

Warszawa, 21 marca 2019 roku

Szanowni Państwo,

w minionym roku polska gospodarka odnotowała bardzo dobre wskaźniki wzrostu. Wyjątkowo wysoki wzrost PKB w połączeniu m.in. z rekordowo niskim bezrobociem przełożyły się na optymizm naszych klientów. Grupa Banku Handlowego w Warszawie S.A., działającego pod marką Citi Handlowy, wykorzystwała z powodzeniem zarówno dobrą koniunkturę gospodarczą, jak i nastroje klientów. W 2018 roku ponownie zwiększyliśmy skalę naszego biznesu i udowodniliśmy, że nasza organizacja jest godnym zaufania partnerem dla firm, klientów indywidualnych oraz inwestorów.

W 2018 roku zysk netto Grupy wzrósł o 19,3 proc. do 638,9 mln zł. Stało się tak dzięki konsekwentnemu wzrostowi przychodów, które wyniosły 2 160 mln zł i były wyższe o 4,4 proc. w porównaniu z poprzednim rokiem. Zgodnie z deklaracjami osiągnęliśmy zwrot na kapitale ROE powyżej 10 proc., czyli znacząco powyżej wskaźnika dla całego sektora bankowego, wynoszącego 7,2 proc. Z kolei wskaźnik ROA, w sektorze bankowym wynoszący 0,8 proc., w przypadku Citi Handlowy osiągnął 1,4 proc.

Intensywnie wspieraliśmy naszych klientów w realizacji ich planów. Odnotowaliśmy wzrost biznesu z klientami instytucjonalnymi rzędu 13 proc. r./r. (wzrost aktywów nastąpił we wszystkich segmentach: klienci korporacyjni +16 proc. r./r., klienci globalni +16 proc. r./r., bankowość przedsiębiorstw +6 proc. r./r.). Sukcesem możemy się pochwalić także w bankowości transakcyjnej – średni poziom sald na rachunkach operacyjnych wzrósł o 4 proc. r./r.

Konsekwentnie podążaliśmy za najnowszymi trendami i technologiami, współtworząc je i wdrażając z korzyścią dla naszych klientów. Jedną ze strategicznych grup docelowych w nadchodzących latach będą dla nas firmy ekonomii jutra z wysokim potencjałem wzrostu, którym chcemy zaoferować rozwiązania finansowe pozwalające na szybką adaptację modelu biznesowego do dynamicznie zmieniającej się skali działalności. Przejawem tego nowoczesnego podejścia jest wprowadzony przez nas w minionym roku *Digital Onboarding*, czyli proces akwizycji i obsługi klientów w bankowości instytucjonalnej przeprowadzany w pełni online z wykorzystaniem iPadów – całkowicie bez użycia papieru.

W minionym roku z sukcesami rozwijaliśmy ofertę z segmentu e-commerce dla klientów instytucjonalnych. Naszym mocnym atutem pozostaje platforma wymiany walut online *Citi FX Pulse*, umożliwiająca dostęp do ponad 130 walut i przeprowadzanie transakcji z każdego miejsca na świecie o każdej porze. Rozwiązanie to pozwoliło nam utrzymać wiodącą pozycję na rynku FX i wzrost wolumenów FX o 3 proc. r./r. Współpraca z największymi partnerami z branży e-commerce przyniosła także wzrost sprzedaży karty kredytowej o 26 proc. r./r. w kanałach cyfrowych. Nowatorska, oparta na współpracy z największymi graczami rynku e-commerce strategia akwizycji karty kredytowej Citi Handlowy otrzymała główną nagrodę w konkursie *Innovation 2018*, organizowanym przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, w kategorii „Model biznesowy”.

Bank jest także sprawdzonym partnerem biznesowym polskiego rządu. Tradycyjnie już, po raz szósty z rzędu, Citi Handlowy zwyciężył w konkursie Ministerstwa Finansów na pełnienie funkcji *Dealera Skarbowych Papierów Wartościowych* w 2018 roku. Kolejne z serii zwycięstwo Banku w tym prestiżowym konkursie, organizowanym od 2002 roku, stanowi potwierdzenie naszej silnej pozycji w tym segmencie rynku.

W 2018 roku kilkunastoprocentowy wzrost biznesu z klientami instytucjonalnymi następował równoległe ze wzrostem w bankowości detalicznej. W tym drugim filarze naszej działalności odnotowaliśmy wzrost biznesu z klientami detalicznymi o +5 proc. r./r., czego przejawem była m.in. rekordowa sprzedaż kredytów hipotecznych (357 mln zł, tj. +12 proc. r./r.). Klienci powierzyli nam o 15 proc. r./r. więcej depozytów, co w znacznej mierze zawdzięczamy pozyskaniu zaufania strategicznej grupy docelowej – Citi Private Client (wzrost o 8 proc. r./r.).

Citi Handlowy jako pierwszy bank w Polsce udostępnił swoje API, umożliwiając podmiotom zewnętrznym dostęp do danych klientów banków zgodnie z unijną dyrektywą o usługach płatniczych PSD2. W ramach *PSD2 Challenge*, czyli konkursu Citi Handlowy na najlepszą integrację z użyciem API m.in. w zakresie zgodności z unijną dyrektywą, szukaliśmy najciekawszych pomysłów na integrację naszych akwizycyjnych oraz korporacyjnych API. Osiągnięcia w dziedzinie digitalizacji bankowości potwierdza łączna liczba klientów Banku korzystających z bankowości mobilnej – w okresie pomiędzy czwartym kwartałem 2017 roku a czwartym kwartałem 2018 roku odnotowaliśmy wzrost aż o 22 proc. W 2018 roku zadebiutowaliśmy także na polu bankowości kontekstowej, dzięki której nasi klienci mogli korzystać ze specjalnego programu przywilejów Citi Specials, umożliwiającego m.in. rabaty na zakupy czy korzystanie z limitowanych ofert przedsprzedaży biletów na koncerty.

Nasze rozwiązania spotykają się z uznaniem nie tylko klientów, ale też ekspertów i przedstawicieli mediów. Od prestiżowego magazynu „Euromoney” otrzymaliśmy nagrodę w 15. edycji dorocznego badania rynku bankowości prywatnej. Bankowość prywatna Citi Handlowy święciła triumfy także w rankingu *Idealne banki dla najbogatszych* magazynu „Forbes”, w którym oferta Citi Handlowy uzyskała najwyższą notę, czyli 5 gwiazdek. W rankingu doceniono globalny charakter Banku, oferującego usługi klientom prowadzącym interesy na całym świecie. Kapituła rankingu *Złoty Bankier* po raz trzeci z rzędu uznała kartę kredytową Citi Simplicity za najlepszą na rynku. Na najwyższym miejscu na podium znalazła się również Pożyczka Gotówkowa Citi Handlowy. Karta kredytowa to od 20 lat flagowy produkt Citi Handlowy, doceniany przez klientów za jasne i przejrzyste zasady oraz wyjątkową funkcjonalność.

W innym rankingu – *World’s Best Consumer Digital Banks In Central & Eastern Europe 2018*, przygotowanym przez renomowany amerykański magazyn „Global Finance”, Citi Handlowy został uhonorowany tytułem najlepszego banku cyfrowego w Polsce. Wyróżnienie to otrzymaliśmy za najwyższej jakości usługi bankowości elektronicznej przygotowane dla klientów detalicznych.

Tak dobre wyniki i osiągnięcia udało nam się uzyskać przy zapewnieniu bezpieczeństwa kapitałowego Banku, niezmiennie bowiem Citi Handlowy wyróżnia się siłą finansową.

Współczynnik wypłacalności utrzymujemy na poziomie 16,8 proc., czyli o ok. 5,2 p.p. powyżej nowych minimalnych progów kapitałowych.

W roku 2018 zainicjowaliśmy nowy rozdział w historii Citi Handlowy, w którym kluczową rolę odgrywa digitalizacja. Rozpoczęliśmy tym samym cyfrową transformację Banku, wynikającą ze strategii przyjętej na lata 2019-2021. Strategia ta zawiera trzy komponenty: wykorzystanie technologii (w tym m.in. narzędzi do zbierania i przetwarzania danych oraz możliwości oferowanych przez sztuczną inteligencję, uczenie maszynowe i technologie chmurowe), bankowość kontekstową dla klientów oraz transformację kulturową Citi Handlowy w kierunku zapewniającym maksymalne korzystanie z możliwości oferowanych właśnie przez rewolucję cyfrową.

Planowana digitalizacja Citi Handlowy opiera się na rozwiązaniach wpisujących się w ewoluujące potrzeby klienta oraz możliwości technologiczne oferowane głównie przez urządzenia mobilne. Będziemy się koncentrować na dostarczaniu rozwiązań, a nie produktów, a kluczem do realizacji zamierzonych celów będą inwestycje w technologie umożliwiające obsługę klienta o każdej porze i z każdego miejsca na świecie. W pierwszym półroczu 2019 roku planujemy m.in. wdrożenie technologii, która umożliwi udzielanie finansowania nowym klientom w oparciu o dowód osobisty i wyciąg bankowy. Proces ten ma się odbywać automatycznie: od weryfikacji dokumentów i zarobków online po identyfikację biometryczną.

Wdrożenie strategii przełoży się na wzrost działalności klientowskiej, która przyczyni się do osiągnięcia celów finansowych, takich jak wysoki jednocyfrowy średnioroczny wzrost wolumenów kredytowych w segmencie bankowości detalicznej i średni jednocyfrowy średnioroczny wzrost wolumenów kredytowych w segmencie bankowości instytucjonalnej; wysoki jednocyfrowy średnioroczny wzrost przychodów na działalności klientowskiej oraz utrzymywanie wskaźnika ROE powyżej 10 proc. w okresie 2019 – 2021, zaś na koniec tego okresu – przekroczenie poziomu 12 proc.

Niezmiernie ważnym elementem strategii Citi Handlowy na najbliższe lata jest nowa kultura organizacyjna, będąca odpowiedzią na zmieniające się potrzeby pracowników i nowy sposób myślenia o zapewnieniu efektywnych warunków pracy. W Citi Handlowy wdrażamy *People Strategy*, której celem jest m.in. wprowadzenie istotnych zmian na rzecz większej elastyczności czasu i miejsca pracy, wzmocnienia dialogu międzypokoleniowego, promocji kultury akceptacji dla różnorodności zespołów, stworzenia nowych ścieżek rozwoju m.in. poprzez zwiększenie mobilności pracowników w ramach struktur Citi Handlowy oraz wzmocnienie kultury doceniania codziennych dokonań i sukcesów pracowników.

Pozytywny wpływ, jaką działalność Citi Handlowy wywiera na społeczeństwo, jest również ważny jak aspekt finansowy. Inicjatywy, które prowadzimy w obszarze społecznej odpowiedzialności, obszernie opisujemy w „Sprawozdaniu na temat informacji niefinansowych”. Sprawozdanie to jest integralną częścią raportu rocznego, tak jak integralną częścią naszego bankowego DNA jest dążenie do tego, aby mieć jak najbardziej pozytywny wpływ na społeczeństwo, o czym świadczą liczne wyróżnienia.

Po raz dwunasty Citi Handlowy znalazł się w zestawieniu *RESPECT Index* – jest w nim notowany nieprzerwanie od 2009 roku. Natomiast w *Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2018*, organizowanym przez „Gazetę Prawną”, Citi Handlowy uzyskał poziom kryształowy, który skupia dojrzałe, aktywne firmy w zakresie CSR.

Korzystając z okazji, jaką jest publikacja Raportu Rocznej Grupy, pragnę podziękować pracownikom za wyniki i osiągnięcia w 2018 roku. Strategia rozwoju Citi Handlowy jest ambitna, ale możliwa do zrealizowania przez zespół, którym mam przyjemność kierować. W imieniu swoim i całego Zarządu składam także słowa uznania za pracę i wsparcie otrzymane ze strony Członków Rady Nadzorczej.

Z poważaniem

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