



EFL to prężna instytucja finansowa z ponad trzydziestoletnim doświadczeniem, kadrą najwyższej klasy specjalistów i wyspecjalizowanym zapleczem infrastrukturalnym. Spółka jest częścią międzynarodowej Grupy Crédit Agricole. Oferuje szeroki pakiet produktów takich jak leasing, pożyczka, wynajem długoterminowy, ubezpieczenia, faktoring oraz profesjonalne doradztwo. Współpracuje z najbardziej liczącymi się producentami i dostawcami maszyn, urządzeń, pojazdów oraz innych środków trwałych.



Kontekst rynkowy

Branża leasingowa finansuje co trzecią inwestycję polskich przedsiębiorców. W 2021 roku udzieliła łącznego finansowania o wartości 88 miliardów złotych. Po pierwszy portfel aktywnych umów leasingowych w zakresie finansowania ruchomości był wyższy od salda kredytów udzielonych firmom przez banki. EFL jest jednym z najważniejszych graczy w branży leasingowej w Polsce, aktywnym członkiem Związku Polskiego Leasingu. Od 1991 roku firma zdobyła zaufanie ponad 363 tysięcy klientów, którzy sfinansowali aktywa o łącznej wartości blisko 78 miliardów złotych. O sile marki, jej doświadczeniu, jakości usług i bardzo dobrych relacjach z klientami i partnerami świadczą wyniki sprzedaży. W 2021 roku EFL poradził sobie zdecydowanie lepiej niż branża: leasingiem i pożyczką spółka sfinansowała aktywa o łącznej wartości 7,6 miliarda złotych. Ten rekordowy wynik oznacza aż 42-procentowy wzrost w porównaniu do 2020 roku.

W tym samym czasie rynek odnotował dynamikę niższą o ponad 11 punktów procentowych. W efekcie EFL zwiększył udział w rynku z 8,6 w 2020 roku do 9,3 procenta. W szczególności spółka zwiększyła udział w finansowaniu pojazdów ciężarowych i maszyn.

Od stycznia do grudnia 2021 roku firma sfinansowała samochody osobowe i dostawcze o łącznej wartości prawie 2,8 miliarda złotych (+26 procent rok do roku) oraz pojazdy ciężkie o wartości prawie 2 miliardów złotych (+59 procent rok do roku). Wartość leasingu i pożyczek udzielonych na zakup maszyn i urządzeń wyniosła prawie 2,8 miliarda złotych, co oznacza ponad dwukrotnie wyższą dynamikę niż rynkowa.

Oferta

Oferta Grupy EFL obejmuje: leasing, pożyczkę, wynajem długoterminowy oraz zarządzanie flotą pojazdów osobowych, dostawczych i transportu ciężkiego; usługi

związane z finansowaniem: ubezpieczenia, Centrum Likwidacji Szkód czy Centrum Sprzedaży Poleasingowej i powiązane z nim aukcje internetowe sprzętu pokontraktowego; efektywne usługi wspierające biznes: faktoring; usługi smart business: Kartę Paliwową z odroczonego terminem płatności czy dedykowany bieżącej obsłudze umów Portal KlientEFL.

Bogata oferta pozwala klientom na wybór produktów idealnie dopasowanych do potrzeb, a zróżnicowany wachlarz finansowanych aktywów umożliwia obsługę praktycznie każdego typu biznesowej potrzeby: od podstawowych narzędzi jak samochód osobowy czy pojazdy przeznaczone do transportu ciężkiego, poprzez wyposażenie biura, po maszyny i urządzenia dla branży budowlanej, produkcyjnej i medycznej, sprzęty rolnicze czy panele fotowoltaiczne.

Klienci EFL mogą korzystać m.in. z elastycznego harmonogramu spłat – Leasingu Swobodnego, którego parametry modyfikują samodzielnie. Tę funkcjonalność,

a także dostęp do procesów posprzedażowych, firma udostępnia poprzez internetowy Portal KlientEFL. Oferta EFL obejmuje także liczne produkty dodatkowe, do których zaliczają się ubezpieczenia i karty paliwowe. We współpracy z partnerami firma zapewnia usługi stanowiące dodatkową wartość dla klientów, takie jak Centrum Likwidacji Szkód, pomagające w razie wypadku samochodowego z pełnym odliczeniem VAT. Firma wyznacza kierunek dla całej branży także w obszarze automatycznego systemu scoringowego, który pozwala na automatyczne wydanie natychmiastowej decyzji kredytowej, a także obsługi Klienta i zdarzeń w umowie poprzez Portal KlientEFL. EFL umożliwiała zdalne, szybkie i bezpieczne podpisywanie umów i obsługę z wykorzystaniem podpisu kwalifikowanego i wideoweryfikacji.

Grupa EFL jest również aktywnym uczestnikiem „zielonej rewolucji” na polskich drogach. Wartość elektrycznych samochodów osobowych i dostawczych wyleasingowanych przez EFL w 2021 roku była aż o 88 procent wyższa niż przed rokiem i wyniosła prawie 50 milionów złotych. Najczęściej wybieraną przez klientów marką była Tesla. Duży udział w ekoflocie finansowanej przez Grupę EFL mają pojazdy ciężkie – wartość udzielonego finansowania wyniosła ponad 30 mln, przy ponad 44% wzroście rok do roku. EFL jest także liderem finansowania Tesli w Polsce.

Osiągnięcia

EFL jest laureatem wielu prestiżowych nagród i wyróżnień, takich jak: Najlepszy Partner w Biznesie, Złota i Diamentowa Prosperita, Premium Brand Firma Wysokiej Reputacji, Laury Buildera, Firma Przyjazna Klientowi, Finansowa Marka Roku, Marka Godna Zaufania 2016, Well Power 2018, IPMA Global Project Excellence Award 2019, Firma Odpowiedzialna Technologicznie 2020, Friendly Workplace 2020, Superbrands 2021, European Content Awards oraz European Search Awards. Ponad trzydziestoletnie doświadczenie biznesowe to solidny fundament na przyszłość. Dlatego EFL chce dzielić się wiedzą, wdrażając nowoczesne cyfrowe rozwiązania, tak by jeszcze sprawniej obsługiwać swoich klientów i partnerów.

W ramach działań CSR firma od wielu lat angażuje się w liczne działania na rzecz środowiska naturalnego, społeczeństwa i gospodarki.

W 2021 roku, z okazji jubileuszu 30-lecia, wraz z wolontariuszami i startujem Dotlenieni.org, posadziła na Warmii las trzydziestu tysięcy drzew. Z poczucia odpowiedzialności za środowisko i z myślą o przyspieszeniu cyfryzacji w biznesie aktywnie włączyła się w kampanię #BiznesBezPapieru, zmniejszając jego zużycie. Jako wiodący gracz na rynku w finansowaniu samochodów elektrycznych EFL dołączył też do grona partnerów #elektromobilni – największej w regionie CEE kampanii promującej transport zeroemisyjny. Firma chce propagować zielone podejście wśród mikro, małych i średnich firm. Dlatego nie tylko udostępnia rozwiązania takie jak leasing aut elektrycznych czy finansowanie paneli fotowoltaicznych, ale również edukuje i wskazuje korzyści, jakie płyną z ich wykorzystania dla ochrony klimatu, poprawy zdrowia czy rozwoju gospodarczego. Razem z bankiem Crédit Agricole EFL promuje też kampanię #MniejPlastiku. Wspólna praca została zauważona i nagrodzona prestiżowymi nagrodami – Eco-Inspiracja roku 2020 oraz Instytucja Roku 2021. W 2022 roku w ramach kampanii pracownicy Grupy EFL i banku Crédit Agricole włączyli się w akcję Wiślana Odyseja, aby wspólnie zadbać o dobrostan Królowej Polskich Rzek. W 2011 roku wspólnie z międzynarodowymi partnerami EFL stworzył tzw. Europejski Program Modernizacji Polskich Firm (EPMPF). Celem projektu było wspieranie polskich przedsiębiorców poprzez zapewnienie im tanich i łatwo dostępnych narzędzi finansowania inwestycji, edukacji oraz wsparcia w rozwoju inicjatyw.

W ramach współpracy z międzynarodowymi instytucjami finansowym: Europejskim Bankiem Inwestycyjnym, Bankiem Rozwoju Rady Europy oraz Europejskim Bankiem Odbudowy i Rozwoju firma wydaje raporty branżowe „Pod lupą”, powstające na podstawie autorskich badań opinii, przeprowadzanych przez renomowane firmy badawcze na grupie 500 podmiotów. Od 2015 roku publikuje także kwartalne odczyty „Barometr EFL”. Jest to syntetyczny wskaźnik, informujący o skłonności firm z sektora MŚP do wzrostu (tj. rozwoju rozumianego jako stawianie sobie przez

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Klienci EFL sfinansowali aktywa o łącznej wartości blisko 78 miliardów złotych, co stanowi równowartość budowy 39 stadionów narodowych lub 162 budynki Narodowego Forum Muzyki we Wrocławiu.
- EFL jest liderem w finansowaniu samochodów elektrycznych.
- 93 procent Klientów jest zadowolonych z usług EFL.

363 tysiące

– tylu klientów zaufało dotychczas EFL. To liczba niemal równa populacji Bydgoszczy.

przedsiębiorstwa celów związanych ze wzrostem sprzedaży i produkcji, ekspansją na nowe rynki i maksymalizacją zysków, co jest związane z inwestycjami w środki trwałe). Prognozowana na dany kwartał kondycja finansowa firm MŚP daje punkt odniesienia do wnioskowania o zakładanym kierunku zmian, które sprzyjają wzrostowi lub działają hamująco na rozwój.

Promocja

Strategia komunikacji EFL uwzględnia różnorodne działania, wśród których są między innymi: performance, content marketing (artykuły, infografiki, raporty), wideo, komunikacja w social media, eventy oraz inne działania w kanałach własnych, skierowane do klientów, partnerów, dostawców i pracowników całej Grupy EFL. Komunikacyjnie firma kontynuuje kampanię „To się uda!”, skupiając się na narracji o przyszłości, dając partnerom poczucie realnej wartości oraz przekonanie, że jest solidnym partnerem. Ze względu na niepewne czasy i potrzebę stabilności, key message kampanii to: „W biznesie zaufania jest bezcenne. EFL to godny zaufania partner biznesowy, który dostarcza sprawdzone produkty”.

www.efl.pl

HISTORIA MARKI

1991 EFL powstaje jako jedna z pierwszych firm leasingowych w Polsce. Większość konkurencyjnych firm z tamtego okresu zostaje wchłoniętych przez banki i działa do dziś pod zmienionym szyldem. Wyjątkiem jest EFL, który od 30 lat działa pod tą samą nazwą i od początku istnienia jest jedną z wiodących firm w branży.

1991-1996 EFL pracuje nad zwiększeniem dostępności leasingu w Polsce m.in. poprzez rozwój sieci sprzedaży oraz kanału online. Efektem tych prac jest ponad 25 tysięcy klientów, którzy zawierają ponad 45 tysięcy umów na łączną kwotę niemal 760 milionów złotych, zdobywając ponad 16-procentowy udział w rynku.

1997 EFL przejmuje Towarzystwo Ubezpieczeniowe Europa.

1998 Spółka wchodzi na warszawską giełdę.

2000 Spółka wchodzi na giełdę londyńską.

2001 EFL staje się częścią Crédit Agricole. Od tamtej pory, korzystając z międzynarodowego doświadczenia największej francuskiej grupy bankowej, firma wprowadza do swojej oferty produktowej szereg innowacyjnych rozwiązań i opuszcza warszawski parkiet.

2004 EFL powołuje do życia spółkę flotową Carefleet, poszerzając ofertę o najem długoterminowy.

2011 W ramach Crédit Agricole powstaje Commercial Finance – spółka faktoringowa, która w 2015 roku zmienia nazwę na Eurofactor Polska SA.

2020 EFL nabywa od Grupy DBK 70 procent udziałów spółki HAMA Polska, funkcjonującej na polskim rynku pod nazwą DBK Rental.

2021 Od maja spółka HAMA, oferująca wynajem pojazdów użytkowych, działa na rynku jako nowa marka TRUCK CARE sp. z o.o. Stworzenie nowego brandu pozwala na ujednoczenie oferty w ramach całej rodziny produktów Grupy Crédit Agricole.

2022 Grupa EFL przystępuje do programu „Mój elektryk”.