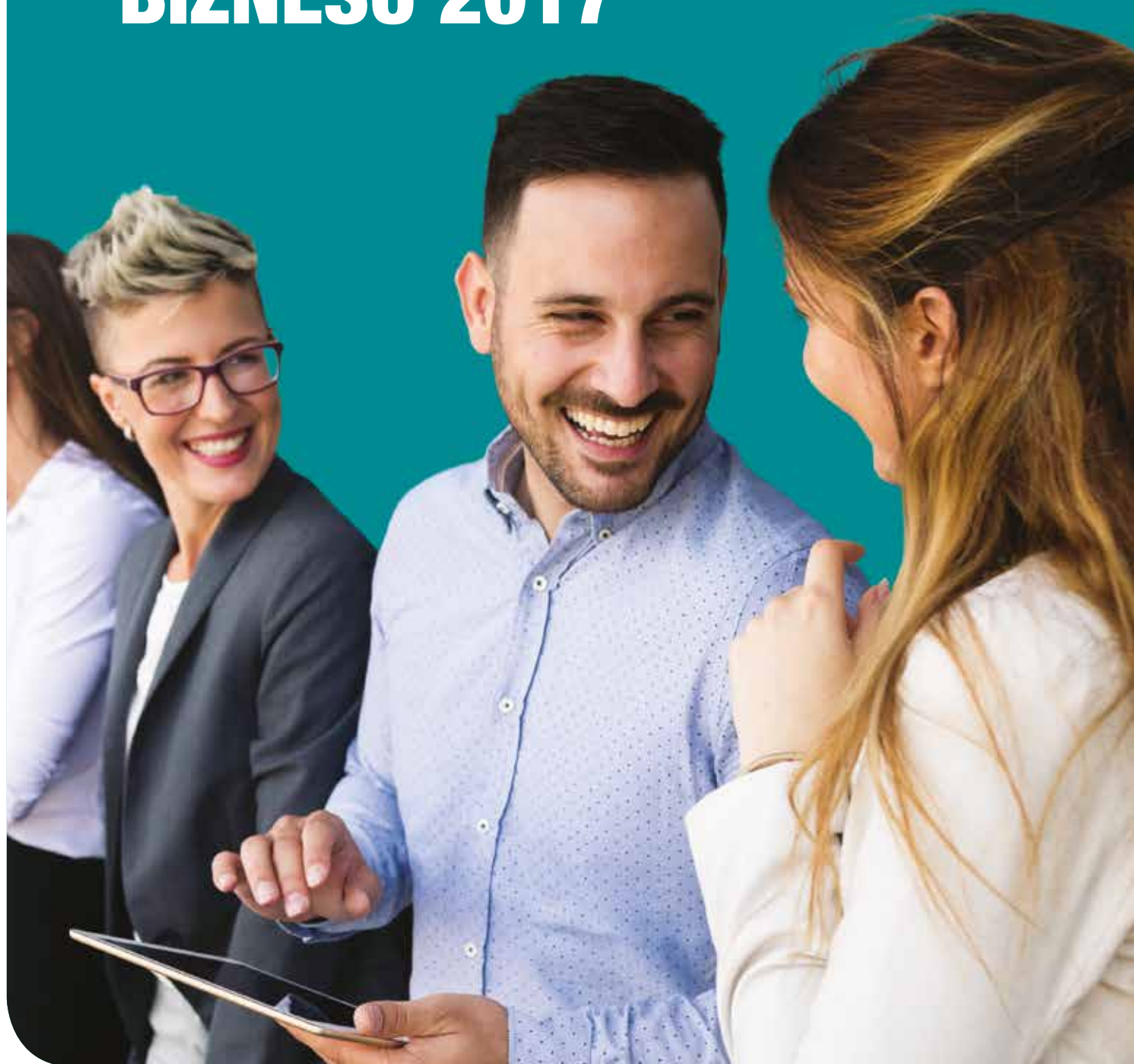


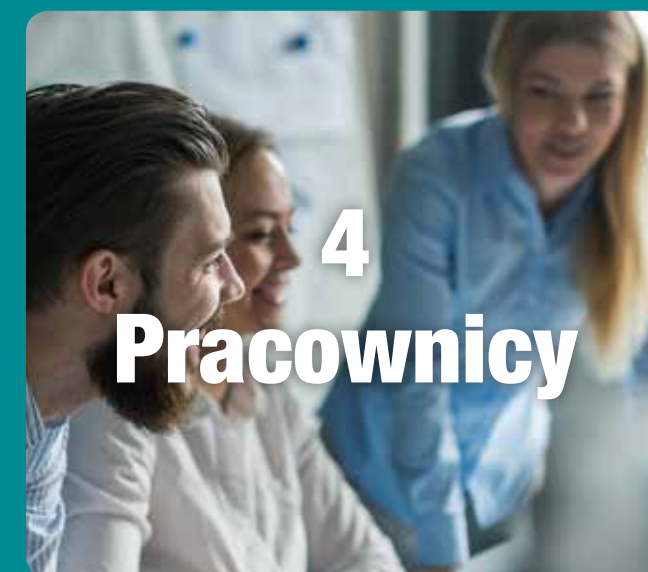


RAPORT ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU 2017



Spis treści

1	8 Wiarygodny akcjonariusz	16 Bliska współpraca z dostawcami
	9 Silna Grupa Crédit Agricole w Polsce	17 Odpowiedzialny łańcuch dostaw
	9 Cały Bank dla Ciebie	17 Relacje z partnerami biznesowymi
	10 Produkty dostosowane do potrzeb klientów	18 Członkostwo w organizacjach
	12 Mapa interesariuszy Banku	18 Wpływ na środowisko naturalne
	12 Aktywny dialog z interesariuszami	19 Działania na rzecz środowiska naturalnego
	14 Wyzwania wobec interesariuszy	20 Nowy standard placówek przyjazny środowisku
		20 Redukowanie zużycia energii
2	24 Struktura organizacyjna	32 Odpowiedzialne zarządzanie ryzykiem
	24 Zarząd	33 Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi
	26 Rada Nadzorcza	34 Przestrzeganie zasad etycznych
	27 Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy	35 Przeciwdziałanie korupcji
	28 Strategia Banku	36 Nagrody
	28 Podejście do Klienta	
	30 Główne założenia strategii biznesowej	
3	40 Klienci indywidualni	41 Duże przedsiębiorstwa
	41 Małe i średnie firmy	43 Profesjonalna obsługa reklamacji
	41 Sektor AGRO	43 Czytelne i przejrzyste umowy
4	46 Zatrudnienie w Banku	54 Przestrzeganie zasad niedyskryminacji
	48 Różnorodność	55 Etyczne zachowanie pracowników
	48 Przejrzysta polityka wynagrodzeń	56 Korzyści socjalne dla pracowników
	50 Dbłość o rozwój pracowników	59 Przyjazne warunki pracy
	54 Rzetelna ocena kompetencji pracowników	
5	62 Odpowiedzialne podejście do biznesu	62 Strategia CSR
		64 Inicjatywy społeczne
6	68 Proces tworzenia Raportu	69 Opis procedur należytej staranności w zakresie stosowania polityk i procedur
	68 Aspekty raportowania	71 Dane kontaktowe





Szanowni Państwo,

Dla każdej firmy, niezależnie od branży, w jakiej działa, najważniejsze jest budowanie wartości i wiarygodności. Nie tylko poprzez wyniki finansowe, ale także przez szeroko pojmowaną odpowiedzialność biznesu. W banku Credit Agricole rozumiemy ją jako świadomość odpowiedzialności za nasz wpływ na społeczeństwo i środowisko. Dlatego dokładamy wszelkich starań, aby wszelkie nasze działania, a także produkty, usługi i procesy były uczciwe, przejrzyste i etyczne.

Staramy się wyróżniać na rynku tym, że uważnie skupiamy się na kliencie i jego oczekiwaniach. Słuchamy, co klienci do nas mówią i wspólnie z nimi wybieramy rozwiązania i produkty, jakich potrzebują. Sprzedaż prowadzimy odpowiedzialnie: nie skupiamy się na jednorazowych transakcjach, ale budujemy długoterminowe więzi i towarzyszymy klientom przez lata. A klienci cenią taki model obsługi i rekomendują nas swoim bliskim – według badań instytutu Kantar Millward Brown Credit Agricole jest najchętniej polecanym bankiem w Polsce.

Warto również podkreślić, że jesteśmy bankiem „100% ludzkim, 100% cyfrowym”. Dbamy o dostarczanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych i ułatwiamy zdalny dostęp do naszych usług. Równie dużo inwestujemy w doradców w placówkach i jakość obsługi w bezpośrednim kontakcie z klientem.

Oczywiście nie ma zadowolonego klienta bez zadowolonego pracownika. Dlatego ważnym celem, jaki sobie stawiamy, jest wzrost zaangażowania i satysfakcji pracowników Credit Agricole. Zależy nam, żeby mogli oni zachować równowagę pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym, a równocześnie dbali o siebie – potrafili się zdrowo odżywiać i doceniali rolę ruchu.

Od lat wspieramy też społeczności lokalne, wśród których działa nasz bank. Wsłuchujemy się w ich problemy i pomagamy je rozwiązywać. Angażujemy się w inicjatywy edukacyjne i charytatywne na rzecz dzieci i młodzieży, wspieramy projekty, które przyczyniają się do walki z różnymi przejawami wykluczenia. Zasięg tych działań cały czas rośnie, odzwierciedlając nasze przekonanie, że synergia biznesu i obywatelskiej aktywności pozwala rozwiązywać nawet największe problemy społeczne.

Oddając pierwszy w historii Credit Agricole raport niefinansowy przedstawiamy Państwu podsumowanie podejmowanych przez nas inicjatyw. To dobra okazja do oceny i refleksji: co robimy dobrze, a co wymaga poprawy. Będziemy wdzięczni Czytelnikom za wszelkie uwagi i wskazówki na przyszłość. Bo jesteśmy bankiem, który słucha i... słyszy.

Piotr Kwiatkowski



Prezes Zarządu Credit Agricole Bank Polska S.A.



**Profil
organizacji**



Wiarygodny akcjonariusz

Grupa Crédit Agricole jest liderem bankowości detalicznej w Europie. Zajmuje pierwsze miejsce na europejskim rynku zarządzania aktywami, pierwsze miejsce w Europie wśród banków oferujących produkty ubezpieczeniowe oraz trzecie miejsce wśród instytucji oferujących finansowanie projektów inwestycyjnych. Obecnie funkcjonuje w 49 krajach na świecie i obsługuje ponad 52 mln klientów.

Rating długoterminowy Grupy Crédit Agricole

A

STANDARD & POOR'S
25.10.2017
(Perspektywa pozytywna)

A1

MOODY'S 19.07.2016
(Perspektywa stabilna)

A+

FITCHRATINGS 14.12.2017
(Perspektywa stabilna)

AA niski

DBRS 29.09.2017
(Perspektywa stabilna)

Grupa Crédit Agricole w liczbach



49

Krajów



139 000

Pracowników



52 mln

Klientów



6,5 mln €

Wynik netto (udział Grupy)

Silna Grupa Crédit Agricole w Polsce

W Polsce Grupa obecna jest od 2001 r. Należą do niej: Credit Agricole Bank Polska, Europejski Fundusz Leasingowy wraz ze spółkami zależnymi, Credit Agricole Ubezpieczenia na Życie, Credit Agricole Towarzystwo Ubezpieczeń oraz Amundi Polska TFI.

Cały Bank dla Ciebie

Bank Credit Agricole działa w całej Polsce poprzez sieć sprzedaży, obejmującą placówki własne, placówki partnerskie, biura kredytowe CA Express i punkty sprzedaży prowadzone przez partnerów, a także centra korporacyjne w Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Gdańsku i Poznaniu oraz mobilnych doradców klienta agrobiznesowego.

Bank Credit Agricole w liczbach



441

Placówki własne
i partnerskie



284

Biura kredytowe
CA Express



5

Centra
korporacyjne



378

Bankomatów



296

Wpłatomatów



w 100%

Akcjonariuszem jest
Credit Agricole Polska S.A.

Wyniki finansowe

W MLN PLN	2017
Przychody	1 295,2
Koszty operacyjne	-933,5
Płatności na rzecz inwestorów	w 2017 r. nie było wypłaconej dywidendy
Płatności na rzecz państwa (CIT, BFG, podatek bankowy, KNF, VAT)	126,0
Inwestycje społeczne	~0,1
Wynik netto	73,9



Produkty dostosowane do potrzeb klientów

Bank Credit Agricole działa w modelu bankowości uniwersalnej, zorientowanej na klienta i opartej na ścisłej współpracy pomiędzy bankowością detaliczną a specjalistycznymi liniami biznesowymi – AGRO, SME, Corpo. Credit Agricole wspiera swoich klientów w realizacji wszelkich planów, zarówno osobistych, jak i biznesowych, proponując im szeroką gamę usług: daily banking, kredyty, oszczędności, ubezpieczenia, leasing, faktoring, bankowość korporacyjną. Bank koncentruje działania na kliencie indywidualnym – oferuje szeroki zakres produktów daily banking, oszczędnościowych i kredytowych. Przedstawia specjalne warunki cenowe dla kluczowych segmentów, takich jak m.in. osoby młode czy wybrane grupy zawodowe.

Credit Agricole jest najczęściej polecanym bankiem w Polsce*, wyróżniającym się na rynku budowaniem trwałych relacji z klientami, profesjonalnym i rzetelnym doradztwem oraz przyjazną obsługą. Działa w obszarze bankowości detalicznej, korporacyjnej, rolniczej, małych i średnich przedsiębiorstw oraz w obszarze Consumer Finance.



* Klienci banków w Polsce 2017 – badanie Millward Brown za 2017 r.

Bankowość uniwersalna Credit Agricole Bank Polska S.A.

BANKOWOŚĆ DETALICZNA	BANKOWOŚĆ DLA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM	BANKOWOŚĆ DLA ROLNIKÓW	BANKOWOŚĆ KORPORACYJNA
Bankowość codzienna ▶ Konta osobiste ▶ Rachunki walutowe ▶ Karty debetowe ▶ Indywidualna linia kredytowa ▶ Karty kredytowe	Konta	Konta	Bankowość transakcyjna ▶ Rachunki bankowe ▶ Przelewy i polecenie zapłaty ▶ Zero balancing i cash pool ▶ Karty charge ▶ Operacje gotówkowe
Oszczędności ▶ Lokaty terminowe i dynamiczne ▶ Programy systematycznego oszczędzania ▶ Rachunki	Karty płatnicze	Karty płatnicze	Finansowanie handlu ▶ Gwarancje bankowe ▶ Akredytywy dokumentowe ▶ Inkaso dokumentowe ▶ Finansowanie należności i forfaiting ▶ Rachunki powiernicze
Produkty inwestycyjne ▶ Fundusze inwestycyjne ▶ Produkty strukturyzowane	Akceptacja kart – terminale płatnicze	Akceptacja kart – terminale płatnicze	Rynki finansowe ▶ Wymiana walut ▶ Depozyty ▶ Papiery wartościowe ▶ Instrumenty pochodne FX i IR ▶ Elektroniczna platforma FX
Kredyty ▶ Gotówkowe i konsolidacyjne ▶ Ratalne CA Raty ▶ Hipoteczne	Kredyty ▶ Finansowanie bieżącej działalności gospodarczej ▶ Finansowanie inwestycji	Kredyty ▶ Inwestycyjny Agro ▶ Pomostowy ▶ Na gospodarstwo rolne ▶ Powitalny (konsolidacyjny) ▶ Finansowanie cyklu produkcji rolnej ▶ Kredyt Agro w rachunku bieżącym ▶ Pożyczka Agro	Finansowanie standardowe ▶ Kredyt w rachunku bieżącym ▶ Kredyty obrotowe ▶ Kredyty inwestycyjne
Ubezpieczenia ▶ Na życie i zdrowie ▶ Majątkowe ▶ Zabezpieczające zobowiązania kredytowe ▶ Assistance	Oszczędności ▶ Rachunki oszczędnościowe ▶ Lokaty	Oszczędności ▶ Rachunek Oszczędzam ▶ Lokaty terminowe ▶ Lokaty dynamiczne	Bankowość inwestycyjna i finansowanie strukturalne ▶ Finansowanie projektów ▶ Kredyty konsorcjalne ▶ Finansowanie nieruchomości
	Ubezpieczenia ▶ Ubezpieczenia dla firm	Ubezpieczenia w ofercie AGRO ▶ Na życie kredytobiorców ▶ Ubezpieczenia upraw ▶ OC posiadaczy pojazdów rolniczych ▶ Ubezpieczenia mienia ▶ Ubezpieczenia NNW ▶ Ubezpieczenia Ochrony Prawnej	
	Leasing (z EFL)	Leasing (z EFL)	

Mapa interesariuszy Banku

Bank Credit Agricole dba o swoje otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne. W 2016 r. zidentyfikował kluczowe grupy interesariuszy, na które wpływa swoją działalnością. Do interesariuszy wewnętrznych Banku należą: pracownicy, Zarząd, Rada Nadzorcza, akcjonariusze oraz właściciel.

Do interesariuszy zewnętrznych Banku zaliczamy: klientów, ekspertów branżowych, regulatorów, liderów opinii (w branży i o branży), liderów opinii – organizacje związane z Francją, konkurencję, media tradycyjne i społecznościowe, społeczności lokalne i władze lokalne, środowisko akademickie i uczelnie, dostawców i franczyzobiorców, partnerów handlowych, rodziny pracowników oraz środowisko naturalne.

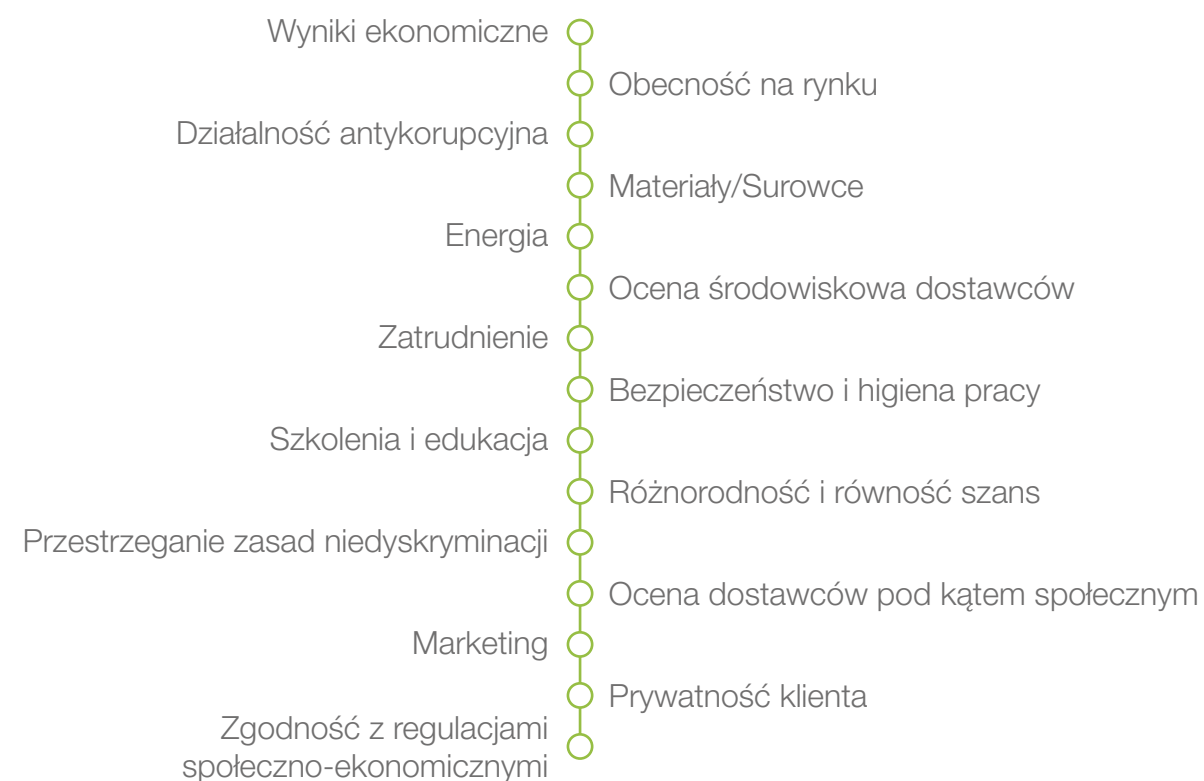
Aktywny dialog z interesariuszami

Bank od lat prowadzi aktywny dialog oraz silnie angażuje się we wspólne działania ze swoimi interesariuszami. Dialog, który staje się platformą dla wymiany pomysłów i wzajemnych oczekiwań, jest dla Banku niezmiennie ważny. Pod koniec 2016 r. został zorganizowany panel interesariuszy. Celem było zebranie od nich opinii i rekomendacji dotyczących praktyk odpowiedzialnego biznesu (CSR) Banku oraz wskazówek dotyczących jego działań społecznych i roli społecznej w regionie. Panel był punktem wyjściowym do dyskusji na temat CSR. Spotkanie zostało przygotowane zgodnie z wytycznymi międzynarodowego standardu dialogu interesariuszy AA1000SES. Przeprowadzili je niezależni moderatorzy z firmy zewnętrznej. W spotkaniu brały udział wyłącznie imiennie zaproszone osoby, należące do różnorodnych środowisk, posiadające cenną wiedzę dotyczącą tematu spotkania oraz aktywnie uczestniczące w życiu otoczenia Banku. Kluczowi interesariusze zostali wybrani podczas warsztatu w październiku 2016 r., w którym uczestniczyli reprezentanci różnych obszarów funkcjonowania Banku, takich jak Compliance, Prawo, Marketing, HR, Administracja, IT, Komunikacja. Pod uwagę wzięto wszystkie podmioty, które mają wpływ na reputację Banku, bezpośredni i pośredni, oraz te, na które wpływa Bank. Uczestnicy panelu reprezentowali m.in. Agencję Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej, Stowarzyszenie Alliance Française, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, TelForceOne S.A., InTENSO Sp. z o. o., Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej, Uniwersytet SWPS, Fundację Avant Art, Urząd Miasta Wrocław - Biuro ds. Partycypacji Społecznej, Towarzystwo Upiększania Miasta Wrocławia, Miejskie Centrum Wolontariatu, NEONET S.A., MasterCard Europe S.A., Publicon Sp. z o.o., Fundację 102 oraz Fundację Akademia Odpowiedzialnego Biznesu.

Podczas panelu interesariuszy w 2016 r. zostały poruszone 3 główne tematy, które stały się przyczynkiem do prac nad raportem niefinansowym:

- ▶ odpowiedzialność Banku – opinie i oczekiwania wobec działalności Banku w kontekście dobrych praktyk odpowiedzialnego biznesu;
- ▶ specyfika regionu i istotne dla niego kwestie społeczne – wskazanie ważnych zagadnień związanych z charakterem i jakością życia społecznego i gospodarczego Wrocławia;
- ▶ społeczna rola Banku – rekomendacje tematów i działań społecznych, które warto, aby Bank wziął pod uwagę, planując zaangażowanie społeczne na najbliższe lata, a także cele, jakie powinien sobie stawiać w tej sferze.

W ostatnim kwartale 2017 r. zorganizowano spotkanie z interesariuszami wewnętrznymi oraz przeprowadzono ankiety wśród interesariuszy zewnętrznych, w których mogli oni wskazać najistotniejsze, z ich punktu widzenia, aspekty funkcjonowania firmy.





Wyzwania wobec interesariuszy

Bank Credit Agricole określił główne obszary swojego oddziaływania na zrównoważony rozwój ekonomiczny, społeczny i środowiskowy. Dla kluczowych grup interesariuszy zidentyfikował obszary wpływu, a także wyzwania, możliwości oraz korzyści płynące z realizacji zaplanowanych działań.

Klienci



Wpływ na:

zapewnienie bezpieczeństwa powierzonych przez klientów środków, zindywidualizowane długoterminowe relacje, analiza potrzeb, odpowiedzialna sprzedaż

Wyzwania:

zapewnienie wysokiej jakości obsługi i zindywidualizowanego podejścia wobec rosnącej liczby klientów, zapewnienie poprawności działania procesów w Banku oraz wprowadzanie usprawnień w odpowiedzi na potrzeby klientów

Korzyści:

zyskanie przewagi konkurencyjnej jako Bank uważny, który słucha klientów i oferuje im produkty, których potrzebują

Podejmowane działania:

zmiana standardów sprzedaży, usprawnienie procesów, usprawnienia w dostępie do usług w placówkach i poprzez kanały zdalne

Pracownicy



Wpływ na:

poziom zaangażowania pracowników, stabilność zatrudnienia i uczciwe wynagrodzenie, możliwość utrzymania równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym

Wyzwania:

zwiększenie poziomu zaangażowania i identyfikacji pracowników z firmą i jej strategicznymi celami

Korzyści:

zwiększona efektywność pracy i lepsze wyniki biznesowe, reputacja dobrego pracodawcy

Podejmowane działania:

realizacja programów promujących work-life balance, poprawa komunikacji z pracownikami

Społeczeństwo



Wpływ na:

jakość życia osób ze środowisk dyskryminowanych społecznie

Wyzwania:

zwiększenie aktywności i rozszerzenie skali oddziaływania

Korzyści:

wpływ na rozwiązywanie problemów społecznych (np. walka z dyskryminacją i nierównością, niski poziom wiedzy finansowej w społeczeństwie)

Podejmowane działania:

realizowanie projektów przeciwdziałających dyskryminacji oraz programów edukacyjnych

Środowisko



Wpływ na:

zrównoważone wykorzystanie energii elektrycznej i materiałów biurowych, odpowiedzialne gospodarowanie odpadami

Wyzwania:

wdrożenie polityki środowiskowej oraz kompleksowego narzędzia do raportowania i monitorowania danych środowiskowych

Korzyści:

optymalizacja procesów w Banku i związane z tym oszczędności energii, paliw, wody itd.; zmniejszenie opłat za zanieczyszczanie środowiska

Podejmowane działania:

realizacja projektów na rzecz poprawy jakości powietrza, monitorowanie zużycia zasobów i wprowadzanie działań redukcyjnych, edukacja ekologiczna klientów i pracowników

Bliska współpraca z dostawcami

Bank Credit Agricole od lat utrzymuje bliskie i bezpośrednie relacje ze swoimi dostawcami. W 2017 r. w Banku zrealizowano 72 procesy zakupowe. Na początku każdego z nich wszyscy oferenci wypełniali obowiązkową ankietę CSR.

Podczas procesu zakupowego oraz kwalifikacji dostawców Bank stosuje zestandaryzowane zasady. Od 2011 r. obowiązuje *Polityka Zakupowa Credit Agricole Bank Polska S.A.*, która wyznacza jednolite i spójne reguły działania w tym zakresie. Do wspomnianej *Polityki* zostały wdrożone zasady CSR. Oznacza to, że wszyscy dostawcy muszą spełniać określone kryteria już na etapie oceny w procesie ich wyboru. Oferenci odpowiadają na pytania z obszarów: Organizacja, Miejsce pracy, Rynek i klienci, Społeczeństwo, Środowisko. W ten sposób określany jest poziom ich zaawansowania we wdrażaniu wartości CSR.

Bank nie posiada odrębnej polityki praw człowieka, jednak ten aspekt jest bardzo istotny w relacjach z interesariuszami Banku. W roku 2017 wszystkich dostawców poddano ocenie pod kątem praktyk zatrudnienia, respektowania praw człowieka oraz wpływu na społeczeństwo. Badanie polega na wypełnieniu przez dostawcę ankiety społecznej odpowiedzialności i udzieleniu odpowiedzi na pytania:

1. Czy w ostatnim roku przeciwko firmie prowadzono postępowanie(-a) i nałożono na nią prawomocne kary, związane ze złym traktowaniem pracowników (łamanie prawa pracy)?
2. Czy, określając swoje oczekiwania i wymagania wobec dostawców lub nabywanych surowców, materiałów i usług, zwracacie Państwo uwagę na kwestie odpowiedzialności społecznej?
3. Czy Państwa firma angażuje się w akcje/projekty współpracy z lokalną społecznością, czy przekazuje darowizny na cele społeczne?
4. Czy w trakcie ostatniego roku finansowego spółka podjęła działania na rzecz ograniczenia zużycia surowców i materiałów?
5. Czy w trakcie ostatniego roku finansowego na firmę nałożono prawomocną(-e) karę(-y) za nieprzestrzeganie przepisów ochrony środowiska?



Odpowiedzialny łańcuch dostaw

Skuteczne i odpowiedzialne zarządzanie łańcuchem dostaw jest istotne dla każdego przedsiębiorstwa, zwłaszcza działającego w branży finansowej. Dlatego Bank Credit Agricole stosuje narzędzia pozwalające zoptymalizować ten proces:

1. Potrzeby zakupowe zaspokajane są w oparciu o umowy ramowe zarządzane przez jednostki organizacyjne Banku, odpowiedzialne merytorycznie za daną kategorię.
2. W przypadku braku umowy lub jej bliskiego wygaśnięcia jednostka organizacyjna kieruje do jednostki zakupowej Banku polecenie przeprowadzenia procesu zakupowego. W jego wyniku z dostawcą podpisana jest umowa ramowa lub składane jest jednorazowe zamówienie.
3. Nowa umowa zarządzana jest przez odpowiednią merytorycznie jednostkę.
4. Współpraca z dostawcą podlega okresowej ocenie w oparciu o ustalone w Banku zasady.
5. Proces zakupowy jest dokumentowany, archiwizowany i audytowany.

W 2017 r. nie odnotowano znaczących zmian w łańcuchu dostaw.

Relacje z partnerami biznesowymi

Bank Credit Agricole dąży do tego, aby współpraca z partnerami biznesowymi opierała się na wspólnym systemie wartości oraz takich samych zasadach prowadzenia społecznie odpowiedzialnego i etycznego biznesu. Dlatego w kwietniu 2017 r. w Banku przyjęty został *Kodeks standardów etycznych dla Partnerów Biznesowych*. Jest on ogólnodostępny na stronie internetowej Banku oraz stosowany w procesie nawiązywania relacji z nowymi partnerami. W przypadku, gdy partner biznesowy zaobserwuje jakiegokolwiek działania pracowników Banku stanowiące naruszenie zasad i standardów postępowania wynikających z *Kodeksu*, powinien niezwłocznie dokonać zgłoszenia na przeznaczony do tego celu adres e-mail. Departament Compliance jest odpowiedzialny za funkcjonowanie skrzynki oraz wyjaśnianie otrzymywanych zgłoszeń. Jednocześnie Bank nie toleruje jakichkolwiek przejawów dyskryminacji wobec osób zgłaszających naruszenia zasad zawartych w *Kodeksie*. Według stanu na 31 grudnia 2017 r. nie odnotowano żadnego zgłoszenia naruszenia, które zostałoby skierowane przez partnera biznesowego Banku na adres e-mail, zgodnie z postanowieniami *Kodeksu*.

Członkostwo w organizacjach

Bank Credit Agricole jest członkiem wielu organizacji branżowych, ale również spoza branży. Od wielu lat aktywnie uczestniczy m.in. w pracach Związku Banków Polskich (ZBP).

ZBP podejmuje i wspiera działania na rzecz rozwoju polskiej gospodarki w Unii Europejskiej oraz współpracy międzynarodowej, a także pełni funkcje konsultacyjno-doradcze w procesach legislacyjnych związanych z działalnością bankową. Bank bierze pod uwagę wypracowane w ZBP rekomendacje oraz jest członkiem następujących grup roboczych:

- ▶ Forum Bezpieczeństwa Transakcji Kartowych;
- ▶ Grupa Operacyjna c-Fraud;
- ▶ Forum Bezpieczeństwa Systemów IT;
- ▶ Grupa Operacyjna IT;
- ▶ Zespół interpretacyjny ds. ustawy Split Payment;
- ▶ Reprezentacja ws. programu zwalczania nadużyć podatkowych;
- ▶ Grupa ds. egzekucji prowadzonej wobec rolników.

Wpływ na środowisko naturalne

Bank Credit Agricole podejmuje wiele działań mających na celu ograniczenie swojego wpływu na środowisko naturalne. Główne cele Banku Credit Agricole dotyczące środowiska zostały wyszczególnione w *Strategii społecznej odpowiedzialności biznesu Credit Agricole Bank Polska S.A.*

Działania Banku w zakresie CSR i ochrony środowiska opierają się o jego wartości, a także szereg uregulowań wewnętrznych i zewnętrznych. Istotną inicjatywą odnoszącą się do społecznej odpowiedzialności biznesu jest wewnętrzny program Grupy Crédit Agricole – FReD, angażujący wszystkie jednostki w działania na rzecz otoczenia, w tym środowiska naturalnego. Dodatkowo oferenci Banku, w ramach procesu zakupowego, wypełniają ankietę CSR, której jedno z zagadnień dotyczy ochrony środowiska.

Bank od lat angażuje się w różnorodne inicjatywy, które pozytywnie wpływają na otaczające go środowisko. W *Strategii społecznej odpowiedzialności biznesu* ważne miejsce zajęło podejście firmy do środowiska naturalnego, które wymienione zostało jako jeden z kluczowych interesariuszy Banku. *Strategia CSR* odnosząca się do środowiska naturalnego uwzględnia takie obszary, jak: „zielone” produkty i usługi; innowacje ekologiczne w produkcji przemysłowej; wpływ na środowisko i ochrona środowiska; dialog z interesariuszami; ochrona środowiska w procesie zakupowym; polityki i procesy uwzględniające ochronę środowiska.

Działania w wymienionych obszarach stanowią priorytetowe zobowiązania stojące przed Bankiem w odniesieniu do środowiska naturalnego, wynikające z globalnego podejścia do promowania aktywności Grupy Crédit Agricole w sferze społecznej odpowiedzialności biznesu.



Dbłość o środowisko naturalne wpisuje się we wszystkie trzy cele strategiczne CSR Banku:

- ▶ wspieranie społeczności lokalnych w realizacji wyzwań dot. zrównoważonego rozwoju;
- ▶ doskonalenie relacji z pracownikami i klientami;
- ▶ zarządzanie ryzykiem, w tym ryzykiem pozafinansowym.

Wyraża się ona m.in. poprzez ograniczanie bezpośredniego wpływu na środowisko, zwłaszcza na drodze zmniejszania zużycia energii i papieru oraz redukcji ilości wytwarzanych odpadów, a także poprzez uwzględnianie kryteriów środowiskowych i społecznych już na etapie planowania produktów i usług. Ze względu na specyfikę swojej działalności, Bank nie ma spisanej polityki środowiskowej.

Działania na rzecz środowiska naturalnego

W 2017 r. Bank Credit Agricole kontynuował działania na rzecz ochrony środowiska, których realizacji podjął się we wcześniejszych latach, a także rozpoczął nowe inicjatywy.

Jednym z wieloletnich projektów realizowanych przez Bank przyczyniających się do ochrony środowiska jest wymiana tradycyjnego oświetlenia na żarówki energooszczędne. Do końca 2017 r. wymienione zostało oświetlenie na obszarze 3760,2 m², co pozwoliło znacznie zmniejszyć zużycie energii elektrycznej w oddziałach. W nowo otwieranych placówkach stosowane jest wyposażenie przyjazne środowisku.

Bank wdraża strategię CSR dotyczącą ochrony środowiska także poprzez zmniejszanie zużycia papieru w procesie obsługi klienta. W styczniu 2016 r. udostępniono współpracującym z Bankiem sklepom w pełni elektroniczny sposób zawierania ratalnej umowy kredytowej. Bank szacuje, że dzięki temu zaoszczędził w 2017 r. ok. 3 056 941 kartek papieru.

Dodatkowo Bank promuje proekologiczne postawy wśród pracowników, np. poprzez zachęcanie ich do wybierania transportu rowerowego. W 2017 r. firma brała udział m.in. w Europejskim Wyzwaniu Rowerowym, które miało na celu rywalizację miast o tytuł Rowerowej Stolicy Europy. Pracownicy Banku w maju 2017 r. łącznie przejechali na rowerach ponad 4300 km. Również dzięki ich wysiłkowi stolica Dolnego Śląska znalazła się w czołówce tamtej edycji wydarzenia.

Nowy standard placówek przyjazny środowisku



50

Placówek w nowym standardzie

Bank Credit Agricole posiada 50 placówek w nowym standardzie przyjaznym środowisku, które zostały otwarte od listopada 2016 r. do grudnia 2017 r. Credit Agricole wdrażał w nich rozwiązania proekologiczne, wykorzystując m.in. materiały przyjazne środowisku (wykładzina, krzesła, sufity dźwiękochłonne i lampy). Nowy standard placówek został opracowany w 2016 r., na podstawie standardzie badań preferencji, przeprowadzonych wśród klientów i pracowników.

Redukowanie zużycia energii

Redukcja zużycia energii jest dla Banku niezwykle istotna, dlatego stara się on wprowadzać energooszczędne rozwiązania oraz edukować pracowników w zakresie oszczędzania energii.

10,239 TJ

całkowite zużycie energii pochodzącej ze źródeł nieodnawialnych

stosowany rodzaj paliwa:

węgiel

0,304 TJ

całkowite zużycie energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych

stosowany rodzaj paliwa:

elektrownie wiatrowe elektrownie wodne

Zużycie energii w organizacji

10,543 TJ /2,928 GWh

całkowite zużycie energii elektrycznej

1,468 TJ /0,408 GWh

całkowite zużycie energii cieplnej

12,011 TJ

całkowite zużycie energii

Dane dotyczą budynków będących własnością Credit Agricole Bank Polska S.A.





**Zarządzanie
i strategia**

Struktura organizacyjna

Podstawową strukturę organizacyjną Banku Credit Agricole tworzą Centrala Banku i Sieć Sprzedaży (Regionalna Sieć Sprzedaży oraz Regionalna Sieć Sprzedaży i Relacji z Partnerami).

Szczegółowa struktura organizacyjna została opisana na stronie internetowej Banku:
<https://www.credit-agricole.pl/o-banku/poznaj-credit-agricole-bank-polska>

W Banku działają następujące organy:

- ▶ Zarząd;
- ▶ Rada Nadzorcza;
- ▶ Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

Ponadto w Banku funkcjonują:

- ▶ Komitety działające w ramach Rady Nadzorczej;
- ▶ Komitety działające w ramach Zarządu.

Zarząd

Zarząd reprezentuje oraz kieruje działalnością Banku, a także administruje jego majątkiem. Jest także uprawniony do prowadzenia spraw Banku niezastrzeżonych dla Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej.

Zarząd wg stanu na 31 grudnia 2017 r. składa się z 7 członków:

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

Członków Zarządu powołuje Rada Nadzorcza na okres 5 lat. Rada Nadzorcza ustala liczbę członków Zarządu i wewnętrzny podział kompetencji w Zarządzie.

Powołanie Prezesa i członka Zarządu odpowiedzialnego za nadzorowanie zarządzania istotnym ryzykiem oraz powierzenie tych funkcji członkom Zarządu następuje za zgodą Komisji Nadzoru Finansowego.

Komitety działające w ramach Zarządu:

Komitety są stałymi lub doraźnymi organami kolegialnymi, posiadającymi kompetencje opiniotawcze lub stanowiące.

W ramach Zarządu Banku funkcjonuje 13 komitetów:

- ▶ Komitet Zarządzania Aktywami i Pasywami;
- ▶ Komitet Walidacji Modeli;
- ▶ Komitet Nowych Produktów i Działalności;
- ▶ Komitet Kryzysowy;
- ▶ Komitet Bezpieczeństwa;
- ▶ Komitet Compliance;
- ▶ Komitet Rozwoju;
- ▶ Komitet Organizacji Sieci;
- ▶ Komitet Kredytów Trudnych;
- ▶ Komitet Kredytowy;
- ▶ Komitet Ryzyka i Kontroli Wewnętrznej;
- ▶ Komitet Projektów i Portfela;
- ▶ Komitet Obsługi Klienta.



Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza wykonuje stały nadzór nad działalnością Banku we wszystkich dziedzinach jego funkcjonowania. Działa na podstawie przepisów *Kodeksu spółek handlowych*, *Prawa bankowego*, innych ustaw, *Statutu Banku* oraz swojego *Regulaminu*.

Rada Nadzorcza według stanu na 31 grudnia 2017 r. składa się z 9 członków:

François Edouard Drion
Przewodniczący Rady Nadzorczej

Elżbieta Jarzeńska-Martin
Członek Rady Nadzorczej

Mariusz Wyżycki
Członek Rady Nadzorczej

Bernard Pacory
Członek Rady Nadzorczej

Jean-Christophe Kiren
Członek Rady Nadzorczej

Guilhem Nouvel-Alaux
Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej

Alfred Janc
Członek Rady Nadzorczej

Liliana Anam
Członek Rady Nadzorczej

Romuald Szeliga
Członek Rady Nadzorczej

W Radzie Nadzorczej zasiadają 2 kobiety oraz 7 mężczyzn. Kadencja członków Rady Nadzorczej trwa 5 lat. W skład Rady Nadzorczej Banku wchodzi 3 członków posiadających status członka niezależnego:

- ▶ Alfred Janc;
- ▶ Mariusz Wyżycki;
- ▶ Liliana Anam.

Członkowie Rady Nadzorczej wykonują swoje funkcje w sposób aktywny, wykazując się niezbędnym poziomem zaangażowania w pracę w wymiarze umożliwiającym należyte wykonywanie zadań. Pozostała aktywność zawodowa członków Rady Nadzorczej nie odbywa się z uszczerbkiem dla jakości i efektywności sprawowanego nadzoru. Walne Zgromadzenie oceniło, że Rada Nadzorcza posiada zbiorowe kompetencje zapewniające odpowiedni poziom sprawowania nadzoru nad wszystkimi obszarami działania Banku, biorąc pod uwagę m.in. przeprowadzoną ocenę odpowiedniości poszczególnych członków Rady.

Składy komitetów działających w ramach Rady Nadzorczej:

Komitet Audytu:

- ▶ Alfred Janc
- ▶ Elżbieta Jarzeńska-Martin
- ▶ Liliana Anam

Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń:

- ▶ Alfred Janc
- ▶ Bernard Pacory
- ▶ François Edouard Drion

Komitet ds. Ryzyka:

- ▶ Guilhem Nouvel-Alaux
- ▶ Jean-Christophe Kiren
- ▶ Elżbieta Jarzeńska-Martin

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy

Walne Zgromadzenie obraduje jako zwyczajne lub nadzwyczajne. Zwołuje się je w sposób przewidziany w obowiązujących przepisach prawa. Walne Zgromadzenia odbywają się w siedzibie Banku we Wrocławiu lub w Warszawie. Zwyczajne Walne Zgromadzenie odbywa się w terminie 6 miesięcy po upływie każdego roku obrotowego.

Prawo do zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia przysługuje:

- ▶ Zarządowi;
- ▶ Radzie Nadzorczej, jeżeli zwołanie go uzna za wskazane;
- ▶ Akcjonariuszom reprezentującym co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w Credit Agricole Bank Polska S.A.

Walne Zgromadzenie może podejmować uchwały m.in. w następujących kwestiach:

- ▶ zatwierdzenie sprawozdania finansowego Banku za ubiegły rok obrotowy;
- ▶ udzielenie członkom organów Credit Agricole Bank Polska S.A. absolutorium z wykonania przez nich obowiązków;
- ▶ zmiana statutu;
- ▶ podwyższenie lub obniżenie kapitału zakładowego.



Strategia Banku

Bank w swojej działalności kieruje się wartościami, które uwzględniają potrzeby klientów, otoczenia, jak i rynku bankowego. Bank działa zgodnie z przyjętą wizją i misją.

Wizja i misja

Wizja



W naszym Banku zawsze skupiamy się na ludziach. Proponujemy rozwiązania najlepiej dopasowane do potrzeb Klientów, wspieramy rozwój Pracowników i tworzymy unikalną wartość we współpracy z Partnerami.

Misja



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.

Podójście do Klienta

Wizja i misja Banku są spójne z jego podejściem do Klienta.

Sposób
działania

Poza schematem

Zaskakujemy drobnymi inicjatywami. Jesteśmy elastyczni.
Szukamy najlepszych rozwiązań. Jesteśmy na TAK!

Wartości
wyróżniające

Opieka i zaangażowanie

Dbamy o relacje, wspieramy Klienta i jego najbliższych na co dzień.
Chcemy, aby Klient czuł się jak u siebie.

Szybkość

Tworzymy szybkie i proste procedury. Obsługujemy w trakcie jednego kontaktu. Stosujemy nowoczesne technologie. Jesteśmy dostępni w wielu krajach.

Przejrzystość

Dotrzymujemy obietnic. Nie stosujemy gwiazdek. Piszemy prostym, zrozumiałym językiem. Działamy w sposób otwarty.

Bezpieczeństwo

Jesteśmy Bankiem z ponad 10-letnim doświadczeniem. Mamy stabilne i bezpieczne systemy. Szanujemy wybory Klienta.

Wartości podstawowe





Główne założenia strategii biznesowej

Rok 2017 był kolejnym ważnym rokiem w rozwoju Banku Credit Agricole, pomimo dużych zmian w przepisach prawa dotyczących bankowości i ubezpieczeń oraz zwiększonych obciążeń dla sektora bankowego. Do strategicznych sukcesów można zaliczyć zarówno zmiany o charakterze finansowym, jak i operacyjnym, w tym m.in. powiększenie bazy aktywnych klientów z aktywnym kontem, rozwój działalności w segmencie rolników, małych i średnich przedsiębiorstw oraz korporacji.

W 2017 r. Bank przeprowadził analizę otoczenia rynkowego, prawnego i podatkowego, po której podjęto decyzję o utrzymaniu w mocy *Strategii* uchwalonej w grudniu 2016 r. Głównym celem działań podejmowanych w oparciu o ten dokument jest transformacja w stronę banku uniwersalnego oraz uplasowanie się w ścisłej czołówce tego typu podmiotów w Polsce. Realizacja celu będzie możliwa dzięki dalszemu podążaniu obraną drogą, tj. rozwojowi organicznemu popartemu inicjatywami mającymi za zadanie:

- ▶ dalsze zwiększanie bazy klientów aktywnie korzystających z produktów Banku;
- ▶ zdobycie widocznego udziału w rynku usług bankowych dla przedsiębiorstw oraz dla rolników;
- ▶ utrzymanie wysokiej pozycji na rynku Consumer Finance;
- ▶ rozwój oferty ubezpieczeń w celu zaspokajania potrzeb klienta bankowości uniwersalnej;
- ▶ dalszą poprawę wyników finansowych;
- ▶ zwiększenie wykorzystania synergii w ramach spółek Grupy Crédit Agricole w Polsce.

Wyniki finansowe

W roku 2018 Bank będzie nadal pracował nad zmniejszaniem obciążeń nałożonych na sektor. W kolejnych latach firma spodziewa się systematycznej poprawy wyniku netto. Wzrost przychodów będzie wynikiem realizacji strategii - rozwoju bankowości uniwersalnej przy jednoczesnym utrzymaniu 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, z jednoczesnym wspieraniem projektów o charakterze strategicznym w obszarach biznesowych i IT. Pozwoli to na dalsze ograniczanie współczynnika koszt/przychód.

Rozwój i przystosowywanie sieci bankowej

Jednym z elementów strategii biznesowej Banku jest konsekwentne zwiększanie dostępności usług Banku dla klientów. W celu zapewnienia im najwyższej jakości usług, Bank będzie kontynuował optymalizację usług świadczonych w sieci placówek bankowych i poprzez platformę e-bank (serwis WWW), a także rozwijał mobile banking (aplikacja na telefony).

Wzrost aktywności klientów

Podstawowym miernikiem wzrostu w zakresie bankowości uniwersalnej jest liczba klientów aktywnie korzystających z kont. Jest to fundamentalna, długotrwała relacja z klientem, ułatwiająca zaspokajanie jego potrzeb finansowych poprzez oferowanie nowych usług i produktów. Aby być skutecznym, spójnym i zwiększać portfel aktywnych klientów, Bank określił strategię biznesową – chce być bankiem skoncentrowanym na kliencie, któremu oferuje usługi zarówno z zakresu bankowości, jak i ubezpieczeń. Kluczowym jest, żeby ta

relacja była zindywidualizowana, niezależnie od preferencji klienta dotyczących korzystania z usług Banku. W 2017 r. Bank dokonał wielu zmian w podejściu do klienta, zarówno znanego, jak i nowego, idących w kierunku zwiększenia akwizycji oraz lojalności poprzez poprawę jakości obsługi. Potwierdzają to wysokie wyniki CRI (wskaźnik rekomendacji klienta) oraz rozpoznawalności marki Crédit Agricole. W 2018 r. Bank planuje rozwój e-bankowości, aplikacji mobilnej (wdrożonej w 2016 r. i wysoko ocenianej przez klientów) oraz dodatkowych usług z obszaru bankowości detalicznej.

Rozwój oferty bankowej dla małych i średnich firm, sektora AGRO oraz dużych przedsiębiorstw

Usługi dla rolników (wprowadzone w 2012 r.) były w 2017 r. rozwijane. Z uwagi na potencjał tego segmentu rynku, skala działalności w nim powinna w najbliższych latach ulec znacznemu poszerzeniu, umożliwiając czerpanie przez Bank dodatkowych korzyści. W kolejnych latach systematycznie będzie rozwijana oferta produktowa przeznaczona dla małych i średnich przedsiębiorstw, szczególnie w obszarze pozakredytowym. Bank spodziewa się dynamicznego wzrostu w tej gałęzi działalności.

W 2017 r. oferta dla średnich i dużych przedsiębiorstw została dodatkowo wzmocniona i poszerzona o nowe usługi. Obecnie klienci obsługiwani są w centrach korporacyjnych, obejmujących obszar całego kraju i zlokalizowanych w Warszawie, Krakowie, Gdańsku i Wrocławiu (z filią w Poznaniu). Zostały uruchomione dodatkowe kanały dostępu do istniejących produktów oraz wdrożone całkowicie nowe usługi, spełniające specyficzne wymagania klientów korporacyjnych. Kolejne lata przyniosą stabilny wzrost przychodów w tym segmencie działalności. Poszerzenie oferty Banku o obsługę korporacji wpisuje się doskonale w strategię budowania w pełni uniwersalnego banku, oferującego nie tylko szerokie spektrum produktów, ale również obsługującego wszystkich klientów, w tym instytucjonalnych.

Consumer Finance

Bank jest jednym z liderów rynku Consumer Finance w Polsce. W najbliższym czasie firma planuje utrzymać tę pozycję. Segment Consumer Finance jest nadal jednym z najbardziej perspektywicznych rynków w Polsce. Bank współpracuje od lat z szeroką siecią partnerów i dzięki zdobytemu doświadczeniu oraz rozpoznawalności marki będzie nadal pozyskiwał klientów we wspomnianym segmencie. W 2017 r. Bank aktywnie poszukiwał nowych kanałów dystrybucji, przede wszystkim zdalnych (np. internet). Działania w tej sferze będą rozwijane w latach 2018-2022.





Odpowiedzialne zarządzanie ryzykiem

Bank Credit Agricole podejmuje wszelkie możliwe działania na rzecz identyfikacji i przeciwdziałania skutkom ryzyk związanych z charakterem prowadzonej działalności. Stale analizuje ryzyko operacyjne, która uwzględnia czynniki społeczne i środowiskowe.

W Banku funkcjonuje procesowe podejście do zarządzania ryzykiem operacyjnym. Określone zostały poszczególne szczeble zarządzania tym rodzajem ryzyka oraz zakresy obowiązków i odpowiedzialności od poziomu podstawowego stanowiska pracy aż do Rady Nadzorczej. Zarząd Banku projektuje i wprowadza system zarządzania ryzykiem, który podlega kontroli Rady Nadzorczej. Pracownicy Banku są systematycznie szkoleni z zasad przeciwdziałania nadużyciom oraz ochrony środków i danych klientów. Bank przyjął określone limity zaangażowania dla klientów indywidualnych, jak również instytucjonalnych z poszczególnych kategorii branż, przy czym w przypadku branż wysokiego ryzyka poziom ustalonych limitów jest najbardziej restrykcyjny.

W Banku działa Departament Compliance, Compliance Officer oraz Departament Audytu Wewnętrznego – szczegółowe zapisy dotyczące ich działalności określone są w procedurach bankowych. Departament Compliance dba o zgodność postępowania firmy z przepisami prawnymi związanymi z działalnością finansową, w tym bankową, oraz z regulaminami i instrukcjami wydanymi przez instytucje nadzoru, jak również z przyjętymi zasadami dobrych praktyk, a także normami i regulaminami wewnętrznymi obowiązującymi w firmie oraz w całej Grupie Crédit Agricole. Compliance Officer zarządza Departamentem Compliance, czuwa nad zapewnieniem zgodności działania spółek Grupy Crédit Agricole w Polsce, zarządza ryzykiem braku zgodności (ryzykiem Compliance) w imieniu Zarządów tych spółek. Compliance Officer jest niezależny w wykonywaniu swoich obowiązków.

Zakres działań Departamentu Audytu Wewnętrznego obejmuje w szczególności badanie i ocenę:

- ▶ zgodności działania Banku z wymogami prawa, regulacjami nadzorczymi, ogólnie przyjętymi normami postępowania oraz wdrożoną polityką i procedurami;
- ▶ zabezpieczenia aktywów Banku i klientów;
- ▶ wiarygodności i integralności zapisów księgowych, informacji finansowych, operacyjnych i zarządczych oraz sprawozdawczości generowanej na potrzeby wewnętrzne oraz zewnętrzne, ze szczególnym uwzględnieniem instytucji nadzorczych;
- ▶ środowiska systemów informatycznych;
- ▶ efektywności, wydajności i bezpieczeństwa operacji.

Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi

Bank Credit Agricole działa zgodnie z prawem oraz regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług. Na Bank nie zostały też nałożone z tego tytułu żadne kary.

W lutym 2017 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) Delegatura w Łodzi wszczął wobec Banku postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Postępowanie dotyczyło zasad rozliczania transakcji dokonanych za pośrednictwem karty debetowej. Bank został zobowiązany do wykonania usprawnień w terminach wskazanych przez UOKiK. Na Bank nie została nałożona kara finansowa. Decyzja jest prawomocna od 5 stycznia 2018 r. W Banku przygotowano harmonogram realizacji decyzji UOKiK.

10 maja 2017 r. Prezes UOKiK wydał decyzję dotyczącą części zarzutów z postępowania wszczętego 5 listopada 2015 r. przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura w Bydgoszczy, w sprawie stosowania przez Bank praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Na Bank nie została nałożona kara finansowa. Decyzja jest prawomocna od 17 czerwca 2017 r. Bank w terminach wskazanych w decyzji wykonuje wynikające z niej zobowiązanie. Decyzja jest prawomocna od 17 czerwca 2017 r. Bank w terminach wskazanych w decyzji wykonuje wynikające z niej zobowiązanie.

Przestrzeganie zasad etycznych

Bank Credit Agricole przywiązuje szczególną uwagę do przestrzegania i stosowania w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych zasad i standardów etycznych. 5 lipca 2017 r. I Wiceprezes Zarządu skierował do wszystkich pracowników Banku komunikację dotyczącą standardów etycznych, które wynikają z wprowadzonej przez Grupę Crédit Agricole nowej *Karty Etyki*. Od 12 czerwca 2017 r. w Banku funkcjonuje nowy *Kodeks Etyki Credit Agricole Bank Polska S.A.* (zwany dalej *Kodeksem Etyki*), spójny z wartościami Grupy Crédit Agricole. *Kodeks Etyki* obowiązuje wszystkich pracowników Banku, w tym także członków organów statutowych oraz osoby zatrudnione w Banku na podstawie umów cywilnoprawnych. Bank udostępnia *Kodeks Etyki* oraz *Kartę Etyki* na swojej stronie internetowej, jak również zapewnia swobodny dostęp do tych regulacji w swojej sieci wewnętrznej. Obowiązujący *Kodeks Etyki*, przyjęty przez Zarząd i zatwierdzony przez Radę Nadzorczą, stanowi podstawę systemu norm i zasad etycznego postępowania Banku, będących fundamentem dla budowania skutecznego ładu wewnętrznego.

Poza *Kodeksem Etyki* na wspomniany system składają się:

- ▶ *Karta Etyki Grupy Crédit Agricole*;
- ▶ *Corpus FIDES* – wspólny dla wszystkich spółek Grupy Crédit Agricole na świecie Program Zgodności;
- ▶ *Zasady korzystania z danych osobowych Grupy Crédit Agricole*;
- ▶ *Kodeks Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej) ZBP*;
- ▶ *Zasady ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych, uchwalone przez Komisję Nadzoru Finansowego*;
- ▶ *Kodeks standardów etycznych dla Partnerów Biznesowych*.

Wszyscy pracownicy Banku zapoznali się z *Kodeksem Etyki* podczas szkoleń wstępnych i podpisali odpowiednie oświadczenie, archiwizowane wraz z dokumentami personalnymi pracownika w Departamencie Zarządzania Personalem w Pionie HR. Ponadto, każdorazowo po wprowadzeniu zmian do *Kodeksu* i zakomunikowaniu tego faktu wszystkim pracownikom, każdy przełożony zobligowany jest do pisemnego potwierdzenia zapoznania się z nowym brzmieniem dokumentu przez jego podwładnych. Zarząd Banku dokonuje okresowej weryfikacji i oceny przestrzegania *Kodeksu Etyki*, w celu jego dostosowania do zmieniającej się sytuacji wewnętrznej Banku i jego otoczenia, zaś operacyjnie za jego aktualizację odpowiedzialny jest Departament Compliance.

Kodeks Etyki Credit Agricole

Kodeks Etyki Credit Agricole Bank Polska S.A. powstał z troski o wysoką jakość świadczonych klientom usług. Reguluje zasady dotyczące zapobiegania konfliktom interesów, przyjmowania i wręczania upominków, transakcji prywatnych pracowników Banku, relacji między pracownikami i relacji z podmiotami konkurencyjnymi, a także utrzymywania kontaktów z instytucjami publicznymi, klientami i partnerami biznesowymi oraz z dostawcami. Zawiera tzw. miękkie uregulowania – zasady szeroko pojętego etycznego postępowania w biznesie. Dokument jest aktualizowany na bieżąco.

Przeciwdziałanie korupcji

System przeciwdziałania korupcji w Banku Credit Agricole reguluje *Polityka przeciwdziałania korupcji*, która uwzględnia przepisy prawne dotyczące tej sfery. Celem *Polityki* jest zapobieganie oszustwom wewnętrznym, praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu.

W *Polityce* zawarty jest generalny zakaz korupcji. Dokument obejmuje podstawowe zasady przeciwdziałania korupcji, których zakres jest dostosowany do działalności Banku. *Polityka* wskazuje obszary szczególnie wrażliwe na czynności korupcyjne oraz zawiera wskazówki, jak należy postąpić w przypadku zaobserwowania zachowania, które może nosić znamiona działalności korupcyjnej. Dokument przewiduje odpowiedzialność dyscyplinarną za nieprzestrzeganie wyrażonych w nim zasad.

Wszelkie pytania dotyczące stosowania zasad *Polityki*, wątpliwości interpretacyjne itd. są kierowane do Departamentu Compliance.

Ponadto, w Banku uwzględnia się zasady i standardy opracowane przez Grupę Crédit Agricole, które również zawierają wytyczne postępowania w obszarze przeciwdziałania korupcji, o ile nie są one sprzeczne z przepisami obowiązującymi w Polsce.

W 2017 r. w Banku nie zidentyfikowano przypadków korupcji, które skutkowałyby konsekwencjami takimi jak rozwiązanie umowy z pracownikiem lub jego zwolnienie dyscyplinarne, czy rozwiązanie lub nieodnowienie umowy z partnerem biznesowym.



Nagrody

W 2017 r. pracownicy Banku Credit Agricole zostali wyróżnieni za działalność w sektorze bankowym. Zdobyli:

- ▶ Medal Mikołaja Kopernika – nagroda ZBP;
- ▶ Certyfikat Senior Menadżera ds. Zarządzania Procesami i Jakością – certyfikaty ZBP.



Najczęściej polecany bank w Polsce

Bank Credit Agricole zajął pierwsze miejsce w badaniu Millward Brown pod względem rekomendacji klientów. Agencja badawcza zapytała konsumentów w Polsce, jaki bank poleciliby swoim znajomym lub rodzinie.



Bank, do którego przenoszą się klienci

Ponad 60% wniosków w systemie Ognivo Krajowej Izby Rozliczeniowej, składanych przez klientów chcących zmienić swój bank, jako bank docelowy wskazywało Credit Agricole.



Bank doceniany za troskę o środowisko

Bank Credit Agricole po raz drugi został wyróżniony certyfikatem Brązowego Dudka za udział w programie CSR – Ekoaktywni.com. Nagrody zostały przyznane podczas Gali Dudki 2017. Celem wydarzenia było wyróżnienie podmiotów najbardziej zaangażowanych w program, które swoimi działaniami wywierają pozytywny wpływ na środowisko naturalne oraz społeczności lokalne.



Bank nagradzany za kreatywną komunikację marketingową

Spot telewizyjny banku Credit Agricole w ramach kampanii pt. „Szezlong” został nagrodzony w prestiżowym konkursie polskiej kreacji reklamowej Kreatura. Za kreację i produkcję filmu promującego przenoszenie kont do Crédit Agricole odpowiedzialna była agencja Just. „Szezlong” promował nowe, bezpłatne konta osobiste, z kartą płatniczą i darmowym dostępem do bankomatów na całym świecie. Był to pierwszy spot Credit Agricole, w którym wystąpiła aktorka Karolina Gruszka. Konkurs niezależnej polskiej kreacji Kreatura jest organizowany pod egidą miesięcznika „Media & Marketing Polska” od 1996 r.





Klienci



Bank Credit Agricole obsługuje 1,99 mln klientów. Słucha ich uważnie, proponując optymalne rozwiązania. W oparciu o swoje wartości dba, aby każdego dnia zarówno klienci indywidualni, jak i przedstawiciele poszczególnych sektorów byli obsłużeni w pełni profesjonalnie, a ich zasoby były bezpieczne. Działalność Banku koncentruje się na zobowiązaniach względem każdego podmiotu, który zdecydował się na współpracę z Bankiem – niezależnie od jego wielkości.

1,99 mln

Klientów

Grupy Klientów obsługiwanych przez Bank Credit Agricole



Klienci
indywidualni



Małe
i średnie firmy



Sektor
Agro



Duże
przedsiębiorstwa

Klienci indywidualni

Bank w 2017 r. oferował wiele produktów dla klientów indywidualnych. Wśród nich znalazły się 4 pakiety kont osobistych: 1 Konto, przeznaczone dla klientów w wieku 18-27 lat, oraz konto PROSTOoszczędzające, PROSTOoszczędzające PLUS i PROSTOoszczędzające PREMIUM. Ofertę uzupełniała szeroka gama produktów oszczędnościowych, od Rachunku Oszczędzam, przez lokaty krótko- i długoterminowe, aż po Programy Systematycznego Oszczędzania.

Oferta kredytowa zawierała kredyty gotówkowe, konsolidacyjne, hipoteczne, Indywidualną Linie Kredytową oraz kredyt ratalny.

W 2017 r. Bank kontynuował oferowanie produktów inwestycyjnych – funduszy inwestycyjnych Amundi FIO oraz Credit Agricole FIO. Prowadził również subskrypcje ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym – Invest Medica II, Invest Medica III oraz TOP Invest Demography ubezpieczenia z Ubezpieczeniowym Funduszem Kapitałowym.

Do szerokiej oferty ubezpieczeń Bank dodał w 2017 r. Pakiet na Wypadki, który zabezpiecza dzieci od następstw nieszczęśliwych wypadków. Oferowany jest przez Credit Agricole Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. we współpracy z Credit Agricole Bank Polska S.A.

Małe i średnie firmy

Bank obsługuje klientów z sektora MŚP, oferując przedsiębiorcom konta firmowe w pakietach Solista Biznes, Sonata Biznes i Symfonia Biznes, terminale płatnicze, kredyty oraz pożyczkę w rachunku bieżącym, a także leasing i produkty oszczędnościowe.

Sektor AGRO

Bank obsługuje również segment AGRO, któremu oferuje Konto AGRICOLE, kredyty inwestycyjne (na zakup sprzętu, nieruchomości rolnych czy gruntów rolnych), a także finansuje bieżące potrzeby poprzez pożyczkę AGRO lub kredyt Agro w rachunku bieżącym. Dla klientów agrobiznesowych posiada również szeroką ofertę oszczędnościową oraz ubezpieczeniową. Przy ubezpieczeniach Bank współpracuje z Concordia Ubezpieczenia. Bank finansuje zakupy dokonywane przez klientów agrobiznesowych u jego partnerów.

Duże przedsiębiorstwa

Ofertę Banku uzupełnia szeroki zakres usług świadczonych klientom korporacyjnym, zawierający rachunki, karty, obsługę gotówkową, kredyty i finansowanie handlu.





Profesjonalna obsługa reklamacji

Bank Credit Agricole z dużą odpowiedzialnością i zrozumieniem podchodzi do obsługi reklamacji. W celu dbałości o satysfakcję klienta w Banku Credit Agricole funkcjonuje Departament Rozwoju Jakości Obsługi Klienta (DRJOK).

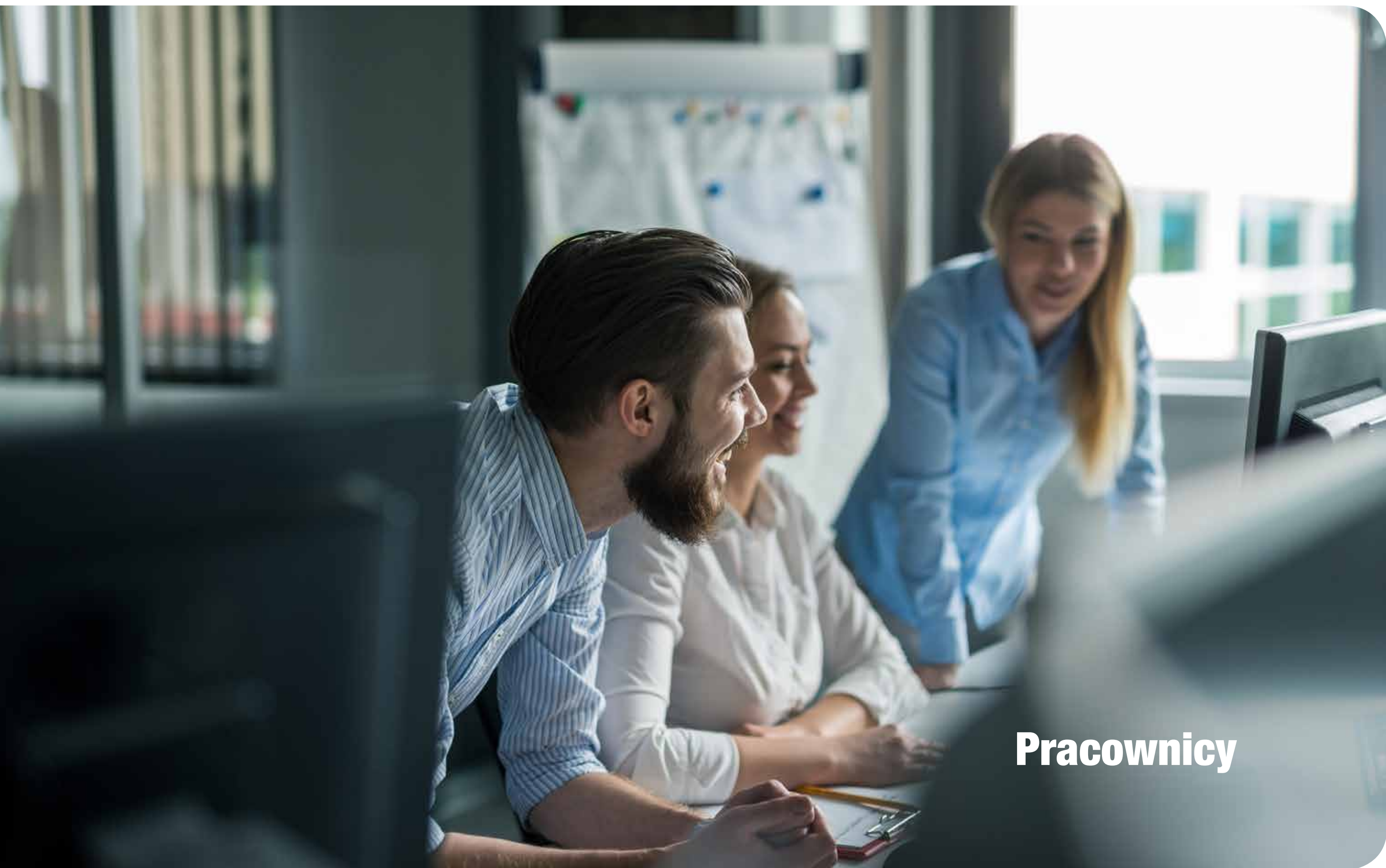
W roku 2017 odnotowano łącznie 1237 reklamacji bezpośrednio lub pośrednio dotyczących kwestii prywatności klientów i ich danych osobowych, z których za zasadne Bank uznał 375 reklamacji. Dwie reklamacje, obie niezasadne, zostały złożone przez instytucje zewnętrzne – Rzecznika Konsumentów oraz Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych.

Wśród reklamacji uznanych za zasadne, największy udział posiadały zgłoszenia oszustwa/wyłudzenia pożyczki lub kredytu (39%) oraz reklamacje będące konsekwencją kierowania korespondencji do klientów na niewłaściwy adres (35%). Pojawiały się także zgłoszenia osób trzecich, informujących o przychodzących do nich z Banku SMS-ach, których nie byli adresatami (17%). Zasadnych reklamacji, w których klienci stwierdzali wykorzystanie ich danych osobowych niezgodnie z wyrażonymi zgodami, odnotowano 28 (7,5%). Zarejestrowano także 6 zasadnych reklamacji fraudowych (1,5%).

Bank dba, by obsługa reklamacji, w szczególności dotyczących ochrony danych osobowych klientów, była w pełni profesjonalna – pozytywne decyzje zostały podjęte także wobec połowy reklamacji nieuzasadnionych. Opisanie reklamacji dotyczyło kwestii prywatności klientów i ich danych osobowych. W DRJOK i innych jednostkach rozpatrujących reklamacje ma miejsce weryfikacja zgłoszonego zdarzenia i – w uzasadnionych przypadkach – informacja o tym fakcie przekazywana jest do jednostek odpowiedzialnych za dany proces (np. Biuro Zapobiegania Fraudom Kredytowym, Pion Ryzyka i Stałej Kontroli, Wsparcie Sprzedaży, Zespół CRM – Zarządzanie Relacjami z Klientem). Jeżeli zidentyfikowany zostanie błąd, DRJOK uczestniczy w wypracowaniu rozwiązań. Ostateczną decyzję dotyczącą wyboru rozwiązania lub zaakceptowania ryzyka podejmuje jednak właściciel biznesowy danego obszaru. Ponadto DRJOK podejmuje działania w sytuacji podejrzenia błędnych danych teleadresowych – zmierza wówczas do kontaktu z klientem i aktualizacji danych.

Czytelne i przejrzyste umowy

Bank Credit Agricole dba o to, aby umowy podpisywane z klientami wyglądały przyjaźnie oraz były przejrzyste i zrozumiałe. „Mówimy po ludzku” to inicjatywa pracowników Banku mająca na celu uproszczenie i standaryzację zawieranych umów. Zmiany zostały przygotowane przez zespół Banku w oparciu o przeprowadzone wcześniej badania, w których klienci mogli wskazać najbardziej niezrozumiałe fragmenty dotychczasowych umów czy też wybrać format, który uznają za najbardziej przyjazny. Priorytetem była czytelność i zrozumiałość tekstu. Od czerwca 2017 r. konsumenci otrzymują umowy kont, kart kredytowych, pożyczek gotówkowych, a także kredytów ratalnych w nowej, przyjaznej formie. Aby poprawić czytelność, wprowadzono tabele z najważniejszymi informacjami. Wszystko, czego zazwyczaj szuka w umowie klient, znajduje się na pierwszej i drugiej stronie. Pojawiły się śródtytuły, kolory lub odcienie szarości. Wszystkie informacje w kontrakcie są ważne, dlatego tekst pisany jest jednolitą czcionką; nie ma w nim ukrytych żadnych informacji z gwiazdkami. Miłym akcentem są słowa podziękowania znajdujące się na ostatnich stronach umów. Dodatkowo, Bank poddał zmianom również dołączane do umów regulaminy.



Pracownicy



Jednym z kluczowych założeń Banku Credit Agricole jest stworzenie zespołu, który wspólnie, z zaangażowaniem będzie realizować przyjęte cele biznesowe firmy. Pracownicy są kluczowym ogniwem funkcjonowania Banku. Dbłość o wzajemne relacje, o równowagę między pracą a życiem prywatnym, o bezpieczeństwo pracowników Banku jest priorytetem w relacji z nimi.

Bank tworzy przyjazne środowisko pracy i przestrzeń dla kreatywnych rozwiązań. Oferuje kompleksową pomoc w rozwoju kompetencji oraz rynkowe wynagrodzenie. W Banku nie funkcjonują układy zbiorowe.

Zatrudnienie w Banku

Na koniec 2017 r. w Banku było zatrudnionych:

5018
osób na umowę
o pracę w tym:

74% - 3707
kobiet

26% - 1311
mężczyzn

95% - 4766
osób zatrudnionych
na pełny etat:

2355
w Centrali Banku

2663
w Sieci Sprzedaży

Bank przyjął, że odsetek odejść pracowników jest to stosunek liczby pracowników odchodzących w 2017 r. do liczby wszystkich pracowników pracujących w 2017 r. w swojej grupie wiekowej. Analogicznie: odsetek nowo zatrudnionych pracowników to stosunek liczby zatrudnionych w 2017 r. do liczby wszystkich pracowników pracujących w 2017 r. w danej grupie wiekowej.

2017						
KOBIECY				MĘŻCZYŹNI		
WIEK	≤ 29	30-50	51 ≤	≤ 29	30-50	51 ≤
Liczba odejść pracowników	404	430	16	144	167	4
Odsetek odejść pracowników	27%	15%	17%	27%	15%	9%
Liczba nowo zatrudnionych pracowników	477	299	4	197	86	4
Odsetek nowo zatrudnionych pracowników	32%	10%	4%	37%	8%	9%





Różnorodność

Bank Credit Agricole przywiązuje dużą wagę do zarządzania różnorodnością. Ma świadomość, że różnorodna kadra to wartość dla firmy.

Zróżnicowanie ze względu na wiek

2017						
KOBIETY			MĘŻCZYŹNI			
WIEK	≤ 29	30-50	51 ≤	≤ 29	30-50	51 ≤
WEWNĘTRZNE ZRÓŻNICOWANIE POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII ZATRUDNIONYCH						
Zarząd			100%		50%	50%
Rada Nadzorcza	0%	50%	50%	0%	30%	70%
Pracownicy	21%	77%	2%	20%	75%	5%
UDZIAŁ ZATRUDNIONYCH Z POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII W WYRÓŻNIONYCH GRUPACH WIEKOWYCH						
Top Management	0%	1%	8%	0%	4%	10%
Kierownicy/Liderzy	3%	16%	18%	2%	18%	18%
Pozostali	97%	83%	74%	98%	78%	72%

Niezależnie od płci, w każdej kategorii wiekowej najliczniejszą grupę stanowią specjaliści. Wśród kierowników i liderów najwięcej osób należy do grupy wiekowej 30-50 lat, a wśród Top Managementu - do najstarszej wyróżnionej grupy wiekowej.

Zarząd Banku składał się z 7 osób, w tym 1 kobiety. Ponad połowa członków Zarządu to osoby w wieku powyżej 50 lat. Dominującą grupę wśród pracowników Banku stanowią osoby w przedziale wiekowym od 30 do 50 lat, których jest ok. 70%. Średnia wieku pracowników wynosi 36 lat.

W 2017 r. Rada Nadzorcza składała się z 9 osób, w tym 2 kobiet. W Radzie Nadzorczej dominują osoby powyżej 50. roku życia. Bank nie posiada wyodrębnionej polityki różnorodności.

Przejrzysta polityka wynagrodzeń

Polityka wynagrodzeń i awansów wewnętrznych jest jawna, tak jak jawne są wszystkie informacje o widełkach wynagrodzeń dla każdego szczebla. Informacje te podane są w Regulaminie Wynagradzania i Premiowania.

Bank wycenia stanowiska pracy w oparciu o metodologię Hay Group. Podobnie jak w ubiegłych latach, także w 2017 r. Bank uczestniczył w corocznym badaniu wynagrodzeń sektora finansowego. Na podstawie wyniku ankiety zaktualizowano politykę wynagrodzeń poprzez dostosowanie do mediany rynkowej widełek wynagrodzeń dla niektórych rodzin stanowisk. Ponadto, Bank wprowadził system zarządzania poprzez cele dla wszystkich menadżerów wyższego szczebla. Celem tego systemu jest powiązanie indywidualnych celów każdego menadżera wyższego szczebla ze strategią Banku i wynikami finansowymi.

W Banku pojedyncze osoby otrzymują wynagrodzenie na poziomie wynagrodzenia minimalnego, w większości są to osoby przebywające na długoterminowym zwolnieniu. Stosunek średniego wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej na rynku polskim (2000 PLN brutto) wynosi 1,29 dla kobiet i 1,31 dla mężczyzn.

Bank prowadzi działalność wyłącznie na terenie Polski. W Banku obowiązuje płaca minimalna i jest ona zmienna, zależna od stopnia zaszeregowania, obszaru biznesowego i lokalizacji. Płaca minimalna nie zależy od płci.

Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet do pensji i wynagrodzenia mężczyzn

	STAWKA ZASADNICZA	STAWKA ZASADNICZA Z PREMIĄ
Pracownicy	66%	69%
Top Management	94%	91%
Kierownicy/Liderzy	71%	73%
Pozostali	70%	75%

Średnie wynagrodzenie kobiet w Banku stanowi 66% średniego wynagrodzenia mężczyzn. Relacja ta poprawia się na wyższych szczeblach hierarchii organizacyjnej i wynosi 70% dla stanowisk specjalistycznych, 71% dla stanowisk kierowniczych oraz 94% na stanowiskach najwyższej kadry menadżerskiej. Jeśli chodzi o średnie wynagrodzenia z premią, to relacja wynagrodzeń kobiet i mężczyzn jest korzystniejsza dla kobiet na stanowiskach specjalistycznych i kierowniczych niż w przypadku najwyższej kadry menadżerskiej, co należy interpretować jako wyższy poziom wynagrodzenia zmiennego w przypadku mężczyzn w tej grupie.



Dbłość o rozwój pracowników

Bank Credit Agricole przykładą dużą wagę do rozwoju swoich pracowników już od pierwszego dnia pracy. Firma udostępnia szereg programów dla poszczególnych grup specjalistów.

Szkolenia stacjonarne

W 2017 r. Bank przeprowadził szkolenia stacjonarne dla pracowników.

126 463

godzin szkoleniowych

Szkolenia e-learning

Bank prowadzi szkolenia e-learning dla pracowników wszystkich szczebli hierarchii.

36 585

godzin szkoleniowych



W roku 2017 w Banku zorganizowano następujące cykle warsztatów wewnętrznych, rozwijających umiejętności i kompetencje wspierające ciągłość zatrudnienia:

Basic Management Training

Grupa docelowa:

Przedstawiciele kadry kierowniczej
rozpoczynający karierę menadżerską w Banku

Założenia merytoryczne:

Program rozwija kompetencje menadżerskie

Szkolenia kompetencyjne

Grupa docelowa:

Pracownicy Centrali Banku uczestniczący
w procesie rocznej oceny kompetencji

Założenia merytoryczne:

Cykl szkoleń zorientowanych na doskonalenie
kompetencji profesjonalnych

Szkolenia know-how

Grupa docelowa:

Pracownicy Centrali Banku (menadżerowie
i specjaliści)

Założenia merytoryczne:

Cykl warsztatów kompetencyjnych
ukierunkowanych na rozwijanie kompetencji
merytorycznych, umiejętności pracy zespołowej,
komunikacji

Projekt rozwojowy „Mocna Sieć”

Grupa docelowa:

Dyrektorzy placówek bankowych (sieć sprzedaży
Banku)

Założenia merytoryczne:

Cykl warsztatów kompetencyjnych
ukierunkowanych na rozwijanie zaawansowanych
kompetencji menadżerskich oraz zwiększanie
świadomości biznesowej

Inicjatywa edukacyjna „Dzielmy się wiedzą”

Grupa docelowa:

Kadra zarządzająca oraz pracownicy Centrali

Założenia merytoryczne:

Projekt oddolnego samodoskonalenia
i wewnętrznego transferu know-how w organizacji

Akademia Rozwoju Menedżera

Grupa docelowa:

Przedstawiciele kadry kierowniczej sieci
sprzedaży oraz Doradcy Klienta

Założenia merytoryczne:

Program rozwoju kompetencji menadżerskich
pracowników sieci sprzedaży



Akademia Rozwoju Doradcy

Grupa docelowa:

Doradcy Klienta zakwalifikowani do udziału w programie rozwojowym

Założenia merytoryczne:

Program rozwoju kompetencji sprzedażowych, umożliwiający budowanie ścieżki kariery pracownika w kierunku Doradcy Indywidualnego

Szkolenia „Buduj własną markę”

Grupa docelowa:

Doradcy placówek bankowych z potencjałem sprzedaży kredytów hipotecznych

Założenia merytoryczne:

Szkolenia dostarczają wiedzę na temat źródeł pozyskiwania klientów hipotecznych, rozwijają kompetencje komunikacyjne i sprzedażowe

Akademia Biznesu – Advance

Grupa docelowa:

Doradcy Klienta Biznesowego oraz Starsi Doradcy Klienta Biznes

Założenia merytoryczne:

Cykl warsztatów kompetencyjnych ukierunkowanych na podnoszenie kompetencji komunikacyjnych i sprzedażowych Doradców, rozwijający umiejętności analizy finansowej oraz stosowania standardów sprzedaży

Akademia Biznesu – Expert

Grupa docelowa:

Starsi Doradcy Klienta Biznes o potencjale rozwojowym, wyróżniający się zaangażowaniem potwierdzonym dobrymi wynikami sprzedażowymi

Założenia merytoryczne:

Doskonalenie umiejętności komunikacyjnych, rozwój kompetencji kluczowych dla budowania indywidualnej marki eksperta i w konsekwencji przygotowanie do roli mentora w organizacji

Program wsparcia motywacji w CC „Program Mistrzów”

Grupa docelowa:

Doradcy i Liderzy wszystkich działów Contact Center

Założenia merytoryczne:

Celem projektu jest wspieranie motywacji pracowników Contact Center

Szkolenia po ocenie kompetencji

Grupa docelowa:

Liderzy wszystkich działów CC, którzy w przeprowadzonej ocenie kompetencji osiągnęli wynik poniżej oczekiwanego

Założenia merytoryczne:

Celem szkoleń jest rozwój kompetencji Liderów w obszarach: skuteczność menadżerska, efektywność działania, przywództwo, otwartość na zmiany, współpraca i etyka



Rzetelna ocena kompetencji pracowników

Bardzo istotnym elementem wpływającym na rozwój pracowników Banku Credit Agricole jest ocena kompetencji. W 2017 r. monitorowano w Banku poziom kompetencji pracowników, a w pierwszym kwartale został zrealizowany proces ich oceny.

System oceny oparty był o model definiujący kompetencje wymagane dla stanowisk specjalistycznych i menadżerskich. W każdym przypadku ocena obejmowała podsumowanie realizacji celów biznesowych, ocenę umiejętności zawodowych oraz kompetencji. Jej integralną częścią było ustalenie celów rozwojowych oraz możliwych kierunków dalszego rozwoju zawodowego. Te informacje były wykorzystywane przy rekrutacjach wewnętrznych oraz stanowiły podstawę do stworzenia planu szkoleniowego na rok 2017. Proces oceny kompetencji był wspierany przez system informatyczny, w którym archiwizowane są wyniki i ustalenia podjęte w trakcie rozmowy pomiędzy pracownikiem i przełożonym. W procesie wzięli udział pracownicy, którzy w ocenianym okresie przepracowali ze swoim obecnym przełożonym minimum 3 miesiące. Z oceny wyłączone były osoby długotrwale nieobecne i te, których staż pracy był krótszy niż 3 miesiące.

W 2017 r. w ocenie rocznej wzięło udział 84% uprawnionych pracowników w Centrali Banku oraz 94% uprawnionych pracowników w Regionalnej Sieci Sprzedaży. Łącznie w całym Banku frekwencja wyniosła 89%.

W Centrali kobiety stanowiły 56% osób ocenionych, mężczyźni – 44%. W Regionalnej Sieci Sprzedaży odsetki te wynosiły odpowiednio 82% i 18%. Łącznie w całym Banku kobiety stanowiły 69%, a mężczyźni 31% ocenionych osób.

W Centrali specjaliści stanowili 75% ocenionych osób, menadżerowie – 22%, project menadżerowie – 3%. W Regionalnej Sieci Sprzedaży specjaliści stanowili 82% osób ocenionych, menadżerowie – 18%. Łącznie w całym Banku specjaliści stanowili 79% ocenionych, menadżerowie 20%, a project menadżerowie 1%.

Przestrzeganie zasad niedyskryminacji

Bank Credit Agricole dba o to, aby żaden pracownik, niezależnie od zajmowanego szczebla w hierarchii, nie mógł stosować mobbingu ani jakichkolwiek pośrednich lub bezpośrednich praktyk dyskryminujących wobec innego pracownika, w szczególności ze względu na płeć, wiek, rasę, religię, narodowość, pochodzenie etniczne, niepełnosprawność, przekonania polityczne, przynależność związkową oraz orientację seksualną. W Banku reguluje ten obszar *Regulamin Pracy* oraz *Polityka Antymobbingowa*. Zgodnie z nią pracownik, który uważa, że jest ofiarą praktyk dyskryminujących lub stosowania mobbingu, może zawiadomić o tym dowolną osobę pełniącą funkcje menadżerskie. Dodatkowo, każdy pracownik jest zobowiązany do niezwłocznego zgłaszania wszelkich zaobserwowanych przypadków i zdarzeń, które mogą świadczyć o występowaniu mobbingu. Zgłoszenie może zostać przekazane bezpośredniemu przełożonemu lub wyższego szczebla, bądź z pominięciem drogi służbowej – dowolnemu członkowi Zarządu Banku. Zgłoszenie może również zostać przekazane w sposób anonimowy, za pośrednictwem odpowiedniej skrzynki e-mail, a osoby zajmujące się takimi sprawami zobowiązane są do zachowania poufności oraz ochrony pracownika zgłaszającego zdarzenie. W takim przypadku wskazane w zawiadomieniu zdarzenia i okoliczności powinny być przedstawione w sposób umożliwiający pracodawcy uzyskanie dowodów na ich potwierdzenie.

W ramach programu Basic Management Training kadra menadżerska wyższego szczebla z Centrali oraz cała kadra menadżerska Sieci Sprzedaży wzięła udział w szkoleniach „Fair play w zarządzaniu”. Dotyczyły one psychologicznych i prawnych aspektów mobbingu. W 2017 r. w szkoleniu wzięło udział 34 menadżerów z Centrali Banku. Szkolenia będą kontynuowane w latach następnych.

Etyczne zachowanie pracowników

Bank Credit Agricole, wzorem swojego akcjonariusza, przywiązuje dużą wagę do etycznego i uczciwego zachowania swoich pracowników. Każdy z nich ma obowiązek zgłaszania zaobserwowanych przypadków naruszeń *Kodeksu Etyki Credit Agricole Bank Polska S.A.*, czyli wewnętrznej regulacji określającej standardy i zasady etycznego zachowania, do przełożonego lub bezpośrednio do Compliance Officera. Osoba, która dokonuje zgłoszenia w dobrej wierze, ma prawo do zachowania poufności.

W 2017 r. została wprowadzona *Procedura whistleblowing w Credit Agricole Bank Polska S.A.* Określa ona zasady anonimowego zgłaszania naruszeń przepisów prawa i obowiązujących w Banku procedur oraz standardów etycznych, a także zasady współpracy pomiędzy poszczególnymi jednostkami Banku w zakresie wyjaśniania zgłoszeń dokonywanych przez pracowników z zastosowaniem kanału whistleblowing. Na stronach intranetowych Bank informuje swoich pracowników o dostępnych kanałach anonimowego zgłaszania naruszeń.

Za bieżące funkcjonowanie procedury anonimowego zgłaszania przez pracowników naruszeń w Banku odpowiedzialny jest Prezes Zarządu. Zgłoszenie można przesłać na skrzynkę e-mail bez podawania swoich danych osobowych. Dostęp do skrzynki ma wyłącznie Prezes Zarządu. Procedura whistleblowing przewiduje również proces dokonywania i obsługi zgłoszeń naruszeń dokonanych przez członków Zarządu. Takie zgłoszenie powinno zostać przyjęte przez Radę Nadzorczą i w tym celu została udostępniona skrzynka e-mail.

Bank zapewnia pracownikowi zgłaszającemu naruszenie ochronę przed poniesieniem negatywnych konsekwencji, takich jak dyskryminacja lub inne rodzaje niesprawiedliwego traktowania. Postępowanie wyjaśniające prowadzone jest przez wyznaczonego koordynatora, wskazanego przez Prezesa Banku bądź członka Rady Nadzorczej, który po zakończeniu procesu wyjaśniania danej sprawy kontaktuje się z osobą dokonującą zgłoszenia, informując ją, że zostały podjęte właściwe kroki i prosząc o informację, czy osoba ta nie doznała działań odwetowych, zarówno o charakterze służbowym, jak i osobistym.

W roku 2017 odnotowano jedno anonimowe zgłoszenie za pośrednictwem kanału whistleblowing i 49 zapytań do Compliance Officera, w głównej mierze związanych z postanowieniami *Kodeksu Etyki Credit Agricole Bank Polska S.A.* Były to zapytania dotyczące możliwości dodatkowego zatrudnienia, podejrzeń konfliktów interesów (w tym zatrudnianie członków rodziny, wykonywanie transakcji własnych, przyjmowanie/wręczanie prezentów i innych korzyści). Compliance Officer bądź upoważnieni przez niego pracownicy Departamentu Compliance udzielili odpowiedzi mailowej na wszystkie otrzymane zapytania, które pracownicy Banku kierowali na gruncie stosowania wewnętrznych zasad i standardów etycznych.



Każdy pracownik Banku ma możliwość kontaktu mailowego z pracownikami Departamentu Compliance i Compliance Officerem (funkcję tę pełni Dyrektor Departamentu Compliance), jak również kontaktu telefonicznego w języku polskim, w dni robocze od 9:00 do 17:00.

Bank informuje swoich pracowników o dostępnych sposobach zgłaszania naruszeń już podczas szkoleń wstępnych. Ponadto, informacje w tym zakresie, zawarte w *Procedurze whistleblowing* oraz w *Kodeksie Etyki Credit Agricole Bank Polska S.A.* dostępne są dla wszystkich pracowników w każdym czasie na stronach intranetowych Departamentu Compliance.

Korzyści socjalne dla pracowników

Świadczenia pracownicze z ZFŚS

Bank utrzymuje Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych. W 2017 r. pracownicy skorzystali ze świadczeń w następujących formach:

694

pracowników skorzystało z częściowych dofinansowań do obozów wakacyjnych dla dzieci lub wyjazdów (poziom finansowania zależy od materialnego statusu pracownika)

220

dzieci pracowników Banku skorzystało z dofinansowania zajęć na pływalniach

1633

pracowników otrzymało świąteczne wsparcie finansowe (poziom finansowania zależy od materialnego statusu pracownika)

1469

pracowników skorzystało z dofinansowania do karnetu na zajęcia sportowe (Program Multisport)

130

osób otrzymało pomoc finansową dla pracowników pozostających w trudnej sytuacji finansowej lub zdrowotnej

W ramach programu MultiSport pracownicy mogą korzystać z 25 różnych form aktywności (baseny, parki linowe, audiobooki, rowery miejskie, dieta, bilety do kina lub muzeum). Bank współpracuje z Benefit Systems przy dniach otwartych, które promują zdrowy styl życia, prawidłowe odżywianie i dobrą kondycję fizyczną.

Opieka medyczna i ubezpieczenie grupowe

Bank zapewni wszystkim pracownikom podstawową opiekę medyczną, w tym:



3 842

osoby korzystają z podstawowego pakietu opieki medycznej



92

osoby otrzymują kompleksową opiekę medyczną (Top Management)



2199

pracowników i członków ich rodzin skorzystało z kompleksowej opieki medycznej na preferencyjnych warunkach



2 589

pracowników korzysta z ubezpieczenia grupowego



około 60%

pracowników korzysta z badań profilaktyki zdrowotnej

Urlopy rodzicielskie

844

pracownicy uprawnieni do urlopów rodzicielskich w 2017 r.:

673

do macierzyńskiego

171

do tacierzyńskiego

85%

osób z nich skorzystało, w tym:

95%

kobiet

46%

mężczyzn



BHP

Bezpieczeństwo i higiena pracy są istotnym elementem w prawidłowym funkcjonowaniu Banku, jako odpowiedzialnego pracodawcy. W firmie funkcjonuje Biuro Bezpieczeństwa i Higieny Pracy, podlegające bezpośrednio organowi zarządzającemu – Prezesowi Zarządu.

Działalność Biura Bezpieczeństwa i Higieny Pracy ma służyć realizacji podstawowego obowiązku Banku jako pracodawcy, wynikającego z przepisów *Kodeksu pracy*, jakim jest ochrona zdrowia i życia pracowników poprzez zapewnianie im bezpiecznych i higienicznych warunków pracy, w szczególności przez zapewnianie przestrzegania w zakładzie przepisów i zasad bezpieczeństwa i higieny pracy.

W 2017 r. Biuro Bezpieczeństwa i Higieny Pracy odnotowało:

18

wypadków przy pracy

28

wypadków w drodze do lub z pracy

Liczba osób przeszkolonych w zakresie BHP w 2017 r.



1129

szkolenie wstępne



1077

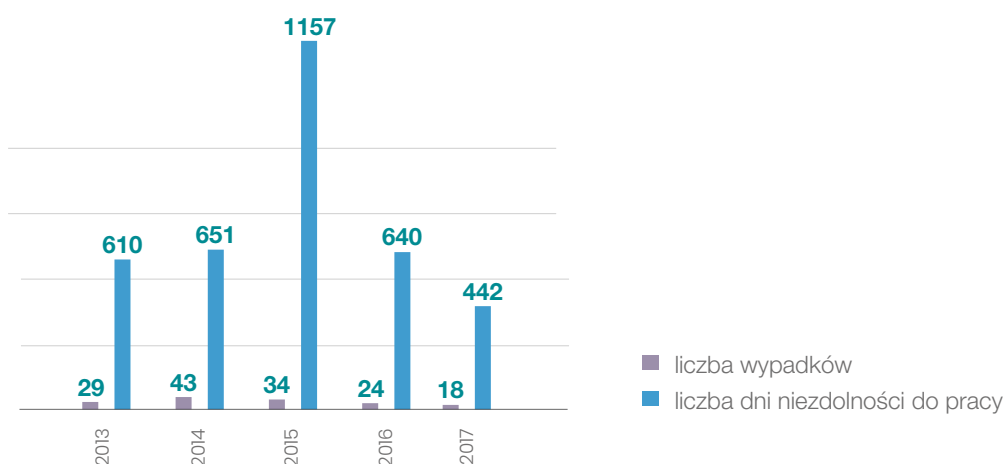
szkolenie okresowe (przeprowadzane co 5 lat)



97

szkolenia z udzielania pierwszej pomocy

Liczba wypadków przy pracy i związane z tym nieobecności w latach 2013 – 2017



Działania Biura BHP Banku w 2017 r.:

- ▶ przeszkolenie 2206 pracowników z bezpieczeństwa i higieny pracy (szkolenia wstępne i okresowe);
- ▶ kontrole stanu bezpieczeństwa i higieny pracy w placówkach bankowych;
- ▶ aktualizacja oceny ryzyka zawodowego;
- ▶ refundacja zakupu okularów korygujących wzrok do pracy przy monitorze ekranowym na łączną kwotę 160 114,62 zł;
- ▶ organizacja, wspólnie z Okręgowym Inspektorem Pracy we Wrocławiu, 2 szkoleń stacjonarnych dla pracowników, dotyczących radzenia sobie ze stresem w miejscu pracy oraz ergonomii pracy przy monitorze ekranowym;
- ▶ wdrożenie, we współpracy z Zespołem Szkoleń E-learningowych, programu dla pracowników „Zdrowie w roli głównej”, dotyczącego zdrowego stylu życia. Jest on dostępny dla każdego pracownika na stronie www.zdrowiewrologlownej.pl;
- ▶ organizacja, przy współpracy z przedstawicielami Fitness Academy we Wrocławiu, instruktażu ćwiczeń profilaktycznych dla pracowników pracujących przy monitorach ekranowych.

Zgodnie z *Kodeksem pracy* w Banku, jako organ doradczy i opiniodawczy, funkcjonuje Komisja Bezpieczeństwa i Higieny Pracy, która reprezentuje 100% pracowników. Jej zadaniem jest dokonywanie przeglądu warunków pracy, okresowej oceny stanu bezpieczeństwa i higieny pracy, opiniowanie podejmowanych przez pracodawcę środków zapobiegających wypadkom przy pracy i chorobom zawodowym, formułowanie wniosków dotyczących poprawy warunków pracy oraz współdziałanie z pracodawcą w realizacji jego obowiązków w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. Posiedzenia komisji odbywają się nie rzadziej niż raz na kwartał. W 2017 r. zebrała się ona 5 razy.

Przyjazne warunki pracy

Zapewnienie równowagi między pracą zawodową a życiem prywatnym pracowników to priorytet Banku na najbliższe lata. Służy temu rozpoczęty w 2017 r. program „Work-life balance”.

Działania w 2017 r. podzielono na 3 etapy:

- 1. Ankieta** sprawdzająca poziom wiedzy pracowników w obszarze zagrożeń wynikających z braku właściwego poziomu równowagi między życiem prywatnym a zawodowym;
- 2. Broszura** elektroniczna zawierająca informacje na temat rozwoju, potrzeb, wychowywania dzieci oraz ćwiczeń wpływających na budowanie relacji i więzi rodzinnych;
- 3. Warsztaty** dla rodziców ze wsparcia umiejętności wychowawczych, komunikacji, rozwoju dzieci. W ręce pracowników oddano również platformę internetową „Strefa Pozytywnego Rodzica”, poprzez którą mogą oni rozwiązać test, przeczytać broszurę dotyczącą równowagi między życiem prywatnym a zawodowym, zasięgnąć porady na temat spędzania czasu z dzieckiem.

W latach 2018-2019 prowadzone będą działania skierowane do rodziców oraz uruchomione zostaną dwa nowe moduły: warsztaty z przeciwdziałania wypaleniowi zawodowemu oraz program wspierania i rozwoju pasji pracowników. Planowany jest rozwój wewnętrznej platformy work-life balance, której treści skierowane będą do pracowników wychowujących dzieci, realizujących się w osobistych pasjach poza pracą oraz chcących przeciwdziałać wypaleniowi zawodowemu. Strona ma być uzupełnieniem warsztatów i spotkań, zawierać będzie praktyczne porady, ćwiczenia, wskazówki i inspiracje.



**Zaangażowanie
społeczne**



Odpowiedzialne podejście do biznesu

Strategia społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) Banku Credit Agricole jest nierozzerwalnie związana z jego strategią biznesową. Bank swoje cele biznesowe realizuje w sposób odpowiedzialny, przejrzysty i etyczny, biorąc pod uwagę potrzeby wszystkich grup interesariuszy. Bank wierzy, że w dłuższej perspektywie osiąganie celów oraz rozwój i wzrost jego wartości jest możliwy tylko wówczas, gdy jest to zgodne z interesami otoczenia. Takie podejście umożliwia budowanie długoterminowych relacji z interesariuszami.

Bank realizuje działania CSR w oparciu o dokument *Strategia społecznej odpowiedzialności biznesu Credit Agricole Bank Polska S.A.* Społeczna odpowiedzialność biznesu rozumiana jest w Banku, zgodnie z normą ISO 26000, jako podejmowanie przejrzystych i etycznych decyzji oraz działań, które przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa, bierze pod uwagę oczekiwania interesariuszy, jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania oraz jest spójne z organizacją i praktykowane w jej relacjach.

Bank postrzega CSR jako integralną część wszystkich obszarów prowadzonej działalności, proces ukierunkowany na przyszłość, zorientowany na klienta i pomagający odróżnić się od konkurencji na rynku.

Bank nie posiada odrębnej polityki zarządzania kwestiami społecznymi, jednak prowadzi wiele działań w tym zakresie. Działania CSR Banku opierają się na jego wartościach, a także na takich dokumentach jak *Kodeks Etyki Credit Agricole Bank Polska S.A.*, *Karta Etyki Grupy Credit Agricole*, *Kodeks Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej)* *Związku Banków Polskich* oraz *Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego Komisji Nadzoru Finansowego*. Dodatkowo istotną inicjatywą odnoszącą się do społecznej odpowiedzialności biznesu jest wewnętrzny program Grupy Crédit Agricole – FReD, angażujący wszystkie jednostki do działań na rzecz otoczenia.

Bank od wielu lat angażuje się w zewnętrzne inicjatywy realizujące ideę społecznej odpowiedzialności biznesu. Wśród działań znajdują się przedsięwzięcia sponsoringowe i charytatywne oraz proekologiczne. Promowane są także prospołeczne postawy wśród pracowników. W 2018 r. Bank zakłada realizację działań spełniających założenia Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Strategia CSR

Strategia CSR Banku obejmuje trzy cele strategiczne:

- ▶ wspieranie społeczności lokalnych w realizacji wyzwań dotyczących zrównoważonego rozwoju;
- ▶ doskonalenie relacji z pracownikami i klientami;
- ▶ zarządzanie ryzykiem, w tym ryzykiem pozafinansowym.

Do realizacji celów *Strategii CSR* Bank wykorzystuje program FReD. Służy on do stymulowania działań CSR we wszystkich obszarach aktywności przedsiębiorstwa i na wszystkich szczeblach decyzyjnych. Program pozwala również na monitorowanie działań i mierzenie postępów Banku w sferze CSR, a także ich porównywanie z innymi spółkami Grupy Crédit Agricole.

Program FReD składa się z trzech filarów:

FIDES	RESPECT	DEMETER
obejmuje projekty compliance dotyczące poprawy i przejrzystości działań wobec klientów. Ich celem jest wzmocnienie zaufania.	dotyczy projektów związanych ze zobowiązaniami wobec pracowników. Ich celem jest przyniesienie korzyści społeczeństwu.	obejmuje działania wobec środowiska naturalnego i planety. Ich celem jest ochrona środowiska.

Co roku każda spółka Grupy Crédit Agricole zobowiązana jest do realizacji 12 inicjatyw w ramach programu FReD, z uwzględnieniem wszystkich trzech filarów. Raz do roku przeprowadzany jest audyt zewnętrzny, sprawdzający poziom realizacji poszczególnych projektów. Część wynagrodzenia kadry kierowniczej zależna jest od wyników programu FReD.

W 2017 r. Bank realizował następujące inicjatywy w ramach FReD:

PORTFEL 2017		
	NAZWA PROJEKTU	OPIS PROJEKTU
FIDES	Wprowadzenie programu Karta Dużej Rodziny*	Preferencyjna oferta produktów banku dla dużych rodzin
	Poprawa dostępu do Banku dla klientów niepełnosprawnych**	Dopasowywanie placówek, strony internetowej do potrzeb osób niepełnosprawnych, szkolenia pracowników
	Platforma crowdsourcingowa dla klientów**	Praca nad platformą umożliwiającą komunikację z klientami
	Euro-FATCA***	Wdrożenie założeń dyrektywy unijnej dotyczącej Euro-FATCA
RESPECT	Szkolenia dla osób zagrożonych bezrobociem**	Szkolenia z kompetencji miękkich, tworzenia CV, rozmowy kwalifikacyjnej
	Zapewnienie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym*	Cykl warsztatów, poradniki online wspierające zachowanie work-life balance
	Program szkoleń dla kadry managerskiej**	Programy szkoleń dla menadżerów
	Szkolenia promujące zdrowie**	Program realizowany wspólnie z PIP. Szkolenia, platforma internetowa
	Podnoszenie satysfakcji pracowników – badanie**	Badanie zadowolenia pracowników, tworzenie podstaw pod szkolenia
DEMETER	Deklaracja CSR**	Dopasowanie polityk i procedur Banku do Karty CSR
	Wymiana oświetlenia na energooszczędne*	Wymiana żarówek zwykłych na oświetlenie energooszczędne
	Podpis elektroniczny na umowach konsumenckich**	Wprowadzenie podpisu elektronicznego jako rozwiązanie, które pozwala przyspieszyć transakcje, a jednocześnie ogranicza zużycie papieru

Z wymienionych projektów, w 2017 r. zakończono: Poprawa dostępu do Banku dla klientów niepełnosprawnych, Szkolenia dla osób zagrożonych bezrobociem, Szkolenia promujące zdrowie, Podnoszenie satysfakcji pracowników, Deklaracja CSR, Wymiana oświetlenia na energooszczędne.

* Projekty długoterminowe – kilkuletnie

** Projekty średnioterminowe – 1 rok do 2 lat

*** Projekty krótkoterminowe – do 1 roku

Inicjatywy społeczne

Promocja kultury francuskiej w Polsce:

W związku z przynależnością do francuskiej Grupy Crédit Agricole, Bank włącza się w promocję kultury francuskiej w Polsce:

- ▶ wspiera wrocławskie Dni Krajów Francuskojęzycznych, organizowane przez ośrodek kulturalny Alliance Française;
- ▶ wspiera obchody Święta Narodowego Francji 14 lipca (organizowane przez konsula honorowego Francji we Wrocławiu);
- ▶ był partnerem debaty o inwestycjach na Dolnym Śląsku, organizowanej przez Francusko-Polską Izbę Przemysłowo-Handlową.

„Bank z klasą. CAła wiedza o bankowości” - autorska społeczna kampania edukacyjna skierowana do dzieci z klas nauczania początkowego:

Kierując się rekomendacjami Narodowego Banku Polskiego i Komisji Nadzoru Finansowego, Bank rozwija edukację finansową. W 2017 r. kontynuował kampanię edukacyjną „Bank z klasą. CAła wiedza o bankowości”. Podstawą projektu jest przekonanie, że uczenie dzieci szacunku do pieniędzy, gospodarowania nimi, wyrobienie umiejętności i chęci ich oszczędzania ułatwia najmłodszemu start w dorosłe życie. Dotychczas w kampanii wzięło udział niemal 120 pracowników-wolontariuszy, którzy prowadzili zajęcia dla przeszło 4 300 uczniów w ponad 100 szkołach podstawowych w całej Polsce.

Współpraca z polskimi uczelniami wyższymi:

Program „Świeża krew do pierwszej pracy” - zachęcanie studentów do świadomego planowania kariery

„Odkryj swój kapitał” – pod takim hasłem Bank realizował program „Świeża krew do pierwszej pracy” na 17 polskich uczelniach wyższych. Inicjatywa ma zachęcić studentów do świadomego planowania swojej kariery oraz budować pozytywny wizerunek Banku jako przyszłego pracodawcy. Podczas jesiennej edycji (październik-listopad 2017) Bank prezentował się na uniwersytetach, politechnikach, akademiach sportowych, technicznych i przyrodniczych w całym kraju.

TEDxWSB Conference (Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu)

Bank wsparł także 4. edycję wydarzenia TEDxWSB Conference, która odbyła się 14 lutego w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu.

Działalność filantropijna:

Wsparcie finansowe dla Towarzystwa Przyjaciół Dzieci i dla Fundacji „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”

Działalność filantropijna Banku w 2017 r. obejmowała wsparcie finansowe dla Towarzystwa Przyjaciół Dzieci, a także Fundacji „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”. Podczas kwietniowego koncertu, organizowanego przez fundację, obok takich gwiazd jak Zbigniew Wodecki czy Olga Bończyk, wystąpiło dwoje przedstawicieli Banku.

Wsparcie Fundacji Zaczytani.org

W 2017 r. Bank rozpoczął współpracę z Fundacją Zaczytani.org. Podczas Tygodnia Oszczędzania za każdą lokatę założoną w promocji, Bank przekazał 5 zł na cele charytatywne. Zgromadzono 10 tys. zł. Z tych środków zakupiono książki o oszczędzaniu i wraz z Fundacją Zaczytani.org przeprowadzono warsztaty z bajkoterapii dla wychowawców Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania na ul. Lekcyjnej. W Centrum została także otwarta Zaczytana Biblioteka – półka książek, dzięki której dzieci z Centrum Opieki mają cały czas dostęp do pięknych opowieści.

Wsparcie Fundacji „Potrafię pomóc” na Rzecz Dzieci Niepełnosprawnych z Wadami Rozwojowymi – zbieranie i sprzedaż nakrętek

W 2017 r. Bank angażował się także w wiele inicjatyw promujących prospołeczne postawy wśród pracowników. Należała do nich m.in. akcja „Zdrowo nakręcony bank”, polegająca na zbieraniu przez pracowników plastikowych nakrętek (257 kg). Dochód ze sprzedaży zasilł konto Fundacji „Potrafię pomóc” na Rzecz Dzieci Niepełnosprawnych z Wadami Rozwojowymi.

„Szlachetna Paczka”, organizowana przez krakowskie Stowarzyszenie WIOSNA

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. Pracownicy i członkowie Zarządu wsparli osiem potrzebujących rodzin, a także schronisko św. Brata Alberta dla bezdomnych kobiet oraz bydgoskie schronisko dla zwierząt.

W 2017 r. Bank dołączył do projektu „Koordynacja ekonomii społecznej w województwie dolnośląskim”, realizowanego przez Dolnośląski Ośrodek Polityki Społecznej. Współpraca z lokalnymi podmiotami jest istotna dla funkcjonowania Banku w przestrzeni społecznej. Jednocześnie firma wspiera rozwój ekonomii społecznej oraz budowanie współpracy międzysektorowej.





0 Raporcie



Proces tworzenia Raportu

Bank przygotowując Raport niefinansowy za rok 2017 skoncentrował się na wytycznych uzyskanych z trzech źródeł. Kluczowy był panel interesariuszy z października 2016 r., zorganizowany w celu poznania ich opinii i oczekiwań wobec Banku. Kolejne materiały to ankiety (online oraz tradycyjne) przeprowadzone w listopadzie i grudniu 2017 r. wśród interesariuszy zewnętrznych i wewnętrznych oraz osób odpowiedzialnych za skompletowanie danych. Na podstawie zgromadzonych informacji wybrano istotne aspekty do przedstawienia w raporcie.

Raport obejmuje rok kalendarzowy 2017. Jest to pierwszy tego typu dokument Banku. Został przygotowany zgodnie z GRI Standards: opcja podstawowa. Raport nie podlegał zewnętrznej weryfikacji. Dokument nie jest raportem skonsolidowanym.

Aspekty raportowania

Priorytetowe aspekty raportowania za rok 2017:

Kluczowe aspekty dla interesariuszy zewnętrznych*:

Ekonomiczne
Środowiskowe
Społeczne i pracownicze
Związane z wpływem na otoczenie społeczne
Związane z prawami człowieka
Związane z odpowiedzialnością za produkt

Kluczowe aspekty dla interesariuszy wewnętrznych**:

Wyniki ekonomiczne
Obecność na rynku
Działalność antykorupcyjna
Materiały/Surowce
Energia
Ocena środowiskowa dostawców
Zatrudnienie
Bezpieczeństwo i higiena pracy
Szkolenia i edukacja
Różnorodność i równość szans
Przestrzeganie zasad niedyskryminacji
Ocena dostawców pod kątem społecznym
Marketing i oznaczenia
Prywatność klienta
Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi

* Wymienione aspekty są ważne na zewnątrz organizacji dla wszystkich interesariuszy.

** Wymienione aspekty są ważne wewnątrz dla całej organizacji.

Opis procedur należytej staranności w zakresie stosowania polityk i procedur

Bank posiada szereg polityk i procedur mających na celu usprawnienie funkcjonowania instytucji, przy jednoczesnym pełnym zabezpieczeniu interesów wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy. Celem Banku jest usprawnienie wszelkich procesów, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Tworzenie transparentnych procedur, postępowanie zgodnie z wypracowanymi standardami pozwala budować relacje z klientami, dostawcami, pracownikami oraz pozostałymi interesariuszami z uwzględnieniem zasad odpowiedzialnego zarządzania biznesem. Bank dostosowuje swoje dokumenty nie tylko do instytucjonalnych i rynkowych wymogów, ale także dba o dobro klientów.

Procedura whistleblowing w Credit Agricole Bank Polska S.A. – określa zasady anonimowego zgłaszania naruszeń przepisów prawa oraz obowiązujących w firmie procedur i standardów etycznych (whistleblowing) oraz zasady współpracy pomiędzy poszczególnymi jednostkami Banku w zakresie wyjaśniania zgłoszeń dokonywanych przez pracowników.

Polityka zakupowa Credit Agricole Bank Polska S.A. – obejmuje swym zakresem procesy zakupowe towarów lub usług realizowane na rzecz wszystkich jednostek organizacyjnych Banku. Celem Polityki jest wyznaczenie jednolitych i spójnych standardów działania w ramach realizowanych w Banku procesów zakupowych poprzez wprowadzenie obowiązujących w tym zakresie regulacji.

Regulamin organizacyjny Biura Bezpieczeństwa i Higieny Pracy Credit Agricole Bank Polska S.A. – określa misję i zadania służby BHP Banku.

Regulamin przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu w Credit Agricole Bank Polska S.A. – określa zasady zabezpieczenia Banku przed wykorzystaniem jego działalności dla celów prania pieniędzy i finansowania terroryzmu. Regulamin jest dokumentem nadrzędnym nad procedurami produktowymi.

Polityka Antymobbingowa Credit Agricole Bank Polska S.A. – jest wewnętrzną regulacją określającą sposoby zapobiegania mobbingowi oraz wskazującą reguły postępowania w razie zaistnienia podejrzenia stosowania mobbingu w Banku; stanowi formę przeciwdziałania mobbingowi.

Polityka bezpieczeństwa danych osobowych w Credit Agricole Bank Polska S.A. – jej celem jest wskazanie działań, jakie należy wykonać oraz ustanowienie zasad i reguł przetwarzania danych osobowych, które należy stosować, aby właściwie wykonać obowiązki administratora danych osobowych. Wspomniana polityka jest integralną częścią Polityki bezpieczeństwa informacji Banku.

Kodeks etyki Credit Agricole Bank Polska S.A. – reguluje zasady dotyczące zapobiegania powstawaniu konfliktów interesów, przyjmowania i wręczania upominków, transakcji prywatnych pracowników Banku, relacji między pracownikami i relacji z podmiotami konkurencyjnymi, a także zasady utrzymywania kontaktów z instytucjami publicznymi, klientami i partnerami biznesowymi oraz z dostawcami.

Kodeks standardów etycznych dla Partnerów Biznesowych – jego celem jest zapewnienie, aby współpraca Banku z jego partnerami biznesowymi opierała się nie tylko na zasadzie partnerstwa i zaufaniu, lecz przede wszystkim na wspólnym systemie wartości moralnych i standardów etycznych oraz uczciwym postępowaniu we wzajemnych relacjach.



Dane kontaktowe

Przemysław Przybylski

Dyrektor Biura Komunikacji Korporacyjnej
Rzecznik Prasowy Credit Agricole Bank Polska S.A.
prprzybylski@credit-agricole.pl

Credit Agricole Bank Polska S.A.

pl. Orłąt Lwowskich 1
53-605 Wrocław



**Szczegółowe
dane liczbowe**



**Pracownicy (liczba osób) Credit Agricole Bank Polska S.A.
– stan na 31.12.2017 r.**

	2017		
	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
na okres próbny	102	51	153
na czas określony	606	237	843
na czas nieokreślony	2843	987	3830
na zastępstwo	156	36	192
Suma pracowników na umowach o pracę	3707	1311	5018
na pełny etat	3542	1224	4766
na niepełny etat	165	87	252
Suma	3707	1311	5018

Urlopy rodzicielskie

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
Uprawnieni w 2017 r. do urlopu macierzyńskiego/ tacierzyńskiego	673	171	844
Pracownicy, którzy skorzystali z urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego w 2017 r.	639	78	717
Pracownicy, którzy wrócili do pracy w 2017 r. po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego/ tacierzyńskiego	549	77	627
Pracownicy, którzy wrócili do pracy w 2016 r. po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego/ tacierzyńskiego i przepracowali cały 2017 r.	421	61	482
Wskaźnik powrotu do pracy oraz utrzymania zatrudnienia jako procent pracowników ze stażem powyżej 12 miesięcy w stosunku do wszystkich pracowników powracających do pracy po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim za rok poprzedzający analizę, tj. 2016	75,72%	77,22%	75,91%

Pracownicy w podziale na regiony (bez Centrali i Contact Center)

REGION* 2017	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
Region Białystok	90	12	102
Region Biur Kredytowych	11	6	17
Region Bydgoszcz	108	21	129
Region Częstochowa	113	12	125
Region Gdańsk	120	19	139
Region Gdynia	100	11	111
Region Jelenia Góra	113	14	127
Region Katowice	149	11	160
Region Konin	87	17	104
Region Kraków	127	32	159
Region Lublin	90	14	104
Region Łódź	126	26	152
Region Opole	119	22	141
Region Poznań	95	27	122
Region Rzeszów	101	28	129
Region Szczecin	124	15	139
Region Warszawa Południe	99	26	125
Region Warszawa Północ	129	38	167
Region Warszawa Zachód	107	21	128
Region Wrocław	116	26	142
Region Zielona Góra	96	12	108
Region Zdalny	26	7	33
Suma końcowa	2246	417	2663

* Region – pracownicy sieci, zatrudnieni wg Regionów Regionalnej Sieci Sprzedaży i Regionalnej Sieci Sprzedaży i Relacji z Partnerami zgodnie z Regulaminem Organizacyjnym Banku.

Liczba wypadków w 2017 r. w podziale na płeć

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
Liczba wypadków w drodze do lub z pracy	19	9	28



Wypadki przy pracy

2017			
	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI	SUMA
Liczba wypadków śmiertelnych przy pracy	0	0	0
Liczba wypadków lekkich przy pracy	14	4	18
Liczba wypadków ciężkich przy pracy	0	0	0
Suma wszystkich wypadków	14	4	18 (według miejsca pracy: 12 – Sieć, 6 – Centrala)
Wskaźnik częstości wypadków (w odniesieniu do wszystkich pracowników CA BP S.A.) (<i>Injury rate – IR</i>)*	3,78	3,05	3,59
Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy	398	73	471
Wskaźnik ciężkości wypadków**	28,43	18,25	26,16

* Liczony jako całkowita liczba wypadków przy pracy odnotowanych w danym roku, podzielona przez liczbę zatrudnionych, pomnożona przez 1000.
** Liczony jako łączna liczba dni niezdolności do pracy poszkodowanych w wypadkach przy pracy, podzielona przez liczbę wypadków przy pracy.

Szkolenia stacjonarne

2017		
	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
Łączna liczba pracowników - etaty	3 019	1 234
Stanowiska kierownicze i wyższe	398	231
Stanowiska niższe niż kierownicze	2 621	1 003
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA KATEGORIE ZATRUDNIENIA		
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	12 255	8 757
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	73 533	31 920
Łączna liczba godzin szkoleniowych	85 788	40 677
ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA KATEGORIE ZATRUDNIENIA		
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	30,79	37,91
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	28,06	31,82
Średnia liczba godzin szkoleniowych bez podziału na kategorie zatrudnienia	28,42	32,96

Szkolenia e-learning

2017		
	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
Łączna liczba pracowników – etaty	3 019	1 234
Stanowiska kierownicze i wyższe	398	231
Stanowiska niższe niż kierownicze	2 621	1 003
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA KATEGORIE ZATRUDNIENIA		
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	3 068	1 719
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	22 237	9 561
Łączna liczba godzin szkoleniowych	25 305	11 280
ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA KATEGORIE ZATRUDNIENIA		
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	7,71	7,44
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	8,48	9,53
Średnia liczba godzin szkoleniowych bez podziału na kategorie zatrudnienia	8,38	9,14



**Tabela
GRI**



Tabela wskaźników GRI

NUMER WSK.	NAZWA WSKAŹNIKA	STRONA
WSKAŹNIKI PODSTAWOWE		
102-1	Nazwa organizacji	9
102-2	Aktywności, marki, produkty i usługi	10, 11, 40, 41
102-3	Lokalizacja siedziby głównej	71
102-4	Lokalizacje, w których organizacja prowadzi działalność	9
102-5	Charakter własności oraz forma prawna	9
102-6	Rynki obsługiwane przez organizację	8, 10, 11
102-7	Skala działalności	9, 40, 41
102-8	Informacje dotyczące zatrudnienia pracowników	46, 74, 75
102-9	Łańcuch dostaw organizacji	17
102-10	Znaczące zmiany dotyczące organizacji oraz łańcucha dostaw	17
102-11	Stosowanie zasady przezorności	19
102-12	Zewnętrzne inicjatywy	19, 64, 65
102-13	Członkostwo w organizacjach	18
102-14	Oświadczenie ze strony najważniejszych rangą decydentów w organizacji	5
102-15	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	14, 15, 30, 31, 32
102-16	Wartości organizacji, jej zasady, standardy i normy zachowania	28, 34, 43
102-17	„Mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa oraz kwestii związanych z uczciwością organizacji”	17, 34, 43, 55, 56
102-18	Struktura zarządzania	24, 25, 26, 27
102-40	Lista grup interesariuszy	12
102-41	Zbiorowe układy pracy	46
102-42	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy	12
102-43	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy	12
102-44	„Kluczowe kwestie i zagadnienia poruszone przez interesariuszy w procesach angażowania interesariuszy”	12, 13
102-45	Jednostki objęte skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym	68
102-46	Definiowanie zawartości raportu	68
102-47	Aspekty, które mają istotny wpływ na treść raportu	68
102-48	„Wpływ wszelkich zmian w informacjach podanych w poprzednich raportach oraz przyczyny tych zmian”	68
102-49	Zmiany w raportowaniu	68
102-50	Okres objęty raportowaniem	68
102-51	Data poprzedniego (ostatniego) raportu	68
102-52	Cykl raportowania	68

NUMER WSK.	NAZWA WSKAŹNIKA	STRONA
102-53	Osoba kontaktowa w zakresie pytań dotyczących raportu i jego treści	71
102-54	Oświadczenie dotyczące raportowania zgodnie z GRI Standards	68
102-55	Indeks wskaźników GRI	80, 81
102-56	Weryfikacja zewnętrzna	68
103-1	Wyjaśnienie istotnych kwestii na temat tematów i granic raportowania	68
103-2	Podejście zarządcze i jego składowe	68
103-3	Ocena podejścia zarządczego	68
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE		
201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	9
202-1	„Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla w podziale na płeć w stosunku do płacy minimalnej na danym rynku”	49
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	35
302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji	20
308-1	Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani z uwzględnieniem kryteriów środowiskowych	16
401-1	Zatrudnienie nowych pracowników oraz rotacja pracowników	46
401-2	„Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin”	56, 57
401-3	Urlopy rodzicielskie	57, 74
403-2	„Rodzaj urazów oraz wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą”	58, 75, 76
404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku	76, 77
404-2	„Programy rozwoju umiejętności pracowników, które wspierają ciągłość zatrudnienia oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej”	51, 53
404-3	Odsetek pracowników regularnie otrzymujących ocenę pracy i rozwoju kariery	54
405-1	Różnorodność wśród ciał zarządzających i pracowników	48
405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet do pensji i wynagrodzenia mężczyzn	49
406-1	Przypadki dyskryminacji oraz podjęte działania	54
414-1	Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani z uwzględnieniem praktyk w zakresie zatrudniania	16
414-2	Negatywny wpływ na praktyki zatrudniania w łańcuchu dostaw oraz podjęte działania	16
417-2	„Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczącymi informacji i znakowania/etykietowania produktów i usług”	33
417-3	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczącymi komunikacji marketingowej	33
418-1	Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności klientów i utraty danych klientów	43
419-1	Nieprzestrzeganie prawa i regulacji w obszarze społecznym i ekonomicznym	33