

A woman and two young boys are hiking on a dirt path through a lush green forest. The woman is in the background, smiling, wearing a plaid shirt and a backpack. The two boys are in the foreground, also wearing backpacks and using walking sticks. The boy on the left is wearing a plaid shirt and green shorts, while the boy on the right is wearing a yellow striped shirt and blue shorts. The forest is dense with green foliage and trees.

NA RZECZ KLIENTÓW I SPOŁECZEŃSTWA

RAPORT ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU 2021
CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA S.A.

#WECARE

SPIIS TREŚCI

▀ Potrzebni i pomocni 5

ŁAD ORGANIZACYJNY

17

▀ O naszym akcjonariuszu 9

▀ O grupie Crédit Agricole w Polsce 9

▀ O Credit Agricole Bank Polska 11

▀ Struktura organu zarządzającego 13

▀ Strategia banku 15

▀ Strategiczne podejście do CSR 19

▀ Interesariusze banku 21

▀ Zasady etyczne 25

▀ Członkostwo w organizacjach 26

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

27

▀ Bank uniwersalny zorientowany na klienta 29

▀ Oferta banku 30

▀ Obsługa i doświadczenie klientów 35

▀ Obsługa klientów niepełnosprawnych 37

▀ Komunikacja marketingowa 39

▀ Obsługa reklamacji 40

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

41

▀ Relacje z dostawcami 43

▀ Relacje z partnerami biznesowymi 44

▀ Przeciwdziałanie korupcji 45

▀ Zarządzanie ryzykiem niefinansowym 46

▀ Ochrona danych osobowych 47

▀ Bezpieczeństwo informacji 48

▀ Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi 48

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

49

▀ Pracownicy banku 51

▀ Rozwój pracowników 53

▀ Polityka wynagrodzeń 55

▀ Ocena kompetencji pracowników 56

▀ Korzyści socjalne dla pracowników 57

▀ Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników 59

PRAWA CZŁOWIEKA

61

▀ Różnorodność 63

▀ Zróżnicowanie pracowników 65

▀ Przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji 66

ŚRODOWISKO

67

▀ Strategiczne podejście do ochrony środowiska naturalnego 69

▀ Rozwijanie zielonej bankowości 73

▀ Ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko 77

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

81

▀ Wsparcie dla społeczeństwa 83

▀ O raporcie 85

▀ Tabela GRI 91

▀ Dane kontaktowe 97

POTRZEBNI I POMOCNI



Piotr Kwiatkowski
prezes Zarządu



Jean Bernard-Mas
Senior Country Officer
I wiceprezes Zarządu

Rok 2021 był dla nas, podobnie jak dla całej polskiej gospodarki, kolejnym rokiem wyzwań związanych z pandemią COVID-19. Nasz bank już w 2020 r. wypracował odpowiednie sposoby postępowania i zaadaptował się do tych wymagających warunków działania. Dzięki temu również w roku 2021 mogliśmy efektywnie i nieprzerwanie realizować nasze zobowiązania wobec klientów i społeczeństwa.

Jako bank zaangażowany społecznie aktywnie włączyliśmy się w pomoc dla przedsiębiorców poszkodowanych w wyniku pandemii i pośredniczyliśmy w wypłacie subwencji w ramach programu Tarcza Finansowa 2.0. Polskiego Funduszu Rozwoju. Ponadto w odpowiedzi na potrzeby klientów wprowadziliśmy w pełni zdalny proces otwierania konta dla przedsiębiorców prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą oraz rolników indywidualnych. Pod koniec roku umożliwiliśmy klientom zdalne potwierdzanie tożsamości i zakładanie profilu zaufanego. Klienci banku zyskali w ten sposób bezpieczny dostęp do wielu cyfrowych usług oferowanych przez firmy i administrację publiczną. Zdecydowanie łatwiej im było także korzystać z naszych usług za sprawą rozwiązań cyfrowych, które wprowadzamy. Oprócz tego nasi doradcy służą klientom wsparciem zawsze wtedy, gdy oni tego potrzebują.

W roku 2021 po raz kolejny daliśmy dowody naszego ekologicznego zaangażowania. Realizując cele naszej strategii, rozwijaliśmy zieloną bankowość i ograniczaliśmy degradację środowiska. W kwietniu wprowadziliśmy pierwszą na polskim rynku kartę z ekotworzywa, która rozkłada się szybciej niż plastikowa. Rozpoczęliśmy także subskrypcję nowych produktów ubezpieczeniowych z elementem inwestycyjnym: Zielona Europa i Zielona Europa II. Dają one ochronę ubezpieczeniową na życie oraz możliwość osiągania zysku ze wzrostu indeksu, który uwzględnia czynniki środowiskowe. Powiększyliśmy też flotę naszych

”

W roku 2021
po raz kolejny daliśmy
dowody naszego
ekologicznego
zaangażowania.
Realizując cele naszej
strategii, rozwijaliśmy
zieloną bankowość
i ograniczaliśmy
degradację środowiska.

służbowych pojazdów o 45 nowych samochodów marki Toyota o napędzie hybrydowym.

Jako jeden z ośmiu banków podpisaliśmy umowę z Narodowym Funduszem Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej o przystąpienie do programu „Czyste Powietrze” i uruchomiliśmy kredyty z dotacją do wymiany nieefektywnych źródeł ciepła i termomodernizacji domów jednorodzinnych. Celem programu jest poprawa jakości powietrza oraz zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych w Polsce.

Kontynuowaliśmy również naszą kampanię edukacyjną #MniejPlastiku. Zrealizowaliśmy w niej akcję Górską Odyseję. Był to ponad 800-kilometrowy marsz po górskich i leśnych szlakach połączony ze sprzątaniem odpadów i edukacją na temat szkodliwości nadmiaru plastiku w środowisku. Akcji towarzyszyła plenerowa wystawa edukacyjna, którą zaprezentowaliśmy w 35 miejscowościach na południu Polski.

W ramach kampanii #MniejPlastiku byliśmy także partnerem trasy koncertowej Dawida Podsiadło „Leśna Muzyka”, a po jej zakończeniu wspólnie z artystą zrealizowaliśmy projekt ekologiczny Wyjątkowe winyle z plastikowych odpadów. Plastikowe elementy scenografii koncertowej przetworzyliśmy na serię unikalnych płyt gramofonowych z muzyką wyprodukowaną przez Dawida Podsiadło. Płyty zostały wystawione na aukcję, a cały dochód z ich sprzedaży wraz z dotacją od banku (łącznie 100 tys. zł) wsparł działalność Polskiego Stowarzyszenia Zero Waste. Warto dodać, że kampanię #MniejPlastiku nagrodzono tytułem „Eko Inspiracja 2021”.

Ważnym projektem dla banku jest rozwijanie dostępności produktów i usług dla osób ze szczególnymi potrzebami. W ramach programu Zamieniam się w słuch zaoferowaliśmy osobom niesłyszącym i słabosłyszącym Konto dla Ciebie VIP bez opłat, a także wyposażyliśmy kolejne dziesięć

placówek w pętle indukcyjne. We współpracy z Fundacją FONIS przygotowaliśmy cykl poradnikowych filmów edukacyjnych dla młodych matek w języku migowym.

W 2021 r. kontynuowaliśmy także akcję Wyzwanie oszczędzanie. Ma ona zachęcić Polaków do świadomego gospodarowania domowym budżetem i skutecznego oszczędzania pieniędzy i środowiska oraz przeciwdziałać nadmiernemu zadłużaniu się. W ramach akcji na Facebooku działa grupa Wyzwanie Oszczędzanie, wokół której zawiązała się aktywna społeczność licząca ponad 3,6 tys. osób. Uruchomiliśmy również portal www.wyzwanieoszczedzanie.pl, na którym w jednym miejscu zebraliśmy inspirujące treści na temat oszczędzania i zarządzania domowym budżetem.

Jako nowoczesny bank skupiony na ludziach pracujemy w oparciu o sens istnienia Grupy Crédit Agricole (franc. raison d'être), który brzmi: „Codziennie działamy na rzecz naszych klientów oraz społeczeństwa”. Dobrze rozumiemy, 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. I to właśnie chcemy pokazać Państwu w naszym raporcie.

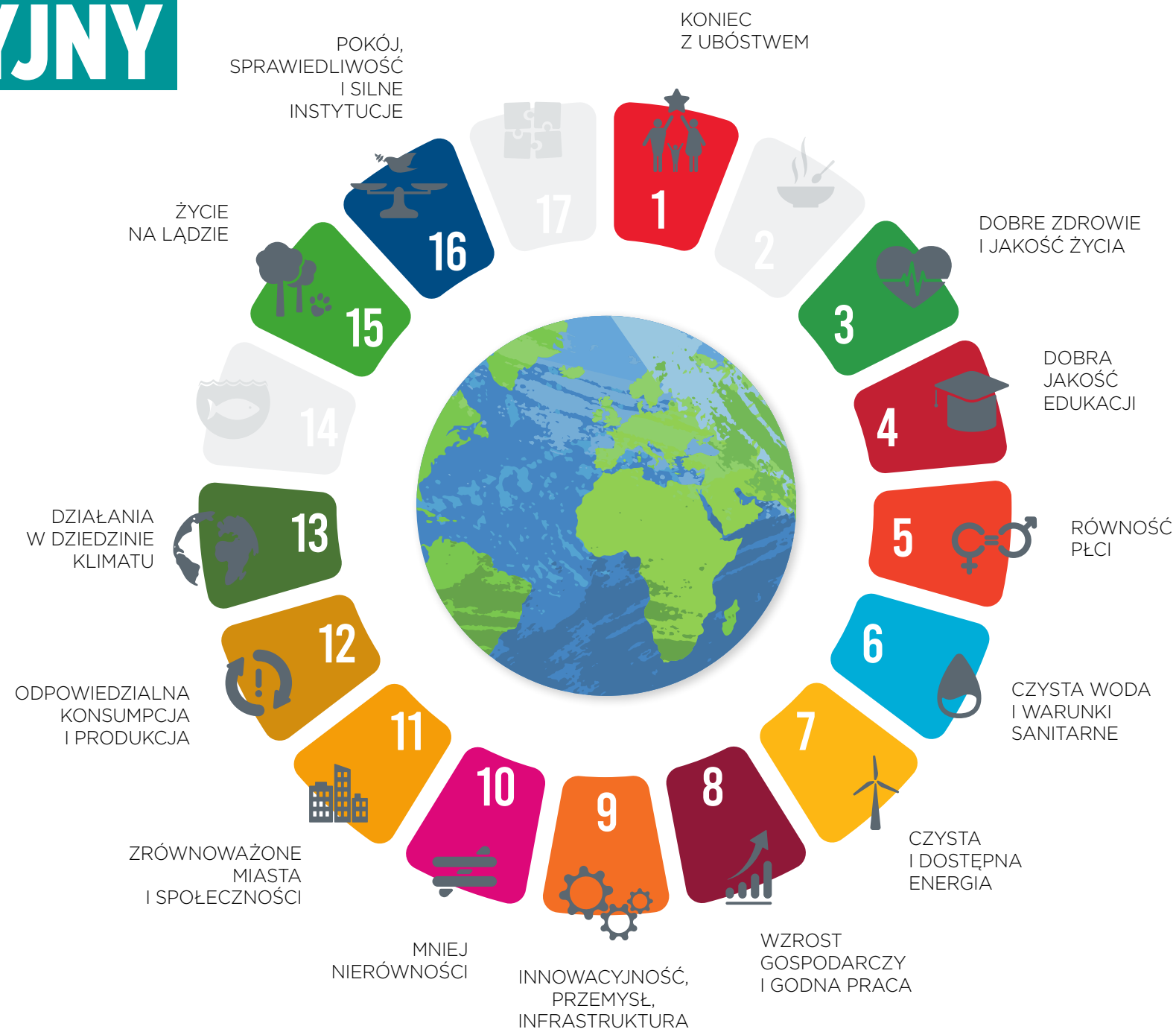
Piotr Kwiatkowski
prezes Zarządu

Jean Bernard-Mas
Senior Country Officer
I wiceprezes Zarządu

ŁĄD ORGANIZACYJNY

Nasz bank aktywnie
wspiera realizację
Celów Zrównoważonego
Rozwoju ONZ.
Więcej o nich na s. 89.

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 detalicz-

nej 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 zależnie od ich potrzeb szeroki wybór produktów oraz usług bankowych i pozabankowych we wszystkich kanałach dystrybucji. Są to: ubezpieczenia, nieruchomości, płatności, zarządzanie aktywami, leasing i faktoring, Consumer Finance oraz bankowość korporacyjna i inwestycyjna. ▀

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 przedsiębiorstwa (MŚP), duże korporacje lokalne i międzynarodowe oraz firmy 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). ▀

BANKOWOŚĆ UNIWERSALNA	UBEZPIECZENIA	USŁUGI FINANSOWE	ZARZĄDZANIE AKTYWAMI
		    	



O CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA

Credit Agricole Bank Polska S.A. (Credit Agricole) to bank uniwersalny, który od ponad 20 lat funkcjonuje na polskim rynku. Działamy w obszarze bankowości detalicznej, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), agrobiznesu 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 przedsiębiorstwa, duże korporacje, a także rolnicy i firmy z sektora agrobiznesu.

Nie ograniczamy się tylko do usług finansowych. Proponujemy też 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 w blisko 10 tys. sklepów i punktów usługowych zrzeszonych w największym w Polsce Klubie Rabatowym.

Jesteśmy bankiem w „100 proc. cyfrowym, 100 proc. ludzkim”. Zgodnie z tym hasłem inwestujemy w nowoczesne technologie i ułatwiamy zdalny dostęp do naszych usług. 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 i partnerskich, w tym 30 placówek bezgotówkowych, 4 centra korporacyjne (w Warszawie, Krakowie z filią w Katowicach, Gdańsku i we Wrocławiu z filią w Poznaniu) oraz zlokalizowane w Warszawie centrum, które obsługuje 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

placówki
własne

141

285

placówki
partnerskie

centra
korporacyjne

371

4

bankomaty

wpłatomaty

336

12 tys.

punkty
sprzedaży
partnerów

sklepy i punkty
usługowe w Klubie
Rabatowym

10 tys.

▀ GRI 102-7



STRUKTURA ORGANU ZARZĄDZAJĄCEGO

W Credit Agricole działają Zarząd oraz Rada Nadzorcza. Rozumiemy je tutaj jako organy zarządzające.

ZARZĄD

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

Zarząd banku składa się z siedmiorga członków. Są to:

- 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. Ich kadencja wynosi pięć lat. Rada Nadzorcza ustala liczbę członków Zarządu i zatwierdza wewnętrzny podział kompetencji w Zarządzie. Obecnie obowiązują następujące zasady:

- 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;
- prezes Zarządu nie może nadzorować obszaru działalności banku stwarzającego ryzyko istotne w działalności banku;
- członek Zarządu nadzorujący zarządzanie ryzykiem istotnym w działalności banku nie może nadzorować obszaru działalności banku stwarzającego 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.

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

”

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.



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: Zarządzania Aktywami i Pasywami; Walidacji Modeli; Nowych Produktów; Kryzysowy; Compliance; Rozwoju; Kredytów Trudnych; Kredytowy; Ryzyka; Bezpieczeństwa i Kontroli Wewnętrznej; Portfela i Projektów; Obsługi Klienta.

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 ośmiorga członków. Są to:

- François-Edouard Drion – przewodniczący Rady Nadzorczej;
- Guilhem Nouvel-Alaux – wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej;
- Elżbieta Jarzeńska-Martin – członkini Rady Nadzorczej;
- 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.

Do 15 września 2021 r. w skład Rady Nadzorczej wchodził także prof. Alfred Janc (członek niezależny).

Członków Rady Nadzorczej powołuje Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy. Ich kadencja trwa pięć lat. W skład Rady Nadzorczej banku wchodzi dwóch 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: Audytu (Jarosław Myjak, Elżbieta Jarzeńska-Martin, Liliana Anam); ds. Nominacji i Wynagrodzeń (Liliana Anam, Bernard Pacory, François-Edouard Drion); 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

Strategia 2022 wyznacza kierunki rozwoju naszego banku na najbliższe lata. Jej kluczowe założenia są spójne ze strategią Grupy Crédit Agricole. Obecnie jesteśmy w trakcie opracowywania strategii na kolejne lata.

SENS ISTNIENIA I CEL STRATEGICZNY

Fundamentem wszystkich działań 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. Jednocześnie nieustannie naszym celem strategicznym jest rozwijać rentowną bankowość uniwersalną poprzez aktywne relacje z klientami oraz systematyczne zwiększanie 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:

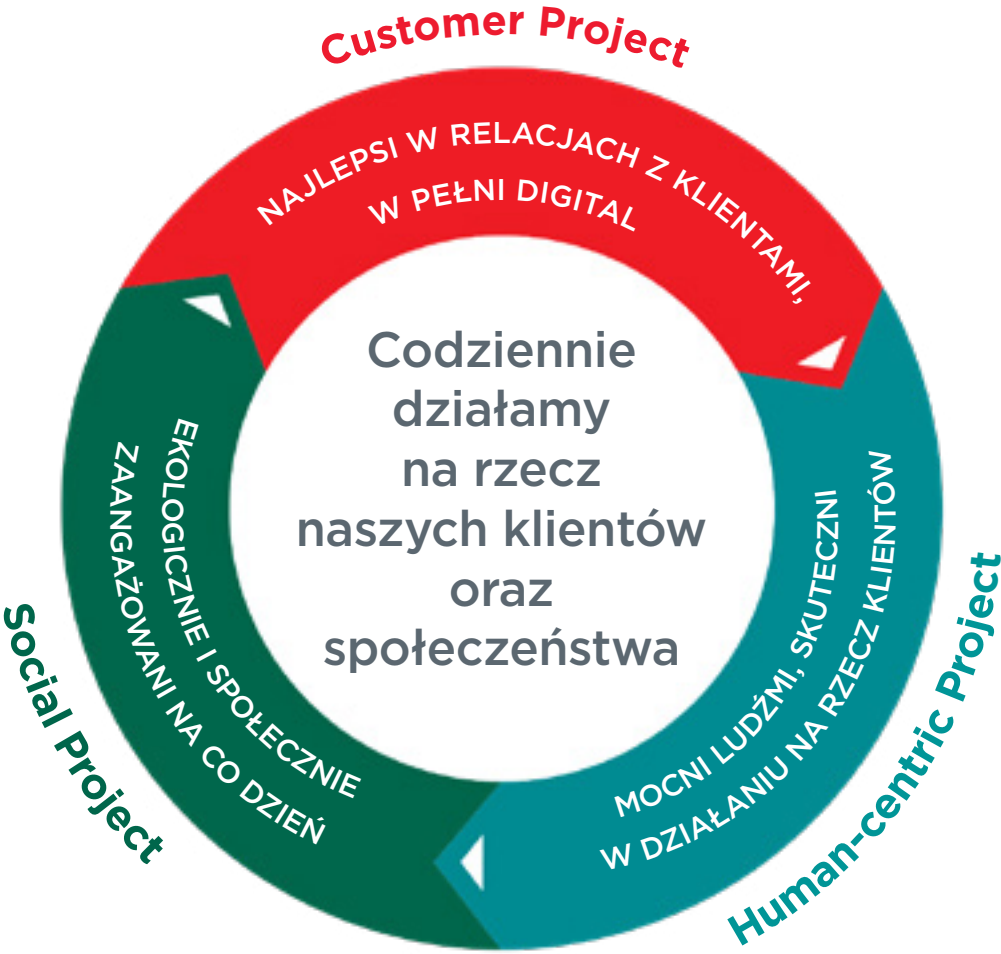
- być jednym z liderów w obszarze akwizycji klientów i Consumer Finance;
- osiągać wyższe i bardziej zdywersyfikowane przychody dzięki rozwojowi innych linii biznesowych;
- w pełni kontrolować efektywność operacyjną i ryzyko.

Biorąc pod uwagę szczególne warunki i wymogi proceduralne, w 2020 r. przeanalizowaliśmy otoczenie rynkowe, prawne i podatkowe. Na tej podstawie zdecydowaliśmy przyspieszyć realizację części celów strategicznych i wdrożyć program przyspieszonej transformacji (Acceleré). To bardzo ambitny plan, który zakłada wielowymiarowe przekształcenie banku w jeszcze bardziej nowoczesny i mocniej skupiony na człowieku.

▀ GRI 102-14



SENS ISTNIENIA I FILARY STRATEGII 2022



FILARY STRATEGII

W latach 2020–2022 będziemy realizować nasz cel strategiczny w ramach trzech filarów strategii. Są to: Customer Project, Human-centric Project oraz Social Project. To, do czego dążymy, opisujemy szczegółowo 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 omnikanałowych relacji z klientami
- Zwiększenie siły akwizycyjnej długiego kanału sprzedaży (linii Customer Finance)
- Wspólna oferta banku i EFL dla MŚP i agrobiznesu w obu sieciach dystrybucji

Zapewniamy pełną ofertę produktów i usług

- Pełna oferta dla wszystkich segmentów:
 - Rozwój oferty dla klientów indywidualnych
 - Uzupełnienie produktów dla SOHO, MŚP i agrobiznesu
 - 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 wykorzystać 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 inspirowanie 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



Zaczęliśmy wdrażać
program przyspieszonej
transformacji dzięki któremu
będziemy bardziej nowocześni
i skupieni na człowieku.

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

 GRI 102-14

REALIZACJA STRATEGII BIZNESOWEJ

Rok 2021 był dla nas szczególny. Zaczęliśmy wdrażać program przyspieszonej transformacji (Acceleré), dzięki któremu wielowymiarowo przekształcamy bank w jeszcze bardziej nowoczesny i mocniej skupiony na człowieku. Chcemy połączyć zrozumienie potrzeb klientów i umiejętności pracowników z nowymi technologiami i w ten sposób wyróżnić się na rynku.

Do strategicznych sukcesów w 2021 r. zaliczamy zmiany o charakterze zarówno finansowym, jak i operacyjnym. To 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 Crédit Agricole, 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, które przyjęliśmy w strategii i planach finansowych.



W kolejnych latach
spodziewamy się systematycznej
poprawy wyniku netto.
Osiągniemy ją np. dzięki
przyrostowi liczby
aktywnych klientów.

Na nasze wyniki w 2021 r. wpłynęły kolejne fale pandemii COVID-19 i wynikające z nich zahamowanie wzrostu gospodarczego, utrzymujące się do czwartego kwartału niskie stopy procentowe, które Rada Polityki Pieniężnej (RPP) zdecydowała się podnieść, oraz podniesienie wartości rezerwy związanej z potencjalnymi roszczeniami klientów mających walutowe kredyty hipoteczne.

Utrzymując się niskie stopy procentowe oraz brak uchwały Sądu Najwyższego w kwestii konsumenckich kredytów hipotecznych denominowanych i indeksowanych do franka szwajcarskiego wpłynęły niekorzystnie na przychody banku. Dotyczy to szczególnie przychodów z kart kredytowych, z kredytów z linii Consumer Finance oraz kredytów hipotecznych.

W 2022 r. będziemy poprawiać wskaźniki efektywności działania. W kolejnych latach spodziewamy się systematycznej poprawy wyniku netto dzięki wdrożeniu programu przyspieszonej transformacji (Acceleré). Osiągniemy ją np. dzięki przyrostowi liczby aktywnych klientów, nowej ofercie bankowości elektronicznej i mobilnej oraz rozwojowi linii małych i średnich przedsiębiorstw i agrobiznesu. Lepszy wynik netto uzyskamy poprzez zmianę modelu dystrybucji produktów dla tych linii. W bankowości korporacyjnej zrównoważony i bezpieczny wzrost osiągniemy dzięki kompleksowej ofercie produktowej, rozwiązaniom cyfrowym, wydajnym i zgodnym z wymogami procesów oraz wiedzy specjalistycznej. Działania we wszystkich liniach biznesowych poprzemy silnymi działaniami marketingowymi. Koszty działania wzrosną jako efekt planowanej aktywności marketingowej oraz inwestycji, jakie zrealizowaliśmy w 2021 r. Ten wzrost częściowo zniwelujemy kontynuacją realizacji programu oszczędnościowego, który wdrożyliśmy w 2020 r. Koszt ryzyka zakładamy na poziomie zbliżonym do wartości sprzed pandemii (nie uwzględniamy tu rezerwy związanej z potencjalnymi roszczeniami klientów, którzy mają walutowe kredyty hipoteczne). Zgodnie z planem finansowym w 2022 r. planujemy osiągnąć wynik lepszy niż w 2021 r.

Zagrożenia dla realizacji strategii

Realne zagrożenie dla realizacji strategii pojawiło się w 2020 r. W odpowiedzi na negatywne wydarzenia na rynku bankowym podjęliśmy wiele działań, żeby ograniczyć wpływ

WYNIKI FINANSOWE ZA 2021 R.

	mln zł
Przychody	1276,5
Koszty operacyjne ¹	-960
Płatności na rzecz inwestorów	nie wypłacaliśmy dywidendy
Płatności na rzecz państwa (CIT, BFG, podatek bankowy, KNF, VAT)	-60,2
Zysk netto	33,6

GRI 102-7, GRI 201-1

¹ wraz z podatkiem od niektórych instytucji finansowych

pandemii na naszą działalność. Najważniejszym było kontynuowanie programu oszczędnościowego, by zmniejszyć koszty operacyjne. Głównym czynnikiem, który wzmocnił nasze przychody, była sprzedaż kredytów (zwłaszcza gotówkowych i ratalnych) oraz kont. Dzięki wsparciu kampanii marketingowej uzyskaliśmy najlepszy w historii poziom aktywacji kont oraz wskaźnik tzw. sprzedaży krzyżowej (cross sellingu). Na dalszy wzrost przychodów wpłynęły decyzje RPP o podniesieniu rynkowych stóp procentowych. Dzięki temu, że przeanalizowaliśmy największe obszary działania banku, zwiększyliśmy kontrolę kosztów, zrewidowaliśmy oferty i wybraliśmy te najistotniejsze z punktu widzenia realizacji strategii – osiągnęliśmy zamierzony efekt i poprawiliśmy wskaźniki rentowności.

Mimo silnej kontroli kosztów i ograniczeń, jakie się z nią wiązały, wciąż wspieramy projekty rozwoju biznesu i infrastruktury, zwłaszcza te związane z wdrożeniem programu przyspieszonej transformacji (Acceleré). Dzięki nim w kolejnych latach istotnie się rozwiniemy i poprawimy swoje wyniki finansowe. Kładziemy też nacisk na bezpieczeństwo informatyczne i wciąż je wzmacniamy. Więcej na ten temat na s. 48.

Ponadto monitorujemy wpływ orzecznictwa unijnego oraz krajowego na zachowania kredytobiorców oraz praktykę rynkową i na bieżąco oceniamy ich konsekwencje dla ryzyka prawnego, które wiąże się z walutowymi kredytami hipotecznymi.

Gdyby w przyszłości pojawiło się kolejne zagrożenie, dopuszczamy zmianę pewnych elementów strategii, aby dostosować ją do aktualnej sytuacji biznesowej i ekonomicznej. W razie dalszego zwiększania obciążeń dla sektora bankowego poprzez podatki, składki obowiązkowe lub wydarzenia jedno-razowe jesteśmy gotowi przejrzeć rentowność poszczególnych linii biznesowych i je zoptymalizować. 

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO CSR

Społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR) rozumiemy w Crédit 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. Takie zachowanie:

- 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. 15. 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. 17. 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;
- zmniejszenie liczby wydruków;
- liczba użytych serwisów dla klientów z niepełnosprawnościami;
- liczba pracowników z niepełnosprawnościami.

Działania CSR poddajemy cyklicznemu przeglądowi pod kątem zmieniających się oczekiwań interesariuszy, sytuacji rynkowej oraz wyzwań branżowych. Za realizację tego procesu odpowiada Biuro Komunikacji Korporacyjnej. W 2022 r. zamierzamy powołać niezależną jednostkę, raportującą bezpośrednio do wiceprezesa Zarządu, która będzie zajmowała się koordynacją obszaru CSR w całym banku. Będzie zarządzała ryzykami ESG we współpracy z innymi jednostkami banku, wypracowywała strategię i raportowała.

W Credit Agricole funkcjonuje Polityka CSR. Określa ona nasze podejście do CSR, klasyfikuje interesariuszy banku, opisuje zasady zarządzania CSR i budżetowanie. Planujemy zaktualizować ją w 2022 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 co najmniej raz na dwa miesiące i konsultują kwestie związane z CSR. W 2022 r. zamierzamy powołać bardziej formalną jednostkę, która będzie koordynować prace związane z CSR w całym banku. Będzie ona zarządzać szansami i ryzykami ESG, powoływać nowe inicjatywy, wyznaczać KPI, monitorować postępy we wdrażaniu inicjatyw, a także raportować je i komunikować.

Od 2014 r. jesteśmy sygnatariuszem Deklaracji Odpowiedzialnego Biznesu Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej (CCIFP). Dokument, który dotychczas dobrowolnie podpisało prawie 100 firm, jest potwierdzeniem, że spółka jest zarządza-

”

CSR jest elementem strategii banku.

na zgodnie z zasadami transparentności, etyki, poszanowania dla człowieka i zasobów naturalnych, oraz zobowiązaniem, że tak będzie też w przyszłości. Ponadto bierzemy udział w pracach Komitetu CSR CCIFP i CSR WroClub.

W 2021 r. zrealizowaliśmy wiele inicjatyw edukacyjnych związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu: uruchomiliśmy szkolenie e-learningowe „CSR w praktyce” dla pracowników, prowadziliśmy dla pracowników szkolenia o CSR, zmianach klimatu i zrównoważonych finansach, zorganizowaliśmy kampanię informacyjną na temat podstawowych zasad ochrony środowiska, prezentowaną na ekranach digital signage we wszystkich placówkach bankowych oraz w siedzibie banku. Zaczęliśmy też regularnie wydawać newslettery informacyjne poświęcone CSR.

Jednocześnie wzięliśmy udział w wielu wydarzeniach eksperckich dotyczących CSR i zrównoważonego rozwoju. Należały do nich: konferencja „CSR w praktyce”, panel „Zielone finanse – odpowiedzialny biznes w sektorze bankowym?” podczas międzynarodowej konferencji Impact’21 oraz panel „Reliability, materiality and relevance, czyli taksonomia zielonych inwestycji”. Ten ostatni był pierwszym wydarzeniem z cyklu Koźmiński Green Talks. Zainicjowała je studencka organizacja Green Koźmiński, która działa przy Akademii Leona Koźmińskiego, a Credit Agricole objął swoim patronatem.

Poprzez nasze działania aktywnie wspieramy też realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Więcej na ten temat na s. 89. 

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

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka społecznej odpowiedzialności biznesu Credit Agricole



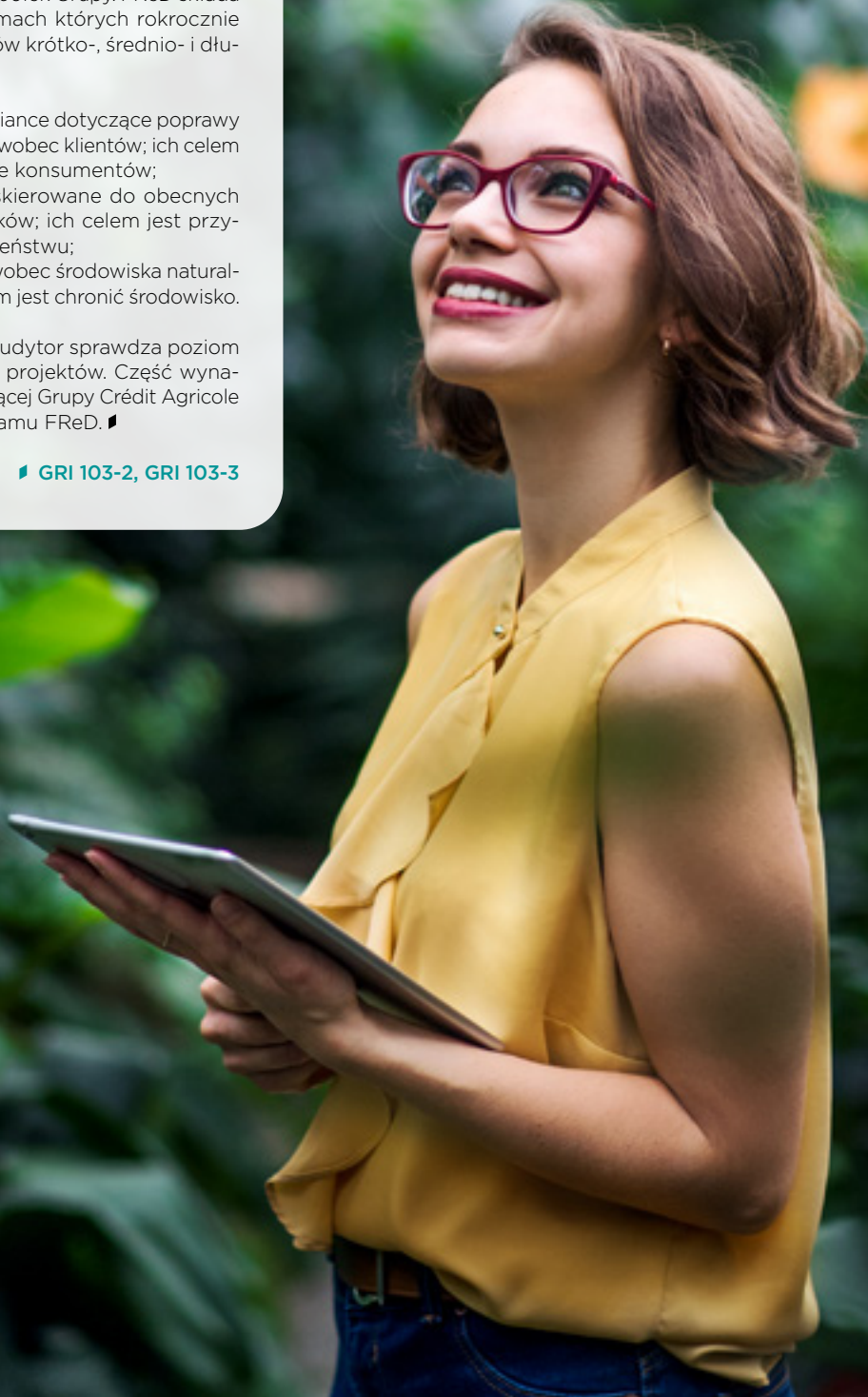
PROGRAM
FReD

Realizację strategii w filarze Social Project wspiera program FReD stworzony w Grupie Crédit Agricole. Stymuluje on działania CSR we wszystkich obszarach banku. Pozwala monitorować działania i mierzyć postępy, a także porównywać je z działaniami i postępami innych spółek Grupy. FReD składa się z trzech filarów, w ramach których rokrocznie realizujemy sześć projektów krótko-, średnio- i długoterminowych. Są to:

- FIDES – projekty compliance dotyczące poprawy i przejrzystości działań wobec klientów; ich celem jest wzmocnić zaufanie konsumentów;
- RESPECT – projekty skierowane do obecnych i przyszłych pracowników; ich celem jest przynieść korzyści społeczeństwu;
- DEMETER – działania wobec środowiska naturalnego i planety; ich celem jest chronić środowisko.

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



INTERESARIUSZE BANKU

W Credit Agricole dużą wagę przykładamy do budowania relacji wewnątrz organizacji i z jej otoczeniem. W procesie komunikacji niezwykle istotna jest właściwa identyfikacja grup tych interesariuszy, na których wpływamy, oraz tych, którzy oddziałują na nas. Mapę interesariuszy oraz identyfikację kluczowych grup opracowaliśmy w 2016 r. podczas spotkania grupy roboczej złożonej z przedstawicieli różnych obszarów banku. Interesariusze naszego banku dzielą się na wewnętrznych i zewnętrznych. Do kluczowych interesariuszy banku należą klienci, pracownicy, społeczeństwo i środowisko naturalne.

WYZWANIA WOBEC INTERESARIUSZY

Zweryfikowaliśmy oczekiwania interesariuszy w odniesieniu do strategii banku i określiliśmy główne obszary oddziaływania Credit Agricole na zrównoważony rozwój ekonomiczny, społeczny i środowiskowy. W kwestii realizacji postulatów skoncentrowaliśmy się na kluczowych interesariuszach. Odpowiedzieliśmy sobie przy tym 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.

RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

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

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka społecznej odpowiedzialności biznesu Credit Agricole

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)

GRI 102-40, GRI 102-42

	KLIENCI	PRACOWNICY	SPOŁECZEŃSTWO	ŚRODOWISKO NATURALNE
Jak wpływamy na danego interesariusza?	zapewniamy bezpieczeństwo środków powierzonych nam przez klientów, budujemy zindywidualizowane długoterminowe relacje, analizujemy potrzeby, odpowiedzialnie sprzedajemy	wzmacniamy zaangażowanie pracowników, zapewniamy stabilność zatrudnienia i uczciwe wynagradzanie, umożliwiamy utrzymanie równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym	uwzględniamy potrzeby osób ze środowisk dyskryminowanych społecznie	w sposób zrównoważony wykorzystujemy energię elektryczną i materiały biurowe, odpowiedzialnie gospodarujemy odpadami
Jakie mogą być nasze korzyści?	zyskamy przewagę konkurencyjną, jaką ma bank uważny, który słucha klientów i oferuje im produkty, których potrzebują	zwiększymy efektywność pracy i polepszymy wyniki biznesowe, będziemy mieć reputację dobrego pracodawcy	będziemy mieć wpływ na rozwiązywanie problemów społecznych (np. walkę z dyskryminacją i nierównością, wzrost poziomu wiedzy finansowej w społeczeństwie)	zoptymalizujemy procesy w banku i zaoszczędzimy energię, paliwa, wodę itd., zmniejszymy opłaty za zanieczyszczanie środowiska
Jakie wyzwania stoją przed nami?	zapewnić wysokiej jakości obsługę i zindywidualizowane podejście wobec rosnącej liczby klientów, zapewnić poprawność działania procesów w banku oraz wprowadzić usprawnienia, których potrzebują klienci	zwiększyć zaangażowanie pracowników i ich identyfikację z firmą i jej strategicznymi celami	zwiększyć aktywność i rozszerzyć skalę oddziaływania	wdrożyć politykę środowiskową oraz kompleksowe narzędzie do raportowania i monitorowania danych środowiskowych
Jakie działania podejmujemy i możemy podejmować?	zmieniamy standardy sprzedaży, usprawniamy procesy, ułatwiamy dostęp do usług w placówkach i poprzez kanały zdalne	realizujemy programy promujące równowagę między życiem prywatnym i zawodowym (work-life balance), poprawiamy komunikację między pracownikami	realizujemy projekty oraz programy edukacyjne, których celem jest przeciwdziałać dyskryminacji	realizujemy projekty, których celem jest poprawa jakości powietrza, monitorujemy zużycie zasobów i wprowadzamy działania redukcyjne, edukujemy ekologicznie klientów i pracowników

GRI 102-15



Dialog z interesariuszami

Celem dialogu z interesariuszami jest zbierać opinie i rekomendacje dotyczące praktyk odpowiedzialnego biznesu oraz wskázówek co do naszych społecznych działań i roli w regionie.

Kontaktujemy się z interesariuszami m.in. podczas bezpośrednich spotkań z ich przedstawicielami. 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 październiku 2021 r. Był on poświęcony współpracy biznesu ze start-upami pozytywnego wpływu (tzw. high impact) w zakresie wsparcia i współdziałania na rzecz rozwijania innowacyjnych projektów w obszarze ochrony środowiska naturalnego. Celem panelu było nie tylko zebranie oczekiwań, ale też stworzenie no-



Kontaktujemy się z interesariuszami m.in. podczas bezpośrednich spotkań z ich przedstawicielami.

wych pól współpracy, przestrzeni do rozmowy, nowych partnerstw i zbudowanie relacji pomiędzy uczestnikami. Dyskutowaliśmy o wyzwaniach, szansach, potrzebach, dobrych praktykach i problemach do rozwiązania. W spotkaniu wzięło udział kilkadziesiąt osób – przedstawicieli różnych grup interesariuszy: start-upów pozytywnego wpływu, inkubatorów uczelnianych, co-workingów, organizacji pozarządowych (NGO), dużych firm, które korzystają z innowacyjnych rozwiązań, spółek Miasta Wrocław i organizacji europejskich. W panelu w roli obserwatorów uczestniczyli też pracownicy banku, w tym wiceprezes Zarządu. Jego uczestnicy zgłosili kilkadziesiąt postulatów i oczekiwań dotyczących współpracy biznesu ze start-upami high impact. Bierzymy je 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 dotychczasowych działań. W tegorocznym badaniu wzięło udział 88 proc. pracowników (taka sama frekwencja jak w zeszłym roku). Nasz wskaźnik zaangażowania w pracę wyniósł 81 proc. (o 3 p.p. więcej niż w 2020 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 interesariuszami: klientami, pracownikami i społeczeństwem. Skuteczna i efektywna komunikacja przekłada się na sprawność działania naszego banku i jest podstawowym warunkiem utrzymania dobrych relacji z interesariuszami.

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, które przynoszą 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. 36. ■

Komunikacja z klientami i społeczeństwem

Bardzo dbamy o komunikację z otoczeniem społecznym. Z naszymi klientami spotykamy się najczęściej w placówkach. Cenimy kontakt osobisty, ale wykorzystujemy też wszystkie kanały kontaktu bezpośredniego (e-mail, SMS-y), komunikację w naszych serwisach CA24: eBank i w aplikacji (wiadomości, czat, powiadomienia push). Aktywnie prowadzimy dialog z naszymi klientami i z całym otoczeniem na platformie Google Moja Firma i w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube i blog CAsfera.pl. Na bieżąco publikujemy też informacje na naszej stronie www.

W 2022 r. planujemy wprowadzić nowe narzędzie komunikacji z klientami – wideoczat.

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 osiąganiu celów oraz mówimy o sukcesach, nagrodach i wspólnych przedsięwzięciach. Nasza codzienna komunikacja jest multikanałowa. 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). ■

ZASADY ETYCZNE

W Credit Agricole przywiązujemy dużą wagę do przestrzegania zasad etycznych. W naszym banku obowiązują kodeksy etyki, które stanowią podstawę naszego systemu norm i zasad etycznego postępowania. Wypełniamy przy tym wymogi Zasad Ładu Korporacyjnego KNF. Wdrożyliśmy też ład wewnętrzny, który uwzględnia zasady etyki.

Kodeks etyki obowiązuje wszystkich pracowników banku. Udostępniamy Kodeks oraz Kartę etyki na naszej zewnętrznej stronie www oraz w intranecie. Każdy nowy pracownik zapoznaje się z Kodeksem etyki podczas szkoleń wstępnych i podpisuje związane z tym oświadczenie, które archiwizujemy wraz z jego dokumentami personalnymi. Ponadto pracownicy muszą zapoznać się z Kodeksem etyki za każdym razem, gdy wprowadzimy w nim zmiany. Zarząd banku przeprowadza okresową weryfikację i ocenę przestrzegania zasad etyki.

W banku obowiązuje też Kodeks postępowania, opracowany i przyjęty przez całą Grupę Crédit Agricole. Określa on nasze wartości oraz zasady działania 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 jest przeznaczony dla wszystkich pracowników banku.

W 2022 r. zaktualizujemy Kodeks postępowania. Chcemy w nim podkreślić wartości, którymi kieruje się Grupa, takie jak bliskość, odpowiedzialność i solidarność, oraz ich przełożenie na zasady etyki, takie jak poszanowanie dla innych, lojalność oraz transparentność. Wzmocnimy również przekaz dotyczący sprawiedliwej transformacji klimatycznej oraz odpowiedzialnych relacji z interesariuszami. Zarówno Kodeks etyki, jak i Kodeks postępowania są dostępne w języku polskim i angielskim.

Ponadto wdrożyliśmy w banku obowiązkowe szkolenia z etyki dla wszystkich pracowników. 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 2021 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 Grupy. 

 **GRI 102-15, GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 103-3**



ETYCZNE ZACHOWANIE PRACOWNIKÓW

W Credit Agricole przywiązujemy dużą wagę do etycznego zachowania pracowników. Każdy pracownik ma obowiązek zgłaszać zaobserwowane przypadki naruszeń Kodeksu etyki oraz Kodeksu postępowania do przełożonego lub bezpośrednio do dyrektora Departamentu Compliance.

Osoba, która zgłasza takie sytuacje, ma prawo pozostać anonimowa. W tym celu wdrożyliśmy kanał umożliwiający anonimowe zgłaszanie naruszeń (whistleblowing). Już podczas szkoleń wstępnych dla nowo zatrudnionych informujemy naszych pracowników, jak mogą zgłaszać naruszenia. Ponadto każdy nowy pracownik otrzymuje e-mail od Departamentu Compliance z zestawem najważniejszych informacji o etyce i kulturze compliance, jak i bieżącą komunikację odnośnie wprowadzanych zmian. W naszym banku naruszenia można zgłosić e-mailowo, telefonicznie oraz w specjalnie do tego przeznaczonym systemie zgłoszeń. Organizujemy również obowiązkowe szkolenia dla wszystkich pracowników na temat zgłaszania naruszeń oraz praw sygnalisty. Każdy pracownik może też skonsultować z Departamentem Compliance różne kwestie związane z Kodeksem etyki. W 2021 r. odnotowaliśmy 60 zapytań dotyczących standardów postępowania. W większości były one związane z praktycznym stosowaniem postanowień Kodeksu etyki. Zapytania rozpatrujemy zgodnie z odpowiednimi procedurami banku. Każdy pracownik banku może kontaktować się z pracownikami oraz dyrektorem Departamentu Compliance zarówno e-mailowo, jak i telefonicznie 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



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 z uwzględnieniem zasad odpowiedzialnego zarządzania biznesem pozwala nam budować relacje z klientami, dostawcami, pracownikami oraz pozostałymi interesariuszami. 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. 25);
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole (s. 25);
- Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych (s. 44);
- Polityka antymobbingowa Credit Agricole (s. 66);
- Polityka ochrony danych osobowych Credit Agricole (s. 47);
- Procedura whistleblowing w Credit Agricole (s. 25);
- Polityka zakupowa Credit Agricole (s. 43);
- Regulamin przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu w Credit Agricole (s. 45). 

 **GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 103-3**



CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH

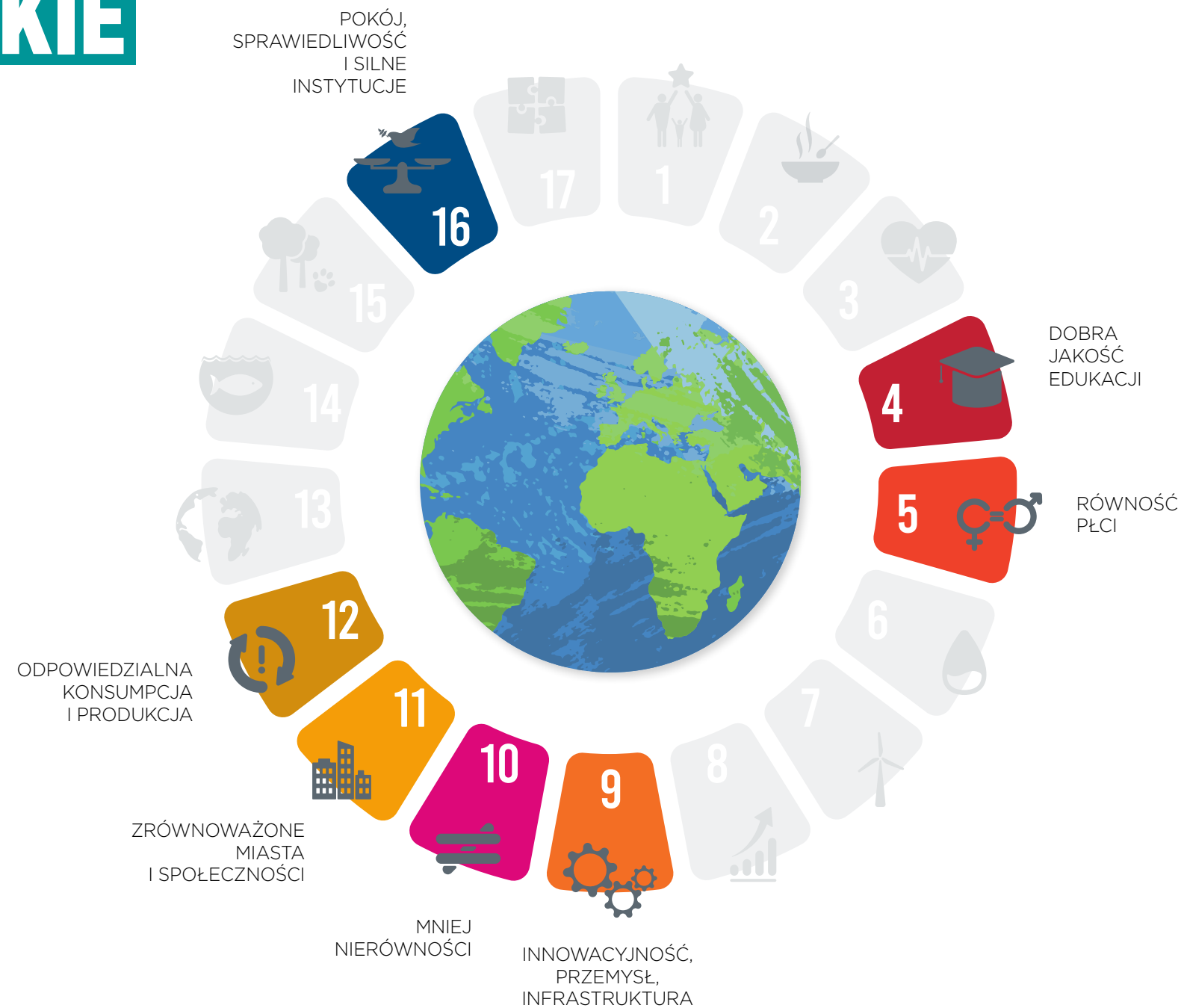
Credit Agricole należy do wielu organizacji branżowych oraz funkcjonujących poza branżą finansową. Od wielu lat aktywnie uczestniczymy m.in. w pracach Związku Banków Polskich (ZBP).

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. Bierzemy pod uwagę wypracowane w ZBP rekomendacje oraz uczestniczymy w wielu grupach roboczych, które koncentrują się 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”, dyrektywy PAD, ujemnego oprocentowania, bancassurance, prostego języka oraz zrównoważonego finansowania. 

 **GRI 102-13**

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

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



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 przedsiębiorstw (MŚP), bankowością dla klientów agrobiznesowych oraz bankowością korporacyjną. ▀



1,79 mln

*klientów obsługiwaliśmy
na koniec 2021 r.*

OFERTA BANKU

Tworząc oraz rozwijając ofertę, wsłuchujemy się w potrzeby naszych klientów i bierzemy pod uwagę ich oczekiwania. Głównymi klientami naszego banku są klienci indywidualni, małe i średnie przedsiębiorstwa, klienci agrobiznesowi oraz klienci korporacyjni. Na koniec 2021 r. obsługiwaliśmy 1,79 mln klientów. ▀

▀ GRI 102-2, GRI 102-6

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 - Konto Biznes - Rachunki walutowe - Rachunki VAT - Rachunki pomocnicze - Karty debetowe - Paczki przelewów w CA24 eBank	Bankowość codzienna - Konto Biznes /Konto Agricole - Rachunki walutowe - Rachunki VAT - Rachunki pomocnicze - Karty debetowe	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 - MT101 - Operacje gotówkowe
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 złotych - Fundusze inwestycyjne	Oszczędności i fundusze inwestycyjne - Lokaty terminowe i dynamiczne - Lokaty w walutach obcych - Rachunki Oszczędzam w złotych - Fundusze inwestycyjne	Finansowanie handlu - Gwarancje bankowe - Akredytywy dokumentowe (w tym dyskonto) - Inkaso dokumentowe - Rachunki zastrzeżone i powiernicze - Linie 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 (w tym elektroniczna platforma wymiany walut FX CALL) - 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 rewingowy - Leasing - Faktoring	Finansowanie - Kredyt inwestycyjny Agro - Kredyt pomostowy - Kredyt na gospodarstwo rolne - Kredyt powitalny (konsolidacyjny) - Finansowanie cykli 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



OFERTA DLA KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH

Bankowość codzienna

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. Każdy klient otrzymuje do konta kartę wielowalutową i dostęp do największego w Polsce Klubu Rabatowego. W 2021 r. wprowadziliśmy ofertę konta za 0 zł dla kilku grup zawodowych oraz dla osób niesłyszących. To jedno z działań, które wpisuje się w nasz strategiczny program Zamieniam się w słuch. Więcej na ten temat na s. 83.

Dodatkowo w 2021 r. wprowadziliśmy do naszej oferty pierwszą na polskim rynku kartę debetową z ekotworzywa, które rozkłada się szybciej niż plastik, a jednocześnie jest tak samo trwałe.

W ramach oferty oszczędnościowej proponujemy klientom konto oszczędnościowe, lokaty oraz Programy Systematycznego Oszczędzania.

Karty kredytowe

W 2021 r. klienci mogli skorzystać z kart kredytowych dostępnych w placówkach bankowych (karty Gold, Silver, Standard) oraz kart, które wydajemy we współpracy z partnerami (Auchan, Leroy Merlin). Duży udział w sprzedaży stanowiły karty sprzedawane w procesie zdalnym, w tym w preakceptowanych ofertach sprzedażowych.

Istotnym czynnikiem, który wpłynął na dodatkowe działania mające na celu poprawę wyniku finansowego, były utrzymujące się przez większą część roku niskie stopy procentowe. Między innymi dlatego wprowadziliśmy nową Tabelę Opłat i Prowizji dla kart kredytowych.

Nadal bardzo ważnym obszarem są dla nas płatności alternatywne. W 2021 r. dzięki wdrożonej możliwości dodawania kart do cyfrowych portfeli (Apple Pay lub Google Pay) z poziomą aplikacji mobilnej osiągnęliśmy wysoką dynamikę przyrostu transakcji mobilnych.

Kredyty

W ofercie kredytów, które są dostępne w placówkach bankowych, mamy kredyty gotówkowe, kredyty konsolidacyjne, kredyty hipoteczne oraz kredyt w koncie. W 2021 r. rozwialiśmy i wspieraliśmy proste i zdalne procesy kredytowe, aby zwiększyć fizyczne bezpieczeństwo klientów. Umożliwiliśmy składanie wniosków telefonicznie przy wsparciu pracowników placówek i podpisywanie umów kredytowych poprzez CA24 eBank i CA24 Mobile dla kolejnych grup produktów kredytowych.

Jako jeden z nielicznych banków przyłączyliśmy się do rządowego programu „Czyste Powietrze”, w ramach którego finansujemy działania termomodernizacyjne i umożliwiamy naszym klientom skorzystanie z dodatkowych dotacji. Jednocześnie nadal oferujemy klientom naszą ekohipotekę „Zielony Dom” na zakup lub budowę domu energooszczędnego. Więcej na ten temat na s. 73.

Bancassurance

Jesteśmy jednym z liderów rynku bancassurance w Polsce. W naszej ofercie mamy pełen zakres ubezpieczeń dla klientów detalicznych. Są to zarówno ubezpieczenia na życie i zdrowotne, które wspierają klientów w aktualnej sytuacji, jak i szeroka oferta ubezpieczeń majątkowych, w tym pakiet Pomoc dla Ciebie. To kompleksowa pomoc w nieprzewidywalnych zdarzeniach w życiu codziennym.

W pakiecie są ubezpieczenia: Pomoc ZDROWIE, Pomoc DOM, Pomoc TELEFON i KIESZEŃ. Rozwijamy ponadto procesy sprzedażowe oraz ofertę produktów specjalistycznych, a jako agent ubezpieczeniowy współpracujemy z towarzystwami ubezpieczeniowymi w ramach i spoza Grupy Crédit Agricole.

Produkty inwestycyjne

W zakresie oferty inwestycyjnej jesteśmy dystrybutorem trzech parasoli funduszy inwestycyjnych: Amundi Fundusz Inwestycyjny Otwarty, Amundi Stars Specjalistyczny Fundusz Inwestycyjny Otwarty oraz Credit Agricole Fundusz Inwestycyjny Otwarty.

Świadczymy też usługę doradztwa inwestycyjnego portfelowego dla naszych klientów detalicznych. Jej celem jest pomóc im jak najlepiej dopasować produkty inwestycyjne do ich potrzeb oraz pogłębić ich wiedzę na temat inwestycji.

Mamy w ofercie również Indywidualne Konto Emerytalne oraz Indywidualne Konto Zabezpieczenia Emerytalnego, które w formie ubezpieczeń na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym dostarcza Credit Agricole Życie TU. Wspólnie z tą spółką oferujemy także subskrypcje ubezpieczeń na życie i dożycie z premią, oparte m.in. na indeksach spółek związanych z inwestycjami o pozytywnym wpływie na środowisko, społeczeństwo i ład korporacyjny (ESG). W 2021 r. wprowadziliśmy cztery takie produkty. Więcej na ten temat na s. 73. W 2022 r. po raz pierwszy zrealizujemy subskrypcję, w której na część obligacyjną produktu składają się obligacje społeczne (social bonds). Emituje je Crédit Agricole Corporate & Investments Bank, a wpływy z ich emisji przeznaczone są na finansowanie inwestycji, których celem są pozytywne efekty społeczne.

■ GRI 102-2, GRI 102-6

OFERTA DLA KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH W CONSUMER FINANCE

W ofercie Consumer Finance mamy kredyty ratalne na maksymalnie 120 tys. zł oraz 120 rat. Finansujemy asortymenty z rynków: elektronika użytkowa, meble, turystyka i wypoczynek, home improvement oraz odnawialne źródła energii. W 2021 r. nasz kredyt ratowy był dostępny w sklepach stacjonarnych i internetowych. Kontynuowaliśmy współpracę z głównymi sieciami handlowymi w kraju. Raty Credit Agricole są więc obecne m.in. w sieciach RTV EURO AGD oraz Media Expert. Dodatkowo poszerzyliśmy współpracę z operatorem płatności internetowej – PayU. Dzięki temu klienci, którzy rozkładają na raty zakup w sklepie internetowym, mogą skorzystać z oferty banku Credit Agricole.

Nadal prezentowaliśmy ofertę z darmowym ubezpieczeniem roweru od kradzieży w sklepach rowerowych. Poza tym wdrożyliśmy kredyty z dotacją w ramach programu „Czyste Powietrze”. Klient może teraz sfinansować wymianę źródła ciepła i zawnieść o dotację podczas jednego spotkania z partnerem banku. Udostępniliśmy klientom Pakiet Usług Bankowych, który pozwala im skorzystać z dodatkowych usług w ramach jednej, zryczałtowanej opłaty. Kontynuowaliśmy nasze starania w obszarze jakości. Kolejny raz przeprowadziliśmy wewnętrzne badanie satysfakcji partnerów handlowych. Osiągnęliśmy w nim rekordowy wynik na poziomie 67 proc. (wzrost o 9 punktów procentowych w porównaniu z 2020 r.). Po raz czwarty zostaliśmy też nagrodzeni Konsumentem Liderem Jakości na rynku kredytów ratalnych.

■ GRI 102-2, GRI 102-6

OFERTA DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW (MŚP)

Konto Biznes oferujemy klientom firmowym z linii MŚP w trzech pakietach: Solista, Sonata lub Symfonia Biznes. To nasze rozwiązanie bankowości codziennej, z którego mogą skorzystać klienci o obrotach rocznych z działalności do 20 mln zł. Mogą oni dobrać sobie ofertę w zależności od swoich potrzeb, liczby operacji w miesiącu oraz rodzaju usług, z których zamierzają korzystać. Pakiet Solista jest przeznaczony dla firm, które rozpoczynają działalność, oraz najmniejszych przedsiębiorców. Sonata to nasza flagowa oferta dla każdej firmy, która już działa na rynku. Pakiet Symfonia zaś przygotowaliśmy z myślą o większych spółkach, które miesięcznie wykonują bardzo dużo (m.in. kilkaset) operacji na koncie i negocjują z nami opłaty. Każdy klient otrzymuje kartę firmową do konta oraz dostęp do serwisów CA24.

Dodatkowo w styczniu 2021 r. wprowadziliśmy całkowicie zdalny proces otwarcia konta firmowego dla klientów

120 tys. zł

maksymalna wysokość kredytu ratalnego

120

maksymalna liczba rat

67%

partnerów handlowych zadowolonych ze współpracy z bankiem

o wybranych formach prawnych. Wykorzystujemy w nim weryfikację biometryczną i sprawdzanie w ogólnodostępnych bazach.

W ofercie depozytowej proponujemy klientom MŚP Rachunek Oszczędzamy i lokaty w złotych oraz w walutach obcych.

Klientom MŚP oferujemy kredyty inwestycyjne, w tym na finansowanie nieruchomości na rynku pierwotnym oraz wtórnym, kredyty w rachunku bieżącym oraz pożyczkę Biznes. Dodatkowo w ramach wspólnych działań z EFL proponujemy leasing. W 2021 r. wdrożyliśmy też MicroOverdraft pod wpływ z terminala płatniczego POS firmy ELAVON oraz profilowane oferty kredytu obrotowego na podstawie dotychczasowej obsługi rachunku oraz produktów kredytowych klientów firmowych. Ponadto rozszerzyliśmy możliwość finansowania drobnych inwestycji bez zabezpieczenia rzeczowego. Nadal oferowaliśmy rozwiązania gwarancyjne Banku Gospodarstwa Krajowego i dopłaty do oprocentowania kredytów, zwłaszcza Gwarancje – deMinimis oraz Biznesmax. Wspierały one klientów firmowych w pozyskaniu finansowania i zabezpieczały przed ryzykiem kredytowym.

W ubiegłym roku kontynuowaliśmy sprzedaż produktów ubezpieczeniowych Towarzystwa Ubezpieczeń Concordia. W 2021 r. Towarzystwo to przejęła Grupa Generali.

■ GRI 102-2, GRI 102-6

OFERTA DLA KLIENTÓW AGROBIZNESOWYCH

W zakresie bankowości codziennej proponujemy rolnikom indywidualnym specjalny pakiet Konta Biznes – Konto Agricole. Łączy on cechy biznesowe z polityką cenową właściwą dla obsługi klienta detalicznego. Dzięki temu, że mamy w ofercie taki pakiet, rolnik może korzystać z kredytów na finansowanie swojej działalności rolniczej, z rachunków VAT i płatności split payment, z usługi paczek przelewów na warunkach cenowych dla klientów detalicznych (np. za wpłaty i wypłaty gotówkowe oraz przelewy ELIXIR, w tym split payment, nie pobieramy prowizji). Do Konta Agricole dodajemy kartę płatniczą oraz dostęp do CA24 eBank i CA24 Mobile. Od stycznia 2021 r. rolnicy indywidualni mogą otworzyć u nas konto całkowicie zdalnie przez specjalną aplikację na telefon. Jest ono aktywne od razu po podpisaniu dokumentów na telefonie.

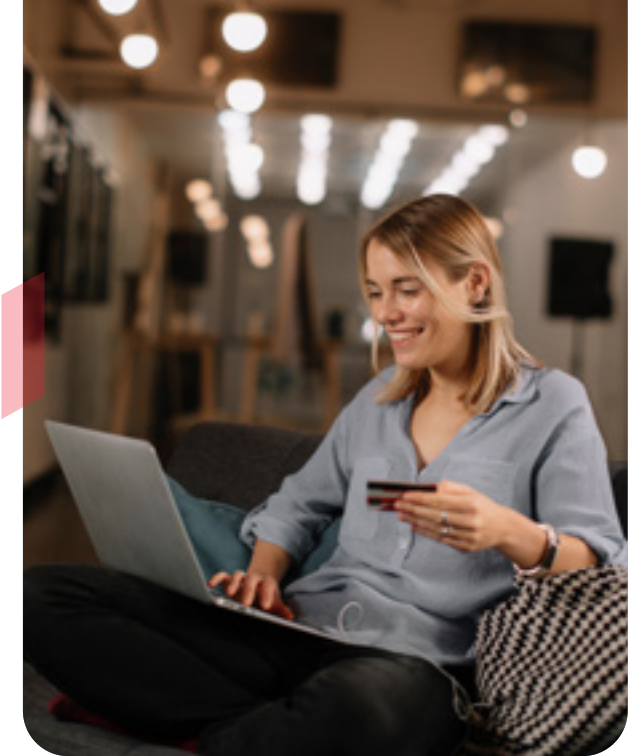
W ramach oferty oszczędnościowej proponujemy rolnikom indywidualnym konto oszczędnościowe i lokaty z takim samym oprocentowaniem jak klientom detalicznym.

Nasi klienci agrobiznesowi mają do dyspozycji wiele produktów kredytowych: kredyty obrotowe, kredyt w rachunku bieżącym w różnych formach w zależności od typu zabezpieczenia oraz kredyty na finansowanie inwestycji, w tym w nieruchomości rolne. W 2021 r. wprowadziliśmy do oferty nowe elementy: rewolwing na finansowanie cykli produkcji psianek, kredyt inwestycyjny na modernizację tuczarni, kredyt rewolwingowy na zakup nawozów oraz środków ochrony roślin u wybranych dystrybutorów.

W ramach współpracy z BGK wdrożyliśmy opcję gwarancji z Funduszu Gwarancji Rolnych z dopłatami do oprocentowania.

Sprzedajemy też ubezpieczenia we współpracy z Towarzystwem Ubezpieczeń Concordia, które po przejęciu działa pod nazwą Generali. Głównymi produktami są ubezpieczenia upraw, maszyn oraz majątku rolników.

■ GRI 102-2, GRI 102-6



OFERTA DLA KLIENTÓW KORPORACYJNYCH

Ofertę banku uzupełniają produkty i usługi dla klientów korporacyjnych. Nasze doświadczenie i wiedzę z bankowości transakcyjnej, 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 prywatnej 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 farmaceutyka, 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. Równolegle rozwijamy współpracę z partnerami zewnętrznymi, aby poszerzyć ofertę o usługi o wartości dodanej (tzw. VAS).

W 2021 r. uczestniczyliśmy w programach pomocowych dla klientów korporacyjnych, których dotknął COVID-19. Były to m.in. finansowanie w ramach specjalnego programu pomocowego Związku Banków Polskich, program zabezpieczeń w ramach Funduszu Gwarancji Płynnościowych czy program pomocowy w postaci dotacji finansowych w ramach Tarczy Finansowej Polskiego Funduszu Rozwoju.

W 2022 r. planujemy m.in. rozszerzyć ofertę produktową w ramach rynków finansowych, szczególnie w zakresie transakcji pochodnych, a także wprowadzić nowe kanały dystrybucji dla istniejących produktów. Szczególną uwagę poświęcimy też finansowaniu projektów przyjaznych środowisku naturalnemu i wsparciu klientów w przejściu na zrównoważone źródła energii. Więcej o tym na s. 74.

■ GRI 102-2, GRI 102-6

OBSŁUGA I DOŚWIADCZENIE KLIENTÓW

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. W budowaniu i rozwijaniu kultury jakości wykorzystujemy standardy sprzedaży i obsługi klientów. Prowadzimy również wiele działań, aby poprawić doświadczenia klientów w kontakcie z bankiem. Dodatkowo mierzymy skłonność klientów do polecania naszych usług i produktów. Wykorzystujemy do tego wskaźnik CRI (inaczej NPS), który określa doświadczenia klientów.

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, które dotyczą 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 co do zachowania poufności i dyskrecji oraz ochrony danych, zasady postępowania podczas reklamacji czy sposoby witania i żegnania klienta.

Procesu sprzedaży dotyczy też Kodeks dobrej sprzedaży, który aktualizujemy zgodnie ze zmieniającymi się potrzebami rynku i wytycznymi regulatorów. Określa on zasady sprzedaży produktów klientom indywidualnym oraz zasady budowania z nimi relacji opartej na uczciwości i etyce biznesu. Dzięki temu, że je spisaliśmy i stosujemy w codziennej pracy, zapewniamy klientom informacje, na podstawie których mogą samodzielnie i świadomie podejmować decyzje przy zakupie produktów banku. Standardy zmieniamy i rozwijamy zależnie od potrzeb i oczekiwań klientów oraz aktualnych trendów w sektorze bankowym.

Nieustannie sprawdzamy też, czy doradcy stosują wyznaczone standardy. Na CA24 Infolinii wdrożyliśmy proces

oceny jakości obsługi, tzw. Quick CARE. We wszystkich naszych placówkach udostępniliśmy ankietę w formie QR kodu, w której klient po wizycie ocenia jakość obsługi. Oprócz tego na bieżąco analizujemy ankiety satysfakcji klientów, którzy skorzystali z CA24 Infolinii, opinie po badaniu CRI oraz oceny i komentarze zamieszczone w Google My Business.

Ponadto regularnie szkolimy i wspieramy doradców. Dbamy, by zwiększali swoje kompetencje w ramach licznych programów szkoleniowych.

W 2022 r. będziemy kontynuować działania związane z jakością obsługi, aby zwiększać zadowolenie klientów w kontaktach z naszym bankiem. Planujemy m.in. wzmocnić standardy, które dotyczą odpowiedzialnej sprzedaży, wprowadzić ocenę satysfakcji klienta w formie ankiety QR kod w linii Consumer Finance oraz prowadzić badania jakości obsługi w placówkach metodą tajemniczego klienta.

”

Planujemy wzmocnić standardy, które dotyczą odpowiedzialnej sprzedaży, wprowadzić ocenę satysfakcji klienta w formie ankiety QR kod w linii Consumer Finance oraz prowadzić badania jakości obsługi w placówkach metodą tajemniczego klienta.

WSKAŹNIK CRI (NPS)

Najważniejszym wskaźnikiem w monitorowaniu doświadczenia klientów jest dla nas wskaźnik CRI (Customer Recommendation Index), inaczej NPS (Net Promoter Score). Mierzmy nim skłonność klientów do polecania innym usług i produktów banku. W wewnętrznym badaniu transakcyjnym NPS pozyskujemy opinię klientów z aktywnym kontem osobistym. Analizujemy powody ocen i bierzemy pod uwagę informacje zwrotne, aby poprawiać elementy, z których klienci nie są zadowoleni. Dbamy też o to, aby wzmocniać te, które dobrze oceniają i które dają nam przewagę konkurencyjną. Według badania strategicznego firmy Kantar zrealizowanego w czwartym kwartale 2021 r. zajmowaliśmy trzecie miejsce wśród najchętniej polecanych banków w Polsce. Na koniec roku 2021 r. w naszym wewnętrznym badaniu wskaźnik ten wyniósł 51 wobec wyniku 47 rok wcześniej. ■

ŚCIEŻKA I DOŚWIADCZENIE KLIENTÓW

Doskonałość w relacjach z klientami to jeden z głównych filarów naszej strategii (s. 15). W 2021 r. rozwijaliśmy prace nad pozytywnym doświadczeniem klienta (jego wrażeniami i reakcjami na wszystkich etapach interakcji z bankiem) na poziomie kultury organizacyjnej, uwzględnialiśmy głos klienta w realizowanych zadaniach oraz edukowaliśmy w tym zakresie naszych pracowników.

Tym, aby przełożyć cele związane z doświadczeniem klienta na działania, zajmuje się w Credit Agricole m.in. Komitet Obsługi Klienta. Podejmuje on decyzje, które dotyczą jakości obsługi klienta. Komitetowi przewodniczy wiceprezes Zarządu w roli Customer Championa. Kolejny rok wspierał on pracowników w działaniach, w których uwzględniali oni oczekiwania klientów. Dodatkowo w 2021 r. wyróżniliśmy 278 osób, zwycięzców konkursu promującego ponadprzeciętne inicjatywy związane z troską o klienta. Zorganizowaliśmy też Customer Experience Week (CX Week), a w nim kilkanaście webinarów dla pracowników. Ich celem było zwiększyć w banku kompetencje CX i zrozumienie głosu klienta. Pracownicy otrzymali też stały dostęp do szkolenia CX. Jednocześnie utworzony w 2020 r. Zespół Design Thinking uczył pracowników, jak badać potrzeby klientów i budować rozwiązania, które je uwzględniają.

Zbieramy z różnych źródeł, opinie i informacje zwrotne od klientów. Analizujemy je i udostępniamy pracownikom. To podstawa do pracy nad inicjatywami, które poprawiają doświadczenie klientów. W 2021 r. zrealizowaliśmy też projekty związane z mapowaniem doświadczeń (Customer Journey Maps) klienta detalicznego i ubiegającego się o kredyt hipoteczny. W ten sposób zdefiniowaliśmy stan obecny i cele, jakie chcemy osiągnąć, jeśli chodzi o doświadczenia klienta w kontakcie z bankiem. Następnie określiliśmy działania, za pomocą których możemy poprawiać te doświadczenia i na każdym etapie kontaktu dbać o spójność marki. W 2022 r. planujemy przeanalizować kolejne ścieżki klienta ubiegającego się o kredyt oraz nadal wdrażać zmiany wynikające z dotychczasowych analiz. ■

■ GRI 102-16



Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:



- Standardy sprzedaży i obsługi klienta CARE – ja w relacji z klientem
- Kodeks dobrej sprzedaży obowiązujący w Credit Agricole
- Standardy sprzedaży i obsługi klienta – ja i klient w Contact Center
- Standardy postępowania w okresie epidemii
- Standard pracy z informacją zwrotną klienta płynącą z map ścieżek klienta

OBSŁUGA KLIENTÓW NIEPEŁNOSPRAWNYCH

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 ze specjalnymi potrzebami uczymy pracowników podczas cyklicznych szkoleń. W czasie kontaktu z klientami doradcy 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. Dwadzieścia placówek w największych miastach wyposażyliśmy też w pętle indukcyjne, które poprawiają jakość sygnału odbieranego przez aparaty słuchowe. 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 udogodnieniami, 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. 83.

W 2022 r. planujemy nadal rozwijać usługi i produkty z myślą o klientach ze szczególnymi potrzebami – m.in.

W 2022 r. planujemy stworzyć nowy e-learning dla doradców o standardach obsługi osób z niepełnosprawnościami oraz specjalną sekcję na stronie www.

Chcemy też dostosować nasze systemy tak, aby ułatwić doradcom obsługę klientów, ze szczególnymi potrzebami.

stworzymy nowy e-learning dla doradców o standardach obsługi takich osób oraz specjalną sekcję na stronie www. Planujemy też dostosować nasze systemy tak, aby ułatwić doradcom obsługę klientów, którzy zmagają się z różnymi niepełnosprawnościami.

DOSTĘPNOŚĆ PLACÓWEK BANKU

Na koniec grudnia 2021 r. mieliśmy 198 placówek bankowych, które były dostępne bez ograniczeń dla osób poruszających się na wózkach, oraz 80 placówek z ograniczeniami w postaci



stopni wejściowych o wysokości powyżej 10 cm, wyposażonych w rozkładane szyny do wózków.

DOSTĘPNOŚĆ BANKOMATÓW I WPŁATOMATÓW

Wszystkie bankomaty i wpłatomaty Credit Agricole, również te z ekranem dotykowym, są wyposażone w klawiaturę z alfabetem Braille'a i z punktem nawigacyjnym oznaczonym na środkowym klawiszu numerem 5.

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 zwiększamy więc dostępność elementów serwisu dla osób z niepełnosprawnościami. Gdy rozwijamy CA24 eBank, zawsze pamiętamy o dostępności, a naszymi wytycznymi są zasady opisane w standardzie WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) 2.1 oraz doświadczenie osób z rynku. To pomaga nam dostarczać w pełni dostępne nowe funkcje. 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

198

placówek dostępnych dla osób poruszających się na wózkach

20

pętli indukcyjnych w wybranych placówkach

520

bankomatów i wpłatomatów z klawiszami z napisami w Braille'u

KOMUNIKACJA MARKETINGOWA

W komunikacji marketingowej dbamy o najwyższą jakość przekazów reklamowych i usług, które świadczymy klientom. Dlatego w Credit Agricole obowiązują zasady tworzenia materiałów informacyjnych i reklamowych, dotyczących produktów i usług bankowych, zgodnie z obowiązującymi przepisami, rekomendacjami i zaleceniami regulatorów. Procedura Tworzenie i opiniowanie materiałów reklamowych uwzględnia szczegółowe wymagania prawne i regulacyjne w tym zakresie. W 2021 r. nadal budowaliśmy wizerunek marki, która koncentruje się na potrzebach i oczekiwaniach klienta, aby dostarczyć mu adekwatne produkty i usługi. Postawiliśmy na bliskie relacje: na brak dystansu między bankiem a klientem i wzajemny szacunek. Zadbaliśmy też o to, aby nowoczesne rozwiązania technologiczne łączyły niezależnie od wieku, a nie dzieliły.

Mamy świadomość wpływu, jaki wywieramy na otoczenie dzięki naszej obecności w mediach i na powierzchniach reklamowych. Dlatego naszym celem w komunikacji marketingowej jest nie tylko promować produkty i usługi Credit Agricole, ale też działać na rzecz społeczeństwa i środowiska. Poprzez komunikację chcemy uświadczać i edukować klientów w kwestiach społecznych i środowiskowych. Przykładem jest program Bezpieczne bankowanie, w którym promujemy zasady bezpiecznego korzystania z usług bankowych. W ramach kampanii zachęcaliśmy do częstego korzystania z kanałów zdalnych, pozostania w domach podczas pandemii i wykonywania transakcji bezgotówkowych.

Głównym produktem wspieranym w komunikacji marketingowej w 2021 r. było Konto dla Ciebie, do którego dołączyliśmy kartę z ekotworzywa. Więcej na ten temat na s. 73. Reklama o tym produkcie zwracała uwagę widzów dzięki muzyce skomponowanej przy wykorzystaniu śmieci zebranych przez wolontariuszy na bałtyckich plażach, utworowi zaśpiewanemu przez Julię Pietruchę oraz Dawidowi Podsiadło, który nie tylko wystąpił w reklamie, ale też pełnił rolę ambasadora marki. Zwracał on uwagę na problem zaśmiecania planety tworzywami sztucznymi i zachęcał do troski o środowisko. Na potrzeby kampanii przygotowaliśmy także stronę www.mniejplastiku.pl, z której można dowiedzieć się więcej o naszych prośrodowiskowych działaniach w Polsce. Więcej o kampanii edukacyjnej #MniejPlastiku na s. 80.

Całą komunikację marketingową banku tworzymy zgodnie z zasadami prostego języka. Więcej na ten temat obok. Przejrzysty język wzmacnia zaufanie klientów, a zrozumiałe zapisy przeciwdziałają wykluczeniu finansowemu. Poprzez codzienne, proste sformułowania pokazujemy też, że bank tworzą ludzie, którzy są tacy jak jego klienci. To bardzo ważne dla budowania trwałych relacji i jak najlepszego doświadczenia klienta.

W 2022 r. zamierzamy nadal budować naszą komunikację marketingową wokół ważnych tematów społecznych i środowiskowych. 📍

📍 GRI 102-16



Czytelne umowy i prosty język komunikacji

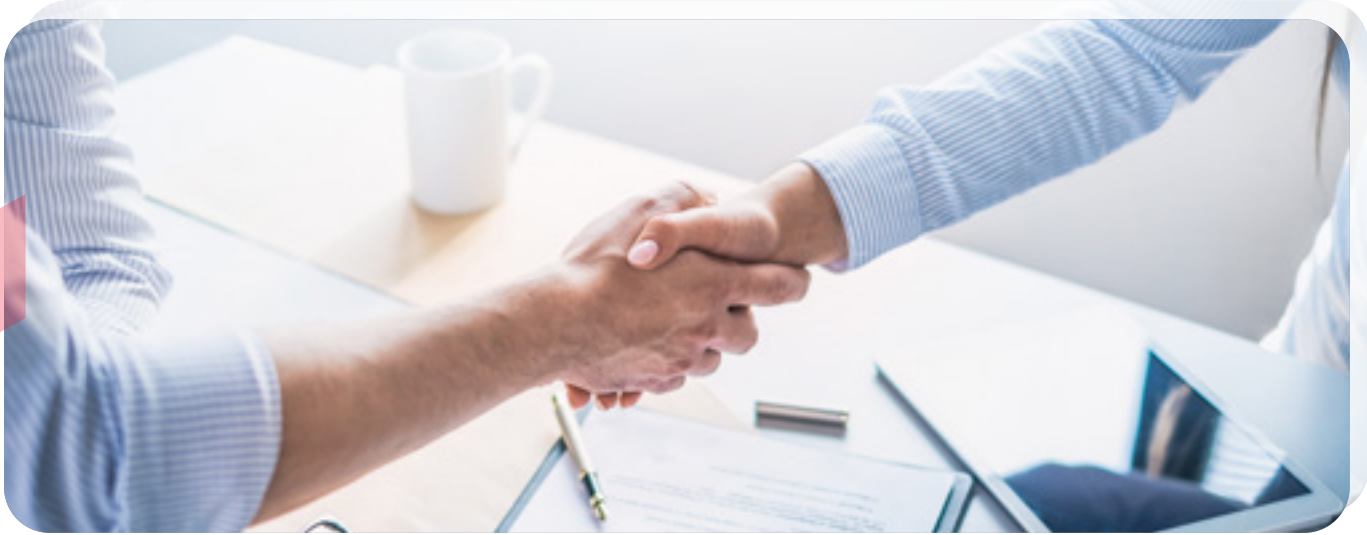
Zależy nam, by prosty język był z nami na co dzień w relacjach z klientami i wewnątrz firmy. Dlatego w 2021 r. kontynuowaliśmy upraszczanie dokumentów. Powołaliśmy w banku 25 ambasadorów prostego języka i zidentyfikowaliśmy bazę treści, które będziemy upraszczać językowo. Wdrożyliśmy też politykę prostego języka. Zebraliśmy w niej najważniejsze zasady prostej polszczyzny wraz z przykładami. Dodatkowo stworzyliśmy nowe wzorce procedur i przewodników, ponieważ chcemy, aby pracownicy korzystali z dokumentów, które są zrozumiałe i które można szybko przeczytać. Od stycznia 2021 r. nasi klienci mogą korzystać z nowych dokumentów: regulaminu oraz umowy konta. To pierwsze dokumenty produktowe na polskim rynku, które otrzymały certyfikat prostej polszczyzny. Przyznaje go Uniwersytet Wrocławski. Równolegle pracujemy nad certyfikacją kolejnych dokumentów. Zasady prostego języka wdrożyliśmy również w innych działach firmy, np. zajmujących się reklamacjami. Cały czas też szkoliliśmy pracowników. Niektórzy wzięli udział w certyfikowanym kursie Pracowni Prostej Polszczyzny. Planujemy współpracować ze studentami Uniwersytetu SWPS, którzy projektują rozwiązania zgodne z zasadami legal design. Określiłiśmy też naszą ambicję: do połowy 2023 r. chcemy się stać bankiem prostego języka. 📍

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- procedura Tworzenie i opiniowanie materiałów reklamowych
- polityka prostego języka



OBSŁUGA REKLAMACJI



Reklamacje klientów stanowią bazę wiedzy pomocną w usprawnianiu procesów. Za wyznaczanie i utrzymanie standardów obsługi reklamacji odpowiada w Credit Agricole Departament Rozwoju Jakości Obsługi Klienta, którego dyrektor pełni jednocześnie funkcję rzecznika klienta. Weryfikujemy w banku zgłoszone zdarzenia i – jeżeli zidentyfikujemy błąd – wypracowujemy rozwiązanie.

W 2021 r. wprowadzaliśmy w obszarze reklamacji kolejne innowacyjne rozwiązania, które wykorzystują robotyzację oraz sztuczną inteligencję. Pomagają nam one odczytywać nastroje i potrzeby klientów, kategoryzować zgłoszenia pod kątem ich tematyki, a także sprawnie redagować odpowiedzi. Wszystko po to, aby jak najszybciej odpowiadać klientom oraz spełniać ich wymagania. Chcemy, aby pracownicy placówek oraz CA24 Infolinii już w pierwszym kontakcie klienta z bankiem wyjaśnili wątpliwe dla niego kwestie.

Spośród wszystkich reklamacji, które odnotowaliśmy w 2021 r., 1 221 bezpośrednio lub pośrednio dotyczyło kwestii prywatności klientów i ich danych osobowych. Z tego za zasadne uznaliśmy 208 reklamacji. Piętnaście, z których jedna okazała się zasadna, zgłosiły instytucje zewnętrzne: Rzecznik Finansowy, Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych, KNF oraz Arbiter Bankowy. Wśród reklamacji uznanych za zasadne 5 (2 proc.) odnosiło się do wycieku danych klientów ze złożonych wniosków o świadczenie 500+ w lutym 2021 r. Pozostałe reklamacje dotyczyły głównie: wykorzystania przez bank błędnych danych teleadresowych klientów (45 proc.), zgłoszenia oszustwa lub wyłudzenia pożyczki lub kredytu

(7 proc.) oraz niewłaściwego kontaktu marketingowego (7 proc.). Dbamy o profesjonalną obsługę reklamacji, zwłaszcza tych, które dotyczą ochrony danych osobowych klientów. Pozytywne decyzje podjęliśmy także wobec 40 proc. reklamacji nieuzasadnionych.

Poza wymienionymi reklamacjami odnotowaliśmy 5 203 reklamacje transakcji nieautoryzowanych, z których 19 proc. uznaliśmy za zasadne. W zdecydowanej większości były to fraudy związane z transakcjami kartowymi.

W 2022 r. w obszarze reklamacji planujemy nadal rozszerzać 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 Proces reklamacyjny w Centrali Banku
- procedura Obsługa reklamacji i sporów EMIR zgłaszanych przez klientów bankowości korporacyjnej
- przewodnik Zarządzanie nieprawidłowościami zidentyfikowanymi podczas rozpatrywania reklamacji klientów



UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

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



RELACJE Z DOSTAWCAMI

W Credit Agricole ważne są dla nas partnerskie i transparentne relacje z naszymi dostawcami. Dlatego w banku funkcjonuje Polityka zakupowa i Procedura zakupowa, które wyznaczają jednolite i spójne reguły działania w tym zakresie. Zależy nam na tym, aby nasi dostawcy byli odpowiedzialni i uwzględniali w swojej działalności potrzeby społeczne i środowiskowe.

PROCESY ZAKUPOWE

W 2021 r., tak jak w ubiegłych latach, 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, a wyniki ankiety miały wpływ na końcowy efekt przetargów.

W ubiegłych latach, gdy prowadziliśmy procesy zakupowe, zwracaliśmy szczególną uwagę na kwestie dotyczące ochrony środowiska, co przełożyło się na wybór dostawców. Przykładowo w obszarze zakupów artykułów biurowych wybraliśmy do współpracy firmę, która w koszyku produktów miała najwięcej artykułów ekologicznych. Na etapie postępowania zakupowego określiliśmy także dodatkowe kryterium, którym był wymóg certyfikacji środowiskowej (ISO/EMAS). Innym przykładem jest nasz nowy dostawca energii elektrycznej, który 100 proc. energii pozyskuje ze źródeł odnawialnych: farm wiatrowych i wodnych.

W 2021 r. w procesie oceny dostawców podnieśliśmy też wagę ich wpływu na społeczeństwo i środowisko. Obecnie rozwijamy narzędzia związane z tą oceną, co ma wesprzeć nasze plany ograniczania emisji CO₂. Więcej o tym na s. 69. 

 **GRI 308-1, GRI 414-1**

ZARZĄDZANIE ŁAŃCUCHEM DOSTAW

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

”

W 2021 r. w procesie oceny dostawców podnieśliśmy też wagę ich wpływu na społeczeństwo i środowisko.

- 1) Potrzeby zakupowe zaspokajamy w oparciu o umowy ramowe zarządzane przez jednostki organizacyjne odpowiedzialne merytorycznie za daną kategorię.
- 2) Jeśli nie mamy umowy lub zbliża się termin, w którym umowa wygasa, dana jednostka organizacyjna zleca jednostce zakupowej przeprowadzenie procesu zakupowego. W wyniku tego procesu podpisujemy umowę z dostawcą lub składamy jednorazowe zamówienie.
- 3) Umową zarządza odpowiednia merytorycznie jednostka.
- 4) Współpracę z dostawcą okresowo oceniamy w oparciu o obowiązujące zasady.
- 5) Proces zakupowy dokumentujemy, archiwizujemy i poddajemy audytowi.
- 6) W banku działa platforma zakupowa do obsługi procesów zakupowych i komunikacji z dostawcami. Jest ona zautomatyzowaną aplikacją, która optymalizuje i przyspiesza naszą interakcję z dostawcami.

W 2021 r. nie odnotowaliśmy znaczących zmian w łańcuchu dostaw. Nie zidentyfikowaliśmy też żadnych dostawców, którzy negatywnie wpływają na praktyki zatrudniania w łańcuchu dostaw. 

 **GRI 102-9, GRI 102-10, GRI 414-2**

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka zakupowa
- Procedura zakupowa
- Kodeks standardów etycznych



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 oraz ryzyko postępowania. Od 2017 r. obowiązuje u nas Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych, który włączamy do istniejących i nowo zawieranych umów z partnerami handlowymi i dostawcami. Kodeks jest również dostępny w polskiej i angielskiej wersji językowej na naszej stronie internetowej. 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.

Do wzorca umów z partnerami dodajemy też klauzule dotyczące sankcji międzynarodowych, przestrzegania praw

człowieka, ochrony środowiska naturalnego, walki z korupcją i praktyk antykonkurencyjnych. Zanim nawiążemy relacje z partnerami, analizujemy zgodnie z zasadą należytej staranności (due diligence) informacje i dokumenty, które zgromadziliśmy o partnerze. Jest to potrzebne do oceny ryzyka wynikającego z relacji oraz do ochrony reputacji banku. 

 **GRI 102-16, 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 Credit Agricole realizujemy postulat „zero tolerancji dla korupcji”. Już w 2013 r. wdrożyliśmy Politykę przeciwdziałania korupcji, która zawiera podstawowe zasady przeciwdziałania niewłaściwym praktykom, mające zastosowanie w działalności banku. Pytania dotyczące tego dokumentu pracownicy banku mogą kierować do Departamentu Compliance. Mamy certyfikat zgodności z międzynarodową normą ISO 37001 w zakresie przeciwdziałania korupcji. Zarząd banku co-roczenie przeprowadza przegląd systemu przeciwdzia-łania korupcji pod kątem oceny skuteczności jego działania oraz redukcji ryzyka w procesach, w których ryzyko ko-rupcji jest największe. Poza Polityką uwzględniamy w ban-ku zasady i standardy opracowane przez Grupę Crédit Agricole. Cały czas kontynuujemy też obowiązkowe szkole-nia dla pracowników oraz partnerów biznesowych ban-ku, dotyczące przeciwdziałania korupcji. W roku 2021 r. 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 niefinanso-wych, m.in. klimatyczne, postępowania, reputacyjne, prawne czy związane z ochroną danych osobowych lub bezpieczeństwem informacji. 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 ze-wnątrznych. Definicja ryzyka operacyjnego obejmuje również ryzyko prawne. Zgodnie z metodologią Komitetu Bazylejskiego Nadzoru Bankowego identyfikujemy siedem kategorii ryzyka operacyjnego: (1) oszustwo wewnętrzne, (2) oszustwo ze-wnątrzne, (3) praktyki zatrudnienia i bezpieczeństwo w miejscu pracy, (4) klienci, produkty i praktyki biznesowe, (5) szkoda na aktywach rzeczowych, (6) zakłócenia w działalności i awarie systemów oraz (7) zarządzanie realizacją, dostawą i procesem.

Podjęmujemy wiele działań, aby identyfikować ryzyka, które mają związek z charakterem naszej działalności, i przeciwdzia-łać ich skutkom. Stale analizujemy ryzyko operacyjne, które uwzględnia czynniki społeczne i środowiskowe. System zarzą-dzania ryzykiem operacyjnym w naszym banku obejmuje iden-tyfikację ryzyka, jego szacowanie, pomiar, monitoring, kontrolę i raportowanie. Kiedy napotkamy 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, które chronią nas przed konsekwencjami strat operacyjnych. Ryzyko operacyjne jest w pełni pokryte wymogami kapitałowymi.

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

W 2021 r. koncentrowaliśmy się na ryzyku prawnym, ryzyku postępowania, obszarze fraudów, w tym fraudów transak-cyjnych, 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 trzech lat stosujemy przepisy Ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych (RODO). Ma ono na celu ochronę podstawowych praw i wolności osób fizycznych, zwłaszcza prawa do ochrony danych osobowych.

RODO pomaga nam uzyskać jeszcze większą transparentność w relacjach z klientami. Główne ryzyka, które zidentyfikowaliśmy, to przestrzeganie zasad prawidłowego przetwarzania danych zgodnie z regułami i zakresem ich przechowywania oraz ich aktualizacja. Wyzwaniem jest skuteczne informowanie klientów o obowiązkach informacyjnych, które dotyczą RODO, aby przede wszystkim były one zrozumiałe, mimo że regulacja wymaga bardzo rozbudowanej treści.

W banku funkcjonuje Polityka ochrony danych osobowych. Opisuje ona sposób przetwarzania danych oraz środki techniczne i organizacyjne, które zabezpieczają ten proces. W naszych działaniach kierujemy się również wartościami, które dotyczą ochrony danych, obowiązującymi w całej Grupie Crédit Agricole.

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. W 2021 r. otrzymaliśmy 2 832 takich wniosków.

Nasz inspektor ochrony danych (IOD) zajmuje się m.in. informowaniem pracowników o ich obowiązkach dotyczących ochrony danych osobowych i doradztwa w tym zakresie. Jedną z najważniejszych misji inspektora jest też uświadamiać pracownikom, jakie wymogi RODO nakłada na bank. Wpływa to bowiem na terminowość naszych działań i należyłą staranność przy obsłudze klientów.

W 2022 r. będziemy pracowali nad jeszcze większą przejrzystością zgód, które odbieramy od klientów, aby były jeszcze bardziej zrozumiałe. Nadal będziemy pracować nad czytelnością i prostotą naszych obowiązków informacyjnych. 

 GRI 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, podejmujemy inicjatywy, które mają uświadamiać im znaczenie bezpieczeństwa w życiu zawodowym i prywatnym. Wśród nich są działania cykliczne oraz w reakcji na bieżącą sytuację. Dzięki nim wspieramy budowanie wiedzy i odporności na zagrożenia.

W 2021 r. kontynuowaliśmy działania związane z przejściem pracowników na pracę zdalną. Zmiana stylu pracy to także nowe ryzyka, stąd potrzeba przypominania o specyficznych zagrożeniach, które się z tym wiążą. Oprócz tego nadal usprawnialiśmy procedury zdalnej obsługi klienta, aby dobrze odpowiadać na oczekiwania klientów, a przy tym uwzględniać pojawiające się nowe zagrożenia związane z cyberprzestępczością.

Ponownie zaangażowaliśmy się w kampanię informacyjną Związku Banków Polskich „Bankowcy dla Edukacji”. Dotyczy ona szeroko pojętej edukacji finansowej, ale obecnie jej najważniejsze kierunki to cyberbezpieczeństwo i ochrona tożsamości.

Aby dotrzeć do jak największej liczby osób zainteresowanych bezpieczeństwem, wykorzystywaliśmy różne kanały: blog banku CAsfera.pl, stronę banku na portalu Facebook, materiały filmowe publikowane na YouTube, artykuły na stronie www, newsletter wysyłany do zainteresowanych subskrybentów czy e-mailing dotyczący wyłącznie zagadnień bezpieczeństwa. Nasi klienci mogli liczyć na aktualne i regularne informacje w CA24 eBank i CA24 Mobile, a czasem także w postaci SMS. Z kolei dla odwiedzających nasze placówki przygotowaliśmy krótkie spoty wyświetlane na ekranach,

przedstawiające najnowsze zagrożenia. Akcje te będziemy kontynuować w 2022 r.

Podobne działania prowadziliśmy także dla wszystkich pracowników. Były to m.in. akcje edukacyjne i ostrzegawcze. Wykorzystywaliśmy w nich artykuły w intranecie CAnews, e-mailingi, wiadomości SMS, wygaszacze ekranów z przypomnieniem zasad bezpieczeństwa. W 2021 r. uruchomiliśmy też nową wersję e-szkolenia Vademecum Bezpieczeństwa Informacji. Poza tym w ramach procesu onboardingu prowadzimy szkolenia dla nowych pracowników. Zainteresowani mogą skorzystać z dodatkowych seminariów, podczas których zdobywają praktyczną wiedzę na temat bezpieczeństwa informacji i finansów, prywatności oraz poufności informacji. 

 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 SPOŁECZNO-EKONOMICZNYMI

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 naszych pracowników. Departament Prawny systematycznie organizuje spotkania edukacyjne Akademia 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, żeby zaplanować zmiany i się do nich przygotować, tak by ograniczyć ryzyko prawne. Z kolei rolę Departamentu Compliance jest monitorowanie i koordynowanie wdrażania zmian prawnych i regulacyjnych.

Ponadto przedstawiciele banku angażują się w prace zespołów i grup roboczych organizowanych w ramach ZBP (s. 26). Dzięki temu wymieniamy doświadczenia z innymi bankami i w ten sposób zwiększamy nasze bezpieczeństwo prawne.

W 2021 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

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

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



PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

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



PRACOWNICY BANKU

Pracownicy są fundamentalnym ogniwem naszego banku. Na koniec 2021 r. w Credit Agricole pracowało 4 325 osób zatrudnionych na umowę o pracę, w tym 3 035 (70 proc.) kobiet i 1 290 (30 proc.) mężczyzn. 4 070 osób (94 proc.) pracowało na pełny etat, a 3 494 (81 proc.) na umowę na czas nieokreślony. 2 202 osoby pracowały w centrali banku, a 2 123 w sieci sprzedaży.

W 2021 r. zatrudniliśmy 765 nowych pracowników, a odeszło 1 005 osób.

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

Bank z definicji nie jest przedsiębiorcą prowadzącym działalność sezonową, dlatego zatrudnienie w całym roku utrzymujemy na stałym poziomie.

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

4,33 tys.
osób zatrudnionych
na umowę o pracę

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	15	18	33
na czas określony	511	223	734
na czas nieokreślony	2465	1029	3494
na czas określony w zw. z zastępstwem	44	20	64
Suma pracowników na umowach o pracę wg wymiaru etatu			
na pełny etat	2927	1143	4070
na niepełny etat	108	147	255
suma	3035	1290	4325

GRI 102-8

ROTACJA PRACOWNIKÓW ¹						
	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

¹ Przyjęliśmy, że odsetek odejść pracowników to stosunek liczby pracowników odchodzących w 2021 r. do liczby wszystkich pracowników w 2021 r. w danej grupie wiekowej, osobno dla kobiet i mężczyzn. Analogicznie: odsetek nowo zatrudnionych pracowników to stosunek liczby zatrudnionych w 2021 r. do liczby wszystkich pracowników w 2021 r. w danej grupie wiekowej.

ROZWÓJ PRACOWNIKÓW

W Credit Agricole przykładamy dużą wagę do rozwoju pracowników już od pierwszego dnia ich pracy. Każda nowo zatrudniona osoba uczestniczy w programie adaptacyjnym, który obejmuje spotkania z reprezentantami różnych obszarów banku. Przedstawiają oni różne aspekty jego funkcjonowania, m.in. założenia strategii banku, sprawy pracownicze, komunikację wewnętrzną i zewnętrzną.

W 2021 r. kontynuowaliśmy wprowadzony w 2020 r. Program Buddy. Dzięki niemu nowi pracownicy centrali otrzymują pomoc buddy’ego, który jest ich opiekunem i wsparciem podczas pierwszych tygodni pracy. Buddy odpowiada na pojawiające się pytania, pomaga w kwestiach technicznych oraz przybliża kulturę organizacyjną. W tym roku rozszerzyliśmy ten program: swojego opiekuna otrzymują również osoby, które zmieniają obszar w organizacji czy wracają po dłuższej nieobecności.

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

W 2021 r. nasi pracownicy spędzili 150 701 godzin (31,44 godziny na pracownika), uczestnicząc w szkoleniach. Szczegóły w tabelce obok.

Aby rozwijać umiejętności specjalistów i menadżerów, w ramach różnych programów przygotowujemy wewnętrzne szkolenia rozwijające kompetencje społeczne (komunikacja, budowanie relacji poprawiających współpracę, perswazja), osobiste (zagadnienia związane z wypaleniem zawodowym, higieną psychiczną, odpornością emocjonalną) oraz stricte biznesowe (zarządzanie przez cele, zarządzanie w projekcie, feedback, kompetencje zarządcze, mocne strony itp.). Niektóre szkolenia prowadzą pracownicy eksperci zgodnie z modelem dzielenia się wiedzą i kompetencjami użytecznymi biznesowo.

Dodatkowo dla wszystkich pracowników organizujemy szkolenia i warsztaty w ramach programu People Power. Jego celem jest kreowanie kultury pracy, efektywnych spotkań i hybrydowych stylów pracy, które rozwijają odpowiedzialną społecznie organizację, wykorzystując mocne strony pracowników i wspierają ich energię do działania na co dzień.

Poza szkoleniami wewnętrznymi finansujemy też udział pracowników w szkoleniach zewnętrznych z twardych i miękkich kompetencji, dofinansowujemy naukę języków obcych oraz inne kursy i studia podyplomowe lub MBA. Dotychczas żaden pracownik nie złożył podania o urlop naukowy.

Wspieramy też pracowników, którzy odchodzą z pracy. Przykładem jest Program Kontynuacji Kariery. Kierowaliśmy go do pracowników, którzy stracili pracę w wyni-

”
Dzięki Programowi Buddy nowi pracownicy centrali otrzymują pomoc buddy’ego, który jest ich opiekunem i wsparciem podczas pierwszych tygodni pracy.
W tym roku rozszerzyliśmy ten program: swojego opiekuna otrzymują również osoby, które zmieniają obszar w organizacji czy wracają po dłuższej nieobecności.

ku transformacji sieci sprzedaży. Polegał on na wsparciu w przygotowaniu CV, przygotowaniu profilu na LinkedIn oraz symulacji rozmowy rekrutacyjnej. Nie prowadzimy programów wspierających pracowników, którzy odchodzą na emeryturę, ale takich osób w banku jest niewiele (średnia wieku pracowników banku to 38 lat).

 GRI 404-1, GRI 404-2

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Procedura Szkolenia w Credit Agricole



SZKOLENIA W PODZIALE NA KATEGORIE PRACOWNIKÓW

Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika w podziale na kategorie zatrudnienia¹

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
Zarząd, top management, middle management	46,29	33,57
Specjaliści	31,51	24,84
Suma	33,69	26,55

 GRI 404-1, GRI 404-2

¹ W kalkulacji uwzględniliśmy pracowników, którzy brali udział w szkoleniach w ciągu roku.



POLITYKA WYNAGRODZEŃ

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

W naszym banku wyceniamy stanowiska pracy zgodnie z metodologią Korn Ferry. W 2021 r. dwukrotnie uczestniczyliśmy w badaniu wynagrodzeń sektora finansowego po to, aby ocenić, jaki wpływ na wynagrodzenia w Polsce miały ożywienie na rynku pracy po pierwszym kwartale i zniesienie ograniczeń związanych z pandemią COVID-19. Na podstawie wyniku jesiennej edycji badania 1 stycznia 2022 r. zaktualizowaliśmy politykę wynagrodzeń w banku: dostosowaliśmy widełki wynagrodzeń do mediany rynkowej dla wybranych rodzin stanowisk.

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

W naszym banku obowiązuje płaca minimalna. Wynosi ona 70 proc. mediany rynkowej, jest zmienna, zależna od stopnia zaszerzegowania, obszaru biznesowego (rodziny stanowisk) i lokalizacji. Płaca minimalna nie zależy od płci. Raz w roku przeglądamy wynagrodzenia i wyrównujemy je tym pracownikom, których wynagrodzenie jest mniejsze od minimalnego zdefiniowanego w polityce wynagradzania. Na koniec 2021 r. zaledwie czterech aktywnych¹ pracowników wynagradzaliśmy na poziomie minimalnego wynagrodzenia krajowego, czyli 2 800 zł brutto. Pozostali otrzymywali wynagrodzenie powyżej tej kwoty.

Średnie wynagrodzenie zasadnicze kobiet w naszym banku odpowiada 97,1 proc. średniego zasadniczego wynagrodzenia mężczyzn na tym samym szczeblu zaszerzegowania. Relacja ta kształtuje się korzystniej w przypadku kobiet z wyższej kadry menadżerskiej. Jest to 102,5 proc. Natomiast największa różnica jest wśród kobiet ze średniej kadry menadżerskiej, gdzie relacja ta wynosi 95,1 proc. Jeśli chodzi o średnie wynagrodzenie z premią, to relacja procentowa jest podobna.

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

GRI 202-1, GRI 401-1, GRI 405-2

STOSUNEK WYNAGRODZENIA KOBIET (ZASADNICZEGO I Z PREMIA) DO WYNAGRODZENIA MĘŻCZYZN ²		
Średnia dla tych samych szczebli zaszerzegowania ważona udziałem liczby pracowników na danym szczeblu		
	Wynagrodzenie zasadnicze (w proc.)	Wynagrodzenie zasadnicze z premią (w proc.)
Wszyscy pracownicy	97,1	97,3
Top management	102,5	103,6
Middle management	95,1	95,2
Specjaliści	97,7	97,9

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

OCENA KOMPETENCJI PRACOWNIKÓW

Stożnym elementem, który wpływa na rozwój pracowników Credit Agricole, jest ocena kompetencji. W 2021 r. monitorowaliśmy poziom kompetencji pracowników, a w pierwszym kwartale 2022 r. ich oceniliśmy.

System oceny był oparty na modelu, który definiuje kompetencje wymagane na stanowiskach specjalistycznych i menadżerskich. W każdym przypadku w ocenie uwzględnialiśmy realizację celów biznesowych oraz kompetencje. Jej częścią było ustalenie celów rozwojowych oraz możliwych kierunków dalszego rozwoju zawodowego. Informacje te wykorzystaliśmy przy rekrutacjach wewnętrznych oraz jako podstawę do stworzenia planu szkoleniowego na rok 2022. Do oceny kompetencji wykorzystaliśmy system informatyczny, który pozwala archiwizować wyniki i ustalenia z rozmowy pomiędzy pracownikiem i przełożonym. Wzięli w tym udział pracownicy, którzy w ocenianym okresie przepracowali ze swoim obecnym przełożonym minimum 3 miesiące. Nie ocenialiśmy osób, które były długotrwale nieobecne, i tych, które pracowały krócej niż 3 miesiące.

Ocenie rocznej poddało się 91 proc. pracowników banku (3 278 osób), z czego 68 proc. to kobiety, a 32 proc. – mężczyźni. Spośród wszystkich ocenianych specjaliści stanowili 82 proc., a menadżerowie 18 proc.

GRI 404-3

91%

pracowników przeszło ocenę roczną

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Procedura Roczna analiza postępu w Credit Agricole

KORZYŚCI SOCJALNE DLA PRACOWNIKÓW

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

ŚWIADCZENIA PRACOWNICZE Z ZAKŁADOWEGO FUNDUSZU ŚWIADCZEŃ SOCJALNYCH (ZFŚS)

W naszym banku funkcjonuje Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych. W 2021 r. pracownicy skorzystali z następujących świadczeń:

- częściowe dofinansowanie do obozów wakacyjnych dla dzieci lub do wyjazdów – 504 osób;
- dofinansowanie do karnetu na zajęcia sportowe (program MultiSport) – 636 osób (średnia miesięczna);
- dofinansowanie do zajęć na pływalniach – 133 dzieci pracowników (średnia miesięczna);
- pomoc finansowa dla osób w trudnej sytuacji finansowej lub zdrowotnej – 87 osób;
- świąteczne wsparcie finansowe – 1 921 osób.

W związku z trwającą pandemią koronawirusa zmniejszyła się liczba pracowników i ich dzieci korzystających z dofinansowania do karty MultiSport i zajęć na pływalniach. Zmniejszyła się 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 udzieliliśmy wsparcia finansowego w związku z trudną sytuacją finansową lub stanem zdrowia.

GRI 401-2

OPIEKA MEDYCZNA I UBEZPIECZENIE GRUPOWE

Nasz bank zapewnia podstawową opiekę medyczną wszystkim pracownikom. W 2021 r.:

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

”

Wzrosła liczba pracowników, którzy mogli skorzystać ze wsparcia świątecznego finansowanego z ZFŚS, oraz tych, którym udzieliliśmy wsparcia finansowego w związku z trudną sytuacją finansową lub stanem zdrowia.

Dane są porównywalne z tymi z ubiegłego roku. Z ubezpieczenia grupowego w AVIVA w grudniu 2021 r. korzystało 2 294 pracowników.

GRI 401-2

URLOPY RODZICIELSKIE

W 2021 r. 432 pracowników naszego banku mogło skorzystać z urlopów rodzicielskich, w tym:

- 351 z macierzyńskiego;
- 80 z tacierzyńskiego.

Spośród nich z urlopu rodzicielskiego skorzystało 96 proc. osób, w tym:

- 351 kobiet;
- 64 mężczyzn.

W stosunku do poprzedniego roku obserwujemy spadek wskaźnika powrotu do pracy po urlopie rodzicielskim.

GRI 401-3

URLOPY RODZICIELSKIE

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
Pracownicy uprawnieni w 2021 r. do urlopu macierzyńskiego lub tacierzyńskiego	351	80	432
Pracownicy, którzy skorzystali z urlopu macierzyńskiego lub tacierzyńskiego w 2021 r.	351	64	415
Pracownicy, którzy wrócili do pracy w 2021 r. po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego lub tacierzyńskiego	304	62	366
Pracownicy, którzy wrócili do pracy w 2020 r. po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego lub tacierzyńskiego i przepracowali cały 2021 r.	185	56	241
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 lub tacierzyńskim za rok poprzedzający analizę, tj. 2020	60,85	90,32	65,84

GRI 401-3



ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACOWNIKÓW

Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników to 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.

BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY

Działalność naszego Biura Bezpieczeństwa i Higieny Pracy służy realizacji podstawowego obowiązku pracodawcy, jaki wynika z przepisów Kodeksu pracy. Jest nim ochrona zdrowia i życia pracowników poprzez zapewnianie im bezpiecznych i higienicznych warunków pracy. W 2021 r. jednym z głównych celów Biura była działalność profilaktyczna i edukacyjna, w ramach której:

- wdrożyliśmy cykliczne wygaszacze ekranu zachęcające pracowników do aktywnych przerw (m.in. joga dla oczu, ćwiczenia kręgosłupa);
- zorganizowaliśmy e-spotkania na temat bezpiecznej jazdy oraz pierwszej pomocy w nagłych wypadkach, w tym dzieciom, oraz grę on-line w Tabu Ratownicze;
- uruchomiliśmy nowe e-szkolenie „Czy wiesz, jak udzielić pierwszej pomocy?”;
- przeprowadziliśmy stacjonarne, wewnętrzne szkolenia z zasad resuscytacji krążeniowo-oddechowej (RKO), podczas których pracownicy ćwiczyli przy użyciu fantomów z aplikacją QCPR i treningowego AED.

W szkoleniach wzięło udział łącznie ponad tysiąc pracowników.

GRI 403-2

PROMOCJA ZDROWIA WŚRÓD PRACOWNIKÓW

W 2021 r. koncentrowaliśmy się na utrzymaniu równowagi między życiem prywatnym a zawodowym w obliczu pracy zdalnej. Kontynuowaliśmy wydarzenia People Power Days, które skupiają się na zarządzaniu energią w pracy i poza nią oraz hybrydowych stylach pracy. Podczas trzech edycji eksperci zewnętrzni, tacy jak trenerzy sportowi, przedstawiciele fundacji czy coachowie, dzielili się wiedzą na temat ćwiczeń

”

Zorganizowaliśmy inspirujące webinary o tym, jak dbać o rozwój osobisty i realizację swoich celów w pracy hybrydowej.

wzmacniających kręgosłup, zdrowej i zrównoważonej diety czy dbania o odpoczynek i relaks.

Ponadto zorganizowaliśmy inspirujące webinary o tym, jak dbać o rozwój osobisty i realizację swoich celów w pracy hybrydowej, jak dbać o odporność psychiczną i fizyczną, a także o relacje z bliskimi w czasie izolacji. Nasi pracownicy mogli również spotkać się z przedstawicielem medycznym, aby zadać mu pytania dotyczące szczepień przeciwko COVID-19. Oferowaliśmy też telefoniczną pomoc psychologiczną. Nasi pracownicy mogli skonsultować się z ekspertami psychiatrii i coachingu, gdy tylko mieli taką potrzebę.

Podobnie jak w ubiegłym roku, 140 pracowników wystartowało w Ogólnopolskim Biegu Firmowym – Remote Edition. Dwie sztafety damskie zdobyły pierwsze i drugie miejsce w swojej kategorii, a jedna z naszych reprezentantek zajęła drugie miejsce w biegu, w którym brało udział ponad 4,3 tys. kobiet.

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Regulamin organizacyjny Pionu HR.
- Zarządzenia wewnętrzne



LICZBA WYPADKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
Liczba wypadków w drodze do lub z pracy	19	3	22
Liczba wypadków przy pracy	7	4	11
Liczba wypadków śmiertelnych	0	0	0

GRI 403-2

LICZBA WYPADKÓW PRZY PRACY I ZWIĄZANE Z TYM NIEOBECNOŚCI

	2018	2019	2020	2021
Liczba wypadków	24	25	8	11
Liczba dni niezdolności do pracy	815	905	175	165

GRI 403-2

WSKAŹNIK CIĘŻKOŚCI WYPADKÓW

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
Liczba wypadków śmiertelnych przy pracy	0	0	0
Liczba wypadków lekkich przy pracy	7	4	11
Liczba wypadków ciężkich przy pracy	0	0	0
Suma wszystkich wypadków	7	4	11
Wskaźnik częstości wypadków w odniesieniu do wszystkich pracowników banku (injury rate – IR) ¹	2,30	3,09	2,54
Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy	67	98	165
Wskaźnik ciężkości wypadków ²	9,57	24,5	15

GRI 403-2

¹ Liczony jako całkowita liczba wypadków przy pracy odnotowanych w danym roku, podzielona przez liczbę zatrudnionych, pomnożona przez 1 000.

² Liczony jako łączna liczba dni niezdolności do pracy osób poszkodowanych w wypadkach przy pracy, podzielona przez liczbę wypadków przy pracy.

PRAWA CZŁOWIEKA

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



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, a także określa podstawowe zasady zarządzania tym obszarem w banku oraz nasze zobowiązania, do których należą:

- bardziej zróżnicowana rekrutacja, obejmująca osoby z niepełnosprawnościami;
- wspieranie różnorodności płci na wyższych stanowiskach;
- edukacja i aktywne propagowanie świadomości i akceptacji różnorodności w banku oraz poza nim;
- regularne badanie potrzeb pracowników i wdrażanie rozwiązań zgodnych z ich oczekiwaniami;
- rozwijanie programów zarządzania talentami;
- przeciwdziałanie mobbingowi, dyskryminacji i innym nieakceptowanym działaniom lub zachowaniom;
- przeprowadzenie audytu wynagrodzeń i dążenie do wyrównania ewentualnych rozbieżności ze względu na płeć lub wiek na jednakowych stanowiskach;
- aktualizacja wewnętrznych regulacji i opracowywanie nowych procedur w zgodzie z Kartą Różnorodności;
- współpraca z organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami rynkowymi;
- rozwijanie oferty produktowej z poszanowaniem różnorodności klientów;
- dostosowanie standardów obsługi we wszystkich kanałach do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami, w tym zapewnienie odpowiedniej infrastruktury w placówkach banku.

W 2020 r. zainicjowaliśmy projekt Diversity Power, w ramach którego promujemy różnorodność wśród pracowników. We współpracy m.in. ze Stowarzyszeniem Diversja w 2021 r. zorganizowaliśmy 10 warsztatów i szkoleń na tematy związane z różnorodnością. Wzięło w nich udział 795 pracowników.

Z okazji Dnia Kobiet i Dnia Mężczyzn zorganizowaliśmy też cykl spotkań online: „Poza stereotypami – kariery kobiet i mężczyzn”. Podczas wydarzeń rozmawialiśmy na temat różnorodności i jej znaczenia w biznesie. Pracownicy poszerzają swoją wiedzę o różnorodności także dzięki wielu materiałom edukacyjnym: szkoleniom, webinarom oraz autorskim infografikom i Słownikowi różnorodności.

Od ubiegłego roku skupiamy się na kwestii różnorodności w zespołach i na tym, jak nią zarządzać, jak zrozumieć i zaakceptować różnice i jak za pomocą języka inkluzywnego nikogo nie wykluczać. Wspieramy różnorodność, wykorzystując Talenty Gallupa w programie „Mocni Talentami – uniCAlni” dla kadry menadżerskiej. Dzięki niemu już ponad tysiąc pracowników banku poznało swoje talenty i może rozwijać umiejętności tak, aby budować skuteczne zespoły, które wykorzystują swoje mocne strony.

W 2021 r. nasz bank został głównym partnerem programu „Lokalnie dla różnorodności”, który realizuje Żywa Biblioteka

”

W 2021 r. nasz bank został głównym partnerem programu „Lokalnie dla różnorodności”, który realizuje Żywa Biblioteka Polska. To projekt wsparcia lokalnych organizacji w całej Polsce, które chcą metodą Żywej Biblioteki prowadzić działania związane z edukacją antydyskryminacyjną.

Polska. To projekt wsparcia lokalnych organizacji w całej Polsce, które chcą metodą Żywej Biblioteki prowadzić działania związane z edukacją antydyskryminacyjną. Jedną z sesji szkoleniowych programu odbyła się z udziałem pracowników – wolontariuszy Credit Agricole. Od czerwca 2021 r. Żywa Książka jest także w szeregach banku. Jedną z pracowniczek banku dołączyła do Żywej Biblioteki jako amazonka.

We współpracy z Fundacją TAKpełnosprawni zajmowaliśmy się w ubiegłym roku tematem zatrudniania osób z niepełnosprawnościami, w pierwszej kolejności w CA24 Infolinii. Z tej okazji m.in. przeszkoliliśmy 100 proc. kadry managerskiej oraz osób rekrutujących z podstaw prawa pracy, zasad współpracy z osobami ze szczególnymi potrzebami, ich uprawnień, działania w trudnych sytuacjach. Poza tym zmieniliśmy ogłoszenia o pracę tak, aby uwzględniały ważne elementy z perspektywy osób z niepełnosprawnościami, oraz przeprowadziliśmy szkolenie z udzielania pierwszej pomocy.

W 2022 r. planujemy nadal budować w banku kulturę różnorodności i wzajemnego szacunku. Chcemy też zaktualizować Politykę różnorodności, tak by określić w niej mierzalne i konkretne cele. 

 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, które mają od 31 do 40 lat. To 2 014 pracowników, którzy stanowią 47 proc. kadry, z czego 75 proc. to kobiety. Średnia wieku pracowników wynosi 38 lat.

Niezależnie od płci w każdej kategorii wiekowej najliczniejszą grupą są specjaliści. Największy udział średniej kadry menadżerskiej obserwujemy w grupie wiekowej 41-50 lat, a wyższej kadry menadżerskiej również w grupie wiekowej 41-50 lat.

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

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

W Credit Agricole pracuje 35 osób z różnymi niepełnosprawnościami i jest to o 2 osoby więcej niż rok wcześniej. W 2021 r. rozpoczęliśmy edukację kadry menadżerskiej z CA24

Infolini, aby pogłębiać świadomość i wiedzę z zarządzania różnorodnym zespołem, który współtworzą osoby z niepełnosprawnościami. W tym roku będziemy kontynuować te działania również w pozostałej części banku. Sukcesywnie aktualizujemy nasze materiały rekrutacyjne wewnętrzne i zewnętrzne, by podkreślać naszą gotowość i otwartość na zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami. 📌

📌 GRI 405-1

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:



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

UDZIAŁ PRACOWNIKÓW Z RÓŻNYCH KATEGORII W GRUPACH WIEKOWYCH

	KOBIEТЫ			MĘŻCZYŹNI		
Wiek	≤ 30	31-50	≥ 51	≤ 30	31-50	51 ≤ (50 <)
Zarząd (w proc.)	0	0	14	0	14	71
Top management (w proc.)	0	33	14	0	42	10
Middle management (w proc.)	1	6	5	1	27	3
Specjaliści (w proc.)	13	55	3	7	20	2

📌 GRI 405-1

PRZECIWDZIAŁANIE MOBBINGOWI I DYSKRYMINACJI

W Credit Agricole dbamy o to, aby żaden pracownik nie stosował mobbingu ani żadnych praktyk dyskryminujących wobec innego pracownika. Kwestie te regulują Regulamin pracy oraz Polityka antymobbingowa, która określa sposoby zapobiegania mobbingowi oraz wskazuje reguły postępowania w razie jego wystąpienia, zwłaszcza sposób jego zgłaszania i badania. Każde imienne zgłoszenie analizuje komisja antymobbingowa. W trakcie postępowania komisja weryfikuje przede wszystkim upór i trwałość negatywnych działań skierowanych przeciwko pracownikowi, które polegają na nękanii lub zastraszaniu i powodują zaniżoną ocenę przydatności zawodowej, poniżenie, ośmieszenie, izolowanie lub wyeliminowanie z zespołu. Każdy pracownik musi zapoznać się z Polityką antymobbingową i ścieżką zgłaszania naruszeń.

W ramach prewencji wszyscy pracownicy banku przechodzą obowiązkowe e-szkolenie „Przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji w miejscu pracy”. Dzięki niemu mogą zapoznać się z tymi zagadnieniami oraz sposobami przeciwdziałania takim problemom. W 2021 r. w szkoleniu wzięło udział 1 586 osób. Dla kadry menadżerskiej prowadzimy również szkolenia „Fair play w zarządzaniu”, które dotyczą prawnych i psychologicznych aspektów mobbingu i zjawisk pokrewnych oraz tego, jak im przeciwdziałać. W ubiegłym roku w szkoleniach dla menadżerów wzięły udział 54 osoby. Planujemy kontynuować te działania w kolejnych latach.

W 2021 r. otrzymaliśmy dwa zgłoszenia, które zawierały zarzut nierównego traktowania. Pierwsze rozpatrywaliśmy na ścieżce antymobbingowej zgodnie z obowiązującą Polityką. Podczas postępowania wyjaśniającego w tej sprawie wysłuchaliśmy pracownika, który zgłosił problem, oraz osoby wskazanej jako sprawca, a komisja antymobbingowa zapoznała się z dowodami i wysłuchała zeznań świadków. Komisja zdiagnozowała problemy, zidentyfikowała przyczyny i przejawy konfliktu oraz zarekomendowała rozwiązania. Zakończyliśmy to postępowanie w 2021 r. W tym przypadku nie potwierdziliśmy naruszenia zasady równego traktowania. Problemy we współpracy dotyczyły kwestii związanych z komunikacją. Drugie zgłoszenie rozpatrywaliśmy na ścieżce whistleblowing. Dotyczyło ono sprawy indywidualnej w związku z zarzutem dyskryminacji. Zakończone postępowanie wykazało, że zarzut ten był bezzasadny. 📌

📌 GRI 406-1



Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:



- Polityka antymobbingowa Credit Agricole
- Procedura whistleblowing w Credit Agricole

ŚRODOWISKO

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



STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO OCHRONY ŚRODOWISKA NATURALNEGO

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. 15). Podejmujemy także wiele inicjatyw przyjaznych środowisku, w które angażujemy naszych pracowników i klientów.

POLITYKA ŚRODOWISKOWA BANKU

Zobowiązania Credit Agricole związane z ochroną środowiska i przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym opisujemy w Polityce środowiskowej banku, którą przyjęliśmy i wdrożyliśmy 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.

W 2021 r. do zobowiązań dołączyliśmy kolejne, które dotyczą wspierania i wdrażania działań służących zachowaniu różnorodności biologicznej oraz ochronie ekosystemów.

Aby realizować nasze zobowiązania wobec środowiska, przede wszystkim:

- opracowaliśmy wewnętrzny system zarządzania środowiskowego;
- nadzorujemy procesy, które mogą mieć wpływ na środo-

wisko – zgodnie z wymogami prawa i innymi regulacjami dotyczącymi środowiska naturalnego;

- uwzględniamy kwestie środowiskowe przy ustalaniu celów i podejmowaniu decyzji oraz realizujemy projekty, które pozwalają ograniczyć wpływ naszej działalności na środowisko;
- uwzględniamy obawy zgłaszane przez interesariuszy;
- wprowadziliśmy zakaz korzystania z jednorazowych i niebiodegradowalnych naczyń i opakowań w banku;
- utworzyliśmy stanowisko rzecznika ds. środowiska;
- uwzględniamy kryteria ESG w finansowaniu wszystkich dużych klientów korporacyjnych i stopniowo w finansowaniu klientów, którymi są małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP), a także dostosowujemy nasze polityki do Porozumienia paryskiego.

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

- zmniejszenie emisji CO₂ banku o 55 proc. do 2022 r. w porównaniu z 2019 r.;
- eliminacja z użycia w banku wszystkich jednorazowych przedmiotów z plastiku do 2022 r.;
- zaprzestanie finansowania branż ołowianych do 2030 r.¹

Ponadto w 2021 r. Grupa Crédit Agricole dołączyła do grupy Net-Zero Banking Alliance, utworzonej przez Inicjatywę Finansową Programu Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska. Jednym ze zobowiązań, które z tego wynika, jest osiągnięcie do 2050 r. neutralności klimatycznej przez każdą ze spółek Grupy, w tym nasz bank. W dążeniu do dekarbonizacji, w ustalaniu celów redukcyjnych i transformacji działalności biznesowej będziemy korzystać z metodologii Science Based Targets initiative.

Aby monitorować nasz bezpośredni wpływ na środowisko, od 2018 r. mierzymy ślad węglowy banku. Podejmujemy działania mające na celu zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko i obniżenie emitowanych gazów cieplarnianych.



¹ Credit Agricole nigdy nie finansował wydobycia i przetwórstwa węgla.



EMISJE CO ₂ W CREDIT AGRICOLE			
	2019 (tCO ₂ e)	2020 (tCO ₂ e)	2021 (tCO ₂ e)
Energia (Zakres 1 i 2)	8126	6559	5946
w tym Gaz	979	861	921
w tym Energia elektryczna	7147	5698	5025
Flota samochodowa	1464	726	992
Podróże służbowe (Zakres 3)	195	32	30
ŁĄCZNIE	9785	7317	6968
Redukcja emisji vs 2019 (w proc.)		-25	-29

Wyliczamy ślad węglowy banku zgodnie ze standardem GHG Protocol i według metodologii Science Based Targets. Mierzimy wskaźniki w pierwszym i drugim zakresie dla emisji ze zużycia gazu i energii elektrycznej oraz emisji pochodzących z floty samochodowej banku. W trzecim zakresie analizujemy emisje powstałe w wyniku zrealizowanych podróży służbowych. Nasz ślad węglowy w 2021 r. wyniósł 6 968 tCO₂e i został zmniejszony o kolejne 5 proc. w porównaniu do roku 2020 (7 317 tCO₂e) oraz jest o 29 proc. mniejszy niż wynik w 2019 r. (9 785 tCO₂e).

W ubiegłym roku skompensowaliśmy też emisję 160 Mg CO₂e we współpracy z Lasami Państwowymi - Nadleśnictwem Oleśnica Śląska. Dzięki zaangażowaniu 50 pracowników-wolontariuszy zasadziliśmy 2 tys. buków.

W 2021 r. w naszym banku wdrożyliśmy narzędzie GreenWay, z którego korzystają wszystkie spółki Grupy Crédit Agricole. Służy ono do monitorowania wskaźników bezpośredniego i pośredniego wpływu na środowisko naturalne oraz do mierzenia śladu węglowego w pierwszym, drugim i częściowo w trzecim zakresie. Nasze wskaźniki, które raportujemy poprzez to narzędzie, są audytowane przez niezależną firmę.

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 2022 r. planujemy szerzej pracować nad tą kwestią. Chcemy dokładnie opisać ryzyko klimatyczne: wypracować definicję, określić główne zależności pomiędzy tym a innymi ryzykami, które identyfikujemy, oraz wskazać, kto odpowiada za to ryzyko w banku.

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 działania. Na pierwszą składają się kontrole wykonywane przez wszystkie jednostki operacyjne banku, na drugą – kontrole wykonywane przez pracowników, którzy pełnią specjalistyczne funkcje kontrolne (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 by działały zapobiegawczo w celu ochrony środowiska.

GRI 102-11, GRI 103-2

STRATEGIA BANKU DOTYCZĄCA OCHRONY ŚRODOWISKA

Kwestie ochrony środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatycznym są elementem naszej strategii (s. 15). 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;
- zmniejszenie liczby wydruków.

Obecnie pracujemy nad kolejną strategią na lata 2022–2025, w której dużo uwagi chcemy poświęcić finansowaniu działań prośrodowiskowych i zgodności z Taksonomią. Więcej o tym na s. 76. Ponieważ w 2021 r. dołączyliśmy do grupy Net-Zero Banking Alliance, z czym wiąże się plan osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 r., w kolejnych latach zamierzamy pracować nad mierzaniem i obniżaniem emisyjności naszego portfela klientów. Jednocześnie chcemy współpracować nad tym z klientami, poszerzać ich świadomość w tym zakresie, podwyższać jakość naszych danych o klientach ze wszystkich linii biznesowych oraz bardziej szczegółowo analizować dane od nich pod kątem ich działalności i inwestycji, które będziemy finansować. ■

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 postawy przyjazne środowisku. 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.

EKOEDYCJE PRODUKTÓW DLA KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH

Oferta zielonych produktów Credit Agricole ciągle się rozwija. W 2021 r. do naszej oferty dodaliśmy cztery kolejne zielone produkty ubezpieczeniowe z elementem inwestycyjnym: Zielona Planeta II, Eko Zysk V, Zielona Europa i Zielona Europa II. Nasi klienci mogli też nadal inwestować w fundusz AMUNDI Stars Global Ecology ESG. Ponadto dołączyliśmy do programu „Czyste Powietrze” Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (NFOŚiGW). Dzięki temu klienci, którzy biorą u nas kredyt ratalny lub gotówkowy na wymianę nieefektywnych źródeł ciepła lub termomodernizację, mogą liczyć na dotację z funduszu. Poza tym pierwsi w Polsce w marcu 2021 r. wprowadziliśmy do oferty kartę debetową z ekotworzywa. Wydajemy ją wszystkim nowym klientom. Karta jest wykonana z ekotworzywa, które rozkłada się szybciej niż plastik. Rozkład do 99 proc. nawet w kilkanaście tygodni w odpowiednich warunkach potwierdzają testy degradacji, przeprowadzone metodą ASTM D5511, stosowaną do badania ekologiczności tworzyw sztucznych.

W 2021 r. utrzymaliśmy też wysoką pozycję w finansowaniu poprzez kredyt ratalny inwestycji przyjaznych środowisku, m.in. paneli fotowoltaicznych. Mimo że planowano zmiany w sposobie rozliczania prosumentów, 2021 to kolejny rok, w którym widzimy pozytywny trend sprzedaży kredytów na cele ekologiczne. W ciągu roku sfinansowaliśmy ponad 42 tys. takich inwestycji.

Z kolei dynamika wzrostu całego salda zielonych produktów dla klienta detalicznego wyniosła ponad 65 proc. 31 grudnia 2021 r. w porównaniu z 31 grudnia 2020 r.

Ramka obok zawiera pełną listę zielonych produktów, które oferowaliśmy w ubiegłym roku.

W 2022 r. zamierzamy dalej rozwijać ofertę zielonych produktów. Chcemy m.in. rozszerzyć ofertę kredytu mieszkaniowego Zielony DOM o zakup mieszkań dostępnych w ramach certyfikowanych inwestycji deweloperskich.

ZIELONE PRODUKTY

Karta z ekotworzywa

- karta debetowa (do konta) wydawana wszystkim nowym klientom banku
- karta z ekotworzywa, które rozkłada się szybciej niż plastik
- przyjazny środowisku materiał jest uzupełniony o standardowe elementy

Ekoraty

- kredyt ratalny na zakup i instalację paneli fotowoltaicznych oraz innych urządzeń wytwarzających zieloną energię
- współpraca z partnerami – liderami rynku odnawialnych źródeł energii w Polsce

Kredyt gotówkowy i ratalny z programu NFOŚiGW „Czyste Powietrze”

- kredyt z dofinansowaniem na wymianę źródeł ciepła i termomodernizację dla właścicieli i współwłaścicieli domów jednorodzinnych lub lokali mieszkalnych (z wyodrębnioną księgą wieczystą) wydzielonych w budynkach jednorodzinnych

Ekohipoteka Zielony DOM

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

Zielone produkty ubezpieczeniowe z elementem inwestycyjnym

- cztery produkty ubezpieczeniowe oparte na indeksach, złożone ze spółek, które spełniają kryteria ESG, spółek z sektora zielonej gospodarki lub spółek, które dbają o środowisko naturalne

Ekofundusz inwestycyjny

- subfundusz Amundi Stars Global Ecology ESG dostępny w ofercie Amundi Stars SFIO inwestujący od 70 do 100 proc. aktywów w tytuły uczestnictwa zagranicznego funduszu 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 s. 89). 

42 tys.

*inwestycji przyjaznych
środowisku sfinansowanych
przez kredyt ratalny*

65%

*dynamika wzrostu salda
zielonych produktów
dla klienta detalicznego*

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 2021 r. finansowaliśmy odnawialne źródła energii także we współpracy z innymi spółkami Grupy Crédit Agricole w Polsce. Aby poszerzać swoje kompetencje związane z kwestiami środowiskowymi i klimatycznymi, bierzemy udział w pracach Komitetu Elektromobilność Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej (CCIFP), Komitetu ds. Klimatu CCIFP, nieformalnej grupy roboczej Energia i klimat przy Ambasadzie Francuskiej, Komitetu ds. Zrównoważonego Finansowania przy Związku Banków Polskich (ZBP) oraz w warsztatach ZBP poświęconych regulacji dotyczącej Taksonomii. W 2022 r. planujemy też dołączyć do programu Climate Leadership „Neutralność klimatyczna biznesu”, prowadzonego przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa. Zrzesza on firmy zaangażowane w realizację zobowiązań na rzecz neutralności klimatycznej i zrównoważonego rozwoju. Poniżej przedstawiamy green financing w podziale na linie biznesowe banku.

ZIELONE FINANSOWANIE

Bankowość detaliczna

- finansowanie poprzez kredyt ratalny inwestycji przyjaznych środowisku, m.in. paneli fotowoltaicznych, paneli słonecznych, pomp ciepła, domowych magazynów energii
- uczestnictwo w programie „Czyste Powietrze” NFOŚiGW

Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP)

- finansowanie na preferencyjnych warunkach – m.in. w ramach programów partnerskich – inwestycji przyjaznych środowisku, np. paneli fotowoltaicznych

Bankowość korporacyjna

- finansowanie poprzez kredyt ratalny inwestycji przyjaznych środowisku, m.in. paneli fotowoltaicznych, paneli słonecznych, pomp ciepła, domowych magazynów energii
- uczestnictwo w programie „Czyste Powietrze” NFOŚiGW

Bankowość detaliczna

Łagodzenie i adaptacja do zmian klimatycznych oraz 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 ołowogłowych
- wspieranie klientów korporacyjnych w realizacji projektów mających na celu wdrożenie technologii przyjaznych środowisku, zwłaszcza wykorzystujących energię odnawialną
- finansowanie na preferencyjnych warunkach – m.in. w ramach programów partnerskich – projektów związanych z wytwarzaniem zielonej energii. 



FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZYCH, KTÓRE KWALIFIKUJĄ SIĘ DO TAKSONOMII

Na koniec 2021 r. oszacowaliśmy, jaki jest nasz udział w finansowaniu działalności gospodarczych, które kwalifikują się do Taksonomii, dla dwóch celów środowiskowych: łagodzenie zmian klimatu i Adaptacja do zmian klimatu. Podstawą dla tego jest Rozporządzenie w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, czyli tzw. Taksonomia¹.
Przy wyliczaniu tego udziału uwzględniliśmy rzeczywistą działalność klientów, którzy są zobowiązani do raportowania niefinansowego zgodnie z NFRD². Określiliśmy ją na podstawie ich sprawozdań finansowych. Działalności klientów o przeważającym rzeczywistym przedmiocie działalności gospodarczej o kodach NACE/PKD wymienionych w Akcie delegowanym dotyczącym klimatu³ określiliśmy jako te, które kwalifikują się do Taksonomii, a działalności klientów o przeważającym przedmiocie działalności o kodach NACE/PKD niewymienionych w Akcie delegowanym dotyczącym klimatu – jako te, które nie kwalifikują się do Taksonomii. Szczegółowe dane zawiera tabela poniżej.

Aktywa ogółem uwzględniają aktywa bilansowe oraz gwarancje bankowe.
Przy przygotowaniu raportu korzystaliśmy z ankiet, w których brali udział klienci, ich sprawozdań finansowych, wyników analizy kodów PKD/NACE oraz innych danych, które mamy. Na rynku brakowało danych, które pokazują procentowy udział działalności gospodarczej kwalifikującej się do Taksonomii i działalności gospodarczej niekwalifikującej się do Taksonomii w łącznym obrocie, kapitale i wydatkach operacyjnych klientów banków. Na dzień przygotowywania raportu nasi klienci nie opublikowali jeszcze swoich raportów niefinansowych, dlatego zgodnie z rekomendacjami Komisji Europejskiej z grudnia 2021 r.⁴ publikujemy te dane na zasadzie dobrowolności.
W 2022 r. planujemy pracować nad polepszaniem jakości danych o klientach oraz rozpocząć przygotowania do raportowania Taksonomii oraz wskaźnika zielonych aktywów (Green Asset Ratio), które będzie nas obowiązywać po okresie przejściowym (od 2024 r.).
Aktualna strategia banku w ramach celu Rozwijamy zieloną bankowość określa zagadnienia finansowania działań prośrodowiskowych, jednak nie uwzględnia jeszcze w pełni Taksonomii. Taksonomii na razie nie odzwierciedlamy w procesie projektowania produktów oraz we współpracy z klientami i dostawcami. Prace na tym planujemy na kolejne lata. Więcej o strategii na s. 15. ■

TAKSONOMIA - SZCZEGÓŁOWE DANE	
udział proc. w aktywach ogółem ekspozycji wobec działalności gospodarczej, która nie kwalifikuje się do Taksonomii	1,7
udział proc. w aktywach ogółem ekspozycji wobec działalności gospodarczej, która kwalifikuje się do Taksonomii	4,7
udział proc. w aktywach ogółem ekspozycji wobec rządów centralnych	14,2
udział proc. w aktywach ogółem ekspozycji wobec banków centralnych	11,9
udział proc. w aktywach ogółem ekspozycji wobec emitentów ponadnarodowych	0
udział proc. w aktywach ogółem ekspozycji wobec instrumentów pochodnych	0
udział proc. portfeli handlowych w aktywach ogółem	0,4
udział proc. pożyczek międzybankowych na żądanie w aktywach ogółem	0
udział proc. w aktywach ogółem ekspozycji wobec przedsiębiorstw, które nie podlegają obowiązkowi publikowania informacji niefinansowych zgodnie z art. 19a lub 29a dyrektywy w sprawie rocznych sprawozdań finansowych	18,2

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/2088.
² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy.
³ Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2021/2139 z dnia 4 czerwca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych.
⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/business_economy_euro/banking_and_finance/documents/sustainable-finance-taxonomy-article-8-report-eligible-activities-assets-faq_en.pdf

OGRANICZENIE 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.

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 do floty 44 samochody hybrydowe, a w 2022 r. dołączy do niej osiem samochodów elektrycznych. 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 pracowniczych. 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 u nas system bezpiecznego drukowania i skanowania printing on demand. W ubiegłym roku kontynuowaliśmy pracę w formule hybrydowej. Dzięki temu znacząco spadła liczba dokumentów drukowanych przez pracowników centrali banku. W 2021 r. ograniczyliśmy liczbę wydruków o kolejne 16 proc. w skali roku.



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. Wyróżnia go wiele rozwiązań przyjaznych środowisku, jak:

- materiały budowlane, które wykorzystują 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, które zmniejszają zużycie wody;
- energooszczędne żarówki LED i urządzenia do wentylacji i regulacji temperatury z wysokowydajnym wymiennikiem ciepła;
- inteligentne elewacje i automatyczne rolety zewnętrzne, które regulują wpływ warunków pogodowych na zużycie energii;
- ograniczenie użycia jednorazowego plastiku oraz promowanie idei biura zero waste;
- własna pasieka w kompleksie Business Garden – Credit Agricole jest patronem jednego z uli.



ZUŻYCIE ENERGII ¹		
2019	2020	2021
Całkowite zużycie energii pochodzącej ze źródeł nieodnawialnych ²		
5,569 TJ	0,980 TJ	0 TJ
Całkowite zużycie energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych ³		
0,606 TJ	0,977 TJ	0,295 TJ
Całkowite zużycie energii elektrycznej		
6,175 TJ/1,715 GWh	1,956 TJ/0,543 GWh	0,295 TJ/0,082 GWh
Całkowite zużycie energii cieplnej		
2,124 TJ/0,590 GWh	1,344 TJ/0,373 GWh	0,535 TJ/0,149 GWh
Całkowite zużycie energii		
8,299 TJ	3,300 TJ	0,830 TJ

■ GRI 302-1

¹ 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.
² Stosowany rodzaj paliwa – węgiel.
³ Stosowany rodzaj paliwa – elektrownie wodne i wiatrowe.



Zmniejszanie zużycia energii

Ograniczenie zużycia energii jest dla nas bardzo ważne, dlatego wprowadzamy energooszczędne rozwiązania oraz edukujemy pracowników w tym temacie. W ubiegłym roku sprzedaliśmy jeden z budynków banku, w którym wcześniej mieściła się nasza siedziba. Obecnie we wszystkich budynkach centrali banku wykorzystujemy jedynie energię elektryczną z odnawialnych źródeł (OZE). Jednocześnie dbamy o podnoszenie efektywności energetycznej naszych placówek bankowych. W 2021 r. w 26 placówkach wymieniliśmy oświetlenie na energooszczędne LED. W efekcie takie oświetlenie ma już 166 placówek. W ubiegłym roku podpisaliśmy też nowy kontrakt na zakup do placówek certyfikowanej energii elektrycznej, która pochodzi z farm wiatrowych i wodnych. Dzięki temu 95 proc. naszych placówek korzysta z zielonej energii. Te działania pomogły nam zwiększyć udział OZE w całym banku o ponad 45 proc. i znacząco zmniejszyć zużycie energii z 3,300 TJ w 2020 r. do 0,830 TJ w 2021 r. ■

■ 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.

ZAANGAŻOWANIE W AKCJE PRZYJAZNE ŚRODOWISKU

W ciągu ostatniego roku realizowaliśmy wiele kampanii edukacyjnych, które zwiększały świadomość klientów, pracowników i otoczenia. W 2021 r. kontynuowaliśmy kampanię #MniejPlastiku, w której edukujemy na temat szkodliwości nadmiaru plastikowych odpadów w środowisku. Uruchomiliśmy m.in. stronę www, edukacyjny podcast i newsletter oraz partnerowaliśmy filmowi Jarosława Kuźniara „Mam wpływ” i akcji Stop Plastik Fundacji EKOrozwoju. Wraz z ekologiem Dominikiem Dobrowolskim zorganizowaliśmy akcję Górską Odyseję – marsz górkami i leśnymi szlakami wzdłuż południowej granicy Polski, od Ustrzyk Górnych do Świeradowa-Zdroju, połączony ze zbieraniem śmieci. W akcji wzięło udział ponad 200 wolontariuszy – pracowników naszego banku.

Temat zanieczyszczenia środowiska tworzywami sztucznymi poruszamy też w naszych kampaniach marketingowych. W 2021 r. wprowadziliśmy do oferty pierwszą na polskim rynku kartę z ekotworzywa, które rozkłada się szybciej niż plastik. Kartę udostępniamy wszystkim nowym klientom banku, którzy otwierają Konto dla Ciebie. Promowaliśmy ją m.in. z wykorzystaniem spotu reklamowego, do którego muzyka w całości została nagrana przy użyciu dźwięków wydobywanych z plastikowych odpadów zebranych na plaży.

Razem z Dawidem Podsiadło zorganizowaliśmy też akcję charytatywną „Trzecie życie plastiku”. Na portalu Allegro Charytatywni wystawiliśmy na licytację 14 wyjątkowych

95%

*placówek bankowych
zasilanych energią z OZE*

75%

*o tyle zmniejszyliśmy
zużycie energii w banku*

płyt gramofonowych z jego muzyką. Wszystkie zostały wyprodukowane z przetworzonych elementów scenografii wykorzystywanej podczas trasy koncertowej „Leśna Muzyka” (scenografia również powstała z plastikowych odpadów). Każda płyta zawiera inną piosenkę Dawida Podsiadło, a także cover piosenki „Sailing” w wykonaniu Julii Pietruchy. Do płyt zostały dołączone również: „złoty bilet” na wybrany koncert Dawida Podsiadło, plakat z autografem artysty i certyfikat autentyczności. Akcja odbiła się bardzo szerokim echem w mediach i mediach społecznościowych. Licytacje pozwoliły zebrać łącznie 76 519,1 zł, które uzupełniliśmy do 100 000 zł i przeznacziliśmy jako darowiznę dla Polskiego Stowarzyszenia Zero Waste na promowanie bezodpadowego stylu życia.

Jesteśmy również partnerem i jednym ze sponsorów międzynarodowego projektu Plastic Odyssey, który ma pomagać w rozwiązywaniu problemu odpadów plastikowych na świecie. Ekipa specjalnego statku laboratorium podczas rejsu po oceanach będzie współpracować z lokalnymi społecznościami przy uruchamianiu działalności recyklingowej i przetwarzaniu odpadów z tworzyw sztucznych na użyteczne przedmioty wielorazowego użytku.

Do innych akcji środowiskowych, które zrealizowaliśmy w 2021 r., należały: obchody Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu i Dnia bez Samochodu, posadzenie drzew w ramach wolontariatu pracowniczego w okolicach Oleśnicy, zakupienie inspektów do ogrodu permakulturowego prowadzonego przez Szkołę Francuską w Warszawie, promowanie postaw środowiskowych wśród pracowników poprzez komunikację na ekranach w centrali i w placówkach oraz zamieszczenie roślin w wybranych placówkach bankowych. Byliśmy też partnerem Zielonego Rekordu Polski, Soboty z Zielonym Wrocławiem i wydania książki PWN „Poradnik młodych ratowników Ziemi”. ■

Główne dokumenty wewnętrzne, które regulują ten obszar:

- Polityka środowiskowa Credit Agricole
- Kodeks postępowania Grupy Crédit Agricole



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

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



WSPARCIE DLA SPOŁECZEŃSTWA

W 2021 r. Credit Agricole zaangażował się w wiele działań społecznych, które przyczyniły się do rozwoju społeczności lokalnej. Koncentrowały się one na wsparciu osób niesłyszących oraz promocji kultury francuskiej w Polsce.

WSPARCIE OSÓB NIESŁYSZĄCYCH – PROGRAM ZAMIENIAM SIĘ W SŁUCH

Od stycznia 2020 r. realizujemy program Zamieniam się w słuch, który ma na celu poprawę komfortu osób z problemami ze słuchem. 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. 37) realizujemy też wiele innych inicjatyw, które wspierają tę grupę. Współpracujemy z Fundacją FONIS, którą wsparliśmy w przygotowaniu wydarzeń dla jej członków. W 2021 r. sfinansowaliśmy pionierski i wyjątkowy projekt, jakim jest „Szkoła rodzenia w języku migowym”. Cieszy się on bardzo dużym zainteresowaniem. Na razie pojawił się pierwszy odcinek, który dotyczy pielęgnacji niemowlęcia. Wkrótce ukażą się kolejne. Łącznie będzie ich 30. W 2022 r. dla członków Koła Seniorów, które działa przy Fundacji FONIS, planujemy zorganizować prelekcję o bezpiecznym bankowaniu.

PROMOCJA KULTURY FRANCUSKIEJ

Co roku, nawiązując do swoich francuskich korzeni, aktywnie uczestniczymy w działaniach promujących kulturę francuską w Polsce. W 2021 r. wsparliśmy kolejną edycję Festiwalu Frankofonii we Wrocławiu, a także Międzynarodowego Festiwalu Francuskojęzycznych Filmów Krótkometrażowych FrankoFilm w Zielonej Górze. Współpracowaliśmy też ze Szkołą Francuską w Warszawie, w której sfinansowaliśmy zakup inspektów do ogrodu permakulturowego.

WSPARCIE KULTURY – WSPÓŁPRACA Z DAWIDEM PODSIADŁO

W 2021 r. kontynuowaliśmy też strategiczną współpracę z Dawidem Podsiadło, tak że wspieraliśmy jego działalność artystyczną. Byliśmy partnerem strategicznym trasy kon-

certowej „Leśna Muzyka”, podczas której artysta promował ekologiczny styl życia.

EDUKACJA FINANSOWA

Do strategicznych celów z filaru Social Project naszej Strategii należą: udostępnianie usług finansowych coraz większej grupie klientów, zapobieganie nadmiernemu zadłużeniu, walka z wykluczeniem finansowym oraz wsparcie klientów w zarządzaniu ich finansami. Aby je zrealizować, a także z powodu sytuacji pandemicznej, zainicjowaliśmy akcję edukacyjną #WyzwanieOszczędzanie, która ma zachęcać do uważniejszego gospodarowania pieniędzmi, przeanalizowania swoich codziennych wydatków i rozważenia, czy wszystkie są niezbędne. W październiku 2020 r. w mediach społecznościowych ogłosiliśmy wyzwanie: co najmniej jeden dzień bez wydawania pieniędzy – #DzieńBezWydawania. Jednocześnie nieustannie budujemy społeczność wokół facebookowej grupy „Wyzwanie oszczędzanie”, która liczy obecnie ponad 3,7 tys. osób. Członkowie grupy dzielą się swoimi doświadczeniami i poradami dotyczącymi oszczędzania, mogą też bezpłatnie korzystać z treści, które zamieszczamy, aby propagować kulturę oszczędzania pieniędzy i środowiska. W 2021 r. w ramach grupy zorganizowaliśmy cykl webinarów na temat m.in. edukacji finansowej dzieci, finansów kobiet oraz zero waste. Webinary poprowadziły znane influencerki Angelika Talaga (Godmother) i Agnieszka Lisowska (Kobieta i Finanse) oraz edukatorka zero waste Sylwia Majcher. Ponadto wydaliśmy 50-stronicowy e-poradnik „Dobre patenty na oszczędzanie” oraz zrealizowaliśmy badanie „Polki a finanse”. Pod koniec roku stworzyliśmy też osobną stronę www.wyzwanieoszczedzanie.pl, która dotyczy oszczędzania oraz mądrego i świadomego wydawania pieniędzy.

DZIAŁALNOŚĆ CHARYTATYWNA

W 2021 r. wsparliśmy finansowo różne organizacje i fundacje. Współpracowaliśmy m.in. z Towarzystwem Przyjaciół Dzieci, Stowarzyszeniem Kultury Teatralnej „Pieśń Kozła” czy Fundacją FONIS. Jak co roku nasi pracownicy zaangażowali się w przygotowanie podarunków w ramach Szlachetnej Paczki. Kontynuowaliśmy zbieranie nakrętek na potrzeby podopiecznych Fundacji Potrafię Pomóc. Byliśmy też pomysłodawcą i koordynatorem akcji #FloraDlaSeniora, w ramach której wraz z pracownikami 12 innych wrocławskich firm sfinansowaliśmy, a następnie zasadziliśmy drzewa i krzewy na terenie Miejskiego Centrum Usług Socjalnych Domu Pomocy Społecznej przy ul. Karmelkowej we Wrocławiu. Projekt realizowaliśmy ze start-upem pozytywnego wpływu Dotlenieni.org. 

WOLONTARIAT W CREDIT AGRICOLE

power of
sharing 

Od 2020 r. w Credit Agricole realizujemy inicjatywę Power of Sharing, której celem jest angażowanie pracowników w programy społeczne i akcje wolontariatu. W ramach tych działań założyliśmy dla pracowników na Facebooku grupę wsparcia TakeCAre, która wciąż jest aktywna. Ponadto pracownicy banku jako wolontariusze zaangażowali się w akcje: Górska Odyseja, sadzenie drzew w okolicach Oleśnicy, Brave Kids Pod Wrocławskim Niebem, #FloraDlaSeniora i Szlachetna Paczka. 





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. 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 2021, skoncentrowaliśmy się na oczekiwaniach i rekomendacjach z ostatnich paneli interesariuszy banku, które przeprowadziliśmy w 2019 r. i 2021 r. zgodnie ze standardem AA1000SES. Dodatkowo wzięliśmy pod uwagę opinie interesariuszy, które zbieramy na bieżąco podczas różnych wydarzeń. Uwzględniliśmy też ocenę i rekomendacje z projektu, który w 2020 r. realizowała Fundacja Frank Bold. Projekt nosił nazwę „Improving climate and sustainability corporate disclosure policies to enable sustainable finance”. Badano w nim jakość raportowania kwestii związanych z klimatem i zrównoważonym rozwojem zgodnie z Dyrektywą w sprawie ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności (NFRD). Wspierały go organizacje European Climate Initiative (EUKI) i Alliance for Corporate Transparency. Na podstawie zebranych informacji wybraliśmy istotne kwestie, które przedstawiamy w raporcie.

Raport przygotowaliśmy zgodnie („in accordance”) z GRI Standards: opcja podstawowa („Core”). Obejmuje on rok kalendarzowy 2021. Podane w nim dane są aktualne według stanu na 31 grudnia 2021 r. Dokument nie podlegał zewnętrznej weryfikacji i nie jest raportem skonsolidowanym. Raportujemy w cyklu rocznym. Poprzedni raport wydaliśmy w 2021 r. za 2020 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 ujawnianiu kwestii środowiskowych i wpływu na klimat.

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



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 2021 r., kluczowe są aspekty:

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

”

Priorytetowe aspekty
raportowania
nie zmieniają się od 2018 r.

Z kolei do kluczowych aspektów raportowania dla interesariuszy wewnętrznych należą:

- wyniki ekonomiczne;
- obecność na rynku;
- działalność antykorupcyjna;
- materiały lub 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



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ONZ

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

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 banku. Te obszary to:

- 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 26 000 na s. 19. ▀

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, w których opisujemy nasze konkretne działania, przypisaliśmy odpowiednie Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ. ▀

▀ GRI 102-12, GRI 103-1





TABELA GRI

WSKAŹNIKI PODSTAWOWE

NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	STRONA
102-1	Nazwa organizacji	11
102-2	Aktywności, marki, produkty i usługi	30, 31, 33, 34, 73, 74, 87
102-3	Lokalizacja siedziby głównej	87, 97
102-4	Lokalizacje, w których organizacja prowadzi działalność	11
102-5	Charakter własności oraz forma prawna	11
102-6	Rynki obsługiwane przez organizację	11, 30, 31, 33, 34
102-7	Skala działalności	11, 18, 31, 51
102-8	Informacje dotyczące zatrudnienia pracowników	51, 52
102-9	Łańcuch dostaw organizacji	43
102-10	Znaczące zmiany dotyczące organizacji oraz łańcucha dostaw	43
102-11	Stosowanie zasady przezroczności	72
102-12	Zewnętrzne inicjatywy	19, 48, 63, 89
102-13	Członkostwo w organizacjach	26
102-14	Oświadczenie ze strony najważniejszych rangą decydentów w organizacji	6, 15, 17
102-15	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	22, 25, 46
102-16	Wartości organizacji, jej zasady, standardy i normy zachowania	25, 26, 36, 38, 39, 40, 44, 45, 47
102-17	Mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa oraz kwestii związanych z uczciwością organizacji	25, 26, 40, 44, 45, 47
102-18	Struktura zarządzania	14
102-40	Lista grup interesariuszy	21
102-41	Zbiorowe układy pracy	23

WSKAŹNIKI PODSTAWOWE

NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	STRONA
102-42	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy	21
102-43	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy	23
102-44	Kluczowe kwestie i zagadnienia poruszone przez interesariuszy w procesach angażowania interesariuszy	23
102-45	Jednostki objęte skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym	87
102-46	Definiowanie zawartości raportu	87
102-47	Aspekty, które mają istotny wpływ na treść raportu	88
102-48	Wpływ wszelkich zmian w informacjach podanych w poprzednich raportach oraz przyczyny tych zmian	87
102-49	Zmiany w raportowaniu	87
102-50	Okres objęty raportowaniem	87
102-51	Data poprzedniego (ostatniego) raportu	87
102-52	Cykl raportowania	87
102-53	Osoba do kontaktu w zakresie pytań dotyczących raportu i jego treści	80, 97
102-54	Oświadczenie dotyczące raportowania zgodnie z GRI Standards	87
102-55	Indeks wskaźników GRI	95
102-56	Weryfikacja zewnętrzna	87
103-1	Wyjaśnienie istotnych kwestii dotyczących tematów i granic raportowania	87, 88, 89
103-2	Podejście zarządcze i jego składowe	19, 20, 25, 26, 40, 72, 87, 88
103-3	Ocena podejścia zarządczego	19, 20, 23, 25, 26, 40, 87, 88

WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE

NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	STRONA
201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	18
202-1	Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla w podziale na płeć w stosunku do płacy minimalnej na danym rynku	55
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	45
302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji	78, 80
308-1	Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani z uwzględnieniem kryteriów środowiskowych	43
401-1	Zatrudnienie nowych pracowników oraz rotacja pracowników	51, 52, 55
401-2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin	11, 57
401-3	Urlopy rodzicielskie	57
403-2	Rodzaj urazów i wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych, nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą	59, 60
404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku	53, 54
404-2	Programy rozwoju umiejętności pracowników, które wspierają ciągłość zatrudnienia oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej	53, 54
404-3	Odsetek pracowników regularnie otrzymujących ocenę pracy i rozwoju kariery	56
405-1	Różnorodność wśród ciał zarządzających i pracowników	65
405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet do pensji i wynagrodzenia mężczyzn	55
406-1	Przypadki dyskryminacji oraz podjęte działania	66
414-1	Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani z uwzględnieniem praktyk w zakresie zatrudniania	43
414-2	Negatywny wpływ na praktyki zatrudniania w łańcuchu dostaw oraz podjęte działania	43
417-2	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczącymi informacji i znakowania lub etykietowania produktów i usług	48
417-3	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczącymi komunikacji marketingowej	48
418-1	Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności klientów i utraty danych klientów	40
419-1	Nieprzestrzeganie prawa i regulacji w obszarze społecznym i ekonomicznym	48



DANE KONTAKTOWE

Przemysław Przybylski

*dyrektor Biura Komunikacji Korporacyjnej,
rzecznik prasowy*

prprzybylski@credit-agricole.pl

Ewa Deperas-Jarczewska

menadżerka ds. corporate sustainability

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

