**Credit Agricole: biznes można prowadzić odpowiedzialnie**

**Ponad 5 tys. osób zatrudnionych, spośród których 70 proc. to kobiety, a średnia wieku pracowników to 36 lat - to tylko niektóre informacje, która można znaleźć w pierwszym raporcie niefinansowym wydanym właśnie przez Credit Agricole. Bank opisuje w nim swój wpływ na otoczenie pokazując, że działalność biznesową można świadomie prowadzić w sposób zrównoważony i odpowiedzialny.**

*- Sprawozdania finansowe pokazują tylko jeden z obszarów naszej działalności – bardzo ważny, ale nie jedyny. Siłą rzeczy więc nie mówią wszystkiego o naszej firmie. Tymczasem w dzisiejszym świecie o sukcesach w biznesie często decydują rzeczy, których na pierwszy rzut oka nie widać w księgach finansowych* – mówi Piotr Kwiatkowski, prezes zarządu Credit Agricole.

W „Raporcie odpowiedzialnego biznesu Credit Agricole Bank Polska S.A. 2017” bank prezentuje swoje podejście do społecznej odpowiedzialności biznesu i podjęte w tym zakresie inicjatywy wszystkim swoim interesariuszom, w tym pracownikom, klientom, partnerom handlowym, dostawcom i otoczeniu społecznemu. Bank opisuje w nim swój ład korporacyjny i podejście do zarządzania, a także kwestie pracownicze i etyczne oraz wpływ na społeczeństwo i środowisko.

*- Dla każdej firmy, niezależnie od branży, najważniejsze powinno być budowanie wartości i wiarygodności nie tylko poprzez wyniki finansowe, które są oczywiście bardzo istotne, ale także poprzez szeroko pojmowaną odpowiedzialność biznesu. My rozumiemy ją jako odpowiedzialność za wpływ, jaki nasza firma wywołuje na społeczeństwo i środowisko. Dlatego dokładamy starań, aby wszelkie nasze działania, a także produkty, obsługa klienta i procesy wewnętrzne były przyjazne, przejrzyste oraz etyczne* – dodaje prezes Kwiatkowski.

Proces tworzenia raportu zapoczątkował panel interesariuszy, który odbył się w październiku 2016 r. Interesariusze przekazali wówczas swoje opinie i oczekiwania wobec banku. W raporcie uwzględnione są również ważne opinie o banku, które przekazali interesariusze wewnętrzni i zewnętrzni w ankietach przeprowadzanych w 2017 roku. Na podstawie zgromadzonych informacji, bank wybrał te, które zdecydował się przedstawić w raporcie.

*- Dzięki raportowi społecznej odpowiedzialności biznesu, możemy też pokazać w skondensowanej formie jaką jesteśmy instytucją, jaką misję realizujemy, jak postrzegamy swoją rolę w całym ekosystemie społeczno-gospodarczym. To bardzo ważne dla budowania wizerunku banku, który jest uważny i słucha. W naszej firmie nie ma różnicy pomiędzy działaniami biznesowymi a aktywnością CSR. To nie są dwa odrębne byty, tylko jedność* – podkreśla Piotr Kwiatkowski.

Treść raportu bank przygotował w oparciu o międzynarodowy standard dla tego typu dokumentów – GRI G4. To najbardziej popularny standard raportowania danych niefinansowych, dzięki któremu można porównać się z innymi firmami – cieszyć się z przewagi w niektórych obszarach, ale też zidentyfikować obszary do poprawy.

*Przygotowanie raportu to dobra okazja do zebrania i podsumowania wszystkich podejmowanych w firmie działań i oceny – co wyszło dobrze, a co wymaga poprawy. Taka refleksja pomaga w skutecznym, mądrym i strategicznym zarządzaniu przyszłością organizacji –* podsumowuje prezes Kwiatkowski.