolenia, jedno o mobbingu (s. 62), a drugie o różnorodności w organizacji. W tym ostatnim wzięło udział 55 pracowników. ●

[GRI 102-12]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka różnorodności Credit Agricole
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole



ZRÓŻNICOWANIE PRACOWNIKÓW

Dominująca grupa wśród pracowników banku to osoby w przedziale wiekowym od 30 do 50 lat. Jest ich ok. 77 proc., z czego 73 proc. to kobiety.

Średnia wieku pracowników wynosi 36 lat. Natomiast ze względu na strukturę pokoleniową, najwięcej osób reprezentuje pokolenie Y.

Niezależnie od płci, w każdej kategorii wiekowej najliczniejszą grupą są specjaliści. Największy udział średniej kadry menadżerskiej Middle Management i wyższej kadry menadżerskiej Top Management obserwujemy w grupie wiekowej 30-50 lat.

Zarząd banku składał się na koniec roku z siedmiu osób, w tym jednej kobiety. Sześciu na siedmiu członków Zarządu to osoby w wieku powyżej 50 lat.

W naszym banku funkcjonuje Polityka zapewnienia odpowiedności członków Zarządu, Rady Nadzorczej i osób zajmujących kluczowe stanowiska zgodna z wytycznymi Europejskiego Urzędu Nadzoru Bankowego w sprawie oceny odpowiedności członków organu zarządzającego i osób pełniących najważniejsze funkcje. Politykę tę realizujemy kierując się wartościami zawartymi w Kartie różnorodności.

W Credit Agricole pracują 33 osoby z różnymi niepełnosprawnościami. Planujemy stopniowo zwiększać liczbę takich pracowników. Pierwszym krokiem była zrealizowana w 2020 r. analiza architektoniczno-stanowiskowa

naszej siedziby oraz kilku placówek. Dzięki temu wiemy, jakie ograniczenia i zadania stoją przed nami, aby zapewnić komfortowe miejsce pracy osobom z różnymi niepełnosprawnościami. ●

[GRI 405-1]

Tabela Udział pracowników z różnych kategorii w grupach wiekowych dostępna jest na s. 87.

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka zapewnienia odpowiedności członków Zarządu, Rady Nadzorczej i osób pełniących kluczowe funkcje w Credit Agricole
- Polityka różnorodności Credit Agricole



PRZECIWDZIAŁANIE MOBBINGOWI I DYSKRYMINACJI



W Credit Agricole dbamy o to, aby żaden pracownik nie stosował mobbingu ani jakichkolwiek praktyk dyskryminujących wobec innego pracownika, zwłaszcza ze względu na płeć, wiek, rasę, religię, narodowość, pochodzenie etniczne, niepełnosprawność, przekonania polityczne, przynależność związkową czy orientację seksualną. Kwestie te reguluje Regulamin pracy oraz Polityka antymobbingowa. Określa ona sposoby zapobiegania mobbingowi oraz wskazuje reguły postępowania w razie jego wystąpienia, a zwłaszcza sposób złożenia zgłoszenia i dalszego rozpatrywania. Każde zgłoszenie analizowane jest przez Komisję Antymobbingową. W trakcie postępowania Komisja weryfikuje zwłaszcza uprzejmość i długotrwałość negatywnych działań skierowanych przeciwko pracownikowi polegających na nękanii lub zastraszaniu, powodujących zaniżoną ocenę przydatności zawodowej, poniżenie, ośmieszenie, izolowanie lub wyeliminowanie z zespołu. Każdy pracownik musi zapoznać się z Polityką antymobbingową i ścieżką zgłaszania naruszeń.

W październiku 2020 r. wprowadziliśmy szkolenie e-learningowe „Przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji w miejscu pracy”, które docelowo muszą ukończyć wszyscy pracownicy. Dzięki niemu mogą się oni zapoznać z tymi zagadnieniami oraz sposobami przeciwdziałania. Dla kadry menadżerskiej prowadzimy również szkolenia „Fair play w zarządzaniu”, które dotyczą prawnych i psychologicznych aspektów mobbingu i pojęć pokrewnych oraz sposobów przeciwdziałania tym zjawiskom. W ubiegłym roku w szkoleniach dla menadżerów wzięło udział 71 osób. Planujemy kontynuować je w kolejnych latach.

W 2020 r. otrzymaliśmy trzy zgłoszenia, które zawierały zarzuty nierównego traktowania. Dwa zgłoszenia rozpatrywaliśmy na ścieżce antymobbingowej zgodnie z obowiązującą Polityką, a jedno z nich weryfikowaliśmy w trybie Procedury whistleblowing przez wyznaczonego koordynatora. Podczas każdego z dwóch pierwszych postępowań wyjaśniających wysłuchaliśmy pracownika składającego zgłoszenie oraz osoby wskazanej jako sprawca, a Komisja Antymobbingowa zapoznała się z dowodami i wysłuchała zeznań świadków każdej ze stron. Komisja zdiagnozowała problemy, poszukiwała przyczyn i przejawów konfliktu oraz zarekomendowała rozwiązania. Wszystkie postępowania zakończyliśmy w 2020 r. i w żadnym z przypadków nie potwierdziliśmy naruszenia zasady równego traktowania, a problemy we współpracy związane były z kwestiami komunikacji, organizacji i czasu pracy. ●

[GRI 406-1]

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka antymobbingowa Credit Agricole
- Procedura whistleblowing w Credit Agricole





Cele Zrównoważonego Rozwoju, których realizację wspieramy przez inicjatywy opisane w tym rozdziale:



ŚRODOWISKO

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO OCHRONY ŚRODOWISKA

Credit Agricole wzorem swojego akcjonariusza przywiązuje dużą wagę do ochrony środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatycznym. Cele z tym związane wpisaliśmy do naszej Strategii 2022 (s. 20). Podejmujemy także wiele inicjatyw ekologicznych, w które angażujemy naszych pracowników i klientów.

/1/ Polityka środowiskowa banku

Zobowiązania Credit Agricole związane z ochroną środowiska i przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym opisujemy w Polityce środowiskowej banku, przyjętej i wdrożonej w 2020 r. Dotyczą one:

- ograniczania zużycia surowców naturalnych, plastiku, papieru, energii elektrycznej i grzewczej oraz paliw;
- ograniczania produkcji odpadów i marnowania surowców wtórnych oraz żywności;
- ograniczania emisji CO₂ oraz wspierania działań, które eliminują zanieczyszczenia i szkodliwe substancje w wodzie, ziemi i powietrzu;
- promocji zrównoważonego transportu, w jak najmniejszym stopniu zależnego od węgla;
- bieżącego dostosowywania wewnętrznych rozwiązań prawnych, biznesowych i technologicznych do standardów ekologicznych;
- rozwijania kultury organizacyjnej, która za priorytet uznaje troskę o środowisko oraz zrównoważoną produkcję i konsumpcję.

Do realizacji naszych zobowiązań wobec środowiska dążymy zwłaszcza przez:

- opracowanie wewnętrznego systemu zarządzania środowiskowego;
- nadzorowanie procesów mogących mieć wpływ na środowisko – zgodnie z wymogami prawa i innymi regulacjami dotyczącymi środowiska naturalnego;
- uwzględnianie kwestii środowiskowych przy ustalaniu celów i podejmowaniu decyzji oraz realizowanie projektów umożliwiających ograniczenie wpływu naszej działalności na środowisko;
- uwzględnianie obaw zgłaszanych przez interesariuszy;
- wprowadzenie zakazu korzystania z jednorazowych i niebiodegradowalnych naczyń i opakowań w banku;
- utworzenie stanowiska rzecznika ds. środowiska;
- uwzględnianie kryteriów ESG w finansowaniu wszystkich dużych klientów korporacyjnych i stopniowo w finansowaniu klientów, którymi są

małe i średnie firmy (SME), a także poprzez dostosowanie naszych polityk do Porozumienia paryskiego.

Do naszych konkretnych, liczbowych celów związanych z ochroną środowiska i przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym należą:

- zmniejszenie emisji CO₂ banku o 47 proc. do 2022 r. w porównaniu z 2018 r.;
- eliminacja z użycia w banku wszystkich jednorazowych przedmiotów z plastiku do 2022 r.;
- zmniejszenie liczby wydruków papierowych o 35 proc. miesiąc do miesiąca w porównaniu z ubiegłym rokiem;
- zaprzestanie finansowania branż okołowęglowych do 2030 r.³

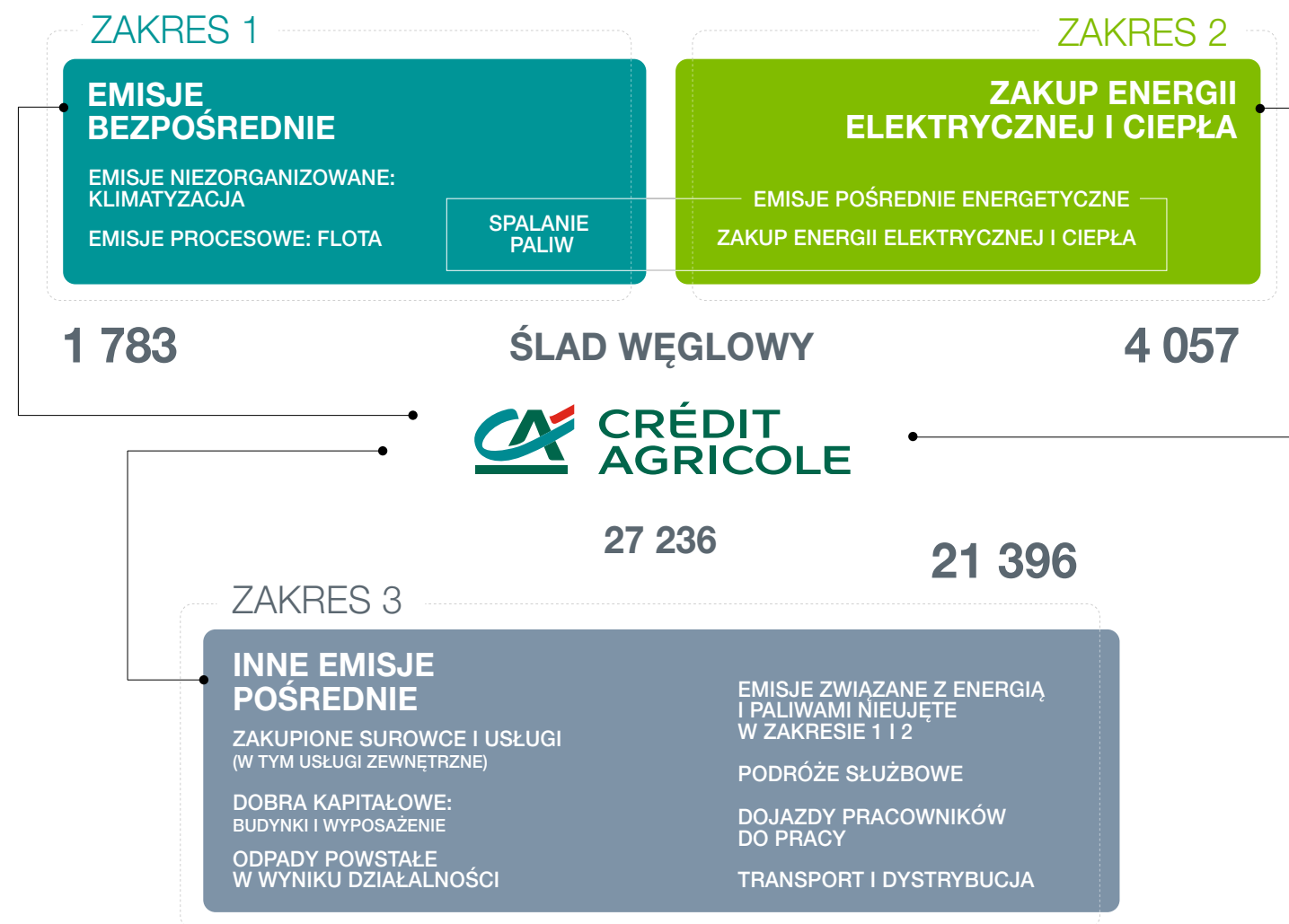
Aby monitorować nasz bezpośredni wpływ na środowisko, od 2018 r. wyliczamy ślad węglowy banku zgodnie ze standardem GHG Protocol w pierwszym, drugim (liczonym metodą market-based) i trzecim zakresie, jak pokazuje schemat obok. Nasz ślad węglowy w 2020 r. wyniósł 27 236 Mg CO₂e (6,73 na FTE) i był o 47 proc. niższy niż w 2019 r. i 32 proc. niż w 2018 r. W 2021 r. planujemy też kompensować ok. 18 Mg CO₂e w ramach projektu Leśne Gospodarstwa Węglowe prowadzonego przez Lasy Państwowe.

Od 2019 r. identyfikujemy w banku ryzyko klimatyczne jako jedno z głównych ryzyk niefinansowych obok m.in. ryzyka prawnego, operacyjnego, reputacyjnego czy postępowania (ang. conduct risk). W 2021 r. planujemy szerzej pracować nad tą kwestią. Chcemy dokładnie opisać ryzyko klimatyczne: wypracować definicję, określić główne wpływy oraz zależności pomiędzy tym a innymi ryzykami niefinansowymi oraz wskazać, kto odpowiada za to ryzyko w banku.

47%

o tyle zredukowaliśmy
ślad węglowy banku
w porównaniu do 2019 r.

ŚLAD WĘGLOWY BANKU W 2020 R. WG GHG PROTOCOL (W MG CO₂E)



W naszym banku działa system kontroli wewnętrznej, który obejmuje wszystkie jednostki organizacyjne oraz podmioty zależne. Funkcjonuje on na trzech niezależnych i wzajemnie się uzupełniających liniach obrony. Na pierwszą linię składają się kontrole wykonywane przez wszystkie jednostki operacyjne banku, na drugą – kontrole wykonywane przez pracowników przypisanych wyłącznie do specjalistycznych funkcji kontrolnych (Pion Zarządzania Ryzykiem i Stałej Kontroli, Departament Compliance), a na trzecią – działania Departamentu Audytu Wewnętrznego. Natomiast nie mamy w banku osobnych, wyodrębnionych narzędzi czy systemów kontrolnych, które działają zapobiegawczo w celu ochrony środowiska.

W 2020 r. nasza działalność została poddana niezależnemu audytowi śladu węglowego Carbon Footprint oraz audytowi raportowania wskaźników środowiskowych. Rekomendacje po obu badaniach dotyczyły prowadzenia działań kompensacyjnych, edukacji ekologicznej pracowników oraz wdrożenia procesu monitorowania i sprawozdawczości czynników środowiskowych. Zamierzamy wdrażać te zalecenia w 2021 r.

W 2021 r. planujemy ponadto przygotować system do zarządzania energią w banku, wziąć udział w audycie energetycznym oraz zaktualizować politykę środowiskową, uzupełniając ją o kwestie związane z zarządzaniem ryzykiem klimatycznym.

[GRI 102-11, GRI 103-2]

/2/ Strategia banku dotycząca ochrony środowiska

Kwestie ochrony środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatycznym są elementem naszej strategii (s. 20). Działania na rzecz środowiska ujęliśmy w filarze Social Project – Ekologiczne i społeczne zaangażowanie na co dzień. Główne cele środowiskowe to:

- rozwijanie „zielonej bankowości” poprzez ekoedycje produktów dla klientów indywidualnych oraz rozwój „green financing” we wszystkich liniach biznesowych;
- ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko poprzez zmniejszanie emisji CO₂ oraz zużycia papieru i zaangażowanie w akcje przyjazne środowisku i rozwijające ekoświadomość.

Postępy w realizacji celów strategicznych w filarze Social Project mierzymy za pomocą takich wskaźników, jak:

- saldo produktów ekologicznych;
- ekspozycja kredytowa dla zielonej bankowości;
- zmniejszenie liczby wydruków. ●

[GRI 103-2]

ROZWIJANIE ZIELONEJ BANKOWOŚCI

Credit Agricole rozwija ofertę „zielonych produktów” i „green financing” we wszystkich liniach biznesowych, aby odpowiadać na potrzeby klientów z różnych sektorów i promować wśród nich ekologiczne postawy. Dzięki oferowaniu produktów, które zachęcają klientów do wyboru energii odnawialnej, czystego transportu, „zielonych nieruchomości” i mniejszego zużycia energii, a w efekcie do przejścia na gospodarkę niskoemisyjną, wspieramy ich w korzystaniu ze środowiska świadomie i odpowiedzialnie.

/1/

Ekoedycje produktów dla klientów indywidualnych

Oferta „zielonych produktów” Credit Agricole ciągle się rozwija. W 2020 r. znalazły się w niej: kredyt hipoteczny na budowę lub zakup domu energooszczędnego, produkty ubezpieczeniowe z elementem inwestycyjnym z aspektem ESG oraz fundusz inwestujący w zrównoważone spółki. Poniższa tabela zawiera pełną listę „zielonych produktów”, które oferowaliśmy w ubiegłym roku.



Credit Agricole rozwija ofertę *zielonych produktów* i *green financing* we wszystkich liniach biznesowych.

W 2021 r. zamierzamy dalej rozwijać ofertę „zielonych produktów”. Chcemy m.in. dołączyć do programu „Czyste Powietrze” Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej oraz rozszerzyć ofertę kredytu mieszkaniowego Zielony DOM o zakup mieszkań dostępnych w ramach certyfikowanych inwestycji deweloperskich. Ponadto będziemy dążyć do tego, aby wszystkie produkty ubezpieczeniowe z elementem inwestycyjnym były oparte na indeksach spółek z szeroko rozumianego sektora zielonej gospodarki lub angażujących się w ochronę środowiska naturalnego.

[GRI 102-2]

/2/

Rozwój green financing we wszystkich liniach biznesowych

Credit Agricole zamierza odgrywać aktywną rolę w dążeniu do przejścia na gospodarkę niskoemisyjną głównie poprzez finansowanie czystych źródeł energii i projektów przyjaznych środowisku. W 2020 r. finansowaliśmy odnawialne źródła energii także we współpracy z innymi spółkami Grupy Crédit Agricole w Polsce. Poniżej przedstawiamy „green financing” w podziale na linie biznesowe banku.

W 2021 r. planujemy rozwijać finansowanie czystych źródeł energii i projektów przyjaznych środowisku m.in. poprzez nawiązywanie współpracy z nowymi partnerami. •

[GRI 102-2]



Oferta *zielonych produktów* Credit Agricole ciągle się rozwija. W 2020 r. znalazły się w niej: kredyt hipoteczny na budowę lub zakup domu energooszczędnego, produkty ubezpieczeniowe z elementem inwestycyjnym z aspektem ESG oraz fundusz inwestujący w zrównoważone spółki.

BANKOWOŚĆ DETALICZNA

- finansowanie inwestycji przyjaznych środowisku m.in. paneli fotowoltaicznych, paneli słonecznych, pomp ciepła, domowych magazynów energii poprzez kredyt ratalny

MAŁE I ŚREDNIE FIRMY (SME)

- finansowanie inwestycji przyjaznych środowisku (np. panele fotowoltaiczne) na preferencyjnych warunkach m.in. w ramach programów partnerskich

ZIELONE FINANSOWANIE

BANKOWOŚĆ KORPORACYJNA

Przeciwdziałanie zmianom klimatycznym i realizowanie Polityki Klimatycznej Grupy Crédit Agricole poprzez:

- systematyczne włączanie ryzyka klimatycznego do strategii finansowania i strategii inwestycyjnej banku;
- niefinansowanie wydobycia węgla energetycznego i stopniowe ograniczanie finansowania branż ołowo-węglowych;
- wspieranie klientów korporacyjnych w realizacji projektów mających na celu wdrożenie technologii przyjaznych środowisku zwłaszcza wykorzystujących energię odnawialną;
- finansowanie projektów na preferencyjnych warunkach związanych z wytwarzaniem „zielonej energii” m.in. w ramach programów partnerskich.

EKO RATY

- kredyt ratalny na zakup i instalację paneli fotowoltaicznych oraz innych urządzeń wytwarzających „zieloną energię”
- współpraca z partnerami - liderami rynku mikroinstalacji fotowoltaicznych w Polsce

EKO HIPOTEKA ZIELONY DOM

- kredyt hipoteczny na budowę lub zakup domu energooszczędnego
- preferencyjne warunki kredytowania

ZIELONE PRODUKTY

ZIELONE PRODUKTY UBEZPIECZENIOWE Z ELEMENTEM INWESTYCYJNYM

- cztery produkty ubezpieczeniowe inwestujące w indeksy skupiające spółki uwzględniające w swojej działalności kwestie ESG

EKO FUNDUSZ INWESTYCYJNY

- subfundusz Amundi Stars Global Ecology ESG dostępny w ofercie Amundi Stars SFIO inwestujący od 70 do 100 proc. aktywów w tytuły uczestnictwa funduszu zagranicznego Amundi Funds Global Ecology ESG, który inwestuje w spółki podejmujące działania zbieżne z 10 obszarami tematycznymi ESG i Celami Zrównoważonego Rozwoju (więcej o Celach na stronie 83).



OGRANICZANIE NEGATYWNEGO WPŁYWU NA ŚRODOWISKO

Negatywny wpływ na środowisko naturalne ograniczamy w banku dzięki zmniejszeniu emisji CO₂ i zużycia papieru oraz zaangażowaniu w akcje przyjazne środowisku. Osiągnięciu tego celu służą proekologiczne rozwiązania zastosowane w nowej siedzibie Credit Agricole. Więcej o tym na s. 70.

/1/ Zmniejszenie emisji CO₂ oraz zużycia papieru

Transport

Od 2009 r. promujemy w Credit Agricole korzystanie ze zrównoważonych środków transportu. Pracownicy centrali banku, którzy dojeżdżają do pracy na rowerach lub hulajnogach elektrycznych albo korzystają z transportu publicznego, mogą liczyć na wiele udogodnień. Jeżeli chodzi o samochody, zgodnie z nową polityką z 2020 r. w ubiegłym roku wprowadziliśmy pierwsze samochody hybrydowe, a głównym kryterium wyboru aut w kolejnych latach będzie poziom emisji CO₂. Nieustannie rozwijamy też flotę samochodów współdzielonych (carsharing). Natomiast osoby, które dojeżdżają do pracy własnymi samochodami, zachęcamy do zapoznania się z zasadami ekojazdy. W naszym banku od 2015 r. funkcjonuje aplikacja GO!, która służy do rejestracji delegacji pracowników. Aplikację stworzyliśmy z myślą o organizowaniu wspólnych przejazdów pracowników zgodnie z ideą carsharing.

Zmniejszanie zużycia papieru

Ciągle dążymy w Credit Agricole do zmniejszenia zużycia papieru zarówno w procesie obsługi klienta, m.in. poprzez zachęcanie klientów do korzystania z e-wyciągów jak i wewnątrz banku. Digitalizujemy procesy wewnętrzne, aby zapewnić elektroniczny obieg dokumentów. W 2020 r. wdrożyliśmy m.in. nowy, w pełni elektroniczny proces obiegu faktur w banku. Już od 2014 r. działa też u nas system bezpiecznego drukowania i skanowania printing on demand. W ubiegłym roku zorganizowaliśmy konkurs dla pracowników „Drukuj mniej”, który miał zachęcić do ograniczania drukowania. W efekcie konkursu, ale także na skutek przejścia wielu pracowników na tryb pracy zdalnej do końca grudnia zanotowaliśmy spadek liczby wydruków o 56 proc.

Zmniejszanie zużycia energii

Ograniczenie zużycia energii jest dla nas bardzo ważne, dlatego wprowadzamy energooszczędne rozwiązania oraz edukujemy pracowników w tym temacie. W 2020 r. zakończyliśmy przeprowadzkę do energooszczędnego biurowca w kompleksie Business Garden we Wrocławiu (s. 70) i sprzedaliśmy budynek, w którym wcześniej mieściła się nasza siedziba. Jednocześnie dbamy o podnoszenie efektywności energetycznej lokali, w których działają placówki bankowe. W 2020 r. w 16 placówkach wymieniliśmy oświetlenie na energooszczędne LED. W efekcie takie oświetlenie ma już 141 placówek. W czerwcu 2020 r. podpisaliśmy aneks do umowy z dostawcą energii. Dzięki temu 95 proc. naszych placówek jest zasilanych certyfikowaną energią elektryczną pochodzącą ze źródeł odnawialnych – farm wiatrowych i wodnych. Te działania przyczyniły się do tego, że zmniejszyliśmy zużycie energii z 8,299 TJ w 2019 r. do 3,300 TJ w 2020 r.

Tabela Zużycie energii dostępna jest na s. 87.

[GRI 302-1]

Zarządzanie odpadami i zużyciem surowców

W 2020 r. rozpoczęliśmy analizę zużycia mediów i sposobu utrzymania powierzchni biurowej (zużycie energii elektrycznej, wody, środków higienicznych i środków czystości) i wdrożyliśmy pierwsze działania związane z jego optymalizacją. Kontynuowaliśmy też segregację odpadów w budynkach centrali i w placówkach bankowych oraz organizowaliśmy akcje zwiększające wiedzę pracowników na temat recyklingu.

60%

o tyle obniżyliśmy zużycie
energii w banku
w porównaniu do 2019 r.

/2/ Zaangażowanie w akcje przyjazne środowisku

W 2020 r. rozpoczęliśmy kampanię edukacyjną #MniejPlastiku, w ramach której edukujemy pracowników, klientów i społeczeństwo o szkodliwości dla środowiska jednorazowych przedmiotów z plastiku. Na potrzeby kampanii uruchomiliśmy stronę internetową mniejplastiku.pl, a także edukacyjny podcast #MniejPlastiku. W ramach kampanii przeprowadziliśmy akcję Bałtycka Odyseja – marsz wzdłuż Wybrzeża, połączony z jego sprzątnięciem. Wolontariusze, w tym pracownicy banku, od stycznia do października 2020 r. zbierali śmieci na trasie od Świnoujścia do Piasków na Mierzei Wiślanej. Prowadziliśmy także spotkania edukacyjne z dziećmi i młodzieżą. Akcją towarzyszyła wystawa edukacyjna prezentująca treści dotyczące problemów z odpadami oraz artystyczne zdjęcia zebranych na plażach śmieci.

W ramach kampanii #MniejPlastiku pod naszym patronatem w sierpniu 2020 r. odbył się I Międzynarodowy Splyw Kajakowy Wrocław-Berlin, którego misją była ochrona rzek i mórz przed zanieczyszczeniem plastikowymi odpadami oraz popularyzacja różnorodności przyrodniczej i kultury szlaku Odry i Szprewy. Wolontariusze naszego banku uczestniczyli w akcjach: Sprzątamy rzekę Wrocławia oraz Czysta Odra, Czysty Głogów. Patronowaliśmy również trasie koncertowej Dawida Podsiadło „Leśna Muzyka”, podczas której w salach koncertowych prezentowaliśmy edukacyjną instalację z informacjami o szkodliwości odpadów i o sposobach na ograniczenie zużycia tworzyw sztucznych w codziennym życiu.



Jesteśmy partnerem i jednym ze sponsorów międzynarodowego projektu Plastic Odyssey, który ma pomagać w rozwiązaniu problemu odpadów plastikowych na świecie. Ekipa specjalnego statku laboratorium podczas rejsu po oceanach wokół Afryki, Ameryki Południowej i Azji będzie współpracować z lokalnymi społecznościami przy uruchamianiu działalności recyklingowej i przetwarzaniu odpadów z tworzyw sztucznych na użyteczne przedmioty wielorazowego użytku. W 2020 r. trwały przygotowania do rejsu, który ma się rozpocząć w 2021 r. (po weryfikacji planów z 2020 r.).

W 2021 r. planujemy zrealizować akcję Górska Odyseja. Wolontariusze i klienci banku wspólnie z ekologiem i podróżnikiem Dominikiem Dobrowolskim przejdą 700-kilometrową trasę wzdłuż południowej granicy Polski: z Ustrzyk Górnych do Świeradowa-Zdroju, i posprzątają górskie szlaki z plastikowych śmieci.

Od lat wspieramy ideę zrównoważonego transportu. Po raz kolejny włączyliśmy się więc w obchody Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego



„Zielona centrala” banku

Do końca listopada 2020 r. wszyscy pracownicy centrali Credit Agricole we Wrocławiu przeprowadzili się do nowej siedziby banku. Jest ona zlokalizowana w kompleksie Business Garden. To „zielony budynek” klasy A z certyfikatem LEED Platinum. Wy różnia go wiele rozwiązań przyjaznych środowisku, jak:

- materiały budowlane wykorzystujące surowce pochodzące z recyklingu;
- infrastruktura dla ponad 100 rowerzystów i wygodny dostęp do środków transportu publicznego;
- podziemny parking zaprojektowany w oparciu o technologię „zielonego dachu”;
- zawory o niskim przepływie, zmniejszające zużycie wody;
- energooszczędne żarówki LED i urządzenia do wentylacji i regulacji temperatury z wysokowydajnym wymiennikiem ciepła;
- inteligentne elewacje i automatyczne rolety zewnętrzne regulujące wpływ warunków pogodowych na zużycie energii;
- 100 proc. energii z odnawialnych źródeł;
- ograniczenie do minimum użycia jednorazowego plastiku oraz promowanie idei biura zero waste;
- własna pasieka w kompleksie Business Garden – Credit Agricole jest patronem jednego z uli.

Transportu oraz Międzynarodowego Dnia bez Samochodu, podczas których promowaliśmy przyjazne środowisku sposoby przemieszczania się. Dołączyliśmy też do inicjatywy właściciela kampusu Business Garden Wrocław i zostaliśmy patronem ula w pasiece na terenie kompleksu. Działanie to ma na celu ochronę pszczoł, które odgrywają dużą rolę w tworzeniu ekosystemu, m.in. ograniczając zanieczyszczenie powietrza i pomagając okolicznej zieleni. ●

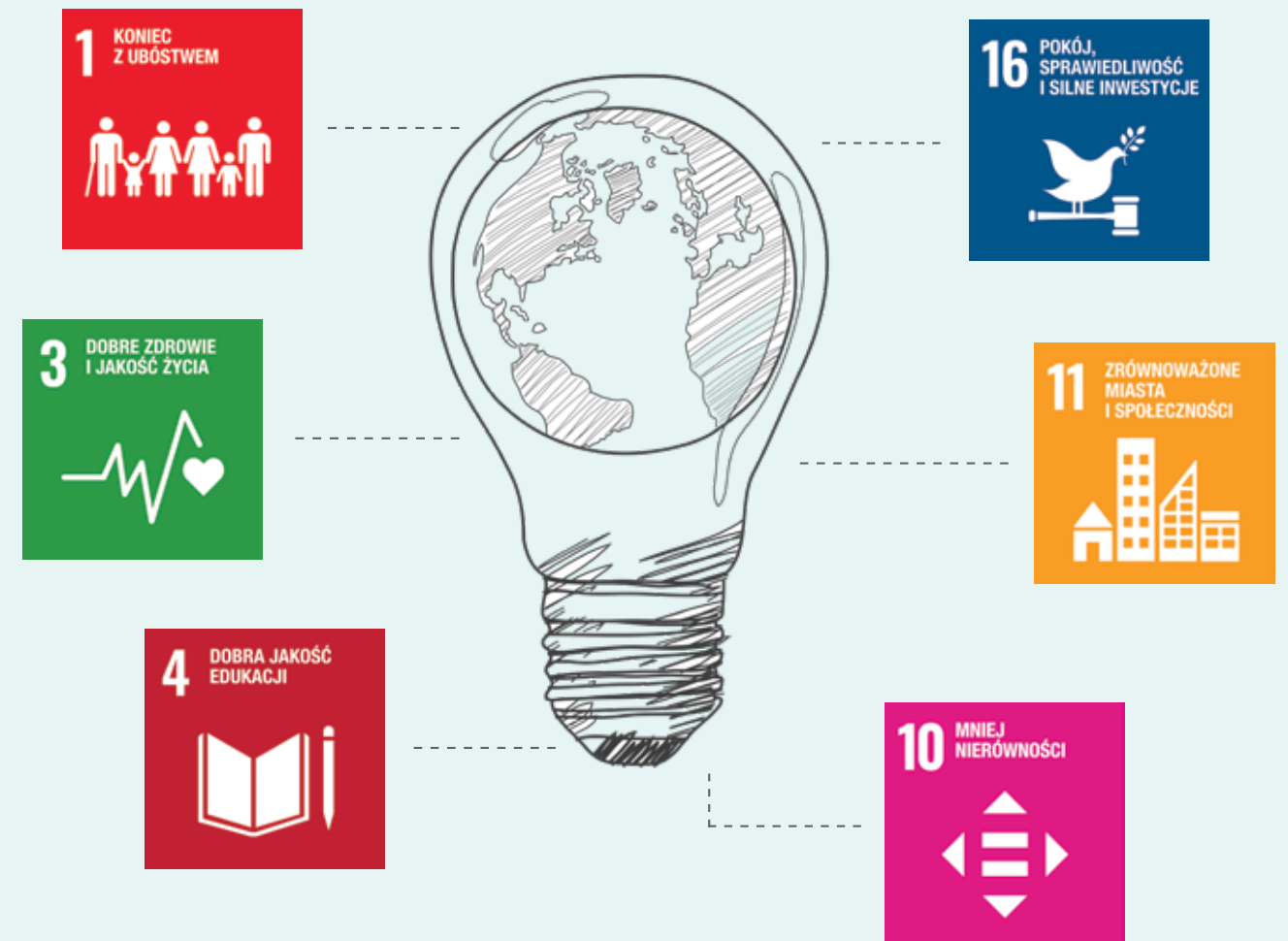
Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka środowiskowa Credit Agricole
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole





Cele Zrównoważonego Rozwoju, których realizację wspieramy przez inicjatywy opisane w tym rozdziale:



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

WSPARCIE DLA SPOŁECZEŃSTWA

W 2020 r. Credit Agricole zaangażował się w wiele działań społecznych przyczyniających się do rozwoju społeczności lokalnej. Koncentrowały się one na wsparciu osób niesłyszących oraz promocji kultury francuskiej w Polsce. Zrealizowaliśmy też wiele inicjatyw, które miały na celu pomoc społecznościom lokalnym podczas pandemii koronawirusa (s. 8).

/1/ Wsparcie niesłyszących

Od stycznia 2020 r. realizujemy program „Zamieniam się w słuch”, który ma na celu poprawę komfortu osób z problemami słuchu. Chcemy lepiej poznawać świat osób głuchych, by lepiej rozumieć ich potrzeby i stać się dla nich bankiem pierwszego wyboru. Poza działaniami związanymi ze standardem obsługi w banku osób niesłyszących (s. 39) realizujemy też wiele innych inicjatyw, które wspierają tę grupę. W ramach integrowania

osób z problemami słuchu z resztą społeczeństwa umożliwiliśmy im bezpłatny udział w koncercie Dawida Podsiadło w sali koncertowej, w której zainstalowaliśmy pętlę indukcyjną. Współpracujemy też z Fundacją FONIS, którą wsparliśmy w przygotowaniu wydarzeń dla jej członków, materiałów wizualnych w polskim języku migowym i Kalendarza Niesłyszących 2021. Oprócz tego w ramach bankowego programu grantowego zorganizowaliśmy dla nich spotkanie poświęcone ekologii, a w 2021 r. planujemy prelekcję o bezpiecznym bankowaniu.

/2/ Promocja kultury francuskiej w Polsce

Co roku, nawiązując do swoich francuskich korzeni, aktywnie uczestniczymy w działaniach promujących kulturę francuską w Polsce. W 2020 r. wsparliśmy 21. edycję Dni Krajów Francuskojęzycznych we Wrocławiu.

Planowaliśmy również wspierać kolejną edycję Międzynarodowego Festiwalu Francuskojęzycznych Filmów Krótkometrażowych FrankoFilm w Zielonej Górze. Jednak ze względu na ograniczenia epidemiczne impreza w tym roku została odwołana.

/3/ Wsparcie kultury

W 2020 r. kontynuowaliśmy strategiczną współpracę z Dawidem Podsiadło, wspierając jego działalność artystyczną. Jesteśmy partnerem trasy koncertowej „Leśna Muzyka”, podczas której artysta promuje ekologiczny styl życia. Dzięki temu, że towarzyszyliśmy mu we wszystkich salach koncertowych na trasie, mogliśmy zrealizować jeden z ważnych elementów naszej kampanii edukacyjnej #MniejPlastiku (s. 70).

/4/ Edukacja finansowa

Do strategicznych celów z filaru Social Project naszej Strategii (s. 20) należą: udostępnianie usług finansowych coraz szerszemu gronu klientów, zapobieganie nadmiernemu zadłużeniu, walka z wykluczeniem finansowym oraz wsparcie klientów w zarządzaniu ich finansami. Aby je zrealizować, a także z powodu sytuacji pandemicznej podjęliśmy inicjatywę edukacyjną #WyzwanieOszczędzanie, która ma zachęcać do uważniejszego gospodarowania pieniędzmi, przeanalizowania swoich codziennych wydatków i rozważenia, czy wszystkie na pewno są niezbędne. W październiku w mediach społecznościowych ogłosiliśmy wyzwanie: co najmniej jeden dzień bez wydawania pieniędzy – #Dzień-BezWydawania. Jednocześnie budujemy społeczność osób, które na facebookowej grupie „Wyzwanie oszczędzanie” dzielą się swoimi



Podjęliśmy inicjatywę edukacyjną #WyzwanieOszczędzanie, która ma zachęcać do uważniejszego gospodarowania pieniędzmi, przeanalizowania swoich codziennych wydatków i rozważenia, czy wszystkie na pewno są niezbędne.

Power of Sharing - wolontariat w Credit Agricole



Od 2020 r. w Credit Agricole działa inicjatywa Power of Sharing, której celem jest angażowanie pracowników w programy społeczne i akcje wolontariatu. W ramach tej akcji w marcu założyliśmy dla pracowników na Facebooku grupę wsparcia TakeCAre. Kilka miesięcy później zorganizowaliśmy program grantowy „Zaangażowani, zintegrowani MOVE&CO.” mający na celu wsparcie projektów wolontariackich zgodnych ze strategią banku. Jury wybrało trzy projekty. Dwa z nich dotyczyły wsparcia Głuchych, a jeden – sadzenia drzew. Wolontariusze otrzymali granty w wysokości 9 000 zł na realizację swoich inicjatyw.

Ponadto pracownicy banku zaangażowali się jako wolontariusze w akcje:

Bałtycka Odyseja (s. 70), Sprzątamy rzeki Wrocławia (s. 70) i Brave Kids Pod Wrocławskim Niebem, oraz wzięli udział w akcjach krwiodawstwa, Biegu Firmowym – Remote Edition (s. 58), inicjatywie #zCzystymSercem (s. 8) i w Szlachetnej Paczce.

Bardzo dbaliśmy też o edukację w temacie wolontariatu. Razem z Fundacją Go'n'Act i Brave Kids Community zorganizowaliśmy webinary o etyce w wolontariacie i głównych korzyściach z wolontariatu. W 2021 r. planujemy nadal zachęcać pracowników do angażowania się w różne inicjatywy. ●

doświadczeniami i poradami dotyczącymi oszczędzania. 2 300 członków grupy może też bezpłatnie korzystać z wartościowych treści, które codziennie zamieszczamy, aby propagować oszczędzanie i mądre gospodarowanie pieniędzmi.

/5/ Działalność charytatywna

W 2020 r. wsparliśmy finansowo lub rzeczowo różne organizacje. Współpracowaliśmy m.in. z Towarzystwem Przyjaciół Dzieci, Fundacją „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”, Stowarzyszeniem Kultury Teatralnej „Pieśń Kozła”, Fundacją FONIS i Powiatowym Centrum Opieki i Wychowania w Pieszcach. Jak co roku nasi pracownicy zaangażowali się w przygotowanie podarunków w ramach Szlachetnej Paczki. Wsparli też drugi projekt Stowarzyszenia WIOSNA – Akademię Przyszłości, którego głównym celem jest pomoc edukacyjna dzieciom ze szkół podstawowych. Poza tym dołączyliśmy do Biegu Firmowego – Remote Edition, który w związku z pandemią miał formę zdalną. Zebrane fundusze organizator przekazał na leczenie i rehabilitację podopiecznych Fundacji Everest. W połowie roku podjęliśmy współpracę z zawodowymi kierowcami przy inicjatywie Piramida Pomocy, która polega na zbieraniu plastikowych nakrętek. Fundusze pozyskane z ich sprzedaży zasilają konto Stowarzyszenia Słyszeć bez Granic, pomagającego osobom z implantami słuchowymi. Kontynuowaliśmy również zbieranie nakrętek na potrzeby podopiecznych Fundacji Potrafię Pomóc. ●





O RAPORCIE

PROCES TWORZENIA RAPORTU

Treść Raportu odpowiedzialnego biznesu „Na rzecz klientów i społeczeństwa” oraz granice aspektów raportowania wypracowaliśmy w 2017 r. podczas kilku sesji wewnętrznych z przedstawicielami różnych obszarów Credit Agricole.

/1/ Proces tworzenia Raportu

Podczas tych spotkań określiliśmy główne cele i kluczowe aspekty raportowania oraz wybraliśmy wskaźniki istotne dla działalności naszego banku, według których raportujemy do dziś.

W procesie wypracowania treści raportu aktywnie uczestniczyli członkowie Zarządu banku, którzy zatwierdzili decyzje strategiczne związane z tym procesem.

Przygotowując Raport za rok 2020, skoncentrowaliśmy się na oczekiwaniach i rekomendacjach z panelu interesariuszy banku, który przeprowadziliśmy w listopadzie 2019 r. zgodnie ze standardem AA1000SES (s. 26).

Dodatkowo wzięliśmy pod uwagę opinie interesariuszy, które zbieramy na bieżąco podczas różnych wydarzeń. Uwzględniliśmy też ocenę i rekomendacje po realizowanym przez Fundację Frank Bold projekcie, w którym badano jakość raportowania kwestii związanych z klimatem i zrównoważonym rozwojem „Improving climate and sustainability corporate disclosure policies to enable sustainable finance” zgodnie z Dyrektywą w sprawie ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności (NFRD). Projekt wspierały organizacje European Climate Initiative (EUKI) i Alliance for Corporate Transparency. Na podstawie zebranych informacji wybraliśmy kwestie istotne do przedstawienia w raporcie.

Raport przygotowaliśmy zgodnie („in accordance”) z GRI Standards: opcja podstawowa („Core”). Obejmuje on rok kalendarzowy 2020. Podane w Raporcie dane są aktualne według stanu na 31 grudnia 2020 r. Dokument nie podlegał zewnętrznej weryfikacji i nie jest raportem skonsolidowanym. Raportujemy w cyklu rocznym. Poprzedni Raport wydaliśmy w 2020 r. za 2019 r. Nie zmieniliśmy istotnie sposobu raportowania, aby dane, które przedstawiamy od 2018 r., były porównywalne zgodnie z zasadą porównywalności. Przeanalizowaliśmy natomiast raportowane wskaźniki oraz sprawdzaliśmy, czy odpowiadamy na nie w treści raportu zgodnie z zasadą „comply or explain” oraz zasadą kompletności.

W tym roku znacznie więcej miejsca poświęciliśmy ładowi organizacyjnemu, ryzykom niefinansowym, planom banku oraz ujawnianiu kwestii środowiskowych i wpływu na klimat, w tym śladu węglowego banku. Osobny rozdział dotyczy wsparcia głównych interesariuszy banku – pracowników, klientów i społeczności lokalnych – podczas pandemii COVID-19.

Raport dotyczy Credit Agricole Bank Polska S.A.

[GRI 102-45, GRI 102-46, GRI 102-48, GRI 102-49, GRI 102-50, GRI 102-51, GRI 102-52, GRI 102-54, GRI 102-56, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3]

/2/ Priorytetowe aspekty raportowania

Priorytetowe aspekty raportowania nie zmieniają się od naszego pierwszego Raportu odpowiedzialnego biznesu, który wydaliśmy w 2018 r. za 2017 r. W raportowaniu dla interesariuszy zewnętrznych, także w Raporcie za 2020 r., kluczowe są aspekty:

- ekonomiczne;
- środowiskowe;
- społeczne i pracownicze;
- związane z wpływem na otoczenie społeczne;
- związane z prawami człowieka;
- związane z odpowiedzialnością za produkt.

Z kolei do kluczowych aspektów raportowania dla interesariuszy wewnętrznych należą:

- wyniki ekonomiczne;
- obecność na rynku;
- działalność antykorupcyjna;
- materiały/surowce;
- energia;
- ocena środowiskowa dostawców;
- zatrudnienie;
- bezpieczeństwo i higiena pracy;
- szkolenia i edukacja;
- różnorodność i równość szans;
- przestrzeganie zasad niedyskryminacji;
- ocena dostawców pod kątem społecznym;
- marketing i oznaczenia;
- prywatność klienta;
- zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi.

Podjęcie zarządcze (wyjaśnienie istotnych kwestii i ich zasięgu, główne składowe) oraz jego ocenę opisujemy w rozdziałach poświęconych istotnym kwestiom, które przedstawiamy w tym raporcie.

[GRI 102-47, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3]

/3/ Uporządkowanie działań CSR banku wg normy ISO 26000

Kwestie opisane w Raporcie odpowiedzialnego biznesu usystematyzowaliśmy zgodnie z siedmioma obszarami społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), określonymi w normie ISO 26000, którą kierujemy się w naszym banku. Te obszary to:



W tym roku znacznie więcej miejsca w Raporcie poświęciliśmy ładowi organizacyjnemu, ryzykom niefinansowym, planom banku oraz ujawnianiu kwestii środowiskowych i wpływu na klimat, w tym śladu węglowego banku.

- 1) ład organizacyjny;
 - 2) prawa człowieka;
 - 3) praktyki z zakresu pracy;
 - 4) środowisko;
 - 5) uczciwe praktyki operacyjne;
 - 6) zagadnienia konsumenckie;
 - 7) zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej.
- Nazwami tych obszarów zatytułowaliśmy kolejne działy Raportu. Więcej o normie ISO 26000 na s. 23.

/4/ Wsparcie Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ

W 2017 r. Grupa Crédit Agricole przygotowała mapę kilku bieżących działań, które mogą się przyczynić do osiągnięcia Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ). Koncentrują się one wokół trzech obszarów: etyka, klimat i włączenie społeczne. Aby pokazać zaangażowanie także naszego banku we wspieranie Celów Zrównoważonego Rozwoju, poszczególnym rozdziałom Raportu odpowiedzialnego biznesu przypisaliśmy odpowiednie Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, do których realizacji przyczyniamy się dzięki naszym działaniom. ●

[GRI 102-12, GRI 103-1]

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

W 2015 r. świat przyjął strategię rozwoju do 2030 r. Wszystkie 193 państwa członkowskie ONZ jednogłośnie przyjęły rezolucję „Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030”. Zawiera ona 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju (ang. Sustainable Development Goals) oraz 169 zadań szczegółowych, które się z nimi wiążą. Cele te mają zostać osiągnięte do 2030 r. Do każdego zadania ustalono wskaźniki, dzięki którym na całym świecie można monitorować postępy w osiąganiu Celów. Do osiągnięcia Celów potrzebne jest zaangażowanie wszystkich sektorów. Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ to:

- | | |
|---|---|
| 1) koniec z ubóstwem; | 10) mniej nierówności; |
| 2) zero głodu; | 11) zrównoważone miasta i społeczności; |
| 3) dobre zdrowie i jakość życia; | 12) odpowiedzialna konsumpcja i produkcja; |
| 4) dobra jakość edukacji; | 13) działania w dziedzinie klimatu; |
| 5) równość płci; | 14) życie pod wodą; |
| 6) czysta woda i warunki sanitarne; | 15) życie na lądzie; |
| 7) czysta i dostępna energia; | 16) pokój, sprawiedliwość i silne instytucje; |
| 8) wzrost gospodarczy i godna praca; | 17) partnerstwa na rzecz celów. ● |
| 9) innowacyjność, przemysł, infrastruktura; | |





SZCZEGÓŁOWE DANE LICZBOWE



PRACOWNICY NA UMOWACH O PRACĘ W PODZIALE NA RODZAJ UMOWY I WYMIAR ETATU			
	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Suma pracowników na umowach o pracę wg rodzaju umowy			
na okres próbny	6	5	11
na czas określony	561	232	793
na czas nieokreślony	2614	1038	3652
na czas określony w zw. z zastępstwem	65	29	94
Suma pracowników na umowach o pracę wg wymiaru etatu			
na pełny etat	3129	1202	4331
na niepełny etat	117	102	219
SUMA	3246	1304	4550

[GRI 102-8]

ROTACJA PRACOWNIKÓW ⁴						
	Kobiety			Mężczyźni		
Wiek	<30	30-50	50<	<30	30-50	50<
Liczba nowo zatrudnionych pracowników	208	194	3	113	52	3
Odsetek nowo zatrudnionych pracowników	34%	7%	2%	40%	5%	3%
Liczba odejść pracowników	196	368	17	89	93	9
Odsetek odejść pracowników	32%	14%	13%	32%	10%	9%

[GRI 401-1]

⁴ Przyjęliśmy, że odsetek odejść pracowników to stosunek liczby pracowników odchodzących w 2020 r. do liczby wszystkich pracowników w 2020 r. w danej grupie wiekowej, osobno dla kobiet i mężczyzn. Analogicznie: odsetek nowo zatrudnionych pracowników to stosunek liczby zatrudnionych w 2020 r. do liczby wszystkich pracowników w 2020 r. w danej grupie wiekowej.

PRACOWNICY W PODZIALE NA REGIONY ⁵ (BEZ CENTRALI I CA24 INFOLINI)			
Region	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Region Białystok	84	11	95
Region Bydgoszcz	82	15	97
Region Częstochowa	111	15	126
Region Gdańsk	104	11	115
Region Gdynia	100	12	112
Region Jelenia Góra	106	13	119
Region Katowice	143	20	163
Region Kielce	77	12	89
Region Konin	80	10	90
Region Kraków	101	32	133
Region Lublin	98	19	117
Region Łódź	123	24	147
Region Poznań	91	23	114
Region Szczecin	129	12	141
Region Warszawa Południe	78	20	98
Region Warszawa Północ	86	34	120
Region Warszawa Zachód	86	18	104
Region Wrocław	107	21	128
Suma	1786	322	2018

[GRI 102-8]

⁵ Region – pracownicy sieci placówek bankowych połączonej z siecią sprzedaży Consumer Finance zgodnie z Regulaminem organizacyjnym banku.



SZKOLENIA W PODZIALE NA KATEGORIE PRACOWNIKÓW		
Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika w podziale na kategorie zatrudnienia		
	Kobiety	Mężczyźni
Zarząd, Top Management, Middle Management	42,92	29,09
Specjaliści	33,24	27,11
Suma	38,8	28,01

[GRI 404-1]

STOSUNEK WYNAGRODZENIA KOBIET (ZASADNICZEGO I Z PREMIĄ) DO WYNAGRODZENIA MĘŻCZYZN ⁶		
Średnia dla dla tych samych szczebli zaszerzegowania ważona udziałem liczby pracowników na danym szczeblu		
	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie zasadnicze z premią
Wszyscy pracownicy	96%	98%
Top Management	98%	100%
Middle Management	92%	93%
Specjaliści	96%	98%

[GRI 202-1, GRI 405-2]

⁶ Nie podajemy stosunku wynagrodzenia w podziale na główne lokalizacje prowadzenia działalności, ponieważ prowadzimy działalność wyłącznie w Polsce w oparciu o polskie przepisy prawa pracy.

TEMATY SZKOLEŃ ROZWIJAJĄCYCH UMIEJĘTNOŚCI		
Temat szkolenia	Liczba godzin	% godzin szkoleń na dany temat w porównaniu do wszystkich szkoleń
Wiedza o Grupie Crédit Agricole	1 914	1,20%
Zarządzanie	5 276	3,40%
Ubezpieczenia	30 610	19,90%
Bankowość, prawo i ekonomia	35 574	23,20%
Zarządzanie finansami (rachunkowość, kontrola zarządzania, podatki)	4 693	3,10%
Ryzyko	5 101	3,30%
Compliance	8 036	5,20%
Organizacja, jakość	17 041	11,10%
Zakupy, marketing, dystrybucja	2 306	1,50%
IT, sieci, telekomunikacja	1 445	0,90%
Office IT, oprogramowanie IT, ICT	1 310	0,90%
Języki obce	4 879	3,20%
Zdrowie i BHP	4 936	3,20%
Prawa człowieka i środowisko (zrównoważony rozwój)	1 331	0,90%
Rozwój osobisty, komunikacja	25 292	16,50%
Zasoby ludzkie	3 914	2,50%

[GRI 404-2]



URLOPY RODZICIELSKIE			
	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Uprawnieni w 2020 r. do urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego	534	160	694
Pracownicy, którzy skorzystali z urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego w 2020 r.	422	79	501
Pracownicy, którzy wrócili do pracy w 2020 r. po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego	354	76	430
Pracownicy, którzy wrócili do pracy w 2019 r. po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego i przepracowali cały 2020 r.	305	58	363
Wskaźnik powrotu do pracy oraz utrzymania zatrudnienia jako procent pracowników ze stażem powyżej 12 miesięcy w stosunku do wszystkich pracowników powracających do pracy po urlopie macierzyńskim /tacierzyńskim za rok poprzedzający analizę, tj. 2019	86,16%	76,32%	84,42%

[GRI 401-3]

LICZBA WYPADKÓW PRZY PRACY I ZWIĄZANE Z TYM NIEOBECNOŚCI				
	2017	2018	2019	2020
Liczba wypadków	18	24	25	8
Liczba dni niezdolności do pracy	442	815	905	175

[GRI 403-2]

LICZBA WYPADKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ			
	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Liczba wypadków w drodze do lub z pracy	9	4	13
Liczba wypadków w czasie pracy	6	2	8
Liczba wypadków śmiertelnych	0	0	0

[GRI 403-2]





WSKAŹNIK CIĘŻKOŚCI WYPADKÓW			
	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Liczba wypadków śmiertelnych przy pracy	0	0	0
Liczba wypadków lekkich przy pracy	6	2	8
Liczba wypadków ciężkich przy pracy	0	0	0
Suma wszystkich wypadków	6	2	8
Wskaźnik częstości wypadków w odniesieniu do wszystkich pracowników banku (Injury rate - IR) ⁷	1,84	1,53	1,75
Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy	117	58	175
Wskaźnik ciężkości wypadków ⁸	19,5	29,0	21,87

[GRI 403-2]

⁷ Liczony jako całkowita liczba wypadków przy pracy odnotowanych w danym roku, podzielona przez liczbę zatrudnionych, pomnożona przez 1 000.
⁸ Liczony jako łączna liczba dni niezdolności do pracy osób poszkodowanych w wypadkach przy pracy, podzielona przez liczbę wypadków przy pracy.

UDZIAŁ PRACOWNIKÓW Z RÓŻNYCH KATEGORII W GRUPACH WIEKOWYCH w 2020 R.						
	Kobiety			Mężczyźni		
Wiek	≤29 (<30)	30-50	51≤ (50<)	≤29 (<30)	30-50	51≤ (50<)
Rada Nadzorcza	0%	11%	11%	0%	0%	78%
Zarząd	0%	0%	14%	0%	14%	71%
Top Management	0%	35%	13%	0%	43%	10%
Middle Management	1%	64%	4%	1%	27%	3%
Specjaliści	14%	56%	3%	6%	20%	2%

[GRI 405-1]

ZUŻYCIE ENERGII ⁹		
	2019	2020
Całkowite zużycie energii pochodzącej ze źródeł nieodnawialnych ¹⁰	5,569 TJ	0,980 TJ
Całkowite zużycie energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych ¹¹	0,606 TJ	0,977 TJ
Całkowite zużycie energii elektrycznej	6,175 TJ/ 1,715 GWh	1,956 TJ /0,543 GWh
Całkowite zużycie energii cieplnej	2,124 TJ /0,590 GWh	1,344 TJ /0,373 GWh
Całkowite zużycie energii	8,299 TJ	3,300 TJ

[GRI 302-1]

⁹ Ustalając podział zużycia energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych i nieodnawialnych, przyjęliśmy proporcjonalny udział w kosztach obydwu składników. Raport dotyczy budynków, których właścicielem jest Credit Agricole. Źródło użytych przeliczników: 1 kWh = 3 600 000 J.
¹⁰ Stosowany rodzaj paliwa – węgiel.
¹¹ Stosowany rodzaj paliwa – elektrownie wodne i wiatrowe.





TABELA GRI



Tabela GRI		
WSKAŹNIKI PODSTAWOWE		
NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	STRONA
102-1	Nazwa organizacji	16
102-2	Aktywności, marki, produkty i usługi	32, 33, 34, 35, 36, 67, 68
102-3	Lokalizacja siedziby głównej	95
102-4	Lokalizacje, w których organizacja prowadzi działalność	16
102-5	Charakter własności oraz forma prawna	16
102-6	Rynki obsługiwane przez organizację	16, 32, 33, 34, 35, 36
102-7	Skala działalności	16, 21, 33, 53
102-8	Informacje dotyczące zatrudnienia pracowników	53, 81, 82
102-9	Łańcuch dostaw organizacji	45
102-10	Znaczące zmiany dotyczące organizacji oraz łańcucha dostaw	45
102-11	Stosowanie zasady przezorności	66
102-12	Zewnętrzne inicjatywy	23, 49, 61, 78
102-13	Członkostwo w organizacjach	28
102-14	Oświadczenie ze strony najważniejszych rangą decydentów w organizacji	6, 20
102-15	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	22, 25, 27, 48
102-16	Wartości organizacji, jej zasady, standardy i normy zachowania	27, 28, 38, 40, 41, 42, 46, 47, 49
102-17	Mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa oraz kwestii związanych z uczciwością organizacji	27, 28, 42, 46, 47, 49
102-18	Struktura zarządzania	18

102-40	Lista grup interesariuszy	24
102-41	Zbiorowe układy pracy	26
102-42	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy	24
102-43	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy	26
102-44	Kluczowe kwestie i zagadnienia poruszone przez interesariuszy w procesach angażowania interesariuszy	26
102-45	Jednostki objęte skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym	77
102-46	Definiowanie zawartości raportu	77
102-47	Aspekty, które mają istotny wpływ na treść raportu	77
102-48	Wpływ wszelkich zmian w informacjach podanych w poprzednich raportach oraz przyczyny tych zmian	77
102-49	Zmiany w raportowaniu	77
102-50	Okres objęty raportowaniem	77
102-51	Data poprzedniego (ostatniego) raportu	77
102-52	Cykl raportowania	77
102-53	Osoba kontaktowa w zakresie pytań dotyczących raportu i jego treści	95
102-54	Oświadczenie dotyczące raportowania zgodnie z GRI Standards	77
102-55	Indeks wskaźników GRI	92, 94
102-56	Weryfikacja zewnętrzna	77
103-1	Wyjaśnienie istotnych kwestii na temat tematów i granic raportowania	77, 78
103-2	Podejście zarządcze i jego składowe	23, 27, 28, 42, 66, 77
103-3	Ocena podejścia zarządczego	23, 26, 27, 28, 42, 77



Tabela GRI		
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE		
NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	STRONA
201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	21
202-1	Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla w podziale na płeć w stosunku do płacy minimalnej na danym rynku	56, 83
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	47
302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji	69, 88
308-1	Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani z uwzględnieniem kryteriów środowiskowych	45
401-1	Zatrudnienie nowych pracowników oraz rotacja pracowników	53, 81
401-2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin	16, 57
401-3	Urlopy rodzicielskie	57, 85
403-2	Rodzaj urazów oraz wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą	58, 85, 86, 87
404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku	54, 83
404-2	Programy rozwoju umiejętności pracowników, które wspierają ciągłość zatrudnienia oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowe	54, 84
404-3	Odsetek pracowników regularnie otrzymujących ocenę pracy i rozwoju kariery	55

405-1	Różnorodność wśród ciał zarządzających i pracowników	61, 87
405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet do pensji i wynagrodzenia mężczyzn	56, 83
406-1	Przypadki dyskryminacji oraz podjęte działania	62
414-1	Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani z uwzględnieniem praktyk w zakresie zatrudniania	45
414-2	Negatywny wpływ na praktyki zatrudniania w łańcuchu dostaw oraz podjęte działania	45
417-2	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczącymi informacji i znakowania/etykietowania produktów i usług	50
417-3	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczącymi komunikacji marketingowej	50
418-1	Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności klientów i utraty danych klientów	42
419-1	Nieprzestrzeganie prawa i regulacji w obszarze społecznymi ekonomicznym	50

[GRI 102-55]



DANE KONTAKTOWE



Przemysław Przybylski

dyrektor
Biura Komunikacji Korporacyjnej
rzecznik prasowy
prprzybylski@credit-agricole.pl

Ewa Deperas-Jarczewska

starszy specjalista
edeperas@credit-agricole.pl

Credit Agricole Bank Polska S.A.
ul. Legnicka 48 bud. C-D
54-202 Wrocław

[GRI 102-3, GRI 102-53]



WWW.CREDIT-AGRICOLE.PL



Zdjęcia: Jacek Heliasz, Adobe Stock, iStock

Niektóre zdjęcia wykorzystują wizerunek pracowników Credit Agricole:

Bogumiła Kotlarska, Katarzyna Demidowicz-Witek, Edyta Porczyk, Katarzyna Pabianek, Adam Jankowiak, Paulina Kaluża-Lelakowska, Marzena Racioka, Katarzyna Słomian, Agnieszka Gorzkowicz, Beata Borucka, Marzena Kaniak, Paulina Ścigała, Marcin Jagodziński, Aleksandra Pyrzewska

