



O NASZEJ WSPÓLNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI

DLA PARTNERÓW FINANSOWYCH

Skrót raportu społecznego ANG Spółdzielni
(wcześniej ANG Spółdzielni Doradców
Kredytowych) za 2016 r.

Nasza spółdzielnia, nasi współpracownicy, Wy – nasi partnerzy, mamy wspólny cel – służyć naszym klientom. Tworzymy instytucje zaufania publicznego. Razem powinniśmy pracować, by na to zaufanie zasłużyć. To wymaga od nas współodpowiedzialności za to, co wspólnie robimy. I o tym jest ten raport.



ARTUR NOWAK-GOCLAWSKI
SPÓŁDZIELCA, W ZARZĄDZIE ANG

Drodzy Państwo, nasi partnerzy i przyjaciele. Mamy przyjemność po raz szósty podsumować „rok życia” Spółdzielni i czwarty, który zamykamy raportem zintegrowanym. Przyjeliśmy taką formę raportowania, gdyż widzimy w tym m.in. naszą odpowiedzialność wobec Państwa.

Zobowiązaliśmy się do tego, aby umożliwić naszym interesariuszom spojrzenie nie tylko na wy-

niki związane z wartością ekonomiczną firmy ANG. Równie ważne jest to, jak tę wartość tworzymy, uwzględniając relacje z ludźmi budującymi naszą społeczność, naszymi klientami i partnerami. Nie zapominamy przy tym o naszych powinnościach społecznych i środowiskowych.

Chcemy tutaj zaprezentować nie tylko wyniki działalności Spółdzielni w 2016 r., ale też podzielić się refleksją o tym, jak widzimy nasze relacje oparte na współodpowiedzialności.

I dlatego też słowem kluczem raportu jest właśnie „odpowiedzialność” jako fundament naszej postawy rynkowej, nie tylko etycznej. Pełną wersję raportu znajdziecie na stronie www.raport2016.angkredyty.pl. Tę krótką wersję poświęcamy właśnie Wam – naszym partnerom. Jesteście niezwykle ważnymi współuczestnikami naszego biznesowego i społecznego życia.

Mam nadzieję, że znajdziecie przyjemność i pożytek z lektury raportu.



O SPÓŁDZIELNI

Spółdzielnię tworzą ludzie, którym o coś chodzi. **2**

Jesteśmy profesjonalną organizacją pośrednictwa finansowego, skupiającą społeczność ponad 600 ekspertów finansowych. Nasza Spółdzielnia powstała w 2010 r. jako alternatywnie wobec korporacji miejsce pracy dla doświadczonych ekspertów kredytowych. Formuła spółdzielni gwarantuje członkom współwłasność i współdecydowanie o kierunkach działania naszej organizacji.

O co nam chodzi? O to, by zachowując w działaniach biznesowych zasady zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialności i zaangażowania społecznego, służyć naszym klientom. Ta służba, wsparta założeniem, że pośrednik finansowy, powinien być instytucją zaufania publicznego, oznacza nadrzędność interesu naszych klientów nad interesem instytucji finansowej, czyli naszym.

Zależy nam na promowaniu odpowiedzialnej sprzedaży w całej branży finansowej. Jesteśmy inicjatorami projektu Nienieodpowiedzialni, poprzez który szerzymy ideę efektywnej, mądrej i wrażliwej branży finansowej. Branży, która jest świadoma swojej roli wobec klientów, współpracowników i społeczeństwa.

W 2016r. połączyliśmy się z ANG Spółdzielnią Pośredników Ubezpieczeniowych, dlatego od 2017 r. w naszej ofercie znajdują się również produkty ubezpieczeniowe.

NASZE NAGRODY ZA 2016 R.



**Najlepsy Pracodawca
AON Hewitt**



**Etyczna Firma Pulsu
Biznesu**



Biały Listek CSR Polityki



Gazela Biznesu



**II miejsce w Kategorii
Kryształowej
w Rankingu
Odpowiedzialnych
Firm Dziennika Gazety
Prawnej**



KATARZYNA DMOWSKA
SPÓŁDZIELCZYNI, W ZARZĄDZIE ANG

Rok 2016 upłynął w dużej części na konsultacjach i oczekiwaniu na ustawę o kredycie hipotecznym, a także nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego oraz agentami. Na przełomie roku 2016 i 2017, na ostatnim etapie, w momencie przekazania ustawy do Rady Ministrów, w ustawie pojawił się zapis, który rzucił widmo końca branży pośrednictwa w naszym kraju. A mianowicie w art. 16 ustawy pojawił się punkt 6, w którym ustawa zabraniała wypłacania prowizji pośrednikom. Pośrednicy zgodnie z tym zapisem ustawy mieli być wynagradzani przez klientów.

Dołożyliśmy wszelkich starań, aby przekonać posłanki i posłów do zmiany zapisów art. 16, aby nie pozbawić naszych partnerów ważnego dla nich kanału sprzedaży. Udało nam się. Trwają prace nad wdrożeniem zapisów ustawy, która wprowadza sporo zmian, z którymi banki muszą sobie poradzić, my, pośrednicy, będziemy musieli się dostosować. Dla nas bardzo istotną kwestią w ustawie są szerokie obowiązki informacyjne, obowiązek uzyskania pozwolenia na działalność oraz wpis do rejestrów. Ustawa wprowadza nowe ogniwo pomiędzy bankiem a klientem, które do tej pory na rynku nie

funkcjonowało, a mianowicie agenta. Ustawa bardzo szczegółowo opisuje wymagania w stosunku do agenta, obowiązek rejestracji w KNF oraz odpowiedzialność pośredników za agentów, dlatego bardzo nam zależy, aby banki znalazły miejsce na to nowe ogniwo. Liczymy też na wsparcie przy wdrażaniu wszystkich nowości wynikających z zapisów ustawy, tak abyśmy mogli spójnie i sprawnie działać dla dobra wszystkich uczestników rynku.

O POŚREDNIKACH

4,3 MLD ZŁ

czyli 45,2 proc. ogólnej wartości udzielonych w 2016 r. kredytów hipotecznych przez pośredników finansowych

AŻ 43%

osób obecnie spłacających kredyty hipoteczne korzystało z usług doradców kredytowych*

* Badanie „Potencjał i zagrożenia związane ze zmianą przepisów dot. doradców kredytowych”, przeprowadziliśmy w styczniu 2017 r. razem z agencją badawczą Maison & Partners.

ANG W LICZBACH

20

PARTNERÓW
FINANSOWYCH

4.

FIRMA NA RYNKU POŚREDNICTWA
POD WZGLĘDEM SPRZEDAŻY
KREDYTÓW HIPOTECZNYCH

586

EKSPERTÓW
(230 KOBIEC,
356 MĘŻCZYŻN)

191

SPÓŁDZIELCÓW
(60 SPÓŁDZIELCZYŃ,
131 SPÓŁDZIELCÓW)

W 2016 R.
ZA NASZYM
POŚREDNICTWEM
BANKI UDZIELIŁY

8645

KREDYTÓW
NA ŁĄCZNĄ KWOTĘ

1738

MLN ZŁ

ŚREDNIA WARTOŚĆ
URUCHOMIONEGO KREDYTU
HIPOTECZNEGO W ROKU
2016 WYNIOSŁA 237 671 ZŁ

ŚREDNIO CO

52

MINUTY PRZY UDZIALE
EKSPERTA ANG URUCHAMIANY
BYŁ KREDYT HIPOTECZNY

ŚREDNIA WARTOŚĆ
URUCHOMIONEGO KREDYTU
GOTÓWKOWEGO W ROKU
2016 WYNIOSŁA 49 910 ZŁ

W 2016 R. OSIĄGNĘLIŚMY 40 428 211,78 ZŁ PRZYCHODÓW (O 27,87% WIĘCEJ
NIŻ W ROKU 2015) I 308 679,69 ZŁ ZYSKU NETTO.

JAK BUDOWAĆ NASZĄ WSPÓLNĄ ODPOWIEDZIALNĄ RELACJĘ?

CZEGO POWINNI OCZEKIWAĆ OD NAS NASI PARTNERZY?

- znajomości oferty produktowej i procesu kredytowego oraz bieżącego monitorowania zmian w ofercie
- aktywnego pozyskiwania klientów
- rzetelnego informowania klientów o cechach oferowanych produktów
- rzetelnej weryfikacji danych oraz informacji na temat klientów przekazywanych do banków
- dbałości o kompletność wniosków kredytowych klientów
- dbałości o interesy i wizerunek banku
- aktywnego i rzetelnego pośrednictwa w komunikacji pomiędzy bankiem i klientem

CZEGO SPÓŁDZIELNIA OCZEKUJE OD PARTNERÓW FINANSOWYCH?

- traktowania jak interesariusza
- spójnej oferty dla klientów w każdym kanale sprzedaży (zarówno w oddziałach własnych banku, jak i u pośredników)
- równego traktowania klientów od pośrednika i klienta własnego
- bieżącego przekazywania informacji o zmianach w ofercie
- dostarczania szkoleń produktowych
- pełnej i szybkiej komunikacji w zakresie informacji na temat procesowanych wniosków
- uczciwego wynagradzania za sprzedawane produkty, rzetelnego i terminowego rozliczania należnej prowizji
- zwracania uwagi nie tylko na sprzedaż, ale również na elementy jakościowe w relacji z pośrednikami
- współpracy przy naprawianiu rynku i budowaniu zaufania społecznego

ZAUFANIE POLAKÓW DO BRANŻY FINANSOWEJ, A WŁAŚCIWIE JEGO BRAK

Według badania, które zrealizowaliśmy w 2016 r. razem z agencją badawczą Maison & Partners w ramach projektu Nienieodpowiedzialni, mimo że tylko co drugi Polak darzy zaufaniem banki, to i tak jest to zdecydowanie więcej niż w przypadku pozostałych przedstawicieli branży finansowej. Firmom ubezpieczeniowym ufa 34%, doradcom finansowym już tylko 26%, a firmom pożyczkowym zaledwie 10% społeczeństwa. Równie niskie zaufanie Polacy mają tylko do polityków (11%) oraz niektórych instytucji publicznych, jak ZUS (24%).

6

JAKIE DZIAŁANIA MOGŁYBY ZWIĘKSZYĆ ZAUFANIE DO INSTYTUCJI FINANSOWYCH?

- najbardziej oczekiwane jest większe nastawienie na realizację potrzeb klienta, a nie tylko na sprzedaż produktów (69%)
- zbudowanie przekonania, że instytucja nie sprzedaje czegoś, czego klient nie chce, nie potrzebuje lub nie rozumie (69%)

NAJWIĘKSZE WYZWANIA W RELACJI Z NASZYMI PARTNERAMI:

- postrzeganie działań pośredników nie tylko przez pryzmat wielkości sprzedaży, ale również jakości ich pracy, jak np. odpowiedzialne praktyki biznesowe
- zmiany na rynku, które przyniesie ustawa o kredycie hipotecznym

PROMUJEMY ODPOWIEDZIALNĄ SPRZEDAŻ. NASZ CEL – 0% MISSELLINGU

W naszym rozumieniu odpowiedzialna sprzedaż w branży finansowej to taka relacja z klientem, która sprawia, że otrzymuje produkt finansowy: 1/ który jest mu potrzebny, 2/ który rozumie i 3/ na który go stać. W innym przypadku mamy do czynienia z missellingiem.

Aby zapobiegać nieodpowiedzialnej sprzedaży:

- oczekujemy od naszych współpracowników pracy na wyłączność
- systematycznie budujemy świadomość odpowiedzialnej sprzedaży wśród naszych współpracowników
- nie włączamy do naszej oferty produktów o bardzo wysokim ryzyku missellingu
- w miarę możliwości monitorujemy naszą sprzedaż pod kątem odpowiedzialnej sprzedaży
- oferujemy wsparcie i szkolenia, w tym z zakresu zasad etycznych i odpowiedzialnego biznesu
- wypracowaliśmy Kodeks Etyki, który obowiązuje wszystkich współpracowników. Tworzymy program zarządzania etyką w Spółdzielni, który ciągle rozwijamy
- każdy, również nasz klient, może zgłosić swoje wątpliwości do naszej Komisji Etyki na adres

etyka@angkredyty.pl lub do Komisji Etyki Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych (KPF) – etyka@kpf.pl – propagujemy odpowiedzialne podejście do sprzedaży w całej branży. Jesteśmy inicjatorem projektu Nienieodpowiedzialni.pl, którego edycja A.D. 2016 to: ponad 350 gości naszej konferencji, 3000 egzemplarzy gazety, ponad 100 artykułów i wywiadów dostępnych na www.nienieodpowiedzialni.pl. Zapraszamy do włączenia się w ten projekt!

NASZE PLANY I MARZENIA NA 2017 I KOLEJNE LATA:

- chcemy rosnąć i rozwijać się. Nasz plan na najbliższy rok to wynik brutto na poziomie 0,35 mln i sprzedaż 2,0 mld, 250 spółdzielców i 750 ekspertów
- pragniemy, żeby ANG było punktem odniesienia dla organizacji o podobnym charakterze. Chcemy dzielić się dobrymi praktykami i inspirować innych do działania
- chcemy debatować w sposób otwarty o tym, co ważne dla całej branży finansowej i zmieniać jej społeczny wizerunek na lepszy

STRUKTURA SPRZEDAŻY W PODZIALE NA PRODUKTY (ŹRÓDŁA PRZYCHODÓW)

8

	Procentowy udział produktów (wg wolumenu) w sprzedaży		Liczba sprzedanych produktów	
	2015	2016	2015	2016
kredyty hipoteczne	96,53%	95,17%	5664	6961
kredyty gotówko- we (w tym karty kredytowe)	3,47%	4,83%	1029	1684

Śmiało mogę powiedzieć, że ANG to już MARKA – uznana w świecie pośrednictwa finansowego. Ale czy jej działalność ogranicza się tylko do sprzedaży produktów finansowych zaprzyjaźnionych banków? Otóż nie tylko. Oni z całą swoją stanowczością realizują strategię uwzględniającą interesy społeczne, a przede wszystkim relacje z różnymi grupami interesariuszy.

Wspólnie łatwiej nam będzie sprostać nowym zadaniom, jakie przyniosła Ustawa o kredycie hipotecznym oraz nadzorce nad pośrednikami hipotecznymi. Wymaga to wzajemnego zrozumienia i bieżącej współpracy.

Maciej Chlebowski – dyrektor Departamentu Zarządzania Sprzedażą, BGŻ BNP Paribas

Przestrzeganie przez partnerów biznesowych Euro Banku zasad etyki, zaangażowanie społeczne oraz odpowiedzialność za prowadzone działania biznesowe mają wpływ na jakość współpracy z danym partnerem. Przede wszystkim z takim partnerem pracuje się bezpieczniej. Mamy pewność, że działania, jakie wspólnie podejmujemy, służą budowaniu biznesu nastawionego na zrównoważony i stabilny wzrost, że interesy obu stron są chronione w jednakowy sposób. Branża finansowa po 2008 r. utraciła sporo społecznego zaufania, które teraz musi mozolnie odbudowywać. Trudno jednak odbudować zaufanie konsumentów, jeśli tego zaufania nie ma pomiędzy kluczowymi partnerami biznesowymi. Silne zaangażowanie społeczne, wysoki poziom odpowiedzialności wpływają na wzrost zaufania i w dłuższej perspektywie pozwolą na odbudowanie społecznego zaufania do branży finansowej.

We współpracy z ANG zwracam uwagę przede wszystkim na ludzi, z którymi mam przyjemność współpracować. Poza tym na wysoki poziom zaangażowania w rozwój branży usług finansowych nieopierający się tylko na osiągnięciu wyższych zysków, ale wspierający mocno kwestie etycznej współpracy i bycia fair.

Bartosz Jamróż – dyrektor Departamentu Współpracy Biznesowej, Eurobank

POLACY CHCĄ POŚREDNIKÓW KREDYTOWYCH

75%

uważa, że porady doradcy (pośrednika) kredytowego są pomocne

43%

posiadaczy kredytów hipotecznych korzystało z usług doradcy (pośrednika) kredytowego przy wyborze kredytu

80%

splacających kredyty hipoteczne uważa, że informacje zasłyszane od doradców kredytowych pomogły im w podjęciu decyzji, były wiarygodne i rzetelne

Zarówno doradcy bankowi (w oddziałach), jak i doradcy kredytowi (pośrednicy) uważani są przez posiadaczy kredytów za wiarygodne i pomocne źródło, przy czym na niezależność i uczciwość doradców (pośredników) kredytowych wskazało 76% badanych, natomiast doradców banków 69%

* Badanie „Potencjał i zagrożenia związane ze zmianą przepisów dot. doradców kredytowych”

INICJATYWY, W KTÓRE SIĘ ANGAŻUJEMY:

- Global Compact
- Karta Różnorodności
- Nienieodpowiedzialni.pl
- Koalicja Rzeczników Etyki UN GC
- Koalicja Prezesi-Wolontariusze
- Konkurs Przedsiębiorstwo Społeczne Roku im. Jacka Kuronia
- Fundacja „Będę Kim Zechcę”
- Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych
- Konfederacja Pracodawców Prywatnych „Lewiatan”
- Stowarzyszenie Mieszkaniczyk

10

O RAPORCIE

Spółdzielnia jako jedyna w branży pośredników finansowych publikuje swoje bieżące dane finansowe oraz wydaje zintegrowany raport społeczny. Wszystkich zainteresowanych tym, co udało się nam wypracować w 2016 r., zapraszamy na stronę www.raport2016.angkredyty.pl gdzie można zapoznać się z pełną treścią naszego raportu, który został opracowany zgodnie z międzynarodowymi standardami raportowania. Zapraszamy do podzielenia się z nami swoją opinią o raporcie. Kontakt: [Katarzyna Nowak, katarzyna.nowak@grupaang.com](mailto:katarzyna.nowak@grupaang.com)