

2017

Raport o danych niefinansowych



Spis treści

O Banku

3
5
8
13
16
18
18
21
21
21

List Prezesa Zarządu
O raporcie
O Banku
Wyniki ekonomiczne
Odpowiedzialne zarządzanie
RESPECT Index
Członkostwo w organizacjach
Interesariusze
Identyfikacja
Dialog

Projekty i produkty

26

27
27
28

Finansowanie projektów - wdrażanie procedur
ESRM (Environmental and Social
Risk Management)
Oferta produktowa
Inwestycje kapitałowe
Weryfikacja klientów

Długookresowe relacje oparte na zaufaniu i profesjonalizmie

31
31
32
32
35
35

Relacje z klientami - praktyki rynkowe
Badania satysfakcji klientów
Komunikacja z klientami
Reklamacje i zapytania klientów
Rzecznik klientów
Edukacja klientów

Bezpieczne i dostępne usługi bankowe

38
40
40

Kanały dostępu do usług bankowych
Bezpieczna bankowość
Ochrona danych klientów

Ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko

43
43
45

Systemy zarządzania ochroną środowiska
Mniejszy bezpośredni ślad środowiskowy
działalności operacyjnej
Zrealizowane projekty prośrodowiskowe

Troska o ludzi

52
60
63
66
68

Polityka zatrudnienia
Rozwój pracowników
Wspieranie inicjatyw pracowniczych
Warunki zatrudnienia
Kodeks etyczny

Rozwój społeczności

71
73
74

Zaangażowanie społeczne
Mecenat kulturalny i sponsoring
Wolontariat Pracowniczy

Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw

77

Polityka zakupów
i współpraca z dostawcami

List Prezesa Zarządu

Szanowni Państwo,

naszą misją jest wspieranie wzrostu gospodarczego i rozwoju naszych klientów oraz społeczności na całym świecie. Naszą przewagą rynkową tworzą: różnorodność, edukacja finansowa społeczeństwa, którą realizujemy poprzez programy Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, największy w Polsce program wolontariatu pracowniczego, a także inicjatywę Live Well at Citi, łączącą promowanie szeroko rozumianej „kultury zdrowia” wśród naszych pracowników, klientów i partnerów, z charytatywnym celem.

Wartości i etyka są dla Citi Handlowy priorytetem nie tylko na polu biznesu. Od lat angażujemy naszych pracowników w działania promujące różnorodność, otwarcie na innych i integrujące wokół wspólnych celów. Doskonale ilustruje to nasz program mentoringu biznesowego kobiet, dzięki któremu znacznie zwiększył się udział kobiet w Citi Handlowy na stanowiskach menedżerskich. Dzisiaj kobiety stanowią w Citi Handlowy ponad połowę pracowników na stanowiskach kierowniczych. W Citi Handlowy wynagrodzenia, awans oraz rozwój nie mają płci. Kierujemy się zasadą, by kobiety i mężczyźni na równorzędnych stanowiskach byli wynagradzani równo, zgodnie z kompetencjami.

Mamy świadomość, że wykwalifikowani i utalentowani pracownicy są naszą siłą. To oni - dzięki swojemu zaangażowaniu, doświadczeniu i talentom - tworzą tę wyjątkową organizację. Dbając o naszych pracowników, tworzymy dla nich najlepsze warunki pracy, zwracamy uwagę na talenty i dbamy o ich rozwój na wszystkich szczeblach organizacji, oferując możliwości rozwoju zawodowego w globalnych strukturach Citi. To wszystko sprawia, że możemy cieszyć się opinią pracodawcy chętnie wybieranego przez potencjalnych pracowników. Dlatego liczymy się z ich zdaniem, o które co roku pytamy w wewnętrznym badaniu „Głos Pracownika”. W jego najnowszej edycji pracownicy ponownie wyrazili uznanie dla kultury etycznej w naszej organizacji, a także dla różnorodności, którą ta kultura wspiera.



Sławomir S. Sikora
Prezes Zarządu

Ważnym przykładem naszego zaangażowania społecznego jest realizowany w Banku największy w Polsce program wolontariatu pracowniczego koordynowany przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy. Każdego roku obecni i byli pracownicy Banku wraz z rodzinami i przyjaciółmi uczestniczą w projektach odpowiadających na konkretne potrzeby bliskich im społeczności. Kulminacją tych działań przypada w Światowy Dzień Citi dla Społeczności, który w ubiegłym roku obchodziliśmy już po raz dwunasty. Tylko w 2017 roku wolontariusze Citi przeprowadzili prawie 250 projektów społecznych na rzecz ponad 37 000 odbiorców.

Mamy zatem świadomość, że w dzisiejszym świecie nasza odpowiedzialność wykracza daleko poza obszar biznesowy, a podejmowane przez nas decyzje dotyczą aspektów społecznych, gospodarczych i środowiskowych. Zgodnie z naszą misją dokładamy wszelkich starań, aby efektem wszystkich dokonywanych przez nas decyzji były jak najlepsze rozwiązania dla naszych klientów. Aby mieć pewność, że decyzje te są podejmowane słusznie, musimy za każdym razem odpowiedzieć twierdząco na następujące trzy pytania: 1) Czy jest to w interesie naszych klientów?, 2) Czy tworzy wartość ekonomiczną?, 3) Czy jest to odpowiedzialne pod względem systemowym?

Jesteśmy największym bankiem w Polsce realizującym programy edukacji finansowej. Wierzymy, że z punktu widzenia banku najlepszy jest klient wyedukowany, który rozumie, jak funkcjonuje świat banków i na czym polegają oferowane przez nie usługi, który ma również wiedzę na temat finansów publicznych, polityki monetarnej czy systemu ubezpieczeń społecznych. Program edukacji finansowej dla młodzieży „Moje Finanse”, który realizujemy we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości, jest największym w Polsce pod względem liczby odbiorców: corocznie wyposażamy w praktyczne kompetencje zarządzania finansami osobistymi ponad 100 000 młodych ludzi. Już ponad 1,5 mln uczniów wywodzących się z ponad 1 500 szkół ponadgimnazjalnych w całej Polsce ma za sobą całoroczny intensywny kurs przygotowujący ich do sprawnego poruszania się w gospodarce rynkowej.

Citi Handlowy jako jeden z dwóch banków w Polsce jest nieustannie, od pierwszej edycji w 2009 roku, obecny w prestiżowym zestawieniu RESPECT Index. Ta lista spółek notowanych na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych wyróżnia firmy, które działają zgodnie z najlepszymi standardami zarządzania w zakresie ładu korporacyjnego, ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a także z uwzględnieniem czynników ekologicznych, społecznych i ekonomicznych. Jesteśmy w tym zestawieniu już po raz jedenasty.

Kierując się zasadami zrównoważonego rozwoju, dążymy do ograniczania śladu środowiskowego w naszej codziennej działalności operacyjnej oraz świadczonych przez Bank usług. Działaniami tym sprzyja m.in. konsekwentnie wdrażana przez Bank strategia digitalizacji usług bankowych. Świat cyfrowy sprawia, że możemy działać nie tylko szybciej i wydajniej, ale też w zgodzie z naturalnym środowiskiem. Wprowadzane przez nas innowacje w obszarze usług on-line dbają więc nie tylko o bezpieczeństwo środków naszych klientów, ale są również ekologiczne. Naszych klientów instytucjonalnych zachęcamy do korzystania z platformy eWnioski - cyfrowego kanału wymiany dokumentacji pomiędzy klientem i Bankiem. To rozwiązanie już w niedalekiej przyszłości pozwoli prawie w całości wyeliminować papierową dokumentację związaną z obsługą produktów bankowych. Innym przykładem rozwiązań przyjaznych naszej planecie jest aplikacja MobilePASS, która umożliwia dostęp do systemu bankowości elektronicznej Citi-Direct BE za pomocą smartfona, bez potrzeby korzystania z dodatkowych urządzeń generujących kody dostępu.

Odpowiedzialność społeczna jest wpisana w DNA naszej organizacji. Czerpiemy inspirację z działań Leopolda Kronenberga, znanego finansisty, filantropa i mecenasa kultury, jednego z założycieli Banku Handlowego w Warszawie. Nasz dorobek w obszarze działań na rzecz społeczności i codzienna dbałość o najwyższe standardy etyczne to integralny element naszej kultury organizacyjnej, jeden z fundamentów, na którym budujemy zaufanie inwestorów partnerów i klientów Banku. Działania te realizujemy od ponad 20 lat przy udziale naszych pracowników poprzez programy Fundacji Kronenberga, a także przy wsparciu Citi Foundation.

Jako instytucja finansowa i spółka notowana na giełdzie starannie przestrzegamy zasad ładu korporacyjnego przyjętych przez Komisję Nadzoru Finansowego oraz przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Jako członek Związku Banków Polskich przestrzegamy także standardów, które zobowiązują Bank do stosowania szeregu zasad regulujących sposób postępowania banków wobec klientów, innych banków, postępowania pracowników banku oraz zasad reklamy, przetwarzania danych osobowych i postępowania ze skargami i reklamacjami klientów. Odpowiedzialne zarządzanie to filozofia, która pozwala nam działać w harmonii z otoczeniem.

Nasze działania w obszarach kluczowych z punktu widzenia otoczenia Banku, naszych klientów i akcjonariuszy, przedstawiliśmy w niniejszym „Raporcie o danych niefinansowych”. Serdecznie zapraszam Państwa do jego lektury.

Z poważaniem,



Sławomir S. Sikora

Prezes Zarządu

Banku Handlowego w Warszawie S.A.

O raporcie

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A., działającego pod marką Citi Handlowy, (Citi Handlowy lub Bank) oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. (Grupa) za rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2017 roku (Sprawozdanie) zostało przygotowane w oparciu o wymogi określone w przepisach ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (t.j. Dz.U. z 2018 roku, poz. 395), zgodnie z którą nałożony został obowiązek sprawozdawczy.

Mając na uwadze konieczność kompleksowego podejścia do zarządzania społeczną odpowiedzialnością, Bank zidentyfikował kluczowe z punktu widzenia otoczenia społecznego i środowiskowego obszary działalności biznesowej (uwzględniając specyfikę prowadzonej działalności). Zostały one opisane w dalszej części sprawozdania i poza zaangażowaniem społecznym obejmują działania związane z działalnością inwestycyjną i produktową, bezpiecznymi i dostępnymi usługami bankowymi, ograniczaniem wpływu na środowisko, troską o ludzi, rozwojem społeczności oraz odpowiedzialnym zarządzaniem.



Rozdział	Cel	Ryzyko	Polityki	Wskaźniki
Odpowiedzialne zarządzanie	odpowiedzialne zarządzanie	ryzyko braku zgodności	Polityka Zgodności, Zasady Ładu korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych, Dobre Praktyki Spółek na GPW oraz Zasady Dobrej Praktyki Bankowej, Rekomendacja H, Kodeks Dobrej Praktyki Domów Maklerskich	promocja praktyk, przestrzeganie zasad
RESPECT Index	RESPECT index	ryzyko reputacyjne	wytyczne GPW	obecność w indeksie
Interesariusze	„identyfikacja i dialog z interesariuszami”	ryzyko operacyjne, reputacyjne, ryzyko braku mandatu działania,	„Strategia Społecznej Odpowiedzialności Banku Handlowego w Warszawie S.A. na lata 2016-2018”	incydenty z interesariuszami, satysfakcja pracowników
Projekty i produkty	odpowiedzialne inwestycje, współpraca z KfW	„ryzyko operacyjne, finansowe, środowiskowe i społeczne w produktach kredytowych oraz inwestycjach kapitałowych, ryzyko prania pieniędzy i finansowania terroryzmu”	„Polityka ESRM, Polityki w Biurze Nadzoru Właścicielskiego, Polityki Należytej Staranności, tj. AML i przeciwdziałanie terroryzmu”	„monitoring ryzyka w produktach kredytowych, monitoring ryzyka w portfelu spółek niestrategicznych, naruszenia regulacji o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu”
Długookresowe relacje oparte na zaufaniu i profesjonalizmie	jasna i czytelna komunikacja marketingowa, gwarancja nowoczesnych i efektywnych form kontaktu z bankiem, digitalizacja, zapewnienie bezpieczeństwa danych, edukacja finansowa klientów	ryzyko reputacyjne, ryzyko korupcji	Etyka Reklamy, Zasady Ochrony Danych Osobowych, program „Treating Customers Fairly”, projekt „Tonality”	liczba kar nałożonych na Bank za niewłaściwą ochronę danych klienta, badanie satysfakcji klienta NPS, wdrożenie dyrektywy MiFID, poziom i czas rozpatrywania reklamacji
Bezpieczne i dostępne usługi bankowe				
Ograniczanie wpływu na środowisko	„wdrożyć i utrzymać systemy zarządzania energią i środowiskiem, minimalizacja zużycia paliw i mediów, optymalizacja gospodarki odpadami, minimalizacja zużycia surowców”	ryzyko środowiskowe	System Zarządzania Środowiskowego i Energią	„liczba kar nałożonych w związku z nieprzestrzeganiem przepisów, zużycie mediów, elektroodpady, zużycie i recyding papieru, wyciągi elektroniczne, utylizacja odpadów niebezpiecznych, flota, karty paliwowe”
Troska o ludzi	„zapewnienie różnorodnego środowiska pracy, przyjazne środowisko pracy i dobra atmosfera pracy, rozwój pracowników, wynagrodzenie, zapewnienie zgodności z zasadami etyki”	ryzyka w obszarze pracowniczym, praw człowieka, korupcji	Powszechna Deklaracja Praw Człowieka Narodów Zjednoczonych, Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej Fundamentalnych Zasad i Praw Pracy, wytyczne ONZ ds. Biznesu i Praw Człowieka, ZFŚS, Polityka Zatrudnienia, Program Rozwoju Pracowników, Polityka Wynagrodzeń, Kodeks Etyczny	pracownicy ogółem, stanowiska menedżerskie, umowy o pracę, staż pracy, wymiar czasu pracy, elastyczne warunki pracy, kategorie wiekowe, liczba godzin szkoleń, wynagrodzenie
Rozwój społeczności	wolontariat pracowniczy, zaangażowanie poprzez edukację ekonomiczną, ochronę dziedzictwa kultury	ryzyko społeczne	realizacja misji Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy	wolontariat pracowniczy, zasięg programów Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, liczba godzin wolontariatu
Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw	„klauzule etyczne w umowach, aspekty współpracy z dostawcami”	ryzyka w obszarze pracowniczym, praw człowieka	„Polityka zakupów produktów i usług oraz zasady zarządzania współpracą z dostawcami Banku”	umowy z klauzulą etyczną, terminowość płatności faktur, wspieranie różnorodności (niepełnosprawność)



Spółką nadrzędną Grupy jest Bank Handlowy w Warszawie S.A. (Citi Handlowy), a spośród jednostek zależnych najważniejszym podmiotem jest Dom Maklerski Banku Handlowego S.A., działający pod marką Dom Maklerski Citi Handlowy (DM Citi Handlowy), którego działalność uzupełnia ofertę produktową Banku i wzmacnia pozycję konkurencyjną na rynku usług finansowych w Polsce. Pozostałe podmioty nie prowadzą istotnej działalności z perspektywy Grupy. Powyższe wpłynęło na decyzję, by oprócz informacji dotyczących Banku zaprezentować w sprawozdaniu tylko ten podmiot.

Informacje dotyczące aspektów związanych z zarządzaniem społeczną odpowiedzialnością Grupy były prezentowane w ubiegłych latach w Sprawozdaniu z działalności Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A., sprawozdaniach z działalności Fundacji Bankowej im. Leopolda Kronenberga (Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy, Fundacja Kronenberga lub Fundacja) oraz na stronach internetowych Banku.

Wybrane przykłady przedstawione w niniejszym Sprawozdaniu obrazują sposób, w jaki Grupa realizuje swoje cele w obszarze społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju.

Prace nad Sprawozdaniem przebiegały w sposób sformalizowany, w ramach cyklicznie obradującej grupy roboczej. W skład grupy roboczej, której pracami kierował Wiceprezes Zarządu Banku nadzorujący Pion Finansowy, wchodzili przedstawiciele: Pionu Finansów, Departamentu Strategii i Relacji Inwestorskich, Departamentu Komunikacji Korporacyjnej i Marketingu, Pionu Wsparcia i Usług, Pionu Zarządzania Kadrami, Fundacji Bankowej im. Leopolda Kronenberga, Rzecznik klienta. W kolejnych okresach sprawozdawczych działalność Banku związana z obszarem społecznej odpowiedzialności oraz inne zagadnienia ujawniane w ramach Sprawozdania koordynowane będą przez powołaną Radę Społecznej Odpowiedzialności.

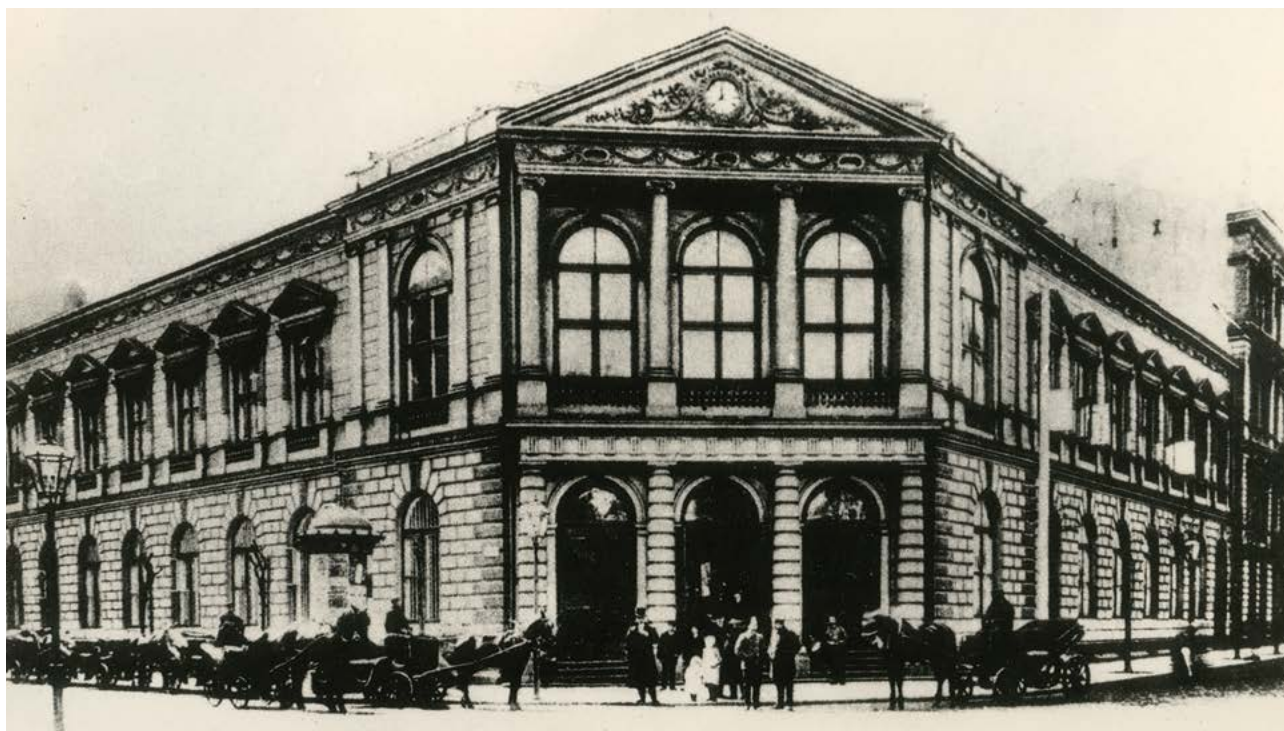
O Banku

Bank Handlowy w Warszawie S.A. założony w 1870 roku jest najstarszym bankiem komercyjnym w Polsce i jednym z najstarszych, nieprzerwanie działających, banków w Europie. Od 2001 roku Bank jest częścią globalnej instytucji finansowej Citigroup i działa w Polsce pod marką Citi Handlowy.

Dzisiaj Citi Handlowy to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Przynależność do globalnej instytucji finansowej zapewnia klientom Banku dostęp do usług finansowych w ponad 160

krajach i jurysdykcjach. Więcej informacji jest dostępnych na stronie www.citihandlowy.pl.

Citigroup świadczy usługi finansowe dla około 200 milionów klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych. Jej oferta obejmuje produkty i usługi finansowe takie jak: bankowość komercyjna i inwestycyjna, bankowość detaliczna, kredytowanie, ubezpieczenia, usługi na rynku papierów wartościowych i zarządzanie aktywami. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citigroup.com.



- 1870** Bank Handlowy w Warszawie S.A. który dziś prowadzi działalność pod marką Citi Handlowy, został założony w 1870 roku przez grupę inwestorów pod przewodnictwem Leopolda Kronenberga. Jest najstarszym bankiem komercyjnym w Polsce i jednym z najstarszych, nieprzerwanie działających banków w Europie. Bank przetrwał dwie wojny światowe nie przerywając swojej działalności.
- 1914** Przed wybuchem I wojny światowej Bank Handlowy był największym prywatnym bankiem na ziemiach polskich i jednym z nielicznych prowadzących obsługę finansową handlu z Rosją i Europą Zachodnią. Dla usprawnienia tej działalności latem 1871 roku Bank otworzył oddział (zwany biurem) w Sankt Petersburgu.
- 1945** Po 1945 roku Bank Handlowy został głównym polskim korespondentem banków zagranicznych, a w 1964 roku uzyskał oficjalnie monopol na obsługę transakcji polskiego handlu zagranicznego. Spowodowało to w konsekwencji zbudowanie największej sieci banków korespondentów, otwarcie oddziału w Londynie, przedstawicielstw zagranicznych w Nowym Jorku, Moskwie, Belgradzie, Rzymie i Berlinie oraz afiliacji w Wiedniu, Luksemburgu i Frankfurtach.

- 1989** Rok 1989, który był punktem zwrotnym w historii gospodarczej Polski, otworzył też nowy rozdział w historii Banku Handlowego. Bank utracił faktyczny monopol na dokonywanie rozliczeń zagranicznych, zyskał jednak większą swobodę działania w pełnym zakresie usług bankowych. Szybka rozbudowa sieci oddziałów oraz rozwinięcie nowych dziedzin usług finansowych pozwoliły na znaczący wzrost wolumenu operacji Banku w kraju i za granicą.
- 1991** Citi rozpoczął działalność w Polsce i otworzył swój oddział w Warszawie pod nazwą Citibank (Poland) S.A.
- 1997** W 1997 roku, po prawie 60 latach przerwy, Bank Handlowy powrócił na warszawską giełdę. Citibank wprowadził swoją pierwszą międzynarodową kartę kredytową w Polsce.
- 2000** W 2000 roku zarządy Banku Handlowego w Warszawie S.A. i Citibanku (Poland) S.A. podpisały umowę połączenia tych dwóch instytucji. W rocznicę 130-lecia działalności Bank otworzył nowy rozdział swojej historii, stając się częścią globalnej sieci Citigroup. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdziło fuzję, która nastąpiła 1 marca 2001 roku.
- 2001** Fuzja nastąpiła po nabyciu przez Citibank Overseas Investment Corporation udziału większościowego w Banku Handlowym. Polegała na wniesieniu wszystkich aktywów Citibank (Poland) S.A. do Banku Handlowego w zamian za emisję akcji Banku Handlowego na rzecz akcjonariuszy Citibanku (Poland) S.A.
- 2003** W wyniku fuzji wprowadzono markę Citibank Handlowy, tym samym Bank Handlowy zachował swoją historyczną nazwę. Bank pozostał obecny na warszawskiej giełdzie.
- 2007** W 2007 roku zmieniono markę Banku na Citi Handlowy.
- 2010** W 2010 roku Bank otworzył w Łodzi nowe Centrum Badawczo-Rozwojowe Citi Handlowy.
- 2013** Citi Handlowy był pierwszym bankiem z regionu EMEA, który przekształcił obszar swojej dystrybucji detalicznej i wdrożył Smart Banking Ecosystem. Innowacyjne oddziały Smart są zakładane w miejscach często uczęszczanych przez klientów. Oddziały te są wyposażone w najnowsze technologie, dzięki którym klienci mogą korzystać z usług bankowych z wykorzystaniem najnowocześniejszych narzędzi bankowości mobilnej i internetowej.
- Obecnie** Dzisiaj Citi jest obecny w Polsce za pośrednictwem Banku Handlowego w Warszawie S.A. i Citi Service Center Poland, zatrudniając w sumie ponad 7 700 osób. Bank Handlowy w Warszawie S.A. to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Przynależność do Citi, wiodącej instytucji finansowej na świecie, zapewnia klientom Citi Handlowy dostęp do usług finansowych w ponad 160 krajach.



Grupa Kapitałowa Banku

W skład Grupy Kapitałowej Banku (Grupa) wchodzi **Bank Handlowy w Warszawie S.A.**, działający pod marką Citi Handlowy (jednostka dominująca) oraz następujące jednostki zależne:

- **Dom Maklerski Banku Handlowego S.A.**,
- **Handlowy-Leasing sp. z o.o.**,
- **Handlowy Investments S.A.**,
- **PPH Spomasz sp. z o.o. w likwidacji**,
- **Handlowy-Inwestycje sp. z o.o.**

Bank jest właścicielem 100 proc. kapitału we wszystkich jednostkach zależnych.

Dom Maklerski Banku Handlowego S.A. (DM Citi Handlowy) jest spółką powołaną do prowadzenia działalności maklerskiej w ramach Grupy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, nieposiadającą zagranicznych oddziałów.

DM Citi Handlowy jest jedną z najdłużej działających instytucji na rynku kapitałowym w Polsce. Swoją działalność opiera na silnej integracji biznesowej z Bankiem. Od wielu lat zajmuje najwyższe pozycje pod względem udziału w obrotach na Głównym Rynku Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

DM Citi Handlowy oferuje również swoim klientom dostęp do największych rynków zagranicznych, zapewniając im możliwość obrotu papierami wartościowymi wspieraną usługą doradztwa inwestycyjnego.

Handlowy-Leasing sp. z o.o. (H-L) jest spółką zależną Banku, w której Bank bezpośrednio posiada 6 000 udziałów o łącznej wartości 15 720 000,00 zł, stanowiących 97,47 proc. udziałów w kapitale zakładowym spółki oraz pośrednio poprzez spółkę Handlowy-Inwestycje sp. z o.o. – 156 udziałów o łącznej wartości 408 720,00 zł, co stanowi 2,53 proc. kapitału zakładowego.

19 marca 2013 roku podjęto decyzję o ograniczeniu działalności leasingowej w Grupie. W wyniku tej decyzji 20 marca 2013 roku. Zgromadzenie Wspólników Handlowy-Leasing sp. z o.o. przyjęło uchwałę o ograniczeniu działalności spółki do zadań wynikających z obsługi umów podpisanych przed 1 maja 2013 roku. Grupa nadal oferuje produkty leasingowe, jednakże są one elementem tzw. otwartej architektury opartej na współpracy partnerskiej Banku z podmiotami spoza Grupy.

Od maja 2013 roku H-L ogranicza portfel produktów leasingowych. Celem spółki jest maksymalizacja efektywności w ramach tego procesu, zabezpieczenie ryzyka operacyjnego oraz utrzymanie procesów obsługi istniejących umów.

Model biznesowy

Citi Handlowy jest najstarszym bankiem komercyjnym w Polsce, działającym nieprzerwanie od 147 lat. Od 2001 roku Bank jest częścią Citigroup – jednej z największych instytucji finansowych na świecie. Wieloletnie doświadczenie Citi Handlowy na rynku krajowym w połączeniu z najnowocześniejszymi rozwiązaniami i zaangażowaniem międzynarodowym Citigroup pozwalają na tworzenie unikatowej oferty dla klientów i świadczenie przez Bank usług spełniających oczekiwania najbardziej wymagających klientów zarówno instytucjonalnych, jak i indywidualnych.

W ramach segmentu klientów instytucjonalnych Citi Handlowy koncentruje się na utrzymywaniu wiodącej pozycji wśród banków obsługujących międzynarodowe korporacje oraz największe firmy krajowe. Przedsiębiorstwa z sektora małych i średnich przedsiębiorstw stanowią kolejną grupę klientów istotnych z punktu widzenia Grupy. Koncentracja na akwizycji nowych klientów przy jednoczesnym aktywnym pogłębianiu relacji z obecnymi klientami z wybranych branż, a także zapewnienie wsparcia dla klientów rozwijających działalność poza granicami kraju (inicjatywa Emerging Market Champions) stanowią klucz do dalszego budowania pozycji rynkowej Grupy.

Jednym z głównych celów Grupy jest pełnienie roli strategicznego partnera dla polskich przedsiębiorstw, aktywnie wspierającego ich ekspansję za granicą. Wyraźnie widoczne jest to w zakresie oferty produktowej Banku, w której szczególnie ważne miejsce zajmują transakcje walutowe, a także produkty związane z finansowaniem i zabezpieczaniem handlu. Ponadto Bank pozostaje jednym z najbezpieczniejszych miejsc przechowywania oszczędności klientów instytucjonalnych, a także instytucją, która dostarcza wielu nowoczesnych i użytecznych rozwiązań w zakresie rachunków operacyjnych i zarządzania bieżącymi finansami przedsiębiorstw.

Zarówno stabilna pozycja kapitałowa Banku, jak również wyróżniająca go sieć powiązań międzynarodowych są doceniane także przez klientów segmentu detalicznego. Bank wykorzystuje związaną z tym przewagę konkurencyjną do umacniania pozycji lidera w obszarze bankowości klientów zamożnych. W tym celu Bank nieustannie rozwija ofertę dla klientów Citigold oraz wdrożoną pod koniec 2015 roku ofertę dla najbardziej zamożnych klientów – Citigold Private Client. W segmencie detalicznym Bank koncentruje się na produktach inwestycyjnych i unikatowym sposobie premiowania klientów, którzy decydują się na skorzystanie z oferty Banku w zakresie produktów zarządzania majątkiem online. Międzynarodowe powiązania Banku umożliwiają wzbogacenie oferty dla klientów indywidualnych, dostarczając im unikatowych doświadczeń w obszarze bankowości globalnej.

Bardzo ważnym dla Banku segmentem są też klienci indywidualni, zwłaszcza tzw. grupy klientów aspirujących, dla których Bank rozwija specjalną ofertę Citi Priority. Citi Handlowy udoskonala oferowane rozwiązania pakietowe, pogłębiające relacje depozytowe klientów z tego segmentu z Bankiem i jednocześnie odpowiadające na ich potrzeby kredytowe.

Ponadto Citi Handlowy jest niekwestionowanym liderem na rynku kart kredytowych, oferując produkty z globalnej palety produktowej Citi, akceptowane nacałym świecie idostarczające wyjątkowych wartości dla klienta, np. w formie programów lojalnościowych. Bank stawia sobie za cel dalsze zwiększanie udziału w rynku niezabezpieczonych produktów kredytowych poprzez zaspokajanie potrzeb kredytowych coraz większej liczby klientów dzięki konkurencyjnej ofercie pożyczki gotówkowej czy produktów ratałnych, atakże innowacyjnym, szybkim procesom.

Citi Handlowy bardzo szybko rozpoznał najnowsze trendy światowe w zakresie obsługi klienta i jako jeden z pierwszych banków w Polsce rozpoczął modernizację procesu kontaktu z klientami, by zagwarantować im usługi najwyższej jakości, a jednocześnie zapewnić ich maksymalną dostępność i wygodę. Mając na uwadze potrzebę prostej i szybkiej obsługi swoich finansów, Bank oferuje udoskonaloną platformę mobilną i internetową, a także zmodyfikowaną sieć oddziałów detalicznych w postaci nowoczesnych oddziałów Smart oraz Centrów Obsługi Citigold. Citi Handlowy zamierza w dalszym ciągu inwestować w rozwój technologiczny, którego celem jest z jednej strony udoskonalanie procesów zdalnej obsługi klientów, a z drugiej usprawnienie wewnętrznych procesów w Banku.

Działalność maklerską w ramach Grupy prowadzi DM Citi Handlowy, będący jednym z najaktywniejszych uczestników polskiego rynku kapitałowego na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat. W centrum zainteresowania DM Citi Handlowy znajdują się obroty sesyjne, w których (pod względem udziału w rynku) spółka nieprzerwanie utrzymuje się w ścisłej czołówce domów maklerskich obsługujących transakcje na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Oprócz transakcji sesyjnych ma w swoim dorobku wiele zakończonych sukcesem operacji na pakietach akcji, a także transakcji takich jak oferty publiczne czy wezwania na akcje. W swojej ofercie stara się zawrzeć elementy atrakcyjne zarówno dla klientów instytucjonalnych, którzy od początku istnienia DM Citi Handlowy stanowili jego główną grupę klientów, jak i dla klientów indywidualnych, których dynamicznie rosnący w ostatnich latach udział pozwala na minimalizację ryzyka związanego z wysoką ekspozycją na jedną grupę klientów.

Od początku swojej blisko 150-letniej działalności Bank uwzględnia w procesie podejmowania decyzji aspekty społeczne i środowiskowe. Jest instytucją, która wślu-

chuje się w oczekiwania swoich partnerów, zarówno biznesowych, jak i społecznych. Bank działa zgodnie z przekonaniem, że bez odpowiedzialności nie ma zaufania, a bez zaufania nie można myśleć o długoterminowym rozwoju i sukcesie. Nie byłoby blisko 150 lat historii, gdyby nie poczucie odpowiedzialności Banku wobec otoczenia. Samo podejście zmieniało się w zależności od uwarunkowań historycznych i bieżących potrzeb, ale Bank pozostaje obywatelem społeczności, w której funkcjonuje, i z pomocą której buduje swój sukces.

W poczuciu odpowiedzialności za decyzje podejmowane przez indywidualne gospodarstwa domowe Bank zainicjował pierwszy w Polsce program edukacji finansowej, który pomógł wielu osobom uniknąć konsekwencji nie zawsze przemyślanych decyzji. Ambicją Banku jest utrzymanie w długim terminie pozycji lidera społecznej odpowiedzialności wśród instytucji bankowych w Polsce. Od wielu lat to Citi Handlowy, w znacznym stopniu w oparciu o działania Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, jest liderem w obszarze społecznej odpowiedzialności, w tym szczególnie zaangażowania społecznego i wolontariatu pracowniczego. Działania Banku doceniane są rokrocznie przez ekspertów, czego odzwierciedleniem jest niezmiennie wysoka pozycja w niezależnych rankingach i zestawieniach, czy też obecność od pierwszych dni notowań w RESPECT Index - indeksie spółek społecznie odpowiedzialnych, notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW).

Struktura akcjonariatu

Większościowym i strategicznym akcjonariuszem Banku jest Citibank Overseas Investment Corporation (COIC). COIC jest jedynym akcjonariuszem Banku, który posiada co najmniej 5 proc. udziałów w kapitale własnym i na Walnym Zgromadzeniu Banku. Pozostałe akcje, stanowiące 25 proc. kapitału akcyjnego, znajdują się w wolnym obrocie (free float) z dominującym udziałem inwestorów finansowych (polskie i zagraniczne fundusze emerytalne oraz fundusze inwestycyjne).

Tworzenie wartości dodanej dla akcjonariuszy

Jedną z mocnych stron Banku jest prowadzenie wysokiej i stabilnej polityki dywidendowej - dzięki silnym wskaźnikom kapitałowym, przewyższającym wymogi określone przez regulatora, oraz wysokiej płynności.

Bank wypłaca dywidendę nieprzerwanie od 1997 roku, tj. od dnia debiutu Banku na GPW, z wyjątkiem zysku za rok 2008, w którym Komisja Nadzoru Finansowego zaleciła bankom niewypłacanie dywidendy.

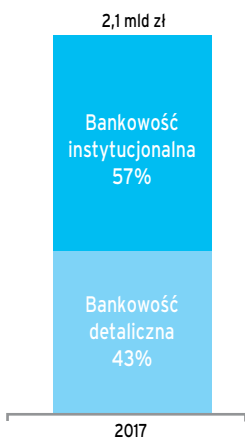
Nagrody i wyróżnienia

W 2017 roku Bank, DM Citi Handlowy i Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy uhonorowano prestiżowymi tytułami i nagrodami:

- **Karta kredytowa Citi Simplicity** po raz drugi z rzędu otrzymała nagrodę **Złotego Bankiera** w kategorii produktowej „Najlepsza karta kredytowa”. W ósmej edycji rankingu przygotowywanego przez Bankier.pl i „Puls Biznesu” Citi Handlowy został także wyróżniony za najlepsze praktyki w kategorii „Bezpieczeństwo”. Na podium Bank znalazł się także w kategorii „Kredyty hipoteczne”.
- Departament Telefonicznej Obsługi klienta Citi Handlowy po raz czwarty (a trzeci raz z rzędu) otrzymał nagrodę w ramach corocznego konkursu **„2016 Global Contact Center Top Performing Markets Award Program”**.
- Podczas gali podsumowania roku organizowanej przez **Giełdę Papierów Wartościowych** Citi Handlowy został wyróżniony nagrodami w kategorii „Pierwszego w historii rynku operatora konta dla globalnego uczestnika KDPW” oraz „Lidera market makingu na Treasury BondSpot Poland”. Otrzymał także nagrodę specjalną za szczególne wspieranie rozwoju rynku Treasury BondSpot Poland w 2016 roku. Dom Maklerski Citi Handlowy po raz dziewiąty z rzędu odebrał nagrodę za najwyższy udział w obrotach akcjami na Rynku Głównym.
- Dom Maklerski Citi Handlowy był numerem jeden w prestiżowym, globalnym rankingu przygotowywanym przez **„Institutional Investor Magazine”**. O opinię na temat działalności analitycznej brokerów, jak co roku, magazyn zapytał międzynarodowych inwestorów instytucjonalnych. W efekcie głosami klientów domów maklerskich zespół analiz Domu Maklerskiego w kategorii CE3 (Polska, Węgry, Czechy) uplasował się na pierwszej pozycji. W kategorii specjalistycznej - Sektor energetyczny - zajęł miejsce drugie.
- Citi Handlowy został wyróżniony tytułem **„Etycznej Firmy” Pulsu Biznesu**. W 3. edycji konkursu biznesowego dziennika wyłoniono 15 firm o najwyższych standardach etycznych, prowadzących kompleksowe, systemowe działania na rzecz budowy i wzmacniania kultury organizacyjnej, opartej o wartości, i wykazujących na tym polu największą aktywność na tle innych przedsiębiorstw w Polsce.
- W tegorocznej, **15. edycji raportu Forum Odpowiedzialnego Biznesu znalazło się 20 inicjatyw CSR Citi w Polsce**. Publikacja „Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre Praktyki” stanowi jedynego typu opracowanie, podsumowujące najważniejsze inicjatywy z zakresu CSR w Polsce. Wśród praktyk długoletnich uwzględniono m.in. takie inicjatywy jak: Program Wolontariatu Pracowniczego Citi, badanie „Postawy Polaków wobec finansów”, Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora. Dobrą praktyką debiutującą na łamach raportu jest ArtSherlock, aplikacja rewolucjonizująca identyfikację dzieł sztuki pochodzących z grabieży wojennych.
- Bank Citi Handlowy otrzymał tytuł **„Dobroczyńcy Roku”** w dwóch kategoriach „Nowe technologie w społecznym zaangażowaniu” oraz „Wolontariat pracowniczy”. W pierwszej - nagroda została przyznana aplikacji ArtSherlock, która powstała dzięki partnerskiej współpracy Fundacji Communi Hereditate, Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy i Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Program Wolontariatu Pracowniczego w Citi, koordynowany przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy, który działa od 2005 roku został ogłoszony najlepszym tego typu programem.
- W **Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2017**, organizowanym przez Gazetę Prawną, Citi Handlowy uzyskał poziom kryształowy, który skupia dojrzałe, aktywne firmy w zakresie CSR.
- Citi Handlowy został laureatem **Białego Listka Polityki**. Otrzymują go firmy, które deklarują wdrażanie wszystkich najistotniejszych kategorii zarządczych rekomendowanych przez normę ISO 26000 oraz ciągle doskonalią swoje działania w tym zakresie na rzecz efektywnego zarządzania wpływem swojej firmy.

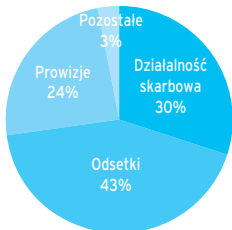
Wyniki ekonomiczne

Przychody Grupy



Bankowość instytucjonalna

- Główne produkty
- działalność transakcyjna
 - działalność powiernicza
 - działalność maklerska



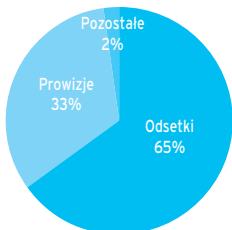
- Główne produkty
- działalność klientowska
 - AFS
 - rynek międzybankowy

- Główne produkty:
- działalność klientowska
 - papiery dłużne



Bankowość detaliczna

- Główne produkty:
- karty kredytowe
 - produkty inwestycyjne i ubezpieczeniowe



- Główne produkty:
- karty kredytowe
 - kredyty gotówkowe i hipoteczne
 - rachunki operacyjne

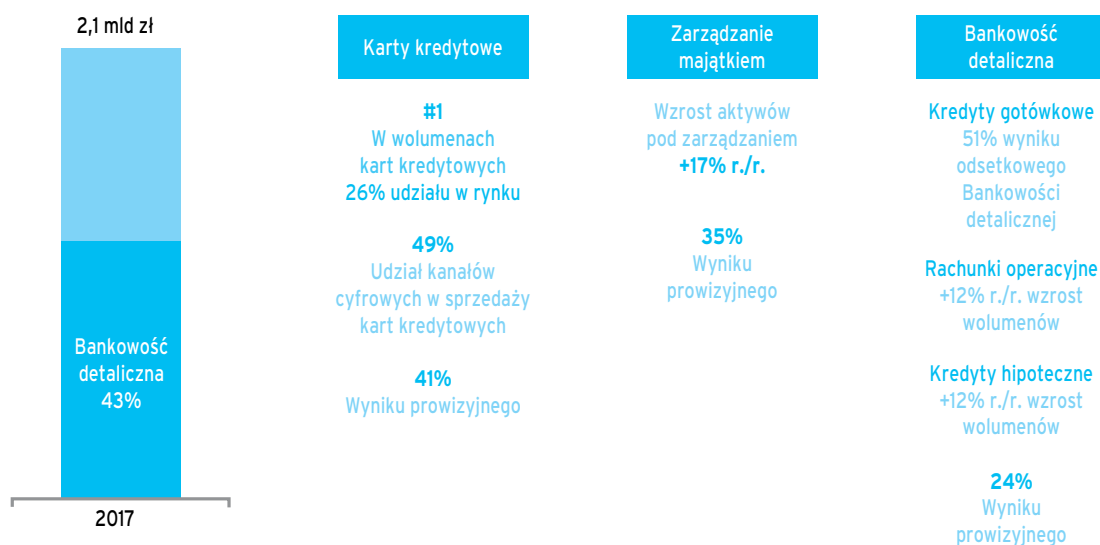
Bankowość instytucjonalna



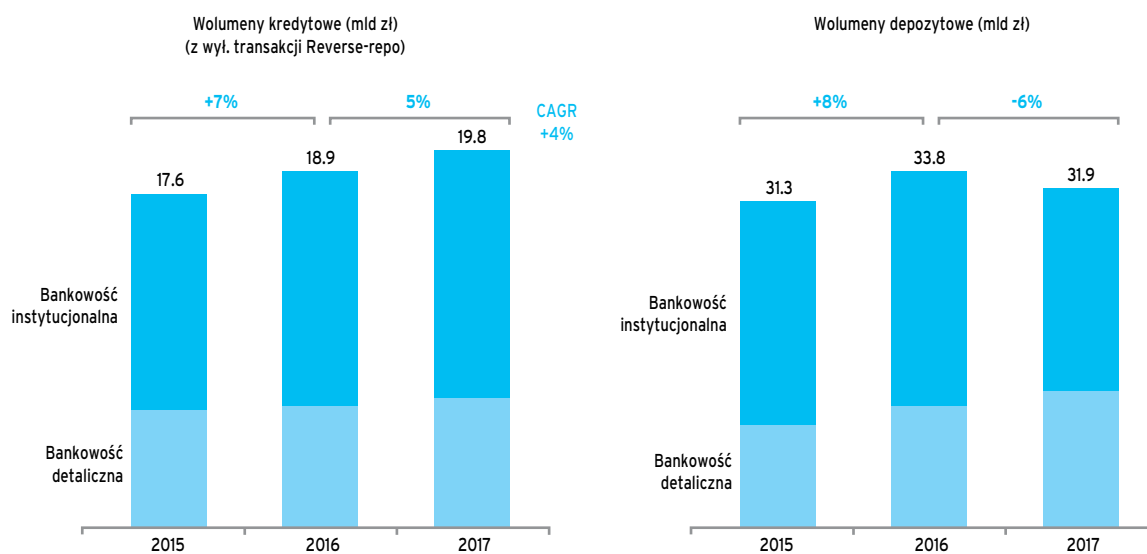
Bankowość korporacyjna Obsługa 75 korporacji ze 100 największych firm w Polsce	Filie globalnych firm Dostęp do globalnej sieci Citi	Bankowość komercyjna Rachunki operacyjne i przejęcia
Produkty		
Bankowość transakcyjna • Zarządzanie gotówką • Handel	Działalność skarbowa • FX & Instrumenty pochodne • Papiery dłużne • Działalność powiernicza	Bankowość inwestycyjna • Rynek kapitałowy • ECM • Fuzje i przejęcia
Program Emerging Markets Champions Wspieranie klientów w międzynarodowej ekspansji		



Bankowość detaliczna - podział przychodów



Wolumeny kredytowe i depozytowe

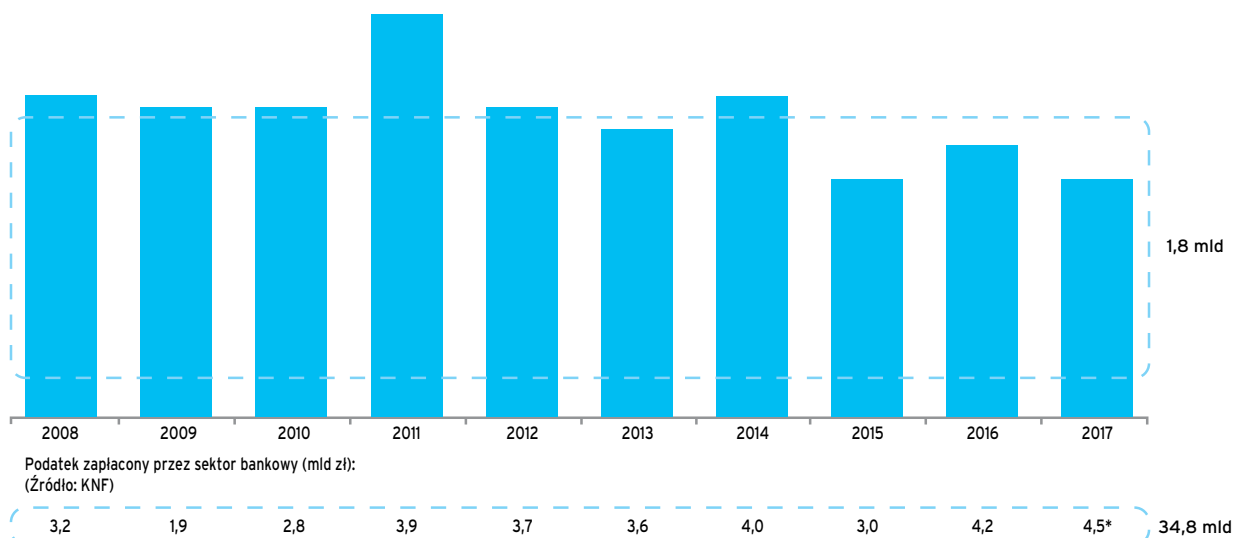


W 2017 roku Citi Handlowy wpłacił do polskiego budżetu 148 mln zł z podatku CIT, 78 mln zł z PIT, 51 mln zł podatku VAT, 26 mln zł podatku od dywidendy i 77 mln zł podatku bankowego.

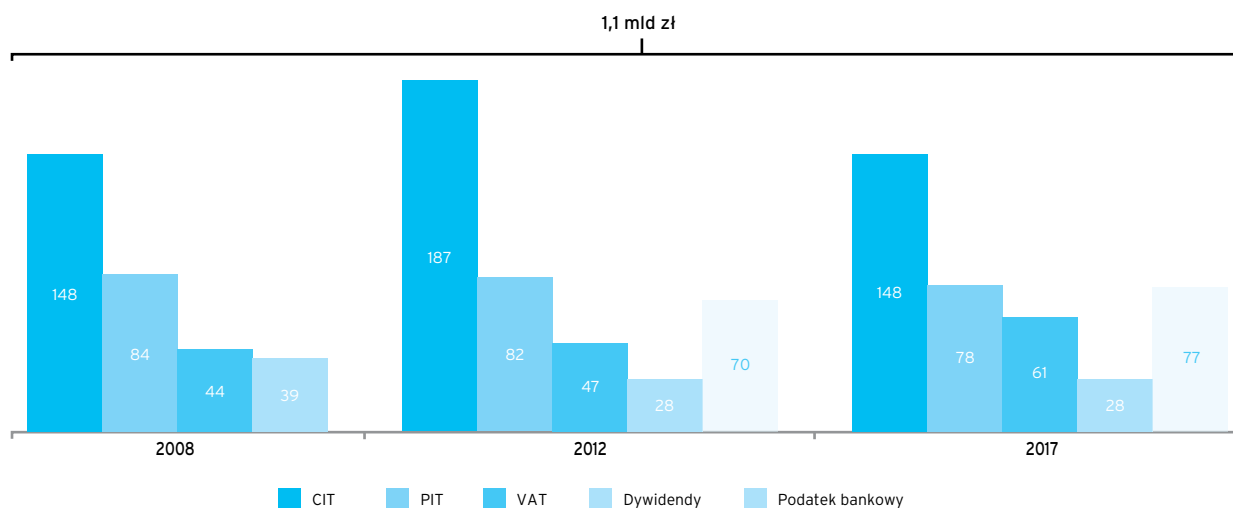
W sumie od 2008 roku Citi Handlowy wpłacił do polskiego budżetu w formie podatków aż 1,8 mld zł. Dla porównania to roczna kwota dotacji przeznaczonych z budżetu na publiczne przedszkola w całej Polsce w 2016 roku.

Podatek od „przedsiębiorstw” zapłacony przez Citi Handlowy

Od wybuchu kryzysu finansowego Bank wpłacił z tyt. CIT do budżetu państwa (mln zł):



Wpłaty do budżetu państwa z tytułu podatku bankowego (mln zł)



Odpowiedzialne zarządzanie

Ład korporacyjny

Odpowiedzialne zarządzanie w Banku to misja i plan na zrównoważony rozwój, czyli podejście pozwalające na prowadzenie działalności w zgodzie z otoczeniem biznesowym. Całokształt działalności Banku podporządkowany jest **zasadom ładu korporacyjnego**.

Dzięki zaangażowaniu w ważne dla branży i interesariuszy kwestie Citi Handlowy promuje dobre praktyki i aktywnie uczestniczy w toczącej się debacie.

Citi Handlowy, jako instytucja działająca na rynku regulowanym, przestrzega regulacji prawnych dotyczących banków. Zapewnia wysokie poczucie odpowiedzialności biznesowej i społecznej, przestrzegając zasad ładu korporacyjnego przyjętych przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w formie dokumentu [„Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”](#) (DPSN), dostępnego na stronie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Komisja Nadzoru Finansowego uchwałą z dnia 22 lipca 2014 roku wydała dokument pod nazwą [„Zasady Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych”](#) („Zasady”). Zasady są zbiorem reguł określających relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji nadzorowanych przez KNF, w tym relacje z udziałowcami i klientami, ich organizację, funkcjonowanie nadzoru wewnętrznego oraz kluczowych systemów i funkcji wewnętrznych, a także organów statutowych i zasad ich współdziałania. Celem Zasad jest podniesienie poziomu ładu korporacyjnego w instytucjach finansowych oraz zwiększenie przejrzystości ich działania, co ma przyczynić się do pogłębiania zaufania do rynku finansowego w Polsce.

9 grudnia 2014 roku Zarząd Banku zadeklarował wolę przestrzegania Zasad przez Bank. Z kolei Rada Nadzorcza Banku 18 grudnia 2014 roku zaakceptowała przestrzeganie Zasad pozostających w ramach kompetencji Rady Nadzorczej Banku. W odniesieniu do trzech zasad podjęto decyzję o ich niestosowaniu:

1) § 8.4 (Instytucja nadzorowana, gdy jest to uzasadnione liczbą udziałowców, powinna dążyć do ułatwiania udziału wszystkim udziałowcom w zgromadzeniu organu stanowiącego instytucji nadzorowanej, między innymi poprzez zapewnienie możliwości elektronicznego aktywnego udziału w posiedzeniach organu stanowiącego.) - obecnie dostępne rozwiązania informatyczne nie gwarantują bezpiecznego i sprawnego przeprowadzenia elektronicznego walnego zgromadzenia. Zarząd dostrzega jednak wagę takiego sposobu udziału akcjonariuszy w zgromadzeniu Banku i dlatego

osobną decyzję w tej sprawie będzie podejmował przed każdym walnym zgromadzeniem.

2) § 11.2 (Transakcje z podmiotami powiązаныmi, które w istotny sposób wpływają na sytuację finansową lub prawną instytucji nadzorowanej lub prowadzą do nabycia lub zbycia albo innego rozporządzenia znacznym majątkiem, wymagają zasięgnięcia opinii organu nadzorującego. Jeśli członkowie organu nadzorującego zgłoszą zdanie odrębne, informacje oraz powody zgłoszenia zdania odrębnego zamieszcza się w protokole.) - zasada ta nie będzie stosowana w zakresie umów związanych z bieżącą działalnością operacyjną, w szczególności związanych z płynnością z uwagi na charakter transakcji i ilość zawieranych umów.

3) § 16.1 (Właściwym jest, aby posiedzenia organu zarządzającego odbywały się w języku polskim. W razie konieczności należy zapewnić niezbędną pomoc tłumacza.) - posiedzenia Zarządu, w których biorą udział cudzoziemcy, w szczególności cudzoziemcy będący członkami Zarządu nieposługujący się językiem polskim, odbywają się w języku angielskim. Jednocześnie wnioski kierowane do Zarządu, wszelkie materiały oraz protokoły z posiedzeń przygotowywane są i archiwizowane w języku polskim.

[„Zasady Dobrej Praktyki Bankowej”](#) zobowiązują Bank do stosowania szeregu zasad regulujących sposób postępowania banków wobec klientów, innych banków, postępowania pracowników banku oraz zasad reklamy, przetwarzania danych osobowych i postępowania ze skargami i reklamacjami klientów. Tekst zasad dostępny jest na stronie internetowej Związku Banków Polskich.

Otoczenie Banku jest ściśle regulowane i oczekuje zaadresowania kluczowych kwestii kształtujących ład korporacyjny, który w podstawowym sensie wskazuje zasady oraz normy odnoszące się do szeroko rozumianego zarządzania organizacją.

Regulatorzy

Rzecznik Finansowy
rf.gov.pl

Narodowy Bank Polski
www.nbp.pl

Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych (GIODO)
www.giodo.gov.pl

Komisja Nadzoru Finansowego
knf.gov.pl

Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. (KDPW)
www.kdpw.pl

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKIK)
www.uokik.gov.pl

Państwowa Inspekcja Pracy (PIP)
www.pip.gov.pl

Generalny Inspektor Informacji Finansowej (GIIF)
www.mf.gov.pl

W celu uniknięcia ryzyka reputacyjnego, ryzyka operacyjnego i finansowego, ryzyka wysokiej rotacji pracowników oraz ryzyka braku mandatu działania Bank konsekwentnie dba o zapewnienie zgodności z regulacjami. Przekłada istniejące wytyczne na wewnętrzne akty normatywne poszczególnych jednostek organizacyjnych Banku, by wyeliminować ryzyko wynikające z nieprzestrzegania regulacji prawnych i nadzorczych.

Zarządzanie funkcją zapewnienia zgodności

Jednostką odpowiedzialną za zarządzanie ryzykiem braku zgodności jest Departament Zgodności (DZ). Proces zarządzania ryzykiem braku zgodności obejmuje proces identyfikacji, oceny, kontroli i monitorowania ryzyka braku zgodności działalności Banku z przepisami prawa, regulacjami wewnętrznymi i standardami rynkowymi oraz przedstawianie raportów w tym zakresie. DZ przedstawił „Plan zapewnienia zgodności działania Banku w 2017 roku”, który stanowił podstawę realizacji funkcji zapewnienia zgodności w Banku.

W celu zaplanowania działań związanych z zapewnieniem zgodności DZ przeprowadza odpowiednio analizę: otoczenia rynkowego, otoczenia regulacyjnego, zmian w środowisku regulacyjnym i prawnym, a także planów biznesowych. Co roku DZ wskazuje kluczowe obszary na dany rok kalendarzowy, w odniesieniu do których planuje działania o charakterze edukacyjnym, dodatkowe przeglądy regulacji wewnętrznych, a także objęcie kluczowych obszarów działaniami kontrolnymi i monitoringiem, w tym poprzez udział w Komisjach i Komitetach działających w Banku. DZ realizował w 2017 roku zadania określone w regulacjach wewnętrznych zgodnie z zaak-

ceptowanym przez Zarząd Banku „Planem Zapewnienia Zgodności Działania Banku i jego podmiotów zależnych w 2017 roku” oraz z zaakceptowaną przez Zarząd Banku i Radę Nadzorczą „Polityką Zgodności i Zarządzania Ryzykiem Braku Zgodności w Banku Handlowym w Warszawie S.A.”, a także z odpowiednimi uchwałami i rekomendacjami Komisji Nadzoru Finansowego.

Z dniem 1 maja 2017 roku weszło w życie Rozporządzenie Ministra Rozwoju i Finansów w sprawie systemu zarządzania ryzykiem i systemu kontroli wewnętrznej, polityki wynagrodzeń oraz szczegółowego sposobu szacowania kapitału wewnętrznego w bankach („Rozporządzenie”), a w kwietniu 2017 roku Komisja Nadzoru Finansowego wydała znowelizowaną Rekomendację H, dotyczącą systemu kontroli wewnętrznej w bankach, z oczekiwaniem, że zostanie ona wprowadzona w bankach nie później niż do 31 grudnia 2017 roku. DZ dostosował swoje wewnętrzne regulacje do powyższego i będzie przedstawiał w tym zakresie kwartalne raporty do Zarządu Banku i Komitetu Audytu Rady Nadzorczej Banku.

Odpowiedzialne zarządzanie w DM Citi Handlowy

DM Citi Handlowy jest członkiem Izby Domów Maklerskich i w prowadzonej działalności stosuje zasady „[Kodeksu Dobrej Praktyki Domów Maklerskich](#)”.

„Rynek kapitałowy ma fundamentalne znaczenie dla rozwoju gospodarki rynkowej i wzrostu gospodarczego. Domy maklerskie odgrywają ważną rolę w rozwoju rynku kapitałowego, dlatego są zobowiązane do tworzenia i doskonalenia norm prowadzenia działalności w sposób przejrzysty i zwiększający bezpieczeństwo uczestników rynku. Wykorzystanie poufnych informacji i manipulacje na rynku uniemożliwiają pełną i właściwą przejrzystość rynku, która jest warunkiem wstępnym wymiany handlowej dla wszystkich podmiotów aktywnych gospodarczo na zintegrowanych rynkach finansowych. Określenie „dom maklerski” winno kojarzyć się z kompetencją, uczciwością i prawością wynikającą z przestrzegania prawa i zasad etyki prowadzonej działalności...”

Preambuła do „Kodeksu Dobrej Praktyki Domów Maklerskich”

Podobnie jak Bank, DM Citi Handlowy również podlega „Zasodom Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych”.

Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, EY oraz GES. Wyniki Banku na tle branży oraz na tle ogółu badanych spółek plasują Bank powyżej ocen dla analizowanych grup.

RESPECT Index

Projekt RESPECT Index został zainicjowany przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie w celu wyłonienia spółek zarządzanych w sposób odpowiedzialny i zrównoważony. Indeks akcentuje atrakcyjność inwestycyjną spółek, którą charakteryzuje m.in. jakość raportowania, poziom relacji inwestorskich czy ład informacyjny. Dzięki uwzględnieniu wśród kryteriów kwalifikacyjnych parametru płynności RESPECT Index, podobnie jak inne indeksy giełdowe, stanowi realną referencję dla profesjonalnych inwestorów. W jego skład wchodzi wyłącznie spółki giełdowe działające zgodnie z najwyższymi standardami zarządzania w zakresie ładu korporacyjnego (corporate governance), ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, z uwzględnieniem czynników ekologicznych, społecznych i pracowniczych.



W roku 2017 Citi Handlowy znalazł się w zestawieniu RESPECT Index po raz jedenasty, spełniając tym samym założenia „Strategii Społecznej Odpowiedzialności Banku Handlowego w Warszawie S.A. na lata 2016-2018” („Strategia”). Bank znajduje się w gronie najbardziej odpowiedzialnych społecznie spółek giełdowych nieprzerwanie od 2009 roku, czyli od momentu powstania indeksu RESPECT Index.

Analiza ESG spółek w Polsce

Citi Handlowy w 2017 roku znalazł się w gronie spółek raportujących dane ESG (Environmental, Social, Governance). Projekt ten jest realizowany przez

Członkostwo w organizacjach

Bank jest aktywnym członkiem organizacji branżowych działających w skali regionalnej, krajowej i międzynarodowej.

W 2017 roku Citi Handlowy należał do następujących stowarzyszeń, izb gospodarczych i fundacji:

- Amerykańska Izba Handlowa
- Forum Darczyńców w Polsce
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- Forum Okrętowe
- Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce (CCIFP)
- Fundacja Warszawski Instytut Bankowości
- Instytut Finansów Międzynarodowych
- Izba Handlowa Izrael-Polska
- Małopolski Związek Pracodawców LEWIATAN
- Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju - grupa ds. edukacji finansowej
- Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Polski Związek Pracodawców Prywatnych Banków i Instytucji Finansowych
- Polska Rada Biznesu - Klub
- Polski Komitet Narodowy Międzynarodowej Izby Handlowej
- Polski Komitet Normalizacyjny, PKN, Komitet Techniczny nr 273 ds. Mechanicznych Urządzeń Zabezpieczających
- Polsko-Chińska Izba Gospodarcza

- Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK)
- Regionalna Izba Handlu i Przemysłu w Bielsku-Białej
- Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza
- Stowarzyszenie „Klub 500 - Łódź”
- Stowarzyszenie Audytorów Wewnętrznych IIA Polska
- Stowarzyszenie do spraw audytu i kontroli systemów informatycznych ISACA
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych
- Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Szczecina i Pomorza Zachodniego „Business Club Szczecin”
- Stowarzyszenie Rynków Finansowych ACI
- Związek Banków Polskich

Ponadto Prezes Zarządu Banku jest członkiem Emerging Markets Advisory Council przy Institute of International Finance (IIF) w Waszyngtonie, członkiem Komisji Trójstronnej, członkiem Rady Związku Banków Polskich oraz członkiem zarządu AmCham.

DM Citi Handlowy w 2017 roku należał do następujących organizacji:

- Izba Domów Maklerskich
- Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych.

Procedura członkowska

Procedura członkowska jest opisana w Zarządzeniu Prezesa Zarządu Banku i określa zasady uczestnictwa Banku i jego pracowników w stowarzyszeniach, związkach i innych organizacjach zrzeszających podmioty gospodarcze lub ich pracowników, o ile uczestnictwo nastąpiło z inicjatywy Banku.

W kontekście niniejszego raportu kluczowe stowarzyszenia i organizacje to:

Związek Banków Polskich (ZBP)

Samorządowa organizacja banków działająca na podstawie ustawy o izbach gospodarczych z 30 maja 1989 roku, powołana do życia w styczniu 1991 roku. Członkostwo w ZBP ma charakter dobrowolny i obejmuje banki działające na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej, utworzone i działające na podstawie prawa polskiego. Do zadań statutowych ZBP należy reprezentowanie i ochrona wspólnych interesów jego członków, m.in. w zakresie uregulowań prawnych dotyczących ustawodawstwa bankowego, a także wydawanie opinii i ekspertyz oraz delegowanie przedstawicieli do udziału w pracach instytucji doradczo-opiniotwórczych dotyczących działania banków, uczestnictwo w charakterze ekspertów w pracach legislacyjnych komisji Sejmu i Senatu, współpraca

z Narodowym Bankiem Polskim, rządem i właściwymi ministerstwami w zakresie funkcjonowania przepisów prawa odnoszących się do polskiego systemu bankowego, organizowanie wymiany informacji pomiędzy bankami, promocja sektora bankowego i jego usług, budowa infrastruktury międzybankowej, wspieranie standaryzacji produktów i usług bankowych, upowszechnianie wiedzy na temat bankowości, prowadzenie postępowania pojednawczego i sądownictwa polubownego dla banków, upowszechnianie zasad dobrej praktyki bankowej, popieranie kształcenia zawodowego i koordynacja programów szkoleniowych dla kadry bankowej.

Konfederacja Lewiatan

Najbardziej znacząca polska organizacja biznesowa, reprezentująca interesy pracodawców w Polsce i Unii Europejskiej. Zabiega o konkurencyjne warunki prowadzenia biznesu. Dba o trwały wzrost gospodarczy, lepsze prawo, zdrową konkurencję, wzrost zatrudnienia i wzmocnienie kapitału społecznego. Jest głosem biznesu. Konfederacja Lewiatan skupia ponad 4 100 firm zatrudniających w sumie ponad 1 milion osób. Jest członkiem Rady Dialogu Społecznego. Jako jedyna reprezentatywna organizacja polskich pracodawców posiada przedstawicielstwo w Brukseli i należy do Business Europe, największej europejskiej organizacji reprezentującej interesy przedsiębiorców i pracodawców wobec Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego i innych instytucji UE. Skutecznie zabiega o lepsze prawo dla polskich przedsiębiorców, dba o ich wizerunek. Monitoruje bariery dla przedsiębiorczości i przygotowuje własną ekspertyzę makroekonomiczną.

Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych (SEG)

Prestiżowa organizacja dbająca o rozwój polskiego rynku kapitałowego oraz reprezentująca interesy spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Służy środowisku emitentów wiedzą i doradztwem w zakresie regulacji rynku giełdowego oraz praw i powinności uczestniczących w nim spółek. Jako organizacja ekspercka zmierza do szerzenia i wymiany wiedzy umożliwiającej rozwój rynku kapitałowego i nowoczesnej gospodarki rynkowej w Polsce. Stowarzyszenie istnieje od 1993 roku, oferuje spółkom członkowskim pomoc i konsultacje w zakresie wymogów prawnych, regulacji rynku, relacji inwestorskich. Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych jest organizacją samorządową emitentów, do której przynależność jest dobrowolna. Członkami Zwyczajnymi Stowarzyszenia są prezesi, członkowie zarządów spółek giełdowych, zaś same spółki, jako osoby prawne, mają status Członków Wspierających. Działalność statutowa finansowana jest ze składek członkowskich. Obecnie SEG skupia około 300 spółek

notowanych na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych oraz na alternatywnym rynku NewConnect, reprezentujących ponad 80 proc. kapitalizacji emitentów krajowych. Stowarzyszenie podejmuje prace na rzecz rozwoju rynku kapitałowego, głównie za pomocą działań regulacyjnych i edukacyjnych.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB)

Organizacja pozarządowa wspierająca rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności firm. Misją Forum jest upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu jako standardu obowiązującego w Polsce w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego i poprawy stanu środowiska. Powstało w 2000 roku z inicjatywy środowisk gospodarczych, akademickich i pozarządowych. Obecnie współpracuje z 36 partnerami strategicznymi, do których grona należą największe polskie firmy. Citi Handlowy, którego reprezentuje w FOB Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy, jest partnerem strategicznym od października 2007 roku. Prezes Zarządu Fundacji Kronenberga jest członkiem Zarządu FOB.

Forum Darczyńców w Polsce

Forum zrzesza organizacje, instytucje i firmy, które przyznają dotacje na różnorodne inicjatywy obywatelskie, realizowane na rzecz dobra publicznego. Darczyńcy zrzeszają się, by doskonalić swoje umiejętności i upowszechniać dobre praktyki w przyznawaniu dotacji na działania organizacji obywatelskich. Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy jest członkiem założycielem Forum Darczyńców w Polsce.

International Network of Financial Education OECD

Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy od 2011 roku jest członkiem afiliowanym przy komórce OECD odpowiedzialnej za edukację finansową: International Network on Financial Education (INFE). Affiliate Member, status, jaki posiada Fundacja, jest przewidziany dla organizacji niebędących instytucjami i agendami rządowymi państw członkowskich OECD. Daje to Fundacji pełnię praw członkowskich poza możliwością głosowania. Innymi polskimi członkami INFE są Ministerstwo Finansów, NBP i KNF. Członkostwo w komórce OECD wzmacnia pozycję Fundacji jako lidera edukacji finansowej w Polsce.

Polska Rada Biznesu (PRB)

Organizacja zrzeszająca właścicieli i kluczowych menedżerów największych polskich przedsiębiorstw oraz firm międzynarodowych działających w Polsce. Członkowie PRB reprezentują większość sektorów gospodarki. PRB działa na rzecz wzmocnienia polskiej gospodarki i promocji idei przedsiębiorczości, tworzy przestrzeń dla współdziałania ludzi biznesu i ich udziału w debacie publicznej, jest partnerem organizacji społecznych i instytucji administracji publicznej w działaniu na rzecz budowy silnej gospodarki i sprawnego państwa.

Interesariusze

Identyfikacja

Zdefiniowanie podstawowych grup interesariuszy miało miejsce podczas tworzenia Strategii, w ślad za tym określono obszary, w których Bank zamierza realizować kluczowe aspekty społecznej odpowiedzialności.



Dodatkowo identyfikację interesariuszy Banku wyrażono przez przynależność do indeksów giełdowych, skupiających firmy odpowiedzialne społecznie.



Citi Handlowy jest notowany w MSCI Global Sustainability Index, prestiżowym indeksie spółek o wysokich standardach w obszarach ładu korporacyjnego, ochrony środowiska i społecznej odpowiedzialności biznesu oraz FTSE4Good Index Series, na który składa się seria etycznych indeksów giełd inwestycyjnych z uwzględnieniem kryteriów odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw.

Dialog

Bank stawia za cel poznawanie oczekiwań interesariuszy i dąży do rozwiązywania potencjalnych problemów w drodze konstruktywnego dialogu z nimi.

Do grupy interesariuszy kluczowych ze względu na dużą siłą oddziaływania na Bank bądź wysoki poziom zainteresowania Bankiem zaliczono: inwestorów, pracowników, związki zawodowe, klientów, regulatorów i media.

Formy komunikacji z kluczowymi interesariuszami

Bank regularnie kontaktuje się z inwestorami i analitykami rynku kapitałowego. Szczególnie zwraca uwagę na rzetelność i transparentność przekazywanych informacji z zachowaniem równego traktowania wszystkich interesariuszy oraz przestrzegania prawa w zakresie obowiązków informacyjnych.

Dowodem stosowania powyższych zasad było otrzymanie przez Bank w 2017 roku dyplomu Transparentnej Spółki Roku 2016, w ramach konkursu organizowanego przez Instytut Rachunkowości i Podatków oraz gazetę giełdy i inwestorów „Parkiet”.

Bank regularnie publikuje na swojej stronie internetowej (www.citihandlowy.pl) informacje na temat swojej działalności, a także wszystkie raporty okresowe i bieżące; strona internetowa umożliwia również kontakt z Biurem Relacji Inwestorskich (BRI), które dysponuje szeroką wiedzą na temat Banku i Grupy.

W 2017 roku przedstawiciele Zarządu oraz Biura Relacji Inwestorskich odbyli ponad 50 spotkań indywidualnych, grupowych oraz telekonferencji z inwestorami. Jednocześnie przedstawiciele Banku uczestniczyli w konferencjach inwestorskich organizowanych w Polsce i za granicą.

Dodatkowo po zakończeniu każdego kwartału Bank organizował w swojej siedzibie spotkania dotyczące publikacji wyników finansowych z analitykami rynku kapitałowego oraz przedstawicielami inwestorów.

Ankieta wśród uczestników rynku kapitałowego

Bank, za pośrednictwem wiadomości e-mail, przeprowadził wśród uczestników rynku kapitałowego ankietę badającą, jakie aspekty niefinansowe mają znaczenie podczas wykonywania analiz inwestycyjnych spółek.

W wyniku przeprowadzonej ankiety stwierdzono, że uczestnicy rynku kapitałowego biorą pod uwagę przede wszystkim:

- strategiczne cele spółki wraz z opisem ich realizacji;
- zarządzanie relacjami z klientami przez spółki (prowadzenie przejrzystej komunikacji z klientami, regularne prowadzenie badań satysfakcji klientów, dbanie o prywatność klientów i ochronę ich danych);
- zaangażowanie społeczne spółek (prowadzenie wolontariatu pracowniczego, dbanie o stosunki z otoczeniem i interesariuszami).

Jednocześnie największą wagę przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych w kontekście elementów ESG (środowisko, społeczna odpowiedzialność i ład korporacyjny) przykładają się do kryteriów zarządczych i ładu korporacyjnego.

Dialog z pracownikami

Ważnym elementem codziennej działalności Grupy jest dialog z pracownikami. Każdy pracownik ma dostęp do wewnętrznej sieci intranetowej, w której może znaleźć bieżące informacje dotyczące funkcjonowania wszystkich obszarów Banku. Najważniejsze informacje dotyczące Banku i wszelkich zmian, jakie zachodzą w organizacji, pracownicy otrzymują bezpośrednio na swoje skrzynki mailowe w wewnętrznym newsletterze „Puls Citi Handlowy”.

Najwyższa kadra kierownicza Banku organizuje specjalne spotkania z pracownikami, tzw. Town Halle. Podczas tych spotkań przekazywane są najważniejsze informacje dotyczące poszczególnych obszarów biznesowych, przedstawiane są wyniki finansowe Banku, informacje o nowych produktach, zmianach organizacyjnych. Każdy pracownik ma wtedy okazję do zadania pytania bezpośrednio prowadzącemu spotkanie Członkowi Zarządu i zaproszonym gościom.

Ponadto pracownicy mają możliwość korzystania z wewnętrznej platformy społecznościowej „Citi Collaborate”. Jej powszechna dostępność umożliwia wymianę informacji oraz zacieśnia współpracę między pracownikami i kadrą zarządzającą.

Dialog z pracownikami jest dodatkowo pogłębiany w corocznej ankiecie „Głos Pracownika” („Voice of Employee” - VoE), której głównym celem jest badanie pracowniczej satysfakcji i zaangażowania. Udział w ankiecie jest dobrowolny i pracownik sam decyduje, czy chce wziąć w niej udział. Pytania ankietowe dotyczą m.in.: komunikacji, możliwości rozwoju, meritokracji, relacji z przełożonymi i współpracownikami, udziału w procesie decyzyjnym, równowagi pomiędzy życiem zawodowym i osobistym, różnorodności, a także wartości i etyki.

W badaniu VoE w 2016 roku pracownicy ocenili indeks etyczny w Banku na poziomie 89 proc.

W DM Citi Handlowy indeks etyczny został oceniony w 2016 roku na poziomie 90 proc.

Od 2015 roku zarówno partycypacja, jak i satysfakcja pracowników w badaniu VoE w Banku i w DM Citi Handlowy utrzymuje się na wysokim, stabilnym poziomie.

Wskaźnik partycypacji w badaniu VoE w Banku był na poziomie:

- w 2015 roku - 89 proc.,
- w 2016 roku - 88 proc..

Wskaźnik partycypacji w badaniu VoE w DM Citi Handlowy był na poziomie:

- w 2015 roku - 88 proc.,
- w 2016 roku - 93 proc..

Wskaźnik ogólnej satysfakcji w Banku był na poziomie:

- w 2015 roku - 84 proc.,
- w 2016 roku - 82 proc.,

Wskaźnik ogólnej satysfakcji w DM Citi Handlowy był na poziomie:

- w 2015 roku - 86 proc.,
- w 2016 roku - 80 proc..

W 2017 roku Bank, kierując się najlepszymi praktykami Citi i tendencjami rynkowymi w zakresie badania satysfakcji pracowników, pogłębił dialog z pracownikami, kierując do nich badanie Puls VoE trzy razy w ciągu roku.

Kolejne regularne badanie satysfakcji pracowników w Banku planowane jest jesienią 2018 roku.

Dialog ze związkami zawodowymi

W Banku funkcjonują dwie organizacje związkowe:

- NSZZ „Solidarność” - Międzyzakładowa Organizacja Związkowa nr 871 w Banku Handlowym w Warszawie S.A.,
- NSZZ Pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A.

Na dzień dzisiejszy ogólny poziom uzwiązkowienia wynosi 46,57 proc.

Bank współdziała z Organizacjami Związkowymi zarówno w sprawach zbiorowych (np. rozmowy nt. wskaźnika przyrostu przeciętnego wynagrodzenia na dany rok), jak i indywidualnych (np. Organizacje Związkowe mają zagwarantowaną możliwość udziału w postępowaniach skargowych dotyczących niepożądanego zjawiska).

Podkreślić należy wieloletnią, bezkonfliktową współpracę ze związkami zawodowymi. Dialog ten zajmuje szczególne miejsce w Strategii Citi Handlowy. Prowadzony jest regularnie i w sposób sformalizowany.

Dialog z uczelniami wyższymi i kandydatami do pracy

Bank ma szeroką ofertę rozwojową dla studentów oraz absolwentów na każdym etapie budowania ich ścieżki kariery. Szuka ludzi, którzy będą się rozwijać razem z nim. Popiera aktywne postawy oraz odpowiedzialność za kształtowanie własnej drogi zawodowej. Stawia na wyzwania, innowacje i niezależność.

W ramach współpracy z uczelniami Bank nawiązuje strategiczne relacje z 12 uczelniami, na których posiada program ambasadorski. Są to: Uniwersytet Warszawski, Szkoła Główna Handlowa, Akademia Leona Koźmińskiego, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Politechnika Warszawska, Uniwersytet Łódzki, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Uczelnia Łazarskiego, Warszawska Akademia Techniczna, Polsko-Japońska Akademia Technik Komputerowych, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Vistula. Dodatkowo współpracujemy z około 30 uczelniami, na bieżąco informując o dostępnych ofertach skierowanych do studentów.

Bank regularnie współpracuje również z organizacjami studenckimi. Jest całorocznym partnerem organizacji CEMS, angażuje się w projekty AIESEC, BEST czy innych uczelnianych Klubów Naukowych (SKN Biznesu, SKN Inwestorów).

W 2017 roku Citi Handlowy otrzymał wyróżnienie w konkursie „Employer Branding Excellence Award” za kampanię „Unlock your potential”.

Citi Handlowy co roku zaprasza studentów III, IV i V roku studiów do udziału w **programie praktyk letnich**. Jest to 2,5-miesięczna płatna praktyka, podczas której praktykanci zdobywają wiedzę i doświadczenie pod okiem indywidualnego opiekuna. Praktykanci rozpoczynają przygodę w Banku uczestnictwem w wyjeździe połączonym z wolontariatem.

Program Ambasadorski na wyższych uczelniach

Bank zaprasza także studentów do udziału w programie ambasadorskim, który daje możliwość organizacji wydarzeń i reprezentowania Citi na uczelni, a także wymiany doświadczeń ze studentami z uczelni z całej Polski. Ambasadorzy pośredniczą w kontaktach z uczelnią i wspierają firmę w działaniach wizerunkowych. Wszyscy uczestniczą także w dwóch ogólnopolskich spotkaniach, podczas których mogą poznać pozostałych ambasadorów i wziąć udział w atrakcyjnych i różnorodnych szkoleniach. Obecnie program ambasadorski prowadzony jest na 12 uczelniach wyższych: w Warszawie, Olsztynie i Łodzi.

Ambasadorzy mogą sami podjąć inicjatywę i zorganizować własny projekt, na który Bank przeznaczy określony budżet.

Projekty związane są z pomysłem i organizacją wydarzeń na uczelniach ambasadorów. Może to być niezależne wydarzenie, jak na przykład stoisko rekrutacyjne, realizowane od początku do końca przez ambasadora, lub rekomendowany projekt organizowany przez uczelnię bądź organizację studencką. Zadaniem ambasadora jest rozpoznanie potrzeb Banku, znalezienie najlepszej okazji do promocji ofert Banku, a następnie koordynacja i organizacja wydarzenia atrakcyjnego dla studentów danej uczelni.

Bank oferuje studentom możliwość uczestnictwa w programach rozwojowych. **Program Rozwój na Bank** Citi Handlowy to doskonały start do kariery. W czasie programu uczestnicy, w ramach 6-miesięcznych rotacji, realizują strategiczne projekty z obszaru Bankowości Korporacyjnej oraz Operacji i Technologii pod okiem doświadczonych menedżerów. Uczestnicy programu mają także możliwość zdobycia doświadczenia międzynarodowego. Praca odbywa się w oparciu o ściśle sprecyzowane cele i zadania, a sam program umożliwia zdobycie wiedzy i umiejętności m.in. z zakresu zarządzania projektami, usprawnień procesów, a także nowoczesnych systemów informatycznych.

Klienci

Bank zaprasza swoich klientów do dialogu wielowymiarowo, poprzez kontakt z Rzecznikiem czy stroną internetową. Citi Handlowy jest również aktywny

w mediach społecznościowych. To także kanał, za pomocą którego klienci mogą skontaktować się z Bankiem m.in. za pośrednictwem Facebooka, w tym aplikacji Messenger.

Dodatkową okazją do dialogu z klientami Banku, poza rzetelnym wypełnianiem wymogów prawnych i troską o zapewnienie wzorowych, długookresowych relacji z klientem wyrażanych w analizie satysfakcji klienta oraz realizacji najwyższych standardów przy rozpatrywaniu reklamacji, są spotkania z przedsiębiorcami.

UOKiK

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) na przełomie 2016 i 2017 roku prowadził postępowania przeciwko 18 bankom, w których sprawdzano procedury informowania klientów o zmianie warunków umów finansowych. Zarzuty UOKiK dotyczyły informowania konsumentów o zmianach w umowach przez wewnętrzny system bankowości elektronicznej oraz wprowadzania zmian bez wskazania konsumentom podstawy prawnej oraz okoliczności mających wpływ na modyfikację warunków umowy, przy czym – zgodnie z informacjami przekazanymi publicznie przez UOKiK – zarzut pierwszy nie dotyczył wyłącznie banku Citi Handlowy. W toku postępowania, chcąc spełnić zmieniające się oczekiwania dotyczące treści pism informacyjnych dla klientów, Bank zadeklarował gotowość ich doprecyzowania na przyszłość i wyraził wolę współpracy z Delegaturą Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy w celu wyjaśnienia wątpliwości związanych ze stosowaną przez Bank praktyką. Bank przedstawił Prezesowi UOKiK propozycje zobowiązania do zmiany praktyki oraz tzw. rekompensaty publicznej i wniósł o wydanie decyzji zobowiązującej, o której mowa w art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów z uwzględnieniem przedstawionych propozycji przez Bank. UOKiK zaakceptował propozycję Banku i wydał decyzję zobowiązującą w listopadzie 2017 roku.

Media

Media stanowią dla Citi Handlowy jedną z kluczowych grup interesariuszy. W ramach wewnętrznych regulacji Bank określa i informuje pracowników, na jakich zasadach i w jakiej formie komunikuje się z mediami. Jednostką odpowiedzialną za kontakty z mediami w Banku jest Biuro Prasowe, którym kieruje Dyrektor Biura Prasowego. Telefony kontaktowe wraz z adresami mailowymi są dostępne [na stronie internetowej Banku](#).

Bank działa zgodnie z zasadą, by komunikacja z mediami była przejrzysta, a istotne z perspektywy otoczenia zewnętrznego kwestie dotyczące Banku

były niezwłocznie dostarczane do mediów. Dlatego bieżące informacje na temat działalności Banku i branży oraz informacje o nowych rozwiązaniach, produktach i wydarzeniach regularnie rozsyłane są do dziennikarzy w formie informacji prasowych oraz publikowane na stronie Banku.

Bank dba o to, by odpowiedzi na pytania mediów przygotowywane były zgodnie z wyznaczonymi przez dziennikarzy terminami dostarczenia. Starając się stworzyć jak najlepsze warunki dla głębszego dialogu z dziennikarzami, Bank regularnie organizuje też konferencje prasowe, zaprasza dziennikarzy na bankowe wydarzenia oraz stwarza możliwości dla indywidualnych rozmów z ekspertami bankowymi.

Mając na uwadze najnowsze trendy rozwoju mediów, Bank systematycznie wzbogaca kanały komunikacji z mediami. Od 2009 roku na portalu społecznościowym Twitter Bank prowadzi swój kanał, który jest bieżącym strumieniem najważniejszych i najświeższych informacji z Banku, wraz z komentarzami ekspertów Banku. Kanał zapewnia mediom możliwość zadawania pytań. Wiedza ekspercka Banku udostępniana jest także mediom poprzez materiały video prezentowane na kanale YouTube. Choć adresatem fanpage'a Banku na portalu społecznościowym Facebook w pierwszej kolejności pozostają klienci, Bank dba, by przygotowywane komunikaty odpowiadały też na potrzeby mediów.

Projekty i produkty

Projekty i produkty

Finansowanie projektów - wdrażanie procedur ESRM (Environmental and Social Risk Management)



Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji



Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom

Istotnym obszarem odpowiedzialnego inwestowania jest zarządzanie ryzykiem środowiskowym i społecznym, znajdujące odzwierciedlenie we wdrożonych w Banku procedurach ESRM (Zarządzanie ryzykiem środowiskowym i społecznym). Bank monitoruje kredyty, by spójnie realizować standardy Citi oraz dobre praktyki International Finance Corporation (IFC) Performance Standard.

Wytyczne dotyczące zasad oceny ryzyka środowiskowego i społecznego opisane zostały w następujących dokumentach:

- „Procedury Kredytowe dla klientów Bankowości Korporacyjnej”,
- „Procedury Kredytowe dla klientów Bankowości Przedsiębiorstw”.

W obu powyższych procedurach kredytowych obejmujących klientów strategicznych, globalnych i bankowość przedsiębiorstw wprowadziliśmy zapisy, które nakładają na doradcę bankowego oraz doradcę kredytowego obowiązek przeanalizowania ryzyka społecznego i środowiskowego w trakcie sporządzania pakietu kredytowego dla klienta.

PODZIAŁ TRANSAKCJI NA KATEGORIE

Kategoria transakcji	Wyjaśnienie
A	Finansowanie transakcji obciążonej potencjalnym znaczącym ryzykiem środowiskowym lub społecznym i/lub mającej negatywny, nieodwracalny wpływ na środowisko naturalne lub społeczeństwo
B	Finansowanie transakcji obciążonej potencjalnym ograniczonym ryzykiem środowiskowym lub społecznym i/lub mającej nieznaczny w skutkach wpływ na środowisko naturalne lub społeczeństwo, w znacznym stopniu odwracalny i niwelowany poprzez zastosowanie metod ograniczających ryzyko
C	Finansowanie transakcji obciążonej minimalnym ryzykiem środowiskowym lub społecznym lub transakcji, w której ryzyko to nie występuje i/lub nieposiadającej wpływu bądź mającej minimalny wpływ na środowisko naturalne lub społeczeństwo

Oferta produktowa

KfW / Środki Unijne



Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność

Na mocy umowy podpisanej z bankiem Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), wykorzystując środki Unii Europejskiej, Bank oferował swoim klientom finansowanie zwrotne i bezzwrotne (grant) z Programu ELENA (European Local Energy Assistance), który realizowany był przez KfW również w innych krajach członkowskich UE w ramach szerszej inicjatywy wspólnotowej - Programu IEE II (Intelligent Energy Europe). Program wspierał władze lokalne i regionalne oraz inne podmioty publiczne wypełniające zadania ustawowe władz lokalnych lub regionalnych w osiągnięciu założeń Strategii „20-20-20”, miał także na celu ułatwienie jednostkom samorządu terytorialnego finansowania przedsięwzięć związanych z efektywnością energetyczną. W 2016 oraz 2017 roku realizowany był projekt dotyczący termomodernizacji 17 wielorodzinnych budynków mieszkalnych należących do jednej z gmin - klienta Banku. Realizacja przedsięwzięcia pozwoliła na wygenerowanie rocznych oszczędności energii dla termomodernizowanych obiektów na poziomie 5326 MWh.

Inicjatywa Emerging Market Champions



Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

Formuła zainicjowana przez Prezesa Zarządu Banku w 2014 roku wyróżnia pozytywne przykłady inwestycji zarówno zagranicznych firm na polskim rynku, jak i lokalnych przedsiębiorstw, które z sukcesem rozwijają swój biznes także poza granicami kraju.

Nagroda Emerging Market Champions przyznawana jest przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy w dwóch kategoriach: Polskie inwestycje zagraniczne i Zagraniczne inwestycje w Polsce. Pierwsza kategoria promuje polskie firmy, które rozszerzają działalność poza granice kraju, druga - adresowana jest do przedsiębiorstw zagranicznych, pochodzących z emerging markets, dokonujących w Polsce znaczących inwestycji, stwarzając tym samym nowe miejsca pracy oraz wpływając na rozwój naszego kraju.



Nagroda Emerging Market Champions

citi handlowy

citihandlowy.pl/konkursemergingmarketchampions

Celem grupy jest pełnienie roli strategicznego partnera polskich przedsiębiorstw, aktywnie wspierającego ekspansję polskiego przemysłu. Wyraźnie widoczne jest to w zakresie oferty produktowej Banku, w której szczególnie ważne miejsce zajmują transakcje walutowe, a także produkty związane z finansowaniem i zabezpieczaniem handlu.

Inwestycje kapitałowe

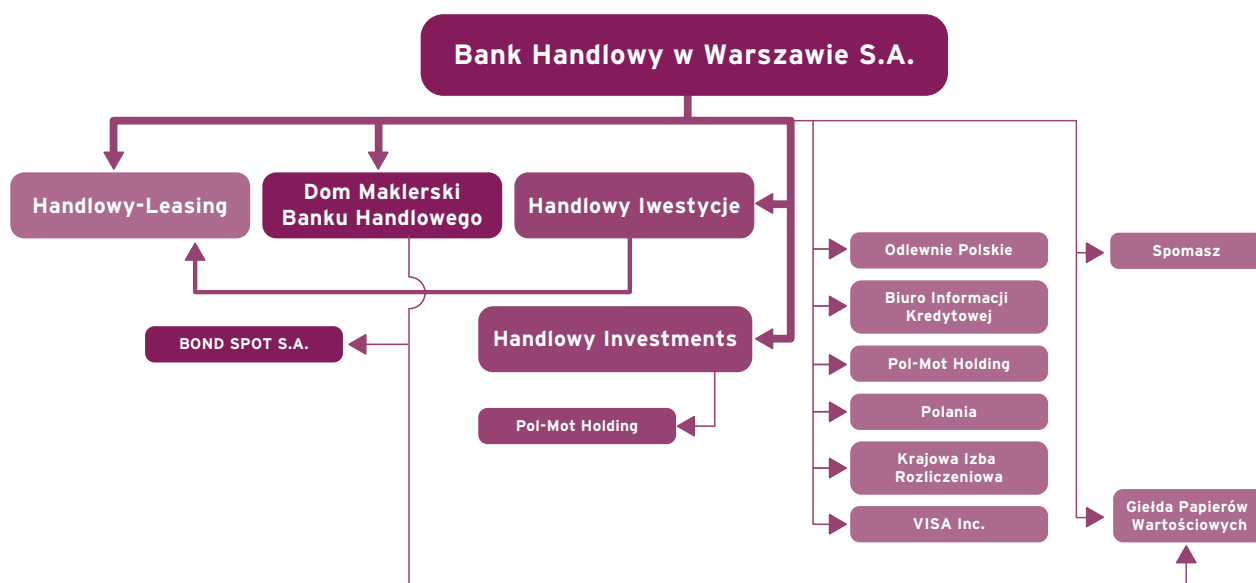
Inwestycje kapitałowe Banku dzielą się na portfel spółek strategicznych i portfel spółek do zbycia. Klasyfikacja spółek do poszczególnych portfeli dokonywana jest w drodze uchwały Komitetu Inwestycji Kapitałowych.

Spółki strategiczne obejmują podmioty prowadzące działalność w sektorze finansowym, dzięki którym Bank poszerza swoją ofertę produktową, zwiększa prestiż i wzmacnia pozycję konkurencyjną na rynku usług finansowych w Polsce. Do spółek strategicznych zaliczają się również spółki infrastrukturalne prowadzące działalność na rzecz sektora finansowego. Bank posiada w nich udział mniejszościowy, ale mają one strategiczne znaczenie dla Banku ze względu na prowadzone przez nie operacje oraz współpracę z Bankiem, np. Krajowa Izba Rozliczeniowa, Biuro Informacji Kredytowej.

Spółki do zbycia to podmioty, w których zaangażowanie Banku nie ma charakteru strategicznego. Obejmują one zarówno same spółki posiadane przez Bank bezpośrednio, jak i pośrednio, a także celowe spółki inwestycyjne, za pośrednictwem których Bank prowadzi operacje kapitałowe.

Podstawą polityki inwestycji kapitałowych jest dążenie do optymalizacji wyniku finansowego transakcji kapitałowych oraz minimalizacji ryzyk wynikających z tych transakcji. Założenia strategiczne Banku odnośnie spółek do zbycia przewidują stopniową redukcję zaangażowania w tych spółkach na możliwie najkorzystniejszych warunkach. Planujemy utrzymać nasze zaangażowanie w spółkach należących do portfela strategicznego.

Struktura Grupy



Strategia inwestycyjna Banku nie zakłada angażowania się w nowe inwestycje kapitałowe przeznaczone do sprzedaży. Możliwe jest jednak włączanie do portfela spółek do zbycia zaangażowań restrukturyzacyjnych, które będą pochodziły z konwersji wierzytelności na akcje bądź udziały.

Bank aktywnie wykonuje i korzysta z przysługującego mu prawa własności w podmiotach zależnych oraz z udziałem mniejszościowym, m.in. poprzez aktywny udział w organach stanowiących i kontrolnych spółek (Walnych Zgromadzeniach i Radach Nadzorczych) oraz prowadzenie stałego monitoringu i nadzoru właścicielskiego nad kluczowymi ryzykami społecznymi i środowiskowymi występującymi w tych spółkach.

Monitoring i nadzór właścicielski prowadzony jest w Biurze Nadzoru Właścicielskiego i Inwestycji Kapitałowych. Prace biura koordynowane są przez powołany w Banku Komitet Inwestycji Kapitałowych, a regulowane m.in. przez:

- „Regulamin Komitetu Inwestycji Kapitałowych”,
- „Zasady zarządzania zaangażowaniami kapitałowymi objętymi przez Bank w wyniku zamiany długu na udziały kapitałowe lub przejęcia przez Bank zabezpieczeń w postaci udziałów kapitałowych”,
- „Zasady ustalania wartości zaangażowań kapitałowych dla celów sprawozdawczości finansowej”,
- „Zasady współpracy jednostek organizacyjnych Banku przy obsłudze transakcji kapitałowych w zakresie raportowania i księgowania”,

- „Polityka zarządzania ryzykiem dotyczącym inwestycji kapitałowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.”.

Weryfikacja klientów

Podstawowe znaczenie dla stabilności i rozwoju gospodarki każdego państwa ma ograniczenie ryzyka straty po stronie instytucji finansujących działalność gospodarczą, czyli przede wszystkim banków. Ze względu na swoją specyfikę szczególnie sektor bankowy wykorzystywany jest do celów przestępczych, polegających na wyłudzeniu kredytów, fałszowaniu dokumentów czy dokonywaniu innych nadużyć finansowych. Do przestępstw, które w sposób szczególnie niebezpieczny oddziałują na cały sektor finansowy, zaliczono proceder prania pieniędzy i finansowania terroryzmu. Powodują one zagrożenie destabilizacją sytuacji finansowej banku, wykorzystywanego pośrednio lub bezpośrednio w tych procedurach, a także mogą przyczynić się do utraty reputacji i zaufania wśród jego klientów oraz Kontrahentów.

Citi Handlowy podejmuje działania mające na celu zapobieganie wykorzystaniu Banku do działalności związanej z praniem pieniędzy lub finansowaniem terroryzmu. W celu skutecznej ochrony przed tymi przestępstwami Bank opracował Program Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy oraz Finansowaniu Terroryzmu, którego głównym założeniem jest ograniczenie ryzyka otwierania i prowadzenia rachunków oraz utrzymywania stosunków gospodarczych z osobami lub podmiotami, co do których istnieje podejrzenie, że ich środki finansowe pozyskiwane są w sposób nielegalny.

Program Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy oraz Finansowaniu Terroryzmu podlega przeglądowi co najmniej raz w roku pod kątem zgodności z obowiązującymi regulacjami prawa polskiego oraz standardami Grupy Citi w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu.

Polityka AML (Przeciwdziałanie praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu)

Wszyscy pracownicy Banku muszą dokładać wszelkich starań, aby nie dopuszczać do wykorzystywania produktów i usług Banku do operacji prania pieniędzy i finansowania terroryzmu oraz aby wszelkie podejrzane czynności były bezzwłocznie zgłaszane do Biura ds. Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy oraz Finansowaniu Terroryzmu w Departamencie Zgodności.

Wszyscy pracownicy Banku zobowiązani są zapoznać się z przepisami z zakresu przeciwdziałania praniu pieniędzy i procedurami swojej jednostki organizacyjnej (w tym także tych wymagających zachowania należytej staranności przy akceptowaniu relacji z klientem i poszczególnych transakcji) oraz przestrzegać ich. Żadna relacja z klientem ani transakcja nie stanowi uzasadnienia dla naruszenia przepisów dotyczących bezpieczeństwa Banku w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy, finansowania terroryzmu czy innych przestępstw. Bank dokłada wszelkich starań, aby skutecznie popierać inicjatywy w zakresie bezpieczeństwa w granicach określonych przez właściwe przepisy prawa. Przepisy te określają, z kim Bank wchodzi w relacje handlowe (program „Poznaj Swojego Klienta”), strony biorące udział w transakcji, a także zasady monitorowania operacji na rachunkach klientów w celu wykrycia nietypowej aktywności na rachunku klienta.

Polityka AML w DM Citi Handlowy

Wewnętrzne regulacje DM Citi Handlowy mają na celu identyfikować różnego rodzaju ryzyka związane z prowadzeniem działalności inwestycyjnej i przeciwdziałać im. Pracownicy regularnie biorą udział w szkoleniach z zasad przeciwdziałania nadużyciom i zapewnienia ochrony środków i danych klientów. Za jedną z istotniejszych regulacji wewnętrznych DM Citi Handlowy uważa „Przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu”. Stosowany w DM Citi Handlowy program przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu ma na celu identyfikację obszarów zagrożenia, jakie niesie za sobą przestępstwo prania pieniędzy. W ramach programu spółka stosuje wobec klientów środki bezpieczeństwa finansowego w zależności od oceny ryzyka prania pieniędzy, rejestrowanie i raportowanie transakcji oraz typowanie transakcji podejrzanych. Stosowane procedury wewnętrzne, rozwiązania organizacyjne

oraz systemy monitorowania wraz z programem szkoleń dla pracowników zapewniają poprawne funkcjonowanie programu w ramach spółki.

Sankcje i embargo

Obowiązujące w Banku zasady postępowania wobec podmiotów objętych międzynarodowymi sankcjami gospodarczymi i handlowymi określają „Zasady postępowania wobec podmiotów objętych międzynarodowymi sankcjami gospodarczymi i handlowymi”.

Bank stosuje się do międzynarodowych sankcji ekonomicznych i embarg, które zabraniają nawiązywania stosunków gospodarczych z pewnymi krajami i podmiotami objętymi sankcjami, m.in. organizacjami związanymi z ruchem terrorystycznym i handlem narkotykami.

Utrzymywanie kontaktów gospodarczych z władzami krajów objętych sankcjami, z osobami fizycznymi bądź podmiotami działającymi w ich imieniu, a także z osobami z listy SDN jest zabronione. Wszelkie wątpliwości powinny być przekazane pracownikowi Biura ds. Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy oraz Finansowaniu Terroryzmu w Departamencie Zgodności.

Dodatkowo obowiązują w Banku „Procedury Kompleksowej Kontroli Zgodności dla Produktów obsługi i finansowania transakcji handlowych oferowanych klientom Pionu Bankowości Korporacyjnej i Bankowości Przedsiębiorstw oraz związane z tym zasady postępowania”.

Zapewnienie efektywnych procedur monitorowania ryzyka prania pieniędzy oraz finansowania terroryzmu pozwoliło Bankowi uniknąć naruszeń w tym zakresie w 2017 roku.

Długookresowe
relacje oparte
na zaufaniu
i profesjonalizmie

Długookresowe relacje oparte na zaufaniu i profesjonalizmie

Relacje z klientami - praktyki rynkowe

Misją oraz największą ambicją Banku jest zbudowanie relacji z klientami opartych na zaufaniu i wspólnym dążeniu do rozwoju. Strategicznym celem jest osiągnięcie takiego poziomu satysfakcji klientów, którego naturalną konsekwencją będzie niezachwiana lojalność wobec Banku. W związku z tym, na podstawie badań oraz informacji zwrotnej od klientów, podejmowanych jest szereg działań mających na celu stałe usprawnianie i podnoszenie jakości standardów obsługi oraz oferty produktowej. Jedną z odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania klientów jest adaptacja strategii obsługi klientów w sieci tradycyjnych oddziałów do rozwoju nowych technologii. Obecnie ponad 95 proc. transakcji bankowych klienci realizują samodzielnie poprzez Citibank Online. W sieci nowoczesnych oddziałów Bankowego Ekosystemu Smart klient samodzielnie może wykonać transakcje finansowe, skorzystać z wpłaty/wypłaty gotówki w bankomatach walutowych, a także otrzymać kartę kredytową czy zapoznać się - na interaktywnym monitorze - ze specjalnymi ofertami rabatowymi dla Posiadaczy kart Citi Handlowy.

Badania satysfakcji klientów

Bank przeprowadza regularne badania opinii klientów zarówno instytucjonalnych, jak i detalicznych. Głównym wskaźnikiem mierzącym jakość usług jest NPS (Net Promoter Score). Wskaźnik NPS pozwala określić skłonność klientów do rekomendacji Banku, a co za tym idzie - ich zadowolenie z usług. Badania obejmują kluczowe segmenty klientów Banku,

produkty i procesy oraz najważniejsze kanały kontaktu (tj. bankowość elektroniczną, obsługę telefoniczną, oddziały). Oceny i komentarze są analizowane przez zespół badający doświadczenia klientów, a wyniki tych analiz i projektów usprawnień - omawiane na comiesięcznym spotkaniu z zespołem menedżerskim Banku.

Po stronie instytucjonalnej Banku podstawą istniejącego systemu zarządzania jakością jest stały pomiar oczekiwań i opinii oraz zarządzanie doświadczeniami klientów na każdym etapie współpracy z Bankiem. Praca z informacjami zwrotnymi zaowocowała m.in. ulepszeniem jakości obsługi infolinii oraz pogłębieniem relacji na linii klient - doradca. Skrócono i uproszczono procesy otwierania konta w Banku oraz usprawniono procesy związane z aplikowaniem o produkty. Nowe rozwiązania wprowadzane przez Bank są testowane z klientami na etapie wdrożenia, aby upewnić się, że spełniają wszystkie ich potrzeby. Naturalną platformą dialogu z klientami są także spotkania z doradcami, które dają możliwość otwartej rozmowy i pozwalają na kompleksowe spojrzenie na wyzwania, przed którymi stoi biznes danego klienta, oraz doprecyzowanie jego oczekiwań w stosunku do produktów i usług oferowanych przez Bank.

W ramach bieżącego wsparcia w tematyce poruszanej przez naszych klientów staramy się aktywnie uczestniczyć w edukacji z zakresu cyberbezpieczeństwa i bezpiecznych płatności elektronicznych, dzięki czemu nasi klienci mogli dowiedzieć się m.in., jak wyglądają konkretne mechanizmy wyłudzeń oraz jak mogą ograniczyć związane z nimi ryzyko.

Dzięki zdyscyplinowanemu podejściu Bank osiągnął w 2017 rok wzrost ocen w każdym z kluczowych wskaźników NPS klienta detalicznego. Bank zachował pozycję lidera w segmencie kart kredytowych oraz pozostał jednym z dwóch najlepszych banków w segmencie klientów najbogatszych.

Karty kredytowe Citi Handlowy są najchętniej rekomendowane przez klientów detalicznych

Chęć rekomendacji Citi Handlowy w 2017 r. wyraziło 20 tys. klientów detalicznych, co stanowi 60 proc. wszystkich pytaných klientów.

(Badanie benchmarkingowe NPS prowadzone przez zewnętrzną agencję badawczą na zlecenie Citi Handlowy.)

Jednym z kluczowych działań podjętych w odpowiedzi na oczekiwania klientów detalicznych było wprowadzenie nowej odsłony serwisu internetowego **Citibank Online**. Nowa wersja systemu zyskała atrakcyjny wygląd i dodatkowe funkcjonalności, a nawigacja

stała się o wiele prostsza i bardziej intuicyjna. Obecna wersja aplikacji oferuje funkcje, które klienci zgłaszali w trakcie trwania całego projektu w ramach prowadzonych grup focusowych, a także wszelkie uwagi zgłaszane doradcom oraz na oficjalnym fanpage'u Citi

Handlowy na Facebooku. System został przygotowany w technologii Responsive Design, co oznacza, że jest wygodny w obsłudze na wszystkich urządzeniach, w tym na tablecie i smartfonie.

Potwierdzeniem silnej pozycji Banku w tworzeniu oferty dopasowanej do potrzeb klientów detalicznych jest uzyskanie w 2017 roku wielu nagród i wyróżnień.



Komunikacja z klientami

Bank od ponad sześciu lat konsekwentnie realizuje strategię przejrzystej komunikacji z klientem, systematycznie dostosowując swoją ofertę do potrzeb klientów. W ramach projektów takich jak „Treating Customers Fairly” określone zostały wymagania dotyczące komunikacji, warunkujące przeprowadzenie kampanii produktowych. Dzięki temu, mimo dynamicznie zmieniającego się otoczenia rynkowego, klienci mogą mieć pewność, że o produktach Banku informowani są w sposób rzetelny i przejrzysty.

Bank gwarantuje przy tym czytelność umów oraz transparentną informację o kosztach, ryzyku i możliwościach do osiągnięcia korzyściach. Wszyscy pracownicy odpowiedzialni za ofertę produktową zostali też przeszkoleni ze standardów przejrzystej komunikacji i są zobowiązani do ścisłego ich przestrzegania. Dodatkowo politykę i standardy wysokiej obsługi klienta, reklamacji oraz odpowiedzialnego marketingu w Banku reguluje m.in. „Kodeks Etyki Reklamy”.

Dla klientów instytucjonalnych co miesiąc wydawany jest biuletyn „Aktualności CitiService”, którego treść zamieszczana jest również na stronach Banku.

MiFID

Bank zobowiązany jest stosować przepisy Dyrektywy MiFID (*Markets in Financial Instruments Directive*). Dyrektywa ta wprowadzona została w celu zwiększenia przejrzystości rynków instrumentów finansowych oraz zwiększenia poziomu ochrony konsumentów.

Bank konsekwentnie realizuje wytyczne Dyrektywy MiFID, pamiętając o tym, że:

- firmy inwestycyjne zobowiązane są działać uczciwie, sprawiedliwie i profesjonalnie, zgodnie z najlepiej pojętymi interesami klientów;
- informacje kierowane do klientów powinny być rzetelne, niebudzące wątpliwości i niewprowadzające w błąd co do cech, opłat i ryzyk związanych z inwestycją;
- każdy klient, który chce nabywać produkty inwestycyjne, musi podpisać z Bankiem umowę ramową określającą warunki świadczenia usług inwestycyjnych;
- Bank jest zobowiązany do przeanalizowania, czy produkty inwestycyjne są odpowiednie dla klienta pod względem jego wiedzy i doświadczenia inwestycyjnego; dla każdego klienta przed rozpoczęciem rozmów o konkretnych produktach inwestycyjnych należy obowiązkowo dokonać oceny jego wiedzy i doświadczenia.

Reklamacje i zapytania klientów

Klienci instytucjonalni

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji i skarg jest dostępna na stronie internetowej Banku w zakładce [Reklamacje](#).

Klientom udostępniono możliwość wnoszenia reklamacji z wykorzystaniem kilku form komunikacji. Klienci mogą zgłosić swoje uwagi:

- pocztą elektroniczną - na adres: citIService.polska@citi.com;
- telefonicznie - w CitiService: 801 24 84 24 (z telefonów stacjonarnych w Polsce), +48 22 690 19 81 (z telefonów stacjonarnych i komórkowych z całego świata) oraz telefonicznie bezpośrednio u Doradcy CitiService;
 - w zakresie Kart Business: 800 12 00 78 (z telefonów stacjonarnych w Polsce), +48 22 692 24 36 (z telefonów stacjonarnych i komórkowych z całego świata);
 - w zakresie Kart Przedpłaconych: 800 12 00 78 (z telefonów stacjonarnych w Polsce), +48 22 692 24 39 (z telefonów stacjonarnych i komórkowych z całego świata);
- osobiście - w jednostkach Banku obsługujących Klientów Sektora Bankowości Przedsiębiorstw i Bankowości Korporacyjnej;

www.citihandlowy.pl
Bank Handlowy w Warszawie S.A.

citi handlowy®



Aktualności CitiService

2 października 2017 r. | Wydanie nr 10

W numerze

- Dokumentacja bankowa - uaktualnianie danych
- eGwarancja - nowy sposób doręczenia beneficjentowi gwarancji bankowej
- Święta bankowe w październiku i listopadzie 2017 r.

Serwisy na skróty



Wyciąg z Taryfy Provizji
i Oplat Bankowych



Tabela kursów



Aktualności CitiService



Analizy rynkowe



Szybki kontakt z Doradcą CitiService:
tel.: 801 24 84 24; 22 690 19 81

Dokumentacja bankowa - uaktualnianie danych



Bank Handlowy w Warszawie S.A. w trosce o bezpieczeństwo dostępu do informacji o Państwa rachunkach, a także w celu zapewnienia Państwu ciągłości obsługi przez CitiService przypomina o konieczności aktualizacji danych w wymienionych poniżej dokumentach w przypadku zmian personalnych, jakie zachodzą w Państwa firmie:

- Karta wzorów podpisów
- Upoważnienie do kontaktu z Bankiem
- Formularz ustalenia/zmiany hasła
- Upoważnienie do kontaktu z Bankiem oraz korzystania z kart CitiService służących do telefonicznej obsługi Posiadacza Rachunku - kart IVR.

Brak danych lub dane nieaktualne w ww. dokumentach mogą skutkować trudnościami we wzajemnym kontakcie pomiędzy Państwa firmą a Bankiem, zwłaszcza w sytuacjach wymagających złożenia zapytań lub potwierdzenia dyspozycji.

Zalecamy okresową - w zależności od potrzeb (jednak nie rzadziej niż raz na 6 miesięcy) - weryfikację i zmianę haseł oraz PIN-ów do kart IVR, za pomocą których otrzymują Państwo poufne informacje do prowadzonych w Banku rachunków.

Formularze podpisane zgodnie z reprezentacją KRS Państwa firmy przez osoby, których podpisy widnieją na obowiązujących w Banku Kartach wzorów podpisów, prosimy dostarczyć na adres:

Citi Handlowy
Bank Handlowy w Warszawie S.A.
Strefa Dokumentacji Klienta
ul. Senatorska 16
00-923 Warszawa

W przypadku pytań prosimy o kontakt z Departamentem Obsługi Klienta CitiService.

- pisemnie - na adres wskazany na stronie: www.citi-handlowy.pl/strefaklienta, w sekcji: Ważne adresy lub listownie:

Bank Handlowy w Warszawie S.A.

Strefa Dokumentacji Klienta

ul. Senatorska 16
00-923 Warszawa

Bank Handlowy w Warszawie S.A.

Biuro Operacji Dokumentowych i Finansowania Handlu w Regionalnym Centrum Rozliczeniowym

ul. Żołnierzy 5. Wileńskiej Brygady Armii Krajowej 16
10-602 Olsztyn

W przypadku nieuwzględnienia roszczeń wynikających z reklamacji Bank informuje o możliwości skorzystania z postępowania polubownego przed Sądem Polubownym przy KNF, zgodnie z jego regulaminem, możliwości wystąpienia z powództwem do sądu powszechnego, oraz - w przypadku klientów będących osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą samodzielnie lub jako wspólnik spółki cywilnej - także o możliwości wystąpienia z wnioskiem do Rzecznika Finansowego. Informacje na ten temat są publicznie dostępne [na stronie internetowej](#).

Bardzo ważnym elementem jakościowym jest czas rozwiązywania reklamacji. Bank rozpatruje 67 proc. reklamacji otrzymanych od klientów korporacyjnych w terminie do 5 dni, 25 proc. reklamacji w terminie do 15 dni, 6 proc. reklamacji w terminie do 30 dni oraz 2 proc. reklamacji - powyżej 30 dni. Pełna analiza reklamacji klientów z analizą źródła błędu i wskazaniem potencjalnych ryzyk jest przedstawiana co miesiąc Radzie Jakości Operacji i Technologii. Najważniejsze wskaźniki dotyczące skarg i reklamacji prezentowane są kwartalnie Komisji ds. Ryzyka Operacyjnego, Systemu Kontroli i Zgodności Sektora Bankowości Korporacyjnej. Na podstawie przygotowanych analiz uzgadniane są plany naprawcze w celu ograniczenia błędów po stronie Banku.

Klienci detaliczni

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji, skarg i zażaleń jest łatwo dostępna na stronie internetowej Banku. Udostępniono możliwość wnoszenia reklamacji z wykorzystaniem kilku form komunikacji celem ułatwienia klientom możliwości ich wnoszenia. Klienci mogą zgłosić swoje uwagi poprzez:

- formularz elektroniczny na profilu [Citibank Online](#),
- pisemnie na adres Banku bądź ustnie w oddziale Banku,
- e-mail na adres: listybh@citi.com,

- telefonicznie - poprzez kontakt z infolinią CitiPhone: 22 362 2484.

Bank informuje o możliwości polubownego rozwiązywania sporów w relacjach ze swoimi klientami, a informacja na ten temat jest publicznie dostępna na stronie internetowej. Ważnym elementem jakościowym, monitorowanym w procesie rozpatrywania reklamacji, jest czas udzielenia odpowiedzi. Standard czasowy rozpatrywania reklamacji dla klientów z segmentów Citigold i Citigold Private Client wynosi 1 dzień roboczy, zaś dla klientów z pozostałych segmentów - 4 dni robocze. Reklamacje, w których źródłem błędu był Bank, nie przekraczały w 2017 roku 35 proc. ogółu reklamacji. Analizy reklamacji i sugestii klientów, sposobu ich rozpatrzenia i wyciągania wniosków dla funkcjonowania Banku są prezentowane na Radzie ds. Doświadczeń klientów, której posiedzenie odbywa się raz w miesiącu. Na podstawie przygotowanych analiz uzgadniane są plany naprawcze tak, aby w kolejnych miesiącach usunąć pojawiające się błędy po stronie Banku. W tym roku w obszarze strategicznym, jakim jest bankowość online, Bank zredukował liczbę zgłoszonych reklamacji o 17 proc. w stosunku do roku poprzedniego, co stanowi bardzo dobry wynik, biorąc pod uwagę wdrożenie nowej platformy dla klientów na początku roku i czas potrzebny klientom do dostosowania się i zapoznania się z wprowadzonymi zmianami.

Klienci DM Citi Handlowy

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji i skarg jest dostępna [na stronie internetowej Domu Maklerskiego](#).

Klienci mogą zgłosić swoje uwagi:

- w formie pisemnej (listownie) na adres siedziby,
- osobiście za pośrednictwem Punktu Obsługi Klienta lub Punktu Przyjmowania Zleceń,
- telefonicznie,
- w formie elektronicznej - z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej (np. poczta elektroniczna).

Punkt Obsługi Klientów DM Citi Handlowy

ul. Senatorska 16
00-923 Warszawa
Tel.: +48 22 532 32 32
+48 22 532 32 33

Telecentrum DM Citi Handlowy

Tel.: +48 22 690 11 11
+48 22 692 24 84

W przypadku złożenia reklamacji w sposób inny niż listownie, DM Citi Handlowy na życzenie klienta przekazuje mu potwierdzenie złożenia reklamacji w trybie z nim uzgodnionym. Reklamacje wniesione do DM Citi Handlowy są rozpatrywane bez zbędnej zwłoki, jednak nie później niż w terminie 30 dni od dnia otrzymania reklamacji.

Rzecznik Klientów

Klienci instytucjonalni

W sierpniu 2017 roku w Banku została powołana nowa funkcja: Rzecznik Klientów Korporacyjnych. Do głównych zadań Rzecznika należy m.in. koordynowanie procesu rozpatrywania wpływających do Banku reklamacji i skarg klientów instytucjonalnych, analiza i monitorowanie procesu skarg i reklamacji klientów, przekazywanie Zarządowi Banku informacji dotyczących zakresu oraz skali skarg i reklamacji wpływających od klientów instytucjonalnych Banku, współpraca z jednostkami Banku w celu poprawy jakości usług i produktów świadczonych na rzecz klientów instytucjonalnych Banku oraz zwiększenia satysfakcji i lojalności klientów. Klient ma także możliwość kontaktu z Rzecznikiem, wysyłając wiadomość za pomocą [formularza](#) dostępnego na stronie Banku.

Na wskazany adres Rzecznika Klientów Korporacyjnych klienci mogą także przysyłać swoje opinie i uwagi, które pomogą nam ulepszać nasze produkty i usługi. Do końca 2017 roku nie wpłynęło bezpośrednio do Rzecznika Klientów Korporacyjnych żadne zgłoszenie od klienta instytucjonalnego.

Klienci detaliczni

Powołanie funkcji Rzecznika Klienta w 2009 roku miało na celu zarówno wzmocnienie współpracy Banku z klientami, jak i zwiększenie satysfakcji klientów z produktów i usług oferowanych przez Bank. Poprzez kontakt z Rzecznikiem Bank zaprasza swoich klientów do dialogu. Klienci mają możliwość dzielenia się z nim swoimi opiniami, uwagami i sugestiami dotyczącymi funkcjonowania Banku. Kontakt z Rzecznikiem jest możliwy za pośrednictwem poczty elektronicznej poprzez wysłanie zgłoszenia na adres e-mail Rzecznika: rzecznik.klienta@citi.com. W 2017 roku do Rzecznika Klienta wpłynęło 249 spraw.

Media społecznościowe są dodatkowym kanałem komunikacji, za pośrednictwem którego klienci mogą zgłosić się po pomoc czy przekazać swoje uwagi, na które odpowiada Rzecznik Klienta. Co miesiąc przez ten kanał obsługiwanych jest 250-300 zapytań klientów.

Edukacja klientów

Innego typu działaniem, które jest nieobligatoryjne, ale doskonale wpisuje się w całość działań na rzecz bezpieczeństwa i dostępności usług bankowych, jest edukacja finansowa obecnych i przyszłych klientów.

Bank poprzez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy realizuje programy, których celem jest budowanie świadomości finansowej Polaków i w efekcie podejmowanie przez nich bardziej wyważonych i świadomych decyzji kredytowych i inwestycyjnych oraz zapobieganie wykluczeniu finansowemu określonych grup społecznych. Działania Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy koncentrują się na aktywności w obszarze edukacji finansowej, w ramach której szczególny nacisk kładziony jest na kształtowanie kompetencji z zakresu finansów osobistych. Wspieranie przedsiębiorczości poprzez przygotowywanie młodych ludzi do uruchomienia własnego biznesu oraz wzmacnianie potencjału istniejących firm to nasz wkład w rozwój polskiej gospodarki. Szczególną wagę przykładamy do start-upów, mając na uwadze ich innowacyjność.

Uzupełnieniem naszych działań są konkursy dla mikroprzedsiębiorców i polskich firm dokonujących ekspansji na rynkach zagranicznych oraz podmiotów z rynków wschodzących inwestujących w Polskę (Inicjatywa Emerging Market Champions).

Fundacja swoje zadania realizuje również poprzez program badań, w ramach którego bada m.in. postawy Polaków wobec finansów oraz różne aspekty działalności polskich firm za granicą.

Dodatkowo Bank rozwija swoje strony internetowe tak, aby zawierały najważniejsze materiały edukacyjne dotyczące bezpieczeństwa transakcji, korzystania z produktów i z mobilnych dostępów.

Bardzo ważne jest również dla Banku zapewnienie tego, by klienci rozumieli działanie posiadanego produktu i wiedzieli, jak w najlepszy dla siebie sposób nim się posługiwać. W tym celu Bank umieścił na stronie internetowej sekcję [„Najczęściej zadawane pytania i odpowiedzi”](#).

Ponadto opracowano materiały edukacyjne dla klientów, dzięki którym klienci mogą dowiedzieć się, jak zarządzać kredytem i swoją historią kredytową, jak dbać o bieżącą spłatę kredytu, i dlaczego jest to ważne.

Przykładowe materiały edukacyjne dla klientów

Podłączenie karty do konta walutowego

Jeśli dokonujesz transakcji kartą podłączoną do konta walutowego, pamiętaj, że:

1. Wypłaty z bankomatów Citi są darmowe na całym świecie. W bankomatach Citi wypłaty walut innych niż waluta rachunku, do którego podłączona jest karta debetowa, przeliczane są najpierw na USD, a następnie na walutę rachunku.
2. Wypłaty z bankomatów innych niż Citi: Posiadacze kont Citi Priority, Citigold oraz Citigold Private Client mogą wypłacać gotówkę z bankomatów na świecie bez prowizji Citi Handlowy. W niektórych przypadkach może zostać pobrana prowizja właściciela bankomatu - informacja o tym wyświetli się na ekranie przed dokonaniem wypłaty.
3. W niektórych zagranicznych punktach sprzedaży, bankomatach lub w Internecie, może zostać zaproponowana płatność w zł (tzw. usługa DCC). Usługa ta nie jest oferowana przez Citi Handlowy i może spowodować podwójne przewalutowanie transakcji, dlatego nie rekomendujemy korzystania z niej i zalecamy dokonywanie transakcji w walucie rachunku, do którego jest podłączona karta.

Pamiętaj o podłączeniu karty do rachunku w złotówkach, gdy rozliczanie transakcji bezpośrednio w walucie danego rachunku nie będzie już potrzebne. Możesz to łatwo zrobić w bankowości internetowej Citibank® Online (Ustawienia > Karty płatnicze > Zarządzaj) lub bankowości mobilnej Citi Mobile® (Menu główne > Podłączenie karty do rachunku).

Przykłady rozliczeń dla karty podłączonej do konta w EUR

Transakcja w walucie rachunku:

Wypłacasz 100 EUR z bankomatu (lub płacisz kartą w sklepie lub w Internecie) - rachunek będzie obciążony kwotą 100 EUR - brak przewalutowań.

Transakcja w walucie innej niż waluta rachunku:

Wypłacasz 100 CHF z bankomatu (lub płacisz kartą w sklepie lub w Internecie) - na rachunku zostanie zablokowana kwota w EUR, której wartość jest wstępnie przeliczona po kursie wymiany z dnia dokonania transakcji. Następnie, po rozliczeniu transakcji przez usługodawcę, kwota operacji zostanie finalnie zaksięgowana w EUR po kursie wymiany z Tabeli Kursów Walut obowiązującym w dniu księgowania transakcji. Dlatego wartości kwot wstępnie zablokowanej i finalnie zaksięgowanej mogą się różnić.

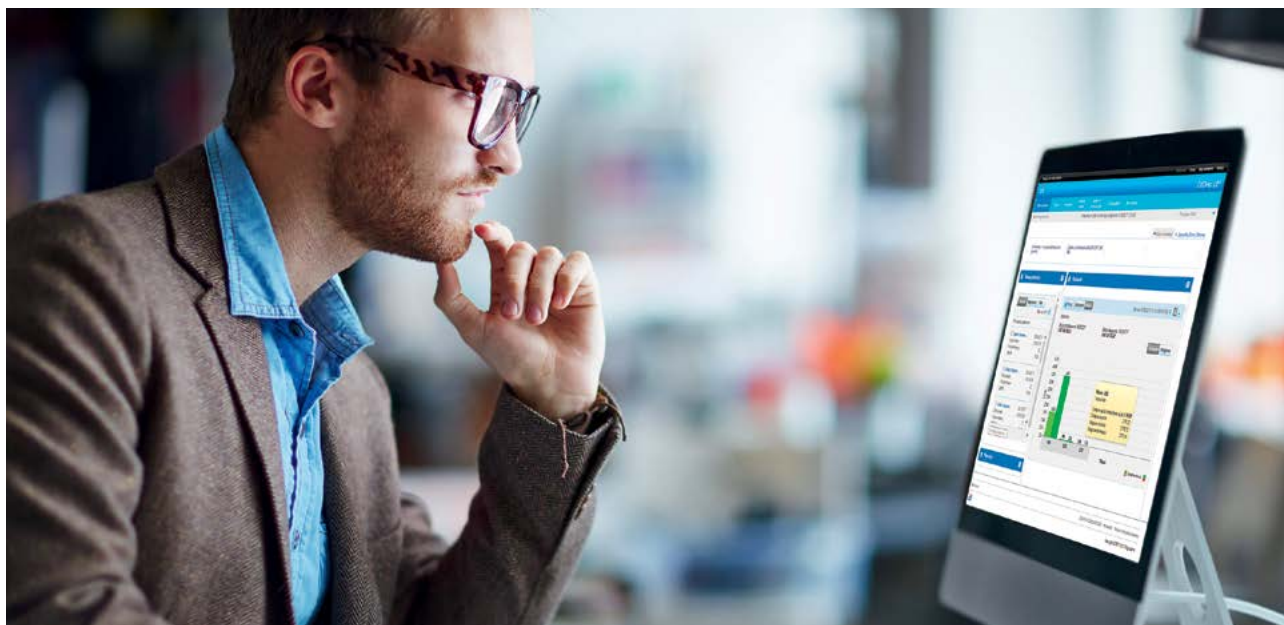
W 2017 roku został również zrealizowany projekt Tonality, zgodnie z którym Bank, odpowiadając na reklamę klienta, musi uwzględnić informacje o wartości

edukacyjnej. Dzięki takiemu podejściu klient ma szansę na uniknięcie podobnej sytuacji w przyszłości.

Bezpieczne i dostępne usługi bankowe

Kanały dostępu do usług bankowych

Klienci instytucjonalni



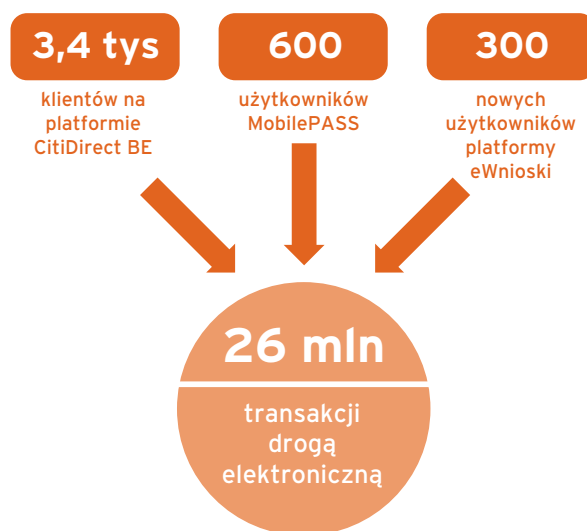
Wprowadzane przez nas innowacje w obszarze usług on-line dbają o bezpieczeństwo środków naszych klientów i sprawiają, że możemy działać szybciej i wydajniej, a do tego w zgodzie z naturalnym środowiskiem.

Bank oferuje dostęp do świadczonych usług poprzez kanały elektroniczne oraz placówki Banku.

Klienci instytucjonalni mają do dyspozycji system bankowości elektronicznej **CitiDirect BE**. Jest to kompleksowe rozwiązanie dopasowane do potrzeb klientów działających zarówno lokalnie, jak i globalnie. Platforma CitiDirect BE umożliwia zarządzanie rachunkami on-line i zapewnia dostęp do tworzenia płatności w ponad 200 walutach z każdego miejsca na świecie. System CitiDirect BE jest dostępny w języku polskim, angielskim oraz 22 innych wersjach językowych.

Citi Handlowy konsekwentnie realizuje strategię digitalizacji bankowości. W 2017 roku skupiliśmy się przede wszystkim na uproszczeniu procesu tworzenia i autoryzacji płatności, a także stworzyliśmy nowy mechanizm obsługi płatności masowych. Citi Handlowy zachęca klientów instytucjonalnych do korzystania z elektronicznej platformy wymiany dokumentacji - eWnioski, która już w niedalekiej przyszłości pozwoli prawie w całości wyeliminować papierową dokumentację związaną z obsługą produktów bankowych.

Citi Handlowy promuje aplikację MobilePASS, która zapewnia bezpieczny dostęp do systemu bankowości elektronicznej CitiDirect BE za pomocą smartfona. Jest alternatywą do tradycyjnych urządzeń generujących kody dostępu do platformy.



Klienci instytucjonalni mogą korzystać z nowoczesnej platformy do wymiany walut on-line CitiFX Pulse. Dzięki niej mogą samodzielnie zawierać transakcje - wszystko przez Internet, w prosty i bezpieczny sposób. Platforma CitiFX Pulse pozwala na zawieranie transakcji przez 24 godziny na dobę, oferuje dostęp do informacji rynkowych przed dokonaniem transakcji oraz funkcjonalności ułatwiające analizę ekspozycji walutowej.

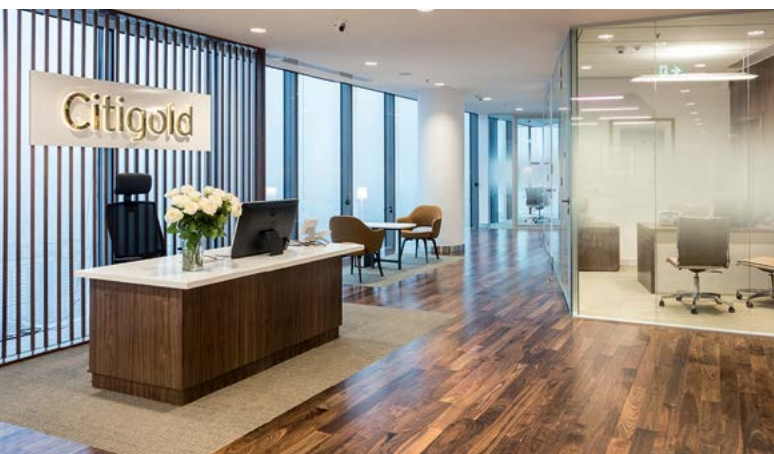
W 2017 roku Citi Handlowy zrealizował pierwszą na rynku transakcję QLIK

Citi Handlowy z końcem czerwca 2017 roku uruchomił usługę QLIK z wystawcami faktur i ma za sobą realizację pierwszej międzybankowej transakcji zainicjowanej od strony wierzyciela. Tym samym Bank plasuje się w czołówce sektora, jeżeli chodzi o wdrożenie QLIK, czyli usługi elektronicznej prezentacji i płatności rachunków, udostępnionej w wyniku współpracy Krajowej Izby Rozliczeniowej i Związku Banków Polskich.

Klienci detaliczni

Citi Handlowy oferuje klientom detalicznym dostęp do świadczonych usług poprzez kanały elektroniczne, a także tradycyjne, czyli sieć oddziałów detalicznych. Podział oddziałów Citi Handlowy na segmenty odpowiada docelowym grupom klientów Banku.

Dla najzamożniejszych klientów z segmentu Citigold Private Client Bank oferuje specjalnie przeznaczone dla nich placówki lub wydzielone sekcje w oddziałach w Warszawie, Krakowie i Gdańsku. Klienci Citigold mogą korzystać z usług Banku w Centrach Citigold zlokalizowanych w 9 największych miastach Polski.



Klienci masowi mogą korzystać z usług Banku w sieci oddziałów Smart, zlokalizowanych w największych galeriach handlowych w Polsce. Wsparciem nowoczesnych placówek Smart, dostępnych 7 dni w tygodniu i otwartych w godzinach pracy poszczególnych galerii, są wprowadzone w 2016 roku mobilne punkty Smart Mini, które w ciągu kilku godzin mogą zostać przeniesione w dowolne miejsce w kraju.

Wszyscy klienci Citi Handlowy mają do dyspozycji sieć bankomatów oraz wpłatomatów Banku, zlokalizowanych przy oddziałach Banku w całym kraju. Większość urządzeń pozwala na wpłatę oraz wypłatę euro i w dolarach, a także na dokonanie wybranych transakcji, w tym spłatę zadłużenia karty kredytowej.

Podążając za najnowocześniejszymi trendami w bankowości, Citi Handlowy wprowadza nowe rozwiązania technologiczne w bankowości internetowej. W lutym 2017 roku Citi Handlowy udostępnił nową wersję serwisu bankowości elektronicznej Citibank Online. Dzięki rozbudowanej funkcjonalności systemu klienci Banku mogą samodzielnie zarządzać posiadanymi produktami, nabyć dodatkowe usługi, zmienić dane kontaktowe, przesłać bezpiecznie dokumenty czy skontaktować się z Bankiem bez potrzeby odwiedzania oddziału.

Klienci Banku mają również dostęp do aplikacji mobilnej Citi Mobile, która oferuje takie funkcje jak: podgląd salda na rachunkach bez potrzeby logowania (Snapshot), darmowe powiadomienia typu Push, dzięki którym klient na bieżąco jest informowany o zmianach na koncie lub karcie, oraz możliwość aktywacji logowania przy pomocy odcisku palca.

Do dyspozycji klientów pozostaje serwis bankowości telefonicznej CitiPhone, w tym bezpłatna usługa Automatycznego Bankiera. Doradcy CitiPhone są dostępni przez cały rok, 7 dni w tygodniu, przez 24 h na dobę.

Klienci Citi Handlowy mogą kontaktować się z Bankiem również poprzez media społecznościowe, m.in. za pośrednictwem Facebooka, w tym aplikacji Messenger.



Klienci DM Citi Handlowy

DM Citi Handlowy oferuje dostęp do świadczonych usług w sposób tradycyjny (poprzez Punkt Obsługi Klientów) oraz poprzez kanały elektroniczne.

DM Citi Handlowy udostępnia klientom aplikację ePromak Plus, która pozwala [na obsługę rachunku maklerskiego przez Internet](#).

Działalność maklerską dla klientów detalicznych Citi Handlowy umożliwia platforma transakcyjna - [CitiFX Stocks](#), która służy do obrotu akcjami oraz instrumentami typu ETF, notowanymi na największych giełdach zagranicznych, oraz instrumentami rynku walutowego na rynku pozagiełdowym (OTC) z wykorzystaniem dźwigni finansowej.

Bezpieczna bankowość

Citi Handlowy zapewnia swoim klientom bezpieczeństwo w całym procesie korzystania z usług bankowych. Światowe standardy zabezpieczeń, wielopoziomowa autoryzacja transakcji, SMS-y potwierdzające transakcje lub informujące o nieudanej próbie logowania, specjaliści monitorujący system 24 godziny na dobę to środki dające pełne bezpieczeństwo podczas korzystania z Citibank Online na każdym etapie interakcji z Bankiem.

Serwis Banku zabezpieczony jest certyfikatem bezpieczeństwa wystawionym przez firmę VeriSign. Certyfikat bezpieczeństwa to cyfrowy podpis witryny, który potwierdza, że użytkownik znajduje się w serwisie, którego właścicielem jest Bank. Certyfikat gwarantuje, że wszystkie poufne transakcje dokonywane za pośrednictwem Citibank Online są zabezpieczone szyfrowaniem SSL.

Transakcje na kartach debetowych i kredytowych są zabezpieczone usługą SMS „Potwierdź transakcję”. Dzięki tej usłudze klienci są informowani SMS-em o transakcji, która z punktu widzenia Banku może być podejrzana.

Internet i nowe technologie, które w znaczącym stopniu uprościły nasze życie, mogą nieść za sobą pewne zagrożenia. Jako Bank chcemy, aby klienci byli świadomi obecnych zagrożeń i potrafili samodzielnie eliminować niektóre z nich, dlatego na stronach internetowych edukujemy klientów w zakresie ostrzeżeń i zalecanych działań, które pomogą zwiększyć bezpieczeństwo podczas korzystania z usług bankowości elektronicznej.

W bankowości mobilnej dodatkowo wiarygodność połączenia zapewnia certyfikat Extended Validation SSL (EV SSL). Transmisja danych zabezpieczona jest protokołem TLS z algorytmem szyfrującym AES_256 oraz kluczem RSA o długości 2048 bitów. Aplikacja Citi Mobile nie zapisuje żadnych danych finansowych ani informacji o produktach klientów. Jest na bieżąco aktualizowana oraz testowana pod kątem bezpieczeństwa. Zawsze zalecamy korzystanie z najnowszej wersji aplikacji oraz najnowszych dostępnych wersji systemu operacyjnego (Android lub iOS) telefonu.

Ochrona danych klientów

Bank zobowiązuje się do ochrony prywatnych i poufnych informacji na temat swoich klientów oraz do właściwego ich wykorzystywania. Zasady te opisane są w wewnętrznym dokumencie „Zasady ochrony danych osobowych w Banku Handlowym w Warszawie S.A”.

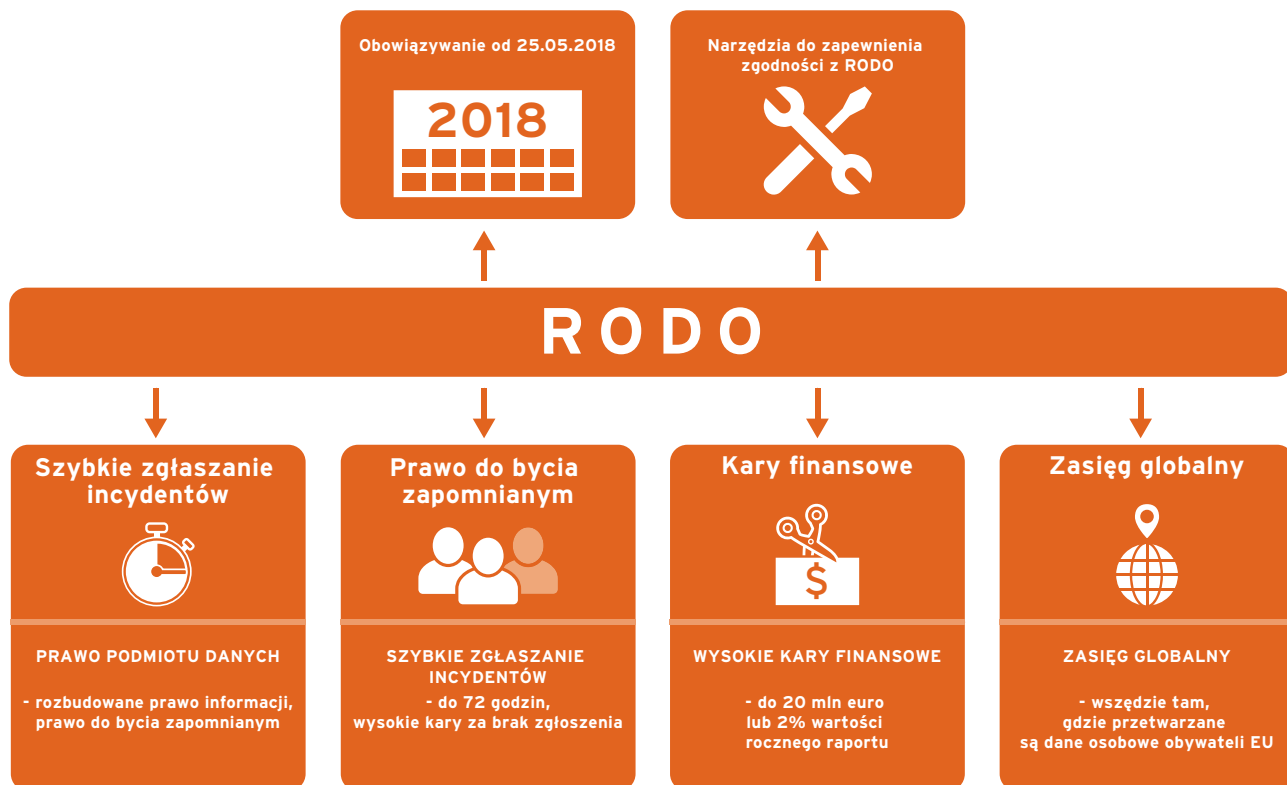
Bank gromadzi, przechowuje i przetwarza dane osobowe klientów w sposób określony przez prawo krajowe, mając na celu oferowanie klientom produktów i usług lepiej spełniających ich potrzeby finansowe oraz umożliwiających osiągnięcie celów finansowych. Mając to na uwadze, Bank dokłada wszelkich starań, aby wdrażać i utrzymywać odpowiednie systemy i technologie oraz właściwie szkolić pracowników, którzy mają dostęp do takich informacji.

Dostawcy, z których usług korzysta Bank, również mają obowiązek ochrony poufnego charakteru danych, w tym danych osobowych oraz poufnych, przekazywanych im przez Bank. Bank przestrzega również własnych rygorystycznych norm i regulacji wewnętrznych dotyczących poufnego charakteru i bezpieczeństwa informacji oraz danych osobowych (normy dotyczące zarządzania systemami informatycznymi, normy bezpieczeństwa informacji, ogólne przepisy dotyczące bezpieczeństwa). Dbając o to, aby informacje te były wykorzystywane tylko do uzasadnionych celów związanych z wykonywaną pracą oraz udostępniane wyłącznie upoważnionym osobom i organizacjom, a także w prawidłowy i bezpieczny sposób przechowywane, Bank stosuje najwyższe standardy w obszarze bezpieczeństwa informacji. Cyklicznie przeprowadzane są audyty w tym zakresie, potwierdzane posiadanymi przez Bank certyfikatami na zgodność z normami ISO 27001 i ISO22301, które obejmują wszystkie procesy, produkty i usługi, jakie Bank świadczy swoim klientom.

O fakcie wywiązywania się Banku ze swojego zadania zapewnienia ochrony danych klientów na najwyższym poziomie świadczą brak kar związanych z naruszeniem ochrony danych klienta w latach 2016 i 2017.

W 2017 roku zainicjowano w Banku kluczowy projekt RODO (rozporządzenie dotyczące ochrony danych osobowych), mający na celu zapewnienie zgodności

Banku z regulacjami unijnymi w zakresie ochrony danych osobowych.



Ograniczanie
negatywnego
wpływu
na środowisko

Ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko



Zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie



Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom

Systemy zarządzania ochroną środowiska

Jednym z istotnych aspektów zawartych w Strategii dla Grupy jest dbałość o środowisko naturalne. Citi Handlowy zobowiązał się do prowadzenia działalności zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Przeprowadziliśmy analizę i zidentyfikowaliśmy dwa główne obszary oddziaływania na środowisko. Pierwszy z nich to oddziaływanie bezpośrednie, wynikające z działalności Banku, m.in. zużycie wody, energii, papieru, generowane odpady i zanieczyszczenia emitowane do powietrza. Drugi to oddziaływanie pośrednie, wynikające ze świadczonych przez Bank usług.

Citi Handlowy już w 2007 roku wprowadził kompleksowy Plan Zarządzania Środowiskiem. W 2012 roku przyjął Politykę Środowiskową oraz wdrożył System Zarządzania Środowiskowego (SZŚ). W 2013 roku wprowadził Politykę Energetyczną oraz wdrożył System Zarządzania Energią (SZE). W 2015 roku zintegrowano oba systemy w jeden System Zarządzania Środowiskowego i Energią (SZŚiE).

Podjęte działania umożliwiły Bankowi:

- uzyskanie certyfikatu dla SZŚ na zgodność z normą ISO 14001:2004,
- uzyskanie certyfikatu dla SZE na zgodność z normą ISO 50001:2011,
- uzyskanie certyfikatu dla SZŚiE na zgodność z normą ISO 14001:2015.

System Zarządzania Środowiskowego i Energią jest poddawany corocznej ocenie audytów nadzorczych przez niezależne biuro certyfikujące.

W 2017 roku przeszliśmy kolejny audyt nadzorczy na zgodność z normą ISO 50001 w zakresie zarządzania energią oraz uzyskaliśmy pozytywną ocenę z audytu transferu dostosowania Banku do wymagań nowej normy ISO 14001:2015 w zakresie zarządzania środowiskowego.

Zalety wdrożenia norm ISO 50001 i 14001:

- zmniejszenie ryzyka środowiskowego dzięki zidentyfikowaniu zagrożeń i zabezpieczeniu się przed nimi;
- spełnienie wymagań prawnych dotyczących ochrony środowiska;
- poprawa efektywności zużycia surowców naturalnych, energii, infrastruktury, zmniejszenie ilości odpadów;
- podniesienie świadomości ekologicznej pracowników.

W ramach wprowadzonych polityk Bank określił następujące cele:

- zwiększanie poziomu segregacji odpadów i ich recyklingu,
- ograniczanie emisji CO₂,
- dążenie do jak najbardziej efektywnego zarządzania mediami,
- minimalizowanie zużycia surowców naturalnych,
- dążenie do jak najbardziej efektywnego zarządzania energią,
- minimalizowanie zużycia surowców energetycznych,
- wspieranie zakupu energooszczędnych produktów i usług,
- zapewnienie poprawy wyniku energetycznego.

Mniejszy bezpośredni ślad środowiskowy działalności operacyjnej

W ramach zintegrowanego Systemu Zarządzania Środowiskowego i Energii lokalizacje Banku są na bieżąco monitorowane w zakresie zużycia energii elektrycznej, wody, gazu, energii cieplnej, ilości i rodzaju wytwarzanych odpadów oraz emisji gazów cieplarnianych.

Przez zarządzanie używanymi zasobami rozumiemy:

- bieżące rejestrowanie i monitorowanie zużyć i kosztów mediów,
- identyfikację obszarów znaczącego zużycia,
- identyfikowanie celów możliwych do osiągnięcia oraz planowanie projektów wpływających na zmniejszenie zużycia mediów, obniżenie kosztów i poprawę wyniku energetycznego.

ZUŻYCIE ZASOBÓW W CITI HANDLOWY W LATACH 2015-2017				
Rok		2015	2016	2017
Zużycie energii elektrycznej	MWh	15 718	14 921	13 635
Zużycie energii cieplnej	GJ	22 380	25 765	24 980
Zużycie gazu	m3	48 014	47 631	50 076
Zużycie wody	m3	33 933	31 375	31 516

Gospodarowanie odpadami polega na:

- dostosowaniu się do selektywnego zbierania odpadów komunalnych, zgodnie z wymogami ustawy;
- monitorowaniu ilości wygenerowanych odpadów;

- zapewnieniu umów z dostawcami na odpady papierowe, metalowe, elektroodpady oraz odpady niebezpieczne;
- udziale w prowadzonych przez dostawców ogólnopolskich kampaniach dotyczących recyklingu odpadów niebezpiecznych i papieru.

ILOŚĆ PRZEKAZANYCH ELEKTROODPADÓW W AKCJI „MOJE MIASTO BEZ ELEKTROŚMIECI”			
Rok	2015	2016	2017
Ilość elektroodpadów (Mg*)	2 884	4 843	2 460
Liczba punktów uzyskana dla szkół na zakup pomocy naukowych	1 229	2 752	2 661

* Mg - megagram (tzn. tona).

ILOŚĆ KG PAPIERU PRZEKAZANA PRZEZ CITI HANDLOWY DO ZNISZCZENIA I Poddana RECYKLINGOWI			
Rok	2015	2016	2017
Ilość kg papieru przekazana przez Citi Handlowy do zniszczenia i poddana recyklingowi	320 805	287 545	212 072

Nagroda Złoty Dudek z charytatywnym akcentem

W 2017 roku Citi Handlowy jako jeden z najbardziej efektywnych partnerów biznesowych w ramach akcji „Ekoaktywni.com” otrzymał od firmy Rhenus Data Office Polska Sp. z o.o. certyfikat i statuetkę Złotego Dudka. Firma Rhenus świadczy usługi związane z niszczeniem dokumentów poufnych i zastrzeżonych. Za każdy kilogram dokumentów, które Bank przekazuje do zniszczenia, przyznawane są punkty. Punkty te Rhenus zamienia na złotówki i przekazuje na rzecz organizacji charytatywnych: Fundacji Synapsis oraz Ogólnopolskiego Towarzystwa Ochrony Ptaków (OTOP).

LICZBA WYSŁANYCH LISTÓW I WYCIĄGÓW DO KLIENTÓW			
Rok	2015	2016	2017
Ilość wysłanych listów i wyciągów	3 012 527	2 963 372	2 531 143

ZUŻYCIE PAPIERU W KARTKACH/RYZACH W RAMACH KONTRAKTU Z FIRMA OBSŁUGUJĄCĄ			
	2015	2016	2017
Dostarczone/zużyte kartki	7 994 000	7 276 000	6 243 663
Dostarczone/zużyte rzy	15 988	14 552	12 487

ILOŚĆ ZUTYLIZOWANYCH ODPADÓW NIEBEZPIECZNYCH		szt.
Ilość sprzętu technicznego zutylizowanego w okresie 2015-2017		826
Ilość zużytych tonerów zutylizowanych w okresie 2015-2017		1200

ODPADY NIEBEZPIECZNE PRZEKAZANE DO UTYLIZACJI (M.IN. SPRZĘT INFORMATYCZNY I TELEKOMUNIKACYJNY: KOMPUTERY, PROCESORY, EKRANY, KLAWIATURY, DRUKARKI, TELEFONY, FAKSY)			
Rok	2015	2016	2017
Mg*	5 467	5 624	5 094

* Mg - megagram (tzn. tona)

Flota samochodowa

Na przestrzeni lat Bank dokonał zmian polityki samochodowej, skutkującej sukcesywnym zmniejszaniem liczby samochodów służbowych oraz wprowadzeniem

pojazdów poolowych. Dzięki tym działaniom flotę samochodową Citi Handlowy zredukowano o 8 proc.

ILOŚĆ ZATANKOWANEGO PALIWA W RAMACH SŁUŻBOWYCH KART PALIWOWYCH			
Rok	2015	2016	2017
Paliwo z kart paliwowych (litry)	557 400	546 700	520 425

Zrealizowane projekty prośrodowiskowe

Na przestrzeni ostatnich lat Bank aktywnie realizował szereg projektów i zaangażował się w liczne działania środowiskowe:

- Modernizacja elewacji w budynkach w Warszawie przy ul. Golezowskiej oraz w Olsztynie - nowe elewacje wykonano według najnowszej technologii, dla przykładu zestawy szybowe posiadają współczynnik u poniżej 1 W/m²xK (jest to 2,5-krotnie lepsza izolacja termiczna niż w zdemontowanej ślusarce). Dodatkowo poprawa izolacji termicznej wpłynie bardzo korzystnie na obniżenie zużycia energii niezbędnej do ogrzania budynku w okresie zimowym oraz schłodzenia budynku w okresie letnim. Oba budynki zyskały na walorach estetycznych.
- Wykonanie instalacji wykorzystującej odzysk wody deszczowej w lokalizacji Warszawa Senatorska 16. Woda deszczowa jest wyłapywana przez odpływy deszczowe zlokalizowane na dachu budynku i kierowana do zbiornika wód deszczowych zlokalizowanego na poziomie -1. Następnie woda ze zbiornika jest wykorzystywana do podlewania trawnika na tyłach budynku.
- Modernizacja instalacji wody lodowej w budynku Warszawa Senatorska 16. Zastąpienie dwóch ponaddwudziestoletnich chillerów pracujących na gazie R22, schładzanych przez wieże wodne Baltimore, dwoma nowoczesnymi jednostkami agregatów Carrier pracujących na ekologicznym czynniku, chłodzonych powietrzem i posiadających funkcję wewnętrznego freecoolingu. Oszczędności związane z tą inwestycją związane są z mniejszym zużyciem energii elektrycznej potrzebnej do wyprodukowania chłodu, darmową produkcją chłodu w okresach zimowych oraz brakiem zużycia wody na cele chłodzenia urządzeń.
- Projekt „Włącznik światła i klimatyzacji na kartę” - montaż systemu czytników kart w salach konferencyjnych w budynkach.
- Realizacja projektów typu Led, zastępująca tradycyjne systemy oświetleniowe w budynkach energooszczędnym standardem LED. Projekty zrealizowane w latach 2013-2017 obejmowały modernizację instalacji oświetleniowej w kuchniach, pomieszczeniach socjalnych, powierzchniach wspólnych, klatkach schodowych i parkingach oraz instalację oświetlenia fasadowego. Projekty zrealizowano w budynkach będących własnością Banku, a także w nowo budowanych oddziałach.
- Modernizacja wind w obiektach - instalacja dźwigu z systemem odzysku energii elektrycznej.
- Modernizacja instalacji wody lodowej wraz z wymianą agregatu wody lodowej w budynku Katowice Sokolska 29. Nowy agregat wody lodowej, który zainstalowano, ma funkcję freecoolingu, umożliwiającą darmową produkcję chłodu w okresach zimowych (chłodzimy wodę lodową, korzystając z temperatur zewnętrznych bez konieczności pracy sprężarek). Nowa jednostka jest dużo bardziej wydajna chłodniczo, ma dużo lepsze parametry efektywności energetycznej. W połączeniu z zestawem freecoolingu, bazując na doświadczeniach przy instalacji podobnych jednostek. Bank zakłada roczne oszczędności zużycia energii elektrycznej z tytułu produkcji chłodu w wysokości 40 tys. zł brutto rocznie.
- Modernizacja zestawów UPS w lokalizacji Warszawa Senatorska 16. Zmniejszające się od kilku lat środowisko technologiczne IT spowodowało, że zapotrzebowanie na pracę zestawów UPS drastycznie zmalało. Małe obciążenie UPS (kilku-, kilkunastopro-

centowe) generowało duże koszty związane z mocą bierną pojemnościową. Głównym celem projektu było dociążenie UPS-ów poprzez wymianę starych i dużych jednostek na mniejsze, dopasowane do aktualnego zapotrzebowania, co spowoduje wygenerowanie rocznych oszczędności brutto rzędu 70-80 tys. zł. Projekt został zrealizowany we wrześniu 2017 roku i obejmował zakup i dostawę dwóch redundantnych jednostek UPS 2x80 kVA oraz modernizację tzw. filtra, który zapewnia zasilanie gwarantowane dla sprzętu komputerowego.

- Konfiguracja środowiska wydruku poprzez akcje Printwise - na urządzeniach wielofunkcyjnych został ustawiony tryb drukowania dwustronnego oraz w czarno-bieli, wdrożono także nowy systemu wydruku (Follow Me Print), dzięki któremu drukowanie, skanowanie i kopiowanie może odbywać się na dowolnym urządzeniu Xerox poprzez autoryzację za pomocą karty identyfikacyjnej ze zdjęciem pracownika.
- Digitalizacja procesów - przejście na dokumentację elektroniczną:
 - elektroniczne potwierdzenie odbioru - wygodna alternatywa dla papierowej formy pokwitowania listu poleconego;
 - elektroniczna wersja formularza „Polecenie wystawienia faktury sprzedaży - korekta”;
 - elektroniczna faktura w aplikacji CTE;
 - podróże służbowe - elektroniczna wersja polecenia wyjazdu;
 - twoje faktury w Citibank Online;
 - wyciąg elektroniczny - szybko, wygodnie, zawsze pod ręką;
 - digitalizacja procesu gwarancji bankowej.

Rowery miejskie i aplikacja Citi Handlowy Bikes



Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu

W 2017 roku Citi Handlowy udostępnił Citi Handlowy Bikes - pierwszą wersję bankowo-rowerowej aplikacji, pozwalającej na szybkie wyszukiwanie i wypożyczenie rowerów miejskich, śledzenie przebytej trasy czy czasu przejazdu, wyliczanie spalonych kalorii oraz zaoszczędzonego CO₂, który standardowo zostałby spalony w przypadku pokonania analogicznej trasy samochodem. Aplikacja pozwala też na zaplanowanie



treningu lub trasy, a następnie podzielenie się nią w mediach społecznościowych, przede wszystkim na Facebooku.

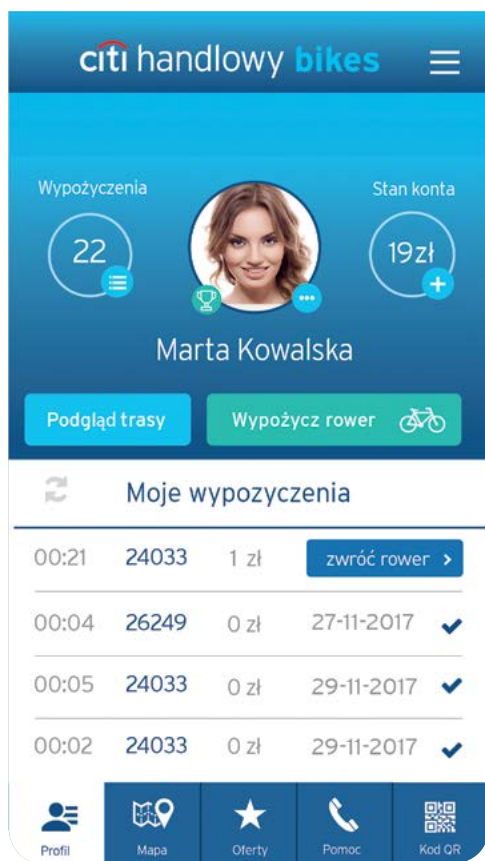
Rowery Citi Handlowy Bikes zachęcają także do oszczędzania. Jak to możliwe? Koszt przejazdu autobusem z dowolnego punktu Warszawy do centrum miasta to ok. 5 zł, podczas gdy autem lub taksówką - kilkadziesiąt złotych. Tymczasem godzina jazdy rowerem miejskim kosztuje zaledwie złotówkę, a dodatkowo przez pierwszych 20 minut użytkownik może korzystać z roweru za darmo. Już po tygodniu dostępności rowerów skorzystało z nich aż 55 tys. użytkowników.

W 2017 roku z rowerów miejskich w Warszawie skorzystało ponad 445 tys. osób, a rowery były wypożyczone średnio co 10 sek. Na przestrzeni 2017 roku rowery z logo Citi Handlowy pojawiły się w 8 miastach: Łodzi, Opolu, Poznaniu, Szczecinie, Warszawie, Wrocławiu, Białymstoku, Lublinie i Katowicach.

Aplikacja Citi Handlowy Bikes uczy, bawi i motywuje

Citi Handlowy zaprasza stołecznych rowerzystów do korzystania z aplikacji Citi Handlowy Bikes. To pierwsza wersja tej bankowo-rowerowej aplikacji, która na ten moment pozwala na szybkie wyszukiwanie dostępnych rowerów, a także szybkie ich wypożyczenie oraz śledzenie przebytej trasy. Aplikacja obejmuje także zaawansowany algorytm wyliczania spalonych kalorii. To jednak dopiero początek, bo już wkrótce aplikacja wzbogacona zostanie o kolejne funkcjonalności, w tym m.in. gry miejskie, śledzenie czasu przejazdu, komunikaty push potwierdzające wypożyczenie roweru oraz jego zwrot, a nawet informacje o zbliżającym się czasie zakończenia darmowego przejazdu. Pozwoli też na zbieranie odznak za spełnienie wyzwań wyznaczonych w aplikacji i zapraszanie przyjaciół do korzystania z aplikacji za pomocą sieci społecznościowych.

Aplikacja Citi Handlowy Bikes posiada wiele unikatowych funkcjonalności, które czynią korzystanie z rowerów miejskich jeszcze wygodniejszym. To jednocześnie zaproszenie rowerzystów do wspólnej zabawy - konkursów, jakie organizowane będą z wykorzystaniem aplikacji. Użytkownicy aplikacji będą mogli także korzystać z promocyjnych produktów bankowych.



Citi Handlowy Bikes to dzisiaj:

- zapisywanie trasy przejazdu i możliwość udostępnienia liczby przejechanych kilometrów na Facebooku;
- śledzenie i zapisywanie w historii szczegółowej trasy przejazdu na podstawie GPS telefonu;
- zaawansowany system liczenia spalonych kalorii, działający w oparciu o dane profilowe użytkownika;
- rozbudowane konto użytkownika, pozwalające m.in. na wstawienie zdjęcia profilowego;
- instrukcja bezpiecznej jazdy rowerem.

By wypożyczać rowery za pomocą Citi Handlowy Bikes, należy po pobraniu aplikacji założyć nowe konto w systemie i wnieść opłatę początkową w wysokości min. 10 zł. Obecnie aplikacja nie pozwala na integrację konta z kontem założonym w Veturilo, by korzystać z wpłaconych tam środków. Operatorem aplikacji jest firma Nextbike Polska.

Projekty prośrodowiskowe, w które zaangażował się Bank

Tydzień dla Ziemi - uczestnik światowej akcji od 2009 roku, promowanie proekologicznych działań i zachowań wśród pracowników, m.in.: ekoporady i ekoprzepisy w zakresie zdrowego żywienia, edukacja w zakresie prawidłowego segregowania odpadów, szkolenia z zakresu bezpiecznej jazdy, testowanie samochodów z napędem hybrydowym, zbiórka elektroodpadów i baterii wśród pracowników Banku, promowanie nawyków wpływających na zmniejszenie zużycia zasobów naturalnych, poprzez wewnętrzną komunikację w wewnętrznym intranecie.

Godzina dla Ziemi WWF - aktywny uczestnik od 2011 roku, wyłączanie oświetlenia w wybranych lokalizacjach Banku oraz zachęcanie pracowników do uczestniczenia w akcjach organizowanych przez WWF („Godzina dla Wisły”, „Godzina dla Wilka”, „Godzina dla Morświna”). To największa akcja ekologiczna łącząca ludzi niezależnie od narodowości, religii czy poglądów politycznych. W tym roku wzięło w niej udział 187 państw na 7 kontynentach. Na godzinę zgasły światła w 8 lokalizacjach: w Bydgoszczy, Katowicach, Łodzi, Olsztynie, Poznaniu i Warszawie.

Elektrośmieci - inicjator kampanii informacyjnej oraz aktywny uczestnik akcji środowiskowych związanych ze zbiórką elektrośmieci.

Moje Miasto bez elektrośmieci - uczestnik, zbiórka elektroodpadów w budynkach Banku i wymiana ich na pomoce naukowe dla szkół podstawowych.

Akcja Jesienne porządki - inicjator kampanii informacyjnej oraz zbiórka elektroodpadów wśród pracowników.

Warszawskie Dni Recyklingu - uczestnik, komunikacja wewnętrznym intranetem, zachęcająca pracowników do udziału w akcji.

Dobre rady na Elektroodpady - uczestnik, komunikacja wewnętrznym intranetem zachęcająca pracowników do udziału w akcji.

Ochrona i rekultywacja środowiska naturalnego - od kilku lat Bank zmienia aranżacje terenów zielonych wokół własnych nieruchomości: Senatorska 16, Goleszowska 6 w Warszawie oraz Sokolska 29 w Katowicach.



Troska o ludzi

Naszym priorytetem jest promowanie kultury, która przyciąga najlepszych z najlepszych, w której ludzie są promowani w oparciu o swoje kompetencje i umiejętności, w której docenia się innych i oczekuje wzajemnego szacunku oraz w której możliwości rozwoju są dostępne dla każdego - niezależnie od różnic.

To, co wyróżnia Citi Handlowy spośród konkurencji, to innowacyjność i jakość. Każdego dnia wykorzystujemy naszą globalną obecność oraz wysoko wyspecjalizowaną kadrę, aby dostarczać produkty i usługi bankowe, które wyprzedzają oczekiwania naszych klientów.

Zaangażowanie w obronę praw człowieka

Citi Handlowy wspiera obronę i przestrzeganie praw człowieka na całym świecie poprzez respektowanie fundamentalnych zasad określonych w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka Narodów Zjednoczonych, Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej Fundamentalnych Zasad i Praw w Pracy oraz Wytycznych ONZ ds. Biznesu i Praw Człowieka.

Citi Handlowy poważnie traktuje obowiązek przestrzegania praw człowieka. Poparcie dla tych zasad znajduje odzwierciedlenie w naszych przepisach i zasadach postępowania wobec pracowników, dostawców, klientów, społeczności i krajów, w których prowadzimy działalność.

Działalność socjalna

Citi Handlowy wypełnia przewidziany prawem wymóg prowadzenia Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych (ZFŚS).

Podstawowy odpis na ZFŚS w Citi Handlowy jest wyższy niż ustawowo wymagany. (Ustawowy odpis podstawowy - 37,5 proc. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w roku poprzednim lub w drugim półroczu roku poprzedniego, jeżeli przeciętne wynagrodzenie z tego okresu stanowiło kwotę wyższą, przy czym odpis ten ustawowo jest „zamrażany” obecnie na poziomie przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w 2012 roku).

Citi Handlowy, który z DM Citi Handlowy i H-L prowadzi wspólną działalność socjalną, dokonuje corocznie odpisu na ZFŚS w wysokości 50 proc. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w roku poprzednim lub w II półroczu roku poprzedniego, jeżeli przeciętne wynagrodzenie tego okresu stanowiło kwotę wyższą.

Bank nalicza odpis podstawowy bez stosowania „zamrożenia” odpisu na poziomie przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej z roku przewidzianego w ustawie.

ODPIS PODSTAWOWY W 2017 ROKU	
Ustawowy	W Grupie
37,50 proc. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w 2012 roku	50 proc. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w 2017 roku

Citi Handlowy uprawnia do korzystania z ZFŚS szeroki krąg osób.

Poza pracownikami uprawnieni do korzystania z ZFŚS są:

- współmałżonkowie pracowników, emeryci, renciści i osoby przebywające na świadczeniu przedemerytalnym;
- osoby pozostające na utrzymaniu i wychowaniu osoby uprawnionej, dzieci własne, dzieci współmałżonka i dzieci przysposobione:

- do ukończenia 18. roku życia;

- do ukończenia nauki w szkole, jeżeli przekroczyły 18. rok życia, nie dłużej jednak niż do osiągnięcia 25. roku życia; jeżeli dziecko osiągnęło 25. rok życia, będąc na ostatnim roku studiów w szkole wyższej, uprawnienie do korzystania z Funduszu

przedłuża się do zakończenia tego roku studiów;

- bez względu na wiek, jeżeli stały się całkowicie niezdolne do pracy oraz samodzielnej egzystencji lub całkowicie niezdolne do pracy w okresie, o którym mowa w pkt 1 lub 2,

- rodzice pracownika, emeryta, rencisty, osoby przebywającej na świadczeniu przedemerytalnym, jeżeli są na wyłącznym utrzymaniu takiej osoby (nie osiągają własnego dochodu) i razem z taką osobą prowadzą wspólne gospodarstwo domowe.

Citi Handlowy może się pochwalić szerokim wachlarzem świadczeń socjalnych.

Bank realizuje działalność socjalną niemal we wszystkich formach przewidzianych w ustawie, tj. poprzez dofinansowania do różnych form wypoczynku, działalności kulturalno-oświatowej, sportowo-rekreacyjnej,

opieki nad dziećmi w żłobkach, w przedszkolach, udzielanie finansowej bezzwrotnej pomocy materialnej, a także zwrotnej pomocy na cele mieszkaniowe na warunkach określonych umową pożyczki.

Dofinansujemy także indywidualne i grupowe aktywności rekreacyjno-sportowe.

Wyróżniają nas kwoty dofinansowań - pracownik w najniższym progu dochodowym może uzyskać świadczenia w maksymalnej wysokości do:

- 1625 zł - z tytułu wypoczynku urlopowego;
- 1300 zł - z tytułu wypoczynku dziecka;
- 1200 zł - z tytułu indywidualnych dofinansowań do aktywności sportowo-rekreacyjnych, kulturalno-oświatowych lub opieki nad dziećmi w żłobkach i przedszkolach;
- 10 000 zł - bezzwrotna pomoc finansowa.

Działalność socjalna na rzecz emerytów

Citi Handlowy poważnie traktuje opiekę nad swoimi byłymi pracownikami. Do świadczeń w ramach ZFŚS uprawnieni są nie tylko emeryci i renciści (jak przewiduje ustawa o ZFŚS), ale i osoby przebywające na świadczeniach przedemerytalnych, dla których Bank był ostatnim pracodawcą.

Takie osoby mogą korzystać z dofinansowań do wypoczynku, z bezzwrotnej pomocy materialnej (bezzwrotne zapomogi lub pomoc finansowa, coroczne świadczenie socjalne) oraz zwrotnej pomocy na cele mieszkaniowe na warunkach określonych umową pożyczki, przy czym pożyczki z ZFŚS dla tych uprawnionych nie są oprocentowane. Oprócz świadczeń finansowanych z ZFŚS, emeryci mogą wykupić na preferencyjnych warunkach pakiet prywatnej opieki medycznej.

Rok	2015	2016	2017
Liczba emerytów, rencistów i osób przebywających na świadczeniu przedemerytalnym, którzy skorzystali z ZFŚS	922	939	864

Citi Handlowy zapewnia korzystniejsze od kodeksowych zasady dotyczące wypłaty odpraw emerytalnych, które obejmują:

- Jednorazową odprawę pieniężną przysługującą nie tylko pracownikom w razie rozwiązania stosunku pracy w związku z nabyciem przez nich prawa do emerytury lub renty z tytułu niezdolności do pracy, ale także byłym pracownikom Banku, z którymi Bank rozwiązał stosunek pracy z przyczyn niedotyczących pracowników i którzy do chwili uzyskania prawa do emerytury/renty nie podjęli pracy zawodowej. Prawo do ubiegania się o odprawę emerytalną w tym przypadku wygasa dopiero po upływie 6 lat od rozwiązania stosunku pracy z przyczyn niedotyczących pracownika.
- Wyróżniają nas kwoty odpraw:
 - po 5 latach pracy - 300 proc. wynagrodzenia miesięcznego pracownika obliczane jak do ekwiwalentu za urlop wypoczynkowy;
 - po 10 latach pracy - 500 proc.;
 - po 15 latach pracy - 800 proc.;
 - po 20 latach pracy - 1100 proc.;
 - w pozostałych przypadkach - 100 proc.

Ustawowo jest to odprawa w wysokości jednomiesięcznego wynagrodzenia i przysługuje wyłącznie w przypadku rozwiązania umowy w związku z przejściem na emeryturę lub rentę.

Wyliczając staż uprawniający do odprawy, uwzględniamy nie tylko zakładowy staż pracy, ale także okresy zatrudnienia u poprzedników prawnych Banku, a także w innych podmiotach Grupy Citi lub w podmiotach zależnych, przypadające bezpośrednio przed rozwiązywaniem stosunkiem pracy w Banku w związku z przejściem na emeryturę lub rentę.

Wyższe odprawy przy zwolnieniach z przyczyn leżących po stronie zakładu pracy

W przypadku rozwiązania umowy o pracę z przyczyn niedotyczących pracowników Bank gwarantuje pracownikom poziom odprawy w wysokości dwukrotnie wyższej niż ta wynikająca z ustawy z dnia 13 marca 2003 roku o szczególnych zasadach rozwiązywania z pracownikami stosunków pracy z przyczyn niedotyczących pracowników. Powyższa zasada została odzwierciedlona w obowiązującym w Banku Zakładowym Układzie Zbiorowym Pracy

Dodatkowy dzień na poszukiwanie pracy

Ogólnie obowiązujący wymiar zwolnienia na poszukiwanie pracy dla pracowników zwalnianych z przyczyn niedotyczących pracowników zwiększa się o dwa dni. W przypadku rozwiązania umowy o pracę na mocy porozumienia stron z przyczyn niedotyczących pracowników wymiar ten wynosi dwa dni.

Program „Live Well at Citi”



Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt

Globalny program „Live Well at Citi” jest z powodzeniem realizowany w Citi Handlowy. Inicjatywa ta promuje szeroko pojętą „kulturę zdrowia” wśród pracowników, a do wspólnych projektów połączonych z charytatywnym celem zapraszani są też klienci i partnerzy Banku.

Live Well at Citi

Minds at Citi

Inną globalną inicjatywą realizowaną w Citi Handlowy jest program Minds at Citi, promujący wśród pracowników tematykę związaną ze zdrowiem psychicznym.

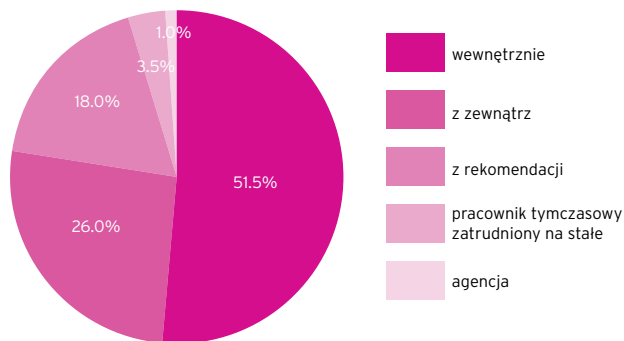
Polityka zatrudnienia

Rekrutacja

Sukces organizacji tworzony jest przez ludzi. Citi Handlowy, świadomy tych wartości, konsekwentnie od lat pozostaje w grupie najlepszych pracodawców na rynku. Spójna polityka pozyskiwania talentów zewnętrznych przy jednoczesnej promocji talentów wewnętrznych pozwoliła w badanym okresie uzyskać satysfakcjonujący poziom zatrudnień kandydatów wewnętrznych.

Pracownicy wspierani przez Bank mają możliwość planowania i realizacji ścieżki rozwoju w obrębie Citi Handlowy i całej grupy Citi na świecie, często podejmują wyzwania rozwojowe, angażując się w realizację wielodyscyplinarnych projektów. Nasze badania satysfakcji pracowników pokazują, jak ważna jest dla nich wewnętrzna ścieżka rozwoju z możliwością budowania kariery w strukturach globalnych.

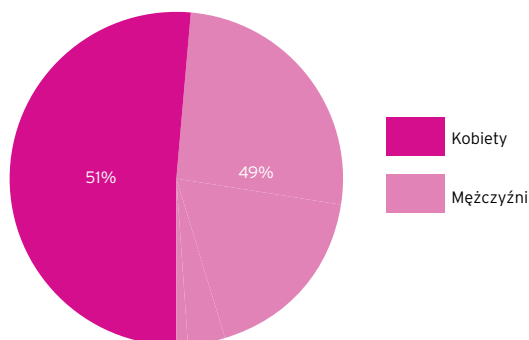
Zatrudnienie w podziale na źródło



Kluczowym programem, nieustannie rozwijanym i wspieranym przez Bank, jest program rekomendacji kandydatów, który na koniec czwartego kwartału 2017 roku osiągnął wynik 18 proc., co stanowi liczbę 182 kandydatów zatrudnionych z rekomendacji pracowników Banku. Osiągnięcie tego wyniku nie byłoby możliwe bez zaufania i zaangażowania naszych pracowników, wierzących w naszą organizację. To oni organicznie budują kapitał ludzki i tworzą środowisko pracy, w którym mogą i chcą się rozwijać.

Bank w swojej polityce silnie wspiera różnorodność, angażując się w rozwój talentów stawia intensywnie na karierę i rozwój kobiet, które w Citi Handlowy zarządzają ważnymi jednostkami organizacyjnymi. W 2017 roku 51 proc. zatrudnionych w procesach rekrutacyjnych to kobiety w stosunku do 49 proc. zatrudnionych mężczyzn.

Zatrudnienie w 2017 w podziale na płeć



Struktura zatrudnienia

PRACOWNICY OGÓŁEM				
Ogółem		Płeć		Łącznie
Rok		Kobiety	Mężczyźni	
2015	pracownicy	2614	1497	4111
2016	pracownicy	2406	1365	3771
2017	pracownicy	2249	1321	3570

Ogółem %		Płeć		Łącznie
Rok		Kobiety	Mężczyźni	
2015	pracownicy	63,59%	36,41%	100%
2016	pracownicy	63,80%	36,20%	100%
2017	pracownicy	63,00%	37,00%	100%

PRACOWNICY OGÓŁEM DM Citi Handlowy				
Ogółem		Płeć		Łącznie
Rok		Kobiety	Mężczyźni	
2015	pracownicy	36	47	83
2016	pracownicy	38	46	84
2017	pracownicy	46	42	88

Ogółem %		Płeć		Łącznie
Rok		Kobiety	Mężczyźni	
2015	pracownicy	43,37%	56,63%	100%
2016	pracownicy	45,24%	54,76%	100%
2017	pracownicy	52,27%	47,73%	100%

Większość menedżerów zatrudnionych w Banku to kobiety.

STANOWISKA MENEDŻERSKIE				
Ogółem		Płeć		Łącznie
Rok	Typ stanowiska	Kobiety	Mężczyźni	
2015	menedżer	297	273	570
2016	menedżer	266	255	521
2017	menedżer	258	249	507

Ogółem %		Płeć		Łącznie
Rok	Typ stanowiska	Kobiety	Mężczyźni	
2015	menedżer	52,11%	47,89%	100%
2016	menedżer	51,06%	48,94%	100%
2017	menedżer	50,89%	49,11%	100%

STANOWISKA MENEDŻERSKIE DM Citi Handlowy				
Ogółem		Płeć		Łącznie
Rok	Typ stanowiska	Kobiety	Mężczyźni	
2015	menedżer	11	15	26
2016	menedżer	9	13	22
2017	menedżer	10	13	23

Ogółem %		Płeć		Łącznie
Rok	Typ stanowiska	Kobiety	Mężczyźni	
2015	menedżer	42,31%	57,69%	100%
2016	menedżer	40,91%	59,09%	100%
2017	menedżer	43,48%	56,52%	100%

W Citi Handlowy 100 proc. pracowników zatrudnionych jest w oparciu o umowę o pracę.

RODZAJE UMÓW O PRACĘ				
Rodzaje umów		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	czasowa	258	229	487
	na czas nieokreślony	2326	1247	3573
	zastępstwo	30	21	51
Suma		2614	1497	4111
2016	czasowa	194	175	369
	na czas nieokreślony	2198	1177	3375
	zastępstwo	14	13	27
Suma		2406	1365	3771
2017	czasowa	154	144	298
	na czas nieokreślony	2078	1165	3243
	zastępstwo	17	12	29
Suma		2249	1321	3570

Rodzaje umów %		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	czasowa	52,98%	47,02%	12%
	na czas nieokreślony	65,10%	34,90%	87%
	zastępstwo	58,82%	41,18%	1%
Suma		63,59%	36,41%	100%
2016	czasowa	52,57%	47,43%	10%
	na czas nieokreślony	65,13%	34,87%	89%
	zastępstwo	51,85%	48,15%	1%
Suma		63,80%	36,20%	100%
2017	czasowa	51,68%	48,32%	8%
	na czas nieokreślony	64,08%	35,92%	91%
	zastępstwo	58,62%	41,38%	1%
Suma		63,00%	37,00%	100%

RODZAJE UMÓW O PRACĘ DM Citi Handlowy				
Rodzaje umów		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	czasowa	1	2	3
	na czas nieokreślony	35	45	80
Suma		36	47	83
2016	czasowa		3	3
	na czas nieokreślony	38	42	80
	zastępstwo		1	1
Suma		38	46	84
2017	czasowa	4	3	7
	na czas nieokreślony	42	38	80
	zastępstwo		1	1
Suma		46	42	88

Rodzaje umów %		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	czasowa	33,33%	66,67%	4%
	na czas nieokreślony	43,75%	56,25%	96%
Suma		43,37%	56,63%	100%
2016	czasowa	0,00%	100,00%	4%
	na czas nieokreślony	47,50%	52,50%	95%
	zastępstwo	0,00%	100,00%	1%
Suma		45,24%	54,76%	100%
2017	czasowa	57,14%	42,86%	8%
	na czas nieokreślony	52,50%	47,50%	91%
	zastępstwo	0,00%	100,00%	1%
Suma		52,27%	47,73%	100%

Średni staż pracy w Banku na przestrzeni ostatnich trzech lat oscyluje na poziomie ośmiu lat, przy czym wśród kobiet pracujących w Banku średni staż pracy w ostatnich dwóch latach wynosi powyżej dziewięć lat. Średni staż pracy w Banku rośnie na przestrzeni ostatnich trzech lat.

ŚREDNI STAŻ PRACY (W LATACH)			
Rok	Płeć		Łącznie
	Kobiety	Mężczyźni	
2015	8,34	6,44	7,65
2016	9,15	7,12	8,41
2017	9,66	7,56	8,88

ŚREDNI STAŻ PRACY W DM CITI HANDLOWY (W LATACH)			
Rok	Płeć		Łącznie
	Kobiety	Mężczyźni	
2015	9,47	7,32	8,25
2016	9,39	7,76	8,50
2017	8,57	7,81	8,20

Wymiar czasu pracy

Jak pokazują dane, większość pracowników Banku zatrudniona jest w pełnym wymiarze czasu pracy. Kobiety pracujące w Banku częściej korzystają ze zmniejszenia etatu.

WYMIAR CZASU PRACY				
Wymiar pracy		Płeć		Łącznie
Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	
2015	cały etat	2498	1463	3961
	część etatu	116	34	150
Suma		2614	1497	4111
2016	cały etat	2277	1333	3610
	część etatu	129	32	161
Suma		2406	1365	3771
2017	cały etat	2142	1293	3435
	część etatu	107	28	135
Suma		2249	1321	3570

Wymiar pracy %		Płeć		Łącznie
Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	
2015	cały etat	63,06%	36,94%	96%
	część etatu	77,33%	22,67%	4%
Suma		63,59%	36,41%	100%
2016	cały etat	63,07%	36,93%	96%
	część etatu	80,12%	19,88%	4%
Suma		63,80%	36,20%	100%
2017	cały etat	62,36%	37,64%	96%
	część etatu	79,26%	20,74%	4%
Suma		63,00%	37,00%	100%

WYMIAR PRACY DM Citi Handlowy				
Wymiar pracy		Płeć		Łącznie
Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	
2015	cały etat	15	27	42
	część etatu	21	20	41
Suma		36	47	83
2016	cały etat	16	28	44
	część etatu	22	18	40
Suma		38	46	84
2017	cały etat	18	26	44
	część etatu	28	16	44
Suma		46	42	88

Wymiar pracy %		Płeć		Łącznie
Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	
2015	cały etat	35,71%	64,29%	51%
	część etatu	51,22%	48,78%	49%
Suma		43,37%	56,63%	100%
2016	cały etat	36,36%	63,64%	52%
	część etatu	55,00%	45,00%	48%
Suma		45,24%	54,76%	100%
2017	cały etat	40,91%	59,09%	50%
	część etatu	63,64%	36,36%	50%
Suma		52,27%	47,73%	100%

Część pracowników jest zatrudniona jednocześnie w Banku i DM Citi Handlowy, co wyjaśnia wysoki udział osób zatrudnionych na część etatu w Domu Maklerskim. Formuła łącznego zatrudnienia w obu spółkach umożliwia wykorzystanie wspólnych zasobów kadrowych do wsparcia działalności Domu Maklerskiego.

Elastyczne warunki pracy

Bank oferuje swoim pracownikom możliwość skorzystania z elastycznych warunków pracy. Jest to strategia biznesowa, która daje możliwość skorzystania z najbardziej efektywnych warunków pracy, przy uwzględnieniu czasu i miejsca pracy. Pracownicy i ich przełożeni mogą wypracować Plany Elastycznych Warunków Pracy, czyli różne sposoby na to jak, kiedy

i gdzie praca może być wykonywana. W ten sposób Bank oferuje pracownikom możliwości lepszego realizowania obowiązków osobistych i zawodowych.

Jak pokazują dane, na przestrzeni ostatnich trzech lat coraz więcej pracowników Banku korzysta z elastycznych form zatrudnienia. Ta liczba szczególnie wzrasta wśród kobiet.

ELASTYCZNE WARUNKI PRACY				
Warunki pracy		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	
2015	elastyczne	266	173	439
	standardowe	2348	1324	3672
Suma		2614	1497	4111
2016	elastyczne	317	198	515
	standardowe	2089	1167	3256
Suma		2406	1365	3771
2017	elastyczne	349	215	564
	standardowe	1900	1106	3006
Suma		2249	1321	3570

Warunki pracy %		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	
2015	elastyczne	60,59%	39,41%	11%
	standardowe	63,94%	36,06%	89%
Suma		63,59%	36,41%	100%
2016	elastyczne	61,55%	38,45%	14%
	standardowe	64,16%	35,84%	86%
Suma		63,80%	36,20%	100%
2017	elastyczne	61,88%	38,12%	16%
	standardowe	63,21%	36,79%	84%
Suma		63,00%	37,00%	100%

ELASTYCZNE WARUNKI PRACY DM Citi Handlowy				
Warunki pracy		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	
2015	elastyczne		2	2
	standardowe	36	45	81
Suma		36	47	83
2016	elastyczne		2	2
	standardowe	38	44	82
Suma		38	46	84
2017	elastyczne		2	2
	standardowe	46	40	86
Suma		46	42	88

Warunki pracy %		Płeć		Łącznie
Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	
2015	elastyczne	0,00%	100,00%	2%
	standardowe	44,44%	55,56%	98%
Suma		43,37%	56,63%	100%
2016	elastyczne	0,00%	100,00%	2%
	standardowe	46,34%	53,66%	98%
Suma		45,24%	54,76%	100%
2017	elastyczne	0,00%	100,00%	2%
	standardowe	53,49%	46,51%	98%
Suma		52,27%	47,73%	100%

Kategorie wiekowe pracowników

Większość naszych pracowników to osoby w wieku 31-50 lat.

KATEGORIE WIEKOWE PRACOWNIKÓW				
Wiek		Płeć		Łącznie
Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	<= 30 lat	777	501	1278
	31-50 lat	1669	946	2615
	> 50 lat	168	50	218
Suma		2614	1497	4111
2016	<= 30 lat	608	391	999
	31-50 lat	1617	914	2531
	> 50 lat	181	60	241
Suma		2406	1365	3771
2017	<= 30 lat	462	338	800
	31-50 lat	1618	915	2533
	> 50 lat	169	68	237
Suma		2249	1321	3570

Wiek %		Płeć		Łącznie
Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	<= 30 lat	60,80%	39,20%	31%
	31-50 lat	63,82%	36,18%	64%
	> 50 lat	77,06%	22,94%	5%
Suma		63,59%	36,41%	100%
2016	<= 30 lat	60,86%	39,14%	26%
	30-50 lat	63,89%	36,11%	67%
	> 50 lat	75,10%	24,90%	6%
Suma		63,80%	36,20%	100%
2017	<= 30 lat	57,75%	42,25%	22%
	31-50 lat	63,88%	36,12%	71%
	> 50 lat	71,31%	28,69%	7%
Suma		63,00%	37,00%	100%

KATEGORIE WIEKOWE PRACOWNIKÓW DM Citi Handlowy				
Wiek		Płeć		Łącznie
Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	<= 30 lat	1	6	7
	31-50 lat	26	38	64
	> 50 lat	9	3	12
Suma		36	47	83
2016	<= 30 lat	2	6	8
	31-50 lat	26	37	63
	> 50 lat	10	3	13
Suma		38	46	84
2017	<= 30 lat	5	3	8
	31-50 lat	30	35	65
	> 50 lat	11	4	15
Suma		46	42	88

Wiek %		Płeć		Łącznie
Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	
2015	<= 30 lat	14,29%	85,71%	8%
	31-50 lat	40,63%	59,38%	77%
	> 50 lat	75,00%	25,00%	14%
Suma		43,37%	56,63%	100%
2016	<= 30 lat	25,00%	75,00%	10%
	30-50 lat	41,27%	58,73%	75%
	> 50 lat	76,92%	23,08%	15%
Suma		45,24%	54,76%	100%
2017	<= 30 lat	62,50%	37,50%	9%
	31-50 lat	46,15%	53,85%	74%
	> 50 lat	73,33%	26,67%	17%
Suma		52,27%	47,73%	100%

Rozwój pracowników

Citi Handlowy kieruje się standardami przywództwa jako fundamentem, na którym buduje wartości i wizję. Jednym z sześciu z nich jest rozwój pracowników. Bank wspiera rozwój w modelu partnerstwa między pracownikiem, menadżerem i organizacją stwarzającą możliwości i stymulującą nieustanny wzrost zawodowy i personalny, m.in. dzięki filozofii uczenia się 70:20:10.

Dla Banku kluczowe jest nie tylko oferowanie najwyższej jakości usług i produktów swoim klientom, ale też bycie organizacją uczącą się, a także wykorzystująca do rozwoju nowoczesne rozwiązania i technologie.

W Citi Handlowy jest tyle ścieżek kariery, ilu jest ludzi. Każdy sam decyduje, jak będzie wyglądała jego droga rozwoju, a możliwości są niezliczone. Bank dba o kreowanie kultury rozwoju i obejmuje pracowników szerokim wachlarzem programów, narzędzi, inicjatyw i kampanii, aby każdy z pracowników mógł znaleźć coś dla siebie. Dodatkowo dba o właściwy rozwój menadżerów i leaderów, wierząc w ich ogromną rolę w osiąganiu sukcesów biznesowych. Zarząd i jego członkowie aktywnie dzielą się swoim doświadczeniem i wiedzą, nie tylko obejmując patronatem wiele programów i działań rozwojowych, ale co ważniejsze - uczestnicząc w nich. Angażuje się w nie, wnosząc wartość dodaną we wzmacnianie kultury rozwoju i włączanie jej w strategię biznesowe.

Szkolenia w Citi Handlowy

Podróż Citi Handlowy od szkoleń do kultury ciągłego uczenia się (CitiLearning)

Zastanawiając się nad zmieniającym się charakterem środowiska pracy oraz nad konkretnymi zmianami zachodzącymi w globalnym sektorze finansowym, Citi Handlowy zdecydował się budować przyszłość w nowy sposób. W 2014 roku Bank wspólnie z Citi

wyruszył w podróż, aby zmienić sposób, w jaki zachęca i wspiera rozwój pracowników w organizacji. Podróż od początku miała charakter kompleksowej zmiany z długoterminową strategią.

Dotychczas proces przyniósł pozytywne rezultaty zarówno w wymiarze wewnętrznym, jak i zewnętrznym. Bank był w stanie wprowadzić nowe podejścia, które pomagają przenieść sposób myślenia o rozwoju ze „szkoleń” do „kampanii”, z myślenia o rozwoju nie tylko podczas uczestnictwa w szkoleniu prowadzonym przez trenera, ale rozwoju szeroko rozumianym, włączając nabycie „nawyku uczenia się”, które wejdzie w DNA organizacji i pracowników. W całej branży HR i edukacji Citi Handlowy stało się uznanym liderem w dziedzinie innowacji w podejściu do uczenia się. Przejście do podejścia opartego na kampanii, w której podstawą jest zasada 70:20:10, pozwoliło pracownikom Banku uzyskać dostęp do niezbędnych im zasobów, zawsze wtedy, kiedy ich potrzebują, a także lepiej wykonywać swoją pracę i doskonalić swój rozwój osobisty. Rozwój w nowym wymiarze został zdefiniowany nieco inaczej, jako indywidualne budowanie własnej ścieżki rozwoju, wspierając cele zarówno biznesowe, jak i osobiste w przyjaznym i innowacyjnym środowisku pracy.

Przez ostatnie trzy lata staraliśmy się wspierać budowę solidnego podejścia i opracowaliśmy zestaw praktyk w zakresie uczenia się i rozwoju (L&D), mających wesprzeć kapitał ludzki Citi Handlowy w przyszłości. Nowe zestawy umiejętności mają przygotować pracowników do zmierzenia się z potrzebami zmieniającego się rynku i wyzwań sektora finansowego, aby być bardziej otwartym na klienta, wykorzystując nowoczesne technologie. To zdecydowanie wymaga nowych umiejętności od pracowników, ale jednocześnie mocno osadza organizację i pracowników w standardach przywództwa, będących wyznacznikiem i wartościami, według których działamy i realizujemy swoją wizję. Jednym z nich jest rozwój pracowników - stąd tak poważne i holistyczne podejście do potrzeby zmiany i wartości, jaką za sobą ona niesie.

LICZBA OSOBOSZKOLEŃ* W BANKU						
Forma szkolenia	2015		2016		2017	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Class room	6915	84%	6255	89%	2916	82%
Virtual	1269	16%	764	11%	652	18%
Suma	8184	100%	7019	100%	3568	100%

* Osoboszkolenie - iloczyn szkoleń i osób.

Zmiana podejścia w myśleniu o rozwoju przez Citi Handlowy wpłynęła diametralnie na dynamikę statystyk związanych z korzystaniem ze szkoleń typu Class room.

Pracownicy zdecydowanie częściej korzystają z zasobów online - różnorodność ich tematyki, formatu i poziomu pozwala każdemu znaleźć dla siebie właściwy kierunek, w zależności od indywidual-

nych potrzeb. Wzrost technologii, wspierającej rozwój (np. aplikacje mobilne), pozwala nam na uczenie się w każdym wolnym momencie, a także umacnia kulturę i nawyk uczenia się w naszej organizacji.

Różnorodność biznesowa i specyficzne potrzeby Banku wyznaczają kierunki i wymagania dotyczące profesjonalnej wiedzy niezbędnej w zachowaniu najwyższej jakości usług czy to dla klienta wewnętrznego, czy zewnętrznego. Dlatego Citi Handlowy zachował pakiet szkoleń specjalistycznych obowiązkowych dla specjalistów i ekspertów z danego obszaru w ramach

ścieżki profesjonalnego rozwoju (np. „compliance”). Dodatkowo każdy pracownik dołączający do organizacji przechodzi przez szkolenie „orientation”, podczas którego poznaje organizację, jej wartości, kulturę, liderów oraz aspekty etyczne i rozwojowe, co pozwala lepiej zrozumieć Bank, jego strukturę, sposób zarządzania i dynamikę cyklu życia pracownika. Całodniowe spotkanie w pierwszym dniu pracy pozwala na oswojenie się z wieloma niepewnościami, obawami czy pytaniami. W 2017 roku do Citi Handlowy dołączyło i przeszło przez takie szkolenie ok. 330 osób.

Liczba godzin szkoleń	Rok		
	2015	2016	2017
Ogółem	185 016	169 117	122 671
Na 1 zatrudnionego	52,8	44,8	34,4

Liczba godzin szkoleniowych zarejestrowanych na jednego zatrudnionego z roku na rok maleje. Jednak ten trend nie oznacza braku możliwości rozwoju w Banku.

Jest to konsekwencja myślenia o rozwoju na przestrzeni tych trzech lat w inny sposób. Jak można wyrazić statystyką naukę przez doświadczenie, które Citi Handlowy promuje i podkreśla jako kluczowe. Jak można przełożyć na godziny szkoleń uczenie się od innych podczas pracy nad podobnymi projektami, wymianę doświadczeń, sesje mentoringowe czy dzielenie się z zespołem nowymi technologiami i wiedzą o nich. Rozwój w Citi Handlowy przeszedł pewną transformację. To już nie są godziny szkoleniowe, to są teraz ścieżki rozwojowe, indywidualne plany rozwoju, nieskończone zasoby wiedzy, z których każdy pracownik może korzystać: aplikacje, platformy, szkolenia online, artykuły i materiały multimedialne. Wymaga to od pracownika decyzji, że to on/ona sam/a jest właścicielem swojego rozwoju, a menadżer i organizacja są jego parterami w osiągnięciu najwyższych rezultatów biznesowych i indywidualnych.

Kampania wspierająca uczenie się #BeMore

Bank uruchomił kampanię #BeMore po raz pierwszy w 2016 roku. #BeMore został zaprojektowany, aby wspierać rozwój zachowań potrzebnych do stworzenia kultury uczenia się w miejscu pracy w wysoce złożonej, wielonarodowej i wielokulturowej organizacji takiej jak Citi Handlowy.

Działania organizowane w ramach kampanii #BeMore obejmowały:

- szczere i regularne rozmowy rozwojowe pracowników ze swoimi bezpośrednimi menedżerami (1:1);
- szerzenie w organizacji komunikacji podkreślającej kulturę ciągłego uczenia się w miejscu pracy

w oparciu o model 70:20:10, znany w Banku jako 3E (doświadczenie, ekspozycja, wykształcenie - experience, exposure, education);

- praca nad IDP - Indywidualne Programy Rozwoju jako zintegrowany element w cyklu HR pracownika w ciągu roku.

Ponadto kampania #BeMore dążyła do uproszczenia dostępu do globalnego zestawu narzędzi i zasobów obecnych w organizacji. Nadrzędną zasadą kampanii #BeMore było ściśle zbliżenie jej celów do celów biznesowych, wspierając narzędzia pozwalające wzmocnić świadomość pracowników w obszarze rozwoju indywidualnego i jednocześnie na rzecz organizacji. #BeMore stworzyło zintegrowane miejsce dla pracowników, pomagające odnaleźć się w zasobach wiedzy Banku.

Inicjatywa #BeMore miała na celu zachęcenie pracowników do angażowania się w działania rozwojowe. Kampania stanowiła spójny, bardzo oryginalny, autentyczny i pełen humoru program, oparty o działania ludzi w niego zaangażowanych. Od I edycji w 2016 roku kampania jest kontynuowana do tej pory, stała się elementem trwale wpisanym w sposób myślenia o rozwoju w organizacji. Aby zapewnić szeroki zasięg i dwukierunkowe zaangażowanie, przyjęto podejście społecznościowe. Zależało nam na tym, aby ostatecznym właścicielem i siłą kampanii był sam pracownik. Zamiast budować coś nowego #BeMore wykorzystało wewnętrzną platformę społecznościową Citi Collaborate (opartą na technologii Jive). Dzięki temu #BeMore może czerpać korzyści z istniejącej bazy użytkowników i zapewniać kampanii osadzenie w nowoczesnej organizacyjnie technologii, dostępnej w każdej chwili dla każdego z pracowników. Jest to przestrzeń do dyskusji na tematy związane z rozwojem i programem kampanii, która okazała się studnią nowych pomysłów generowanych przez samych pracowników organizacji.

W kampanii #BeMore uwzględniliśmy siłę liderów - poprzez ich aktywne uczestnictwo. Korzystaliśmy też z potencjału najbardziej wpływowych osób w ramach platformy Citi Collaborate - poprzez ich zaangażowanie w kampanię i zdobycie ich wsparcia w przekazywaniu kluczowych wiadomości i działań, a także w przejmowaniu ról inkubatorów i ambasadorów. Właścicielami kampanii byli nie jej kreatorzy, ale sami

pracownicy, którzy stali się głównymi siłami napędzającymi maszynę #BeMore. Zastosowano różne formaty przekazu, prezentowano filmy budujące zaangażowanie, zapraszano gości z zewnątrz (m.in. Jerzy Dudek, Kinga Baranowska, Mateusz Kusznierec) przekazujących inspirujące doświadczenia i historie spójne z nową filozofią rozwoju, stanowiącą wartość nie tylko dla organizacji, ale i dla samego pracownika.

Przykład, jak można uczyć się inaczej w Citi - 30-dniowe wyzwanie rozwojowe

30-dniowe wyzwanie rozwojowe wymagało zaangażowania pracowników przez 30 dni. Otrzymywali oni codziennie 30 mikrozadań. Każde wyzwanie zostało zaprojektowane tak, aby do osiągnięcia rezultatu wystarczyło mniej niż 10 min, i wymagało różnych aktywności - aby wykonywać codzienne czynności w inny sposób. Mikrodziałania mogły być czymś, co można podjąć w domu lub w miejscu pracy. Aby zapewnić maksymalne zaangażowanie, codzienne wyzwania zostały wzmocnione poprzez gamifikację, produkowaną w wielu językach, i wspierane były przez oryginalne akcje marketingowe.

W Polsce do tej pory inicjatywa ta odbyła się dwukrotnie, za każdym razem spotykała się z dużym zaangażowaniem pracowników. W 2017 roku wzięło w niej aktywny udział prawie 400 pracowników Citi Handlowy, włączając Prezesa Zarządu Banku - blogującego o uczeniu się poprzez porażki i zachęcającego pracowników do wyciągania wniosków i szybkiego podnoszenia się po niepowodzeniu.

Menedżerowie jako integralna część partnerstwa rozwoju pracowników

Citi Handlowy wyposaża menedżerów w narzędzia pomocne w promowaniu rozwoju i dyskusji dotyczącej uczenia się w organizacji i jego wpływu na efekty pracy. Programy rozwojowe dla menedżerów są zbudowane zgodnie z ich ścieżką zaawansowania menedżerskiego - aby wyposażać kadrę kierowniczą w umiejętności niezbędne do bycia dobrym partnerem dla pracowników w danym momencie ich rozwoju.

W latach 2015-2017 w różnego rodzaju szkoleniach menedżerskich przygotowanych przez Bank uczestniczyło 186 menedżerów.

Szkolenia dla menedżerów to nie tylko zdobywanie nowych umiejętności pozwalających efektywnie zarządzać pracownikami, ale także spotkania prowadzone przez menedżerów wyższego szczebla i liderów organizacji budujące świadomość przywództwa zgodnego z sześcioma Standardami Przywództwa promowanymi w Citi.

Dialog z pracownikami na temat rozwoju

Angażujemy pracowników do współprojektowania narzędzi i rozwiązań edukacyjnych. W tym celu zorga-

nizowaliśmy z pracownikami spotkania, podczas których prezentowane były pomysły ich samych. Podczas Jam session, wysoce energetycznych, dynamicznych sesji organizowanych dla pracowników, pracowano metodą focusową, realizowaną w nowoczesnej formie - social cafe.

Podczas sesji zadawano różnego rodzaju pytania pozwalające organizacji na otrzymanie opinii samych pracowników: jak widzą rozwój i uczenie się w organizacji, co jest im potrzebne, aby być jeszcze lepszym dla siebie i firmy, jak według nich zmienia się sposób pracy i uczenia się.

Podczas tego rodzaju dialogu z pracownikami okazało się, że do holistycznego wsparcia innowacyjnego rozwoju i uczenia się niezbędna jest technologia wyprzedzająca teraźniejsze wymagania pracowników.

Do tej pory Citi Handlowy oferowało wiele platform i systemów do nauki i korzystania z różnego rodzaju wiedzy zarówno w obszarze specjalistycznym, biznesowym, jak i w zakresie umiejętności miękkich.

Największym naszym sukcesem jest jednak stworzenie pracownikowi możliwości szeroko pojętego rozwoju w organizacji za pomocą podejścia 3E, które jednocześnie przygotowuje go do stawiania i podej-

mowania wyzwań związanych ze zmieniającym się rynkiem, a także charakterem pracy, pozwalając mu mieć dosłowny wpływ na swój indywidualny rozwój.

Proces oceny w Citi Handlowy

Rozwój pracowników jest naszym wspólnym obowiązkiem, który jest wspierany przez realizację działań takich jak szkolenia, zaangażowanie w realizację wymagających projektów oraz proces oceny, dzięki któremu pracownicy uzyskują informacje na temat swoich mocnych stron, a także obszarów, które powinni rozwijać.

W ramach wspierania rozwoju pracowników w Citi Handlowy prowadzone są następujące procesy: stawiania celów, oceny rocznej, oceny półrocznej, oceny 360 stopni (Multi-Perspective Feedback) dla wszystkich menedżerów.

W procesie oceny odnosimy się do realizacji celów („Co”) oraz sposobu, w jaki zostały one zrealizowane („Jak”). Pomagają nam określone dla wszystkich pracowników Standardy Przywództwa (Leadership Standards), stanowiące katalog oczekiwanych postaw i zachowań, które powinniśmy wykazywać i promować w naszej codziennej pracy. Nasza misja oraz wartości wyjaśniają, co robimy. Standardy Przywództwa wyjaśniają, jak to robimy.



Rozwój pracowników



Kreowanie wartości dla klienta



Występowanie jako partner



Promowanie postępu



Postępowanie zgodnie z naszymi wartościami



Osiągnięcie wyników

Proces talentowy

Jedną z kluczowych wartości naszej organizacji jest Rozwój Talentów, tj. osób, które mają ogromny potencjał rozwojowy i mogą w krótkiej przyszłości zająć stanowiska kierownicze, oraz osób mających unikalną i kluczową dla organizacji wiedzę lub kompetencje. Wzmacnianie naszych kompetencji, nabywanie nowych umiejętności i zdobywanie doświadczeń to nieodzowne elementy rozwoju osobistego i zawodowego oraz warunek konieczny do tego, by organizacja rozwijała się i była efektywna.

Programy Talent Management zakładają usystematyzowane podejście, przejrzyste reguły, różnorodne, praktyczne działania rozwojowe oraz silne zaangażowanie zarówno po stronie kadry menedżerskiej, jak i samych Talentów. Promują właściwą postawę i wartości, tworzą kulturę nastawioną na rozwój oraz zapewniają organizacji ciągłość zatrudnienia na kluczowych stanowiskach i zatrzymanie najlepszych osób w swoich strukturach.

Wspieranie inicjatyw pracowniczych

W Banku dbamy o wspieranie inicjatyw naszych pracowników. Wspieramy zaangażowanie na rzecz innych i naszej organizacji. Przykładami są tutaj organizacje zrzeszające pracowników Banku wokół różnego rodzaju działalności. Poniżej przedstawiamy dwie największe i najdłużej działające w Citi Handlowy.

CitiClub

CitiClub jest organizacją zrzeszającą na zasadzie dobrowolności ogół pracowników Citi Handlowy. Tworzy on specjalną ofertę dla pracowników Banku, obejmującą działalność kulturalną, sportową, turystyczną i socjalną. CitiClub realizuje swoje cele poprzez organizowanie imprez o charakterze sportowym, wydarzeń kulturalno-oświatowych, prowadzenie sekcji zainteresowań oraz udostępnianie i wymianę informacji między pracownikami.

Organizacja aktywności CitiClub możliwa jest dzięki dobrowolnemu zaangażowaniu pracowników w charakterze organizatorów. Do CitiClub dołączyć może każdy pracownik, w dowolnej chwili. Nie ma limitu w ciągu roku, jeśli chodzi o inicjowanie działalności nowych grup czy liczbę wydarzeń, w których pracownik może wziąć udział. Działalność finansowana jest przy wsparciu ZFŚS, z budżetu CitiClub oraz środków własnych uczestników. W praktyce oznacza to, że wyjazdy sportowe finansowane są w 2/3 przez pracodawcę, a jedynie w 1/3 przez pracownika. Dzięki temu pracownicy mają szansę wziąć udział w ciekawym wydarzeniu, na które wielu z nich bez dofinansowania nie mogłoby sobie pozwolić.

CitiClub powołano 13 lat temu, aby stworzyć pracownikom z różnych jednostek i lokalizacji z całej Polski szansę do integracji i tworzenia społeczności wokół różnych tematów, m.in. aktywnego wypoczynku - biegania, fotografii, gier planszowych, szachów, jazdy na rowerze, motoryzacji, wędkowania, żeglarsstwa czy narciarstwa.

Działalność CitiClub w Polsce, która przez wiele lat była unikatowa, stała się wzorcem, który wyznacza standardy działań skierowanych do pracowników nie tylko w skali samego Citi na świecie, lecz również wśród innych firm i korporacji - polskich i zagranicznych.

CitiClub sprzyja szerokiej integracji pracowników, powoduje wzrost poziomu satysfakcji z pracy i, według uczestników, jest jednym z czynników motywujących i budujących ich więź z Bankiem. Dzięki temu miejsce zatrudnienia nie tylko kojarzone jest z wyęžoną pracą, ale jest również środowiskiem, w którym pracownicy mogą się wzajemnie poznawać, inspirować i rozwijać, a także realizować swoje pasje, dzieląc się nimi z koleżankami i kolegami, wymieniając doświadczenia oraz ucząc się nawzajem od siebie.

CitiClub sprzyja wzajemnej współpracy, tworzeniu sieci kontaktów zarówno z osobami, które na co dzień znają się jedynie z korespondencji mailowej, czy rozmów telefonicznych, jak i pomiędzy osobami, które nie są względem siebie w żadnej relacji służbowej.

Inicjatywy CitiClub są nieocenioną platformą wymiany doświadczeń, poglądów, umiejętności czy wspólnego przeżywania, czego efektem są trwałe więzi, które następnie procentują przy wykonywaniu codziennych obowiązków.

Oferta CitiClub jest zróżnicowana. Wielu pracowników po raz pierwszy uczyło się jeździć na nartach zjazdowych czy biegowych, żeglować bądź rozpoczęło przygodę z amatorskim bieganiem. Rośnie też grupa pracowników, którzy inicjują powstawanie społeczności wokół nowych tematów.

Przez te 13 lat CitiClub ewoluował. Z jednej strony z uwagi na fakt zmieniających się oczekiwań pracowników, a z drugiej – ich chęci do współuczestniczenia w organizacji różnych wydarzeń. Oferta dopasowywana jest na podstawie regularnie przeprowadzanych ankiet wśród uczestników inicjatyw. Obecnie sferą cieszącą się największą popularnością są wydarzenia sportowe, w tym przede wszystkim wyjazdy integracyjno-sportowe, które łączą zdrową rywalizację z rozwijaniem nowych umiejętności, a także z kulturą i nauką.

Co roku odbywają się trzy główne cykliczne imprezy, które na stałe weszły do kalendarza wydarzeń CitiClub: Zawody Narciarsko-Snowboardowe i Regaty Żeglarskie o Puchar Prezesa Citi Handlowy oraz spływ kajakami. W 2017 roku w tych trzech imprezach wzięło udział 510 osób z różnych jednostek Banku. Całkowity koszt organizacji dla pracowników Citi Handlowy, DM Citi Handlowy oraz H-L, uczestniczących w tych trzech imprezach wyniósł 461 880,69 zł. Przeznaczone zostały na to środki z wcześniej wymienionych źródeł.



#dzialamzpasja:

Pokaż swoje silne strony i wygraj 5 tysięcy złotych w konkursie Citi na Dzień Kobiet!

Przy okazji Dnia Kobiet Citi Handlowy wspólnie z Citi Service Center Poland przygotował specjalną kampanię wizerunkową z udziałem kobiet pracujących w polskim oddziale Citi. Osią kampanii była różnorodność, której elementy znajdujemy w historiach bohaterek na specjalnie utworzonej stronie internetowej www.dzialamzpasja.pl oraz w konkursie #dzialamzpasja na Facebooku, nagradzającym i promującym odmienne pomysły kobiet na samorealizację.



CitiWomen

Inicjatywa CitiWomen działa w Citi Handlowy od 2004 roku. Powstała w ramach szerszego programu Citi Diversity, wdrażanego przez Citi na całym świecie. Diversity, czyli różnorodność, to znak rozpoznawczy kultury korporacyjnej Citi i jej filozofia. Ideą przewodnią jest przyciąganie do naszej organizacji najlepszych pracowników i zapewnienie im możliwości pełnego rozwoju zawodowego z poszanowaniem ich godności - bez względu na płeć, rasę, wyznanie czy orientację seksualną.

Inicjatywa CitiWomen ma na celu zwrócenie uwagi na sytuację kobiet pracujących w Banku, zapewnienie im równych szans rozwoju zawodowego i możliwości realizacji ambicji związanych z karierą w Banku.

Misja CitiWomen to:

- tworzenie sprzyjających warunków rozwoju zawodowego kobiet oraz pomoc w pokonywaniu barier;
- zapewnienie możliwości realizacji swoich ambicji, zachowując równowagę pomiędzy pracą zawodową i życiem prywatnym.

CitiWomen inspirowa kobiety do inwestowania w siebie poprzez szkolenia, mentoring, spotkania z ludźmi sukcesu oraz spotkania integracyjne. Organizuje dla kobiet udział w szkoleniach z umiejętności miękkich (sztuka prowadzenia prezentacji, rola inteligencji emocjonalnej, skuteczność działania itp.). Prowadzi mentoring dla koleżanek potrzebujących przyjaznego doradztwa w rozwoju kariery zawodowej. Wspiera kobiety w nawiązywaniu pomiędzy sobą nowych i ściślejszych kontaktów, propaguje prokobiecy podejście w ramach organizacji i na zewnątrz, pomaga kobietom odnaleźć równowagę życiową pomiędzy pracą a życiem prywatnym.

Warunki zatrudnienia

Wynagrodzenie

Citi Handlowy, budując swoją politykę wynagrodzeń, opiera się na najlepszych praktykach rynkowych, uwzględniając w niej wymogi ładu korporacyjnego, trendy rynkowe, a także kondycję i potencjał organizacji.

Przy ustalaniu wynagrodzeń pracowników pod uwagę brane jest doświadczenie i kompetencje wymagane na obejmowanym stanowisku, ocena wyników pracy, obecny poziom wynagrodzenia, pozycja na tle nowej grupy pracowników i rynku. W oparciu o te informacje ustalany jest nowy poziom wynagrodzenia pracownika.

Poprzez rynek rozumiemy stanowiska podobne pod kątem zakresu obowiązków, umiejętności, odpowiedzialności, które porównujemy do stanowisk w innych organizacjach na podstawie danych z raportów firmy doradczej.

Poziomy wynagrodzeń są weryfikowane w regularnym procesie, który odbywa się raz w roku, uwzględniając ocenę roczną pracownika, jego umiejętności i zakres zadań w odniesieniu do informacji z badań rynkowych odnoszących się do poziomu wynagrodzeń w branży.

Płaca kobiet zatrudnionych w Banku jest porównywalna do wynagrodzenia zasadniczego mężczyzn. Na grudzień 2017 wynosiła 98% płacy mężczyzn.

ŚREDNIE WYNAGRODZENIE MIESIĘCZNE BRUTTO		
2015		
Pracownicy	Całkowite (z wynagrodzeniem zmiennym)	Zasadnicze (bez wynagrodzenia zmiennego)
Osoba na planie premiowym	7 129	5 068
Osoba nie będąca na planie premiowym	9 652	8 596
Suma	8 588	7 108

2016		
Pracownicy	Całkowite (z wynagrodzeniem zmiennym)	Zasadnicze (bez wynagrodzenia zmiennego)
Osoba na planie premiowym	7 598	5 264
Osoba nie będąca na planie premiowym	9 866	8 835
Suma	8 952	7 395

2017		
Pracownicy	Całkowite (z wynagrodzeniem zmiennym)	Zasadnicze (bez wynagrodzenia zmiennego)
Osoba na planie premiowym	7 923	5 187
Osoba nie będąca na planie premiowym	10 292	9 123
Suma	9 455	7 733

Powyższe dane dotyczą wszystkich pracowników Citi Handlowy z wyłączeniem Zarządu. Wynagrodzenie zasadnicze brutto na 31 grudnia.

Nagrody i uznanie

Citi Handlowy jest instytucją, która koncentruje się na wspieraniu innowacyjności pracowników. Zależy nam, aby wszelkie inicjatywy oraz działania służące innowacji i wspieraniu efektywności były doceniane, a te szczególnie istotne - wyróżnione m.in. poprzez nagrody uznaniowe.

Przykładem takiej nagrody jest „Instant Recognition”, przyznawana indywidualnym pracownikom bądź zespołom za osiągnięcia oraz wkład pracy przekraczające w znacznym stopniu wyznaczone zadania. Szczególne inicjatywy naszych pracowników zyskują także uznanie w Grupie Citi w ramach nagrody Progress Awards.

Benefity

Citi Handlowy, troszcząc się o sytuację bytową swoich pracowników, zapewnia szeroki wachlarz świadczeń dodatkowych, które stanowią jedną z bogatszych ofert na rynku.

Pracownicy mogą korzystać z prywatnej opieki medycznej, której koszty w całości finansuje Bank. Dodatkowo mają możliwość wykupienia pakietów dla członków swojej najbliższej rodziny (partnera, dzieci, rodziców i teściów), po cenie znacznie niższej niż stawki dla klientów indywidualnych. Pakiet pracownika, oprócz wizyt lekarskich i badań, obejmuje również m.in. pomoc doraźną, wizyty domowe i rehabilitację. Wizyty lekarskie i badania są objęte gwarancją dostępności terminów. Ważnym elementem profilaktyki prozdrowotnej jest aktywność ruchowa, dlatego w Banku każdy pracownik ma możliwość wykupienia karty sportowej dla siebie i osoby towarzyszącej.

W trosce o bezpieczeństwo pracowników Bank zapewnia dwa rodzaje ubezpieczeń na życie. Pierwszy, który jest sponsorowany przez pracodawcę, obejmuje ochronę pracownika i uwzględnia oprócz śmierci i następstw nieszczęśliwych wypadków również odszkodowania w przypadku wystąpienia poważnych chorób oraz niezdolności do pracy na skutek choroby. Pracownik jest chroniony niezależnie od aktualnego kraju pobytu, 24 godziny na dobę.

Drugim ubezpieczeniem jest ubezpieczenie grupowe, którego koszty ponosi pracownik. W ramach niego pracownik ma również możliwość ubezpieczenia członków swojej rodziny. Stanowi ono dodatkową ochronę dla pracownika oraz rozszerza zakres zdarzeń, z tytułu których pracownik otrzymuje wypłatę - np. urodzenie dziecka, choroba dziecka lub małżonka, pobyt w szpitalu.

Dodatkowo pracownicy Banku otrzymują co kwartał zasilenia na platformie kafeteryjnej, na której mogą wymieniać zgromadzone punkty na bony i vouchery, zarówno w formie papierowej, jak i elektronicznej. W ten sposób Bank dofinansowuje m.in. posiłki,

zakupy, dojazdy do pracy, wyjazdy wakacyjne, uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych.

Liczba pracowników, którzy zalogowali się do platformy w listopadzie 2017 roku wyniosła 3 333.

Aby zabezpieczyć sytuację finansową swoich pracowników na emeryturze, w 2002 roku Bank zdecydował się na założenie pracowniczego planu emerytalnego. Obecnie składka jest na maksymalnym, ustawowo dopuszczalnym poziomie równym 7 proc. wynagrodzenia całkowitego pracownika. Koszty składek są w całości finansowane przez Bank, pracownik ponosi jedynie koszt podatku naliczanego od ich wysokości.

Ponadto każdy emerytowany pracownik Banku ma możliwość skorzystania z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych oraz wykupienia pakietu prywatnej opieki medycznej. W ramach ZFŚS emeryci, renciści i osoby przebywające na świadczeniu przedemerytalnym korzystają z dofinansowania do wypoczynku, pożyczek na cele mieszkaniowo-rentowe, bezzwrotnej pomocy materialnej oraz corocznego świadczenia socjalnego (wypłat pieniężnych na tzw. Dzień Seniora).

Przyjazna przestrzeń do pracy

Bank zwiększa komfort pracy swoich pracowników, aranżując nowe powierzchnie biurowe i odświeżając wewnętrzne powierzchnie wspólne. W budynkach Banku zrealizowano kilka projektów, w których miejsca pracy nie są spersonalizowane. Każdy pracownik może wybrać sobie strefę do pracy odpowiadającą realizowanym zadaniom. Do dyspozycji są różnorodne miejsca spotkań, obszary do pracy w grupie, do realizacji zadań indywidualnych, w mniejszym bądź większym gronie czy na zasadzie burzy mózgów. W przestrzeń są wpisane strefy, w których pracownicy mogą wyrazić siebie, na przykład pisząc po ścianach, strefy do relaksu i obszary zielone.

Patio wewnętrzne zostało zaaranżowane w klimacie parku miejskiego - jest zielone i ma dużo wyodrębnionych przestrzeni, które umożliwiają korzystanie z sieci internetowej, można w nim zorganizować spotkanie zespołu, wypić kawę czy zjeść lunch.

Płatne dyżury (przy braku obowiązku wynikającego z Kodeksu pracy)

Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy (ZUZP) obowiązujący w Banku zawiera korzystniejsze niż kodeksowe postanowienia dotyczące dyżurów. Przy zachowaniu odpowiednich wymogów formalnych za pełnienie dyżuru w domu poza godzinami pracy przysługuje wynagrodzenie w wysokości:

- 100,00 zł - za dyżur pełniony w dni robocze - za 5 godzin;
- 300,00 zł - za dyżur pełniony w dni wolne od pracy (niedziele, święta, soboty) - za 13 godzin.

Za dyżury pełnione w mniejszym wymiarze godzin, przysługuje wynagrodzenie wyliczone proporcjonalnie do czasu jego trwania.

Wyższy niż wynikający z obowiązujących przepisów jest dodatek za pracę w nadgodzinach w porze nocnej. (Ustawowo jest to 20 proc. stawki godzinowej wynikającej z minimalnego wynagrodzenia za pracę.)

Za pracę w godzinach nocnych pracownikowi przysługuje dodatek w wysokości 20 proc. stawki godzinowej wynikającej z przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw (bez wypłat nagród z zysku) w czwartym kwartale poprzedniego roku, ogłaszanego przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego.

Świadczenia w przypadku krajowych oddelegowań i przeniesień

• Oddelegowania i przeniesienia

Bank oferuje swoim pracownikom szereg świadczeń w przypadku krajowych oddelegowań (zmian umownego miejsca pracy na okres do 6 miesięcy) i przeniesień (stałych zmian umownego miejsca pracy) na wniosek Banku. Są one związane z pokryciem kosztów zakwaterowania, podróży i relokacji.

• Podróże służbowe

Z tytułu krajowej podróży służbowej pracownikowi przysługują diety oraz zwrot kosztów:

- przejazdów;
- noclegów;
- innych udokumentowanych wydatków poniesionych w celach służbowych (np. koszty rozmów telefonicznych, korzystania z Internetu w celu wykonywania obowiązków służbowych, przejazdów środkami komunikacji miejscowej lub taksówkami).

Jeżeli w trakcie trwania podróży służbowej lub w czasie szkolenia poza miejscem stałego zatrudnienia nie zapewniono pełnego wyżywienia, pracownik ma prawo do:

- wypłaty diety w wysokości 30,00 zł za dzień lub
- zwrotu rzeczywistych kosztów wyżywienia w wysokości do 100,00 zł dziennie.

Refundacja zakupu okularów

Stosownie do § 8 ust. 2 rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 1 grudnia 1998 roku w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy na stanowiskach wyposażonych w monitory ekranowe (Dz.U. Nr 148, poz. 973) pracodawca zwraca pracownikowi wydatki poniesione na zakup okularów korygujących wzrok do wysokości 300 zł netto, jeśli wyniki badań okulistycznych przeprowadzanych w ramach profilaktycznych badań lekarskich, o których mowa w Kodeksie pracy i przepisach wykonawczych, wykażą konieczność stosowania takich okularów podczas pracy przy obsłudze monitora ekranowego.

Odszkodowania z tytułu wypadków przy pracy

Pracownikom, którzy doznali wypadku przy pracy z tytułu wypadku według § 14 pkt 6 ZUZP przysługuje podwyższenie kwoty odszkodowania przyznanego przez ZUS o 50 proc.

Kodeks etyczny

Citi Handlowy przywiązuje ogromną wagę do stosowania najwyższych standardów zarówno w obsłudze klientów zewnętrznych, jak i wewnętrznych. Przestrzeganie zasad etyki zawodowej w codziennych działaniach jest jednym z fundamentalnych obowiązków każdego pracownika. Jako pracownicy i przedstawiciele Banku ponosimy wspólną odpowiedzialność za ochronę dobrego imienia Banku jako instytucji zaufania publicznego.

Citi Handlowy wymaga od wszystkich swoich pracowników, aby przestrzegali norm i wartości określonych w Zasadach Postępowania Pracowników. Polega to na stałym okazywaniu naszego zaangażowania w zachowanie najwyższych norm etycznych i profesjonalnym wypełnianiu obowiązków. Kierując się etyką we wszystkich działaniach, tworzymy bardziej wartościową organizację. Dzięki temu możemy świadczyć lepsze usługi naszym klientom, kontrahentom oraz społecznościom, z którymi łączą nas relacje biznesowe. Dzięki temu Citi Handlowy staje się też lepszym miejscem pracy dla obecnych i przyszłych pracowników.

Co rozumiemy pod pojęciem etyki w Banku:

- Etyka oznacza właściwe postępowanie przez cały czas.
- Etyka to więcej niż tylko prawa, przepisy i regulacje - chodzi też o to, za czym się opowiadamy, co znajduje odzwierciedlenie w naszej reputacji, postępowaniu i podejmowanych przez nas decyzjach.
- Etyka i etyczne postępowanie wiąże się z tym, co robimy, gdy jesteśmy sami w pomieszczeniu, kiedy nikt nas nie widzi.
- Etyka to właściwe postępowanie, bez względu na możliwe konsekwencje dla nas samych.

Obowiązkiem wszystkich pracowników Banku, bez względu na zajmowane stanowisko, jest kierowanie się etyką w swoim postępowaniu. Postępowanie zgodnie z najwyższymi normami etycznymi oznacza m.in.:

- dostrzeganie rzeczywistych lub potencjalnych problemów natury etycznej;
- świadomość obowiązku zgłaszania tych problemów i reagowania na nie;

- eliminowanie czynników, które mogą zniechęcać nas do zgłaszania problemów natury etycznej.

W kontaktach z klientami, współpracownikami, udziałowcami, dostawcami powinniśmy zawsze kierować się najwyższymi standardami etyki zawodowej oraz postępować w sposób profesjonalny. Możemy to osiągnąć poprzez:

- poznanie, zrozumienie i przestrzeganie wartości i zasad określonych w Zasadach Postępowania Pracowników oraz stosowanie ich we wszystkich naszych działaniach i miejscach prowadzenia działalności;
- prowadzenie działalności zgodnie z odpowiedzialnymi finansami w sposób przejrzysty, rozważny i rzetelny;
- przyjmowanie odpowiedzialności - należy pamiętać, że ponosimy wspólną odpowiedzialność nie tylko za etyczne działanie nas samych, ale też oczekujemy tego samego od naszych kolegów;
- zgłaszanie wątpliwości i zadawanie pytań.

Każdy z pracowników Banku zobowiązany jest do niezwłocznego zgłaszania zachowań nieetycznych. Bank promuje zachowania zgodne z zasadami etycznymi i zachęca pracowników do zgłaszania wszelkich pytań i wątpliwości dotyczących działań nieetycznych, dyskryminacji w warunkach zatrudnienia i mobbingu, a także ewentualnych przypadków naruszenia przepisów prawa oraz obowiązujących w Banku procedur. Każdy z pracowników może dokonać zgłoszenia naruszenia standardów etycznych anonimowo bądź podając swoje dane osobowe. W tym celu dla pracowników Banku dostępna jest specjalna linia telefoniczna oraz adres mailowy.

Miejsce pracy oparte na szacunku



Promować pokojowe i inkluzywne społeczeństwa, zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wymiaru sprawiedliwości oraz budować na wszystkich szczeblach skuteczne i odpowiedzialne instytucje, sprzyjające włączeniu społecznemu

Citi Handlowy chce być miejscem w którym chcą pracować najlepsi, gdzie zatrudnia się i awansuje pracowników na podstawie osiągnięć, a szanse rozwoju są powszechnie dostępne. Stale pracujemy nad stworzeniem organizacji, w której praktykuje się odpowie-

dzialne finanse, pracownicy traktują siebie z należyтым szacunkiem i poszanowaniem godności oraz mogą liczyć na wsparcie w kwestii zachowania równowagi między pracą a życiem prywatnym. Citi Handlowy przestrzega zasad równouprawnienia w rekrutacji pracowników oraz przepisów prawa dotyczących uczciwych praktyk związanych z zatrudnieniem i przeciwdziałaniem dyskryminacji. Poprzez te działania staramy się osiągnąć 16. cel Zrównoważonego Rozwoju ONZ - „Pokój, Sprawiedliwość i Silne Instytucje”.

Przeciwdziałanie dyskryminacji

Bank podejmuje działania prewencyjne w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji, obejmujące szereg działań edukacyjnych mających na celu podniesienie świadomości w zakresie dyskryminacji, nierównego traktowania, mobbingu oraz działania zmierzające do wypracowania odpowiedniego klimatu organizacyjnego, sprzyjającego zasadom *fair play* w miejscu pracy (prewencja pierwotna).

Ponadto Citi Handlowy prowadzi działania w ramach prawa wewnętrznego Banku: zapisów ZUZP, regulaminu pracy, Zasad Postępowania Pracowników Banku. Bank pracuje nad kompleksową regulacją polityki antymobbingowej w odrębnym, wewnętrznym akcie normatywnym. Prowadzi też szeroką politykę informacyjną, w tym szkolenia.

W ramach prewencji wtórnej Bank stwarza pracownikom możliwość składania skarg na niepożądane zachowania - poprzez stosowne procedury:

- Procedura dotycząca zasad postępowania w przypadku skarg zgłoszonych przez pracowników Banku (Skargi pracownicze), uwzględnia ona zgłaszanie i rozpatrywanie skarg dotyczących dyskryminacji, w tym molestowania, nierównego traktowania, mobbingu; umożliwia złożenie skargi każdemu pracownikowi, który uważa, że stał się ofiarą niepożądanych w środowisku pracy zjawisk; procedura ta także zobowiązuje świadków niepożądanych zjawisk do ich zgłaszania (nie bądź obojętny - reaguj - przeciwdziałaj - zgłoś!);
- Procedura DMZ: Procedura postępowania w przypadku naruszenia prawa, standardów etycznych oraz procedur obowiązujących w Citi Handlowy (linia etyczna);
- System monitorowania i dokumentowania zachowań mających znamiona mobbingu (ma on na celu ochronę ofiary przed dalszymi tego typu zachowaniami): rejestr skarg pracowniczych, rejestr spraw sądowych.

Rozwój
społeczności

Rozwój społeczności

Bank realizuje Strategię poprzez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy, która w jego imieniu wspiera działania na rzecz dobra publicznego.

Fundacja Kronenberga od lat aktywnie działa w obszarach przedsiębiorczości i edukacji finansowej, ochrony dziedzictwa kulturowego oraz wolontariatu pracowniczego, dużą uwagę poświęcając również rozwojowi społeczności lokalnych. Powstała w 1996 roku, przy okazji obchodów 125-lecia założenia Banku Handlowego w Warszawie S.A. Z prowadzonych przez nią programów edukacji finansowej skorzystało ponad 2,3 mln bezpośrednich użytkowników, z różnych grup wiekowych: dzieci, młodzieży, dorosłych i seniorów. Przyznaliśmy 1 341 dotacji ponad 1 000 organizacji pozarządowych.

Fundacja koordynuje jeden z największych i najstarszych (powstały w 2005 roku) w Polsce programów wolontariatu pracowniczego. Od początku istnienia programu wolontariusze Citi zaangażowali się w działalność wolontariacką prawie 23 tys. razy, przepracowując łącznie niemal 125 tys. godzin, pomagając już ponad 285 tys. odbiorców. Co roku program swoim zasięgiem obejmuje prawie 250 placówek, a w wolontariat angażuje się ok. 23 proc. pracowników Banku.

Jednym z obszarów działania Fundacji jest ochrona dziedzictwa kulturowego. W ramach prowadzonego przez nią programu odzyskiwania dzieł sztuki do Polski powróciły 42 grafiki i litografie najwybitniejszych polskich malarzy (Juliusz Kossak, Leon Wyczółkowski) oraz 2 obrazy (Anny Bilińskiej-Bohdanowiczowej i Wojciecha Gersona). Odzyskano również 172 eksponaty kolekcji sreber. Nagrodą im. prof. Aleksandra Gieyszтора uhonorowano 17 osób i instytucji za wybitne osiągnięcia mające na celu ochronę polskiego dziedzictwa kulturowego. Od 2016 roku dostępna jest aplikacja ArtSherlock, dzięki której możliwe jest automatyczne rozpoznanie obiektu jedynie na podstawie fotografii wykonanej za pomocą telefonu komórkowego.

Zaangażowanie społeczne



Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie

Programy zrealizowane przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy

Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy realizuje szereg działań edukacyjnych z obszaru finansów osobistych i przedsiębiorczości, każdorazowo wspieranych

kampanią medialną służącą promowaniu oszczędzania, racjonalnego zarządzania finansami osobistymi oraz kształtowania postaw przedsiębiorczych. Bezpośrednio docieramy do ponad 100 tys. odbiorców z różnych grup wiekowych: uczniowie, studenci, młodzi profesjonalści, przedsiębiorcy. Pośrednio natomiast, poprzez działania medialne zarówno w prasie tradycyjnej, programach radiowo-telewizyjnych, jak i poprzez Internet i social media, działania edukacyjne i uświadamiające Polaków w ww. obszarach osiągają zasięg na poziomie 3 mln osób, co jest zgodne ze Strategią.

- **Nagroda Emerging Market Champions Citi Handlowy** – celem konkursu jest promocja przedsiębiorstw z sukcesem rozwijających działalność za granicą. W ramach projektu przeprowadzane są badania diagnozujące warunki prowadzenia biznesu w Polsce oraz globalny potencjał krajowych firm. 28 września 2017 roku podczas sesji plenarnej „Punkt zwrotny. Jak zmieniają się transatlantyckie relacje gospodarcze” organizowanej w ramach Europejskiego Forum Nowych Idei w Sopocie odbyła się uroczysta gala wręczenia nagród w IV edycji konkursu. Tytuł „Emerging Market Champion” w kategorii „Polskie inwestycje zagraniczne” otrzymała Grupa Maspex, zaś zwycięzcą w kategorii „Zagraniczne inwestycje w Polsce” została firma LG Chem Poland sp. z o.o. W ramach projektu zrealizowano IV edycję badań diagnozujących to, w jaki sposób polskie firmy działają za granicą. Dotyczyła ona tego, jakie strategie sprzedaży są stosowane przez polskie firmy poza granicami naszego kraju.



- **Nagroda im. prof. Aleksandra Gieyszтора** – najbardziej prestiżowa nagroda przyznawana przez Fundację od 18 lat za starania na rzecz ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego instytucjom lub osobom prywatnym. Laureatami XVIII edycji zostali Elżbieta i Krzysztof Pendereccy. Uhonorowano ich za wsparcie udzielane utalentowanym muzykom,



szczególną dbałość o edukację muzyczną na najwyższym poziomie oraz prowadzoną od lat działalność na rzecz popularyzacji dziedzictwa muzyki klasycznej w Polsce.

- **IT for SHE** – program, który pomaga utalentowanym studentkom kierunków informatycznych wejść na rynek pracy. Realizowany jest w szerokiej koalicji firm technologicznych: Cisco, Ericsson, Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy, Goldman Sachs, IGT, Intel, Roche. I edycja programu składała się z:

- programu mentoringowego (dla 35 dziewczyn) z udziałem ekspertów z najlepszych firm technologicznych obecnych w Polsce;
- największego w Europie obozu (bootcampu) dla dziewczyn w IT (dla 120 dziewczyn);
- kampanii wolontariackiej (zasięg 2 000 odbiorców) prowadzonej we wszech i w małych miejscowościach, zachęcającej do nauki programowania.

Celem programu jest wpływ na zwiększenie udziału kobiet w branży technologicznej.

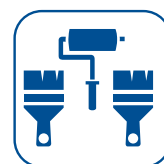
- **Odzyskiwanie dzieł sztuki** – program, którego celem jest odzyskiwanie dóbr kultury utraconych przez Polskę w czasie i w wyniku II wojny światowej. W maju 2016 roku Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy uruchomiła aplikację ArtSherlock. Jest to autorski projekt Fundacji Communi Hereditate, zrealizowany we współpracy z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Fundacją Kronenberga przy Citi Handlowy. To pierwsze tego typu rozwiązanie, które całkowicie zrewolucjonizuje identyfikację dzieł sztuki pochodzących z grabieży wojennych. Dzięki aplikacji możliwe jest automatyczne rozpoznanie obiektu jedynie na podstawie fotografii wykonanej za pomocą telefonu komórkowego.

- **Korzenie** – program, w ramach którego Fundacja przypomina historię Banku oraz sylwetki i dokonania jego twórców – rodu Kronenbergów. W 2017 roku kontynuowano działania rozpoczęte w latach poprzednich. Począwszy od 2014 roku Fundacja i Bank mogą korzystać z utworzonego w ramach programu „Korzenie” archiwum cyfrowego, które zawiera ponad 31 tys. stron skanów dokumentów oraz materiałów ikonograficznych dotyczących działalności Citi Handlowy i rodziny Kronenbergów. Materiały są wykorzystywane do działań promocyjnych, przy okazjach związanych z jubileuszami Banku i Leopolda Kronenberga.

- **Program Wolontariatu Pracowniczego w Citi Handlowy** – program, którego celem jest rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników Banku. W 2017 roku przeprowadzono XII edycję Światowego Dnia Citi dla Społeczności. W jego ramach zrealizowano 230 projektów. Wolontariusze Citi i ich znajomi i przyjaciele zaangażowali się prawie 3 734 razy w pomoc dla ponad 35 tys. potrzebujących.



Wolontariat kompetencji, edukacja ekonomiczna



Wolontariat Grupowy



Światowy Dzień Citi dla Społeczności



Wolontariat seniorów



Studencki Projekt Społeczny



Zostań Asystentem Św. Mikołaja

- **Program Dotacji** – konkurs grantowy, poprzez który Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy wspiera najbardziej wartościowe projekty realizowane przez instytucje non-profit w sferze edukacji i rozwoju lokalnego. W 2017 roku przyznano 3 dotacje.

Programy zrealizowane przy wsparciu Citi Foundation

- **Moje Finanse** - największy w Polsce program edukacji finansowej dla młodzieży. W 2017 roku program współfinansowany był również przez Narodowy Bank Polski, a wdrażany do szkół przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości. W 2017 roku liczba uczniów objętych programem wyniosła 90 tys. Program realizowało 1 600 nauczycieli.
- **Tydzień dla Oszczędzania** - program łączący edukację finansową i kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Jego celem jest promowanie wśród Polaków oszczędzania i racjonalnego zarządzania finansami oraz zachęcanie młodych osób wchodzących na rynek pracy do spróbowania własnych sił w biznesie. Projekt realizowany jest wspólnie z Fundacją Think! Celem programu jest wypracowanie zmian systemowych w obszarze edukacji z zakresu zarządzania finansami osobistymi i przedsiębiorczości. Projekt składa się z badań „Postawy Polaków wobec finansów” (X edycja), Programu Rozwoju Przedsiębiorczości oraz konkursów na uczelniach i wśród szkół średnich w ramach gry „Pierwszy Milion”.
- **Postawy Polaków wobec finansów** - badanie przeprowadzone przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy i Fundację Think! w październiku 2017 roku.
- **Być Przedsiębiorczym** - program edukacji ekonomicznej skierowany do uczniów szkół średnich. Realizowany jest we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Celem projektu jest przekazanie uczniom wiedzy z zakresu szeroko pojętej przedsiębiorczości oraz wykształcenie umiejętności i kompetencji w tym obszarze poprzez założenie i prowadzenie przedsiębiorstwa działającego w formie spółki jawnej. W programie w 2017 roku uczestniczyło ponad 2 tys. uczniów z 220 szkół.
- **Business Start-up** - program składający się z dwóch części służących wspieraniu młodych przedsiębiorców (pomoc w utworzeniu i prowadzeniu biznesu oraz wsparcie istniejących firm). Realizowany we współpracy z Akademickimi Inkubatorami Przedsiębiorczości. Celem projektu jest pobudzenie przedsiębiorczości studentów oraz pomoc w urzeczywistnianiu pomysłów na własny biznes. W 2017 roku w programie wzięło udział 150 studentów oraz 100 start-upów już działających na rynku.
- **Biznes w kobiecych rękach** - program realizowany we współpracy z Fundacją Przedsiębiorczości Kobiet, skierowany do 50 kobiet, które chcą założyć własną firmę. Dzięki wykładom, szkoleniom i indywidualnej pracy z mentorkami każda spośród

uczestniczek ma szansę rozpocząć swoją działalność. Celem programu jest powstanie klastra firm kobiecych, funkcjonującego na terenie aglomeracji warszawskiej. W 2017 roku rozpoczęła się IV edycja programu, która zakończona zostanie w połowie 2018 roku.

- **Mikroprzedsiębiorca Roku** - konkurs organizowany w 2017 roku przez Microfinance Centre for Central and Eastern Europe przy wsparciu Koalicji na rzecz mikroprzedsiębiorczości. Celem konkursu jest wspieranie przedsiębiorczości, zachęcanie do zakładania własnych firm oraz wyróżnianie i promowanie najlepszych z nich jako przykładów efektywnych działań gospodarczych. W ramach konkursu przyznawana jest nagroda główna - tytuł Mikroprzedsiębiorcy Roku oraz nagrody w poszczególnych kategoriach, w zależności od czasu funkcjonowania firmy. Najmłodsze przedsiębiorstwa mogą zgłaszać się w kategorii Start, firmy „wieku średniego” w kategorii Progres, a najstarsze - w kategorii Senior.

Kolejne edycje wszystkich wymienionych powyżej programów realizowanych dzięki grantom Citi Foundation rozpoczęły się w drugiej połowie 2017 roku i zakończą się w pierwszej połowie 2018 roku.

Mecenat kulturalny i sponsoring

W 2017 roku Bank oraz Fundacja wspierały liczne konferencje i wydarzenia o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Jednym z nich był VII Europejski Kongres Finansowy w Sopocie, doroczne spotkanie przedstawicieli europejskiego sektora finansowego, świata polityki i ekspertów gospodarczych. Tematem przewodnim ubiegłorocznej edycji EKF był „Kapitał, podatki i międzynarodowa solidarność w XXI wieku”.

Eksperti Banku po raz kolejny uczestniczyli w ósmej edycji programu „Czas na patriotyzm gospodarczy”, którego patronem jest „Pulsu Biznesu”. Program zwieńczyła debata główna, w której przedstawiciele Banku wzięli udział razem z gośćmi ze świata polityki, biznesu i gospodarczych mediów.

Podczas Europejskiego Kongresu Gospodarczego w Katowicach oraz Forum Ekonomicznego w Krynicy Bank we współpracy z American Chamber of Commerce zaangażował się jako partner w organizację AmCham Diner. XXVII edycja Forum w Krynicy odbyła się pod hasłem „Projekt Europa - jaki przepis na następne dekady?”. Wśród blisko 200 paneli obejmujących wątki od makroekonomii, przez zarządzanie, energetykę, politykę międzynarodową i regionalną, po społeczeństwo oraz media, zaznaczyły się debaty z udziałem ekspertów Citi Handlowy.

Bank został w 2017 roku mecenasem polskiego wydania książki Edwarda Lucasa „Oswoić cyberświat. Tożsamość, zaufanie i bezpieczeństwo w internecie”. To pierwsza taka publikacja w Polsce: kompletna, łatwa w odbiorze oraz pełna cennych wskazówek i rekomendacji opowieść o tym, jak w bezpieczny sposób poruszać się po internecie i dbać o sprzęt, za pomocą którego łączymy się z siecią.

W lipcu 2017 roku przy ulicy Senatorskiej 16, gdzie obecnie mieści się siedziba Banku, a na początku ubiegłego wieku znajdował się ratusz Miasta Stołecznego Warszawy, odsłonięto tablicę pamiątkową poświęconą Julianowi Spitosławowi Kulskiemu, wiceprezydentowi i burmistrzowi komisarycznemu Warszawy w latach 1939-44. To kolejna z inicjatyw Banku na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego. Kilka lat wcześniej Bank upamiętnił też tablicą Marcela Porowskiego, prezydenta stolicy w okresie Powstania Warszawskiego. Wcześniej, dzięki zaangażowaniu Banku, na placu Żelaznej Bramy stanął pomnik Tadeusza Kościuszki.

W październiku Bank rozpoczął współpracę z Harvard Business Review Polska, w ramach której klienci Banku mogli uczestniczyć w spotkaniach networkingowych organizowanych przez Zarząd HBRP. Bank był partnerem serii spotkań biznesowych organizowanych w Warszawie i Gdańsku. Był również partnerem specjalnego wydania Harvard Business Review Polska poświęconego rynkowi dóbr luksusowych w Polsce.

Bank był mecenasem polskiej premiery sztuki Torbena Bettsa „Niezwyciężony” w reżyserii Eugeniusza Korina wystawianej przez Teatr 6.piętro. Dla uczczenia 20-lecia wprowadzenia na polski rynek pierwszej, honorowanej na całym świecie, karty kredytowej Citi Handlowy Bank zaprosił na dwa przedpremierowe spektakle swoich klientów - w tym tych, którzy wraz z Bankiem przed dwiema dekadami zapoczątkowali historię karty kredytowej w Polsce.

Jako element celebracji 20-lecia karty kredytowej Bank nawiązał również współpracę z międzynarodowym operatorem rowerów miejskich Nextbike. W jej ramach od marca do listopada na rowerach miejskich dostępnych w dziewięciu miastach Polski (w Białymstoku, Katowicach, Lublinie, Łodzi, Opolu, Poznaniu, Szczecinie, Warszawie i we Wrocławiu) zrealizowano kampanię promującą produkty i usługi Banku. Ponadto w stolicy udostępniono pięć dodatkowych stacji z brandingiem Citi Handlowy, a wraz z nimi wyjątkowe, niebieskie rowery. Dla warszawskich rowerzystów Bank we współpracy z Nextbike udostępnił również unikalną bankowo-rowerową aplikację Citi Handlowy Bikes, służącą do wypożyczania rowerów, która dodatkowo m.in. liczy spalone kalorie, mierzy pokonane kilometry i śledzi przejazd przez sygnał GPS.



W 2017 roku Bank, jako partner Polskiego Związku Golfa, wspierał rozwój tego sportu w Polsce. Był również Sponsorem Tytułarnym turnieju tenisowego Citi Handlowy Lexus Business Cup rozgrywanego w sześciu miastach Polski od maja do września.

Wolontariat Pracowniczy

W Banku realizowany jest największy w Polsce program wolontariatu pracowniczego koordynowany przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy. Jego celem jest rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników Banku. W 2017 roku zrealizowano 249 projektów wolontariackich na rzecz ponad 37 tys. odbiorców. Wolontariusze (również ci spoza organizacji) w działania społeczne zaangażowali się 3 691 razy. W ramach podejmowanych działań wspierali: społeczności lokalne, placówki opiekuńczo-wychowawcze, organizacje społeczne, placówki samorządowe i schroniska dla zwierząt. Najważniejszą inicjatywą minionego roku była kolejna, XII już edycja Światowego Dnia Citi dla Społeczności. Co roku w ramach tego projektu pracownicy Banku wraz z rodzinami i przyjaciółmi starają się odpowiedzieć na konkretne potrzeby występujące w bliskich im społecznościach. W 2017 roku wolontariusze Citi w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności przeprowadzili 230 projektów społecznych na rzecz ponad 35 tys. odbiorców.

W 2017 roku kontynuowane były również kluczowe projekty, tj.: akcja świąteczna „Zostań Asystentem św. Mikołaja”, wyjazdy integracyjne studentów połączone z wolontariatem. Ponadto w ramach całorocznej aktywizacji wolontariusze zapraszani byli do udziału w spotkaniach Klubu Wolontariusza, angażowania się w Wolontariat Seniorów, a także w akcje społeczne w ramach regularnie wysyłanych propozycji wolontariatu indywidualnego.

Różnorodność i liczba przeprowadzonych projektów świadczy o tym, że zaangażowanie społeczne pracowników Banku stale się umacnia i rozwija, przynosząc korzyść coraz szerszej grupie odbiorców - co potwierdzają zebrane statystyki.



Od 2015 roku efekty działań wolontariuszy Citi w ramach największej akcji społecznej Citi - Światowego Dnia Citi dla Społeczności pomaga mierzyć ankieta skierowana do organizacji partnerskich. Badania przeprowadzone w 2017 roku pokazały, że wszyscy partnerzy byli zadowoleni ze współpracy z wolontariuszami Citi i zadeklarowali chęć jej kontynuowania. Aż 99 proc. ankietowanych było zdecydowanie zadowolonych z przebiegu projektu. Tyle samo potwierdziło osiągnięcie celu działań. W przypadku 80 proc. organizacji widoczne było obniżenie kosztów organizacyjnych, a 33 proc. zauważyło duży wpływ współpracy z wykwalifikowanymi pracownikami Citi na usprawnienie procesów zarządzania ich organizacją (np. w obszarze IT, HR czy finansach). Wszyscy ankietowani zdecydowanie zarekomendowaliby innym organizacjom współpracę z wolontariuszami Citi.

Ponadto Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy wraz z Narodowym Centrum Kultury zorganizowała II Ogólnopolską Konferencję „Wolontariat w kulturze”, która odbyła się 4 grudnia 2017 roku w Łazienkach Królewskich. W konferencji wzięło udział ponad 130 uczestników - ekspertów, wolontariuszy i gości, reprezentujących 57 instytucji z całego kraju. Podczas wydarzenia eksperci i praktycy przekazywali uczestnikom wiedzę z dziedziny zarządzania wolontariuszami w instytucjach kultury. Wolontariusze Citi wzięli czynny udział w konferencji, pomagając w organizacji wydarzenia. Konferencji towarzyszyła również II edycja Kulturalnego Biletu Wolontariusza. 34 instytucje z 11 miast w całym kraju w grudniu 2017 roku i styczniu 2018 roku udostępniło ponad 2 000 biletów na szkolenia, warsztaty, spektakle, pokazy filmowe i wystawy z myślą o wolontariuszach.

Bank zachęca i wspiera pracowników do działalności społecznej, m.in. poprzez dodatkowy dzień wolny na wolontariat.

Zgodnie z przyjętą Strategią liczba godzin pracy wolontariackiej przypadającej na jednego pracownika utrzymuje się na stałym poziomie 2 godzin.

Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw

Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw

Polityka zakupów i współpraca z dostawcami

Wdrożenie mechanizmów gwarantujących uwzględnianie istotnych elementów społecznej odpowiedzialności w ocenie ofert dostawców, a także zapisów w umowach ramowych, zapewniających prawo do kontroli deklarowanych zasad oraz rozwiązania

umowy w Citi Handlowy, uregulowane są w Zarządzeniu „Polityka zakupów produktów i usług oraz zasady zarządzania współpracą z Dostawcami w Banku Handlowym w Warszawie S.A.”

„Oświadczenie dotyczące Etycznych Praktyk Biznesowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.

Szanowni Państwo,

Bank Handlowy w Warszawie S.A, działający pod marką Citi Handlowy („Bank”), współpracuje z wieloma dostawcami lokalnymi i globalnymi. W naszej pracy ogromne znaczenie przywiązujemy do norm etycznych, socjalnych i ochrony środowiska. Zaangażowanie w działania społeczne trwale wpisuje się w historię i wartości naszego Banku, który powstał w 1870 roku i jest najstarszym w Polsce nieprzerwanie działającym bankiem komercyjnym.

Naszym celem jest stosowanie tych zasad również we współpracy z naszymi partnerami, w tym z dostawcami Banku. Chcielibyśmy podzielić się z Państwem stosowanymi przez nas etycznymi praktykami biznesowymi, które są także częścią Strategii naszego Banku. Wierzymy, że dzięki nim wspólnie będziemy budować najwyższe profesjonalne standardy zachowań na rynku, w środowisku społecznym i wśród pracowników.

Tekst Etycznych Praktyk Biznesowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. załączamy do niniejszego listu. Jest on również dostępny na stronie www.citihandlowy.pl.”

„Rekomendowana treść klauzuli etycznej do umieszczenia w umowach z Dostawcami

§ xx Klauzula etyczna

1. Kontrahent zobowiązuje się działać zgodnie z zasadami etycznego i odpowiedzialnego zachowania, włączywszy te dotyczące praw człowieka, prawa pracy, przepisów dotyczących uczciwej konkurencji, praw własności, ochrony środowiska naturalnego i zwalczania korupcji (dalej: „Zasady”) oraz zapewnić, że jego podwykonawcy oraz inne osoby, przy pomocy których wykonuje Umowę, będą przestrzegały Zasad.
2. Zasady obejmują w szczególności zasady, postanowienia i zobowiązania zawarte w poniższych aktach oraz w jakichkolwiek znajdujących zastosowanie unormowaniach prawa krajowego, które implementują te akty:
 - Powszechna Deklaracja Praw Człowieka,
 - Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy o Fundamentalnych Zasadach i Prawach w Pracy
 - Deklaracja z Rio o Środowisku Naturalnym i Rozwoju Agenda 21
 - Konwencja Narodów Zjednoczonych przeciwko korupcji

W szczególności przestrzeganie Zasad oznacza, że:

- 1) Kontrahent bierze na siebie odpowiedzialność za tworzenie środowiska pracy wolnego od wszelkiego rodzaju dyskryminacji oraz zachowań charakteryzujących się jakiegokolwiek typu przemocą skierowaną przeciwko osobom.

- 2) Wszyscy pracownicy terminowo otrzymują należne im wynagrodzenie.
- 3) Wszyscy pracownicy są traktowani sprawiedliwie i z szacunkiem przez przełożonych, podwładnych i kolegów.
- 4) Kontrahent zapewnia terminowe odprowadzanie składek na ubezpieczenia zdrowotne, społeczne i emerytalne.
- 5) Kontrahent zapewnia swoim pracownikom bezpieczne środowisko pracy i zobowiązuje się do ciągłej aktualizacji środków zabezpieczających przed wypadkami oraz ścisłego przestrzegania odpowiednich przepisów we wszystkich miejscach, gdzie prowadzi swoją działalność.
- 6) Wszyscy pracownicy są odpowiedzialni za bezwzględne przestrzeganie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy. Zobowiązani są również do odpowiedniego używania przydzielonego im sprzętu przy wykonywaniu niebezpiecznych prac, do przekazywania swym kolegom i podwładnym wiedzy z zakresu bezpieczeństwa pracy oraz zachęcania do stosowania odpowiednich środków bezpieczeństwa.
- 7) Kontrahent nie dopuszcza pracy małoletnich. Kontrahent nie korzysta z pracy małoletnich ani nie stosuje w działalności gospodarczej żadnych produktów i usług pochodzących z pracy małoletnich, dbając jednocześnie o wypełnianie przepisów Międzynarodowej Organizacji Pracy odnoszących się do prac osób niepełnoletnich.
- 8) Kontrahent zobowiązuje się do powstrzymania od jakichkolwiek działań uznawanych za nieuczciwą konkurencję i zobowiązuje się do dbałości o przestrzeganie norm prawnych dotyczących ochrony zasad konkurencyjności.
- 9) Kontrahent nie będzie dokonywał przekupstwa wobec władz i urzędników państwowych oraz zakazuje swoim pracownikom dokonywania i otrzymywania od osób trzecich nienależnych opłat jakiegokolwiek rodzaju, prezentów, datków czy przysług nieobjętych zwyczajową działalnością rynkową, lub które, ze względu na swą wartość, charakter bądź okoliczności, mogą wpłynąć na rozwój stosunków handlowych, urzędowych i zawodowych, w których uczestniczy firma.
- 10) Kontrahent ustanawia, jako główną wytyczną swojej działalności gospodarczej, dążenie do osiągnięcia najwyższej jakości świadczonych usług.
- 11) Kontrahent stara się jak najlepiej zaspokoić oczekiwania swoich klientów i dokłada wszelkich starań, aby poznać z wyprzedzeniem ich potrzeby.
- 12) Pracownicy Kontrahenta są odpowiedzialni za dbałość o powierzone im aktywa firmy, zabezpieczając je przed wszelkimi szkodami, utratą, kradzieżą czy niewłaściwym, niezgodnym z prawem bądź nieuczciwym użyciem.
- 13) Kontrahent gwarantuje poszanowanie poufności posiadanych danych dotyczących osób trzecich.
- 14) Kontrahent zobowiązuje się do dbałości o poszanowanie środowiska naturalnego przy wykonywaniu swojej działalności oraz do ograniczenia do minimum ewentualnych skutków tej działalności dla środowiska. Kontrahent udostępnia swoim pracownikom wszelkie konieczne środki, umożliwiając osiągnięcie powyższego celu.
- 15) Kontrahent zobowiązuje się do ścisłego przestrzegania przepisów z zakresu ochrony środowiska.
- 16) Kontrahent przyczynia się do zachowania zasobów naturalnych oraz ochrony obszarów o specjalnych walorach ekologicznych, krajobrazowych, naukowych czy kulturalnych.
- 17) Kontrahent zobowiązuje się do działania w sposób odpowiedzialny społecznie i przestrzegania praw kraju, w którym prowadzi działalność.

3. Na żądanie Banku Kontrahent niezwłocznie poinformuje Bank o stosowanych procedurach, których dotyczy niniejsza klauzula. Bank będzie nadto uprawniony do dokonywania, bądź osobiście, bądź za pośrednictwem wybranego i opłacanego przez siebie audytora, okresowych audytów mających na celu sprawdzenie przestrzegania przez Kontrahenta Zasad, pod warunkiem poinformowania o terminie takiego audytu na piśmie z odpowiednim wyprzedzeniem.
4. Jeżeli zostanie stwierdzona niezgodność postępowania Kontrahenta z Zasadami, Kontrahent na pisemne żądanie Banku ma obowiązek usunąć naruszenie niezwłocznie, jednakże nie później niż w terminie 30 (trzydziestu) dni od otrzymania żądania. W razie bezskutecznego upływu tego terminu Bank jest uprawniony do wypowiedzenia Umowy ze skutkiem natychmiastowym.
5. Kontrahent oświadcza, iż przestrzega praw człowieka, prawa pracy, przepisów dotyczących uczciwej konkurencji, praw własności oraz przepisów ochrony środowiska naturalnego, a w szczególności Kontrahent oświadcza o:
 - braku postępowań administracyjnych toczących się przeciwko Kontrahentowi w związku z naruszeniem ww. przepisów;
 - braku prawomocnych kar administracyjnych nałożonych na Kontrahenta w związku z naruszeniem ww. przepisów w przeciągu 3 ostatnich lat."

Citi Handlowy dba o wzajemne relacje z dostawcami, którzy mają określone oczekiwania wynikające ze stosowania koncepcji społecznej odpowiedzialności. Bank jest zainteresowany stabilną, długotrwałą współpracą zapewniającą ciągłość dostaw. Analiza płatności faktur zakupowych przygotowana dla głównych kontrahentów Banku pod względem kwot zapłaconych za usługi/produkty nie przekroczyła 30 dni. Dbalność o terminowe opłacanie faktur eliminuje zakłócenia w łańcuchu dostaw kolejnych podmiotów.

Bank współpracuje z dostawcami zatrudniającymi osoby niepełnosprawne. Orzeczenie o niepełnosprawności nie oznacza, że osoba taka nie może pracować. Praca może stać się elementem rehabilitacji, tzw. rehabilitacji zawodowej. Współpraca z firmami zatrudniającymi osoby niepełnosprawne wpisuje się w nurt zarządzania różnorodnością. Jeden z kontrahentów Banku oddelegowuje do pracy w jednostkach organizacyjnych Banku osoby niepełnosprawne.

ZATRUDNIENIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH U PRZYKŁADOWEGO DOSTAWCY BANKU

Rok	Ogółem	Na kontraktach w Banku
2015	297	42
2016	290	41
2017	262	35

Podpisy Członków Zarządu

21.03.2018 roku	Sławomir S. Sikora	Prezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

21.03.2018 roku	Maciej Kropidłowski	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

21.03.2018 roku	David Mouillé	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

21.03.2018 roku	Barbara Sobala	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

21.03.2018 roku	Katarzyna Majewska	Członek Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

21.03.2018 roku	Czesław Piasek	Członek Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

21.03.2018 roku	Natalia Bożek	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Dorota Szostek-Rustecka
Dyrektor Biura Prasowego
Tel.: +48 (22) 690 10 49
Tel. kom.: +48 667 635 427
e-mail: dorota.szostekrustecka@citi.com

www.citihandlowy.pl
Bank Handlowy w Warszawie S.A.

The logo for Citi Handlowy, featuring the word "citi" in a lowercase, sans-serif font with a red arc above the "i", followed by "handlowy" in a larger, lowercase, sans-serif font, and a registered trademark symbol (®) to the right.

Znaki Citi oraz Citi Handlowy stanowią zarejestrowane znaki towarowe Citigroup Inc., używane na podstawie licencji. Spółce Citigroup Inc., oraz jej spółkom zależnym przysługują również prawa do niektórych innych znaków towarowych tu użytych.