



2016

RAPORT
ROCZNY

Spis treści

List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

Sprawozdanie
finansowe

Kontakt



List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

Sprawozdanie
finansowe

Kontakt

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu Credit Agricole Bank Polska i własnym przekazujemy w Państwa ręce raport roczny za 2016 r. Był to kolejny rok, w którym budowaliśmy silny, uniwersalny bank, zawsze skupiający się na ludziach. Jesteśmy przekonani, że filozofia naszej Grupy, koncentrującej się na działaniach na rzecz klientów – Cały bank dla Ciebie – odpowiada na aspiracje i potrzeby również polskich konsumentów i przedsiębiorstw.

Crédit Agricole – lider bankowości uniwersalnej bliskiej klientowi we Francji, nr 1 w zarządzaniu aktywami i największy bank-ubezpieczyciel w Europie, obecny w 52 krajach świata, z oceną „A” wystawioną przez większość światowych agencji ratingowych – podjął decyzję, aby dynamicznie i w ustrukturyzowany sposób działać i rozwijać się w Polsce. A my wypełniamy tę misję, prowadząc jednemu z wiodących banków, oferujących w tak kompleksowy sposób produkty finansowe i ubezpieczeniowe, będącemu jednocześnie jednym z liderów na rynku consumer finance. Zależy nam, aby nasze rozwiązania były jak najlepiej dopasowane do potrzeb klientów, właściwe dla każdego etapu ich życia: od 1 Konta, karty debetowej, kart kredytowych, kont walutowych czy kredytów, przez oszczędności, po ubezpieczenie siebie i bliskich. Chcemy, aby mogli oni też w pełni korzystać z efektów synergii wszystkich spółek Crédit Agricole w Polsce. To właśnie m.in. dzięki współpracy pomiędzy Credit Agricole Bank Polska, Europejskim Funduszem Leasingowym i jego spółkami zależnymi, Crédit Agricole Ubezpieczenia i jej spółkami zależnymi (Credit Agricole Life Insurance Europe Oddział w Polsce i Credit Agricole Towarzystwo Ubezpieczeń) oraz Amundi Polska Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych, Crédit Agricole działa na polskim rynku jako silny, niezawodny i stabilny partner, doceniany za profesjonalizm i jakość oferowanych produktów.

Klienci niejednokrotnie już podkreślali zadowolenie z oferowanych przez nas usług. Niezmiernie cieszy fakt, że już od dwóch lat jesteśmy liderem w przenoszeniu rachunków, poprzez system Krajowej Izby Rozliczeniowej. W 2016 roku ponad 60 proc. Polaków przenoszących konto, wybrało właśnie Credit Agricole Bank Polska S.A.

Polacy nie tylko chętnie przenoszą konta do Credit Agricole Bank Polska S.A., ale także rekomendują go swoim znajomym. Według badania TNS Polska „Zoom Finance Q3, 2016” Credit Agricole Bank Polska S.A. jest bankiem najchętniej polecanym przez klientów. Ponadto, od początku 2016 roku utrzymujemy pozycję lidera z najwyższym wskaźnikiem rekomendacji dla klientów z kontem osobistym w badaniu Millward Brown „Klienci banków w Polsce”. Kluczem do sukcesu na pewno są profesjonalni i przyjaźni doradcy. Contact Center banku Credit Agricole znalazło się dwukrotnie na podium w kolejnych edycjach badania Instytutu Badawczego ARC Rynek i Opinia – w edycji wiosennej na 1., a w jesiennej na 3. miejscu. Jesteśmy dumni, że już od jesieni 2013 roku konsekwentnie znajdujemy się w pierwszej trójce bankowych Contact Center. Poza sukcesami w relacjach z klientami dostrzeżono także działalność CSR banku. Forum Odpowiedzialnego Biznesu w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki” wyróżniło 10 inicjatyw CSR realizowanych w Credit Agricole Bank Polska S.A.

Ubiegły rok był dla Credit Agricole Bank Polska jednocześnie pełen wyzwań makroekonomicznych i regulacyjnych, które miały wpływ na sytuację całego sektora bankowego. Wciąż odczuwalne są skutki obniżek stóp procentowych w 2015 r., obniżona stawka interchange, wpłaty na Bankowy Fundusz Gwarancyjny, limity na pozaodsetkowe koszty



kredytów (tzw. ustawa postambergoldowa), czy tzw. podatek bankowy, a także dostosowanie się do nowych wymogów prawa ubezpieczeniowego dotyczących zasad sprzedaży ubezpieczeń grupowych. My, mimo tych niesprzyjających okoliczności, utrzymaliśmy relatywnie dobry poziom rentowności. Na wynik wpłynął także przychód ze sprzedaży udziałów w VISA Europe. Zagregowany zysk netto na koniec 2016 r. Credit Agricole Polska wyniósł 202,4 mln zł, a przychody 1,6 mld zł.

Przed nami interesujący, choć pełen wyzwań rok. Nasza strategia i misja pozostają natomiast bez zmian – chcemy kontynuować budowę banku uniwersalnego. Jesteśmy ekspertem w finansach i ubezpieczeniach. Dbamy jednak o coś więcej. Chcemy, aby nasi klienci, pracownicy i partnerzy czuli się u nas jak u siebie. Bo nam zależy.

Zapraszając Państwa do lektury raportu rocznego Credit Agricole Bank Polska, chcemy jednocześnie podziękować wszystkim naszym klientom, partnerom biznesowym oraz pracownikom za udaną i owocną współpracę w 2016 r.



Piotr Kwiatkowski
Prezes Zarządu Credit Agricole Bank Polska S.A.



Olivier Constantin
Senior Country Officer Grupy CA w Polsce
I Wiceprezes Zarządu Credit Agricole Bank Polska S.A.



List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

Sprawozdanie
finansowe

Kontakt

Akcjonariat i władze

Na koniec 2016 r. w skład Grupy Kapitałowej Credit Agricole Polska S.A. wchodziły spółki: Credit Agricole Polska S.A. (podmiot dominujący w Grupie), Credit Agricole Bank Polska S.A. (specjalizująca się w świadczeniu usług finansowych dla klientów indywidualnych, rolników, małych i średnich przedsiębiorstw oraz korporacji), Credit Agricole Service Sp. z o.o. (spółka zależna Credit Agricole Bank Polska S.A., zajmująca się obsługą roszczeń ubezpieczeniowych pożyczek gotówkowych i kredytów ratalnych zawieranych przez bank), LUKAS Finanse S.A. (zajmująca się obsługą udzielonych pożyczek, spółka zależna Credit Agricole Polska S.A.) oraz ARC Broker S.A. (spółka zależna Credit Agricole Polska S.A., świadcząca usługi pośrednictwa ubezpieczeniowego na rzecz podmiotów z Grupy Crédit Agricole). Od 2001 r. strategicznym akcjonariuszem Credit Agricole Polska S.A., a pośrednio Credit Agricole Bank Polska S.A., jest francuska Grupa Crédit Agricole S.A. Tym samym Grupa wchodzi w skład jednej z największych instytucji finansowych świata. Spółkami należącymi do Grupy Crédit Agricole S.A., działającymi w Polsce są również: Europejski Fundusz Leasingowy S.A. z jego spółkami zależnymi, Crédit Agricole Life Insurance Europe S.A. Oddział Polska, Amundi Polska Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. oraz Credit Agricole Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. Celem Grupy Crédit Agricole w Polsce jest zajęcie jednej z wiodących pozycji na rynku bankowości uniwersalnej, a także udzielanie pełnego wsparcia dla rozwoju pozostałych aktywności Grupy w regionie.

Struktura akcjonariatu Credit Agricole Polska S.A.
(stan na 31.12.2016 r.)



Struktura akcjonariatu Credit Agricole Bank Polska S.A.
(stan na 31.12.2016 r.)



Władze Credit Agricole Polska S.A. i Credit Agricole Bank Polska S.A.

(stan na 17 listopada 2017 r.)

Credit Agricole Polska S.A.

Rada Nadzorcza:

Stanislas Ribes	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Benoit Sarraute	Członek Rady Nadzorczej
Jean-Yves Rossignol	Członek Rady Nadzorczej

Zarząd:

Olivier Constantin	Prezes Zarządu
--------------------	----------------

Credit Agricole Bank Polska S.A.

Rada Nadzorcza:

Francois Edouard Drion	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Guilhem Nouvel-Alaux	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Liliana Anam	Członek Rady Nadzorczej
Alfred Janc	Członek Rady Nadzorczej
Elżbieta Jarzeńska-Martin	Członek Rady Nadzorczej
Bernard Pacory	Członek Rady Nadzorczej
Romuald Szeliga	Członek Rady Nadzorczej
Mariusz Wyżycki	Członek Rady Nadzorczej
Jean-Christophe Kiren	Członek Rady Nadzorczej

Zarząd:

Piotr Kwiatkowski	Prezes Zarządu
Olivier Constantin	I Wiceprezes Zarządu
Beata Janczur	Wiceprezes Zarządu
Jędrzej Marciniak	Wiceprezes Zarządu
Jean-Bernard Mas	Wiceprezes Zarządu
Richard Paret	Wiceprezes Zarządu
Bartłomiej Posnow	Członek Zarządu

W 2016 r. w Radzie Nadzorczej Credit Agricole Polska S.A. nie nastąpiły zmiany.

W 2016 r. w Zarządzie Credit Agricole Polska S.A. nie nastąpiły zmiany.

W 2017 r. w Radzie Nadzorczej Credit Agricole Polska S.A. nastąpiły poniższe zmiany:

- 3 stycznia stała się skuteczna rezygnacja Francois Pinchon z funkcji Przewodniczącego Rady Nadzorczej (złożona 21 grudnia 2016 r.);
- 3 stycznia Stanislas Ribes został powołany do pełnienia funkcji Przewodniczącego Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Polska S.A.;
- 3 stycznia Benoit Sarraute został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Polska S.A.;
- 4 stycznia Gerard Marchand złożył rezygnację z funkcji Członka Rady Nadzorczej;
- 29 sierpnia Jean Yves Rossignol został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Polska S.A.;
- 31 sierpnia stała się skuteczna rezygnacja Agaty Figuet z funkcji Członka Rady Nadzorczej (złożona 29 czerwca 2017 r.).

W 2017 r. w Zarządzie Credit Agricole Polska S.A. nie nastąpiły zmiany.

W 2016 r. w Radzie Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A. nastąpiły poniższe zmiany:

- 29 kwietnia Marc Oppenheim został powołany na kolejną kadencję do pełnienia funkcji Przewodniczącego Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 24 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 29 kwietnia Alfred Janc został powołany na kolejną kadencję do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 26 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.

W 2016 r. w Zarządzie Credit Agricole Bank Polska S.A. nastąpiły poniższe zmiany:

- 8 kwietnia Jędrzej Marciniak został powołany na kolejną kadencję do pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu mocą uchwały nr 16/2016 Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A. (uchwała skuteczna od 1 maja 2016 r.);
- 8 kwietnia Richard Paret został powołany do pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu mocą uchwały nr 17/2016 Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A.

W 2017 r. w Radzie Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A. nastąpiły poniższe zmiany:

- 3 marca Liliana Anam została powołana do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 5 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 3 marca Bernard Pacory został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 6 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 3 marca Guilhem Nouvel-Alaux został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 13 marca Francois Thibault złożył rezygnację z funkcji Członka Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 23 czerwca Guilhem Nouvel-Alaux został powołany do pełnienia funkcji Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 21/2017 Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 24 czerwca Raphael Appert złożył rezygnację z funkcji Członka Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 22 sierpnia Marc Oppenheim złożył rezygnację z funkcji Przewodniczącego Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A. (stała się skuteczna 16 września 2017 r.)

- 29 sierpnia Romuald Szeliga został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej z dniem 2 września 2017 roku mocą uchwały nr 3/2017 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 29 sierpnia Francois Edouard Drion został powołany do pełnienia funkcji Przewodniczącego Rady Nadzorczej z dniem 1 września 2017 roku mocą uchwały nr 4/2017 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.;
- 25 października Jean-Christophe Kiren został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej mocą uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Credit Agricole Bank Polska S.A.

W 2017 r. w Zarządzie Credit Agricole Bank Polska S.A. nastąpiły poniższe zmiany:

- 28 lutego stała się skuteczna rezygnacja Jean-Paul Pinchon z funkcji Wiceprezesa Zarządu Credit Agricole Bank Polska S.A. (złożona 17 lutego 2017 r.);
- 14 kwietnia stała się skuteczna rezygnacja Joanny Tomickiej-Zawory z pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu Credit Agricole Bank Polska S.A. (złożona 16 marca 2017 r.);
- 1 września na skutek upływu kadencji wygaś mandat Romualda Szeligi;
- 17 października Piotr Kwiatkowski został powołany do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu mocą uchwały nr 33/2017 Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A. z dnia 15 września 2017 roku (uchwała stała się skuteczna po wydaniu decyzji Komisji Nadzoru Finansowego);
- 17 października Bartłomiej Posnow został powołany do pełnienia funkcji Członka Zarządu mocą uchwały nr 34/2017 Rady Nadzorczej Credit Agricole Bank Polska S.A. z dnia 15 września 2017 roku (uchwała stała się skuteczna po wydaniu decyzji Komisji Nadzoru Finansowego).



List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

Sprawozdanie
finansowe

Kontakt

Informacja prawna

Niniejsza publikacja podsumowuje działalność Credit Agricole Bank Polska S.A. w roku 2016 i zawiera główne dane finansowe ze sprawozdania finansowego Credit Agricole Bank Polska S.A. oraz ze skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Credit Agricole Polska S.A. sporządzonych za rok 2016.

Niniejszy dokument nie stanowi sprawozdania finansowego w rozumieniu obowiązujących przepisów, a zawarte w nim dane mają charakter informacyjny.





List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

Sprawozdanie
finansowe

Kontakt

CAŁY BANK DLA CIEBIE

Crédit Agricole pomaga swoim klientom w realizacji wszystkich projektów osobistych i biznesowych poprzez **uniwersalny model bankowy skoncentrowany na kliencie**. Oparty na ścisłej współpracy pomiędzy bankowością detaliczną a wyspecjalizowanymi liniami biznesowymi, odzwierciedla hasło: „Cały bank dla Ciebie”. Bank realizuje je, oferując klientom szeroką gamę usług obejmujących: bankowość codzienną, pożyczki, produkty oszczędnościowe, ubezpieczenia, zarządzanie aktywami, nieruchomościami, leasing i faktoring, bankowość korporacyjną czy bankowość inwestycyjną. Sieć obsługuje **52 miliony klientów na całym świecie**, a także wyróżnia się ze względu na swój model dystrybucji - wielokanałową bankowość skoncentrowaną na kliencie. Wysiłek 138 000 pracowników sprawia, że Crédit Agricole jest bankiem opierającym się przede wszystkim na relacjach z klientami. Model organizacyjny Crédit Agricole zbudowany na wzajemnych wartościach i ścisłej współpracy prowadzonej przez **9,3 mln udziałowców** i prawie **31 000 dyrektorów** lokalnych i regionalnych banków zapewnia stabilność i utrzymanie silnej pozycji na rynku. Swoją siłę opiera na fundamentach, takich jak transparentność, skupienie na klientach, wypłacalność i otwartość na świat oraz lokalne społeczności, które kultywuje ponad 120 lat. Polityka społecznej odpowiedzialności biznesu firmy Crédit Agricole zajmuje ważne miejsce w jego tożsamości jako pomocnego i troskliwego banku w perspektywie długoterminowej. Znajduje to odzwierciedlenie w produktach i usługach oraz działaniach wszystkich jego linii biznesowych. Jest to kluczowy czynnik wpływający na ogólną wydajność i rozwój innowacji. Grupa Crédit Agricole rokrocznie poszerza swoją pozycję lidera. Jest numerem jeden w dostarczaniu finansowania dla francuskiej gospodarki i numerem jeden wśród ubezpieczycieli we Francji. Jest także pierwszym bankiem -
- ubezpieczycielem w Europie, pierwszym europejskim bankiem zarządzającym aktywami i drugim pod względem wielkości dostawcą ekologicznego finansowania na świecie.



52 mln

KLIENTÓW



50

KRAJÓW



138 000

PRACOWNIKÓW

9,3 mln

UDZIAŁOWCÓW

31 000

DYREKTORÓW



Struktura organizacyjna

9,3 mln udziałowców organizacji spółdzielczych stanowi podstawę spółdzielczej struktury organizacyjnej Credit Agricole.

Są właścicielami kapitału udziałowego w **2 471 bankach lokalnych**, każdego roku wyznaczają swych przedstawicieli.
Prawie 31 000 dyrektorów odpowiada za realizację ich oczekiwań.

Banki lokalne mają większość kapitału udziałowego w **39 bankach regionalnych**.

Banki regionalne to regionalne banki spółdzielcze, oferujące klientom kompleksową ofertę produktów i usług. Za pośrednictwem **SAS Rue La Boetie** posiadają większość kapitału zakładowego **Credit Agricole S.A.** (56,6%).

We współpracy z wyspecjalizowanymi spółkami zależnymi Credit Agricole S.A. koordynuje strategie różnych linii biznesowych we Francji i poza jej granicami.





List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

**Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.**

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

Sprawozdanie
finansowe

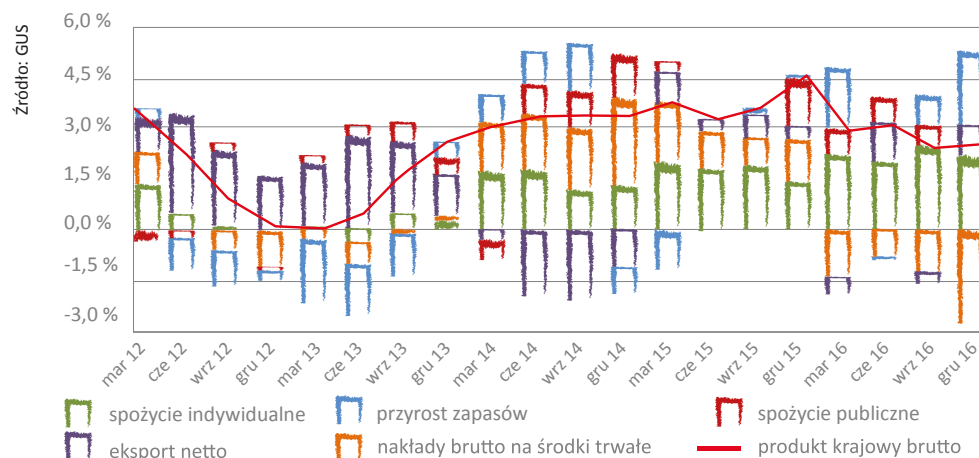
Kontakt

Koniunktura gospodarcza – główne trendy

W IV kwartale 2015 roku odnotowano lokalne maksimum tempa wzrostu gospodarczego w Polsce. W następnych kwartałach dynamika Produktu Krajowego Brutto (PKB) stopniowo zmniejszała się. Polska gospodarka weszła w fazę spowolnienia, związaną ze spadkiem inwestycji prywatnych i publicznych. Był on przede wszystkim efektem przejściowo niskiego wykorzystania środków unijnych dostępnych w ramach perspektywy finansowej 2014–2020. Jednocześnie spowolnienie wzrostu PKB w 2016 roku było ograniczane przez relatywnie silny wzrost konsumpcji prywatnej. Wsparciem dla spożycia w sektorze gospodarstw domowych była utrzymująca się poprawa sytuacji na rynku pracy oraz wypłaty środków w ramach programu „Rodzina 500+”.

W 2016 roku na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie odnotowano wzrost indeksów giełdowych WIG (o 11,4%) oraz WIG20 (o 4,8%).

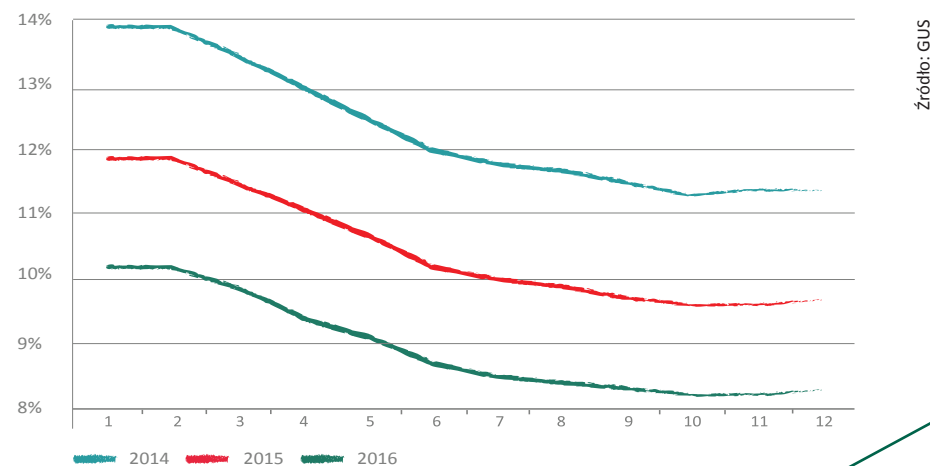
Dynamika produktu krajowego brutto (r/r, ceny stałe)



Rynek pracy

W 2016 roku stopa bezrobocia rejestrowanego w Polsce utrzymywała się na poziomie znacząco niższym niż w analogicznych miesiącach 2015 roku. Najwyższy wskaźnik odnotowano w styczniu i lutym (10,2%), a najniższy w październiku i listopadzie (8,2%). Liczba zarejestrowanych bezrobotnych wahała się od 1,3 mln (sierpień–grudzień) do 1,7 mln (luty). Przez cały rok nieodsezonowana stopa bezrobocia rejestrowanego spadała w większym stopniu i rosła w mniejszym stopniu niż wynikałoby to z historycznych wahań sezonowych. Zgodnie z obliczeniami Narodowego Banku Polskiego na podstawie badania aktywności ekonomicznej ludności, szczyt dobrej koniunktury na rynku pracy, mierzony rekordowo wysokim prawdopodobieństwem znalezienia pracy i jednocześnie bardzo niskim utraty pracy, nastąpił na przełomie 2015 i 2016 roku. W II i III kw. 2016 roku sytuacja na rynku pracy mierzona przepływami osób z pracy do bezrobocia i z pracy do nieaktywności zawodowej uległa pogorszeniu. Od początku 2016 roku wyraźnie słabł również napływ osób nieaktywnych zawodowo na rynek pracy.

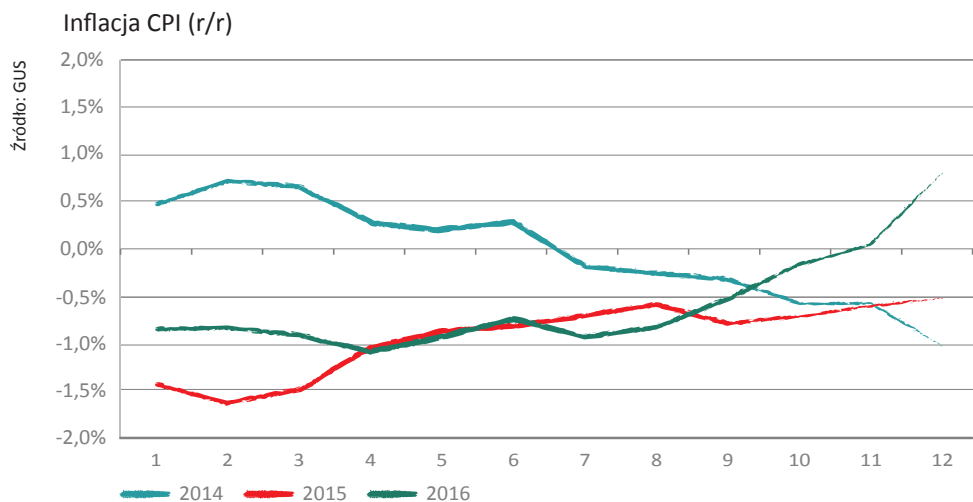
Stopa bezrobocia rejestrowanego



Inflacja

Średnioroczny wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych (CPI) zwiększył się do -0,6% r/r w 2016 roku wobec -0,9% w 2015 roku. Największy pozytywny wpływ na wskaźnik CPI miał wzrost cen żywności (o 0,9% r/r wobec spadku o 1,6% w 2015 r.), który podwyższył wskaźnik CPI o 0,6 pkt. w porównaniu do 2015 roku. Dodatkowo, zgodnie z tendencjami panującymi na światowym rynku ropy oraz obserwowanym osłabieniem kursu złotego, tempo spadku cen paliw w Polsce w ujęciu rocznym w 2016 roku zmniejszyło się, co zwiększyło wskaźnik CPI o 0,3 pkt. proc. Obniżki cen prądu i gazu w styczniu 2016 roku przyczyniły się do obniżenia wskaźnika CPI o 0,3 pkt. proc. Z kolei spadek inflacji bazowej (głównie kategorie „zdrowie”, „łączność” oraz „rekreacja i kultura”) spowodował obniżenie wskaźnika CPI o 0,3 pkt. proc.

Ceny produkcji sprzedanej przemysłu w 2016 roku były średnio niższe o 0,1% niż w analogicznym okresie roku poprzedniego, przy czym największy wzrost cen odnotowano w dziale „dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami” (o 1,3%), a największy spadek w górnictwie (o 1,2%).



Polityka monetarna i kurs walutowy

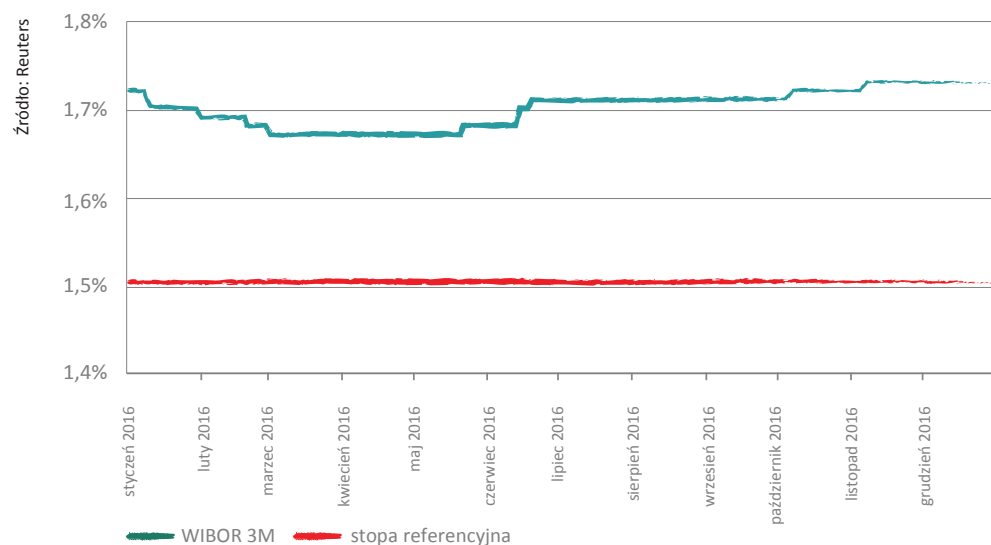
W 2016 roku Rada Polityki Pieniężnej (RPP) konsekwentnie podtrzymywała ocenę, że w świetle dostępnych danych i prognoz bieżący poziom stóp procentowych sprzyja utrzymaniu polskiej gospodarki na ścieżce zrównoważonego wzrostu oraz pozwala zachować równowagę makroekonomiczną. W efekcie stopy procentowe NBP pozostały na niezmiennym poziomie przez cały 2016 rok (stopa referencyjna równa 1,50%). W 2016 roku dobiegła końca III kadencja RPP. W czerwcu Adam Glapiński zastąpił Marka Belkę na stanowisku Prezesa NBP. W IV kw. 2016 roku Adam Glapiński wielokrotnie zaznaczał, że mimo oczekiwanego wzrostu inflacji do dodatniego poziomu w 2017 roku, w jego ocenie najbardziej prawdopodobnym scenariuszem jest stabilizacja stóp procentowych NBP w 2017 roku i rozpoczęcie cyklu podwyżek stóp dopiero w 2018 roku.

W styczniu 2016 roku kurs złotego osłabił się względem głównych walut, co było spowodowane obniżeniem ratingu Polski i jego perspektywy przez agencję Standard & Poor's oraz przedstawieniem przez Kancelarię Prezydenta projektu ustawy o przewalutowaniu kredytów walutowych, która miałaby silny i negatywny wpływ na stabilność systemu finansowego w Polsce. Napływające informacje, wskazujące na niskie prawdopodobieństwo przyjęcia ustawy frankowej w kształcie zaproponowanym przez Kancelarię Prezydenta, przyczyniły się do umocnienia złotego w kolejnych miesiącach. Kolejnym czynnikiem wsparcia dla kursu polskiej waluty w I kw. były słabnące oczekiwania inwestorów na szybką normalizację polityki monetarnej w USA. Natomiast jastrzębi wydźwięk Minutes z kwietniowego posiedzenia Federalnego Komitetu ds. Operacji Otwartego Rynku (FOMC), który doprowadził do przesunięcia wycenianego przez rynek momentu pierwszej podwyżki stóp w USA z grudnia na lipiec oraz obniżenia perspektywy ratingu Polski ze stabilnej do negatywnej przez agencję Moody's w maju, spowodowały osłabienie kursu złotego w II kw. Utrzymanie niezminionej oceny wiarygodności kredytowej Polski przez

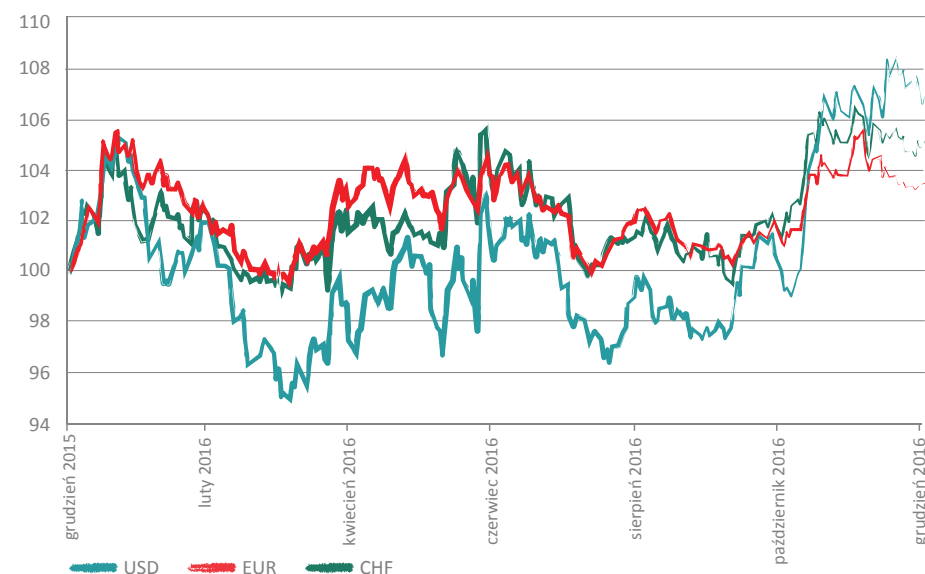


agencję Fitch w lipcu oraz przedstawienie przez Kancelarię Prezydenta nowego projektu ustawy frankowej w oszczędnym wariantcie stanowiły wsparcie dla kursu złotego w III kw. Niespodziewane zwycięstwo Donalda Trumpa w wyborach prezydenckich było głównym powodem osłabienia złotego w IV kw. Deprecjacja polskiej waluty była związana z oczekiwaniami rynku na zwiększenie presji inflacyjnej w USA w średnim okresie, z uwagi na zapowiedzi prezydenta Trumpa wskazujące na wzrost prawdopodobieństwa wprowadzenia ekspansywnej polityki fiskalnej podczas jego kadencji. Grudniowa decyzja Europejskiego Banku Centralnego o wydłużeniu programu skupu aktywów do końca 2017 roku była czynnikiem wspierającym kurs złotego.

WIBOR 3M i stopa referencyjna NBP



Kursy walut względem złotego (31.12.2015 = 100)



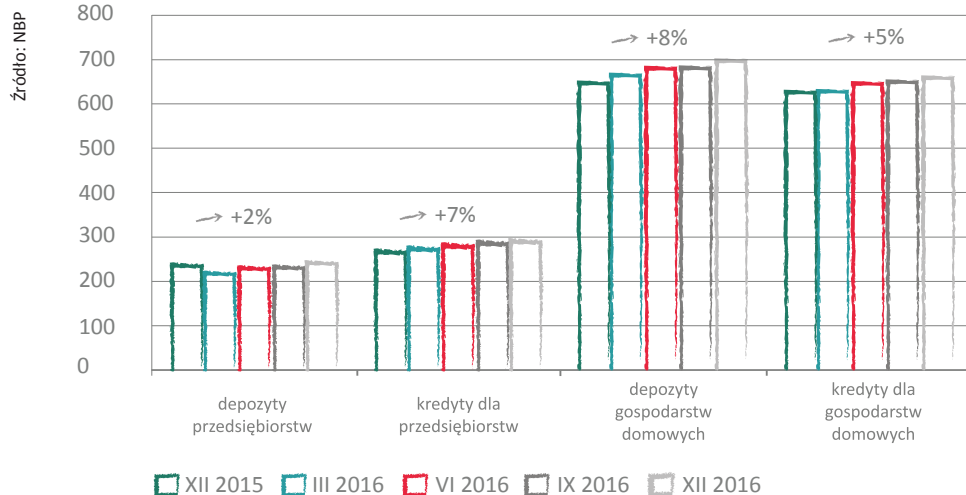
Sektor bankowy

Na sytuację sektora bankowego w Polsce korzystny wpływ miała kontynuacja ożywienia na rynku pracy, w przeciwnym kierunku oddziaływało natomiast wprowadzenie podatku bankowego. Niemniej wynik roku 2016 był znacząco wyższy od wyniku za rok 2015. Istotny, pozytywny wpływ na wysokość wyników banków miała sprzedaż w II kw. 2016 roku udziałów w Visa Europe amerykańskiej spółce Visa Inc. oraz ustąpienie negatywnego wpływu poniesionych w IV kwartale 2015 roku kosztów związanych ze składką na gwarantowanie depozytów upadłego SK Banku i opłatą na Fundusz Wsparcia Kredytobiorców.

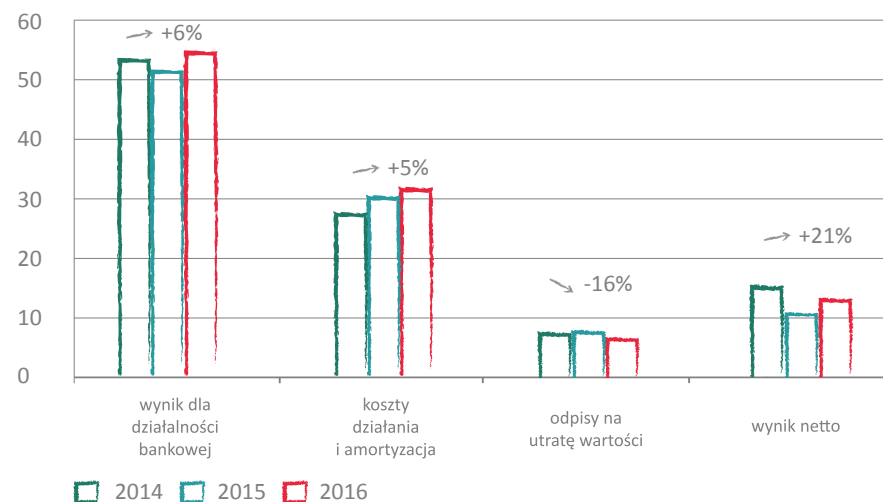


W 2016 roku odnotowano wzrost akcji kredytowej w sektorze gospodarstw domowych. Był to wynik poprawiającej się sytuacji na rynku pracy, która zwiększyła wiarygodność kredytową klientów. Z drugiej strony, uruchomienie programu „Rodzina 500+” zmniejszyło zapotrzebowanie Polaków na kredyty konsumpcyjne. Rosnąca skłonność Polaków do oszczędzania oraz wypłaty świadczeń w ramach programu „Rodzina 500+” przyczyniły się do przyspieszenia wzrostu depozytów. Niska aktywność inwestycyjna firm oraz duża dostępność środków własnych spowodowała spadek wolumenu kredytów dla przedsiębiorstw. Wzrost depozytów przedsiębiorstw był natomiast ograniczany przez niski poziom stóp procentowych.

Należności i zobowiązania sektora niefinansowego (mld PLN)



Wyniki sektora bankowego (mld PLN)



Źródło: NBP





List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

**Strategia i komentarz
do wyników finansowych**

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

Sprawozdanie
finansowe

Kontakt

Główne założenia Strategii

Rok 2016 był kolejnym ważnym rokiem dla realizacji strategii Credit Agricole Bank Polska. Ma ona na celu zbudowanie silnego banku uniwersalnego stawiającego klienta i jego potrzeby w centrum swoich zainteresowań oraz utrzymanie wysokiej pozycji na rynku Consumer Finance (CF).

Pomimo dużych zmian w przepisach prawa dotyczących bankowości i ubezpieczeń oraz zwiększonych obciążeń dla sektora bankowego (np. opłaty na Bankowy Fundusz Gwarancyjny), do strategicznych sukcesów można zaliczyć zarówno zmiany o charakterze finansowym, jak i operacyjnym, w tym m.in.: powiększenie bazy aktywnych klientów z kontem, rozwój działalności w segmencie rolników, małych i średnich przedsiębiorstw oraz korporacji.

Pod wpływem zmian w otoczeniu rynkowym, prawnym i podatkowym, w 2016 roku bank dokonał cyklicznej rewizji strategii. Nadal będzie realizował ją poprzez rozwój organiczny. Do najważniejszych celów taktycznych należą:

- dalsze zwiększanie bazy klientów aktywnie korzystających z produktów banku,
- zdobycie widocznego udziału w rynku usług bankowych dla przedsiębiorstw oraz w segmencie rolników,
- utrzymanie wysokiej pozycji na rynku Consumer Finance,
- rozwój oferty ubezpieczeń w celu wypełniania potrzeb klienta bankowości uniwersalnej,
- dalsza poprawa wyników finansowych,
- zwiększenie wykorzystania synergii w ramach spółek Grupy Crédit Agricole w Polsce.

Bank w swoich planach bierze pod uwagę prognozowany wzrost gospodarczy, jak również inne czynniki, np. zmianę stóp procentowych oraz ograniczenia regulacyjne. Spowolnienie gospodarcze może mieć odzwierciedlenie w przyszłych wynikach banku przez niższą sprzedaż, niższe przychody oraz wyższe koszty ryzyka. Mimo że Crédit Agricole jest przygotowany na wystąpienie takiego scenariusza, niemniej pewne elementy strategii musiałyby ulec modyfikacji, aby dostosować się do zmienionej rzeczywistości biznesowej i ekonomicznej.

Wyniki finansowe

Na wyniki banku w roku 2017 będą w dużej mierze wpływać obciążenia nałożone na sektor (w szczególności podatek bankowy). Niemniej w kolejnych latach bank spodziewa się systematycznej poprawy wyniku netto. Do wzrostu przychodów przyczyni się rozwój wszystkich linii biznesowych bankowości uniwersalnej i utrzymanie silnej pozycji na rynku Consumer Finance.

Nie bez znaczenia dla przyszłych wyników finansowych jest jasna i restrykcyjna polityka kosztowa, która zakłada nieznaczny wzrost kosztów bieżących, przy jednoczesnym, odpowiednim wsparciu dla realizacji projektów o charakterze strategicznym w obszarach biznesowych i IT. Pozwoli to na dalsze ograniczenie współczynnika koszt/przychód.

Rozwój i przystosowanie sieci bankowej oraz zdalnej

Jednym z elementów strategii jest konsekwentne zwiększanie dostępności usług dla klientów. W celu zapewnienia najwyższej jakości usług, bank będzie kontynuował optymalizację usług świadczonych w sieci placówek bankowych oraz rozwój bankowości elektronicznej i mobilnej.



Wzrost aktywności klientów

Bank koncentruje się na pozyskiwaniu coraz większej liczby klientów aktywnie korzystających z kont. Do osiągnięcia tego celu przyczyniają się prowadzone działania marketingowe kierowane do obecnych i potencjalnych klientów oraz aktywności wspierające sprzedaż. Przyświeca im dążenie do otoczenia klientów jak najlepszą opieką, patrzenie na nich przez pryzmat ich potrzeb, a także oferowanie usług zarówno z zakresu bankowości, jak i ubezpieczeń.

Bank w 2016 roku dokonał wielu zmian w podejściu do klienta znanego i nowego w kierunku zwiększenia akwizycji oraz lojalności poprzez poprawę jakości obsługi. Potwierdzają to wysokie wyniki CRI (wskaźnik rekomendacji klienta) oraz rozpoznawalności marki Credit Agricole. Dodatkowo w 2016 r. bank wdrożył aplikację mobilną CA24 (bardzo wysoko ocenianą przez klientów), która rozszerzyła dostępność usług bankowych dla klienta docelowego. W 2017 roku bank planuje rozwój platformy www oraz dodatkowych usług z obszaru bankowości detalicznej.

Rozwój oferty bankowej dla przedsiębiorstw, rolników i korporacji

W 2016 r. bank kontynuował rozwój oferty dla rolników, małych i średnich przedsiębiorstw i dla korporacji. W kolejnych latach bank spodziewa się stabilnego wzrostu przychodów w tych segmentach działalności i wzrostu ich udziału w przychodach ogółem.

Consumer finance

Bank jest jednym z liderów rynku Consumer Finance w Polsce i planuje utrzymać tę pozycję. Segment ten jest nadal jednym z najbardziej perspektywicznych rynków w Polsce. Bank współpracuje od lat z szeroką siecią ponad 10 tys. partnerów w Polsce. Doświadczenie i rozpoznawalna marka pozwolą na pozyskiwanie kolejnych grup klientów w tym segmencie. W 2017 r. bank będzie aktywnie poszukiwał nowych kanałów dystrybucji, przede wszystkim zdalnych.

Komentarz do wyników finansowych 2016

Wyniki finansowe

Dla Credit Agricole Bank Polska miniony rok był okresem intensywnego rozwoju, szczególnie w bankowości korporacyjnej, w segmencie rolników oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Rok 2016 zamknął się zyskiem netto na poziomie 66,2 mln zł i był o 27,7 proc. niższy w porównaniu do poprzedniego roku. Spadek ten spowodowany jest głównie dodatkowym podatkiem bankowym, nałożonym na instytucje finansowe i obowiązującym od 2016 roku. Aby przeciwdziałać negatywnemu wpływowi na wynik, bank wdrożył wiele inicjatyw, mających na celu wzrost przychodów, prowadząc jednocześnie restrykcyjną kontrolę kosztów. Koszty administracyjne banku wzrosły zaledwie o 1,6 proc. (po wyłączeniu wpływu podatku bankowego, nastąpił spadek kosztów o 3%), natomiast koszty ryzyka wzrosły o 9,7 proc., do 251,3 mln zł.



Fundusze własne banku, uwzględniane przy wyliczaniu współczynnika wypłacalności, wyniosły 2,6 mld zł i w pełni pokrywały wymogi kapitałowe. Sam współczynnik utrzymywał się na poziomie wyższym niż wymagany, osiągając na koniec 2016 roku wartość 15,81 proc. Efektywność, wyrażona wskaźnikiem zwrotu z kapitału, wyniosła na koniec 2016 roku 3,2 proc., natomiast wskaźnik zwrotu z aktywów wyniósł 0,3 proc. (w 2015 roku odpowiednio 4,6 proc. oraz 0,5 proc.).

Wartość bilansowa kredytów i pożyczek udzielonych klientom banku wyniosła 14,95 mld zł wobec 14,01 mld zł na koniec 2015 roku. Znaczący, ponad 6,7 proc. wzrost był efektem zwiększenia salda zadłużenia klientów z tytułu kredytów korporacyjnych, przy jednoczesnym wzroście wartości kredytów konsumpcyjnych oraz udzielonych rolnikom i małym i średnim przedsiębiorstwom. Kredyty i pożyczki przyznane klientom banku na koniec 2016 roku stanowiły 72,7 proc. aktywów banku ogółem.

Zasadniczym źródłem finansowania rozwoju działalności kredytowej Credit Agricole Bank Polska na koniec 2016 roku były depozyty klientów, stanowiące 74,8 proc. sumy bilansowej (72,6 proc. w roku 2015). Wartość zobowiązań wobec klientów banku wyniosła 15,39 mld zł w porównaniu do 14,40 mld zł na koniec 2015 roku.

Wyniki spółek Grupy Crédit Agricole w Polsce

Obecność Grupy Crédit Agricole w Polsce obejmuje znacznie szerszą działalność niż tylko działalność bankowa. Dlatego bank od 2012 roku publikuje również łączne, zagregowane wyniki spółek Grupy Crédit Agricole w Polsce. Celem publikacji wyników w takim ujęciu jest możliwość porównania z większością działających na polskim rynku grup bankowych, które prezentują wyniki skonsolidowane. W skład ich grup kapitałowych wchodzi np. spółki leasingowe, towarzystwa funduszy inwestycyjnych, powszechne towarzystwa emerytalne, domy maklerskie czy spółki faktoringowe.

W 2016 roku w skład Grupy Crédit Agricole w Polsce wchodziły: Grupa Europejskiego Funduszu Leasingowego S.A. oraz Credit Agricole Polska S.A. (podmioty zależne: Credit Agricole Bank Polska S.A., Lukas Finance S.A., Credit Agricole Service sp. z o.o., ARC Broker S.A.; podmiot stowarzyszony: Oney Polska S.A.). W 2016 roku wymienione spółki Grupy wypracowały zagregowany zysk netto w wysokości 202,4 mln zł, a ich suma bilansowa przekroczyła 29,9 mld zł. Fundusze własne Grupy na koniec 2016 roku wyniosły 3,5 mld zł.

15,81% współczynnik wypłacalności banku





List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

**Rozwój działalności
banku w 2016 r.**

Sprawozdanie
finansowe

Kontakt

Istotne wydarzenia wpływające na działalność Credit Agricole Bank Polska S.A.

W 2016 roku Credit Agricole Bank Polska S.A. konsekwentnie realizował strategię rozwoju banku uniwersalnego bliskiego klientowi, stawiającego klienta i jego potrzeby w centrum swoich działań. Bank nie postrzega klienta przez pryzmat jednorazowej sprzedaży konkretnego produktu finansowego czy ubezpieczeniowego, a koncentruje się na budowaniu z nim długoterminowych relacji i towarzyszeniu na różnych etapach życia. Dzięki temu może zaproponować i dopasować odpowiednie, elastyczne rozwiązania w odpowiednim czasie: od 1 Konta, karty debetowej, kart kredytowych, kont walutowych czy kredytów, przez oszczędności, po ubezpieczenie siebie i bliskich. Kluczem do sukcesu są również dedykowani, profesjonalni doradcy.

Bank od 2015 r. jest liderem w liczbie rachunków przenoszonych z innych banków za pośrednictwem systemu Ognivo Krajowej Izby Rozliczeniowej. W 2016 roku ponad 60 proc. Polaków, którzy zdecydowali się zmienić bank, przeniosło swoje konto właśnie do Credit Agricole Bank Polska S.A.

Klienci nie tylko chętnie przenoszą konta do Credit Agricole, ale także rekomendują go swoim znajomym. Według badania TNS Polska „Zoom Finance Q3, 2016” Credit Agricole Bank Polska S.A. jest bankiem najchętniej polecanym przez klientów. Ponadto, od początku 2016 roku bank utrzymywał pozycję lidera z najwyższym wskaźnikiem rekomendacji dla klientów z kontem osobistym w badaniu Millward Brown: „Klienci banków w Polsce”.

W 2016 roku w banku uruchomiono projekt „Nowy Impuls”, którego celem jest nawiązanie jeszcze bliższych relacji z klientami. „Nowy Impuls” jest elementem transformacji banku, który pozwoli wzmocnić jego pozycję na rynku, a klientom pozwoli dostarczyć nową jakość obsługi, a także nowe produkty i usługi, również cyfrowe. W ramach ułatwiania dostępu do usług bankowych uruchomiona została aplikacja CA24 Mobile umożliwiająca klientom dostęp do ich kont i usług bankowych

przez urządzenia mobilne. Na koniec roku 2016 aktywnie korzystało z niej około 58 tys. użytkowników.

W 2016 roku bank wprowadził do swojej oferty nowe produkty ubezpieczeniowe dla klientów indywidualnych: Pakiet Dom, Pakiet Turystyczny, Pakiet OC oraz Nowy Wariant Szkolny ubezpieczenia Pakiet na Wypadki.

W obszarze Consumer Finance wdrożony został nowy proces podpisywania umowy ratalnej, zakładający rezygnację z papierowych wersji umów na rzecz elektronicznych. Proces umożliwia zawieranie umowy zdalnie z wykorzystaniem kodu, który klient otrzymuje w wiadomości SMS.

Rok 2016 był kolejnym znaczącym rokiem w rozwoju linii agrobiznesowej. Współpraca z partnerami stała się najważniejszym źródłem pozyskiwania nowych klientów w linii bankowości dla rolników. Bank zawarł nowe umowy partnerskie z liderami rynku, m.in. z firmą URSUS S.A., oraz wprowadził ofertę kredytu rewolwingowego w programach partnerskich – produkt dedykowany do obsługi finansowania cykli produkcji. Oferta banku została poszerzona także o pełną gamę produktów ubezpieczeniowych dla rolnictwa oferowanych przez TU Concordia S.A.

Oferta dla dużych firm i korporacji nie odbiegała znacząco od produktów zaproponowanych w poprzednich latach. M.in. utrzymano realizację programu mającego na celu prowadzenie rachunków wszystkich klientów korporacyjnych w jednym systemie bankowym. Nowością była platforma FX CALL umożliwiająca wymianę walut drogą elektroniczną.

W 2016 r. bank optymalizował sieć własnych placówek bankowych. W 12 oddziałach wdrożony został nowy model, zmieniający zasady organizacji pracy i sposób obsługi klientów. Placówki funkcjonujące w nowym modelu zyskały też unowocześniony wystrój. Zmieniona została aranżacja wnętrza, wprowadzono nową kolorystykę i wprowadzono nowe, wygodne meble. Zmiany te mają na celu polepszenie jakości sprzedaży i komfortu obsługi, a w konsekwencji – zwiększenie poziomu satysfakcji klientów.

Rok 2016 był też rokiem wzmacniania synergii między bankiem a pozostałymi spółkami Grupy. Współpraca z CALI Europe S.A. Oddział w Polsce („CALIE”) oraz Credit Agricole Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. („CATU”) w 2016 roku przyniosła efekt w postaci 250 tysięcy aktywnych polis. Natomiast synergia z Europejskim Funduszem Leasingowym S.A. („EFL”) jest efektem pośredniczenia w sprzedaży produktów bankowych przez EFL oraz pośredniczenia w sprzedaży leasingu przez placówki bankowe. W 2016 roku kontynuowano ofertę specjalną, w której aktywny klient może otrzymać premię – do 600 PLN w ciągu całego roku.

Działania banku zostały docenione przez klientów oraz instytucje branżowe. Poza sukcesami w relacjach z klientami, dostrzeżono także działalność CSR banku. Forum Odpowiedzialnego Biznesu w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki” wyróżniło 10 inicjatyw CSR realizowanych w Credit Agricole Bank Polska S.A. Ponadto Contact Center banku znalazło się dwukrotnie na podium w kolejnych edycjach badania Instytutu Badawczego ARC Rynek i Opinia – w edycji wiosennej na 1., a w jesiennej na 3. miejscu.

Znajomość marki Credit Agricole

Rok 2016 w komunikacji to promocja marki Credit Agricole jako banku uniwersalnego, silnie skoncentrowanego na potrzebach klienta. Odświeżono platformę komunikacyjną banku, a w kreacjach reklamowych w miejsce Juliette Binoche pojawiła się polska aktorka Karolina Gruszka.

Przekazy reklamowe podkreślały wizerunek banku, który bardzo dobrze zna swojego klienta, troszczy się o niego, oferuje mu produkty dopasowane do jego potrzeb i nagradza długoterminowe relacje.

Bank przeprowadził kilka kampanii, m.in. kont i kredytu gotówkowego oraz konsolidacyjnego, a także zorganizował dwie loterie: „Spójrz. Ty też możesz mieć pensję jak prezydent” oraz „Co dwie pensje to nie jedna”.

W efekcie aktywności banku w zakresie promocji przenoszenia kont osobistych, w 2016 roku ponad 60 proc. osób przenoszących konto

osobiste między bankami wybrało Credit Agricole Bank Polska S.A. (na podstawie danych z Krajowej Izby Rozliczeniowej).

Oferta produktów i usług dla klientów indywidualnych

Konta osobiste

Liczba kont dla osób fizycznych, według stanu na koniec 2016 r., wyniosła 891 tys., zaś liczba kart debetowych wydanych do kont przekroczyła 697 tys. Liczba prowadzonych kont w porównaniu do roku poprzedniego uległa obniżeniu. Od dłuższego już czasu bank dokonuje regularnych przeglądów i zamknięć kont nieaktywnych.

Podstawowym czynnikiem, na którym skupia się obecnie bank, jest dalsza poprawa jakości portfela, zwłaszcza koncentracja na pozyskaniu i aktywizacji klientów. Dzięki swym działaniom bank zanotował najniższy w historii poziom wskaźnika odejść klientów korzystających z konta.

Bank kontynuował wykorzystanie ogólnopolskiego procesu przenoszenia rachunku osobistego i płatności pomiędzy bankami i przeprowadził kampanię sprzedaży kont osobistych pod hasłem „Daj się przenieść!”, wspartą przez reklamę telewizyjną. Dzięki tym działaniom, bank wzmocnił swoją dotychczasową pozycję lidera procesu przenoszenia rachunków (w trakcie kampanii udział Credit Agricole wśród banków wybieranych przez klientów przenoszących konto przekraczał 80 proc., a w skali całego roku wyniósł ponad 60 proc.).

W 2016 roku zrealizowane zostały dwie promocje akwizycyjne 1 Konta, skierowane do klientów młodych: „1 Konto z bonusem” oraz „Mobilni mają 1 Konto”. Ponadto bank realizował cykl wydarzeń na uczelniach, odwiedzając 26 uczelni w 18 miastach w całej Polsce. Rozwój bazy klienckiej 1 Konta, a także wzrost rozpoznawalności marki Credit Agricole, jest wspierany także poprzez dedykowany program w mediach społecznościowych – „Świeża Krew do pierwszej pracy”.

Produkty oszczędnościowe

Rok 2016 przyniósł wzrost całkowitego salda na rachunkach osób fizycznych (bieżących i terminowych) o 1 184 mln PLN (12 proc. wzrost salda w porównaniu z końcem 2015 roku). Oprócz znaczącego przyrostu salda oszczędności, bank zrealizował swój cel w zakresie utrzymania stabilności bazy depozytowej – udział środków ulokowanych w produktach terminowych (lokaty, programy systematycznego oszczędzania, ubezpieczenia z elementem oszczędnościowym) wyniósł 58 proc. Pomimo różnych trendów na rynku, bank od kilku lat jest konsekwentny w swojej polityce pozyskiwania środków klientów, poprzez adekwatną politykę cenową opartą na długoterminowym oszczędzaniu. Jednocześnie kontynuuje swoją politykę edukacyjną zachęcającą klientów do regularnego odkładania środków w ramach programów systematycznego oszczędzania.

W ramach promocji aplikacji mobilnej CA24, bank przygotował specjalną ofertę depozytową dla klientów zakładających lokaty terminowe przez telefon. Z kolei podczas mistrzostw Europy w piłce nożnej, bank wdrożył promocję cenową dla lokaty terminowej – „Lokata Piłkarska”, której oprocentowanie uzależnione było od wyników meczów polskiej reprezentacji.

W 2016 roku coraz większym zainteresowaniem klientów cieszyła się również oferta banku w walutach obcych. Na koniec roku saldo wszystkich rachunków walutowych prowadzonych w ramach kont dla osób fizycznych wzrosło o 52 proc. w porównaniu z końcem 2015 roku.

Kredyty gotówkowe

W 2016 roku bank promował ofertę kredytów gotówkowych ze szczególnym uwzględnieniem bezpośrednich kanałów komunikacji z klientem znanym. Przeprowadzona została również kampania promująca kredyt konsolidacyjny. Bank modyfikował też ten produkt,

m.in. wydłużył maksymalny okres kredytowania do 120 miesięcy oraz zwiększył maksymalną kwotę kredytu do 150 tys. PLN. Zmiany wpłynęły pozytywnie na wzrost średniego kredytu brutto o 18 proc. w stosunku do 2015 roku.

W związku z wejściem w życie nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim, bank wprowadził niezbędne zmiany w swojej ofercie w kanale zdalnym. Koncentrując się na rozwoju alternatywnych kanałów sprzedaży, wdrożył proces zawierania umów kredytu gotówkowego w trybie ekspresowym, z wykorzystaniem kodu przekazywanego do klienta w wiadomości SMS, bez konieczności podpisywania umowy w wersji papierowej.

Kredyty hipoteczne

W 2016 roku poziom sprzedaży kredytów hipotecznych był zbliżony do wyniku z 2015 roku. Aby w pełni wykorzystać potencjał sprzedażowy, bank pod koniec roku 2016 dokonał rewizji polityki sprzedaży kredytu hipotecznego. Wprowadził m.in. nowy model sprzedaży, polegający na zdalnej obsłudze klientów przez eksperta hipotecznego w Contact Center. W kolejnych miesiącach planowane jest rozwijanie wspomnianego modelu oraz mocniejsza animacja tego produktu.

Karty kredytowe

Rok 2016 zamknięty został liczbą 844 141 sztuk wydanych kart kredytowych. Oznacza to utrzymanie jednej z czołowych pozycji w Polsce, przy udziale w rynku na poziomie 12 proc. (według rankingu portalu Prnews.pl) oraz z 8 proc. udziałem w saldzie kart kredytowych na rynku (według danych NBP). Nieco niższa pozycja banku na rynku kart kredytowych wynika między innymi z faktu, że rozpoczął się stały proces zamykania nieaktywnych rachunków kart kredytowych. Zakończono również obsługę wszystkich kart partnerskich typu Private Label.



Bank konsekwentnie kontynuował działania animacyjne, zwiększające aktywność obecnych użytkowników kart, wdrażając również pełen cykl animacyjny dla kart co-brandowych. Przeprowadzono szereg akcji mających na celu zwiększenie ilości i wysokości transakcji dokonywanych za pomocą kart kredytowych oraz zmniejszenie wskaźnika rezygnacji klientów z korzystania z tego produktu. W dwóch edycjach konkursu „Płać kartą i wygrywaj” wzięło udział około 70 tys. użytkowników kart, wygrywając ponad 1300 nagród. Klienci banku uczestniczyli również w kampaniach przygotowanych wspólnie z organizacjami MasterCard oraz Visa. Wdrożona w kwietniu 2016 roku aplikacja CA24 Mobile poszerzyła listę kanałów, w których klienci banku mogą obsługiwać swoje karty kredytowe.

Produkty inwestycyjne

W 2016 roku bank kontynuował prace mające na celu realizację strategii budowania długotrwałych relacji z klientami indywidualnymi, zainteresowanymi funduszami inwestycyjnymi. Podejmowane działania przełożyły się na wzrost o 4,1 proc. portfela klientów indywidualnych, którzy korzystają z planów regularnego inwestowania: Inwestuję z Planem oraz Systematycznie Oszczędzam. Nastąpił także przyrost klientów, którzy dokonali jednorazowej wpłaty na rejestr.

Bank, przy współudziale ubezpieczyciela z Grupy Crédit Agricole, przeprowadził z sukcesem dwie subskrypcje ubezpieczenia na życie z elementem inwestycyjnym pod nazwą TOP 100 Dywidenda II i TOP 100 Dywidenda III. Produkty gwarantują klientom 100 proc. zainwestowanego kapitału (kwota wpłacona przez klienta pomniejszona o opłatę początkową – 2 proc.) i pozwalają zarabiać na wzroście wartości indeksu 100 spółek z całego świata o najwyższych stopach wypłaty dywidendy z zysku.

Bancassurance

Kontynuując przyjętą strategię rozwoju obszaru ubezpieczeń ochronnych w modelu indywidualnym oraz odpowiadając na podstawowe potrzeby klientów w 2016 roku, Credit Agricole Bank Polska S.A. wdrożył we współpracy z ubezpieczycielami z Grupy Crédit Agricole nowe produkty ubezpieczeniowe oferowane w modelu indywidualnym:

- Pakiet Dom – ubezpieczenie majątkowe pozwalające, m.in. na ubezpieczenie nieruchomości (murów), ubezpieczenie stałych elementów, ruchomości domowych, ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej w miejscu ubezpieczenia, assistance domowy. Ubezpieczenie zapewnia ochronę na wypadek zdarzeń losowych, m.in. takich jak pożar, powódź, huragan, grad, deszcz nawalny i wielu innych.
- Pakiet Turystyczny – ubezpieczenie podróżne działające podczas wyjazdu za granicą, obejmujące koszty leczenia, pomoc assistance, bagaż podręczny, następstwa nieszczęśliwych wypadków (NNW), OC w życiu prywatnym oraz ubezpieczenie w razie kradzieży dokumentów, a także dodatkowe ryzyka.
- Pakiet OC – unikalne na rynku ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej w życiu prywatnym zapewnia ochronę w przypadku nieumyślnego wyrządzenia przez Ubezpieczonego lub jego dziecko lub pomoc domową szkody innej osobie, za którą może się ona domagać odszkodowania.
- Nowy Wariant Szkolny ubezpieczenia Pakiet na Wypadki – gdzie przedmiotem ubezpieczenia są następstwa nieszczęśliwych wypadków dzieci, które ukończyły 3 lata i nie ukończyły 18. roku życia.



Poza ofertą produktową, bank nadal podwyższa poziom jakości obsługi klientów poprzez profesjonalny program szkoleniowy dla doradców. Pełnią oni rolę opiekunów klienta, ekspertów w ubezpieczeniach i finansach.

Kredyt na zakup towarów i usług

Kredyt na zakup towarów/usług jest produktem finansowym skierowanym do klientów indywidualnych, którzy chcą sfinansować zakupy towarów/usług przeznaczonych na cele niezwiązane z prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą.

Oferta kredytowa przygotowywana jest z uwzględnieniem specyfiki kanału sprzedaży oraz kredytowanego przez klienta asortymentu. Parametry udostępnianego kredytu różnią się m.in. minimalną i maksymalną kwotą kredytu, pierwszą wpłatą, okresem kredytowania i zależą od rodzaju asortymentu dystrybuowanego przez partnera.

W 2016 roku została ujednolicona oferta produktowa oraz rozszerzone zostały parametry kredytu w zakresie maksymalnej kwoty kredytu i okresu kredytowania.

Oferta produktów i usług dla małych i średnich przedsiębiorstw

W 2016 roku działalność banku w obszarze małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) skoncentrowana była na zwiększaniu bazy aktywnych klientów poprzez wdrożenie nowych produktów i ofert na tę aktywność wpływających. Portfel klientów urósł do poziomu 63 000.

Najbardziej znaczącym wdrożeniem produktowym dla MŚP, które równocześnie wspiera aktywność klientów, było wprowadzenie nowej oferty kart debetowych VISA Business otwartych na płatności internetowe.

W ciągu roku bank kontynuował usprawnianie procesu on-boardingu

klientów MŚP, który wspiera budowanie i zacieśnianie relacji z klientem, już od momentu otwarcia konta.

W 2016 roku klienci mogli skorzystać również z oferty specjalnej kredytu w rachunku bieżącym, w której klient mógł przenieść kredyt w rachunku bieżącym z innego banku na korzystniejszych warunkach, uzyskując gwarantowaną marżę w pierwszym roku finansowania na poziomie 3,99 proc.

Rok 2016 był rokiem postępującej synergii pomiędzy Credit Agricole Bank Polska SA. a Europejskim Funduszem Leasingowym S.A. (EFL) w pośredniczeniu w sprzedaży produktów bankowych przez EFL oraz pośredniczeniu w sprzedaży leasingu przez placówki bankowe.

Dla klientów EFL kontynuowano ofertę specjalną, w ramach której za każdy miesiąc klient aktywny mógł otrzymać „premię na konto” w wysokości 50 zł, czyli łącznie do 600 zł w ciągu całego roku.

Oferta produktów bankowości korporacyjnej

Strategia Obszaru Bankowości Korporacyjnej koncentruje się na świadczeniu usług w sektorach umożliwiających współpracę wszystkich segmentów banku (klient detaliczny, MŚP, średnie i duże korporacje). Kluczowym elementem realizacji strategii jest współpraca m.in. z rynkiem agrobiznesu, dająca dostęp do sektora rolniczego (tj. hodowców, producentów, przetwórców oraz dostawców rozwiązań dla branży) oraz z firmami biorącymi aktywny udział w międzynarodowej wymianie handlowej (tj. eksporterzy i importerzy).

Bankowość transakcyjna

Oferta bankowości transakcyjnej obejmuje rachunki bankowe wraz z usługami bankowości elektronicznej, przelewy krajowe i zagraniczne, polecenia zapłaty, wpłaty i wypłaty gotówkowe, lokaty terminowe, karty płatnicze debetowe MasterCard i inkaso czeków.



Bank realizuje na rzecz klientów korporacyjnych obsługę rachunków powierniczych oraz zastrzeżonych, obsługę płatności masowych za pomocą rachunków wirtualnych oraz usługi konsolidacji sald, zarówno konsolidacji rzeczywistej, jak i wirtualnej (cash pooling).

Bank wspiera klientów korporacyjnych w obsłudze kanałów komunikacji elektronicznej, umożliwiając centralizację zarządzania środkami finansowymi na rachunkach w różnych krajach dzięki usłudze SWIFTNet FileAct. Bank oferuje ponadto dostęp do produktów bankowości transakcyjnej za pośrednictwem systemów bankowości elektronicznej.

W celu ujednolicenia rozwiązań z zakresu oferty produktowej bankowości transakcyjnej, bank kontynuował w 2016 roku realizację programu mającego na celu prowadzenie rachunków wszystkich klientów korporacyjnych w jednym systemie bankowym. W ramach programu realizowane są projekty mające na celu wdrożenie jednego, wspólnego dla wszystkich klientów korporacyjnych, systemu bankowości elektronicznej oraz projekty wspomagające zakres i funkcjonalność produktów bankowości transakcyjnej obejmujące obszar płatności, kart płatniczych oraz obsługi gotówkowej.

Finansowanie handlu

Bank prowadzi obsługę oraz oferuje rozwiązania strukturyzowane, oparte na instrumentach finansowania handlu, obejmujące gwarancje, regwarancje, poręczenia, akredytywy importowe oraz eksportowe, jak również inkaso dokumentowe. Oferta banku obejmuje również grupę produktów służących dyskontowaniu, nabywaniu, zbywaniu i finansowaniu wierzytelności. Instrumenty te są oferowane przez bank zarówno niezależnie, jak i we współpracy z Eurofactor Polska S.A.

Rynki kapitałowe

Oferta banku zapewnia klientom korporacyjnym wszystkie podstawowe produkty rynku walutowego i stopy procentowej w transakcjach natychmiastowych, jak i zabezpieczających. W skład pakietu oferowanych

produktów wchodzi: FX spot, FX forward, FX swap, FX opcje, IRS, CIRS oraz FRA. Bank jest również aktywny na rynku pieniężnym, umożliwiając klientom lokowanie swoich nadwyżek płynnościowych w formie depozytów, a także na rynku instrumentów dłużnych, przy czym główny nacisk kładzie na obligacje skarbowe.

Bank cały czas pracuje nad poszerzeniem oferty produktowej i dopasowaniem jej do potrzeb klientów. W 2016 roku udostępniono platformę FX CALL, która umożliwia wymianę walut drogą elektroniczną.

Prowadzone są prace w zakresie nowych typów transakcji opcyjnych oraz powiązanych z nimi rozwiązań inwestycyjnych – we współpracy z wyspecjalizowanymi jednostkami Grupy Crédit Agricole na świecie.

Bank szczególną wagę przykładą do istniejących i planowanych regulacji krajowych oraz międzynarodowych, mając na względzie bezpieczeństwo klientów, a także ich transakcji.

W 2016 roku bank kontynuował działania w obszarze rynków finansowych, w celu wypełnienia wymogów Rozporządzenia EMIR (European Market Infrastructure Regulation). W szczególności prowadził przygotowania do wdrożenia wymogów dotyczących wymiany zabezpieczeń. Rok 2016 stał również pod znakiem przygotowań do wdrożenia regulacji MIFID 2/MIFIR (przejrzystość rynku oraz ochrona inwestora) w zakresie produktów treasury.

Finansowanie strukturalne

Bank uczestniczy w następujących transakcjach finansowania strukturalnego: średnioterminowe finansowanie w segmencie telekomunikacji, mediów i technologii (TMT), finansowanie projektów w obszarach NIP (sektor ropy naftowej i gazu, elektroenergetyka, infrastruktura), kredytowanie na bazie zasobów w sektorze ropy naftowej i gazu oraz finansowanie nieruchomości biurowych, komercyjnych i mieszkaniowych. Bank kontynuuje współpracę z Credit Agricole Corporate and Investment Bank w zakresie transakcji M&A.



Oferta produktów i usług dla rolników

Rok 2016 był kolejnym znaczącym rokiem w rozwoju linii agrobiznesowej. Główny nacisk został położony na poszerzenie programów partnerskich poprzez dywersyfikację dotychczas obsługiwanych branż, gdzie dominowała branża mleczna. Bank zawarł nowe umowy partnerskie z liderami rynku, będącymi producentami maszyn i urządzeń rolniczych, nawozów i środków ochrony roślin, drobiu i trzody chlewnej, przetwórcami ziemniaków. W 2016 roku bank wprowadził kredyt rewolwingowy – dedykowany produkt do obsługi finansowania cykli produkcji w programach partnerskich. Dodatkowo bank rozpoczął program finansowania fabrycznego z firmą URSUS S.A.

Wyniki sprzedaży w 2016 r. należały do najwyższych w historii. Saldo kredytów udzielonych rolnikom wzrosło o 126 proc. w stosunku do roku 2013, podobnie jak liczba kont – o 164 proc.

W 2016 roku oferta produktowa została poszerzona o pełną gamę produktów ubezpieczeniowych dla rolnictwa, oferowanych przez TU Concordia S.A.

Bank brał udział w wielu wydarzeniach – targach i wystawach, prezentując pełną ofertę produktową dla rolników. W roku 2016 rozpoczął współpracę jako główny partner sektora finansowego z PTWP – ONLINE, wydawcy największego portalu rolnego w Polsce www.farmer.pl. Wsparto konkurs „Producent Bydła Mięsnego Roku 2016”, którego celem jest integracja środowiska hodowców bydła z przemysłem, a także upowszechnianie wiedzy.

Rozwój kanałów dystrybucji

Credit Agricole Bank Polska oferuje produkty i usługi za pośrednictwem wszystkich dostępnych kanałów dystrybucji – sieci placówek bankowych (oddziały własne i placówki partnerskie) i biur kredytowych CA Express

oraz kanałów zdalnych, wykorzystujących telefonię stacjonarną i komórkową oraz Internet. Bank współpracuje również z sieciami handlowymi, w których klienci mogą skorzystać m.in. z kredytu na zakup towarów i usług.

W 2016 r. sieć własna banku składa się z 413 placówek własnych, 51 partnerskich (placówki franczyzowe) oraz 297 biur kredytowych CA Express.

Pod koniec 2016 roku bank otworzył pierwsze placówki działające w nowym modelu, powstałym na podstawie opinii zebranych wśród klientów i pracowników sieci sprzedaży. Nowa koncepcja placówki uwzględnia wygodną i komfortową poczekalnię dla klientów z zabawkami dla dzieci, optymalizację akustyki, a przez to zwiększa poczucie komfortu i prywatności w trakcie obsługi zarówno dla klientów, jak i doradców, oraz przyjemną dla oka kolorystykę. Do wykończenia wnętrza wykorzystane zostały wyłącznie materiały przyjazne środowisku (wykładzina, krzesła, sufity dźwiękochłonne i lampy).

Dystrybucja produktów banku w obszarze Consumer Finance realizowana jest za pośrednictwem partnerów biznesowych z wykorzystaniem sklepów stacjonarnych, a także Internetu.

W 2016 roku bank koncentrował swoje działania w tym obszarze wokół:

- wdrożenia procesu „Szybki Podpis” – elektronicznej formy zawierania umowy kredytowej w sklepie;
- wdrożenia marki Credit Agricole Raty (CA Raty) w całym obszarze działalności w sklepach stacjonarnych; nastąpiło ujednolicenie komunikacji kredytu ratalnego w obu kanałach sprzedaży;
- wdrożenia „Strefy Partnera” – systemu udostępnionego partnerom biznesowym banku do podglądu i obsługi procesów dotyczących współpracy, m.in. udzielonych kredytów, rozliczeń z bankiem;
- poprawy efektywności i jakości współpracy z partnerami biznesowymi;



- poprawy efektywności przychodowo-kosztowej;
- dalszego usprawniania procesów związanych z obsługą klientów i partnerów biznesowych, w tym regulacji wewnętrznych, opisujących pracę poszczególnych jednostek organizacyjnych, w celu dążenia do jak najwyższej efektywności oraz poziomu bezpieczeństwa operacyjnego.

Elektroniczne kanały dystrybucji

CA24

CA24 to elektroniczne kanały dostępu dla klientów banku, umożliwiające bezpośredni dostęp do rzetelnej informacji i profesjonalnej obsługi bankowej. Do CA24 zaliczane są:

- serwis internetowy,
- serwis mobilny,
- serwis tekstowy,
- serwisy telefoniczne i e-mailowe.

W wybranych serwisach prowadzona jest obsługa w języku angielskim i francuskim.

Serwis internetowy

Rok 2016 przyniósł wzrost zainteresowania klientów usługami bankowości internetowej. Na koniec roku liczba kont z dostępem do internetowego systemu transakcyjnego wynosiła 761 tys. Liczba aktywnych użytkowników bankowości elektronicznej zwiększyła się o 30 tys. w porównaniu z 2015 r. i wynosiła 382 tys.

Klienci banku aktywnie korzystali również z usługi płatności online – liczba takich transakcji wzrosła o blisko 34 proc. w stosunku do roku poprzedniego, natomiast wartość transakcji zwiększyła się o 28 proc.

Znacząco zwiększyła się liczba powiadomień SMS wysyłanych klientom przez bank w ramach obsługi konta. Wysłanych zostało 67 mln wiadomości, co stanowi wzrost o 45 proc. w stosunku do roku poprzedniego.

Liczba wysłanych w 2016 roku haseł SMS sięgnęła 24 mln, co oznacza wzrost o 39 proc. w porównaniu do roku 2015. Jednocześnie zmniejszyła się dynamika tego wzrostu, który w roku 2015 wyniósł blisko 70 proc.

W 2016 roku bank wprowadził „Umowę bankowości elektronicznej” (Umowa CA24) – nowy typ umowy, regulujący zasady korzystania z bankowości elektronicznej (w tym dostęp do serwisu mobilnego CA24). Dzięki stworzeniu pierwszego w pełni zdalnego procesu zawierania umów, dotychczasowym użytkownikom udostępniono możliwość podpisywania umowy CA24 w serwisie internetowym. Dodatkowo w 2016 roku dodano do serwisu internetowego możliwość składania wniosków w programie Rodzina 500+ (złożonych zostało ponad 10 tys. wniosków) oraz obsługę kredytów.

Serwis mobilny

W kwietniu 2016 roku bank uruchomił nowy serwis obsługi klienta – serwis mobilny. Korzystanie z tego kanału obsługi jest możliwe przy pomocy natywnej aplikacji mobilnej CA24 Mobile, którą można zainstalować na urządzeniach z systemami operacyjnymi Android, iOS oraz Windows Phone.

Na koniec roku korzystało z niej ok. 58 tys. klientów, wykonano za jej pomocą 570 tys. przelewów, 65 tys. doładowań telefonów pre-paid oraz założono 17 tys. lokat terminowych.

Serwis mobilny jest dostępny dla klientów indywidualnych i umożliwia obsługę następujących produktów:

- konta osobiste (w tym rachunki oszczędnościowe),
- lokaty,
- karty kredytowe,
- kredyty.



Contact Center

Departament Contact Center dostarcza klientom indywidualnym oraz biznesowym informacji o produktach i usługach banku, prowadzi sprzedaż produktów bankowych oraz świadczy obsługę posprzedażową, zapewniając wygodny i bezpieczny, całodobowy, telefoniczny dostęp do usług banku.

W 2016 r. Contact Center obsłużyło 8,2 mln kontaktów, w tym wykonało 5,5 mln w ruchu wychodzącym (głównie sprzedażowe kampanie telemarketingowe) oraz 2,7 mln w ruchu przychodzącym w transakcjach i obsłudze produktów i usług przez telefon. Udzielono ponad 42 tys. odpowiedzi na pytania e-mailowe.

Do kluczowych osiągnięć Pionu Bankowości Zdalnej w 2016 roku należało:

- 21% udziału w ogólnej sprzedaży kredytu gotówkowego,
- zajęcie 1. miejsca w rynkowym badaniu poświęconym jakości obsługi klienta w kontakcie telefonicznym i mailowym (wg „ARC Rynek i Opinia”),
- wzrost o 130% sprzedaży kont osobistych w stosunku do ubiegłego roku,
- wdrożenie procesu sprzedaży kredytu hipotecznego z Ekspertem Contact Center,
- wdrożenie nowego procesu finalizacji umów kredytu gotówkowego – Ekspresowej pożyczki gotówkowej,
- wdrożenie nowego procesu zapobiegania nieautoryzowanym transakcjom na rachunkach klientów,
- udostępnienie klientom automatycznego procesu aktywacji dostępu do konta osobistego oraz podglądu do posiadanych kredytów poprzez e-bank i w aplikacji mobilnej.

Zarządzanie zasobami ludzkimi

Na koniec 2016 r. całkowite zatrudnienie w Credit Agricole Bank Polska wyniosło 4995 etatów, co w stosunku do roku 2015 oznacza spadek

o 5,01 proc. Średnia wieku pracowników wynosiła 35 lat, a wykształcenie wyższe miało 73 proc. z nich. Obecnie 74 proc. pracowników stanowią kobiety. Przeciętnie udział kadry kierowniczej w całkowitym zatrudnieniu wynosi 16 proc., w tym kobiety to 70 proc.

Credit Agricole Bank Polska niezmiennie inwestuje w rozwój swoich kadr, zarówno poszerzając kompetencje przedstawicieli Top Managementu, jak i nowo zatrudnianych pracowników sieci sprzedaży czy uczestników programu „Career Ahead”, w którym biorą udział absolwenci i studenci kończący uczelnie. W 2016 roku szkolenia trwały 154 775 godzin i dotyczyły różnorodnych obszarów, począwszy od rozwoju kompetencji miękkich, np. skutecznej komunikacji, poprzez edukację finansową, na językach obcych skończywszy.

Na specjalne wyróżnienie zasługuje program „Dzielmy się wiedzą”. Polega on na prowadzeniu warsztatów i seminariów przez wewnętrznych ekspertów dla pracowników centrali. Celem programu jest: zwiększenie wiedzy o bankowości wśród pracowników, wzmocnienie współpracy pomiędzy departamentami, wymiana wiedzy na temat specyfiki pracy poszczególnych jednostek oraz dzielenie się najlepszymi praktykami. W 2016 roku, w 6. edycji programu, zrealizowano 69 szkoleń, w których udział wzięło 656 uczestników. Warsztaty i seminaria przeprowadziło łącznie 31 ekspertów, realizując 24 tematy.

Bank od kilku lat wspiera środowisko studenckie. Od 2005 roku z sukcesem realizuje autorski program praktyk First@CA oraz staży przy współpracy z wybranymi uczelniami wyższymi. W 2016 roku ponad 50 młodych osób miało możliwość zdobywać pierwsze doświadczenia w bankowości pod okiem specjalistów z Credit Agricole. Przez cały 2016 rok bank brał również udział w wydarzeniach organizowanych przez kluczowe dla banku uczelnie wyższe oraz w pozostałych wydarzeniach skierowanych do wybranych grup docelowych na terenie całego kraju. Po raz pierwszy został zorganizowany również dzień otwarty dla studentów Uniwersytetu



Ekonomicznego. Pracownicy Credit Agricole Bank Polska S.A. wzięli udział jako prelegenci w kilkunastu konferencjach. We współpracy z Pionem Marketingu przygotowane zostały działania wspierające program „Świeża krew do pierwszej pracy”. Pracownicy Pionu HR wzięli udział w 17 wydarzeniach organizowanych w największych ośrodkach akademickich w całym kraju, w trakcie których pełnili rolę doradców HR w obszarze rozwoju kariery zawodowej.

Od 2014 roku bank wspiera politykę mobilności pracowników, zapewniając rozwiązania ułatwiające rozwój i mobilność zawodową w Grupie Crédit Agricole w Polsce. Dzięki nim pracownicy spółek Grupy uzyskali szerszy dostęp do wewnętrznego rynku pracy oraz możliwość udziału w rekrutacjach na specjalnych warunkach. W wyniku tych rekrutacji, w 2016 r. w ramach mobilności wewnętrznej stanowisko zmieniło 15 proc. pracowników centrali banku i 17 proc. pracowników sieci sprzedaży.

Bank przykładą również dużą wagę do procesów i narzędzi rekrutacyjnych, dlatego przygotował dla menadżerów warsztaty wspierające umiejętności prowadzenia procesów rekrutacyjnych. Dodatkowo, w ramach digitalizacji, część spotkań rekrutacyjnych odbywała się za pośrednictwem Skype. W przypadku rekrutacji do programów rozwojowych wprowadzono również innowację w postaci escape room jako jeden z etapów procesu. W tym roku po raz pierwszy zostało przeprowadzone również badanie candidate experience, w ramach którego bank poznał odczucia kandydatów aplikujących do firmy.

W 2016 roku przeprowadzono dla kadry menedżerskiej w regionalnej sieci sprzedaży warsztaty Fair Play, których celem było zapobieganie działaniom mobbingowym i dyskryminacyjnym. W 12 warsztatach wzięło udział łącznie ponad 150 menadżerów. Obecnie 95 proc. menadżerów z regionalnej sieci sprzedaży posiada wiedzę z zakresu zapobiegania działaniom mobbingowym i dyskryminacyjnym wewnątrz organizacji.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu, w tym działalność charytatywna, akcje sponsoringowe, dbałość o środowisko naturalne

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR)

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) rozumiana jest w Credit Agricole Bank Polska S.A., zgodnie z normą ISO26000, jako podejmowanie przejrzystych i etycznych decyzji oraz działań, które przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa. Działania te biorą pod uwagę oczekiwania różnych interesariuszy, są zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania.

Fundamentem działań CSR prowadzonych w banku są jego wartości, a także Kodeks etyki Credit Agricole Bank Polska S.A., Karta etyki Crédit Agricole, Program FIDES wspólny dla wszystkich spółek Grupy Crédit Agricole w Polsce, Kodeks Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej) Związku Banków Polskich oraz Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego Komisji Nadzoru Finansowego. W 2016 roku bank wdrożył również Strategię oraz Politykę Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

Strategia CSR określa 3 cele strategiczne i 10 działań priorytetowych. Do tych pierwszych należą: wspieranie społeczności lokalnych w realizacji wyzwań dotyczących zrównoważonego rozwoju; doskonalenie relacji z pracownikami i klientami; zarządzanie ryzykiem, w tym ryzykiem pozafinansowym. Wdrożona Strategia CSR uwzględnia także strategię CSR Grupy Crédit Agricole.

Strategia CSR banku raz w roku poddawana jest przeglądowi pod kątem zmieniających się potrzeb interesariuszy, zmieniającej się sytuacji rynkowej oraz wyzwań branżowych.

Poprzez prowadzenie działań odpowiedzialnych wobec społeczeństwa i poszanowanie standardów etycznych, bank chce budować społeczne zaufanie i wzmacniać swoją wiarygodność. Chce również zachęcać interesariuszy do prowadzenia ekologicznego stylu życia, przyjaznego środowisku naturalnemu.

Działania wobec społeczeństwa

W związku z przynależnością do francuskiej Grupy Crédit Agricole, bank aktywnie włączał się w promocję kultury francuskiej w Polsce. Wspierał między innymi **Dni Krajów Francuskojęzycznych**, organizowane przez ośrodek kulturalny Alliance Française. W marcu 2016 roku sponsorował koncert senegalskiego duetu Arno Santamaria i Nicom. Ponadto, tradycyjnie już, wsparł **obchody Święta Narodowego Francji 14 lipca**, organizowane przez konsula honorowego Francji we Wrocławiu.

Wspomagał także działalność stowarzyszeń: **„Ma France à Wrocław”** oraz **„International Friends of Wrocław”**. W 2016 roku bank zaangażował się również w **„Lille meets Wrocław”** – projekt Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Jak w poprzednich latach, bank wsparł również **Dom Bretanii**, który przygotował wystawę „Zapomniany Powrót – Losy polskich emigrantów we Francji w latach 1921–1948 – Reemigracja na Ziemię Wałbrzyską”.

Kierując się rekomendacjami Narodowego Banku Polskiego i Komisji Nadzoru Finansowego, bank rozwija edukację finansową i ekonomiczną. W 2016 roku kontynuował autorską społeczną kampanię edukacyjną **„Bank z klasą. CAła wiedza o bankowości”**, skierowaną do dzieci z klas nauczania początkowego. Podstawą projektu jest przekonanie, że uczenie dzieci szacunku do pieniędzy, gospodarowania nimi, wyrobienie umiejętności i chęci ich oszczędzania ułatwi najmłodszym start w dorosłe życie. Dotychczas w kampanii wzięło udział niemal 100 pracowników-wolontariuszy, którzy prowadzili zajęcia z ponad 4000 uczniów w ok. 90 szkołach podstawowych w całej Polsce. W 2016 roku zajęcia z ponad 1400 uczniami szkół podstawowych prowadziło 39 wolontariuszy.

Bank kontynuował również nawiązaną w poprzednich latach współpracę partnerską z **Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu** (umowa od 2010 roku) i **Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu** (umowa od 2013 roku). Głównym celem tych działań jest zacieśnianie współpracy biznesu ze środowiskiem uniwersyteckim oraz czerpanie obopólnych korzyści ze wspólnie podejmowanych inicjatyw. W 2016 roku bank na prośbę Uniwersytetu Przyrodniczego m.in. opiniował program nauczania nowo otwieranego kierunku studiów, pod kątem przydatności biznesowej i przygotowania przyszłych absolwentów do wejścia na rynek pracy.

Działalność filantropijna banku w 2016 roku obejmowała wsparcie finansowe dla **Towarzystwa Przyjaciół Dzieci**, a także fundacji **„Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”**.

Angażowaniu się w życie otoczenia i wspieraniu lokalnych inicjatyw służy program wolontariatu pracowniczego **„Działam, bo lubię”**, którego jednym z elementów jest program grantowy. To inicjatywa, dzięki której pracownicy mogą uzyskać wsparcie finansowe na realizację projektów wolontariackich. W 2016 roku łącznie 42 wolontariuszy – pracowników banku zrealizowało 16 projektów.

Bank angażował się także w wiele inicjatyw promujących prospołeczne postawy wśród swoich pracowników. Należała do nich m.in. akcja **„Zdrowo nakręcony bank”**, polegająca na zbieraniu przez pracowników plastikowych nakrętek. Dochód z ich sprzedaży zasilił konto Fundacji **„Potrafię pomóc”** na Rzecz Dzieci Niepełnosprawnych z Wadami Rozwojowymi. Po raz kolejny pracownicy banku brali też udział w akcji **„Szlachetna Paczka”**, organizowanej przez Stowarzyszenie WIOSNA. Celem tej świątecznej inicjatywy jest przygotowanie i przekazanie paczek najuboższym polskim rodzinom. W ubiegłym roku pracownicy i członkowie zarządu wsparli 13 rodzin.



Jednym z działań wobec społeczeństwa był zorganizowany przez bank panel interesariuszy. Udział w nim wzięli przedstawiciele władz lokalnych, organizacji społecznych, instytucji kultury, biznesu, klientów, dostawców oraz środowiska akademickiego, liderów opinii. Zebrane w czasie panelu opinie i rekomendacje dotyczące praktyk odpowiedzialnego biznesu (CSR), działań społecznych i roli społecznej w regionie pozwolą ustalić działania banku w najbliższych latach. Spotkanie zostało przygotowane zgodnie z wytycznymi międzynarodowego standardu dialogu interesariuszy AA1000SES oraz przeprowadzone przez niezależnych moderatorów z firmy zewnętrznej.

Zgodnie z odpowiedzialną polityką zakupową bank chce utrzymywać pozytywne relacje z dostawcami. W tym celu, po raz pierwszy, bank zorganizował Forum Dostawców. Celem spotkania było udoskonalenie procesu zarządzania relacjami z dostawcami, umocnienie wizerunku banku jako partnera godnego zaufania i transparentnego w swych działaniach, a także ograniczanie barier we wzajemnej komunikacji. Bank wierzy, że dzięki takim inicjatywom będzie miał realny wpływ na propagowanie wartości społecznej odpowiedzialności biznesu wśród polskich firm, w tym dostawców.

Jedną z wartości banku jest wiarygodność, która powinna być widoczna szczególnie w komunikatach kierowanych do klientów. Klienci, będący jedną z kluczowych grup interesariuszy banku, oczekują czytelnych komunikatów i transparentnych informacji o produktach bankowych. Również regulatorzy rynku, tacy jak Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Komisja Nadzoru Finansowego, dążą do wprowadzania jasnych standardów reklamy. Wychodząc naprzeciw potrzebom interesariuszy – klientów oraz regulatorów, bank zdecydował o wprowadzeniu Kodeksu Etycznej Reklamy. Dokument ten stanowi zbiór zobowiązań i zasad prowadzenia komunikacji marketingowej. Z Kodeksem Etycznej Reklamy zapoznali się wszyscy pracownicy jednostek, biorących udział w działaniach marketingowych firmy. Zawarte w nim zasady są brane pod uwagę przy tworzeniu każdego materiału reklamowego oraz komunikatu skierowanego do klienta.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki” wyróżniło 10 inicjatyw prowadzonych przez bank. Trzy z nich ukazały się na łamach raportu po raz pierwszy: Edukacja klientów z ochrony środowiska, Szkolenie z ekologicznej jazdy samochodem oraz Szyny dla niepełnosprawnych w placówkach. Ponadto wyróżnionych zostało siedem praktyk długoletnich – to osobna kategoria, w której wspomniane są inicjatywy już publikowane w poprzednich edycjach raportu i kontynuowane przez firmy. W tej części znalazły się opisy kampanii edukacyjnej „Bank z klasą. CAła wiedza o bankowości”, „Dzielmy się wiedzą”, Współpraca partnerska z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu, Program grantowy, Kodeks Etyki, Odpowiedzialna polityka zakupowa oraz Kodeks współpracy.

Dopełnieniem działań CSR banku było wsparcie dwóch zewnętrznych inicjatyw, tj. grudniowej konferencji „Dom bez odpadów” oraz konferencji Laboratorium Odpowiedzialnego Biznesu.

W 2016 roku bank wziął udział w kilku wydarzeniach branżowych. Był m.in. partnerem projektu „Bankowość 3.0” (cykl debat poświęcony przyszłości bankowości), XIV Forum Spółdzielczości Mleczarskiej (jedno z największych wydarzeń sektora mleczarskiego) oraz Kategorii Specjalnych X Rankingu Spółdzielni Mleczarskich oraz Country Risk Conference (spotkanie poświęcone m.in. ryzykom w transakcjach handlowych na świecie). Bank wsparł również konkurs „Producent Bydła Mięsnego Roku 2016”.

Działania wobec środowiska naturalnego

W 2016 roku bank kontynuował działania na rzecz ochrony środowiska, których realizacji podjął się we wcześniejszych latach, a także rozpoczął nowe inicjatywy.



W uchwalonej na początku 2016 roku Strategii Społecznej Odpowiedzialności Biznesu Credit Agricole Bank Polska S.A. ważne miejsce zajęło podejście firmy do środowiska naturalnego. Ponadto dbałość o środowisko naturalne znalazła się na liście wszystkich trzech celów strategicznych realizowanych przez bank. Obejmuje ona m.in. „ograniczanie i zmniejszenie bezpośredniego wpływu na środowisko naturalne, zwłaszcza poprzez zmniejszenie zużycia energii, papieru i wytwarzanych odpadów”, a także „uwzględnianie kryteriów środowiskowych i społecznych już na etapie planowania produktów i usług”.

Jednym z wieloletnich projektów realizowanych przez bank na rzecz ochrony środowiska jest wymiana tradycyjnego oświetlenia na żarówki energooszczędne. Do końca 2016 roku wymieniono połowę oświetlenia, zmniejszając dzięki temu zużycie energii elektrycznej w oddziałach.

Bank wdraża także politykę CSR dotyczącą ochrony środowiska poprzez zmniejszenie zużycia papieru w procesie obsługi klienta. W styczniu 2016 roku udostępnił współpracującym z nim sklepom w pełni elektroniczny sposób zawierania ratalnej umowy kredytowej. Dzięki temu zaoszczędzono ponad 1,7 miliona kartek papieru.

Działania proekologiczne banku obejmują również inicjatywy pracownicze. W połowie października pracownicy Departamentu Usług Generalnych wzięli udział w akcji nasadzania lasu w Nadleśnictwie Bardo Śląskie, mającej na celu odwrócenie efektów długotrwałej suszy hydrologicznej. W wyniku wspólnej pracy posadzili 1000 świerkowych sadzonek, przyczyniając się tym do odrodzenia lasu.

Dodatkowo bank promuje proekologiczne postawy wśród pracowników poprzez zachęcanie ich do wybierania transportu rowerowego. W 2016 roku bank brał udział m.in. w Europejskim Wyzwaniu Rowerowym, które miało na celu rywalizację miast o tytuł Rowerowej Stolicy Europy. Wrocław zajął 2. miejsce w rankingu, również dzięki zaangażowaniu pracowników Credit Agricole.





List Prezesów

Akcjonariat i władze

Informacja prawna

Grupa Crédit Agricole

Warunki rynkowe
w Polsce w 2016 r.

Strategia i komentarz
do wyników finansowych

Rozwój działalności
banku w 2016 r.

**Sprawozdanie
finansowe**

Kontakt

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z WYNIKU FINANSOWEGOza rok zakończony dnia 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	2016	2015
Przychody z tytułu odsetek	1 351 600	1 394 581
Koszty z tytułu odsetek	(277 878)	(302 992)
Wynik z tytułu odsetek	1 073 722	1 091 589
Przychody z tytułu prowizji i opłat	392 174	371 848
Koszty z tytułu prowizji i opłat	(190 695)	(135 194)
Wynik z tytułu prowizji i opłat	201 479	236 654
Przychody z tytułu dywidend	62	1 880
Wynik na działalności handlowej	6 939	6 672
Wynik z pozycji wymiany	23 329	21 262
Wynik na transakcjach zabezpieczanych i zabezpieczających	564	(347)
Wyniki na działalności inwestycyjnej	84 529	0
Pozostałe przychody operacyjne	29 070	30 934
Pozostałe koszty operacyjne	(43 859)	(37 767)
Pozostałe przychody i koszty operacyjne netto	(14 789)	(6 833)
Wynik z tytułu odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości kredytów i pożyczek oraz rezerw na zobowiązania pozabilansowe	(228 318)	(226 514)
Ogólne koszty administracyjne	(968 529)	(954 026)
Wynik z działalności operacyjnej	178 988	170 337
Zysk brutto	178 988	170 337
Podatek dochodowy	(53 921)	(58 780)
Zysk netto (z uwzględnieniem udziałowców niekontrolujących)	125 067	111 557
Zysk netto przypadający na udziały niedające kontroli	0	0
Zysk netto przypadający na jednostkę dominującą	125 067	111 557
Zysk netto przypadający na jednostkę dominującą z działalności kontynuowanej	125 067	111 557

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

za rok zakończony dnia 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	2016	2015
Zysk netto bieżącego okresu	125 067	111 557
Pozycje, które nie zostaną przeklasyfikowane do wyniku finansowego	120	(4)
Przeszacowanie z tytułu zysków/strat aktuarialnych	120	(5)
Podatek odroczony od zysków/strat aktuarialnych	0	1
Pozycje, które mogą być przeklasyfikowane do wyniku finansowego w późniejszym terminie	(52 738)	42 407
Wycena aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	(58 509)	56 542
Podatek odroczony od wyceny aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	12 276	(10 743)
Wycena instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	(8 031)	(4 187)
Podatek odroczony od wyceny instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	1 526	795
Pozostałe całkowite dochody razem	(52 618)	42 403
Całkowite dochody bieżącego okresu	72 449	153 960
z tego:		
przypadające na jednostkę dominującą	72 449	153 960

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJna dzień 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	31.12.2016	31.12.2015
AKTYWA		
Kasa, środki w Banku Centralnym	586 939	1 228 263
Należności od banków	543 980	250 379
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy	35 052	0
Wycena instrumentów pochodnych	221 772	124 057
- w tym instrumenty pochodne zabezpieczające	11 926	20 289
Kredyty i pożyczki udzielone klientom	14 884 641	13 954 307
Inwestycyjne papiery wartościowe	3 539 664	3 528 343
Inwestycje w jednostki stowarzyszone	2 000	2 000
Wartości niematerialne	97 285	56 538
Rzeczowe aktywa trwałe	128 848	138 355
Aktywa zaklasyfikowane jako przeznaczone do sprzedaży	0	612
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	0	31 092
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	314 523	294 546
Inne aktywa	168 377	200 499
SUMA AKTYWÓW	20 523 081	19 808 991
ZOBOWIĄZANIA		
Zobowiązania wobec banków	1 464 586	1 695 412
Wycena instrumentów pochodnych, w tym:	200 457	99 703
- instrumenty pochodne zabezpieczające	1 686	1 527
Zobowiązania wobec klientów	15 136 664	14 343 572
Zobowiązania z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych	585 579	736 071
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego	2 405	1 849
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	252	470
Rezerwy	43 854	20 193
Pozostałe zobowiązania	442 088	337 488
Zobowiązania podporządkowane	568 058	568 107
SUMA ZOBOWIĄZAŃ	18 443 943	17 802 865
KAPITAŁ WŁASNY		
Kapitał zakładowy	582	582
Kapitał zapasowy	544 528	543 861
Kapitał z aktualizacji wyceny	(32 902)	19 836
Kapitał rezerwowy	705 684	705 300
Niepodzielony wynik finansowy	861 246	736 547
KAPITAŁ PRZYPISANY AKCJONARIUSZOM JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ	2 079 138	2 006 126
KAPITAŁ WŁASNY RAZEM	2 079 138	2 006 126
SUMA ZOBOWIĄZAŃ I KAPITAŁU WŁASNEGO	20 523 081	19 808 991

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYMza rok zakończony dnia 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	Przypisane akcjonariuszom jednostki dominującej					Kapitał własny razem
	Kapitał podstawowy	Kapitał zapasowy	Kapitał z aktualizacji wyceny	Kapitał rezerwowy	Niepodzielony wynik finansowy	
Kapitał własny na początek okresu – stan na 01.01.2016	582	543 861	19 836	705 300	736 547	2 006 126
Wycena aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	0	0	(58 509)	0	0	(58 509)
Wycena instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	0	0	(8 031)	0	0	(8 031)
Zyski aktuarialne	0	0	0	120	0	120
Podatek odroczony od pozycji ujętych w kapitale	0	0	13 802	0	0	13 802
Pozostałe dochody całkowite razem	0	0	(52 738)	120	0	(52 618)
Zysk netto bieżącego okresu	0	0	0	0	125 067	125 067
Dochody całkowite bieżącego okresu	0	0	(52 738)	120	125 067	72 449
Odpis z zysku z lat ubiegłych	0	667	0	0	(667)	0
Program akcji dla pracowników	0	0	0	264	0	264
Inne	0	0	0	0	299	299
Kapitał własny na koniec okresu – stan na 31.12.2016	582	544 528	(32 902)	705 684	861 246	2 079 138

za rok zakończony dnia 31 grudnia 2015 roku
(w tysiącach złotych)

	Przypisane akcjonariuszom jednostki dominującej					Kapitał własny razem
	Kapitał podstawowy	Kapitał zapasowy	Kapitał z aktualizacji wyceny	Kapitał rezerwowy	Niepodzielony wynik finansowy	
Kapitał własny na początek okresu – stan na 01.01.2015	582	543 861	(22 571)	705 304	625 076	1 852 252
Wycena aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	0	0	56 542	0	0	56 542
Wycena instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	0	0	(4 187)	0	0	(4 187)
Straty aktuarialne	0	0	0	(5)	0	(5)
Podatek odroczony od pozycji ujętych w kapitale	0	0	(9 948)	1	0	(9 947)
Pozostałe dochody całkowite razem	0	0	42 407	(4)	0	42 403
Zysk netto bieżącego okresu	0	0	0	0	111 557	111 557
Dochody całkowite bieżącego okresu	0	0	42 407	(4)	111 557	153 960
Inne	0	0	0	0	(86)	(86)
Kapitał własny na koniec okresu – stan na 31.12.2015	582	543 861	19 836	705 300	736 547	2 006 126

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

za rok zakończony dnia 31 grudnia 2016 roku (w tysiącach złotych)

	2016	2015
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ		
I. Zysk brutto	178 988	170 337
II. Korekty razem:	(192 168)	924 078
1. Amortyzacja	58 284	58 413
2. Dywidendy otrzymane	(62)	(1 880)
3. Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	(4 600)	0
4. Zmiana stanu rezerw	23 661	(2 636)
5. Zmiana stanu aktywów finansowych wycenianych w wartości godziwej przez wynik finansowy	(35 052)	289 210
6. Zmiana stanu należności od banków	28 431	(28 064)
7. Zmiana stanu należności z tytułu kredytów i pożyczek udzielonych klientom	(930 334)	(625 111)
8. Zmiana stanu zobowiązań wobec banków	(230 826)	(145 930)
9. Zmiana stanu zobowiązań wobec klientów	793 092	1 581 392
10. Zmiana stanu pozostałych zobowiązań	106 872	65 002
11. Zmiana stanu wyceny pochodnych instrumentów finansowych	3 039	(114 909)
12. Zmiana stanu innych aktywów	32 121	(2 263)
13. Zapłacony podatek dochodowy	(67 660)	(181 450)
14. Pozostałe korekty	30 866	32 304
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(13 180)	1 094 415
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ		
I. Wpływy	189 914	107 411
1. Zbycie udziałów lub akcji w jednostkach, pozostałych papierów wartościowych i innych aktywów finansowych	187 000	80 000
- w tym dłużne papiery wartościowe Skarbu Państwa i NBP	187 000	80 000
2. Zbycie wartości niematerialnych i rzeczowych aktywów trwałych	2 852	25 531
3. Dywidendy otrzymane	62	1 880
II. Wydatki	(2 309 195)	(328 231)
1. Nabycie udziałów lub akcji w jednostkach, pozostałych papierów wartościowych i innych aktywów finansowych	(2 197 181)	(236 753)
- w tym dłużne papiery wartościowe Skarbu Państwa i NBP	(2 197 181)	(236 753)
2. Nabycie wartości niematerialnych i rzeczowych aktywów trwałych	(112 014)	(91 478)
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 119 281)	(220 820)
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ		
I. Wpływy	100 000	0
1. Emisja dłużnych papierów wartościowych	100 000	0
II. Wydatki	(281 736)	(29 504)
1. Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	(2 272)	(797)
2. Odsetki od zobowiązań podporządkowanych	(28 243)	(28 707)
3. Odsetki zapłacone od obligacji własnych	(1 221)	0
4. Wykup obligacji własnych	(250 000)	0
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(181 736)	(29 504)
RAZEM PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO	(2 314 197)	844 091
BILANSOWA ZMIANA STANU ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH	(2 314 197)	844 091
ŚRODKI PIENIĘŻNE NA POCZĄTEK OKRESU	4 648 417	3 804 326
ŚRODKI PIENIĘŻNE NA KONIEC OKRESU	2 334 220	4 648 417

SPRAWOZDANIE Z WYNIKU FINANSOWEGOza rok zakończony 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	2016	2015
Przychody z tytułu odsetek	1 265 982	1 366 736
Koszty z tytułu odsetek	(282 511)	(305 470)
Wynik z tytułu odsetek	983 471	1 061 266
Przychody z tytułu prowizji i opłat	336 627	347 959
Koszty z tytułu prowizji i opłat	(145 275)	(125 304)
Wynik z tytułu prowizji i opłat	191 352	222 655
Przychody z tytułu dywidend	40 632	14 960
Wynik na działalności handlowej	6 939	6 672
Wynik z pozycji wymiany	23 335	21 248
Wynik na transakcjach zabezpieczanych i zabezpieczających	564	(347)
Wynik na działalności inwestycyjnej	84 529	0
Pozostałe przychody operacyjne	28 177	30 821
Pozostałe koszty operacyjne	(43 879)	(38 108)
Pozostałe przychody i koszty operacyjne netto	(15 702)	(7 287)
Wynik z tytułu odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości kredytów i pożyczek oraz rezerw na zobowiązania pozabilansowe	(251 305)	(229 133)
Ogólne koszty administracyjne	(965 618)	(950 375)
Wynik z działalności operacyjnej	98 197	139 659
Zysk brutto	98 197	139 659
Podatek dochodowy	(31 956)	(48 031)
Zysk netto	66 241	91 628

SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓWza rok zakończony 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	2016	2015
Zysk netto bieżącego okresu	66 241	91 628
Pozycje, które nie zostaną przeklasyfikowane do wyniku finansowego	119	(4)
Przeszacowanie z tytułu zysków/strat aktuarialnych	119	(5)
Podatek odroczony od zysków/strat aktuarialnych	0	1
Pozycje, które mogą być przeklasyfikowane do wyniku finansowego w późniejszym terminie	(52 738)	42 408
Wycena aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	(58 509)	56 542
Podatek odroczony od wyceny aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	12 276	(10 743)
Wycena instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	(8 031)	(4 186)
Podatek odroczony od wyceny instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	1 526	795
Pozostałe całkowite dochody razem	(52 619)	42 404
Całkowite dochody bieżącego okresu	13 622	134 032

SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJna 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	2016	2015
AKTYWA		
Kasa, środki w Banku Centralnym	586 939	1 228 263
Należności od banków	543 980	250 379
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy	35 052	0
Wycena instrumentów pochodnych	221 772	124 057
- w tym instrumenty pochodne zabezpieczające	11 926	20 289
Kredyty i pożyczki udzielone klientom	14 945 016	14 005 530
Inwestycyjne papiery wartościowe dostępne do sprzedaży	3 539 664	3 528 343
Inwestycje w jednostki zależne	50	50
Inwestycje w jednostki stowarzyszone	2 000	2 000
Wartości niematerialne	103 006	62 259
Rzeczowe aktywa trwałe	134 453	143 956
Aktywa zakwalifikowane jako przeznaczone do sprzedaży	0	612
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	0	31 092
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	304 332	285 380
Inne aktywa	144 861	177 517
SUMA AKTYWÓW	20 561 125	19 839 438
ZOBOWIĄZANIA		
Zobowiązania wobec banków	970 467	1 247 932
Wycena instrumentów pochodnych	200 457	99 703
- w tym instrumenty pochodne zabezpieczające	1 686	1 527
Zobowiązania wobec klientów	15 385 758	14 403 742
Zobowiązania z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych	585 579	736 071
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego	654	0
Rezerwy	38 460	15 194
Pozostałe zobowiązania	440 014	335 317
Zobowiązania podporządkowane	939 942	923 942
SUMA ZOBOWIĄZAŃ	18 561 331	17 761 901
KAPITAŁ WŁASNY		
Kapitał zakładowy	649 000	649 000
Kapitał zapasowy	220 435	220 435
Kapitał z aktualizacji wyceny	(32 632)	20 107
Kapitał rezerwowy	1 096 750	1 096 367
Niepodzielony wynik finansowy	66 241	91 628
KAPITAŁ WŁASNY RAZEM	1 999 794	2 077 537
SUMA ZOBOWIĄZAŃ I KAPITAŁU WŁASNEGO	20 561 125	19 839 438

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYMza rok zakończony 31 grudnia 2016 roku
(w tysiącach złotych)

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał z aktualizacji wyceny	Kapitał rezerwowy	Niepodzielony wynik finansowy	Kapitał własny razem
Kapitał własny na początek okresu – stan na 01.01.2016	649 000	220 435	20 107	1 096 367	91 628	2 077 537
Wycena aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	0	0	(58 509)	0	0	(58 509)
Wycena instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	0	0	(8 032)	0	0	(8 032)
Zyski aktuarialne	0	0	0	119	0	119
Podatek odroczony od pozycji ujętych w kapitale	0	0	13 802	0	0	13 802
Pozostałe dochody całkowite razem	0	0	(52 739)	119	0	(52 620)
Zysk netto bieżącego okresu	0	0	0	0	66 241	66 241
Dochody całkowite bieżącego okresu	0	0	(52 739)	119	66 241	13 621
Wypłata dywidendy	0	0	0	0	(91 628)	(91 628)
Program akcji dla pracowników	0	0	0	264	0	264
Kapitał własny na koniec okresu – stan na 31.12.2016	649 000	220 435	(32 632)	1 096 750	66 241	1 999 794

za rok zakończony dnia 31 grudnia 2015 roku
(w tysiącach złotych)

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał z aktualizacji wyceny	Kapitał rezerwowy	Niepodzielony wynik finansowy	Kapitał własny razem
Kapitał własny na początek okresu – stan na 01.01.2015	649 000	220 435	(22 301)	901 204	195 167	1 943 505
Wycena aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	0	0	56 542	0	0	56 542
Wycena instrumentów pochodnych zabezpieczających przepływy pieniężne	0	0	(4 186)	0	0	(4 186)
Zyski aktuarialne	0	0	0	(5)	0	(5)
Podatek odroczony od pozycji ujętych w kapitale	0	0	(9 948)	1	0	(9 947)
Pozostałe dochody całkowite razem	0	0	42 408	(4)	0	42 404
Zysk netto bieżącego okresu	0	0	0	0	91 628	91 628
Dochody całkowite bieżącego okresu	0	0	42 408	(4)	91 628	134 032
Odpis z zysku z lat ubiegłych	0	0	0	195 167	(195 167)	0
Kapitał własny na koniec okresu – stan na 31.12.2015	649 000	220 435	20 107	1 096 367	91 628	2 077 537

SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

za rok zakończony 31 grudnia 2016 roku (w tysiącach złotych)

	2016	2015
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ		
I. Zysk brutto	98 197	139 659
II. Korekty razem:	(52 658)	967 835
1. Amortyzacja	58 277	58 722
2. Dywidendy otrzymane	(40 632)	(14 960)
3. Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	(4 600)	4 600
4. Zmiana stanu rezerw	23 266	(7 626)
5. Zmiana stanu aktywów finansowych wycenianych w wartości godziwej przez wynik finansowy	(35 052)	289 210
6. Zmiana stanu należności od banków	28 431	(28 066)
7. Zmiana stanu należności z tytułu kredytów i pożyczek udzielonych klientom	(939 486)	(752 545)
8. Zmiana stanu zobowiązań wobec banków	(277 465)	(79 231)
9. Zmiana stanu zobowiązań wobec klientów	982 016	1 601 814
10. Zmiana stanu pozostałych zobowiązań	106 969	70 280
11. Zmiana stanu wyceny pochodnych instrumentów finansowych	3 039	(114 909)
12. Zmiana stanu innych aktywów	32 656	18 519
13. Zapłacony podatek dochodowy	(44 352)	(165 352)
14. Pozostałe korekty	54 275	87 379
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	45 539	1 107 494
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ		
I. Wpływy	230 484	102 064
1. Zbycie udziałów lub akcji, pozostałych papierów wartościowych i innych aktywów finansowych	187 000	80 000
- w tym dłużne papiery wartościowe Skarbu Państwa i NBP	187 000	80 000
2. Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	2 852	7 104
3. Otrzymane dywidendy	40 632	14 960
II. Wydatki	(2 309 192)	(328 230)
1. Nabycie udziałów lub akcji, pozostałych papierów wartościowych i innych aktywów finansowych	(2 197 181)	(236 754)
- w tym dłużne papiery wartościowe Skarbu Państwa i NBP	(2 197 181)	(236 754)
2. Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	(112 011)	(91 476)
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 078 708)	(226 166)
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ		
I. Wpływy	100 000	0
1. Emisja dłużnych papierów wartościowych	100 000	0
II. Wydatki	(381 028)	(37 237)
1. Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	(2 272)	(797)
2. Odsetki od zobowiązań podporządkowanych	(35 907)	(36 440)
3. Wypłata dywidendy	(91 628)	0
4. Odsetki zapłacone od obligacji własnych	(1 221)	0
5. Wykup obligacji własnych	(250 000)	0
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(281 028)	(37 237)
RAZEM PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO	(2 314 197)	844 091
BILANSOWA ZMIANA STANU ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH	(2 314 197)	844 091
ŚRODKI PIENIĘŻNE NA POCZĄTEK OKRESU	4 648 417	3 804 326
ŚRODKI PIENIĘŻNE NA KONIEC OKRESU	2 334 220	4 648 417



Credit Agricole Bank Polska S.A.

Plac Orłąt Lwowskich 1

53-605 Wrocław

tel. +48 71 355 95 11

fax +48 71 355 30 05

Serwis telefoniczny CA24

801 33 00 00

www.credit-agricole.pl