

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych 2018



**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych
Banku Handlowego w Warszawie S.A.**

oraz

**Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A.
za rok obrotowy kończący się
31 grudnia 2018 roku**

Spis treści

2 O Sprawozdaniu

3 List Prezesa Zarządu

6 O Citi Handlowy

6 Struktura akcjonariatu

6 Grupa Kapitałowa Citi Handlowy

7 Citi Handlowy - podsumowanie

7 Misja

8 Model biznesowy

8 Strategia Citi Handlowy

9 Ład korporacyjny

11 Zarządzanie ryzykiem

11 Interesariusze

12 Członkostwo w organizacjach

13 Nagrody i wyróżnienia

16 Jak prowadzimy działalność

16 Kodeks etyczny

20 Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw

22 Zarządzanie ryzykiem zgodności

27 Odpowiedzialne zarządzanie relacjami z klientami



37 Troška o środowisko

37 Systemy zarządzania ochroną środowiska

37 Mniejszy bezpośredni ślad środowiskowy

40 Projekty proekologiczne

43 Troška o ludzi

43 Zaangażowanie w obronę praw człowieka

43 Wspieranie inicjatyw pracowniczych

47 Polityka zatrudnienia

50 Struktura zatrudnienia w Citi Handlowy

55 Rozwój pracowników

60 Warunki zatrudnienia

63 Działalność socjalna

66 Rozwój społeczności

66 Zaangażowanie społeczne

70 Mecenat kulturalny i sponsoring

71 Wolontariat pracowniczy

„Wspieranie wzrostu i rozwoju naszych klientów oraz lokalnych społeczności jest częścią DNA naszej organizacji. (...) Dzisiaj, jako część Grupy Citi – jednej z największych instytucji finansowych o globalnym zasięgu – oraz najstarszy bank komercyjny w Polsce, kontynuujemy to dziedzictwo, pomagając zmieniać świat na lepsze. Dokonując rzeczy wielkich jako Bank, jednocześnie dostrzegamy potrzeby lokalnych społeczności, wspierając ich rozwój i niosąc pomoc potrzebującym.”

- Sławomir S. Sikora, prezes Zarządu Citi Handlowy

O Sprawozdaniu

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. (Grupy) (dalej: Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych; Sprawozdanie) uwzględnia kluczowe aspekty środowiskowe, społeczne oraz związane z ładem korporacyjnym (ang. ESG – Environmental, Social, Governance) w związku z działalnością Grupy.

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

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 Zarządzania Finansami, wchodził przedstawiciel: Pionu Zarządzania Finansami, Departamentu Strategii i Relacji Inwestorskich, Departamentu Komunikacji Korporacyjnej i Marketingu, Pionu Wsparcia i Usług, Pionu Zarządzania Kadrami, Fundacji Bankowej im. Leopolda Kronenberga oraz Rzecznik klienta.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy prezentuje działalność za okres od 1 stycznia 2018 roku do 31 grudnia 2018 roku, chyba że w treści Sprawozdania wskazano inaczej.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy 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 Grupa podlega obowiązkowi sprawozdawczemu. Sprawozdanie stanowi załącznik do Sprawozdania z działalności Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. i jest dostępny na stronie internetowej Citi Handlowy (www.citihandlowy.pl) w zakładce „Informacje finansowe”.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

**Biuro Prasowe
Citi Handlowy
Bank Handlowy w Warszawie S.A.**
ul. Senatorska 16
00-923 Warszawa
biuro.prasowe@citi.com

List Prezesa Zarządu

Szanowni Państwo,

wspieranie wzrostu i rozwoju naszych klientów oraz lokalnych społeczności jest częścią DNA naszej organizacji. Bank Handlowy w Warszawie S.A. czerpie ze 150-letniej historii, której kierunek nadał jego założyciel i fundator, Leopold Kronenberg. Ten wybitny finansista i przemysłowiec był jednocześnie jednym z największych społeczników i filantropów swojej epoki. Dzisiaj, jako część Grupy Citi - jednej z największych instytucji finansowych o globalnym zasięgu - oraz najstarszy bank komercyjny w Polsce, kontynuujemy to dziedzictwo, pomagając zmieniać świat na lepsze. Dokonując rzeczy wielkich jako Bank, jednocześnie dostrzegamy potrzeby lokalnych społeczności, wspierając ich rozwój i niosąc pomoc potrzebującym.

Jako instytucja zaufania publicznego kładziemy ogromny nacisk na prowadzenie naszych działań zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, najlepszymi praktykami biznesowymi i najwyższymi standardami etycznymi. Odpowiedzialność społeczna Citi Handlowy znajduje odzwierciedlenie we wszystkich kluczowych obszarach związanych z naszym biznesem: relacjach z klientami, dostawcami i partnerami, działaniach na rzecz ochrony środowiska, wspieraniu naszych pracowników i dbaniu o rozwój społeczności.

Citi Handlowy przestrzega najwyższych standardów etycznych. Stosowanie zasad etyki zawodowej jest fundamentem naszych działań wobec siebie, naszych klientów i dostawców. Nasze osiągnięcia na tym polu doceniła kapituła konkursu Etyczna Firma organizowanego przez „Puls Biznesu”, która przyznała nam ten zaszczytny tytuł trzeci raz z rzędu. Tym samym Citi Handlowy znalazł się - jako jedyny bank - w specjalnej kategorii, otrzymując tytuł „Super Etyczna Firma”. Z kolei w Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2018, organizowanym przez „Dziennik Gazeta Prawna”, Citi Handlowy uzyskał poziom „kryształowy”, skupiający dojrzałe, aktywne firmy w zakresie CSR.

Dużym wyzwaniem minionego roku w otoczeniu biznesowym były kwestie regulacyjne związane z nowymi standardami ochrony danych klientów. Citi Handlowy regularnie przechodzi odpowiednie audyty oraz szkoli swoich pracowników, wychodząc z założenia, że dane osobowe klientów są dobrem, które należy bezwzględnie chronić - dlatego rygorystyczne zasady w tej kwestii obowiązują również naszych dostawców.



Sławomir S. Sikora
Prezes Zarządu

Jako instytucja finansowa dbająca o zaufanie publiczne poważnie podchodzimy do kwestii przeciwdziałania praniu pieniędzy i przeciwdziałania finansowaniu terroryzmu. Regularnie powtarzane szkolenia z tego zakresu są obowiązkowe dla wszystkich pracowników, podobnie jak szkolenia z zakresu sankcji ekonomicznych czy przeciwdziałania i wykrywania korupcji.

W sposób odpowiedzialny oferujemy rozwiązania finansowe, a naszym doświadczeniem i wiedzą dzielimy się z klientami. Z korzyścią dla nich współtworzymy i wdrażamy najnowsze rozwiązania i technologie. Jesteśmy pierwszą instytucją finansową na polskim rynku, która umożliwiła podmiotom trzecim korzystanie z piaskownicy regulacyjnej zgodnej z dyrektywą PSD2. Citi Handlowy zorganizował w 2018 roku PSD2 Challenge - konkurs, którego celem było wyłonienie najlepszych rozwiązań z zakresu open banking, przygotowanych w połączeniu z Citi API. Zgłoszone w nim pomysły to dopracowane, gotowe do wdrożenia rozwiązania, stanowiące innowacyjne podejście do usług bankowych.

W minionym roku zrealizowaliśmy wiele istotnych działań proekologicznych. Citi Handlowy przeprowadził analizę i zidentyfikował główne obszary oddziaływania na środowisko. Jednym z nich jest zużycie energii: dlatego w 2018 roku podjęliśmy wiele działań w celu redukcji tego oddziaływania. Były to m.in. modernizacje węzłów cieplnych, urządzeń grzewczych, wentylacji, klimatyzacji, termoizolacji czy oświetlenia. Dzięki tym inwestycjom w latach 2016-2018 zmniejszyliśmy zużycie energii elektrycznej o ponad 2000 MWh, a energii cieplnej o 5000 GJ. Troski o środowisko oczekujemy także od naszych

dostawców. Klienci Citi Handlowy otrzymali od Banku kalendarze na 2019 rok wykonane z resztek jabłek, które w 100 procentach podlegają recyklingowi.

Zaangażowanie w ochronę środowiska okazujemy również poprzez walkę ze smogiem w polskich miastach. Drugi rok z rzędu wspieraliśmy sieć rowerów miejskich w 9 największych miastach w całej Polsce. Ponadto warszawscy rowerzyści mogli je wygodnie wypożyczyć za pomocą aplikacji Citi Handlowy Bikes, a przy okazji dowiedzieć się, jak jazda na rowerze przyczyniła się do zachowania lepszej jakości powietrza w mieście poprzez redukcję emisji CO₂.

W Citi Handlowy dążymy do tego, by być organizacją, w której chcą pracować najlepsi, w której zatrudniają się i awansuje pracownicy na podstawie osiągnięć, a szanse rozwoju są dostępne dla wszystkich na równych warunkach. Promujemy kulturę organizacyjną, w której pracownicy traktują siebie z wzajemnym szacunkiem i która daje im możliwość pogodzenia życia zawodowego z codziennymi obowiązkami i prywatnymi pasjami.

Połowę składu Zarządu Citi Handlowy w 2018 roku stanowiły kobiety. Kobiety stoją u sterów trzech kluczowych obszarów w działalności Banku: Ryzyka, Finansów oraz Operacji i Technologii. W całym Banku kobiety zajmują ponad połowę stanowisk menedżerskich. Wynika to z naszej filozofii Citi Diversity, promującej różnorodność i włączenie społeczne. W Citi Handlowy wynagrodzenia, awans oraz rozwój nie mają płci. Dążymy do tego, aby kobiety i mężczyźni na równorzędnych stanowiskach byli wynagradzani równo, zgodnie z kompetencjami. Mają mieć przy tym takie same możliwości rozwoju.

Wyrazem uznania dla mojego zespołu za działania na rzecz budowania różnorodności oraz wspierania kobiet jest tytuł Male Champion of Change, którym zostałem uhonorowany jako prezes Zarządu Citi Handlowy i Citi Country Officer w konkursie Bizneswoman Roku organizowanym przez Fundację Sukces Pisany Szminką.

Jestem również członkiem klubu Male Champion of Change, który powstał po to, by wspierać działania w obszarze edukacji, budowania świadomości i dzielenia się dobrymi praktykami, które przyczynią do lepszego wykorzystania talentów kobiet i mężczyzn oraz budowania różnorodności w biznesie. Zgodnie z celami, które wyznaczaliśmy sobie na pierwsze 12 miesięcy jego działalności, zobowiązałem się, że nie będę uczestniczył w panelach i dyskusjach, w której nie uczestniczy przynajmniej jedna kobieta, podejmę zintensyfikowane działania na rzecz wprowadzania elastycznego czasu pracy oraz budowania ścieżki kariery w firmie z uwzględnieniem urlopów macierzyńskich oraz tacierzyńskich, a także działania na rzecz likwidacji luki płacowej w Citi Handlowy.

Pracowników i klientów Citi Handlowy zachęcamy do zdrowego stylu życia w ramach globalnej inicjatywy Live

Well at Citi. W Polsce realizujemy ją według unikalnej formuły, która obejmuje też aspekt społeczny. Zatem angażując się w udział w wydarzeniach sportowych, nasi zawodnicy wspierają wybrany cel charytatywny. W ten sposób w 2018 roku pomogliśmy warszawskiemu Specjalistycznemu Ośrodkowi Wsparcia Ofiar Przemocy w Rodzinie, prowadzonemu przez Centrum Praw Kobiet. Wolontariusze Citi Handlowy wyremontowali nową siedzibę ośrodka, a Bank sfinansował jego wyposażenie. Projekt uzyskał Wyróżnienie Białej Wstążki w kategorii Pracodawca-Sponsor. Poprzez udział w innym wydarzeniu - warszawskiej edycji biegu organizowanego przez Fundację Poland Business Run, pomogliśmy młodym osobom po amputacjach.

W działania z obszaru edukacji finansowej, wolontariatu pracowniczego, ale też inicjatywy promujące polski biznes oraz wspierające ochronę dziedzictwa kulturowego realizujemy poprzez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy oraz przy wsparciu Citi Foundation. W największym w Polsce programie edukacji finansowej dla młodzieży, Moje Finanse, w 2018 roku wzięło udział ponad 90 tys. uczniów oraz 1 600 nauczycieli. Wśród innych inicjatyw edukacyjnych są: Tydzień dla Oszczędzania, czyli program łączący edukację finansową i kształtowanie postaw przedsiębiorczych; Być Przedsiębiorczym, czyli program, którego celem 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; program Biznes w kobiecych rękach skierowany do kobiet, które chcą założyć własną firmę; a także konkurs Mikroprzedsiębiorca Roku, którego celem jest wspieranie przedsiębiorczości, zachęcanie do zakładania własnych firm oraz wyróżnianie i promowanie najlepszych z nich jako przykładów efektywnych działań gospodarczych.

W minionym roku po raz 5. przyznaliśmy nagrodę Emerging Market Champions w konkursie promującym polskie przedsiębiorstwa z powodzeniem dokonujące ekspansji za granicą oraz firmy z rynków wschodzących inwestujące w Polskę, które tym samym tworzą nowe miejsca pracy i wspierają polską gospodarkę. W jubileuszowej edycji po raz pierwszy wyróżniliśmy laureata w trzeciej kategorii - czempiona segmentu e-commerce.

Program wolontariatu pracowniczego w Citi Handlowy jest jednym z największych takich przedsięwzięć w Polsce. W 2018 roku nasi wolontariusze reprezentujący Citi w Polsce, tj. Citi Handlowy oraz centrum usług wspólnych - Citi Service Center Poland, razem z klientami Banku, rodzinami i przyjaciółmi zrealizowali 251 projektów wolontariackich na rzecz 40,5 tysiąca odbiorców. Wolontariusze Citi zaangażowali się w sumie 4 480 razy. Kulminacyjną inicjatywą była 13. edycja Światowego Dnia Citi dla Społeczności, w którym uczestniczyła jedna trzecia naszego zespołu.

Jestem przekonany, że w kolejnych latach zadowolenie pracowników Citi Handlowy oraz siła, z jaką identyfikują się z naszą organizacją będą wzrastać. Chcemy to osiągnąć m.in. poprzez realizację People Strategy, czyli szereg inicjatyw, których efektem będą daleko idące zmiany w kulturze organizacyjnej obowiązującej w Banku. Wierzę też, że zmiany te w jeszcze większym stopniu będą wspierać rozwój i wzrost naszych klientów, partnerów i społeczności, w których prowadzimy naszą działalność.



Sławomir S. Sikora
Prezes Zarządu
Bank Handlowy w Warszawie S.A.

O Citi Handlowy

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. Historia Citi Handlowy dostępna jest na stronie internetowej:

www.citihandlowy.pl

Struktura akcjonariatu

Większościowym i strategicznym akcjonariuszem Citi Handlowy 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).

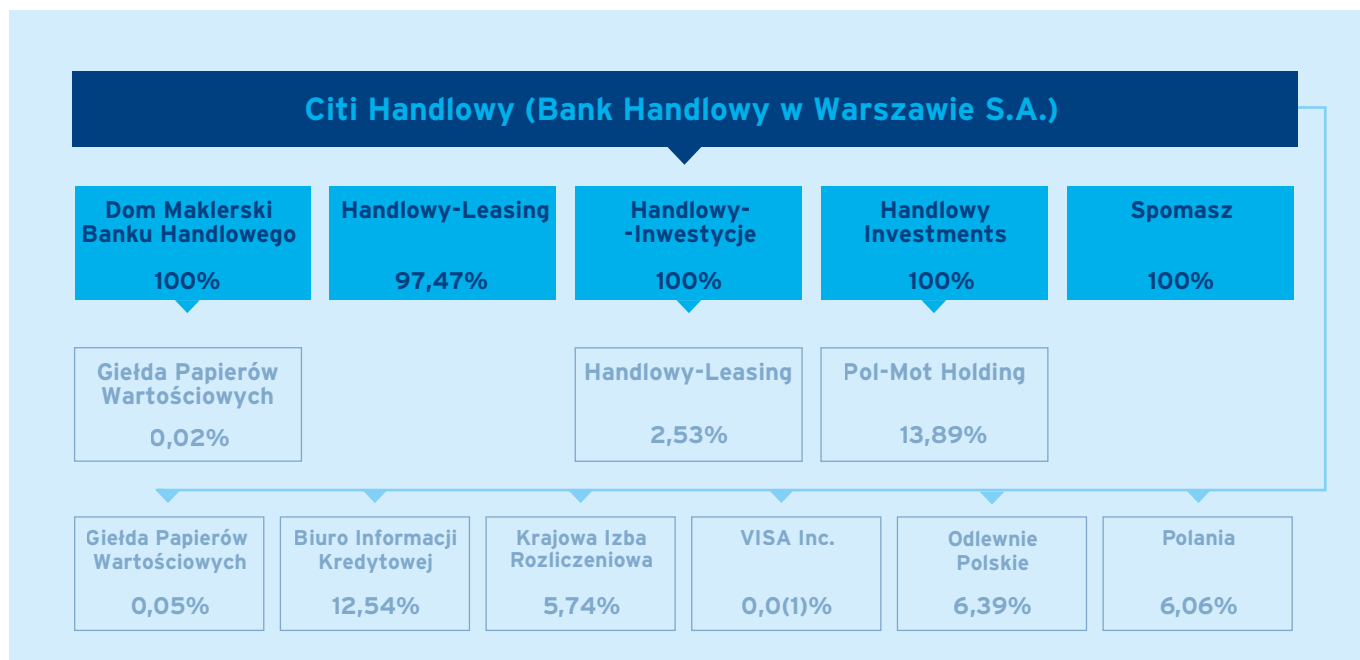
Przynależność do globalnej instytucji finansowej zapewnia klientom Banku dostęp do usług finansowych w ponad 160 krajach i jurysdykcjach.

Grupa kapitałowa Citi Handlowy

W skład Grupy Kapitałowej wchodzi Bank Handlowy w Warszawie S.A., działający pod marką Citi Handlowy (jednostka dominująca) oraz spółki zależne.

Spółką nadrzędną Grupy jest Bank Handlowy w Warszawie S.A. (Citi Handlowy, Bank), 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 i wzmacnia pozycję konkurencyjną Banku na rynku usług finansowych w Polsce. Pozostałe podmioty nie prowadzą istotnej działalności z perspektywy Grupy. W związku z tym oprócz informacji dotyczących Citi Handlowy w Sprawozdaniu zaprezentowany został dodatkowo tylko DM Citi Handlowy.

STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ



Citi Handlowy - podsumowanie

Oferowanie
w odpowiedzialny
sposób usług
finansowych

Zaufany partner
wspierający
swoich klientów

Tworzenie
wartości
ekonomicznej



Globalny charakter - przynależność do Grupy Citi działającej w ponad 160 krajach i jurysdykcjach na całym świecie



Bezpieczeństwo i stabilność - wysoka pozycja kapitałowa i płynnościowa



Różnorodny zespół - 3,4 tys. pracowników wspierających naszych klientów instytucjonalnych i detalicznych



Unikalna oferta dla klientów prowadzących działalność międzynarodową, podróżujących i inwestujących na rynkach światowych



Bankowość instytucjonalna

Bank pierwszego wyboru dla firm planujących ekspansję zagraniczną i inwestujących w Polsce

#1 wśród Dealerów Skarbowych Papierów Wartościowych

Wiodąca pozycja w **transakcjach FX** klientów

Lider w zarządzaniu środkami finansowymi



Bankowość detaliczna

Lekki model bankowości oparty na **nowoczesnych kanałach cyfrowych**

Przyjazny bank dzięki umiejętnemu zarządzaniu **doświadczeniami klientów**

Silna pozycja w obszarze **Wealth Management**

#1 w kartach kredytowych - wolumen kredytu i transakcji

Bank odpowiedzialny społecznie



Model biznesowy służący społeczeństwu



Kierowanie się etyką przy podejmowaniu decyzji i odpowiedzialne prowadzenie biznesu



Zajmowanie zdecydowanego stanowiska w sprawach istotnych dla społeczeństwa i gospodarki



Nacisk na przejrzystość procesów i podejmowania decyzji

Misja

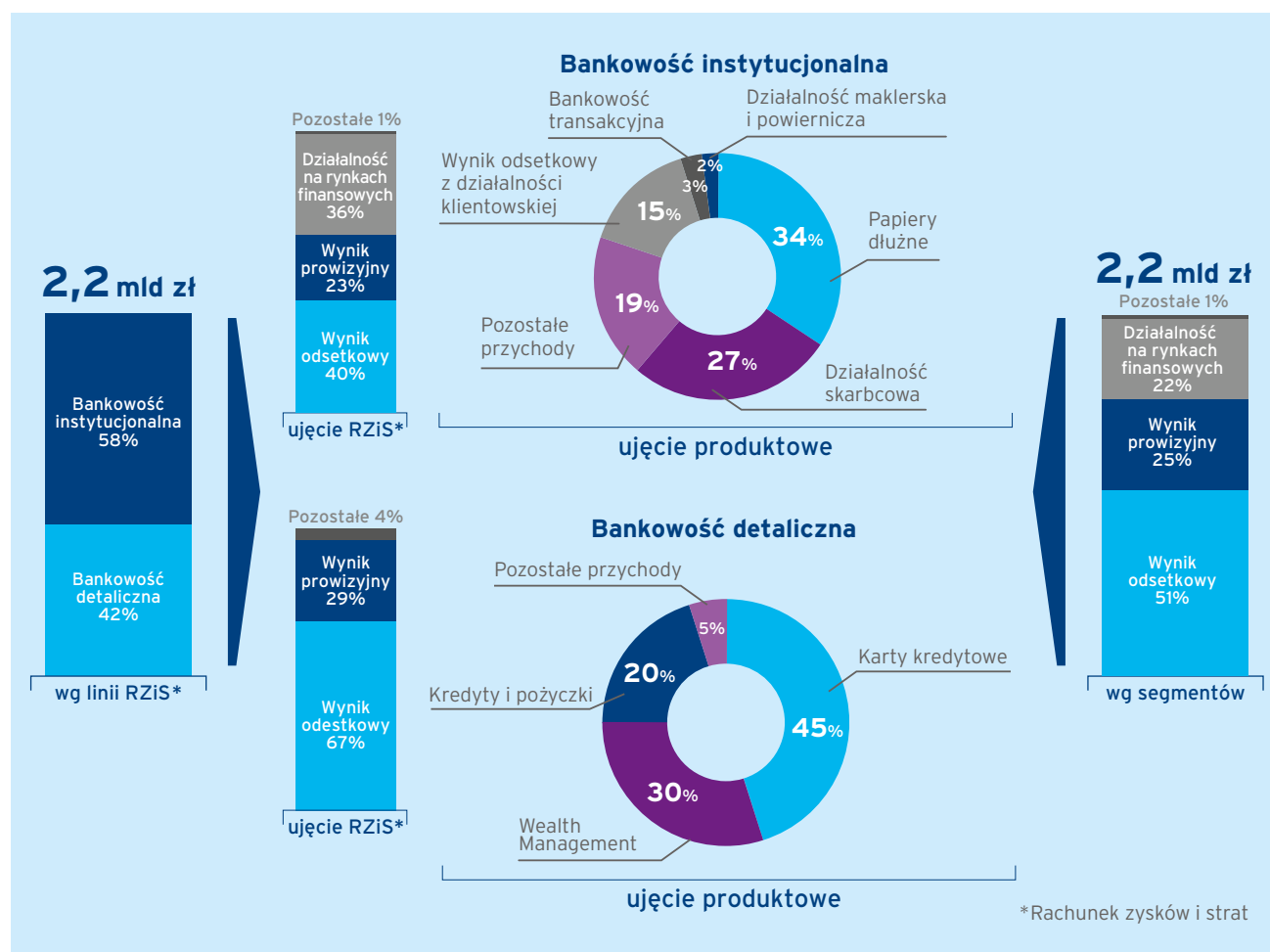
Misją Citi Handlowy jest działać jako zaufany partner dla swoich klientów, wspierać ich w rozwoju oraz w sposób odpowiedzialny oferować im usługi finansowe. Celem Banku jest, by te wszystkie działania przekładały się na wzrost i rozwój ekonomiczny. Dla jego realizacji Bank czerpie z wiedzy i doświadczenia globalnej sieci Citi, budując swoją wartość

w oparciu o najlepszych ekspertów na rynku i najwyższej klasy *know-how*. To, co wyróżnia Citi Handlowy spośród konkurencji, to wysokiej jakości usługi oraz nieustanne tworzenie takich rozwiązań bankowych, które precyzyjnie wpisują się w potrzeby naszych klientów i pozwalają im realizować ich plany.

Model biznesowy

Citi Handlowy jest bankiem strategicznie skoncentrowanym na zdefiniowany rynek docelowy z obszarów bankowości instytucjonalnej i detalicznej.

STRUKTURA PRZYCHODÓW 2018



W 2018 ROKU CITI HANDLOWY WPŁACIŁ DO POLSKIEGO BUDŻETU

167 mln zł
z podatku CIT

78 mln zł
z PIT

54 mln zł
podatku VAT

22 mln zł
podatku od dywidendy

88 mln zł
podatku bankowego

Strategia Citi Handlowy

W 2018 roku Citi Handlowy opracował strategię na lata 2019-2021 („Strategia”). Nowa Strategia Grupy stanowi kontynuację strategii na lata 2016-2018 w zakresie fundamentów działania Citi Handlowy. Bank pozostaje zorganizowany w ramach dwóch głównych segmentów (bankowość instytucjonalna i bankowość detaliczna), utrzymując koncentrację na tych obszarach rynku, na których istnieje istotna przewaga konkurencyjna (takich jak usługi Wealth Management dla zamożnych klientów, karty kredytowe, produkty wymiany walutowej i zarządzania gotówką, oferta dla firm i klientów indywidualnych poszukujących globalnego partnera finansowego). Priorytetem dla Banku pozostaje niezmiennie bezpieczeństwo klientów zarówno w wymiarze utrzymywania wysokiej płynności, bezpiecznego poziomu kapitału, jak i w wymiarze cyberbezpieczeństwa, na które w obliczu szybkiego rozwoju i implementacji nowych technologii Bank będzie kładł szczególny nacisk. Niezmiennie pozostaje również założenie dbania o wzrost wartości dla akcjonariuszy zarówno poprzez wypłatę atrakcyjnej dywidendy, jak i wzrost wyników finansowych.

W segmencie bankowości instytucjonalnej Citi Handlowy jest wiodącym podmiotem świadczącym usługi na rzecz międzynarodowych korporacji oraz największych przedsiębiorstw lokalnych. Strategia Grupy przewiduje podjęcie inicjatyw, których celem jest wzrost przychodów związanych z działalnością klientowską, a do najistotniejszych działań w tym zakresie należy zmiana podejścia do obsługi szybko rosnących firm nowej gospodarki, które rozważają rozwój swojej działalności w sposób nieorganiczny oraz poszukują bardziej złożonych rozwiązań bankowych. Citi Handlowy posiada w swojej ofercie wieloproduktowe rozwiązania spełniające oczekiwania tego typu klientów (m.in. w zakresie rynków kapitałowych, instrumentów dłużnych, międzynarodowego zarządzania gotówką) oraz jest przygotowany do udzielenia finansowania w tym zakresie. Ponadto Bank widzi istotny potencjał przychodowy w ramach udziału w transakcjach transformacyjnych największych klientów korporacyjnych, między innymi z udziałem funduszy Private Equity (np. transakcje LBO, IPO i M&A). Citi Handlowy planuje też utrzymanie pozycji lidera w segmencie firm globalnych.

W segmencie bankowości detalicznej, w celu wzrostu przychodów, główny nacisk zostanie położony na budowanie skali działalności poprzez rozwój partnerstw strategicznych, co pozwoli zarówno zwiększyć bazę klientowską, jak i budować dodatkowe wolumeny kredytowe, poprzez dostęp do nowych, niewykorzystanych do tej pory grup klientów. Istotne znaczenie dla budowy skali będzie miała także digitalizacja i uproszczenie procesu pozyskiwania nowych klientów z wykorzystaniem najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych (m.in. takich jak biometria i sztuczna inteligencja). Z kolei

po stronie usług związanych z Wealth Management kluczowe będzie poszerzenie bazy klientów zamożnych (Citigold, Citi Private Client) dzięki ciągłemu wzbogacaniu oferty produktów, wprowadzenie rozszerzonego doradztwa i regularnej aktualizacji oferty produktów strukturyzowanych oraz funduszy inwestycyjnych.

Citi Handlowy będzie kontynuował realizację inicjatyw efektywnościowych we wszystkich obszarach biznesowych, a uzyskane oszczędności będzie inwestował w rozwój technologii cyfrowych.

Ład korporacyjny

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. (GPW) w formie dokumentu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” (DPSN), dostępnego na stronie www.gpw.pl, będącej oficjalną stroną Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., poświęconą zagadnieniom ładu korporacyjnego spółek notowanych na Głównym Rynku GPW oraz na New Connect.

Komisja Nadzoru Finansowego (KNF) uchwałą z dnia 22 lipca 2014 roku wydała dokument pod nazwą „Zasady Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych” („Zasady”), które weszły w życie 1 stycznia 2015 roku. 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. Tekst Zasad dostępny jest na oficjalnej stronie internetowej KNF:

www.knf.gov.pl

Przyjęcie do stosowania w Banku Zasad Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych nastąpiło w drodze:

- Uchwały Zarządu Banku z dnia 9 grudnia 2014 roku,
- Uchwały Rady Nadzorczej z dnia 18 grudnia 2014 roku,
- Uchwały nr 30/2015 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Banku Handlowego w Warszawie S.A. z dnia 22 czerwca 2015 roku.

W odniesieniu do trzech zasad podjęto decyzję o ich niestosowaniu:

- 1) § 11.2 (transakcje z podmiotami powiązanymi) - 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.
- 2) § 8.4 (e-walne) - 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.
- 3) § 16.1 (język polski na posiedzeniach Zarządu) - posiedzenia Zarządu, w których biorą udział cudzoziemcy, w szczególności cudzoziemcy będący członkami Zarządu nie posługujący się językiem polskim, odbywają się w języku angielskim. Jednocześnie wnioski na Zarząd, wszelkie materiały oraz protokoły z posiedzeń przygotowywane są i archiwizowane w języku polskim.

„Kodeks Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej)” to zbiór zasad postępowania związanych z działalnością banków, które odnoszą się odpowiednio do banków, osób w nich zatrudnionych oraz osób, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe. Tekst Kodeksu dostępny jest na stronie internetowej Związku Banków Polskich pod adresem:

www.zbp.pl

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

RESPECT INDEX DLA CITI HANDLOWY



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 realny punkt odniesienia 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 2018 Citi Handlowy znalazł się w zestawieniu RESPECT Index po raz dwunasty, 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 RESPECT Index.

Zarządzanie ryzykiem

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

RYZYKO	POLITYKI	JAK MIERZYMY RYZYKO
Ryzyko braku zgodności	<ul style="list-style-type: none">• Polityka Zgodności• Zasady Ładu Korporacyjnego• Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW• Zasady Dobrej Praktyki Bankowej	<ul style="list-style-type: none">• Przestrzeganie i promowanie dobrych praktyk
Ryzyko reputacyjne	<ul style="list-style-type: none">• Etyka Reklamy• Zasady Ochrony Danych Osobowych• Program „Treating Customers Fairly”• Wytyczne GPW	<ul style="list-style-type: none">• Badanie satysfakcji klienta - NPS• Czas rozpatrywania reklamacji• Liczba kar nałożonych na Bank za niewłaściwą ochronę danych klienta, nieuczciwe praktyki rynkowe• Obecność w RESPECT Index
Ryzyko środowiskowe	<ul style="list-style-type: none">• System Zarządzania Środowiskiem i Energią	<ul style="list-style-type: none">• Liczba kar nałożonych na Bank za nieprzestrzeganie przepisów• Zużycie mediów• Zużycie i recykling papieru• Flota i karty paliwowe
Ryzyko w obszarze pracowniczym - prawa człowieka	<ul style="list-style-type: none">• Kodeks etyczny• Polityka zatrudnienia• Program rozwoju pracowników• Polityka wynagrodzeń	<ul style="list-style-type: none">• Wymiar umów o pracę• Elastyczne warunki pracy• Liczba szkoleń• Zachowanie różnorodności
Ryzyko społeczne	<ul style="list-style-type: none">• Realizacja misji Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy	<ul style="list-style-type: none">• Wymiar wolontariatu pracowniczego• Liczba godzin wolontariatu

Interesariusze

Bank posiada zdefiniowaną grupę interesariuszy, w skład których wchodzi: pracownicy, inwestorzy, klienci, społeczeństwo i regulatorzy oraz organizacje ekologiczne wraz z inspektorami nadzoru ochrony środowiska.

INTERESARIUSZE

INTERESARIUSZE	W JAKI SPOSÓB SIĘ ANGAŻUJEMY?	PRZYKŁADY Z 2018 ROKU
Inwestorzy (inwestor strategiczny, inwestorzy instytucjonalni i indywidualni, agencje ratingowe i domy maklerskie, GPW)	<ul style="list-style-type: none"> Spotkania grupowe i telekonferencje (kwartalne publikacje wyników, konferencje z inwestorami) Spotkania indywidualne 	<ul style="list-style-type: none"> Uczestnictwo w ponad 50 spotkaniach z inwestorami, w których brali udział Prezes Zarządu i Dyrektor Finansowy
Pracownicy (pracownicy etatowi, studenci, związki zawodowe, inspekcja pracy, byli pracownicy, pracownicy podwykonawców, w tym outsourcingowi)	<ul style="list-style-type: none"> Wewnętrzna sieć intranetowa E-maile Spotkania typu „Town Hall” Platforma społecznościowa Citi Collaborate Ankieta „Głos pracownika” (VoE) 	<ul style="list-style-type: none"> 3 spotkania Prezesa Zarządu w ramach spotkań („Town Hall”) Newsletter „Puls Citi Handlowy” 81 proc. pracowników brało udział w badaniu „Głos pracownika” (VoE)
Klienci (klienci, organizacje konsumenckie, UOKiK)	<ul style="list-style-type: none"> Formularz kontaktowy na stronie internetowej Media społecznościowe - Facebook, w tym aplikacja Messenger Magazyn Citi Handlowy Youtube Spotkania / warsztaty z klientami 	<ul style="list-style-type: none"> Średnio 500 zapytań klientów miesięcznie przez media społecznościowe 205 spraw które wpłynęły do Rzecznika Klienta Program Rozwoju Przedsiębiorczości, który zgromadził ok. 200 uczestników Warsztaty Split Payment, które zgromadziły 500 uczestników oraz 1 400 uczestników w ramach webinarium Konferencje e-Commerce Journey Europejski Kongres Finansowy w Sopocie Konferencje E-commerce Standard EMEA Digital Leaders Summit, w którym brało udział 70 uczestników z 20 krajów Konferencja Digital Champion

Członkostwo w organizacjach

Citi Handlowy jest aktywnym członkiem organizacji branżowych działających w skali regionalnej, krajowej i międzynarodowej. W 2018 roku Citi Handlowy należał do następujących stowarzyszeń, izb gospodarczych i fundacji:

Amerykańska Izba Handlowa
(American Chamber of Commerce - AmCham)

Forum Darczyńców w Polsce

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa
w Polsce (CCIFP)

Fundacja Warszawski Instytut Bankowości

Instytut Finansów Międzynarodowych

Konfederacja Lewiatan

Małopolski Związek Pracodawców LEWIATAN

Podkarpacki Klub Biznesu

Polski Związek Faktorów

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)

Pracodawcy Pomorza

Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza

Stowarzyszenie Audytorów Wewnętrznych IIA Polska

Stowarzyszenie do spraw audytu

i kontroli systemów informatycznych ISACA

Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych (SEG)

Stowarzyszenie Rynków Finansowych ACI

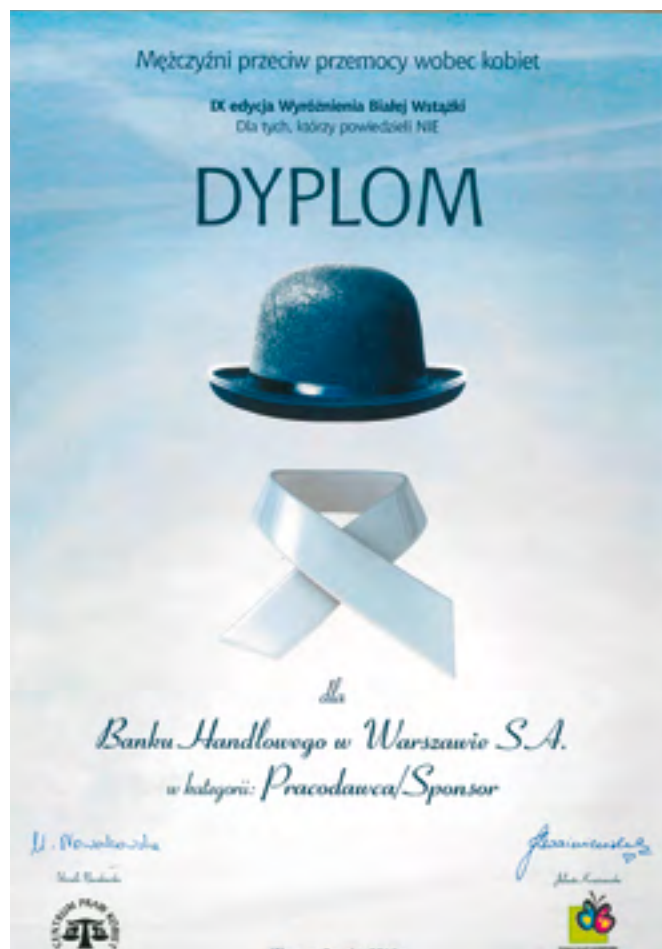
Związek Banków Polskich (ZBP)

Ponadto Prezes Zarządu Citi Handlowy jest

- członkiem Emerging Markets Advisory Council przy Institute of International Finance (IIF) w Waszyngtonie,
- członkiem Komisji Trójstronnej
- członkiem Rady Związku Banków Polskich
- członkiem zarządu AmCham.

DM Citi Handlowy w 2018 roku należał do następujących organizacji:

- Izba Domów Maklerskich
- Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych



Nagroda „Wyróżnienie Białej Wstążki” dla Citi Handlowy w kategorii Pracodawca-sponsor za pomoc dla Specjalistycznego Ośrodka Wsparcia dla Ofiar Przemocy w Rodzinie.

Nagrody i wyróżnienia

W 2018 roku Bank, DM Citi Handlowy i Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy uhonorowano prestiżowymi tytułami i nagrodami z obszaru ESG:



- Citi Handlowy trzeci rok z rzędu otrzymał tytuł „Etycznej Firmy” Pulsu Biznesu i tym samym jako jedyny bank został wyróżniony nagrodą „**Super Etyczna Firma**”. Idea konkursu zakłada wyróżnienie marek, dla których etyka jest kluczowym i nieodzownym elementem funkcjonowania na rynku. Citi Handlowy od początku istnienia konkursu konsekwentnie trafia do grona laureatów, którzy w sposób najbardziej kompleksowy i systemowy wykazują największą aktywność na rzecz budowy i wzmacniania kultury organizacyjnej opartej na etyce i wartościach.
- Citi Handlowy po raz dwunasty znalazł się w zestawieniu **RESPECT Index**, pierwszym w Europie Środkowo-Wschodniej indeksie spółek odpowiedzialnych, zainicjowanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. Bank jest jednym z dwóch banków obecnych w RESPECT Index nieprzerwanie od momentu jego powstania w 2009 roku. Ocenianym obszarem są tu działania w obszarze zrównoważonego rozwoju wpisane w długofalowe strategię biznesowe.
- **15 inicjatyw CSR Citi Handlowy w Polsce znalazło się w 16. edycji raportu Forum Odpowiedzialnego Biznesu**. Publikacja „Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre Praktyki” stanowi jedyne tego 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” oraz Nagrodę im. prof. Aleksandra Gieyszтора.
- Citi Handlowy uzyskał **poziom kryształowy w Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2018**, organizowanym przez Gazetę Prawną. Ranking skupia firmy dojrzałe i aktywne w zakresie CSR.
- Prezes Zarządu Citi Handlowy został wyróżniony w pierwszej w Polsce edycji konkursu Male Champion of Change. Tytuł **Male Champion of Change** przyznawany jest osobom, które mają na swoim koncie wybitne zasługi w zakresie budowania

różnorodności oraz wspierania kobiet. Statuetki Male Champion of Change przyznano podczas IX edycji konkursu Bizneswoman Roku organizowanej przez Fundację Sukces Pisany Szminką.

- Citi Handlowy został laureatem IX edycji Konkursu „**Wyróżnienie Białej Wstążki**” organizowanego pod hasłem „Nie bądź obojętny – Stop przemocy wobec kobiet” w kategorii Pracodawca-sponsor, za pomoc w readaptacji Specjalistycznego Ośrodka Wsparcia dla ofiar przemocy domowej, prowadzonego przez Fundację Centrum Praw Kobiet, mądry wolontariat pracowniczy i długofalowe wsparcie Fundacji. Dodatkowo, w kategorii Osoba prywatna, nagrodzony został pracownik Citi Handlowy za stałą pomoc na rzecz Ośrodka oraz za koordynację akcji wolontariatu pracowniczego Citi w zakresie zbiorów żywności, odzieży, środków higienicznych oraz chemii gospodarczej, warsztatów dla mieszkanki Ośrodka, readaptacji podwórka, świetlicy, kuchni oraz pokoi sypialnych i warsztatowych.



- Citi Handlowy został uhonorowany tytułem najlepszego banku cyfrowego w Polsce w rankingu „**World’s Best Consumer Digital Banks In Central & Eastern Europe 2018**” przygotowanego przez renomowany amerykański magazyn Global Finance. To zaszczytne wyróżnienie Citi Handlowy otrzymał za najwyższej jakości usługi bankowości elektronicznej dla klientów detalicznych. Osiągnięcia w tym zakresie potwierdza liczba klientów Banku korzystających z bankowości mobilnej – w 1. półroczu 2018 roku wzrosła o 32 proc.
- Nowatorska, oparta na współpracy z największymi graczami rynku e-commerce strategia akwizycji Karty Kredytowej Citi Handlowy otrzymała główną nagrodę w konkursie **Innovation organizowanym przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR** w kategorii Model biznesowy. Wyróżnienie to potwierdza skuteczność wdrożonej w 2017 roku strategii Banku, opartej zarówno na dopasowaniu oferty do potrzeb klienta, jak i coraz większej automatyzacji procesu. Współpraca z największymi portalami z branży e-commerce przyniosła wzrost sprzedaży Karty Kredytowej Citi Handlowy w kanałach cyfrowych rok do roku o 26 proc.

Jak prowadzimy działalność

Citi Handlowy dąży do tego, aby być organizacją, w której chcą pracować najlepsi, w której zatrudnia się i awansuje pracowników na podstawie osiągnięć, a szanse rozwoju są powszechnie dostępne. Bank nieustannie pracuje nad stworzeniem kultury organizacyjnej, w której praktykuje się odpowiedzialne finanse, pracownicy traktują siebie z wzajemnym szacunkiem oraz mogą liczyć na wsparcie w kwestii zachowania równowagi między pracą a życiem prywatnym. Bank przestrzega zasad równouprawnienia w rekrutacji pracowników oraz przepisów prawa dotyczących uczciwych praktyk związanych z zatrudnieniem i przeciwdziałaniem dyskryminacji.

Kodeks etyczny

Citi Handlowy przywiązuje istotną wagę do stosowania standardów zarówno w obsłudze klientów zewnętrznych, jak i wewnętrznych. Przestrzeganie zasad etyki zawodowej w codziennych działaniach jest jednym z fundamentalnych obowiązków każdego pracownika.

WSZYSCY PRACOWNICY CITI HANDLOWY POWINNI MIEĆ PEWNOŚĆ, ŻE ICH DECYZJE:



są w interesie
naszych Klientów



tworzą
wartość ekonomiczną



są odpowiedzialne pod kątem
zachowania stabilności
systemu bankowego

W Banku wdrożono szereg regulacji wyznaczających obowiązujące standardy etyczne oraz procedury postępowania w przypadku ich naruszeń. Główne z nich to:

- „Zasady postępowania pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A.”,
- „Regulamin Pracy”,
- „Procedura postępowania w przypadku naruszeń prawa, standardów etycznych oraz procedur obowiązujących w Banku Handlowym w Warszawie S.A.”,
- „Zasady zarządzania konfliktami interesów w Banku Handlowym w Warszawie S.A.”,
- „Procedura dotycząca zasad postępowania w przypadku skarg zgłoszonych przez pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A. (Skargi pracownicze)”,
- „Polityka zakupów produktów i usług oraz zasady zarządzania współpracą z Dostawcami w Banku Handlowym w Warszawie S.A.”.

Zasady postępowania pracowników Banku („Zasady”) są zbiorem najlepszych praktyk, gwarantujących etyczne, zgodne z prawem, zasadami współżycia społecznego oraz wartościami Citi Handlowy działania

wobec klientów i współpracowników. Stanowią również przegląd najważniejszych regulacji wewnętrznych Banku, określających zasady postępowania pracowników.

Citi Handlowy wymaga od wszystkich swoich pracowników, aby przestrzegali norm i wartości określonych w Zasadach. Polega to na stałym okazywaniu zaangażowania w zachowanie najwyższych norm etycznych i profesjonalnym wypełnianiu obowiązków. Kierując się etyką we wszystkich działaniach, pracownicy Citi Handlowy tworzą wartościową organizację. Dzięki temu Bank może świadczyć lepsze usługi dla swoich klientów, kontrahentów oraz społeczności, z którymi łączy go relacje biznesowe. W ten sposób Citi Handlowy staje się też lepszym miejscem pracy dla obecnych i przyszłych pracowników.

Obowiązkiem wszystkich pracowników Banku, bez względu na zajmowane stanowisko, jest postępowanie zgodne z najwyższymi normami etycznymi, co oznacza m.in.:

- dostrzeżenie rzeczywistych lub potencjalnych problemów natury etycznej,
- świadomość obowiązku zgłaszania problemów i reagowania na nie,
- eliminowanie czynników, które mogą zniechęcać pracowników do zgłaszania problemów natury etycznej.

Citi Handlowy od pierwszego dnia zatrudnienia przybliży pracownikom wzorzec oczekiwanego sposobu działania, poświęcając zagadnieniom etycznym osobny moduł w trakcie szkolenia organizowanego dla nowo zatrudnionych pracowników w pierwszym dniu ich pracy („Orientation”).

Ponadto wszyscy pracownicy Citi Handlowy zobowiązani są do ukończenia corocznego szkolenia z zakresu Zasad Postępowania Pracowników Banku, którego celem jest m.in. zapoznanie się z podstawowymi regulacjami wewnętrznymi obowiązującymi w Banku, dotyczącymi profesjonalnego postępowania w miejscu pracy oraz nabycie umiejętności rozpoznawania sytuacji wymagających zgłoszenia zachowań budzących wątpliwości.



DZIEŃ ETYKI

W 2018 roku Bank zorganizował dla pracowników Dzień Etyki, w ramach którego przedstawione zostały zagadnienia związane z zasadami postępowania pracowników, standardami etycznymi oraz wskazane zostały działania, jakie powinien podjąć każdy pracownik, aby skutecznie eliminować wszelkie nieetyczne zachowania, oraz sposoby ich zgłaszania.

Przeciwdziałanie dyskryminacji

Bank zapewnia pracownikom środowisko pracy, w którym zróżnicowanie kadry pracowniczej traktowane jest jako wartość i w którym różnice między pracownikami ceni się i szanuje.

Stosowanie wszelkich form dyskryminacji jest w Citi Handlowy zakazane, niezależnie od tego, czy dopuszczają się ich przełożeni, współpracownicy, klienci czy dostawcy. Niedopuszczalne są przejawy dyskryminacji ze względu na: rasę, płeć, kolor skóry, wyznanie, religię, kraj pochodzenia, narodowość, obywatelstwo, wiek, niepełnosprawność, stan cywilny (do którego zalicza się związki partnerskie), orientację seksualną, przynależność do określonego kręgu kulturowego, pochodzenie społeczne, stopień wojskowy, status weterana, status społeczno-ekonomiczny, bycie bezrobotnym. Nie przystają one do kultury organizacyjnej Citi Handlowy, w której relacje pracownicze opierają się na wzajemnym szacunku, profesjonalizmie i poszanowaniu innych. Polityka Citi Handlowy zabrania stosowania działań odwetowych w stosunku do osób zgłaszających przypadki niepożądanych w środowisku pracy zjawisk, o których mowa powyżej lub osób uczestniczących w postępowaniach wyjaśniających prowadzonych zgodnie z „Procedurą dotyczącą zasad postępowania w przypadku skarg zgłoszonych przez pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A. (Skargi pracownicze)”.

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).

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 zgłaszanie i rozpatrywanie skarg dotyczących dyskryminacji, w tym molestowania, nierównego traktowania oraz mobbingu. Umożliwia złożenie skargi każdemu pracownikowi, który uważa, że stał się ofiarą zjawisk niepożądanych w środowisku pracy. Procedura ta zobowiązuje także świadków niepożądanych zjawisk do ich zgłaszania zgodnie z zasadą „nie bądź obojętny - reaguj - przeciwdziałaj - zgłoś!”.
- Procedura Departamentu Zgodności: Procedura postępowania w przypadku naruszeń prawa, standardów etycznych oraz procedur obowiązujących w Banku.
- 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.

Zgłaszanie naruszeń i zachowań nieetycznych

Każdy pracownik Citi Handlowy zobowiązany jest do niezwłocznego zgłaszania zachowań nieetycznych. Zasady określające sposoby zgłaszania przypadków naruszenia standardów etycznych oraz tryb ich rozpatrywania zawarte zostały w „Procedurze postępowania w przypadku naruszeń prawa, standardów etycznych oraz procedur obowiązujących w Banku Handlowym w Warszawie S.A.". Natomiast zasady określające sposób zgłaszania przez pracowników Citi Handlowy, kandydatów do pracy i byłych pracowników takich przypadków niepożądanych w środowisku pracy zjawisk, jak: dyskryminacja, mobbing, molestowanie, molestowanie seksualne lub każde inne niż dyskryminacja nierówne traktowanie w zatrudnieniu oraz tryb rozpatrywania takich skarg zawarte zostały w „Procedurze dotyczącej zasad postępowania w przypadku skarg złożonych przez Pracowników Banku (Skargi pracownicze)".

Każdy pracownik Citi Handlowy może dokonać zgłoszenia naruszenia standardów etycznych anonimowo (Zgłoszenie anonimowe) lub podając swoje dane osobowe (Zgłoszenie poufne).

Pracownicy Banku mogą anonimowo zgłaszać przypadki naruszeń prawa oraz obowiązujących w Banku procedur i standardów etycznych poprzez Linie Etyczną Członka Zarządu. Jest to specjalny, niezależny i autonomiczny kanał komunikacji w postaci wydzielonej dedykowanej linii telefonicznej Członka Zarządu oraz adresu do korespondencji listownej i elektronicznej.

Zgłoszenia anonimowe przekazywane są do właściwego Członka Zarządu - Szefa Sektora Zarządzania Ryzykiem - telefonicznie lub listownie za pośrednictwem Linii Etycznej. W przypadku, gdy zgłoszenie dotyczy członka Zarządu, zgłoszenia można dokonać do przewodniczącego Rady Nadzorczej - listownie bądź drogą elektroniczną.

Zgłoszenia poufne można przekazywać bezpośrednio do niżej wymienionych osób lub jednostek organizacyjnych:

- bezpośredniego przełożonego lub przełożonego wyższego szczebla,
- pracownika Departamentu Zgodności,
- przedstawiciela Pionu Zarządzania Kadrami,
- pracownika Departamentu Audytu,
- pracownika Pionu Prawnego - w przypadku naruszenia przepisów prawa,
- członka Zarządu Banku - Szefa Sektora Zarządzania Ryzykiem.

Zgłoszenie poufne można również przekazać poprzez Linie Etyczną za pośrednictwem:

- poczty elektronicznej,
- listownie.

W przypadku pytań dotyczących właściwego postępowania w danej sytuacji pracownik powinien skontaktować się z jedną z niżej wymienionych osób lub jednostek organizacyjnych:

- bezpośrednim przełożonym lub przełożonym wyższego szczebla,
- pracownikiem Departamentu Zgodności,
- przedstawicielem Pionu Zarządzania Kadrami,
- pracownikiem Departamentu Audytu,
- pracownikiem Pionu Prawnego - w przypadku naruszenia przepisów prawa,
- pracownikiem Biura Bezpieczeństwa Banku,
- członkiem Zarządu Banku - Szefem Sektora Zarządzania Ryzykiem,
- przewodniczącym Rady Nadzorczej w przypadku, gdy zgłoszenie dotyczy członka Zarządu - na adres poczty elektronicznej lub listownie.

Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw

Citi Handlowy współpracuje z wieloma dostawcami lokalnymi i globalnymi, przywiązując w codziennej działalności wielką wagę do norm etycznych, społecznych i środowiskowych. Zaangażowanie w działania społeczne trwale wpisuje się w historię i wartości Banku. Citi Handlowy dąży do stosowania tych zasad również we współpracy ze swoimi partnerami, w tym z dostawcami.

Polityka zakupowa

Niewłaściwa współpraca z dostawcami Citi Handlowy niesie ryzyko ograniczenia możliwości świadczenia przez Bank usług finansowych. Dlatego tak ważne jest wdrożenie mechanizmów uwzględniających istotne elementy społecznej odpowiedzialności w ocenie ofert dostawców, a także zapisów w umowach ramowych, zapewniających prawo do kontroli deklarowanych zasad, oraz możliwość rozwiązania umowy przez Citi Handlowy w przypadku ich nieprzestrzegania. Przyjęcie jednolitych zasad wyboru dostawców umożliwia zapewnienie spójnej i jednolitej polityki Banku w zakresie zarządzania ryzykiem związanym z wyborem dostawców towarów i usług oraz pozwala na osiągnięcie krótkoterminowych i długoterminowych celów wynikających ze Strategii Banku.

Zasady współpracy z dostawcami Citi Handlowy uregulowane są w „Polityce zakupów produktów i usług oraz zasadach zarządzania współpracą z Dostawcami w Banku Handlowym w Warszawie S.A.” Dokument ten określa:

- zasady wyboru dostawców towarów i usług oraz realizacji zakupów,
- zasady zarządzania współpracą z dostawcami towarów i usług,
- Etyczne Praktyki Biznesowe Banku.

Kryteria wyboru dostawców

Citi Handlowy współpracuje z wieloma partnerami biznesowymi z różnorodnych segmentów rynku. Wyłanianie dostawców w Citi Handlowy odbywa się w ramach postępowań przetargowych lub postępowań ofertowych, co pozwala zastosować obiektywne kryteria wyboru. W celu zapewnienia przejrzystości procesu zakupowego, oceny merytoryczne i komercyjne ofert dokonywane są przez niezależne jednostki Banku.

Głównymi kryteriami wyboru dostawców w Citi Handlowy są: korzystna relacja jakości do kosztu świadczenia usługi lub dostarczanego dobra oraz czas reali-

zacji zamówienia i płatności. Uwzględniany jest również wynik przeprowadzanego przez Bank procesu due diligence, potwierdzający wiarygodność merytoryczną, finansową oferenta oraz inne parametry charakterystyczne dla danego postępowania przetargowego. Citi Handlowy bierze również pod uwagę czynniki środowiskowe i społeczne.

Standardy etyczne i środowiskowe

Citi Handlowy dąży do osiągnięcia najwyższych standardów etycznych. Dlatego też oczekuje od swoich dostawców podobnego podejścia w ich praktykach handlowych i codziennych kontaktach biznesowych, w tym spełnienia wszystkich niezbędnych wymogów prawnych, stosowania się do przepisów prawa oraz dobrych praktyk biznesowych. Umowy zawierane przez Citi Handlowy z dostawcami towarów i usług zawierają klauzule etyczne i środowiskowe, których kontrahenci zobowiązują się przestrzegać.

Etyczne Praktyki Biznesowe, stanowiące część polityki zakupowej Citi Handlowy, zawierają wskazówki dla obecnych i przyszłych dostawców Banku. W obszarze współpracy z dostawcami Citi Handlowy dąży do zwiększenia ich świadomości w zakresie dobrych praktyk biznesowych, etycznych, społecznych i proekologicznych. Citi Handlowy zachęca wszystkich dostawców, aby dążyli do wprowadzenia podobnych zasad w swoich firmach i poszukiwali dalszych usprawnień w tych obszarach.

Główne wytyczne, wynikające z Etycznych Praktyk Biznesowych Banku to przede wszystkim:

- uczciwość biznesowa, w tym respektowanie zasad polityki antykorupcyjnej,
- poszanowanie praw człowieka w miejscu pracy i uczciwej konkurencji,
- przestrzeganie przepisów kodeksu pracy w zakresie zatrudniania pracowników, czasu pracy, wynagrodzenia, poszanowania pracowników, przeciwdziałania dyskryminacji, BHP,
- przestrzeganie zakazu zatrudniania dzieci i pracy przymusowej,
- ochrona środowiska - polityka środowiskowa, optymalizacja wykorzystania materiałów i dóbr, zapobieganie zanieczyszczeniu środowiska, recykling, redukcja emisji zanieczyszczeń, racjonalne gospodarowanie zasobami, zabezpieczenie materiałów niebezpiecznych i ochrona lasów.

Bank przykładą dużą uwagę do tego, aby w zawieranych przez Bank umowach z dostawcami znalazły się zapisy zgodne z Etycznymi Praktykami Biznesowymi.

Każda jednostka organizacyjna, do której przypisana jest określona umowa z dostawcą i która za taką umowę odpowiada, zobowiązana jest do stałej, merytorycznej kontroli prawidłowości realizacji przedmiotu umowy. Dodatkowo w przypadku umów outsourcingowych oraz dostawców z obrotem rocznym przekraczającym wskazany w polityce zakupowej limit. Osoby odpowiadające za te umowy zobowiązane są corocznie do wykonania Rocznego Przeglądu Umowy i Współpracy z Dostawcą. W 2018 roku Rocznym Przeglądem Umowy i Współpracy z Dostawcą zostały objęte 362 umowy.

Komunikacja z partnerami biznesowymi

Pracownicy Citi Handlowy utrzymują bieżący kontakt z przedstawicielami dostawców w sprawach dotyczących wykonania umów, wystawianiem i płaceniem faktur oraz w sprawach logistycznych. W przypadku umów długoterminowych organizowane są cykliczne spotkania, na których omawiane są zagadnienia dotyczące współpracy.

Terminowość rozliczeń

Bank dba o terminowe opłacanie faktur, co eliminuje zakłócenia w łańcuchu dostaw kolejnych podmiotów.

Zatrudnianie osób niepełnosprawnych

Bank współpracuje z dostawcami zatrudniającymi osoby niepełnosprawne, co wpisuje się w nurt zarządzania różnorodnością.

Zatrudnienie osób niepełnosprawnych ogółem i pracowników na kontraktach w Banku w latach 2015-2018 kształtowało się w sposób następujący:

2016 rok: zatrudnionych osób niepełnosprawnych ogółem - 290, na kontraktach w Banku - 41 osób.

2017 roku - zatrudnionych osób niepełnosprawnych ogółem - 262, na kontraktach w Banku - 35 osób.

2018 - zatrudnionych osób niepełnosprawnych ogółem - 202, na kontraktach w Banku - 39 osób.

LICZBA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH NA KONTRAKTACH ZATRUDNIONYCH U DOSTAWCÓW LUB W CITI HANDLOWY W 2018



Zarządzanie ryzykiem zgodności

Citi Handlowy narażony jest na ryzyko braku zgodności, wynikające z nieprzestrzegania regulacji prawnych, nadzorczych oraz wewnętrznych aktów normatywnych i standardów rynkowych. W ramach zapewnienia zgodności Bank m.in. przyjął Politykę Zgodności, która została zaakceptowana przez Zarząd i Radę Nadzorczą. Polityka określa podstawowe zasady zapewnienia zgodności przez wszystkich pracowników Citi Handlowy oraz podstawowe elementy procesu zarządzania ryzykiem braku zgodności, w tym rolę Departamentu Zgodności.

Departament Zgodności

Podstawowym celem Departamentu Zgodności („DZ”) jest zapewnienie zgodności działania Citi Handlowy z przepisami prawa powszechnie obowiązującego i regulacjami nadzorczymi, mającymi zastosowanie do działalności Banku lub usług finansowych świadczonych przez Citi Handlowy, wewnętrznymi aktami normatywnymi Banku oraz dostępnymi na rynku praktykami i standardami, także wypracowanymi w grupie Citi. DZ zapewnia zgodność poprzez:

- monitorowanie pionowe stosowania mechanizmów kontrolnych przez 1. poziom obrony, w tym zwłaszcza kluczowych mechanizmów kontrolnych zapewniających zgodność na 1. poziomie obrony oraz stosowanie przypisanych DZ własnych mechanizmów kontrolnych 2. poziomu obrony (mechanizmy kontrolne DZ) oraz monitorowanie poziome stosowania tych mechanizmów;
- zarządzanie ryzykiem braku zgodności. Procesy zarządzania ryzykiem braku zgodności obejmują: identyfikowanie, ocenę, kontrolę, monitorowanie wielkości i profilu ryzyka braku zgodności, testowanie, raportowanie.

DZ w 2018 roku działał na podstawie przyjętego przez Zarząd i Radę Nadzorczą Banku Planu Zapewnienia Zgodności Działania Banku i jego podmiotów zależnych.

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”.

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 wyludzaniu 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. Przestępstwa te powodują zagrożenie destabilizacją sytuacji finansowej banku, wykorzystywanego pośrednio lub bezpośrednio w tych procederach, 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 co najmniej raz w roku poddawany jest przeglądowi pod kątem zgodności z obowiązującymi regulacjami prawa polskiego oraz standardami Grupy Citi w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu.

Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (AML)

Obowiązkiem wszystkich pracowników Citi Handlowy jest dokładanie wszelkich starań, aby nie dopuścić do wykorzystywania produktów i usług Banku do operacji prania pieniędzy i finansowania terroryzmu oraz aby wszelkie podejrzone 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 oraz z procedurami swojej jednostki organizacyjnej (w tym także tych wymagających zachowania należytej staranności podczas nawiązywania relacji z klientem oraz jej trwania, a także procesowania trans-

akcji) 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.

Każdy pracownik Citi Handlowy ma obowiązek terminowego odbycia szkoleń z zakresu przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu, które są co roku uaktualniane.

W 2018 roku szkolenie z zakresu „Przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu” ukończyło 2774 pracowników Banku, co stanowi 99% wykonania.

Polityka AML w DM Citi Handlowy

Celem wewnętrznych regulacji DM Citi Handlowy jest identyfikowanie różnego rodzaju ryzyka związanego z prowadzeniem działalności inwestycyjnej i przeciwdziałanie im. Pracownicy regularnie biorą udział w szkoleniach z zasad przeciwdziałania nadużyciom i zapewnienia ochrony środków i danych klientów. Jedną z najważniejszych regulacji wewnętrznych DM Citi Handlowy jest „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 DM Citi Handlowy 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.

W 2018 roku szkolenie z zakresu „Przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu” ukończyło 106 pracowników DM Citi Handlowy, co stanowi 99% wykonania.

Sankcje i embargo

Obowiązujące w Citi Handlowy zasady postępowania wobec podmiotów objętych międzynarodowymi sankcjami gospodarczymi i handlowymi określają „Zasady

postępowania wobec podmiotów objętych międzynarodowymi sankcjami gospodarczymi i handlowymi”.

Citi Handlowy stosuje się do programów sankcji ekonomicznych i embarg mających zastosowanie w działalności Banku, które to zabraniają nawiązywania stosunków gospodarczych z osobami i podmiotami objętymi sankcjami, m.in. organizacjami związanymi z ruchem terrorystycznym i handlem narkotykami.

Utrzymywanie kontaktów gospodarczych z władzami niektórych krajów, z osobami fizycznymi bądź podmiotami działającymi w ich imieniu, a także z osobami z list sankcyjnych jest w Citi Handlowy zabronione. Wszelkie wątpliwości powinny być przekazane pracownikowi Zespołu ds. Sankcji oraz Projektów Sankcyjnych w Departamencie Zgodności.

SKOLENIE „SANKCJE EKONOMICZNE”



Przeciwdziałanie korupcji

W Citi Handlowy obowiązuje polityka zerowej tolerancji dla korupcji w odniesieniu do wszystkich przejawów działalności biznesowej. Polityka zerowej tolerancji dla korupcji dotyczy wszystkich pracowników oraz partnerów biznesowych działających w imieniu Banku.

Wszyscy pracownicy Citi Handlowy, jak również partnerzy działający w jego imieniu, zobowiązani są do przestrzegania ustalonych przez Bank zasad przekazywania i przyjmowania prezentów, uczestnictwa w imprezach oraz przeciwdziałania praktykom korupcyjnym.

PROGRAM PRZECIWDZIAŁANIA KORUPCJI W CITI HANDLOWY OBEJMUJE:

- procedury w zakresie zasad przekazywania i przyjmowania prezentów, uczestnictwa w imprezach oraz przeciwdziałania praktykom korupcyjnym, jak również zasad postępowania pracowników Banku,
- programy szkoleniowe,
- działania informacyjne,
- sformalizowany proces zatwierdzania prezentów i zaproszeń,
- rejestrację otrzymywanych i wręczanych prezentów i zaproszeń na imprezy,
- mechanizmy kontroli pierwszego i drugiego poziomu, zgodnie z obowiązującym w Banku systemem kontroli wewnętrznej,
- ocenę przez jednostkę Departamentu Zgodności ryzyka zgodności w zakresie przeciwdziałania korupcji.

Wszyscy pracownicy Citi Handlowy biorą udział w szkoleniu z zakresu przeciwdziałania praktykom korupcyjnym.

Zapobieganie, wykrywanie i zgłaszanie wszelkich form korupcji jest obowiązkiem każdego pracownika Banku, jak również obowiązkiem tych, którzy świadczą usługi w jego imieniu. Pracownicy zobligowani są do unikania jakichkolwiek działań, które mogłyby naruszyć zasadę zerowej tolerancji wobec korupcji.

W 2018 roku szkolenie z zakresu „Zasad przekazywania i przyjmowania prezentów, uczestnictwa w imprezach oraz przeciwdziałania praktykom korupcyjnym w Banku Handlowym w Warszawie S.A.” ukończyło 2 831 pracowników, co stanowi 99% wykonania.

Odpowiedzialne zarządzanie relacjami z klientami

Misją oraz największą ambicją Citi Handlowy jest zbudowanie z klientami relacji opartych na zaufaniu i wspólnym dążeniu do rozwoju. Strategicznym celem Banku jest osiągnięcie takiego poziomu satysfakcji klientów, którego naturalną konsekwencją będzie niezachwiana lojalność wobec Banku. W związku z tym Citi Handlowy podejmuje szereg działań na podstawie badań oraz informacji zwrotnej od klientów, których celem jest stałe usprawnianie i podnoszenie jakości standardów obsługi oraz oferty produktowej. Jedną z odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania klientów jest adaptacja strategii obsługi klientów Citi Handlowy 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 Citi Handlowy samodzielnie może wykonać transakcje finansowe, skorzystać z wpłaty/wypłaty gotówki w bankomatach walutowych, jak również otrzymać kartę kredytową czy zapoznać się - na interaktywnym monitorze - ze specjalnymi ofertami rabatowymi dla posiadaczy kart Citi Handlowy.

Badania satysfakcji klientów

Citi Handlowy 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 Citi Handlowy, produkty i procesy oraz najważniejsze kanały kontaktu (tj. bankowość elektroniczną, obsługę telefoniczną oraz 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 Citi Handlowy 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.

Dzięki zdyscyplinowanemu podejściu Citi Handlowy utrzymał w 2018 roku bardzo dobre oceny w każdym z kluczowych wskaźników NPS, w szczególności Bank zachował pozycję lidera w segmencie kart kredytowych.

CITI HANDLOWY ODPOWIADA NA POTRZEBY KLIENTÓW

Potwierdzeniem silnej pozycji Citi Handlowy w tworzeniu oferty dopasowanej do potrzeb klientów jest uzyskanie w 2018 roku wielu nagród i wyróżnień. Jednym z nich jest nagroda w 9. edycji rankingu przygotowywanego przez Bankier.pl i Puls Biznesu dla karty kredytowej Citi Simplicity, która po raz trzeci z rzędu otrzymała nagrodę „Złoty Bankier” w kategorii produktowej: „najlepsza karta kredytowa”. Citi Handlowy otrzymał także nagrodę dla Pożyczki Gotówkowej jako najlepszego produktu pod względem parametrów cenowych funkcjonalności produktu w zależności od profilu klienta.



Nagrody dla Citi Handlowy przyznały też brytyjski magazyn finansowy **Euromoney** za najlepszą bankowość prywatną oraz **Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR** za innowacyjną strategię sprzedaży karty kredytowej.



Citi Handlowy promuje ideę wysokiego poziomu satysfakcji klientów nie tylko poprzez badania NPS. W 2018 roku Bank ustrukturyzował podejście do poszukiwania, rejestrowania i zmiany doświadczeń klientów w relacjach z Bankiem. Wyznaczone jednostki nie tylko analizują reklamacje klientów, ale również poszukują informacji o doświadczeniach klientów w formularzach NPS, komentarzach pozostawionych w social mediach, czy wśród pracowników Banku, którzy również są klientami. Do inicjatywy została włączona wyższa kadra zarządzająca Banku, która regularnie kontaktuje się telefonicznie oraz osobiście z klientami i omawia doświadczenia związane z Citi Handlowy, aby później poprawiać procesy, procedury i wciąż polepszać zadowolenie klientów. Wzrost poziomu satysfakcji klientów jest jednym z głównych celów Banku w 2019 roku.

Komunikacja z klientami

Citi Handlowy od ponad sześciu lat konsekwentnie realizuje strategię przejrzystej komunikacji z klientami, systematycznie dostosowując swoją ofertę do ich potrzeb. W ramach projektów takich jak „Treating Customers Fairly” określono wymagania dotyczące komunikacji, które warunkują przeprowadzenie kampanii produktowych. Dzięki temu, mimo dynamicznie zmieniającego się otoczenia rynkowego, klienci mogą mieć pewność, że o produktach Citi Handlowy informowani są w sposób rzetelny i przejrzysty. Citi Handlowy gwarantuje przy tym czytelność umów oraz transparentną informację o kosztach, ryzyku i możliwych do osiągnięcia korzyściach. Wszyscy pracownicy Banku 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 Citi Handlowy regulują wewnętrzne akty normatywne, m.in. „Kodeks Etyki Reklamy” oraz „Etyczne Praktyki Biznesowe Banku Handlowego w Warszawie S.A.”.

PODCASTY CITI HANDLOWY

W 2018 roku Citi Handlowy rozpoczął publikowanie podcastów z cyklu „**Posłuchaj Rynku**” - jako przyszłego i wygodnego źródła informacji o światowych i lokalnych rynkach dla klientów Banku.



W publikowanych regularnie odcinkach eksperci Citi Handlowy komentują m.in. sytuację na giełdach i analizują znaczenie wydarzeń gospodarczych na świecie.

W 2018 roku na profilu Citi Handlowy na portalu Soundcloud zamieszczone zostały cztery pierwsze podcasty, które odsłuchano prawie 1500 razy.

Podcasty są publikowane:



na Facebooku,



na Twitterze,



a także wysyłane do klientów w postaci linku w wiadomości SMS.

Łączny zasięg
(Facebook i Twitter)

72 362

wyświetleń

Wszystkie opublikowane odcinki dostępne są na stronie:

https://soundcloud.com/citi_handlowy



Od Teorii Do Praktyki
- wspieramy naszych Klientów



Warsztaty Split Payment dla klientów Citi Handlowy

Na blisko dwa miesiące przed wejściem w życie ustawy wprowadzającej mechanizm podzielonej płatności VAT Citi Handlowy zaprosił klientów Bankowości Przedsiębiorstw na warsztaty, które stanowiły kolejną okazję do ich wsparcia w przygotowaniach do wejścia w życie nowych przepisów.

Forma i zakres tematyczny w pełni pozwolił uświadomić klientom, przed jakim wyzwaniem staną w relacjach biznesowych począwszy od lipca 2018 roku oraz jaką istotną rolę w tym procesie pełnić będzie Bank i dostarczane przez niego rozwiązania, w szczególności te automatyzujące współpracę.

Popularność spotkań i bardzo pozytywne komentarze klientów Banku potwierdziły, że temat jest dla nich interesujący, a same warsztaty potrzebne.

500
uczestników sesji
szkoleniowych

1400
uczestników
webinariów

Bank Handlowy w Warszawie S.A. („Bank”) od lat aktywnie towarzyszy Państwu we wdrażaniu zmian związanych z nowymi regulacjami w zakresie bankowości i finansów. Zależy nam, aby dynamicznie rozwijające się środowisko bankowości, otaczające Państwa na co dzień, było jak najbardziej przyjazne, a sposób przekazywania przez nas wiedzy z obszaru finansów – przystępny i przejrzysty. Dotyczy to również nowych zapisów ustawy z dnia 15 grudnia 2017 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw, dotyczącej mechanizmu podzielonej płatności („Split Payment”). Dokładamy wszelkich starań, aby Bank był wsparciem przy wdrażaniu mechanizmu Split Payment w Państwa firmie.

Split Payment – (✓) dobrowolny czy (✗) obowiązkowy?

- ! Bank otwiera Państwu rachunek VAT (obowiązkowo).
- ! Państwa kontrahenci mogą płacić Państwu za faktury VAT, korzystając z przelewu Split Payment (nie jest do tego wymagana Państwa zgoda).
- ! Jeśli Bank otrzyma kierowany na Państwa rachunek rozliczeniowy w PLN przelew Split Payment od Państwa kontrahenta, kwota VAT wskazana w tym przelewie zostanie automatycznie przeksięgowana na rachunek VAT – oznacza to trzy księgowania na Państwa wyciągu i nowe rodzaje transakcji (obowiązkowo).
- ! Zapłata podatku VAT do urzędu skarbowego będzie księgowana na Państwa rachunku według nowych zasad, tj. z wykorzystaniem środków na rachunku VAT: jeśli saldo rachunku VAT jest dodatnie, to zapłata podatku oznacza trzy księgowania na Państwa wyciągu i nowe rodzaje transakcji (obowiązkowo).
- ! Środki gromadzące się na rachunku VAT mogą być wykorzystane tylko do celów związanych z podatkiem VAT (np. zapłata kwoty VAT z faktury do kontrahenta, zapłata podatku VAT do urzędu skarbowego) – nie można z tych środków np. zapłacić pensji pracownikom ani podatku innego niż VAT (obowiązkowo).
- ! Nie mogą Państwo samodzielnie przeksięgowywać środków z rachunku VAT na rachunek bieżący – odpowiedniego księgowania dokonuje Bank, po otrzymaniu informacji o wydanej przez naczelnika urzędu skarbowego zgodzie, o którą wcześniej Państwo muszą wystąpić (obowiązkowo).
- ✓ Płatność kontrahentowi za fakturę VAT – decyzja o tym, czy zapłacić za pomocą Split Payment czy tradycyjnym przelewem należy do Państwa (dobrowolnie).

Split Payment, rachunek VAT – wybrane aspekty

- Aspekt podatkowy
- ✓ Jeśli płaci Państwo kontrahentowi za pomocą Split Payment, nie podlegają Państwo sankcji VAT ani zasadom solidarnej odpowiedzialności (do kwoty podatku wynikającej z otrzymanej faktury zapłaconej z zastosowaniem mechanizmu Split Payment).
- ✓ Jeśli zgromadzili Państwo na rachunku VAT saldo wystarczające do pokrycia całości kwoty VAT przekazywanej do urzędu skarbowego, kwota podatku VAT płacona do urzędu skarbowego przed terminem może być niższa, niż wynika to z deklaracji VAT (dyskonto).
- ✓ Jeśli w danym okresie 95% Państwa podatku naliczonego wynika ze Split Payment, nie stosuje się do tego okresu podwyższonych odsetek od zaległości VAT.

Zarządzanie reklamacjami w Citi Handlowy

Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów instytucjonalnych

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji i skarg przez klientów instytucjonalnych Citi Handlowy jest dostępna na stronie internetowej Banku w zakładce „Reklamacje”:

www.citihandlowy.pl

Klienci instytucjonalni Citi Handlowy mają możliwość wnoszenia reklamacji z wykorzystaniem kilku kanałów komunikacji. Klienci mogą zgłaszać swoje uwagi:

- pocztą elektroniczną - na adres: citiserice.polska@citi.com;
- telefonicznie - w CitiService oraz bezpośrednio na numer telefonu Doradcy CitiService;
- osobiście - w jednostkach Citi Handlowy obsługujących klientów Sektora Bankowości Przedsiębiorstw i Bankowości Korporacyjnej;

- pisemnie - na adres wskazany na stronie: www.citihandlowy.pl, w sekcji: Ważne adresy lub listownie.

W przypadku nieuwzględnienia roszczeń wynikających z reklamacji Citi Handlowy informuje klientów 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:

www.rf.gov.pl

Bardzo ważnym elementem jakościowym jest czas rozwiązywania reklamacji. Najważniejsze wskaźniki dotyczące skarg i reklamacji prezentowane są co miesiąc Komitetowi ds. Ryzyka Operacyjnego, Systemu Kontroli i Zgodności. Na podstawie przygotowanych analiz uzgadniane są plany naprawcze w celu ograniczenia błędów po stronie Banku.

CZAS ROZPATRYWANIA REKLAMACJI OD KLIENTÓW KORPORACYJNYCH (DNI ROBOCZE)



Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów detalicznych

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji, skarg i zażaleń przez klientów detalicznych Citi Handlowy jest dostępna na stronie internetowej Banku. Klienci mają możliwość wnoszenia reklamacji z wykorzystaniem kilku kanałów komunikacji, co stanowi dla klientów znaczne usprawnienie. Klienci mogą zgłosić swoje uwagi:

- wysyłając wiadomość po zalogowaniu do bankowości elektronicznej Citibank Online www.citibankonline.pl,
- wysyłając list na adres Banku,
- ustnie w oddziale Citi Handlowy,

- pocztą elektroniczną, wysyłając e-mail na adres: listybh@citi.com lub - w przypadku eskalacji - do Rzecznika Klienta na adres: rzecznik.klienta@citi.com
- kontaktując się z infolinią CitiPhone pod numerem telefonu: 22 362 2484.

Citi Handlowy informuje o możliwości polubownego rozwiązywania sporów w relacjach ze swoimi klientami detalicznymi, a informacja na ten temat jest publicznie dostępna na stronie internetowej Banku. Ważnym elementem jakościowym, monitorowanym w procesie rozpatrywania reklamacji, jest czas udzielenia odpowiedzi.

STANDARDOWY CZAS ROZPATRYWANIA REKLAMACJI KLIENTÓW DETALICZNYCH (DNI ROBOCZE)



Bank rejestruje jako reklamację każde niezadowolenie i każdy brak spójności wskazany przez klientów. 73 proc. przypadków to zapytania, wyjaśnienia lub reklamacje, w których źródłem błędu nie był Bank. Analizy reklamacji i sugestii klientów, sposobu ich rozpatrzenia i wyciągnięcia wniosków dla funkcjonowania Banku są prezentowane na spotkaniach Rady ds. Doświadczeń Klientów Bankowości Detalicznej, które odbywają się raz w miesiącu. Na podstawie przygotowanych analiz uzgadniane są plany naprawcze tak, aby w kolejnych miesiącach błędy po stronie Banku zostały usunięte.

W 2018 roku Citi Handlowy dokonał kolejnego kroku w digitalizacji procesów, co jest zgodne z oczekiwaniami klientów. Bank kontynuował rozwój kanału kontaktu poprzez media społecznościowe (Messenger). Co miesiąc przez ten kanał obsługiwanych jest ok. 500 zapytań klientów. Oprócz standardowych pytań dotyczących funkcjonowania produktów i usług, Bank oferuje skorzystanie z funkcji chat bota - automatycznej i jednocześnie spersonalizowanej informacji na temat rabatów w programie Citi Specials. Dzięki chat botowi klienci otrzymują odpowiedź na zapytania dotyczące Citi Specials w ciągu kilku sekund, bez angażowania pracowników Banku.

Chat, jako sposób kontaktu z Bankiem, funkcjonuje również na oficjalnej stronie internetowej Citi Handlowy. Wspecjalizowana grupa doradców odpowiada online na zapytania klientów Banku. Aż 84 proc. klientów Citi Handlowy potwierdziło w badaniach satysfakcji, że są bardzo zadowoleni ze stopnia zaangażowania doradcy w rozwiązanie ich problemu, zaś 87 proc. klientów twierdzi, że ich sprawa została rozwiązana częściowo lub całkowicie.

Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów DM Citi Handlowy

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji i skarg przez klientów DM Citi Handlowy jest dostępna na stronie internetowej Domu Maklerskiego:

www.dmbh.pl

Klienci DM Citi Handlowy mogą zgłosić swoje uwagi:

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

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

Rzecznik klientów instytucjonalnych

W Citi Handlowy od sierpnia 2017 roku działa funkcja Rzecznika Klientów Korporacyjnych. Do głównych zadań Rzecznika należy m.in.: koordynowanie procesu rozpatrywania reklamacji i skarg klientów korporacyjnych wpływających do Banku, analiza i monitorowanie procesu skarg i reklamacji klientów, przekazywanie Zarządowi Banku informacji dotyczących zakresu oraz skali skarg i reklamacji wpływających od klientów korporacyjnych Citi Handlowy, współpraca z jednostkami Banku w celu poprawy jakości usług i produktów świadczonych na rzecz klientów korporacyjnych oraz zwiększenia satysfakcji i lojalności klientów. Klienci instytucjonalni Citi Handlowy mają także możliwość kontaktu z Rzecznikiem, wysyłając wiadomość za pomocą formularza dostępnego na stronie Banku:

www.citihandlowy.pl

Na wskazany adres Rzecznika Klientów Korporacyjnych klienci mogą również przysyłać swoje opinie i uwagi, które pomagają udoskonalać rozwiązania oferowane przez Citi Handlowy. Do końca 2018 roku nie wpłynęło bezpośrednio do Rzecznika Klientów Korporacyjnych żadne zgłoszenie od klienta korporacyjnego.

Rzecznik klientów detalicznych

Powołanie funkcji Rzecznika Klienta w 2009 roku miało na celu zarówno wzmocnienie współpracy Banku z klientami, jak i zwiększenie satysfakcji klientów z rozwiązań oferowanych przez Citi Handlowy. 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, a także możliwość ponownego rozpatrzenia nieuznanych reklamacji. Kontakt z Rzecznikiem jest możliwy poprzez wysłanie zgłoszenia na adres e-mail Rzecznika. W 2018 roku do Rzecznika Klienta wpłynęło 205 spraw.

Edukacja klientów

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

Poprzez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy Bank 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 wzmocnianie potencjału istniejących firm to wkład Citi Handlowy w rozwój polskiej gospodarki. Szczególną wagę Bank przykładają do start-upów, mając na uwadze ich innowacyjność.

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

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

Dodatkowo Citi Handlowy rozwija swoje strony internetowe tak, aby znalazły się na nich najważniejsze materiały edukacyjne dotyczące bezpieczeństwa transakcji, korzystania z produktów i z mobilnych dostępów.

Bardzo ważną jest też dla Banku edukacja klientów w zakresie posiadanych produktów i wiedzy na temat posługiwania się nimi w najlepszy dla siebie sposób. W tym celu Citi Handlowy umieścił na stronie internetowej sekcję „Najczęściej zadawane pytania i odpowiedzi”:

www.online.citibank.pl

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

Inicjatywa Emerging Market Champions

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



Nagroda Emerging
Market Champions

citi handlowy

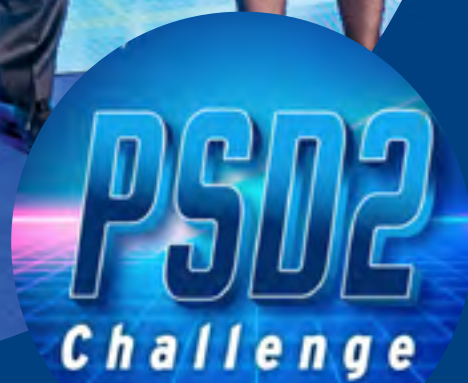
Nagroda Emerging Market Champions przyznawana jest przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy w trzech kategoriach: Polskie inwestycje zagraniczne, Zagraniczne inwestycje w Polsce oraz Firma z sektora e-commerce. Pierwsza kategoria promuje polskie firmy, które dokonują ekspansji poza granicami kraju, 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. W 2018 roku po raz pierwszy przyznano nagrodę w nowej kategorii - promującej firmy wykorzystujące nowe technologie.

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

„ Nasza coroczna gala Nagrody Emerging Market Champions stanowi doskonałe uzupełnienie toczącej się dyskusji na temat idei wolnego handlu. Wskazujemy bowiem liderów, dla których granice geopolityczne nie stanowiły przeszkody, by rozwijać biznes. Z korzyścią dla lokalnych społeczności, dla klientów i dynamiki wzrostu przedsiębiorstw. ”

- Sławomir S. Sikora, prezes Zarządu Citi Handlowy





PSD2 Challenge

Citi Handlowy zorganizował konkurs PSD2 Challenge, którego celem było wyłonienie najlepszych rozwiązań z zakresu open banking przygotowanych w połączeniu z Citi API.

Bank jako pierwsza instytucja finansowa na polskim rynku umożliwił podmiotom trzecim korzystanie z piaskownicy regulacyjnej zgodnej z dyrektywą PSD2. Dzięki Citi Developer Portal podmioty z branży fintech mogły wypracować pomysły na integrację z wykorzystaniem Citi API i przetestować je w prawdziwym środowisku bankowym.

Do udziału w wydarzeniu Citi Handlowy zaprosił deweloperów, start-upy, fintechy oraz firmy z branży e-commerce.

” *Pomysły, które zostały zgłoszone do PSD2 Challenge to dopracowane, gotowe do wdrożenia rozwiązania, które stanowią innowacyjne podejście do usług bankowych.*

To propozycje optymalizacji procesów w bankowości korporacyjnej i nowoczesne rozwiązania dla klientów indywidualnych - PSD2 Challenge dał nam przedsmak tego, jak kreatywnego podejścia do bankowości możemy spodziewać się po wejściu w życie dyrektywy PSD2.

”

- Łukasz Krystman, Dyrektor Biura Produktów Zdalnych i Nowych Technologii Citi Handlowy.

Bezpieczna bankowość

Citi Handlowy zapewnia swoim klientom bezpieczeństwo w całym procesie korzystania z usług bankowych. Światowe standardy zabezpieczeń, wielopoziomowa autoryzacja transakcji, wiadomości SMS 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 Citi Handlowy zabezpieczony jest certyfikatem bezpieczeństwa wystawionym przez firmę DigiCert. 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 Citi Handlowy są informowani SMS-em o transakcji, która z punktu widzenia Banku może być podejrzana.

Citi Handlowy dąży do tego, aby klienci byli świadomi obecnych zagrożeń i potrafili samodzielnie eliminować niektóre z nich, dlatego na swoich stronach internetowych Citi Handlowy edukuje klientów w zakresie ostrzeżeń i zalecanych działań, które pomogą zwiększyć bezpieczeństwo podczas korzystania z usług bankowości elektronicznej.

Aplikacja Citi Mobile nie zapisuje żadnych danych finansowych ani informacji o produktach klientów. Jest na bieżąco aktualizowana oraz testowana pod kątem bezpieczeństwa. Bank zawsze zaleca korzystanie z najnowszej wersji aplikacji oraz najnowszych dostępnych wersji systemu operacyjnego (Android lub iOS) telefonu.

Ochrona danych klientów

Citi Handlowy zobowiązuje się do ochrony prywatnych i poufnych informacji na temat swoich klientów oraz do właściwego ich przetwarzania zgodnie z przepisami prawa, w tym Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Zasady te opisane są w wewnętrznym dokumencie „Zasady ochrony danych osobowych w Banku Handlowym w Warszawie S.A”.

Citi Handlowy gromadzi, przechowuje i przetwarza dane osobowe klientów, aby móc oferować klientom rozwiązania spełniające ich potrzeby finansowe oraz umożliwiające 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 Citi Handlowy, również mają obowiązek ochrony informacji w tym danych osobowych oraz poufnych, które otrzymują od Banku. Citi Handlowy 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 Citi Handlowy z zadania zapewnienia ochrony danych klientów na najwyższym poziomie świadczy brak kar związanych z naruszeniem ochrony danych klienta w latach 2016-2018.

Troska o środowisko

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

Systemy zarządzania ochroną środowiska

Citi Handlowy przeprowadził analizę i zidentyfikował dwa główne obszary oddziaływania na środowisko. Pierwszy z nich to oddziaływanie bezpośrednie, wynikające z działalności Banku, m.in. zużycie surowców - energii, wody, papieru, generowane odpady i zanieczyszczenia emitowane do powietrza. Drugi to oddziaływanie pośrednie, powstające w związku z działaniami organizacji, nie pozostające pod pełną kontrolą zarządczą Banku, obejmujące m.in. usługi świadczone przez Citi Handlowy, ale także praktyki środowiskowe dostawców Banku.

Citi Handlowy już w 2007 roku wprowadził kompleksowy Plan Zarządzania Środowiskiem. W 2015 roku Bank przyjął System Zarządzania Środowiskowego i Energią (SZŚiE). System ten jest corocznie poddawany ocenie audytów nadzorczych przez niezależne biuro certyfikujące. W 2018 roku w Citi Handlowy został przeprowadzony kolejny audyt nadzorczy na zgodność z normą ISO 50001 w zakresie zarządzania energią. Citi Handlowy uzyskał również pozytywną ocenę z audytu transferu dostosowania Banku do wymagań nowej normy ISO 14001:2015 w zakresie zarządzania środowiskowego.

W ramach wprowadzonych polityk Citi Handlowy określili następujące cele:

- skuteczna segregacja odpadów,
- ograniczanie emisji gazów cieplarnianych,
- dążenie do jak najbardziej efektywnego zarządzania mediami, szczególnie energią,
- minimalizowanie zużycia surowców naturalnych,
- wsparcie zakupu energooszczędnych produktów i usług,
- poprawa wyniku energetycznego.

Mniejszy bezpośredni ślad środowiskowy

W ramach zintegrowanego Systemu Zarządzania Środowiskowego i Energii (SZŚiE) lokalizacje Citi Handlowy są na bieżąco monitorowane w zakresie oddziaływania na środowisko w celu uzyskiwania coraz lepszych wyników (zmniejszenie zużycia energii elektrycznej, wody, gazu, energii cieplnej, ilości i rodzaju wytwarzanych odpadów oraz emisji gazów cieplarnianych).

Zużycie energii to aspekt środowiskowy, który ma największe znaczenie dla Citi Handlowy. Jednocześnie Bank może podjąć najwięcej działań w celu redukcji tego oddziaływania.

INWESTYCJE PROŚRODOWISKOWE ZREALIZOWANE W CITI HANDLOWY W 2018 ROKU:

- Całkowita przebudowa budynku przy ul. Traugutta 7/9 w Warszawie. W obiekcie nastąpiła zmiana sposobu wykorzystania powierzchni biurowych z gabinetów na powierzchnie open space, co wymusiło zmianę systemu grzania i chłodzenia oraz zainstalowanie nowych systemów wentylacji mechanicznej. Urządzenia odpowiadające za komfort cieplny i właściwe warunki sanitarne powietrza (systemy chłodzenia oparte na układzie wody lodowej produkowanej przez chillery oraz systemy grzania oparte na pracy klimakonwektorów) wymagały budowy systemu automatyki HVAC wraz z budową infrastruktury dedykowanej dla systemu zarządzania budynkiem BMS. W lokalizacji w Warszawie przy ul. Golezowskiej 6 zostało utworzone centrum monitoringu parametrów BMS. Z tego miejsca technik dyżurny monitoruje i steruje pracą najważniejszych parametrów warszawskich budynków Banku. Integracja systemów BMS warszawskich budynków Citi Handlowy pozytywnie wpłynęła na optymalizację kosztów zużycia mediów.
- Modernizacja zespołu wentylacyjnego poprzez dodanie agregatu skraplającego w lokalizacji w Olsztynie przy ul. 5 Wielkiej Brygady AK 16. Do centrali wentylacyjnej zainstalowanej w 2015 roku dołożono nowoczesny, inwertorowy, energooszczędny agregat chłodniczy, który zmniejszył obciążenie głównej jednostki klimatyzacyjnej i przyczynił się do oszczędności energii.
- Wymiana dwóch dźwigów osobowych w lokalizacji w Łodzi przy ul. Piotrkowskiej 74. W celu podniesienia bezpieczeństwa i zwiększenia komfortu relokacji pracowników pomiędzy piętrami wymieniono stare windy olejowe na nowe, elektryczne dźwigi.
- Wymiana agregatu wody lodowej w budynku przy ul. Golezowskiej 6 w Warszawie. Nowy agregat posiada funkcję freecoolingu i umożliwia darmową produkcję chłodu w okresach zimowych (wykorzystanie temperatur z zewnątrz, brak konieczności pracy sprężarek). Nowa jednostka jest wydajna i ma bardzo dobre parametry efektywności energetycznej.
- Modernizacja instalacji wody lodowej w budynku przy ul. Golezowskiej 6 w Warszawie. Zastąpiono wyeksploatowane pompy obiegowe wody lodowej na nowoczesne, bardzo wydajne pompy pracujące na sterowaniu falownikowym. Dzięki temu praca urządzeń uzależniona jest od zapotrzebowania na chłód, co przekłada się na zużycie energii elektrycznej.
- Modernizacja oświetlenia LED w budynku przy ul. Senatorskiej 16 w Warszawie. Obszarami objętymi wymianą były: klatki schodowe, ciągi komunikacyjne, powierzchnie open space w wybranych obszarach budynku, jak również oświetlenie zewnętrzne. Oprawy LED generują oszczędności związane ze zużyciem energii elektrycznej, a ich większa żywotność przekłada się na znacznie rzadszą wymianę źródeł światła i podzespołów.
- Wykonanie nowej wiaty rowerowej w lokalizacji Citi Handlowy w Olsztynie przy ul. Pstrowskiego 16 - na potrzeby pracowników korzystających z roweru jako środka komunikacji.

Analizy zużycia mediów potwierdzają efekty przeprowadzonych inwestycji.



W 2018 roku zrewitalizowano historyczną siedzibę Citi Handlowy przy ulicy Traugutta 7/9 w Warszawie.

Projekty proekologiczne

W 2018 roku Citi Handlowy zrealizował następujące projekty proekologiczne:

- **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 Citi Handlowy, 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 Citi Handlowy 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 2018 roku wzięło w niej udział 187 państw na 7 kontynentach. Na godzinę zgasiły światła w 8 lokalizacjach Citi Handlowy w 6 miastach: w Bydgoszczy, Katowicach, Łodzi, Olsztynie, Poznaniu i Warszawie.
- **Moje Miasto bez elektrośmieci** - uczestnik, zbiórka elektroodpadów w biurach Citi Handlowy i wymiana ich na pomoce naukowe dla szkół podstawowych.
- **Kalendarze z jabłek** - w 2018 roku Citi Handlowy zamówił dla pracowników i klientów ponad 5 tys. kalendarzy wykonanych z resztek jabłek. Kalendarze nadają się w 100 proc. do recyklingu i powstały z resztek owoców, które w przeciwnym razie nie byłyby wykorzystane.
- **Citi Handlowy Bikes** - Citi Handlowy zachęca do ekologicznego i aktywnego trybu życia, udostępniając aplikację Citi Handlowy Bikes. Umożliwia ona m.in. wypożyczenie i planowanie wycieczek na rowerze miejskim oraz posiada funkcję przeliczania emisji CO₂, od jakiej wykorzystanie roweru zamiast samochodu uchroniło Warszawę.
- **Wolontariat pracowniczy dotyczący ochrony bioróżnorodności**. W Parku w Powsinie powieszono budki dla ptaków i nietoperzy oraz hotele dla owadów. W intranecie zamieszczono komunikaty dotyczące zrealizowanych projektów energooszczędnych, segregacji odpadów, zużycia surowców naturalnych oraz konferencji klimatycznej w Katowicach (COP 24).



CZY WIESZ, ŻE...
NASZE KALENDARZE
NA 2019 ROK ZOSTAŁY
WYPRODUKOWANE Z JABŁEK?

Dzięki opatentowanej i pionierskiej technice produkcji papieru kalendarze Citi Handlowy powstały z tych części jabłek, które do tej pory nie były w żaden sposób wykorzystywane. Mniej szlachetnym częściom owocu daliśmy nowe życie.

ZUŻYCIE ENERGII W CITI HANDLOWY W LATACH 2016-2018



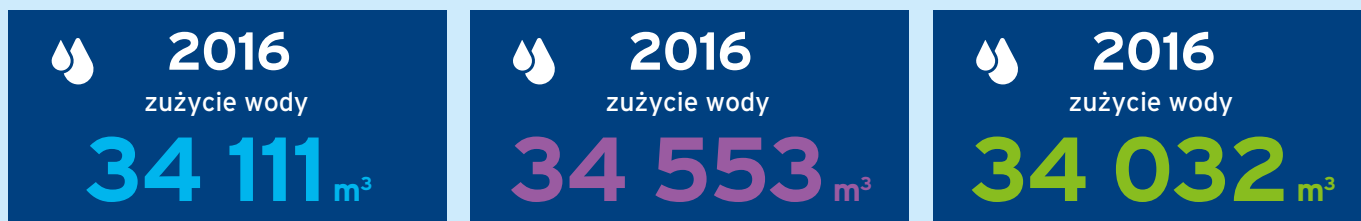
* Dane na dzień 04.02.2019 roku, (dane niepełne za 2018 rok).

* Zmiana wielkości zużycia energii cieplnej w 2017 roku w stosunku do danych publikowanych w raporcie za 2017 rok wynika z korekt dokonanych po terminie raportowania.

Citi Handlowy troszczy się również o zużycie innych surowców, takich jak woda czy papier. W jednym z obiektów Bank stosuje system odzysku wody deszczowej. W większości obiektów dostępne są elektryczne

dystrybutory wody podłączone bezpośrednio do sieci wodociągowej, dzięki czemu biura te nie korzystają z plastikowych butli.

ZUŻYCIE WODY W CITI HANDLOWY W LATACH 2016-2018



* Dane na dzień 04.02.2019 roku, (dane niepełne za 2018 rok).

* Zmiana wielkości zużycia wody w 2016 i 2017 roku w stosunku do danych publikowanych w raporcie za 2017 rok wynika z korekt dokonanych po terminie raportowania.

ZUŻYCIE GAZU W CITI HANDLOWY W LATACH 2016-2018



* Dane na dzień 04.02.2019 roku, (dane niepełne za 2018 rok).

* Zmiana wielkości zużycia gazu w 2017 roku w stosunku do danych publikowanych w raporcie za 2017 rok wynika z korekt dokonanych po terminie raportowania.



Ekologicznie z Citi Handlowy Bikes

2018 to drugi rok z rzędu, w którym Citi Handlowy był obecny ze swoim logo na rowerach miejskich w największych miastach Polski, a warszawscy rowerzyści mogli je wygodnie wypożyczyć za pomocą aplikacji Citi Handlowy Bikes.

PODSUMOWANIE SEZONU 2018:



Rowery z brandingiem Citi Handlowy

6 022
2017

6 357
2018

9 miast

Białystok, Katowice, Lublin, Łódź,
Opole, Poznań, Szczecin, Warszawa, Wrocław.

Rekordowy miesiąc - maj 2018

2,4 mln
Wypożyczeń rowerów

1 Wypożyczenie / **1 sek**



Konkurs „Wygraj iPhone z Citi Handlowy Bikes”

733 752
Zasięg kampanii

6 016
Pobrań aplikacji

DIGITALIZACJA

W nieruchomościach Citi Handlowy funkcjonuje system oszczędnego wydruku papieru biurowego i oszczędnego wykorzystania ręczników papierowych. Bank digitalizuje procesy związane z obrotem dokumentami (elektroniczne potwierdzenie odbioru, elektroniczne polecenie wystawienia faktury sprzedaży, elektroniczne faktury w aplikacji CTE, elektroniczne polecenia wyjazdu, „twoje faktury w Citibank Online”, elektroniczne wyciągi, elektroniczne procesy gwarancji bankowej).



LICZBA WYSŁANYCH LISTÓW I WYCIĄGÓW DO KLIENTÓW CITI HANDLOWY

	2016	2017	2018
Liczba wysłanych listów i wyciągów	2 963 372	2 531 143	1 960 019

ZUŻYCIE PAPIERU W KARTKACH/RYZACH W RAMACH KONTRAKTU Z DOSTAWCĄ (W SZT.)

	2016	2017	2018
Dostarczone / zużyte kartki	7 276 000	6 243 663	4 863 459
Dostarczone / zużyte rzy	14 552	12 487	9 727

Flota samochodowa

Zanieczyszczenia motoryzacyjne rozprzestrzeniają się w dużych stężeniach na niskich wysokościach i mają szczególnie istotny wpływ na zdrowie ludzi, dlatego Citi

Handlowy stara się redukować emisje spalin z transportu. Citi Handlowy posiada nowoczesną flotę samochodów spełniającą kryteria normy Euro 6.

IŁOŚĆ ZATANKOWANEGO PALIWA W RAMACH SŁUŻBOWYCH KART PALIWOWYCH (W LITRACH)

	2016	2017	2018
Paliwo z kart paliwowych	546 700	520 425	452 385

Skuteczna segregacja wytwarzanych odpadów w celu ich prawidłowego zagospodarowania to cel wpisany w Polityce środowiskowej Banku. Citi Handlowy monitoruje ilości wytwarzanych odpadów, kontro-

luje dostawców pod kątem odpowiednich uprawnień w zakresie zbiórki i przetwarzania odpadów oraz edukuje pracowników w zakresie postępowania z odpadami.

Liczba zutylizowanych odpadów niebezpiecznych w latach 2016-2018 (w szt.)

Sprzęt techniczny	978 sprzętów ewidencjonowanych i ok. 150 szt. drobnego AGD/RTV		
Tonery	1 200		

LICZBA KG PAPIERU PRZEKAZANA PRZEZ CITI HANDLOWY DO ZNISZCZENIA I PODDANA RECYKLINGOWI (W KG):

	2016	2017	2018
liczba kg papieru przekazana przez Bank do zniszczenia i poddana recyklingowi	287 545	212 072	394 490

Troska o ludzi

Priorytetem Citi Handlowy 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 Bank wykorzystuje swoją globalną obecność oraz wysoko wyspecjalizowaną kadrę, aby dostarczać rozwiązania bankowe, które wyprzedzają oczekiwania 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 wewnętrznych przepisach i zasadach postępowania wobec pracowników, dostawców, klientów, społeczności i krajów, w których Bank prowadzi działalność.

Wspieranie inicjatyw pracowniczych

Program Live Well at Citi

Citi Handlowy z powodzeniem kontynuuje program Live Well at Citi, globalną inicjatywę promującą szeroko pojętą kulturę zdrowia wśród pracowników Banku. Do zdrowego i aktywnego trybu życia Bank zachęca także swoich klientów korporacyjnych. Podczas sportowych zawodów pracownicy Citi Handlowy i klienci tworzą jedną drużynę, a każdy taki projekt wspiera wybrany cel charytatywny. Te trzy integralne elementy - udział pracowników, zaangażowanie klientów oraz społeczny cel - tworzą unikalny model biznesowy. Zarówno pracownicy Banku, jak i klienci równie chętnie angażowali się w 2018 roku we wszystkie wydarzenia pokazując, że sportowe zmagania i emocje są dla nich równie ważne, jak niesienie pomocy potrzebującym.

W ten sposób w ramach ubiegłorocznych inicjatyw Live Well at Citi Bank wsparł warszawski ośrodek pomocy ofiarom przemocy w rodzinie prowadzony przez Centrum Praw Kobiet. Wolontariusze Citi wyremontowali jego nową siedzibę, a Bank sfinansował wyposażenie pomieszczeń, w których mieszkają podopieczne ośrodka. Cały projekt zyskał uznanie, otrzymując „Wyróżnienie Białej Wstążki”, w którym Bank otrzymał nagrodę w kategorii Pracodawca-Sponsor. Z kolei drużyny Live Well at Citi uczestniczące w Warszawie Business Run - warszawskiej edycji biegu organizowanego we wrześniu przez Fundację Poland Business Run, pomogły młodym osobom po amputacjach.

Wśród inicjatyw zrealizowanych w 2018 roku w ramach Live Well at Citi znalazły się m.in.:

- turniej tenisowy **Citi Handlowy Lexus Business Cup** organizowany w sześciu największych miastach Polski w okresie od maja do września,
- cotygodniowe **treningi funkcjonalne** wspierające biegaczy i amatorów innych dyscyplin sportowych,
- turnieje golfowe organizowane przez **Polski Związek Golfa**, którego Citi Handlowy jest Partnerem Strategicznym, wspierającym rozwój tego sportu w kraju,
- edukacyjne **warsztaty dietetyczne** w dwóch warszawskich lokalizacjach Citi Handlowy.

Największą popularnością w Citi Handlowy cieszyły się projekty biegowe. Nową dyscypliną, w którą Citi Handlowy zaangażował się po raz pierwszy w minionym roku był triathlon, a sztafeta triathlonowa zyskała duże uznanie ze względu na formułę sprzyjającą budowaniu zespołów, integrującą amatorów trzech różnych dyscyplin - biegania, pływania i kolarstwa.

Największe imprezy sportowe w 2018 roku, w których wzięli udział pracownicy Citi Handlowy i klienci to m.in.:

- **Citi Charity Challenge 2018** - program treningowy przygotowujący do biegu na dystansie 10 km z finałem podczas Orlen Warsaw Marathon,
- **Enea Ironman 5150 Warsaw** - sztafeta triathlonowa i triathlon na dystansie 5150,
- **Enea Ironman 70.3 Gdynia** - sztafeta triathlonowa na dystansie sprinterskim i triathlon na dystansie 70.3,
- **Warszawa Business Run** - sztafeta biegowa podczas warszawskiej edycji zawodów organizowanych przez Fundację Poland Business Run,
- **30. Bieg Niepodległości w Warszawie** - bieg na dystansie 10 km organizowany przez Urząd m.st. Warszawy w 100-rocznicę odzyskania przez Polskę niepodległości.

UDZIAŁ W WYDARZENIACH LIVE WELL AT CITI W 2018 ROKU

600+

pracowników

500+

klientów



Drużyna Live Well at Citi 2 zajęła 3. miejsce w charytatywnym biegu Warszawa Business Run.



Ponad 100 -osobowa drużyna Citi w Polsce wzięła udział w 30. Biegu Niepodległości w Warszawie.

CitiClub

CitiClub jest organizacją zrzeszającą na zasadzie dobrowoli 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 Citi Handlowy, 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 Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych (ZFSS), 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 Citi Handlowy mają szansę wziąć udział w ciekawych wydarzeniach, na które wielu z nich bez dofinansowania nie mogłoby sobie pozwolić.

CitiClub powołano 14 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, żeglarstwa 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 Banku, sprzyja wzrostowi 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 wytężoną 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 znajdują 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.

Co roku odbywają się trzy główne cykliczne imprezy, które na stałe weszły do kalendarza wydarzeń CitiClub: Zawody Narciarsko-Snowboardowe, Regaty Żeglarskie o Puchar Prezesa Citi Handlowy oraz spływ kajakami. W 2018 roku w tych trzech imprezach wzięło udział 511 osób.



Załoga reprezentująca Citi Handlowy zajęła 4. miejsce w klasie jachtów otwartopokładowych Sigma podczas Regat Żeglarskich Konfederacji Lewiatan.

CITI WOMEN'S NETWORK POLAND

Inicjatywa Citi Women's Network 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 Grupy Citi najlepszych pracowników i zapewnienie im możliwości pełnego rozwoju zawodowego z poszanowaniem ich godności - bez względu na płeć, rasę, wyznanie czy orientację seksualną. Inicjatywa Citi Women ma na celu zwrócenie uwagi na sytuację kobiet pracujących w Citi Handlowy, zapewnienie im równych szans rozwoju zawodowego i możliwości realizacji ambicji związanych z karierą w Banku.

Misja Citi Women's Network:

- tworzenie sprzyjających warunków rozwoju zawodowego kobiet oraz pomoc w pokonywaniu barier;
- zapewnienie możliwości realizacji ambicji kobiet przy zachowaniu równowagi między pracą zawodową i życiem prywatnym.

Citi Women inspirowuje kobiety do inwestowania w siebie poprzez szkolenia, mentoring, spotkania z ludźmi sukcesu oraz spotkania integracyjne. Organizuje szkolenia dla kobiet 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 między sobą nowych, ściślejszych kontaktów, propaguje prokobiece podejście w ramach organizacji i na zewnątrz, pomaga kobietom odnaleźć równowagę między pracą a życiem prywatnym.

Citi Pride Network Poland

W połowie 2018 roku do działającej już w Citi Handlowy społeczności Citi Women's Network dołączyła nowa - Citi Pride Network Poland. Została powołana z przekonania, że Citi Handlowy, będący częścią Grupy Citi, powinien być miejscem, w którym każdy pracownik cieszy się szacunkiem innych, może otwarcie o sobie mówić, być częścią zespołu, zarówno w pracy, jak i poza nią - bez obaw o dyskryminację czy brak akceptacji. Misją tej społeczności jest wspieranie różnorodności w Citi Handlowy poprzez mentoring, networking, edukację, a także wsparcie dla osób ze środowisk LGBTQ+. W działalność społeczności Citi Pride Network Poland angażują się wszyscy pracownicy Citi Handlowy, którzy wierzą, że wzajemny szacunek i otwarcie na różne światopoglądy i pomysły to ważny element budowania kultury różnorodności i włączenia społecznego w Citi.

Powołanie społeczności Citi Pride Network Poland w Citi Handlowy to kolejny ważny krok na drodze do budowania przyjaznego miejsca pracy, w którym pracownicy z pasją angażują się w realizację zadań, chętniej współpracują z innymi i mogą w pełni wykorzystać swój potencjał.

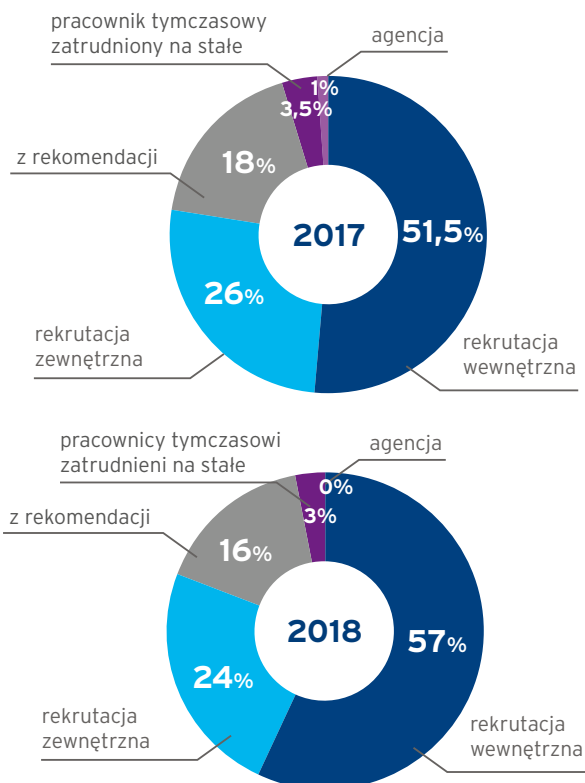
Polityka zatrudnienia

Rekrutacja

Sukces Citi Handlowy tworzą ludzie. Bank, świadomy tej wartości, od lat konsekwentnie pozostaje w grupie najlepszych pracodawców na rynku. Spójna polityka pozyskiwania talentów zewnętrznych przy jednoczesnej promocji talentów wewnątrz organizacji pozwoliła utrzymać w Banku satysfakcjonujący poziom zatrudnień kandydatów wewnętrznych.

Pracownicy wspierani przez pracodawcę 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. Rosnąca liczba rekrutacji kończących się zatrudnieniem kandydatów wewnętrznych jest dowodem promowania wewnętrznej ścieżki rozwoju z możliwością budowania kariery w strukturach Citi Handlowy i strukturach globalnych Grupy Citi.

ZATRUDNIENIE W CITI HANDLOWY W LATACH 2017-2018 W PODZIALE NA ŹRÓDŁO:



Citi Handlowy nieustannie rozwija i wspiera swój kluczowy program rekomendacji kandydatów. Pokazuje on stabilny udział kandydatów zatrudnionych z rekomendacji pracowników Citi Handlowy w 2017 i 2018 roku. Osiągnięcie tego wyniku nie byłoby możliwe bez zaufania i zaangażowania pracowników Citi Handlowy, wierzących w swoją organizację. To pracownicy organicznie budują kapitał ludzki i tworzą środowisko pracy, w którym mogą i chcą się rozwijać.

w 2018 roku

50%

zarządu w Citi Handlowy stanowią kobiety



Kultura różnorodności i włączenia społecznego w Citi Handlowy

Citi Handlowy tworzy środowisko pracy sprzyjające różnorodności i włączeniu społecznemu, w którym każdy pracownik może czuć się dumny z tego, co go wyróżnia - z pochodzenia, poglądów, doświadczeń i pomysłów. Pracownicy Grupy Citi odzwierciedlają różnorodność kultur i światopoglądów swoich klientów z ponad 160 krajów i jurysdykcji, w których Grupa prowadzi swoją działalność. Stanowi to wyjątkową przewagę konkurencyjną, na którą składa się globalny zasięg i znajomość lokalnych rynków.

Sprzycanie różnorodności zespołów, idei i możliwości w Citi Handlowy pomaga we wspieraniu wzrostu i rozwoju, stanowiąc kwintesencję tego, kim jesteśmy i jak prosperujemy.

DLA PRACOWNIKÓW

Kultura włączenia oznacza, że pracownicy czują się dobrze, angażując się w powierzane im zadania i mogąc być w pracy sobą.

DLA CITI HANDLOWY

Przynależność do globalnej instytucji finansowej daje unikalną siłę płynącą z globalnego zasięgu i mnogości światopoglądów.

DLA KLIENTÓW I SPOŁECZNOŚCI

Różnorodność perspektyw sprzyja innowacji i wzmacnia etyczne zachowania w biznesie.

Ponadto w Citi Handlowy co druga osoba na stanowisku menedżerskim to kobieta, a wśród kilku tysięcy pracowników Citi w Polsce kobiety stanowią dokładnie 51,75 proc. Różnorodność przy tym wpisana jest w DNA tak globalnej organizacji jaką jest Citi, a dotyczy ona zarówno zróżnicowania zespołów ze względu na płeć, wiek pracowników, jak i ich pochodzenie czy poglądy.

Male Champion of change za wspieranie różnorodności w Citi w Polsce

Wyrazem uznania dla wybitnych zasług w zakresie budowania różnorodności oraz wspierania kobiet w Citi w Polsce jest przyznana po raz pierwszy w kraju statuetka Male Champion of Change dla Prezesa Citi Handlowy i Citi Country Officer. Sławomir S. Sikora otrzymał wyróżnienie w tej kategorii w ramach konkursu Bizneswoman Roku organizowanego przez Fundację Sukces Pisany Szminką. W konkursie wyróżniono również Wiceprezes Zarządu Citi Handlowy i Szeffową Pionu Ryzyka, Barbarę Sobalę, przyznając jej nagrodę w kategorii Liderka w Korporacji.

Statuetka Male Champion of Change przyznawana jest osobom, które aktywnie działają na rzecz budowania różnorodności oraz wspierania kobiet. Efektem podejmowanych przez nie działań jest rosnący udział kobiet na kluczowych stanowiskach oraz niwelowana jest luka płacowa. Prezes Citi Handlowy, odpowiedzialny za działalność Citi w Polsce, do którego należy także centrum usług wspólnych – Citi Service Center Poland, został

wyróżniony m.in. za konsekwentne wdrażanie inicjatyw na rzecz wspierania kultury organizacyjnej opartej na różnorodności, których celem jest wzmacnianie kobiet w realizacji ich celów zawodowych i pomaganie w skutecznym łączeniu pracy z ich prywatnymi zobowiązaniami.

W efekcie w 2018 roku w Citi Handlowy:

- udział kobiet na stanowiskach menedżerskich wyniósł ponad 50 proc.,
- udział kobiet w zarządzie Banku wzrósł do 50 proc.,
- ponad 72 proc. osób raportujących do zarządu menedżerów na swoich sukcesorów wyznaczyło kobiety,
- kobiety i mężczyźni na równorzędnych stanowiskach wynagradzani są równo, zgodnie z kompetencjami,
- trzy kluczowe obszary działalności Banku, czyli Ryzyko, Finanse oraz Operacje i Technologia, kierowane są przez kobiety zasiadające w Zarządzie Citi Handlowy,
- średni staż pracy w Citi Handlowy oscyluje wokół 8 lat, przy czym wśród kobiet ten okres jest dłuższy i wynosi w ostatnich dwóch latach powyżej 9 lat.

„ W Citi Handlowy wynagrodzenia, awans oraz rozwój nie mają płci. Bank dąży do tego, aby kobiety oraz mężczyźni na równorzędnych stanowiskach byli wynagradzani równo, zgodnie z kompetencjami. Mają mieć przy tym takie same możliwości rozwoju. Ponad połowę stanowisk menedżerskich w Citi w Polsce zajmują dzisiaj kobiety. „

- Sławomir S. Sikora, Prezes Zarządu Citi Handlowy



Struktura zatrudnienia w Citi Handlowy

Pracownicy ogółem w podziale na płeć (liczba, proc.)

CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	proc.	Liczba	proc.	Liczba
2016	2 406	64%	1 365	36%	3 771
2017	2 249	63%	1 321	37%	3 570
2018	2 139	63%	1 260	37%	3 399

DM CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	proc.	Liczba	proc.	Liczba
2016	38	45%	46	55%	84
2017	46	52%	42	48%	88
2018	49	51%	47	49%	96

WIĘKSZOŚĆ MENEDŻERÓW ZATRUDNIONYCH W CITI HANDLOWY TO KOBIETY.

Stanowiska menedżerskie w podziale na płeć (liczba, proc.)

CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	proc.	Liczba	proc.	Liczba
2016	266	51%	255	49%	521
2017	258	51%	249	49%	507
2018	251	51%	244	49%	495

DM CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	proc.	Liczba	proc.	Liczba
2016	9	41%	13	59%	22
2017	10	43%	13	57%	23
2018	15	54%	13	46%	28

W CITI HANDLOWY 100 PROC. PRACOWNIKÓW ZATRUDNIONYCH JEST W OPARCIU O UMOWĘ O PRACĘ.

Rodzaje umów o pracę w podziale na płeć (w proc.)

CITI HANDLOWY

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	czas określony	53%	47%	10%
	czas nieokreślony	65%	35%	89%
	zastępstwo	52%	48%	1%
	Suma	64%	36%	100%
2017	czas określony	52%	48%	8%
	czas nieokreślony	64%	36%	91%
	zastępstwo	59%	41%	1%
	Suma	63%	37%	100%
2018	czas określony	53%	47%	6%
	czas nieokreślony	64%	36%	92%
	zastępstwo	70%	30%	1%
	Suma	63%	37%	100%

DM CITI HANDLOWY

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	czas określony	0%	100%	4%
	czas nieokreślony	48%	53%	95%
	zastępstwo	0%	100%	1%
	Suma	45%	55%	100%
2017	czas określony	57%	43%	8%
	czas nieokreślony	53%	48%	91%
	zastępstwo	0%	100%	1%
	Suma	52%	48%	100%
2018	czas określony	56%	44%	9%
	czas nieokreślony	51%	49%	90%
	zastępstwo	0%	100%	1%
	Suma	51%	49%	100%

Średni staż pracy w Citi Handlowy na przestrzeni ostatnich lat rośnie i w 2018 roku przekroczył 9 lat, przy czym wśród kobiet pracujących w Banku średni staż pracy jest na poziomie 10 lat.

Średni staż pracy w podziale na płeć (w latach)			
CITI HANDLOWY			
Rok	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	9	7	8
2017	10	8	9
2018	10	8	9
DM CITI HANDLOWY			
Rok	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	9	8	9
2017	9	8	8
2018	9	7	8

Wymiar czasu pracy

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

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

Wymiar czasu pracy w podziale na płeć (w proc.)

CITI HANDLOWY

Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	cały etat	63%	37%	96%
	część etatu	80%	20%	4%
	Suma	64%	36%	100%
2017	cały etat	62%	38%	96%
	część etatu	79%	21%	4%
	Suma	63%	37%	100%
2018	cały etat	62%	38%	96%
	część etatu	77%	23%	4%
	Suma	63%	37%	100%

DM CITI HANDLOWY

Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	cały etat	36%	64%	52%
	część etatu	55%	45%	48%
	Suma	45%	55%	100%
2017	cały etat	41%	59%	50%
	część etatu	64%	36%	50%
	Suma	52%	48%	100%
2018	cały etat	43%	57%	48%
	część etatu	58%	42%	52%
	Suma	51%	49%	100%

Work-Life Balance

Citi Handlowy oferuje swoim pracownikom elastyczne warunki pracy. Jest to część strategii biznesowej, która pozwala na wybór czasu i miejsca wykonywanej pracy. Pracownicy Citi Handlowy i ich przełożeni mogą wypracować Plany Elastycznych Warunków Pracy, czyli różne sposoby na to jak, kiedy i gdzie praca może być wykony-

wana. W ten sposób Bank oferuje pracownikom możliwości godzenia obowiązków osobistych i zawodowych.

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

Elastyczne warunki pracy w podziale na płeć (w proc.)				
CITI HANDLOWY				
Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	elastyczne	62%	38%	14%
	standardowe	64%	36%	86%
	Suma	64%	36%	100%
2017	elastyczne	62%	38%	16%
	standardowe	63%	37%	84%
	Suma	63%	37%	100%
2018	elastyczne	62%	38%	18%
	standardowe	63%	37%	82%
	Suma	63%	37%	100
DM CITI HANDLOWY				
Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	elastyczne	0%	100%	2%
	standardowe	46%	54%	98%
	Suma	45%	55%	100%
2017	elastyczne	0%	100%	2%
	standardowe	53%	47%	98%
	Suma	52%	48%	100%
2018	elastyczne	0%	100%	4%
	standardowe	53%	47%	96%
	Suma	51%	49%	100%

WIĘKSZOŚĆ PRACOWNIKÓW CITI HANDLOWY TO OSOBY W WIEKU 31-50 LAT.

Kategorie wiekowe pracowników w podziale na płeć (w proc.)

CITI HANDLOWY

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	<= 30 lat	61%	39%	26%
	31 - 50 lat	64%	36%	67%
	> 50 lat	75%	25%	6%
	Suma	64%	36%	100%
2017	<= 30 lat	58%	42%	22%
	31 - 50 lat	64%	36%	71%
	> 50 lat	71%	29%	7%
	Suma	63%	37%	100%
2018	<= 30 lat	57%	43%	20%
	31 - 50 lat	64%	36%	73%
	> 50 lat	71%	29%	7%
	Suma	63%	37%	100%

DM CITI HANDLOWY

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2016	<= 30 lat	25%	75%	10%
	31 - 50 lat	41%	59%	75%
	> 50 lat	77%	23%	15%
	Suma	45%	55%	100%
2017	<= 30 lat	63%	38%	9%
	31 - 50 lat	46%	54%	74%
	> 50 lat	73%	27%	17%
	Suma	52%	48%	100%
3Q2018	<= 30 lat	17%	83%	6%
	31 - 50 lat	51%	49%	74%
	> 50 lat	63%	37%	20%
	Suma	51%	49%	100%

Rozwój pracowników

Citi Handlowy kieruje się standardami przywództwa (Leadership Standards), stanowiącymi katalog oczekiwanym postaw i zachowań, które każdy pracownik powinien wykazywać i promować w swojej codziennej pracy, jako fundamentem, na którym buduje wartości i wizję. Jednym z nich jest rozwój pracowników. Bank wspiera rozwój w modelu partnerstwa między pracownikiem, menedżerem i organizacją stwarzającą możliwości nieustannego rozwoju zawodowego i personalnego, stymulującą go m.in. zgodnie z filozofią uczenia się 70:20:10.

Dla Citi Handlowy kluczowe jest nie tylko oferowanie najwyższej jakości usług i produktów swoim klientom, ale też bycie organizacją uczącą się, a także wykorzystującą 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 pracownik mógł znaleźć coś dla siebie. Dodatkowo dba o właściwy rozwój menedżerów i liderów, wierząc w ich ogromną rolę w osiągnięciu sukcesów biznesowych organizacji. Członkowie Zarządu aktywnie dzielą się swoim doświadczeniem i wiedzą, nie tylko obejmując patronatem wiele programów i działań rozwojowych, ale co ważniejsze - uczestnicząc w nich. Angażują się w nie, wnosząc wartość dodaną we wzmacnianie kultury rozwoju i włączanie jej w strategię biznesowe.

Program mentoringowy dla kobiet

Citi Handlowy wspiera i wzmacnia w działaniach rozwojowych kobiety, oferując im dedykowane programy rozwojowe oraz wzmacniając kulturę otwartą na różnorodność. Przykładem prowadzonego specjalnie dla kobiet programu rozwojowego w Citi Handlowy w 2018 roku był Program mentoringowy, w którym 11 kobiet wskazywanych w planach sukcesji na wysokie stanowiska menedżerskie w Banku rozwijało swoje kompetencje pod okiem Członków Zarządu Citi Handlowy, którzy osobiście zaangażowali się w Program.

Program rotacji pracowników w Citi Handlowy

W 2018 roku zainicjowano CCO Client Excellence Rotation Program - program krótkich rotacji pracowników pomiędzy różnymi jednostkami w Citi Handlowy. Rotacje odbywają się pomiędzy obszarami, w których pracownicy mają bezpośredni kontakt z klientem, a obszarami, w których na co dzień takiego kontaktu nie ma.

Inicjatywa ma na celu uwzględnienie perspektywy klientów w procesach, które Citi Handlowy realizuje na co dzień, i ma pomóc lepiej zrozumieć to, co dzieje się w organizacji, aby można było w pełni koncentrować się na potrzebach klientów, wprowadzać niezbędne zmiany i wspierać współpracę.

Dzięki świeżemu spojrzeniu i wymianie doświadczeń pracownicy mają szansę tworzyć nowe rozwiązania lub usprawniać procesy w ramach rotacji czy też po powrocie do swojej jednostki macierzystej. Poprzez udział w programie uczestnicy zdobywają nową wiedzę, poznają nowe obszary biznesowe i podnoszą swoje kwalifikacje zawodowe. W 2018 roku Program Rotacji rozpoczęło 6 pracowników Banku.

CitiLearning - od szkoleń do kultury ciągłego uczenia się

W odpowiedzi na zmiany zachodzące w globalnym sektorze finansowym oraz zmieniający się charakter środowiska pracy Citi Handlowy zmienił w 2014 roku sposób, w jaki wspiera rozwój pracowników w organizacji.

Jak dotąd zmiana tego procesu przyniosła pozytywne rezultaty zarówno w wymiarze wewnętrznym, jak i zewnętrznym. Citi Handlowy był w stanie wprowadzić nowe podejście, które pomaga przenieść sposób myślenia o rozwoju ze „szkoleń” do „kampanii”, do myślenia o rozwoju nie tylko poprzez udział w szkoleniu prowadzonym przez trenera, ale o rozwoju rozumianym szeroko, obejmującym nabycie „nawyku uczenia się”, które stanie się częścią DNA organizacji i pracowników. To innowacyjne podejście do uczenia się przyjęto w całej branży HR, w tym również w Citi Handlowy. Jego przyjęcie oparto na kampanii, w której podstawą jest zasada 70:20:10. To otworzyło pracownikom Citi Handlowy dostęp do niezbędnych zasobów zawsze wtedy, kiedy ich potrzebują, i pozwoliło wykonywać swoją pracę oraz 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 Citi Handlowy starał się wspierać budowę solidnego podejścia i opracował 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 od pracowników nabycia

nowych kompetencji, ale jednocześnie mocno osadza organizację i pracowników w standardach przywództwa, będących wyznacznikiem wartości, według których Citi Handlowy działa i realizuje swoją wizję. Jednym z nich jest rozwój pracowników – stąd tak poważne i holi- styczne podejście do potrzeby zmiany i wartości, jaką za sobą ona niesie.

Pracownicy zdecydowanie częściej korzystają z zasobów online – różnorodność ich tematyki, formatu i poziomu pozwala każdemu znaleźć dla siebie właściwy kierunek,

w zależności od indywidualnych potrzeb. Wzrost technologii wspierającej rozwój (np. aplikacje mobilne) pozwala na uczenie się w każdym momencie, a także umacnia w organizacji kulturę i nawyk uczenia się.

Dlatego Citi Handlowy kładzie duży nacisk na wykorzystywanie w strategii szkoleniowej nowych technologii. Pozwala to na wykorzystanie szkoleń e-learningowych dostępnych na dedykowanej do tego celu platformie. Poniższe zestawienie prezentuje liczbę zrealizowanych w Citi Handlowy szkoleń:

Szkolenia zrealizowane przez pracowników Citi Handlowy w podziale na tradycyjne i elektroniczne (w proc.)

Forma szkolenia	2016	2017	2018
Szkolenia tradycyjne	9%	5%	5%
Szkolenia e-learningowe	91%	95%	95%

Różnorodność biznesowa i specyficzne potrzeby Banku wyznaczają kierunki i wymagania dotyczące profesjonalnej wiedzy niezbędnej w zachowaniu najwyższej jakości usług, czy to dla partnerów wewnętrznych, czy klientów zewnętrznych. 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 Citi Handlowy 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 niepewnościami, obawami czy pytaniami. W 2018 roku w szkoleniu „Orientation” uczestniczyło ok. 310 osób.

Rozwój pracowników w Citi Handlowy przeszedł pewną transformację. To już nie są godziny szkoleniowe, ale 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 potwierdzenia, że jest właścicielem swojego rozwoju, a menedżer i organizacja są jego partnerami w osiągnięciu najwyższych rezultatów biznesowych i indywidualnych.

Kampania wspierająca uczenie się #BeMore

Citi Handlowy wprowadził kampanię #BeMore po raz pierwszy w 2016 roku. Kampania #BeMore została zaprojektowana tak, aby wspierać rozwój zachowań potrzebnych do stworzenia kultury uczenia się w organizacji o bardzo złożonej, wielonarodowej i wielokultu-

rowej strukturze.

Działania organizowane w Citi Handlowy w ramach kampanii #BeMore obejmowały:

- szczerze i regularne rozmowy rozwojowe pracowników ze swoimi bezpośrednimi menedżerami (1:1);
- szerzenie komunikacji podkreślającej kulturę ciągłego uczenia się w miejscu pracy w oparciu o model 70:20:10, znany w Citi Handlowy jako 3E (*experience, exposure, education* – czyli: doświadczenie, ekspozycja, wykształcenie);
- praca nad Indywidualnym Programem Rozwoju (IDP) 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 Grupie Citi. Nadrzędną zasadą kampanii #BeMore było ścisłe zbliżenie jej celów do celów biznesowych, wspierając narzędzia pozwalające wzmocnić świadomość pracowników Citi Handlowy w obszarze rozwoju indywidualnego, działając jednocześnie na rzecz organizacji. #BeMore stworzyło zintegrowane miejsce dla pracowników Citi Handlowy, pomagające odnaleźć się w zasobach wiedzy Banku. Zastosowano różne formaty przekazu, prezentowano filmy budujące zaangażowanie, zapraszano gości przekazujących inspirujące doświadczenia i historie, spójne z nową filozofią rozwoju, stanowiącą wartość nie tylko dla organizacji, ale też dla samych pracowników.

PRZYKŁAD, JAK MOŻNA UCZYĆ SIĘ INACZEJ W CITI HANDLOWY - 30-DNIOWE WYZWANIE ROZWOJOWE

30-dniowe wyzwanie rozwojowe wymagało zaangażowania pracowników Citi Handlowy 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 wzmocniono poprzez gamifikację, produkowaną w wielu językach, i wspierano je oryginalnymi akcjami marketingowymi.

W Citi Handlowy inicjatywa ta odbyła się do tej pory czterokrotnie, za każdym razem spotkała się z dużym zaangażowaniem pracowników. W 2018 roku kampania miała charakter globalny, co pozwoliło pracownikom Citi Handlowy budować networking w całej Grupie Citi, dzieląc się swoimi doświadczeniami i komentarzami. We wrześniu 2018 roku pracownicy mogli skorzystać z wirtualnych gogli (VR) symulujących rollercoaster, wspinaczkę nad przepaścią czy skok z wieżowca. Takie doświadczenie miało na celu pobudzenie ich ciekawości, zachęcenie do zmiany perspektywy i wyjścia ze strefy komfortu.

Menedżerowie jako integralna część partnerstwa rozwoju pracowników

Citi Handlowy wyposaża menedżerów w narzędzia pomocne w promowaniu rozwoju i dyskusji na temat uczenia się w organizacji i jego wpływu na efekty pracy. Programy rozwojowe dla menedżerów są budowane 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 2015-2018 w szkoleniach menedżerskich realizowanych w ramach programów Leadership przygotowanych przez Citi Handlowy uczestniczyło 232 menedżerów.

Szkolenia dla menedżerów to nie tylko zdobywanie nowych umiejętności pozwalających efektywnie zarządzać pracownikami, ale także spotkania prowadzone przez menedżerów wyższego szczebla (*Senior Managers*) i liderów organizacji, budujące świadomość przywództwa zgodnego z 6. Standardami Przywództwa promowanymi w Citi.

Dialog z pracownikami na temat rozwoju

Citi Handlowy angażuje pracowników do współprojektowania narzędzi i rozwiązań edukacyjnych. W tym celu zorganizował spotkania z pracownikami, podczas których prezentowali swoje własne pomysły. W czasie dynamicznych *Jam Sessions*, pracowano metodą focusową, realizowaną w nowoczesnej formie - social café.

Podczas sesji zadawano różnego rodzaju pytania pozwalające organizacji na poznanie 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.

Proces rozwoju Talentów

Jedną z kluczowych wartości Citi Handlowy jest rozwój Talentów, tj. osób, które mają ogromny potencjał rozwojowy i mogą w krótkiej przyszłości zająć stanowiska kierownicze, a także osób mających unikalną i kluczową dla organizacji wiedzę lub kompetencje. Wzmacnianie kompetencji, nabywanie nowych umiejętności i zdobywanie doświadczeń to nieodzowne elementy rozwoju osobistego i zawodowego oraz warunków 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 oraz zatrzymanie najlepszych osób w swoich strukturach.

Proces oceny w Citi Handlowy

Rozwój pracowników jest wspierany przez Citi Handlowy poprzez 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: stawianie celów, ocena roczna, ocena półroczna, ocena 360 stopni (*Multi-Perspective Feedback*) dla wszystkich menedżerów.

W procesie oceny analizowana jest realizacja celów („CO”) oraz sposób, w jaki zostały one zrealizowane („JAK”) - w oparciu o 6 Standardów Przywództwa.

Warunki zatrudnienia

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

Przy ustalaniu wynagrodzeń pracowników Bank odnosi się do doświadczenia i kompetencji wymaganych na obejmowanym stanowisku, oceny wyników pracy, obecnego poziomu wynagrodzenia, pozycji na tle nowej grupy pracowników i rynku. W oparciu o te informacje ustalany jest nowy poziom wynagrodzenia pracownika.

Rynek definiowany jest w oparciu o dane z raportów firmy doradczej dla stanowisk w innych organizacjach, podobnych pod kątem zakresu obowiązków, umiejętności, odpowiedzialności.

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 Citi Handlowy jest porównywalna do wynagrodzenia zasadniczego mężczyzn. Na grudzień 2018 roku wynosiła 97 proc. płacy mężczyzn.

ŚREDNIE WYNAGRODZENIE W CITI HANDLOWY

Średnie miesięczne wynagrodzenie brutto w Citi Handlowy (w zł)

Pracownicy	Całkowite (z wynagrodzeniem zmiennym)	Zasadnicze (bez wynagrodzenia zmiennego)
2016		
Osoby na planie premiowym	7 598	5 264
Osoby nie będące na planie premiowym	9 866	8 835
Suma	8 952	7 395
2017		
Osoby na planie premiowym	7 923	5 187
Osoby nie będące na planie premiowym	10 292	9 123
Suma	9 455	7 733
2018		
Osoby na planie premiowym	8 533	6 004
Osoby nie będące na planie premiowym	10 655	9 435
Suma	9 949	8 293

* Powyższe dane dotyczą wszystkich pracowników Citi Handlowy z wyłączeniem Zarządu. Wynagrodzenie zasadnicze brutto na 31 grudnia 2018 roku.

Nagrody i uznanie

Citi Handlowy jest instytucją, która koncentruje się na wspieraniu innowacyjności pracowników. Dąży do tego, aby wszelkie inicjatywy oraz działania służące innowacji i wspieraniu efektywności były doceniane, a te szczególnie istotne - wyróżniane 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 pracowników Citi Handlowy zyskują także uznanie na forum Citi w ramach konkursu Progress Awards.

Benefity

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

Pracownicy Citi Handlowy mogą korzystać z prywatnej opieki medycznej, której koszty w całości finansuje pracodawca. 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 każdy pracownik Citi Handlowy ma możliwość wykupienia karty sportowej dla siebie i osoby towarzyszącej.

W trosce o bezpieczeństwo pracowników Citi Handlowy zapewnia dwa rodzaje ubezpieczeń na życie. Pierwszy, który jest sponsorowany przez Pracodawcę, obejmuje ochroną pracownika i uwzględnia oprócz śmierci i następstw NNW 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 ponoszone są przez pracownika. 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. z tytułu urodzenia dziecka, choroby dziecka lub małżonka, pobytu w szpitalu.

Dodatkowo pracownicy Citi Handlowy otrzymują co kwartał zasilenia na platformie kafeteryjnej, na której mogą zgromadzone punkty wymieniać na bony i vouchery, zarówno w formie papierowej, jak i elektronicznej. W ten sposób Citi Handlowy dofinansowuje m.in. posiłki, zakupy, dojazdy do pracy, wyjazdy wakacyjne, uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych.

Liczba pracowników Citi Handlowy, która załogowała się do platformy kafeteryjnej w listopadzie 2018 roku wyniosła 3 208.

W celu zabezpieczenia sytuacji finansowej swoich pracowników na emeryturze, w 2002 roku Citi Handlowy

zdecydował się na założenie pracowniczego planu emerytalnego. Obecnie składka jest na najwyższym, 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.

Przyjazna przestrzeń do pracy

Citi Handlowy zwiększa komfort pracy swoich pracowników, aranżując nowe powierzchnie biurowe i odświeżając wewnętrzne powierzchnie wspólne. W budynkach Banku zrealizowano kilka projektów, w których udostępniono miejsca pracy, które 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 taką są wpisane strefy, w których pracownicy mogą wyrazić siebie, na przykład pisząc po ścianach, strefy do relaksu i obszary zielone.

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.

Citi Handlowy, który z DM Citi Handlowy 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.

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

Odpis podstawowy na ZFŚS w Citi Handlowy w 2018 roku

Ustawowy

5 167 236,70 zł - 37,50 proc. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w 2012 roku

W Grupie Citi Handlowy

8 370 621,88 zł - 50 proc. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w 2018 roku

Citi Handlowy 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 mate-

rialnej, a także zwrotnej pomocy na cele mieszkaniowe na warunkach określonych umową pożyczki. Bank dofinansowuje także indywidualne i grupowe aktywności rekreacyjno-sportowe.

Działalność społeczna 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 też osoby przebywające na świadczeniach przedemerytalnych, dla których Citi Handlowy był ostatnim pracodawcą.

Takie osoby mogą korzystać z dofinansowań do wypoczynku, z bezzwrotnej pomocy materialnej (bezzwrotne zapomogi lub pomoc finansowa, coroczne świadczenie społeczne) 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. Co roku emeryci otrzymują również świadczenia społeczne w formie wypłat pieniężnych.

Liczba emerytów, rencistów i osób przebywających na świadczeniu przedemerytalnym, które skorzystały z ZFŚS

2016	2017	2018
939	864	947

Citi Handlowy zapewnia zasady korzystniejsze od tych przewidzianych w kodeksie pracy, 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 Citi Handlowy, z którymi pracodawca rozwiązał stosunek pracy z przyczyn nie dotyczących 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 nie dotyczących pracownika.
- Citi Handlowy wyróżniają kwoty odpraw:
 - ▶ do 5 lat pracy - 100 proc.;
 - ▶ 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 i dłużej - 1100 proc.;

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

Wyższe odprawy przy zwolnieniach z przyczyn leżących po stronie pracodawcy

W przypadku rozwiązania umowy o pracę z przyczyn nie dotyczących pracowników Citi Handlowy 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 nie dotyczących pracowników. Powyższą zasadę odzwierciedlono w obowiązującym w Citi Handlowy Zakładowym Układzie Zbiorowym Pracy (ZUZP).

Dodatkowy dzień na poszukiwanie pracy

Ogólnie obowiązujący wymiar zwolnienia na poszukiwanie pracy dla pracowników zwalnianych z przyczyn nie dotyczących pracowników Citi Handlowy zwiększył do 2 dni. W przypadku rozwiązania umowy o pracę na mocy porozumienia stron z przyczyn nie dotyczących pracowników wymiar ten wynosi 2 dni.

Rozwój społeczności

Dzięki wyjątkowemu zespołowi pracowników i partnerów oraz doświadczeniu rynkowemu Citi Handlowy wpływa na rozwój społeczności w Polsce. Angażuje się w kwestie, które są istotne dla jego pracowników, klientów i środowiska, w którym funkcjonuje, wyrażając swoje poparcie dla równości, wzajemnego szacunku i troski o środowisko oraz przeciwstawiając się dyskryminacji i represjom. Citi Handlowy z dumą prezentuje wybrane przykłady działań w obszarze społecznej odpowiedzialności, które wspierają wzrost gospodarczy i rozwój lokalnych społeczności.

Zaangażowanie społeczne

Bank realizuje Strategię społecznej odpowiedzialności poprzez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy, która w jego imieniu wspiera działania na rzecz dobra publicznego, a także przy wsparciu Citi Foundation.

Fundacja Kronenberga od lat aktywnie działa w obszarach przedsiębiorczości i edukacji finansowej, ochrony dziedzictwa kulturowego oraz wolontariatu pracowniczego, dużą wagę 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 beneficjentów z różnych grup wiekowych: dzieci, młodzieży, dorosłych i seniorów. Fundacja przyznała 1 350 dotacji dla ponad tysiąca organizacji pozarządowych.

Fundacja koordynuje jeden z największych i najstarszych w Polsce (powstały w 2005 roku) programów wolontariatu pracowniczego. Od początku istnienia programu pracownicy Citi zaangażowali się w działalność wolontariacką prawie 27,4 tys. razy, przepracowując łącznie już ponad 147 tys. godzin, pomagając ponad 325 tys. odbiorców. Co roku program swoim zasięgiem obejmuje prawie 250 placówek, a w wolontariat angażuje się około 23 proc. pracowników Citi.

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 Gieysztoro uhonorowano 19 osób i instytucji za wybitne osiągnięcia mające na celu ochronę polskiego dziedzictwa kulturowego.

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. Fundacja bezpośrednio dociera 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 2 mln osób.

W 2018 roku Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy zrealizowała następujące programy:

- **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 2018 roku podczas sesji plenarnej „Nowy podział świata”: Unia Europejska-USA-Chiny. Czy cyfryzacja powstrzyma deglobalizację?” organizowanej w ramach Europejskiego Forum Nowych Idei w Sopocie, odbyła się uroczysta gala wręczenia nagród w 5. edycji konkursu. Tytuł „Emerging Market Champion” w kategorii Polskie inwestycje zagraniczne otrzymała Grupa Wielton, zaś zwycięzcą w kategorii Zagraniczne inwestycje w Polsce została firma CEZ Polska Sp. z o.o. W nowej kategorii, E-commerce, zwyciężyła firma CCC S.A. W ramach projektu zrealizowano też 5. edycję badań - w tym roku dotyczyły one trendów rynkowych w segmencie e-commerce.



- **Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztor** - najbardziej prestiżowa nagroda przyznawana przez Fundację od 19 lat instytucjom lub osobom prywatnym za starania na rzecz ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego. Laureatem XIX edycji został Leon Tarasewicz, nagrodzony za świadome, wieloletnie budowanie pomostów pomiędzy odmiennymi grupami etnicznymi, językowymi i religijnymi polsko-białorusko-litewskiego pogranicza w trakcie kolejnych edycji dorocznego festiwalu „Trialog” w Krynkach na Podlasiu.
- **IT for SHE** - program, którego celem jest pomoc utalentowanym studentkom kierunków informatycznych w wejściu na rynek pracy. Realizowany jest w szerokiej koalicji firm technologicznych, w której oprócz Fundacji Kronenberga obecne są: Cisco, Ericsson, Goldman Sachs, Google, Intel oraz P&G.

Na 2. edycję programu IT for SHE, zrealizowaną w 2018 roku, złożyły się następujące elementy:

- ▶ program mentoringowy dla 35 dziewcząt, z udziałem ekspertów z najlepszych firm technologicznych działających w Polsce, w tym ośmiu mentorów z Citi (czterech z Citi Handlowy i czterech z Citi Service Center);
 - ▶ największy w Europie obóz typu „bootcamp” dla dziewcząt w IT, w ramach którego przez cztery dni 120 dziewcząt uczestniczyło w warsztatach z umiejętności branżowych i z kompetencji miękkich;
 - ▶ kampania wolontariacka prowadzona we wsiach i w małych miejscowościach, zachęcająca dzieci i młodzież do nauki programowania i rozwijania swoich zainteresowań w obszarze technologii cyfrowych;
 - ▶ międzynarodowa konferencja „Women in Tech Summit”, w listopadzie 2018 roku, która zgromadziła ponad 2,6 tys. uczestników.
- **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 rewolucjonizuje identyfikację dzieł sztuki pochodzących z grabieży wojennych. Dzięki aplikacji możliwe jest automatyczne rozpoznanie obiektu jedynie na podstawie fotografii wykonanej za pomocą telefonu komórkowego.

KONFERENCJA „PERSPEKTYWY. WOMEN IN TECH SUMMIT”

Citi Handlowy wraz z Citi Service Center Poland był partnerem strategicznym tej pierwszej w regionie Europy Środkowej i Wschodniej oraz Środkowej Azji konferencji, poświęconej kobietom w branży IT oraz TECH. Konferencja Perspektywy Women in Tech Summit 2018 stało się miejscem spotkania najbardziej utalentowanych kobiet w branży. Warszawski Szczyt był miejscem do dyskusji na temat technologicznej i społecznej przyszłości świata oraz wkładu kobiet w jej rozwój. Był adresowany do studentek informatyki, profesjonalistów z firm technologicznych, naukowców i innowatorów. W kongresie wzięło udział 100 prelegentów

z 20 krajów, odbyło się podczas niego ponad 40 warsztatów i seminariów, 100 mentorów zorganizowało swoje sesje, a 40 wystawców stworzyło unikatowy Salon Karier. Partnerami konferencji były międzynarodowe firmy technologiczne działające w Polsce, m.in. Citi, Facebook, Intel, Samsung oraz Ericsson.

Poprzez realizację programu IT for SHE Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy wspiera rozwój karier technologicznych kobiet i wywiera realny wpływ na zwiększenie udziału kobiet w branży technologicznej.

- **Korzenie** - program, w ramach którego Fundacja przypomina historię Banku oraz sylwetki i dokonania jego twórców - rodu Kronenbergów. W 2018 roku kontynuowano działania rozpoczęte w latach poprzednich. Począwszy od 2014 roku można korzystać, w celach wewnętrznych Fundacji i Banku, ze stworzonego 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 2018 roku przeprowadzono 13. edycję Światowego Dnia Citi dla Społeczności. W jego ramach zrealizowano 207 projektów. Wolontariusze Citi i ich znajomi wraz z przyjaciółmi zaangażowali się 3 454 razy w pomoc dla ponad 38 tys. potrzebujących.

- **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 2018 roku przyznano 2 dotacje: Muzeum Historii Żydów Polskich (na realizację projektu Wirtualny Sztetl - rozbudowa Historiograficznej Bazy Danych) oraz Fundacji Gospodarki i Administracji Publicznej (na realizację projektu Open Eyes Meeting Point).

Programy realizowane przy wsparciu Citi Foundation

W 2018 roku zrealizowano w Polsce następujące projekty przy wsparciu Citi Foundation:

- **Moje Finanse** - największy w Polsce program edukacji finansowej dla młodzieży. W 2018 roku program współfinansowany był również przez Narodowy Bank Polski, a wdrażany do szkół przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości. W 2018 roku liczba uczniów objętych programem wyniosła 90 tys. Program realizowało 1,6 tys. 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” (XI 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 2018 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 2018 roku uczestniczyło ponad 2 tys. uczniów z 220 szkół.

- **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 uczestniczka ma szansę rozpocząć swoją działalność. Celem programu jest powstanie klastra firm kobiecych, funkcjonującego na terenie aglomeracji warszawskiej. W 2018 roku rozpoczęła się V edycja programu, która zakończy się w połowie 2019 roku.
- **Mikroprzedsiębiorca Roku** - konkurs organizowany w 2018 roku przez stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodziny 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 2018 roku i zakończą się w pierwszej połowie 2019 roku.

Mecenat kulturalny i sponsoring

W 2018 roku Bank oraz Fundacja wspierały liczne konferencje i wydarzenia o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Jednym z nich był **8. Europejski Kongres Finansowy** w Sopocie, doroczne spotkanie przedstawicieli europejskiego sektora finansowego, świata polityki i ekspertów gospodarczych. Tematem przewodnim VIII edycji Kongresu było hasło „Na stulecie - o innowacyjną i bezpieczną przyszłość sektora finansowego”.

Citi Handlowy, w ramach współpracy z American Chamber of Commerce, był partnerem **AmCham Diner**, odbywającego się podczas **Europejskiego Kongresu Gospodarczego** w Katowicach, **Forum Ekonomicznego** w Krynicy, a także **Kongresu 590** w Rzeszowie. We wszystkich tych wydarzeniach w licznych panelach dyskusyjnych wzięli udział przedstawiciele Citi Handlowy.

DYSKUSJA O AMERYKAŃSKO-CHIŃSKIEJ RYWALIZACJI

Citi Handlowy był mecenasem polskiego wydania książki Grahama Allisona Skazani na wojnę? Czy Ameryka i Chiny unikną pułapki Tukidydesa?. Książka, napisana przez uznanego historyka z Harvardu i praktyka relacji międzynarodowych, jest wnikliwą analizą możliwych scenariuszy rozwoju rywalizacji pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Chinami.



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 2018 roku wolontariusze Citi w Polsce zrealizowali 251 projektów na rzecz prawie 40,5 tys. odbiorców. Wolontariusze (również ci spoza organizacji) w działania społeczne zaangażowali się 4 480 razy. W ramach podejmowanych działań wspierali: społeczności lokalne, placówki opiekuńczo-wychowawcze, organizacje społeczne, placówki samorządowe i schroniska dla zwierząt.

W 2018 roku kontynuowane były również kluczowe projekty, tj.: akcja świąteczna „Zostań Asystentem św. Mikołaja”, wyjazdy integracyjne studentów połączone z wolontariatem. Ponadto w ramach całorocznej aktywności wolontariusze zapraszani byli do angażowania się w Wolontariat Seniorów, a także w akcje społeczne w ramach regularnie wysyłanych propozycji wolontariatu indywidualnego.

Różnorodność i liczba przeprowadzonych projektów świadczą o tym, że zaangażowanie społeczne pracowników Citi Handlowy stale się umacnia i rozwija, przynosząc korzyść coraz szerszej grupie odbiorców – co potwierdzają zebrane statystyki.

Od 2015 roku efekty działań wolontariuszy w ramach największej akcji społecznej Citi Handlowy – Światowego

Dnia Citi dla Społeczności – pomaga mierzyć ankietą skierowana do organizacji partnerskich. Badania przeprowadzone w 2018 roku pokazały, że wszyscy partnerzy byli zadowoleni ze współpracy z wolontariuszami Citi i zadeklarowali chęć jej kontynuowania. Aż 99 proc. ankietowanych było zadowolonych z przebiegu projektu. Tyle samo potwierdziło osiągnięcie celu działań. Wszyscy ankietowani partnerzy zanotowali obniżenie kosztów organizacyjnych, a 25 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 III Ogólnopolską Konferencję „Wolontariat w kulturze”, która odbyła się 26 listopada 2018 roku w Muzeum Narodowym w Warszawie. W Konferencji wzięło udział 150 uczestników – ekspertów, wolontariuszy i gości z instytucji kultury z całego kraju. W programie wydarzenia po raz pierwszy znalazła się prezentacja ośmiu dobrych praktyk. Przedstawiciele stowarzyszeń i instytucji kultury opowiedzieli o swoich sprawdzonych sposobach na zbudowanie zaufania w relacjach z wolontariuszami i utrzymanie ich zaangażowania. Po serii prezentacji uczestnicy wzięli udział w wizycie studyjnej w Muzeum Narodowym, panelach dyskusyjnych i warsztatach poświęconych wolontariatowi dla dziedzictwa, wolontariatowi młodzieżowemu oraz wolontariatowi jako narzędziu kształcenia kadry kultury.

CITI HANDLOWY ZACHĘCA I WSPIERA PRACOWNIKÓW DO DZIAŁALNOŚCI SPOŁECZNEJ, M.IN. POPRZEZ DODATKOWY DZIEŃ WOLNY NA WOLONTARIAT.

ŚWIATOWY DZIEŃ CITI DLA SPOŁECZNOŚCI

Najważniejszą inicjatywą minionego roku była kolejna, 13. już edycja Światowego Dnia Citi dla Społeczności. Co roku w ramach tego globalnego projektu pracownicy Banku wraz z rodzinami i przyjaciółmi starają się odpowiedzieć na konkretne potrzeby występujące w bliskich im społecznościach. W 2018 roku wolontariusze Citi w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności przeprowadzili 207 projektów społecznych na rzecz ponad 38 tys. odbiorców.



W 2018 roku przeprowadzono 6 edycję badania ankietowego Programu Wolontariatu Pracowniczego. Skierowane było ono do pracowników Citi w Polsce, angażujących się wolontariat (również poza Programem Wolontariatu Pracowniczego) oraz do osób, które nie miały do tej pory żadnej styczności z wolontariatem. Celem badania było zbadanie poziomu satysfakcji wolontariuszy z dotychczasowej pracy społecznej, a ponadto ustalenie oczekiwań względem uczestnictwa w Programie oraz korzyści z angażowania się w wolontariat pracowniczy (zarówno dla pracowników, jak i dla pracodawcy). Anonimową ankietę wypełniło 267 respondentów. Wyniki badania wskazują, że głównym obszarem zainteresowań wolontariuszy Citi są projekty zakładające prace remontowe i porządkowe (tę formę pomocy wskazało aż 80 proc. ankietowanych). Wolontariat pracowniczy wpływa na postrzeganie Citi Handlowy jako pracodawcy dla 83 proc. respondentów. Dla 96 proc. z nich wpływ ten jest pozytywny lub zdecydowanie pozytywny. Warto odnotowania jest, że to głównie wolontariusze lepiej postrzegają swojego pracodawcę przez pryzmat wolontariatu pracowniczego. Wolontariusze lepiej również postrzegają ogólny klimat odpowiedzialności społecznej w Citi.

Zgodnie z przyjętą Strategią liczba godzin pracy wolontariackiej przypadającej na jednego pracownika Citi Handlowy utrzymuje się na stałym poziomie 2 godzin w ciągu roku.

WOLONTARIAT PRACOWNICZY CITI HANDLOWY



Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. za rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2018 roku

Podpisy Członków Zarządu

21.03.2019 roku	Sławomir S. Sikora	Prezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
21.03.2019 roku	Natalia Bożek	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
21.03.2019 roku	Maciej Kropidłowski	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
21.03.2019 roku	David Mouillé	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
21.03.2019 roku	Barbara Sobala	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
21.03.2019 roku	James Foley	Członek Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
21.03.2019 roku	Katarzyna Majewska	Członek Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis

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 the word "handlowy" in a 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.