

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych 2020



**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 2020 roku**

Spis treści

4	List Prezesa
6	O Citi Handlowy
7	Struktura akcjonariatu
8	Grupa kapitałowa
8	Misja
9	Model tworzenia wartości
10	Model biznesowy
11	Wyniki finansowe
12	Strategia i perspektywy rozwoju
14	Struktura zarządzania
16	Ryzyka związane z działalnością
17	Ład korporacyjny
18	Interesariusze
20	Nagrody i wyróżnienia

23	Jak prowadzimy działalność?
23	Kodeks etyczny
24	Przeciwdziałanie dyskryminacji i zgłaszanie naruszeń
27	Odpowiedzialne zarządzanie relacjami z klientami
37	Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw
38	Zarządzanie ryzykiem braku zgodności



Projekty proekologiczne (s. 87)



Wsparcie klientów (s. 31)



Cisi Bohaterowie (s. 91)



Wolontariat pracowniczy (s. 91)

42	Troska o środowisko
42	Systemy zarządzania ochroną środowiska
43	Zarządzanie ryzykiem klimatycznym
44	Mniejszy ślad środowiskowy
50	Odpowiedzialne finansowanie
50	Produkty odpowiedzialne środowiskowo i społecznie
54	Projekty proekologiczne

55	Rozwój talentów i poszanowanie różnorodności
55	Różnorodność
60	Rozwój pracowników
63	Polityka zatrudnienia
65	Struktura zatrudnienia
77	Troska o pracowników
79	Działalność socjalna

83	Rozwój społeczności
83	Zaangażowanie społeczne
90	Wolontariat pracowniczy
95	Mecenat kulturalny i sponsoring

96	O raporcie
97	Indeks treści GRI standards

List Prezesa Zarządu

[GRI 102-14]

Szanowni Państwo,

2020 był rokiem bezprecedensowym i stanowił egzamin ze społecznej odpowiedzialności biznesu. Z poczuciem, że sprostałmy wyzwaniu, przedstawiam Państwu raport Banku Handlowego w Warszawie S.A., zarówno z działań związanych z sytuacją kryzysową, jaką jest epidemia wirusa COVID-19, jak również kwestii, które pozostają dziś nie mniej istotne: etyka biznesu, wyrównywanie szans czy ochrona środowiska.

Rok walki z pandemią wymagał od nas **zdecydowanego zdefiniowania na nowo naszych priorytetów**. Kluczowym pozostawało **bezpieczeństwo** nas wszystkich. Nie mniej ważnym było wsparcie płynnościowe dla klientów banku, których życie i działalność zostały dotknięte skutkami pandemii. Nie zapominaliśmy też o tych, którzy na pierwszej linii frontu walczyli z pandemią o zdrowie Polaków i jako bank postawiliśmy sobie za cel wesprzeć służby medyczne w tych zmaganiach.

Szczególną troską otoczyliśmy naszych pracowników, dbając o bezpieczne warunki pracy oraz dobrostan psychiczny podczas izolacji, która w różnym stopniu towarzyszyła nam przez cały rok. W szczycie pandemii 80% załogi banku kontynuowało pracę w formule zdalnej dzięki zaawansowanej strukturze informatycznej naszej organizacji. Jestem dumny, że dbaliśmy o zdrowie pracowników, utrzymując pełną sprawność do obsługi naszych klientów. Wsparliśmy potrzebujących tego pracowników finansowo i materialnie, wydaliśmy 12 000 bezpłatnych posiłków. Siedziby banku, w tym oddziały, zostały objęte najwyższym standardem reżimu sanitarnego oraz systemem pracy zmianowej personelu dla zapewnienia bezpiecznych warunków obsługi i ciągłości pracy oraz bezpieczeństwa operacyjnego. Przygotowane plany działań „na każdą ewentualność”, zarówno lokalnie, jak i w szerszej skali, pozwalały nam wykazać się odpornością na nieprzewidywalność czasu pandemii, ale i utrzymać wysokie poczucie bezpieczeństwa wśród pracowników. **Zakres wsparcia został przez pracowników oceniony bardzo wysoko w wewnętrznych badaniach, a z ich wypowiedzi wiemy, że czują się w banku bezpieczni.** Działania Citi Handlowy jako pracodawcy zostały też zauważone na zewnątrz - w rankingu najlep-



Sławomir S. Sikora
Prezes Zarządu

szych pracodawców, którzy w czasie kryzysu troszcza się o swoich pracowników, bank zajął drugie miejsce wśród instytucji finansowych.

Od pierwszych dni pandemii w Polsce, wiedzieliśmy, że musimy odpowiedzieć na potrzeby naszych klientów, którzy w związku z pandemią byli zmuszeni zmienić tryb życia. Bardzo szybko **zrewolucjonizowaliśmy cyfrowo nasze usługi**, dzięki czemu klienci mogli korzystać z rozwiązań finansowych banku bez wychodzenia z domu. Jako pierwszy bank na polskim rynku wprowadziliśmy możliwość otwierania wszystkich podstawowych produktów finansowych całkowicie zdalnie, dzięki biometrii. W tym trudnym dla przedsiębiorców czasie **dołączyliśmy do programu pomocowego** Polskiego Funduszu Rozwoju - za pośrednictwem Citi Handlowy ze wsparcia Tarczy Antykryzysowej skorzystało niemal 1400 przedsiębiorstw na kwotę ponad 450 milionów złotych. Wdrożyliśmy rozwiązania, które pomagały ustabilizować sytuację finansową klientów dotkniętych skutkami epidemii. Wraz z Bankiem Gospodarstwa Krajowego uruchomiliśmy finansowanie z wykorzystaniem krajowych gwarancji de minimis dla dużych przedsiębiorstw. Zwiększyliśmy też kwoty gwarancji de minimis dla małych i średnich przedsiębiorstw, a **klientom indywidualnym zaoferowaliśmy możliwość zawieszenia spłaty kredytów.**

W tym czasie nie zapomnieliśmy o społecznościach, na rzecz których działamy. Z ogromną dumą chciałbym podkreślić, że kultura wolontariatu, jaką rozwijaliśmy przez ostatnie lata, przyczyniła się do tego, że

wraz z pierwszymi dniami lockdownu ruszyliśmy do działania i zorganizowaliśmy zbiórkę na rzecz Cichych Bohaterów - ratowników medycznych i lekarzy. Przez pierwsze, najtrudniejsze tygodnie dostarczaliśmy gorące posiłki ponad 330 ratownikom z Warszawy i Olsztyna. W kolejnych miesiącach, angażując w zbiórki także naszych klientów, doposażyliśmy służby medyczne w innowacyjny na skalę kraju sprzęt do szybkiej diagnozy COVID-19, a szpitalom przekazaliśmy mobilne respiratory, odzież ochronną, mobilne USG i video laryngoskopy. Ponad 1000 paczek z artykułami pierwszej potrzeby trafiło od #CitiVolunteers do seniorów, a 100 komputerów - do dzieci, którym umożliwiły dostęp do nauczania zdalnego. W naszych działaniach pamiętaliśmy też o szkołach, które z dnia na dzień zostały przeniesione do świata wirtualnego. Ponad 500 nauczycieli z całego kraju zostało przeszkolonych przez nas z zakresu bezpieczeństwa w Internecie, budowania sieci sygnalistów w szkołach, prowadzenia zajęć online w sposób atrakcyjny i angażujący, i wykorzystania narzędzi technologicznych dla lepszego nauczania.

W 2020 roku Citi Handlowy obchodził 150-lecie powstania - **pozostajemy najstarszym, nieprzerwanie działającym polskim bankiem komercyjnym i jednym z najstarszych nieprzerwanie działających banków w Europie.** Przede wszystkim jednak - bankiem, który od początku swojej działalności odgrywał istotną, a często wręcz kluczową rolę w rozwoju polskiej gospodarki i bankowości, ale także we wspieraniu polskiej kultury, edukacji i ważnych przedsięwzięć społecznych. Wspieraliśmy postęp.

Planując obchody tego wyjątkowego w skali Polski i Europy jubileuszu, nie mogliśmy przewidzieć, z czym przyjdzie nam się w 2020 roku mierzyć. Rok jubileuszowy upłynął nam pod znakiem troski o bezpieczeństwo i przyszłość oraz wsparcia dla klientów, pracowników i społeczności lokalnych.

Aby jednak uczcić 150-lecie istnienia banku i pozostawić po nim trwałe „pomniki” postępu, wspólnie z wolontariuszami, klientami oraz Fundacją Las na Zawsze, zasadziliśmy pod Warszawą oraz pod Olsztynem niemal 2 hektary Lasu im. Banku Handlowego, który nigdy nie zostanie ścięty. Jest dla nas najlepszą emanacją postępu, który na przestrzeni lat wspieraliśmy. Las realnie i długofalowo przyczynia się do zmiany świata na lepsze - wpływa na poprawę jakości powietrza i odpowiada na narastające problemy wylesiania. W tym roku planujemy zasadzić kolejny hektar.

Mimo wyzwań związanych z pandemią **nie zapominamy o wartościach**, które są ważne dla banku i pracowników. Dbamy o środowisko pracy, w którym każdy może czuć się sobą i rozwijać swój potencjał. Wspieranie przez nas różnorodności jako wyznacznika kultury organizacyjnej banku zostało ponownie docenione. Jako część grupy Citi, jednej z największych instytucji finansowych na

świecie, oraz jako jeden z wiodących banków w Polsce, stosujemy najwyższe zasady etyczne i najlepsze praktyki biznesowe. Jesteśmy sygnatariuszem kodeksu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” oraz stosujemy zasady ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych. Bank pozostaje w wąskim gronie spółek wyróżnionych tytułem „Superetycznej Firmy”, który jest przyznawany za budowanie kultury organizacyjnej opartej na wartościach i etyce.

W tym bezprecedensowym roku byliśmy także z paraolimpijczykami. To już drugi rok z kolei, kiedy Citi Handlowy jest partnerem Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego.

Z dumą mogę powiedzieć, że **pozostajemy liderem pod względem wsparcia dla kobiet w realizacji ich aspiracji zawodowych.** Zgodnie z wyznawaną przez nas zasadą, że kompetencje nie mają płci, dbamy o jednakowe wynagrodzenie na równorzędnych stanowiskach, a dzięki możliwościom awansu i rozwoju kobiety stanowią blisko połowę kadry menedżerskiej banku. Ten przykład idzie z góry - w zarządzie banku kobiety stanowią 43% składu i odpowiadają za 3 kluczowe obszary: finanse, ryzyko oraz operacje i technologie.

Poprzedni rok był wyjątkowy. W odpowiedzi na największe wyzwanie od dziesięcioleci, zachowując ciągłość operacyjną, natychmiast podjęliśmy działania pomocowe. Jako organizacja, która z dumą odnotowuje 150 lat istnienia, z sukcesem potwierdziliśmy naszą odporność w czasie pandemii. Dziś mogę powiedzieć, że ten wspólny wysiłek udowadnia, jak silną organizacją jest Citi Handlowy i jak wiele możemy dokonać razem.

Z poważaniem,

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

O Citi Handlowy

Bank Handlowy w Warszawie S.A. **[GRI 102-1]** to jedyny globalny bank na polskim rynku łączący doświadczenie i tradycje polskiej bankowości z nowoczesnym sposobem prowadzenia finansów. Został założony w 1870 roku, jest najstarszym bankiem komercyjnym w Polsce i jednym z najstarszych, nieprzerwanie działających, banków w Europie. Czerpiąc ze swojej długiej tradycji i globalnej obecności, Citi Handlowy wspiera przełomowe idee i spektakularne przedsięwzięcia, które udoskonalają oblicze współczesnego, stale zmieniającego się świata.



Przez 150 lat swojego istnienia Citi Handlowy wyróżnił się m.in. wprowadzeniem:

- pierwszej w Polsce karty kredytowej honorowanej za granicą,
- pierwszej w Polsce bankowości telefonicznej 24/7,
- CitiFX Pulse - najnowocześniejszej w Polsce platformy wymiany walut,
- SpeedCollect - rozwiązania do obsługi wpłat masowych,

wyznaczając tym samym kierunki rozwoju polskiej bankowości.

Historia Citi Handlowy dostępna jest na stronie internetowej: www.citihandlowy.pl.

Od 2001 roku Bank jest częścią globalnej instytucji finansowej Citigroup i działa w Polsce pod marką Citi Handlowy, oferując produkty i usługi bankowe podmiotom gospodarczym, jednostkom samorządowym i sektorowi budżetowemu (segment Bankowości Instytucjonalnej) oraz klientom indywidualnym, mikroprzedsiębiorstwom oraz osobom fizycznym prowadzącym działalność gospodarczą (segment Bankowości Detalicznej). **[GRI 102-2]**

Obecnie Citi Handlowy jest liderem w obsłudze klientów globalnych prowadzących działalność w Polsce, w działalności skarbcowej oraz inwestycyjnej, w obszarze bankowości transakcyjnej, usług powierniczych, a także

zajmuje wiodącą pozycję w działalności maklerskiej, natomiast w segmencie bankowości detalicznej jest liderem na rynku kart kredytowych i usług z zakresu Wealth Management.

Citi Handlowy spełnia najwyższe standardy ładu korporacyjnego. Od 2003 roku, tj. od momentu ich ustanowienia przez GPW, realizuje wiele programów społecz-

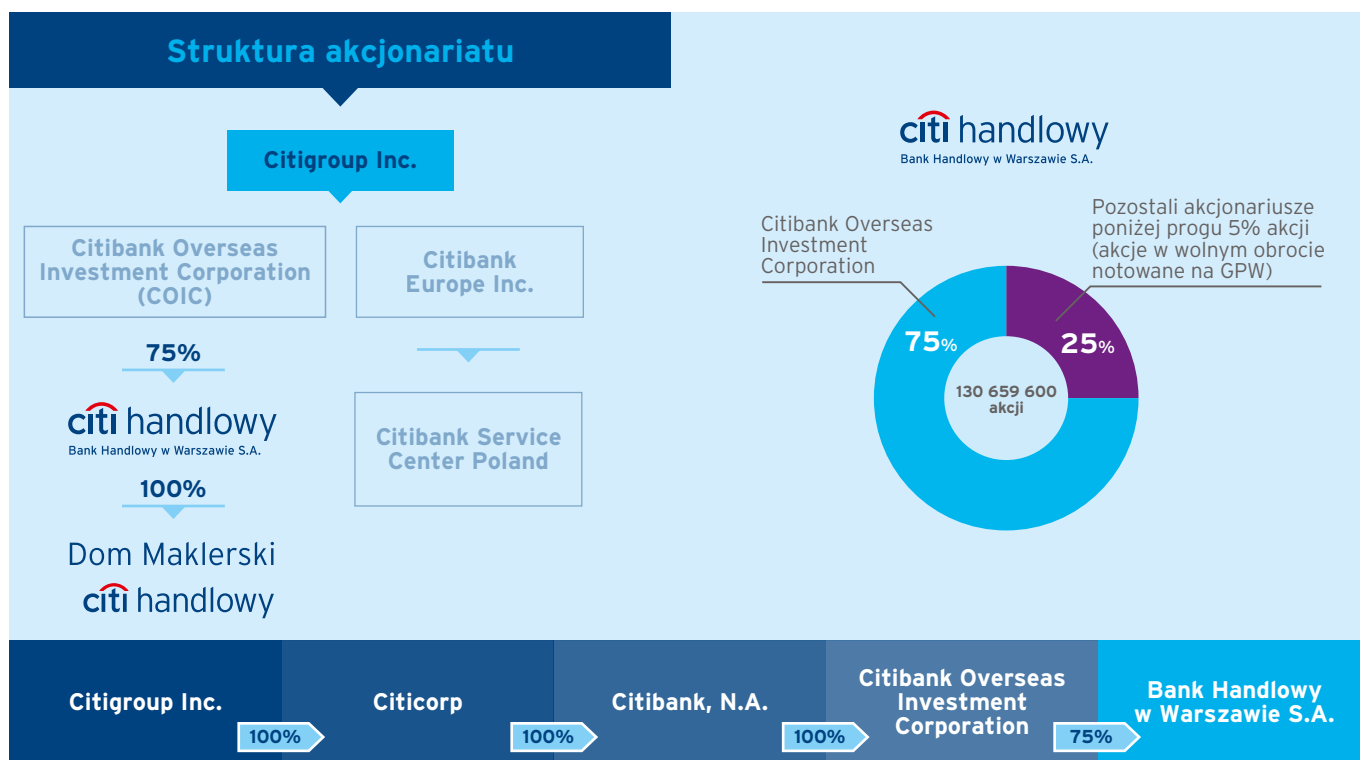
nych, m.in. wspierających edukację finansową oraz wolontariat pracowniczy.

Zarówno siedziba Citi Handlowy, jak i siedziba DM Citi Handlowy znajdują się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w Warszawie. **[GRI 102-3]** Niektóre operacje wykonywane są też w Olsztynie i w Łodzi. **[GRI 102-4]**

Struktura akcjonariatu

Citi Handlowy jest spółką akcyjną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 1997 roku. **[GRI 102-5]** Większościowym i strategicznym akcjonariuszem Citi Handlowy jest Citibank Overseas Investment Corporation (COIC). COIC jest jedynym akcjonariuszem Banku, który posiada co najmniej 5% udziałów

w kapitale własnym i na Walnym Zgromadzeniu Banku. Pozostałe akcje, stanowiące 25% kapitału akcyjnego, znajdują się w wolnym obrocie (free float) z dominującym udziałem inwestorów finansowych (polskie i zagraniczne fundusze emerytalne oraz fundusze inwestycyjne).



W 2020 roku nie wystąpiły żadne znaczące zmiany w strukturze akcjonariatu. **[GRI 102-10]**

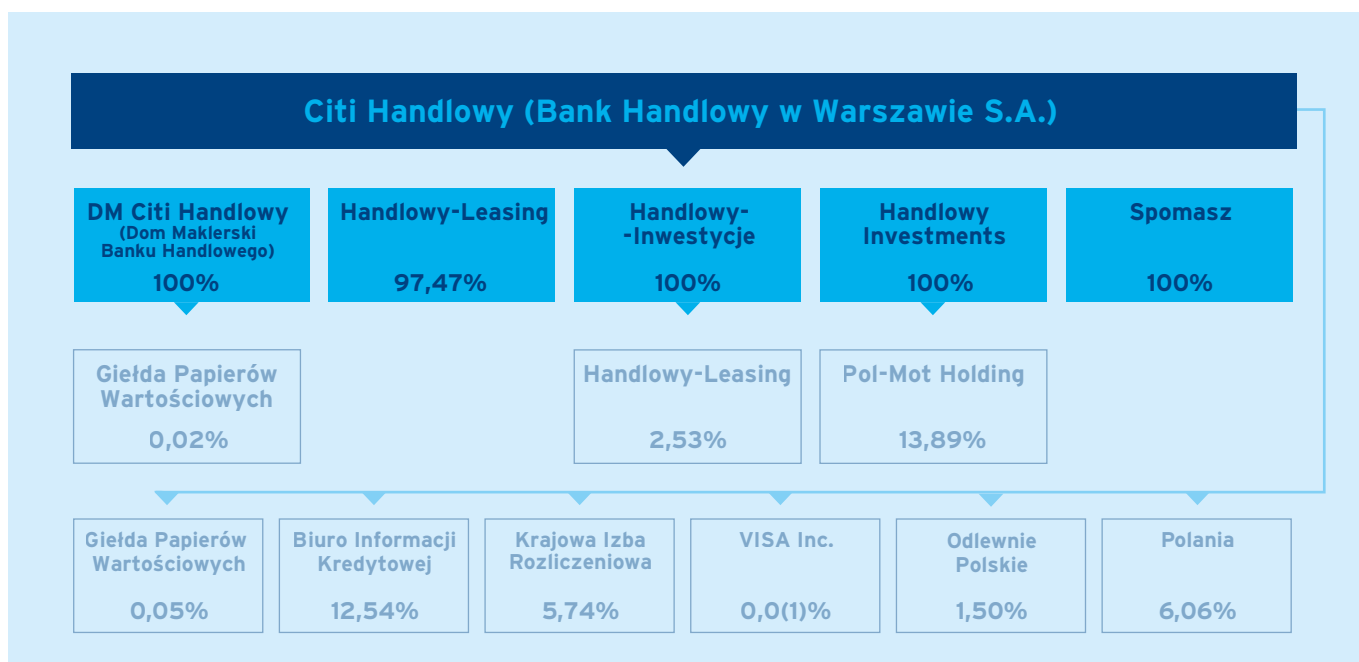
Grupa Kapitałowa Citi Handlowy

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 Citi Handlowy, a spośród jednostek zależnych najważniejszym podmiotem jest Dom Maklerski Banku Handlowego S.A., działający pod marką Dom Maklerski Citi Handlowy (DM Citi Handlowy),

którego działalność uzupełnia ofertę produktową 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. **[GRI 102-45]**

STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ CITI HANDLOWY WEDŁUG STANU NA DZIEŃ 31 GRUDNIA 2020 ROKU



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 klientów i pozwalają im realizować ich plany.



Model tworzenia wartości

GRI [103-1] [103-2] [103-3]

W ramach stałego doskonalenia strategicznego zarządzania organizacją Citi Handlowy opracował szczegółowy model tworzenia wartości, który obrazuje

wartość Banku dla jego kluczowych interesariuszy, tj. dla: klientów, inwestorów, pracowników, społeczeństwa i otoczenia.



Model biznesowy

GRI [103-1] [103-2] [103-3]

Citi Handlowy jest bankiem strategicznie skoncentrowanym na zdefiniowany rynek docelowy z obszarów Bankowości Instytucjonalnej i Detalicznej.

Filary Citi Handlowy

• Globalność

- Bank dla podróżujących po świecie i inwestujących na światowych rynkach,
- Bank dla firm zainteresowanych ekspansją zagraniczną,
- Bank dla zagranicznych przedsiębiorstw inwestujących w Polsce,
- Bank w globalnej sieci Citi:
 - Klienci obsługiwani w 200 krajach,
 - Działalność tradingowa na 77 rynkach,

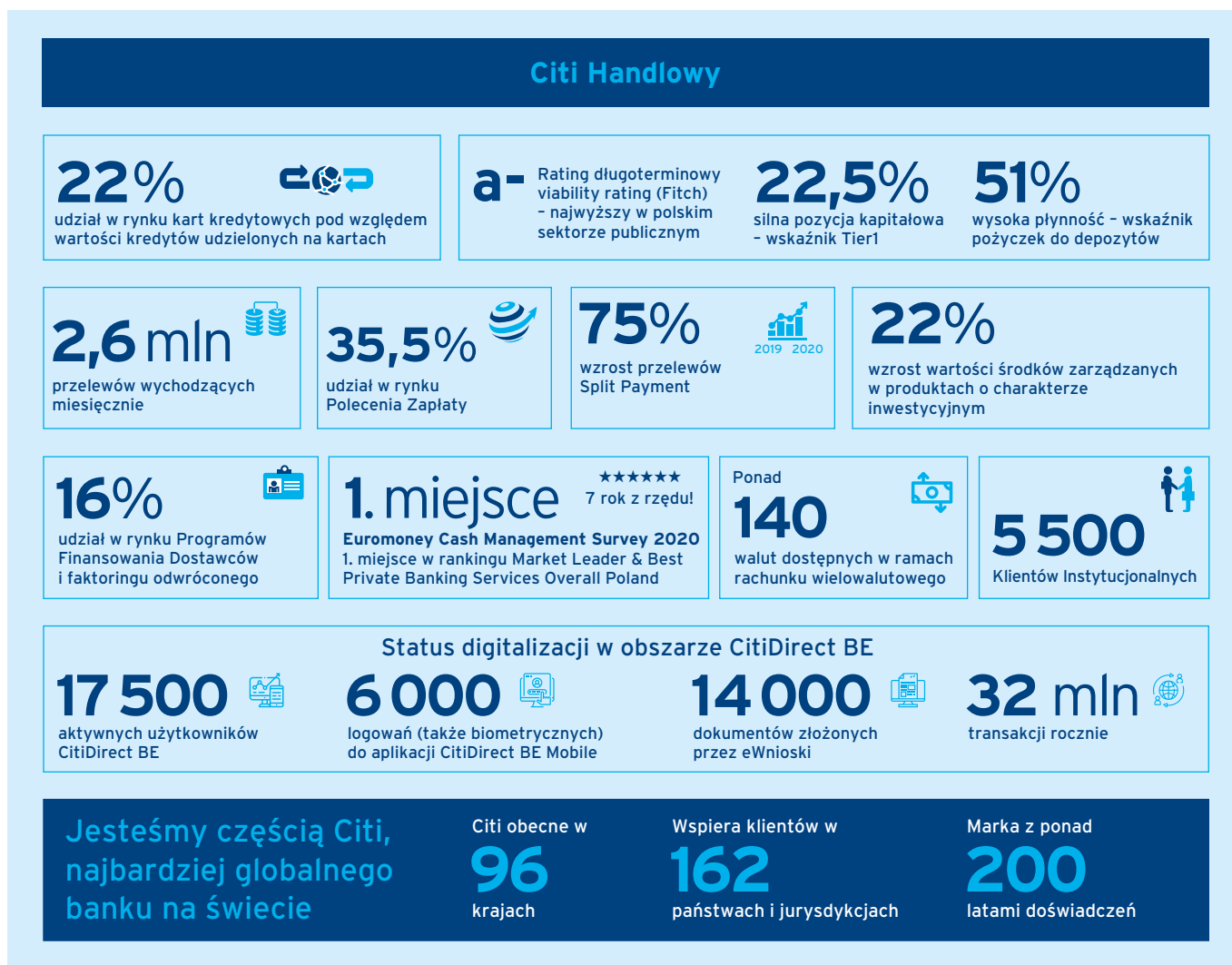
• Bezpieczeństwo i stabilność

- Silna pozycja kapitałowa, współczynnik wypłacalności (TCR) na poziomie 22,5%, tj. prawie 12 p.p. powyżej regulacyjnych progów kapitałowych,
- Wysoka płynność, wskaźnik L/D na poziomie 51%,

• Zaufanie

- Lider w usługach FX, powierniczych, maklerskich, Cash Management, Wealth Management,
- Bank pierwszego wyboru dla 77% klientów instytucjonalnych.

SKALA DZIAŁALNOŚCI BIZNESOWEJ [GRI 102-7]



Zarówno Citi Handlowy, jak i DM Citi Handlowy prowadzą działalność w skali krajowej i nie posiadają oddziałów poza granicami Polski [GRI 102-6]. Produkty i usługi oferowane są klientom poprzez sieć 19 oddziałów usytuowanych w 8 największych polskich miastach, system

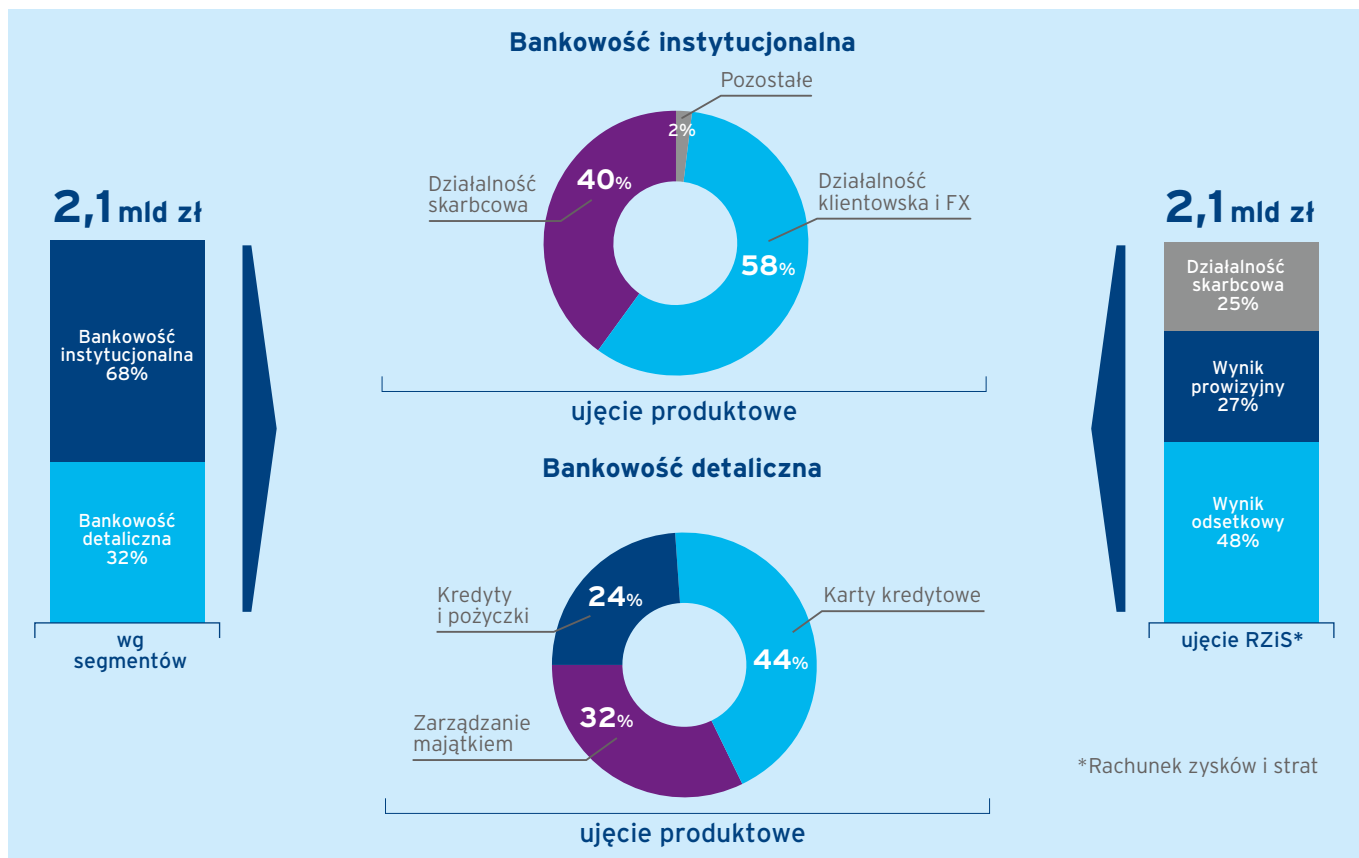
bankowości internetowej i mobilnej, za pośrednictwem bankowości telefonicznej oraz sieć 47 bankomatów własnych i ponad 22 tys. bankomatów i ponad 8 tys. wpłatomatów należących do innych operatorów.

Wyniki finansowe

[GRI 201-1]

WYBRANE DANE FINANSOWE (w tys. zł)	Grupa		Bank	
	2020	2019	2020	2019
Przychody z tytułu odsetek i o podobnym charakterze	1 118 882	1 406 479	1 118 478	1 405 609
Przychody z tytułu opłat i prowizji	645 163	653 409	590 588	620 027
Koszty ogółem	1 221 991	1 214 768	1 195 808	1 189 843
Wskaźnik koszty/dochody	59%	55%	59%	54%
Rezerwy na ryzyko	(190 267)	(245 718)	(190 541)	(245 898)
Zysk brutto	317 277	658 192	298 706	656 189
Zysk netto	172 395	480 124	158 085	478 802
Całkowite dochody	506 312	506 572	491 502	505 318
Zmiana stanu środków pieniężnych	722 779	(3 678 117)	722 777	(3 678 013)
Aktywa razem	60 941 538	51 978 543	60 632 397	51 897 712
Kredyty (Klienci)	21 914 223	23 731 874	21 673 755	23 608 775
Depozyty (Klienci)	43 393 906	39 787 802	43 411 106	39 849 772
Stosunek kredyty/depozyty	51%	60%	50%	59%
Kapitał własny	7 580 967	7 074 655	7 515 205	7 023 703
Kapitał zakładowy	522 638	522 638	522 638	522 638
Liczba akcji (w szt.)	130 659 600	130 659 600	130 659 600	130 659 600
Wartość księgową na jedną akcję (w zł)	58,02	54,15	57,52	53,76
Współczynnik kapitałowy TCR (w proc.)	22,5	17,2	22,2	17,0
Zysk na jedną akcję zwykłą (w zł)	1,32	3,67	1,21	3,66

STRUKTURA PRZYCHODÓW GRUPY W 2020 ROKU



W 2020 ROKU CITI HANDLOWY WPŁACIŁ DO POLSKIEGO BUDŻETU:



Strategia i perspektywy rozwoju

W 2020 roku Citi Handlowy kontynuował realizację opracowanej w 2018 roku strategii na lata 2019-2021 („Strategia”), podejmując jednocześnie działania odpowiednie do sytuacji będącej wynikiem pandemii COVID-19 i lockdownu gospodarczego. Citi Handlowy koncentruje się na następujących obszarach:

- utrzymanie pełnej zdolności operacyjnej i świadczenia usług dla klientów w pełnym zakresie z zachowaniem norm bezpieczeństwa;
- dopasowanie oferty dla firm poszukujących globalnego partnera finansowego (zwłaszcza produkty wymiany walut);
- utrzymanie pozycji lidera w segmencie obsługi firm globalnych;
- zapewnienie kompleksowej obsługi szybko rosnącym firmom nowej gospodarki poszukującym złożonych rozwiązań bankowych;
- udział w transakcjach transformacyjnych największych klientów korporacyjnych w obszarze Bankowości Inwestycyjnej (np. transakcje LBO, IPO i M&A);
- 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;
- digitalizacja i uproszczenie procesu pozyskiwania nowych klientów z wykorzystaniem najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych (m.in. takich jak biometria i sztuczna inteligencja);
- poszerzenie bazy klientów zamożnych (Citi Private Client, Citigold i Citi Priority) dzięki ciągłemu wzbogacaniu oferty produktów, wprowadzenie rozszerzonego doradztwa i regularnej aktualizacji oferty produktów strukturyzowanych oraz funduszy inwestycyjnych;

- poprawa Customer Experience, wykorzystanie nowoczesnych narzędzi dla rozwoju bankowości kontekstowej;
- utrzymywanie wiodącej pozycji w obszarze kart kredytowych;
- bezpieczeństwo klientów (zarówno w wymiarze utrzymywania wysokiej płynności, bezpiecznego poziomu kapitału, jak i w wymiarze cyberbezpieczeństwa);
- zmiana kultury organizacyjnej, w celu upraszczania procesów oraz promowania współpracy i różnorodności;
- wzrost wartości dla akcjonariuszy.

W kolejnym roku obowiązywania Strategii osiągnięto następujące rezultaty na drodze do realizacji długoterminowych celów:

- rozwój oferty FX o nowe waluty, w tym peso meksykańskie i dolar singapurski, wzrost wolumenów FX o IV kwartale o +30% r./r. wśród klientów bankowości instytucjonalnej;
- wzrost liczby klientów globalnych – liczba klientów wzrosła o +5% r./r. zwłaszcza w branży wysokiej technologii;
- udział w największych transakcjach na rynku kapitałowym w 2020 roku takich jak m.in. oferta publiczna (IPO) spółki e-commerce o wartości 10,5 mld zł;
- wdrożenie możliwości uwierzytelnienia transakcji online z użyciem danych biometrycznych posiadacza karty korporacyjnej oraz aplikacji mobilnej CitiManager;
- wzrost salda produktów inwestycyjnych o +23% r./r. i wzrost liczby klientów zamożnych o +7% r./r.;
- wdrożenie programów partnerskich z BP i OBI;
- umożliwienie zdalnego otwierania rachunku osobistego w oparciu o biometrię;
- utrzymane bezpieczeństwo kapitałowe Banku na wysokim poziomie: wysoka jakość aktywów i kapitałów, współczynnik wypłacalności (TCR) na poziomie 22,5%, tj. prawie 12 p.p. powyżej regulacyjnych progów kapitałowych;
- kontynuacja procesów automatyzacji w Banku: w ramach projektu „Paperless” został zanotowany spadek zużycia papieru o 58% r./r.

Perspektywy rozwoju

W 2021 roku Bank będzie dostosowywał swoje działania, mając na uwadze istotne zmiany w otoczeniu, zwłaszcza związane ze zmieniającymi się potrzebami i oczekiwaniami klientów w okresie pandemii i gospodarczego lockdownu. Bank będzie dążył do wzmocnienia swojej pozycji w obszarze **Wealth Management** poprzez rozbudowę oferty produktów inwestycyjnych i doskonalenie modelu doradztwa. W dalszym ciągu Bank będzie również skupiony na klientach poszukujących wygodnych **rozwiązań w zakresie wymiany walut** (Citi Kantor). Bank ma także w planach repozycjonowanie **oferty kart kredytowych**, zwłaszcza w kontekście zawiązywanych kolejnych partnerstw z firmami posiadającymi dużą bazę klientów detalicznych.

W ramach segmentu instytucjonalnego nadal priorytetem pozostaje utrzymanie pozycji **Banku pierwszego wyboru dla globalnych przedsiębiorstw** inwestujących w Polsce oraz zapewnienie nowoczesnej platformy do **wymiany walutowej** wraz z szerokim wachlarzem wyboru walut, w tym również tzw. walut egzotycznych (np. meksykańskie peso, singapurski dolar) i dostarczenie ekspertyzy dealerów walutowych w zakresie **strategii zabezpieczających pozycję walutową firm przy użyciu instrumentów pochodnych**. Bank obserwuje także zwiększone zainteresowanie ze strony firm na przygotowanie strategii transformacji swoich biznesów w odpowiedzi na zmiany zachodzące w otoczeniu gospodarczym. W efekcie Bank spodziewa się dużego zainteresowania ze strony klientów na **usługi bankowości inwestycyjnej**, zwłaszcza w obszarze transakcji fuzji i przejęć oraz restrukturyzacji zadłużenia. Jednocześnie Bank niezmiennie będzie kontynuował inwestycje w digitalizację procesów, zwłaszcza w rozwój narzędzi pozwalających na większą autonomiczność i kontrolę klientów nad procesami w obszarze **bankowości transakcyjnej**.

Struktura zarządzania

[GRI 102-18]



Walne Zgromadzenie - m.in. rozpatruje i zatwierdza sprawozdania finansowe oraz sprawozdania z działalności Banku, podejmuje uchwały o podziale zysków lub pokryciu strat, udziela absolutorium członkom organów Banku z wykonania przez nich obowiązków, wybiera i odwołuje członków Rady Nadzorczej oraz ustala ich wynagrodzenia.

Rada Nadzorcza sprawuje nadzór nad działalnością Banku, w tym w zakresie funkcjonowania systemów zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej. Do jej kompetencji, oprócz praw i obowiązków przewidzianych w przepisach prawa, należy m.in. powołanie i odwołanie Prezesa, Wiceprezesów i członków Zarządu Banku oraz ustalanie ich wynagrodzeń.

Rada Nadzorcza może ustanawiać **stałe lub doraźne komitety** dla wykonywania określonych czynności. Stałymi komitetami Rady Nadzorczej są: Komitet ds. Audytu, Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń i Komitet ds. Ryzyka i Kapitału. Rada Nadzorcza w drodze uchwały może powoływać inne komitety niż wymienione powyżej, złożone wyłącznie z członków Rady Nadzorczej (w taki sposób został powołany Komitet ds. Strategii i Zarządzania). Uchwała Rady Nadzorczej określa zakres działania takiego komitetu. Większość członków Komitetu Audytu, w tym jego Przewodniczący, jest niezależna w rozumieniu przepisów Ustawy o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym.

Rada Nadzorcza liczy 12 członków (8 mężczyzn i 4 kobiety). Sześciu członków Rady Nadzorczej, w tym jej Przewodniczący, są obywatelami Polski. Sześciu członków Rady nie jest powiązanych z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% akcji Banku. Kadencja Rady Nadzorczej jest wspólna i trwa 3 lata.

Zarząd Citi Handlowy kieruje całokształtem działalności Banku i reprezentuje go na zewnątrz. Określa strukturę organizacyjną Banku, zasady funkcjonowania i organizacji pracy oraz zasady polityki kadrowej. Ponadto do kompetencji Zarządu należy m.in. opracowywanie i przedkładanie Radzie Nadzorczej i Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy sprawozdań i innych dokumentów dotyczących funkcjonowania Banku, zwoływanie Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, ustanawianie przepisów wewnątrzbankowych, powoływanie komitetów upoważnionych do stałego monitoringu określonych spraw.

Zarząd Citi Handlowy Banku liczy 7 członków (4 mężczyzn i 3 kobiety). Pięciu członków Zarządu jest obywatelami Polski. Członkowie Zarządu są powoływani na indywidualną trzyletnią kadencję.

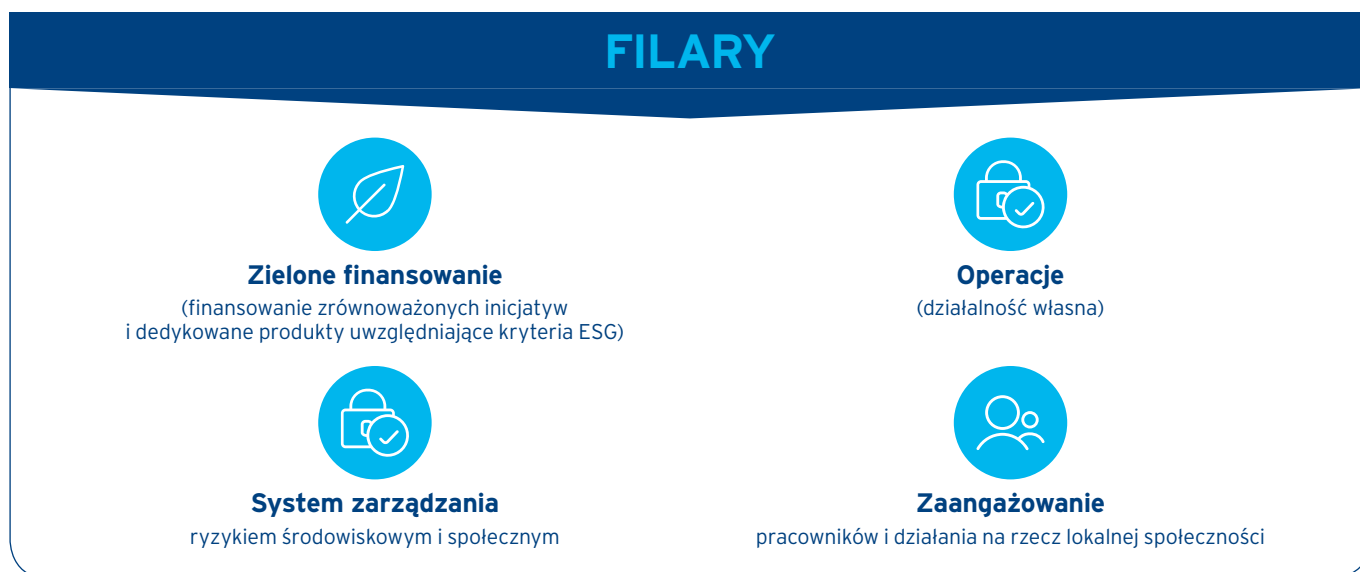
Wskaźnik różnorodności płci w Zarządzie i Radzie Nadzorczej Banku opisany jest w rozdziale „**Rozwój talentów i różnorodność**”

Zarządzanie zrównoważonym rozwojem

Działania na rzecz zrównoważonego rozwoju stanowią część strategii biznesowej Citi Handlowy. Bank od lat znajduje się w gronie najbardziej odpowiedzialnych społecznie spółek giełdowych notowanych na GPW. Potwierdza to obecność Citi Handlowy w indeksie WIG-ESG, który rozpoczął notowanie we wrześniu 2019 roku. Citi Handlowy był również obecny w RESPECT

Index nieprzerwanie od 2009 do 2019 roku, czyli przez cały czas istnienia tego indeksu.

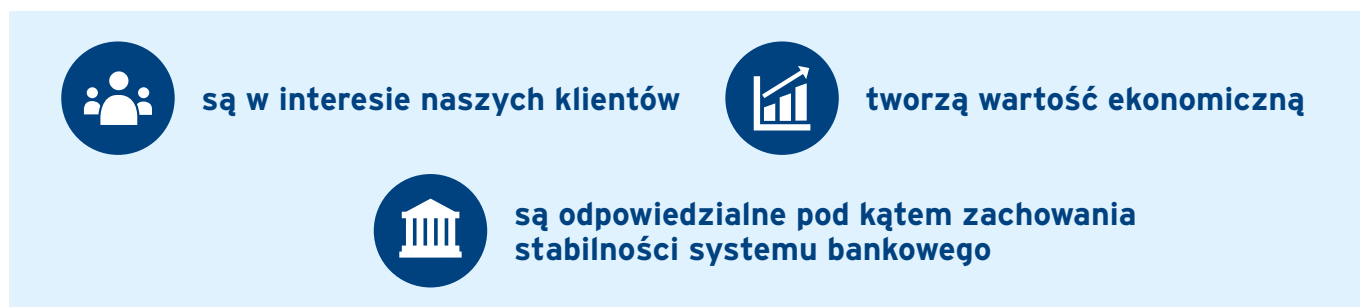
W 2020 roku Citi Handlowy kontynuował prace nad opracowaniem nowej strategii zrównoważonego rozwoju Banku na najbliższe lata. Nowa strategia oparta będzie na czterech filarach:



Głównym celem działań podejmowanych przez Citi Handlowy w zakresie zrównoważonego rozwoju jest odpowiedzialne dostarczanie klientom usług finansowych, umożliwiających ich wzrost i rozwój ekonomiczny, przy jednoczesnym uwzględnianiu czynników środowiskowych i społecznych w podejmowanych przez Bank procesach kredytowych. Adresatami działań ESG są również pracownicy Banku. Poza zapewnieniem stabilności i atrakcyjnych warunków zatrudnienia Citi Handlowy nieustannie pracuje nad stworzeniem kultury

organizacyjnej, w której praktykuje się poszanowanie różnorodności oraz zapewnia wsparcie w kwestii zachowania równowagi między pracą a życiem prywatnym. Natomiast za pośrednictwem założonej przez Bank Fundacji Kronenberga, poprzez wolontariat pracowniczy i szereg programów z zakresu edukacji finansowej, promocji przedsiębiorczości, ochrony dziedzictwa kulturowego i rozwoju lokalnego, Citi Handlowy realizuje misję nowoczesnej filantropii.

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



Ryzyka związane z działalnością

Zarządzanie ryzykiem

[GRI 102-15, GRI 102-11, GRI 102-30]

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"> Promowanie i przestrzeganie 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 WIG-ESG
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 Redukcja i wymiana floty samochodowej, 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 Wskaźnik rotacji pracowników
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

W Citi Handlowy ryzyka wywierające niekorzystny wpływ na zagadnienia społeczne mogą wynikać z relacji z klientami, dostawcami i pracownikami.

Ryzyko związane z relacjami z klientami minimalizowane jest poprzez przekazywanie klientom rzetelnych informacji o usługach i produktach bankowych, stosowanie etycznej reklamy i sprzedaży, terminową obsługę reklamacji. Ponadto Bank na bieżąco monitoruje i wdraża wytyczne i rekomendacje organów nadzorczych oraz wyroki sądów powszechnych, zapewniając tym samym swoim klientom produkty i usługi bankowe najwyższej jakości.

Minimalizowanie ryzyk związanych z dostawcami polega na zapewnieniu przejrzystych i obiektywnych kryteriów wyboru dostawców, stosowaniu etycznych praktyk biznesowych oraz dokonywaniu okresowych przeglądów zawartych umów.

W obszarze pracowniczym istotnym czynnikiem ryzyka jest potencjalna utrata ważnych dla rozwoju Banku pracowników. Aby temu zapobiec, Citi Handlowy systematycznie monitoruje poziom rotacji i analizuje przyczyny odejść pracowników. Analiza odejść pracowników prowadzona jest w cyklu kwartalnym, a wszelkie niepokojące sygnały są eskalowane do kadry menedżerskiej w poszczególnych obszarach biznesowych. Rotacja pracowników monitorowana jest z trzech perspektyw: ogólnej rotacji, rotacji z inicjatywy pracownika oraz rotacji wśród pracowników osiągających ponadprzeciętne wyniki pracy. Okresowo analizie poddawany jest także poziom wynagrodzeń. Ocenie podlega zarówno struktura wynagrodzeń, jak i ich poziom w stosunku do benchmarków rynkowych. Raz do roku przeprowadzana jest również anonimowa ankieta pracownicza badająca poziom zadowolenia pracowników - Voice of Employee (VOE). Wyniki ankiety VOE są szczegółowo analizowane i omawiane na poziomie wyższej kadry zarządzającej

i kadry menedżerskiej. W oparciu o analizę wyników ankiety VOE opracowywane są działania, których celem jest tworzenie środowiska pracy sprzyjającego budowaniu zaangażowania i satysfakcji pracowników. Ryzyka związane z potencjalnym mobbingiem lub dyskryminacją minimalizowane są poprzez wprowadzenie polityk z zakresu przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi, przeprowadzanie szkoleń z tego zakresu dla wszystkich pracowników oraz uruchomienie procedury zgłaszania tego typu nadużyć.

Ryzyko dotyczące wpływu na środowisko naturalne wiąże się głównie z możliwością nałożenia sankcji za brak zgodności z przepisami prawa. Grupa zapobiega temu ryzyku, stosując się do przepisów prawnych, monitorując swój wpływ na środowisko i wdrażając działania prośrodowiskowe.

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 218/2014 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 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 i podtrzymano w kolejnych latach decyzję o ich niestosowaniu:

- 1) § 11.2 (transakcje z podmiotami powiązаныmi) - 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 nieposługujący 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.

Citi Handlowy w indeksie WIG-ESG

3 września 2019 roku Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW) rozpoczęła publikację nowego indeksu WIG-ESG. Obejmuje on spółki znajdujące się w indeksach WIG20 i mWIG40, a więc największe firmy notowane na GPW, uznawane za odpowiedzialne społecznie tj. takie, które działają zgodnie z najwyższymi standardami zarządzania w zakresie ładu korporacyjnego (corporate governance), ładu informacyjnego i relacji z inwestorami. Spółki notowane w WIG-ESG to spółki, które przestrzegają zasad biznesu odpowiedzialnego społecznie, w szczególności w zakresie kwestii środowiskowych i społecznych. Dzięki uwzględnieniu wśród kryteriów kwalifikacyjnych parametru płynności WIG-ESG, podobnie jak inne indeksy giełdowe, stanowi realny punkt odniesienia dla profesjonalnych inwestorów. **Citi Handlowy znalazł się w gronie spółek zakwalifikowanych do WIG-ESG.**

Wcześniej, przez 10 lat, Citi Handlowy wchodził w skład **RESPECT Index**, skupiającego spółki zarządzane w sposób odpowiedzialny i zrównoważony. Bank znajdował się w RESPECT Index nieprzerwanie od 2009 roku, czyli od chwili powstania tego indeksu, do momentu zakończenia jego publikacji przez GPW w grudniu 2019 roku.

Interesariusze

[GRI 102-40, 102-42, 102-43]

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	W JAKI SPOŚÓB SIĘ ANGAŻUJEMY?	PRZYKŁADY Z 2020 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 8 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) Działalność People Board 	<ul style="list-style-type: none"> 5 spotkań Prezesa Zarządu w ramach Town – Halli People Strategy Newsletter „Puls Citi Handlowy” 13. miejsce na Liście TOP50 najlepszych pracodawców magazynu „Wprost” Diversity & Inclusion Rating 91% pracowników wzięło udział w badaniu „Głos pracownika” 80% pracowników pozytywnie oceniło działania podjęte przez Citi Handlowy w czasie pandemii
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"> 6,5 tys. zapytań klientów przez media społecznościowe 232 publikacje Citi Handlowy w mediach społecznościowych, (wyświetlone 64 mln razy) 11 webinarów dla klientów na YouTube (wyświetlone 6,5 tys. razy) 226 spraw, które wpłynęły do Rzecznika Klienta Konferencja „Perspektywy. Women in Tech Summit”

Członkostwo w organizacjach

[GRI 102-13]

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

W 2020 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 (FOB)

Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce (CCIFP)

Fundacja Warszawski Instytut Bankowości

Instytut Finansów Międzynarodowych

Polska Konfederacja pracodawców Prywatnych Lewiatan

Polski Związek Pracodawców Prywatnych Banków i Instytucji Finansowych

Małopolski Związek Pracodawców LEWIATAN

Podkarpacki Klub Biznesu

Polski Związek Faktorów

Polska Rada Biznesu – Klub

Polski Komitet Normalizacyjny (PKN), Komitet Techniczny nr 273 ds. Mechanicznych Urzędzeń Zabezpieczających

Polsko-Chińska Izba Gospodarcza

Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK)

Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych Pracodawcy Pomorza

Wielkopolski Klub Kapitału

Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza (SPCC)

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 2020 roku należał do następujących organizacji:

- Izba Domów Maklerskich,
- Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych.

Nagrody i wyróżnienia

W 2020 roku Bank, DM Citi Handlowy i Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy uhonorowano prestiżowymi tytułami i nagrodami z obszaru ESG:



Citi Handlowy wśród Super Etycznych Firm

Citi Handlowy od trzech lat należy do **Forum Super Etycznych Firm**. To prestiżowe grono obejmuje firmy, które przez trzy lata z rzędu otrzymały tytuł „Etycznej Firmy”. Jako Super Etyczna Firma Citi Handlowy dzieli się swoim doświadczeniem, przekazuje najlepsze praktyki, promuje etyczne podejście do biznesu i inspirowanie do zmian. Od pierwszej edycji konkursu Citi Handlowy jest doceniany za najbardziej kompleksową i systemową aktywność na rzecz budowy i wzmacniania kultury organizacyjnej opartej na etyce i wartościach.

Citi Handlowy w indeksie WIG-ESG

Citi Handlowy wchodzi w skład indeksu **WIG-ESG**, skupiającego spółki uznawane za odpowiedzialne społecznie, tj. takie, które przestrzegają zasad biznesu odpowiedzialnego społecznie, w szczególności w zakresie kwestii środowiskowych, społecznych, ekonomicznych i ładu korporacyjnego. W 2019 roku Indeks WIG-ESG zastąpił dotychczasowy RESPECT Index, w którego skład również wchodził Citi Handlowy przez cały okres istnienia tego indeksu.



Citi w Polsce w Diversity&Inclusion Rating

Citi Handlowy (wspólnie z Citibank Europe plc) po raz drugi znalazł się w zestawieniu **Diversity & Inclusion Rating**. Jest to nowa inicjatywa Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte, mająca na celu zmierzenie poziomu zaawansowania firmy w obszarze różnorodności i budowania włączającej, etycznej organizacji. To narzędzie stworzone na podstawie doświadczeń i metodyk polskich i międzynarodowych, zaprojektowane, by mierzyć poziom zaawansowania firmy

w procesie budowania włączającej organizacji. Do drugiej edycji ratingu zakwalifikowało się 6 firm, które wykazały się najwyższym poziomem zarządzania różnorodnością.

Praktyki CSR Citi Handlowy w raporcie FOB

W tegorocznej edycji **raportu Forum Odpowiedzialnego Biznesu** znalazło się **18 inicjatyw CSR Citi w Polsce**. Publikacja „Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre Praktyki” stanowi jedyne tego typu opracowanie podsumowujące najważniejsze inicjatywy z zakresu CSR w Polsce. W tegorocznej edycji raportu Forum Odpowiedzialnego Biznesu znalazły się takie praktyki Citi w Polsce, jak Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztor, Pride Network Poland czy Program Wolontariatu Kompetencyjnego #CitiVolunteers dla rozwoju oraz IT for SHE. W raporcie uwzględniono jedną praktykę z zakresu ładu korporacyjnego, trzy z zakresu praw człowieka, cztery z zakresu pracy, jedną z zakresu środowiska oraz dziewięć dotyczących zaangażowania i rozwoju społeczności lokalnej.

Citi Handlowy na liście najlepszych pracodawców WPROST TOP 50

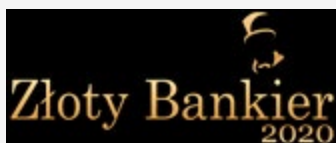
Bank zajął 13. miejsce w ogólnym zestawieniu i drugie wśród banków na liście TOP 50 magazynu „Wprost”, wskazującej najlepsze firmy-pracodawców w Polsce w okresie pandemii.

Citi Handlowy w Rankingu Odpowiedzialnych Firm

W Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2020 organizowanym przez „Dziennik Gazetę Prawną” Citi Handlowy uzyskał 5. miejsce w branży finansowej. Ranking skupia firmy dojrzałe i aktywne w zakresie CSR.

Citi w Polsce laureatem konkursu Dobroczyńca Roku

Citi w Polsce zwyciężyło w prestiżowym konkursie Dobroczyńca Roku 2019 w kategorii „sport”. Zauważono działalność firmy na polu popularyzacji sportu paraolimpijskiego i zachęcania społeczeństwa do kibicowania paraolimpijczykom. Nagroda „Dobroczyńca Roku” uznawana jest za jedno najbardziej prestiżowych wyróżnień przyznawanych za działania z zakresu zaangażowania społecznego i społecznej odpowiedzialności biznesu. Konkurs organizowany jest od ponad 20 lat przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce.



Karta Kredytowa Citi Simplicity pięciokrotnym zwycięzcą rankingu „Złoty Bankier”

Kapituła rankingu „Złoty Bankier” po raz kolejny - piąty rok z rzędu - uznała kartę kredytową Citi Simplicity za najlepszą na rynku. Karta kredytowa Citi Handlowy zajęła 1. pozycję w swojej kategorii w tym prestiżowym podsumowaniu. W rankingu wyróżniona została również pożyczka gotówkowa Citi Handlowy, która zajęła 2. miejsce na podium.

Nagroda KDPW dla Domu Maklerskiego Banku Handlowego

Dom Maklerski Banku Handlowego S.A. otrzymał **nagrodę KDPW** w kategorii „Wysoka jakość prowadzenia ewidencji papierów wartościowych przy uwzględnieniu skali działalności”.



Nagroda GPW dla Domu Maklerskiego Banku Handlowego

Dom Maklerski Banku Handlowego S.A. został **wyróżniony przez GPW** nagrodą w kategorii „Najwyższy udział lokalnego członka giełdy w obrotach sesyjnych akcjami na Głównym Rynku w 2019 roku”.



Bankowość prywatna Citi Handlowy triumfowała w badaniu Euromoney 2020

Prestiżowy brytyjski magazyn „Euromoney” przyznał Citi Handlowy tytuł „**Best Private Banking Services Overall Poland**” w corocznym badaniu jakości oferty bankowości prywatnej. Citi Handlowy w tym roku triumfował jako zwycięzca rankingu, zajmując 1. miejsce aż w dziewięciu badanych kategoriach usług, m.in. dla klientów z grona Mega HNM (> \$ 250 M), UHNW (> \$ 30 mln-\$ 250 mln), HNW (\$ 5 mln-\$ 30 mln), Super Affluent (\$ 1 mln-\$ 5 mln) oraz w zakresie Capital Markets and Advisory, Family Office Services oraz International Clients i Research and Asset Allocation Advice. W kategorii Next Generation oraz Innovative or Emerging Technology Adoption Bank zajął 2. miejsce.

5 gwiazdek „Forbes” dla bankowości prywatnej Citi Handlowy

W rankingu **magazynu „Forbes”** Citi Handlowy ponownie otrzymał 5 gwiazdek dla bankowości prywatnej, w której Bank stawia na podkreślenie globalnego charakteru swojej oferty, z nastawieniem na klientów prowadzących interesy na całym świecie.

Citi Handlowy z dwoma wyróżnieniami Golden Arrow

Kampania „Zostań w Domu z Citi Specials” Citi Handlowy oraz kampania wideo karty Citi Simplicity, wykorzystująca mechanizm Google Director's Mix, otrzymały wyróżnienia Golden Arrow. W konkursie, organizowanym od 14 lat, nagradzane są kampanie będące przykładem najlepszych praktyk w korzystaniu z narzędzi marketingowych oraz premiowane są przełomowe rozwiązania. Jury, złożone z przedstawicieli branży marketingowej, wybiera projekty, które będą stanowić punkt odniesienia dla całej branży.



Citi Handlowy siódmy raz liderem rynku Cash Management w Polsce

Bankowość transakcyjna Citi Handlowy po raz siódmy z rzędu zdobyła w 2020 roku tytuł „Market Leader” w kategorii zarządzania środkami finansowymi klientów korporacyjnych w prestiżowym rankingu magazynu „Euromoney”.

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 tys. pracowników wspierających naszych klientów instytucjonalnych i detalicznych



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



**Bankowość
instytucjonalna**



**Bankowość
detaliczna**

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

Wiodąca pozycja wśród Dealerów Skarbowych Papierów Wartościowych

Czołowa pozycja w **transakcjach FX** klientów

Jeden z liderów Bankowości Inwestycyjnej w Polsce (wg rankingu Dealogic)

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

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

[GRI 102-16,103-1,103-2,103-3]

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.

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.”;
- „Kodeks Etyki Reklamy”;
- „Etyczne Praktyki Biznesowe Banku Handlowego w Warszawie S.A.”

Zasady postępowania pracowników Banku („Zasady”) są zbiorem najlepszych praktyk, gwarantujących etyczne, zgodne z prawem, zasadami współzycia 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. [GRI 102-16]

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

- dostrzeganie 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 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.

[GRI 102-17]

DZIEŃ ETYKI 2020

W 2020 roku Citi Handlowy po raz kolejny zorganizował dla pracowników Dzień Etyki, w ramach którego przypomniane zostały zagadnienia dotyczące zasad postępowania pracowników, standardów etycznych oraz kwestie praktyczne związane ze zgłaszaniem zachowań nieetycznych.

[GRI 102-17]



Przeciwdziałanie dyskryminacji i zgłaszanie naruszeń

Bank wspiera ochronę i przestrzeganie praw człowieka na całym świecie poprzez przestrzeganie fundamentalnych zasad określonych w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka Narodów Zjednoczonych, Deklaracji Fundamentalnych Zasad i Praw w Miejscu Pracy Międzynarodowej Organizacji Pracy oraz Wytycznych ONZ ds. Biznesu i Praw Człowieka.

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

Citi Handlowy prowadzi działalność z poszanowaniem godności ludzkiej, sprzeciwia się wszelkim formom dyskryminacji i bezwzględnie przestrzega prawa do równego traktowania bez względu na wiek, płeć, pochodzenie etniczne i narodowe, religię, wyznanie, status społeczno-ekonomiczny, stan cywilny, orientację seksualną, stan zdrowia, przekonania, niepełnosprawność, przynależność związkową czy inne czynniki. Informacje te nie są dla Banku kryteriami przy rekrutacji pracowników, ich awansowaniu czy rozwiązywaniu z nimi stosunku pracy, dostępie do szkoleń czy benefitów pozapłacowych.

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

Różnorodność w Citi Handlowy traktowana jest jako jeden z wyznaczników dla kultury organizacyjnej. To troska o to, by w organizacji pracowały osoby z różnym stażem i w różnym wieku, a osoby będące mniejszością ze względu na swoje pochodzenie, orientację seksualną czy poglądy czuły się w Citi Handlowy dobrze i miały te same możliwości dla rozwoju swojej kariery.

Różnorodność w Citi Handlowy

Różnorodność i równość w Citi Handlowy to m.in.:

- podejmowanie decyzji kadrowych, w tym dotyczących wynagradzania, w oparciu o ocenę wyników pracy, wiedzę i doświadczenie zawodowe, posiadane umiejętności i kompetencje;
- przestrzeganie i promowanie zasady równego traktowania i zakazu dyskryminacji;
- zapewnianie równych szans pracownikom w dostępie do inicjatyw rozwojowych i szkoleń dostępnych w Banku;
- budowanie różnorodnych zespołów pracowniczych, m.in. dzięki inicjatywie Beyond the Borders;
- dbałość o zapewnienie przyjaznego środowiska pracy i kultury organizacyjnej opartej na wzajemnym szacunku. W 2020 roku Citi Handlowy kontynuował również działania zmierzające do wypracowania najlepszych praktyk bazujących na życzliwości we wzajemnej współpracy, w ramach „People Strategy”;
- zapoznanie wszystkich pracowników z Regulaminem Pracy Pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A., Zasadami Postępowania Pracowników Banku, w których zawarte są informacje dotyczące zasady równego traktowania w zatrudnieniu oraz zakaz wszelkich praktyk mających znamiona dyskryminacji, molestowania lub mobbingu oraz zobowiązanie wszystkich pracowników Banku do poszanowania godności

pracowników i współpracowników oraz działania informacyjne i edukacyjne w tym zakresie;

- promowanie i wspieranie inicjatyw pracowniczych, w szczególności takich jak: Citi Women Network, Disability Network, Citi Pride Network, działań charytatywnych czy wspólnych aktywności sportowych;
- umożliwienie pracownikom swobodnego wyrażania opinii, np. w ramach ankiety „Głos Pracownika” lub „Exit Interview”; jak również dzięki powołaniu „People Board”;
- zapewnienie wewnętrznego systemu wczesnego ostrzeżenia i zgłaszania wątpliwości etycznych;
- wspieranie pracowników w zapewnieniu odpowiedniego balansu między życiem zawodowym i prywatnym - w tym dzięki inicjatywom podejmowanych w ramach grupy „Work-Life Balance”;

Szczegółowe informacje dotyczące wspierania przez Citi Handlowy różnorodności znajdują się w rozdziale **„Rozwój talentów i różnorodność”**.



Stosowanie wszelkich form dyskryminacji jest w Citi Handlowy zakazane, niezależnie od tego, czy dopuszczają się ich przełożeni, współpracownicy, klienci czy dostawcy. 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 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).

Przykłady działań Banku na rzecz przeciwdziałania dyskryminacji:

Polityka informacyjna:

- zapisy Regulaminu Pracy;
- zapisy Zakładowego Układu Zbiorowego Pracy;
- zapisy polityki „Zasady postępowania pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A.”;
- informacje przekazywane w trakcie szkolenia dla nowozatrudnionych pracowników - „Orientation”;
- informacje przekazywane w teczkach dla nowozatrudnionych;
- informacje dostępne w systemie intranetowym - „Źródło” na stronach Departamentu Zgodności (w zakresie etyki) oraz Pionu Zarządzania Kadrami (w zakresie procedury skargowej).

Działania diagnostyczne

- ankieta pracownicza „Voice of Employee”;
- System Wczesnego Ostrzegania, uwzględniający monitorowanie przez Bank przyczyn odejść pracowników;
- powołanie i działalność Komisji Etycznej;
- raportowanie istotnych kwestii etycznych.

Działania edukacyjne

- cykliczne szkolenie z Zasad Postępowania pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A. dla wszystkich pracowników;
- cykliczne szkolenie z „Niepożądanych zjawisk w środowisku pracy” dla wszystkich pracowników prowadzone przez Pion Zarządzania Kadrami;
- szkolenie dla nowozatrudnionych pracowników ze „Standardów Przywództwa”.

SZKOLENIE „ZASADY POSTĘPOWANIA PRACOWNIKÓW BANKU HANDLOWEGO W WARSZAWIE S.A.” W 2020 R. [GRI 412-2]

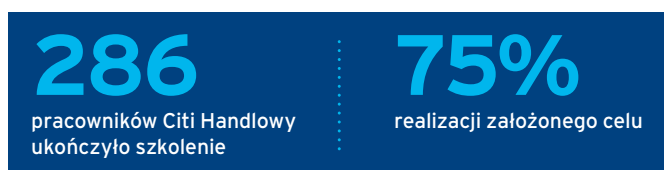


SZKOLENIE „NIEPOŻĄDANE ZJAWISKA W ŚRODOWISKU PRACY” W 2020 R.



Nowozatrudnieni pracownicy zapoznani zostali ze Standardami Przywództwa w ramach szkolenia Onboardinowego, dodatkowo 75% nowozatrudnionych przeszło specjalne szkolenie z tego zakresu na platformie learningowej.

SZKOLENIE DLA NOWOZATRUDNIONYCH „STANDARDY PRZYWÓDZTWA W 2020 R.



W ramach prewencji wtórnej Bank stwarza pracownikom możliwość składania skarg na niepożądane zachowania - poprzez stosowne procedury [GRI 103-2]:

- „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 Handlowym w Warszawie S.A.”
- 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

[GRI 102-17]

Każdy pracownik Citi Handlowy zobowiązany jest do niezwłocznego zgłaszania zachowań nieetycznych. Zasady określające sposoby zgłaszania przypadków naruszenia prawa, standardów etycznych oraz obowiązujących w Banku procedur, jak również 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)”. [GRI 103-1, GRI 103-2]

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, standardów etycznych oraz obowiązujących w Banku procedur poprzez Linie Etyczną Członka Zarządu. Jest to specjalny, niezależny i autonomiczny kanał komunikacji w postaci wydzielonej linii telefonicznej Członka Zarządu oraz adresu do korespondencji listownej.

Zgłoszenia anonimowe przekazywane są do właściwego Członka Zarządu nadzorującego Sektor 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 nadzorującego Sektor 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 nadzorującym Sektor Zarządzania Ryzykiem,
- Przewodniczącym Rady Nadzorczej w przypadku gdy zgłoszenie dotyczy Członka Zarządu - na adres poczty elektronicznej lub listownie.

W 2020 roku zarejestrowano dwa zgłoszenia pracowników na tle dyskryminacji finansowej ze względu na płeć oraz przynależność związkową. Postępowania wyjaśniające w sprawach są w toku oraz są prowadzone na zasadach opisanych w procedurze skargowej. W przypadku potwierdzenia zaistnienia niepożądanych zjawisk Pion Zarządzania Kadrami przedstawi jednostkom odpowiedzialnym adekwatne rekomendacje, w tym dotyczące działań kadrowych wobec pracowników, którzy dopuścili się niewłaściwych praktyk. **[GRI 406-1]**

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 98% 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, a także otrzymać kartę kredytową czy zapoznać się - na interaktywnym monitorze - ze specjalnymi ofertami rabatowymi dla posiadaczy kart Citi Handlowy.

Bankowość internetowa

Bank przykładą dużą wagę do rozwoju platform bankowości internetowej, w celu ułatwieniu kontaktu z Banku, wtedy, kiedy klient tego kontaktu potrzebuje.

W 2020 roku Citi Handlowy jako pierwszy bank w Polsce uruchomił całkowicie zdalny i zautomatyzowany proces kredytowy oparty na rozwiązaniach biometrycznych. Citi Handlowy jako jedyny ma rozwiązania wykorzystujące biometrię dla trzech głównych produktów: pożyczka gotówkowa, karta kredytowa i rachunek osobisty.

Innowacje technologiczne dla większego bezpieczeństwa

Jedyny bank w Polsce ze zdalnymi procesami biometrycznymi dla 3 najważniejszych produktów



Udział sprzedaży kredytów gotówkowych dla nowych klientów

KANAŁY ONLINE



We wrześniu 2020 roku Bank otworzył nowe konto osobiste CitiKonto. W IV kwartale 2020 roku co drugie CitiKonto było otwierane przez kanały online.

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 serwisu bankowości internetowej Citibank Online.

Serwis Citi Handlowy zabezpieczony jest certyfikatem bezpieczeństwa wystawionym przez urząd certyfikacji 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 autoryzowane w ramach usługi 3DS przy pomocy SMS lub autoryzacji w aplikacji mobilnej, a także zabezpieczone usługą „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.

Usługa Citalerts, dostępna w postaci powiadomień, SMS-ów, e-maili, a także wiadomości push, pozwala na bieżące monitorowanie aktywności na rachunkach bankowych oraz kartach kredytowych. Dzięki usłudze użytkownik może otrzymywać powiadomienia o każdej transakcji bezpośrednio po jej wykonaniu.

W odpowiedzi na pandemię COVID-19 Bank propagował bankowanie poprzez kanały online. Klienci większość spraw mogą załatwić bez wychodzenia z domu i bez wizyty w placówce w bankowości internetowej Citibank Online, która jest czynna 24/7.

Bankuj bezpiecznie w Citi Handlowy

Bezpieczeństwo jest dla Ciebie priorytetem. W Citi Handlowy rozumiemy to doskonale. Dlatego dajemy Ci do dyspozycji szereg rozwiązań, dzięki którym

wykonasz transakcje, zapłacisz za zakupy czy też otworzysz nowy produkt bezpiecznie – nawet bez wychodzenia z domu.



Unikaj kontaktu z gotówką. W sklepie płać kartą.



Weź pożyczkę bez wychodzenia z domu.



Płać kartą zbliżeniowo bez kontaktu z terminalem – nawet do 100 zł.



Płać tym, co masz zawsze przy sobie – telefonem.

Aplikacja Citi Mobile nie zapisuje żadnych danych finansowych ani informacji o produktach klientów. Jest na bieżąco aktualizowana oraz testowana pod kątem bezpieczeństwa. Została wyposażona w funkcję mobilnego tokena, co znacznie zwiększa bezpieczeństwo aplikacji, a także pozwala na

wygodną autoryzację z pominięciem kodów dostarczanych przez SMS. Bank zawsze zaleca korzystanie z najnowszej wersji aplikacji oraz najnowszych dostępnych wersji systemu operacyjnego (Android lub iOS) telefonu.

Mobilna autoryzacja w aplikacji CitiMobile

W 2020 roku Citi Handlowy wdrożył nową, wygodną metodę uwierzytelniania transakcji online. Dzięki mobilnej autoryzacji wszystkie operacje bankowe zlecone w bankowości elektronicznej można potwierdzić jednym, samodzielnie nadanym kodem Citi Mobile® Token PIN przy zachowaniu najwyższych standardów bezpieczeństwa.

Autoryzacja mobilna to prosty i bezpieczny sposób autoryzacji dla płatności kartą w internecie, operacji zleconych w Citibank Online i transakcji w aplikacji Citi Mobile.



Polacy w internecie czują się bezpiecznie

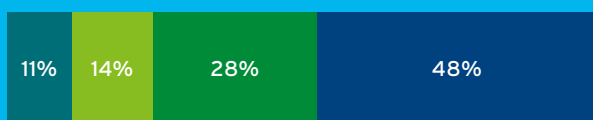
Na podstawie raportu „Cyberbezpieczeństwo użytkowników banków” (marzec 2020 rok) Fundacji Citi Handlowy im. Kronenberga Polacy w większości są świadomi zagrożeń, jakie niesie ze sobą eksplorowanie internetu.

Poczucie bezpieczeństwa w różnych sytuacjach online

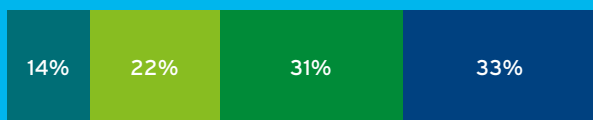
Sprawdzam dane zatwierdzonych przelewów - mail i/lub BLIK



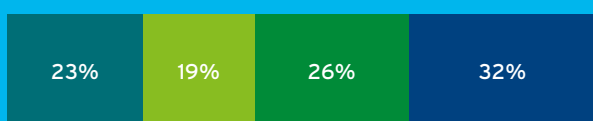
Sprawdzam, czy jest kłódka na stronie internetowej sklepu/serwisu transakcyjnego/banku



Sprawdzam certyfikat na stronie internetowej sklepu/serwisu transakcyjnego/banku



Sprawdzam dane w usłudze monitorowania transakcji, np. weryfikacja BLIK



Czytam regulaminy sklepów internetowych, w których robię zakupy



Poczucie bezpieczeństwa

Polacy czują się bezpiecznie, korzystając:

83% Z BANKOWOŚCI INTERNETOWEJ

78% Z APLIKACJI MOBILNEJ

72% PODCZAS PŁATNOŚCI/ZAKUPÓW ONLINE

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 im 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. Wszyscy pracownicy Banku podlegają cyklicznym szkoleniom z zasad przetwarzania i ochrony danych osobowych.

SZKOLENIE „ZASADY PRZETWARZANIA I OCHRONY DANYCH OSOBOWYCH” W 2020 R.

313 pracowników Citi Handlowy ukończyło szkolenie

100% realizacji założonego celu

Wsparcie klientów w czasie pandemii COVID-19

W obliczu bezprecedensowej sytuacji wywołanej pandemią Citi Handlowy skupiał się na wspieraniu swoich klientów z obszaru Bankowości Instytucjonalnej i Detalicznej. Główne obszary działania dotyczyły wspierania płynności klientów, koncentracji na promowaniu i rozwoju narzędzi umożliwiających bezpieczny kontakt z Bankiem oraz inwestowania w bezpieczeństwo stosowania tych narzędzi. Najważniejsze działania podjęte przez Citi Handlowy w 2020 roku to:

- Budowa platformy do złożenia wniosków w programie Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR)
 - za pośrednictwem systemów online Banku - mikrofirmy, małe i średnie przedsiębiorstwa dotknięte skutkami pandemii COVID-19 mogą składać wnioski o subwencje w ramach Tarczy Finansowej - 99% pozytywnie rozpatrzonych wniosków. Z pierwszego etapu programu Tarcza PFR skorzystało niemal 1400 klientów banku, którzy otrzymali ponad 450 milionów złotych rządowego wsparcia.
- Czasowe odroczenie kredytów - rozwiązanie dla klientów detalicznych i instytucjonalnych Banku
 - czasowe odroczenie spłaty kredytów na okres do 6 miesięcy dla klientów indywidualnych i do 3 miesięcy dla klientów instytucjonalnych.



- Promowanie rozwiązań antykrzysowych BGK wśród klientów Banku
 - zapewnienie płynności podmiotom, które są w trudnej sytuacji wywołanej COVID-19 poprzez zabezpieczenie do 80% kwoty kredytu (od 3,5 mln zł do 200 mln zł) na okres do 27 miesięcy w ramach Funduszu Gwarancji Płynnościowych.
- Kontynuowanie rozwoju rozwiązań cyfrowych dla klientów oraz rozwój elektronicznych kanałów dostępu do rozwiązań i produktów bankowych:
 - wdrożenie możliwości uwierzytelnienia transakcji online z użyciem danych biometrycznych posiadaczy karty korporacyjnej oraz aplikacji mobilnej CitiManager (identyfikacja za pomocą odcisku palca (Fingerprint ID) lub wizerunku twarzy (Face ID);
 - wdrożenie kwalifikowanego podpisu elektronicznego dla całej dokumentacji (m.in. dla umów rachunku bankowego, innych umów produktowych oraz zapytań i formularzy);
 - wdrożenie nowych funkcjonalności w systemie bankowości online - CitiDirect BE takie jak: MobilePASS (dostęp do systemu przy użyciu dynamicznych haseł generowanych na smartfonie), CitiDirect BE Mobile (zarządzanie codziennymi płatnościami bezpośrednio ze smartfonu lub tabletu), Administrator CitiDirect BE (zarządzanie uprawnieniami innych użytkowników), eWnioski (elektroniczna platforma wymiany dokumentacji - wzrost liczby złożonych wniosków w 2020 roku o 14% w stosunku do 2019 roku);
 - udostępnienie nowego modułu do wymiany walut Citi Kantor dla klientów Bankowości Detalicznej. Citi Kantor umożliwia wymianę walut po atrakcyjnych kursach, umożliwiając tym samym zabezpieczenie się przed spadkiem wartości złotego.
- Edukowanie klientów w zakresie cyberbezpieczeństwa
 - szeroka kampania edukacyjna dotycząca cyberbezpieczeństwa, poświęcona m.in. metodom socjotechnicznym wykorzystywanym przez hakerów - również tym związanym z pandemią COVID-19.

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 też własnych rygorystycznych norm i regulacji wewnętrznych odnoszących się do poufności charakteru i bezpieczeństwa informacji oraz danych osobowych (normy dotyczące zarządzania systemami informatycznymi, normy bezpieczeństwa informacji, ogólne przepisy na temat 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, ISO22301 i ISO 20000, które obejmują wszystkie procesy, produkty i usługi, jakie Bank świadczy swoim klientom.

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.

**77%
NPS**

dla obsługi telefonicznej
(CitiService) Bankowości
Instytucjonalnej w 2020 roku

**71%
NPS**

dla obsługi telefonicznej (Citi-
Phone) Bankowości Klientów
Zamożnych w 2020 roku

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.

Citi Handlowy odpowiada na potrzeby klientów

Potwierdzeniem silnej pozycji Citi Handlowy w tworzeniu oferty dopasowanej do potrzeb klientów jest uzyskanie w 2020 roku wielu nagród i wyróżnień. Jednym z nich jest nagroda w 11. edycji rankingu przygotowywanego przez Bankier.pl i Puls Biznesu dla karty kredytowej Citi Simplicity, która po raz piąty z rzędu otrzymała nagrodę Złotego Bankiera w kategorii produktowej: „najlepsza karta kredytowa”. W rankingu wyróżniona została również pożyczka gotówkowa Citi Handlowy, która zajęła 2. miejsce na podium. Pozostałe nagrody zostały przyznane m.in. przez brytyjski magazyn finansowy „Euromoney”, który przyznał Citi Handlowy tytuł „Best Private Banking Services Overall Poland” w corocznym badaniu jakości oferty bankowości prywatnej oraz po raz siódmy z rzędu uznał bankowość transakcyjną Citi Handlowy za najlepszą na rynku polskim w kategorii „Market Leader”. Citi Handlowy w tym roku triumfuje jako zwycięzca rankingu, zajmując 1. miejsce aż w 9 badanych kategoriach usług.



Citi Handlowy promuje ideę wysokiego poziomu satysfakcji klientów nie tylko poprzez badania NPS. 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. Każdy pracownik

Banku jest zaangażowany w tworzenie nowej kultury organizacyjnej, mającej na celu przede wszystkim dobro klienta oraz dostarczanie mu coraz lepszych rozwiązań. Wzrost poziomu satysfakcji klientów jest jednym z głównych celów Banku w 2021 roku.

Komunikacja z klientami

Citi Handlowy od ponad ośmiu 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 produkto-

wych. 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.” [GRI 103-2]

Webinaria Citi Handlowy

W 2020 roku, aby na bieżąco dostarczać klientom informacji i analiz w czasie pandemii, Citi Handlowy uruchomił webinaria - transmitowane na żywo wydarzenia online. Transmisje były realizowane za pośrednictwem kanału Banku na YouTube i specjalnej strony. W ciągu roku odbyło się 11 takich transmisji dla klientów detalicznych i korporacyjnych, m.in. „Kryzys, jakiego nie było - spotkanie z prof. Markiem Belką”, „Rzeczywistość po pandemii - jak polska gospodarka staje na nogi” - prowadzone przez głównego ekonomistę Banku, „Dziedziczenie

bez tajemnic, czyli wszystko o procesie planowania sukcesji” czy „Inwestowanie w środowisku niskich stóp procentowych” przygotowane przez Biuro Doradztwa i Funduszy Inwestycyjnych oraz „Firma wirusoodporna - konferencja dla mikroprzedsiębiorców”. Webinaria Citi Handlowy uzyskały w sumie ponad 6,5 tys. wyświetleń.

Zaproszenia na webinaria były wysyłane do klientów Banku mailowo oraz przez SMS, jak również zapośredniczone na profilach Banku na Facebooku, Twitterze i LinkedIn.

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

15 LAT
CRIFXPULSE

citi handlowy

Zaraz zaczynamy

Rzeczywistość po pandemii - Jak polska gospodarka staje na nogi?

22 września, godz. 11.00 - 12.00

Wideokonferencja z udziałem Piotra Kalisza, Głównego Ekonomisty Citi Handlowy

0:00 / 54:01

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:

- mailowo - na adres: citiserwice.polska@citi.com;
- telefonicznie - w CitiService oraz bezpośrednio na numer telefonu Doradcy CitiService;
- osobiście - w jednostkach Citi Handlowy obsługujących klientów 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 współnik 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 na spotkaniu jakościowym Regionalnego Centrum Rozliczeń oraz kwartalnie Radzie ds. Doświadczeń Klientów Korporacyjnych. Na podstawie przygotowanych analiz uzgadniane są plany naprawcze w celu ograniczenia błędów po stronie Banku. **[GRI 103-2, GRI 103-3]**

CZAS ROZPATRYWANIA REKLAMACJI OD KLIENTÓW KORPORACYJNYCH CITI HANDLOWY W LATACH 2018-2020

Rok	2020	2019	2018
<5 dni roboczych	73%	74%	61%
6-15 dni	20%	20%	24%
16-30 dni	6%	5%	8%
>30 dni	1%	1%	7%

LICZBA REKLAMACJI OD KLIENTÓW KORPORACYJNYCH CITI HANDLOWY

Rok	2020	2019	2018	2017
Liczba złożonych reklamacji ogółem	1 343	1 383	1 615	2 130
% reklamacji rozwiązanych na korzyść klienta	94%	95%	91%	91%
Liczba i % złożonych reklamacji dotyczących naruszenia prywatności bądź utraty danych klienta	2 (0,15%)	1 (0,10%)	brak danych	brak danych

➤ Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów detalicznych

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji, skarg i zażaleń przez klientów detalicznych Citi Handlowy jest łatwo dostępna na stronie internetowej Banku. Klienci mogą zgłosić swoje uwagi poprzez:

- wysłanie wiadomości po zalogowaniu do bankowości elektronicznej Citibank Online

www.citibankonline.pl,

- wysłanie listu na adres Banku,
- ustnie w oddziale Citi Handlowy,
- wysłanie wiadomości e-mail na adres: listybh@citi.com lub - w przypadku eskalacji - do Rzecznika Klienta na adres: rzecznik.klienta@citi.com,
- kontakt z infolinią CitiPhone.

W 2020 roku czas odpowiedzi na zapytania klientów wynosił 1 dzień roboczy. To pozwala klientom i Bankowi być w ciągłym dialogu i dostarczać odpowiedzi w najkrótszym możliwym czasie.

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. Standard czasowy rozpatrywania reklamacji dla klientów z segmentów Citigold i Citigold Private Client wynosi 1 dzień roboczy, zaś dla klientów z pozostałych segmentów - 4 dni robocze.

STANDARDOWY CZAS ROZPATRYWANIA REKLAMACJI DLA KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH CITI HANDLOWY W 2020 ROKU:

1 dzień roboczy	4 dni robocze
Citigold i Citigold Private Client	pozostałe segmenty

Taki sam czas rozpatrywania reklamacji dotyczył 2019 roku.

LICZBA REKLAMACJI OD KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH CITI HANDLOWY:

Rok	2020	2019	2018	2017
Liczba złożonych reklamacji ogółem	59 572	54 619	62 034	50 278
Liczba i % reklamacji rozwiązanych na korzyść klienta	23%	12%	15%	27%

Bank rejestruje jako reklamację każde niezadowolenie i każdy brak spójności wskazany przez klientów. 77% przypadków to zapytania, wyjaśnienia lub reklamacje, w których źródłem błędu nie był Bank. Analizy reklamacji i sugestii klientów, sposobu ich rozpatrzenia i wyciągania 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 2020 roku Citi Handlowy dokonał kolejnego kroku w digitalizacji procesów, co jest zgodne z oczekiwaniami klientów. Bank kontynuował rozwój kanału kontaktu poprzez media społecznościowe (Messenger). W ciągu roku klienci zadali prawie 6,5 tys. zapytań, korzystając z tego kanału. Oprócz standardowej obsługi zapytań klientów dotyczących funkcjonowania produktów i usług Bank rozszerzył funkcję 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. Dodatkowo chat bot został wzbogacony o zakładkę dotyczącą działań, jakie Bank podjął w związku z pandemią. Klienci uzyskują tam informacje, jak bezpiecznie korzystać z usług bankowych, pozostając w domu. Chat, jako sposób kontaktu z Bankiem, funkcjonuje również na oficjalnej stronie internetowej Citi Handlowy. Wyspecjalizowana grupa doradców odpowiada online na zapytania klientów Banku.

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 DM Citi Handlowy:

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 Citi Handlowy 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. W 2020 roku bezpośrednio do Rzecznika Klientów Korporacyjnych wpłynęło jedno takie zgłoszenie.

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 2020 roku do Rzecznika Klienta wpłynęło 226 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 Citi Handlowy im. L. Kronenberga Bank realizuje programy, których celem stanowi budowanie świadomości finansowej Polaków i kształtowanie kompetencji z zakresu finansów osobistych oraz zapobieganie wykluczeniu finansowemu określonych grup społecznych. Elementem realizacji misji Fundacji jest również szereg projektów wspierających przedsiębior-

czość grup szczególnie narażonych na wykluczenie: młodych ludzi, migrantów oraz kobiet. Poszczególne inicjatywy umożliwiają spełnienie planów dotyczących uruchomienia własnej firmy, wspomagają również istniejące młode podmioty gospodarcze poprzez dostęp do networkingu oraz wsparcie mentorów.

W 2020 roku Program Fundacji został zrewidowany w odpowiedzi na wyzwania, jakie postawiła pandemia koronawirusa COVID-19. W pierwszych tygodniach lockdownu została zorganizowana konferencja dla przedsiębiorców. Celem spotkania była wymiana praktyk dotyczących zmiany strategii firmy i dostosowania jej do nowych wymogów rynku. Podczas całodniowej konferencji przedsiębiorcy mieli możliwość wysłuchania rozmów z wysokiej klasy ekspertami i praktykami w zakresie:

- rozwoju e-commerce,
- zarządzania zespołami rozproszonymi oraz zarządzania zespołami kreatywnymi,
- budowania relacji z klientami w świecie wirtualnym.

Pod auspicjami Fundacji zrealizowanych zostało kilka projektów badawczych, które służyć mają instytucjom, organizacjom oraz samym adresatom programów edukacyjnych do kształtowania polityki oraz środowiska przyjaznego dla rozwoju przedsiębiorczości i dobrej edukacji. Wśród tych projektów badawczych znalazły się: „Diagnoza migranckiej przedsiębiorczości”; Raport „Kobiety w Technologiach 2020”, „Testy narzędzi technologicznych do zdalnej nauki”, „Pogłębienie problemów, jakie napotykają nauczyciele w edukacji zdalnej”.

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 ważna 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.

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.

[GRI 102-9]

Polityka zakupowa

[GRI 103-1, GRI 103-2, 103-3]

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 procesie zakupowym.

Polityka zakupowa określa tryb wyboru dostawców Banku. Przyjęcie jednolitych zasad wyboru dostawców umożliwi zapewnienie spójnej 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. Stosowane przez Bank zapisy w umowach z dostawcami zapewniają prawo do kontroli deklarowanych parametrów i zasad postępowania oraz możliwość rozwiązania umowy przez Citi Handlowy w przypadku ich nieprzebrzeżenia.

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 ceny dostarczanych towarów lub usług oraz czas realizacji 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 też 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, w tym spełnienia wszystkich wymogów prawnych oraz dobrych praktyk biznesowych. Bank dąży do tego, aby umowy zawierane przez Citi Handlowy z dostawcami towarów i usług zawierały klauzule etyczne i środowiskowe, których kontrahenci zobowiązują się przestrzegać.

Etyczne Praktyki Biznesowe, stanowiące część polityki zakupowej Citi Handlowy, zawierają oczekiwane standardy 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;
- powstrzymanie się od jakichkolwiek działań uznawanych za nieuczciwą konkurencję i zobowiązanie do dbałości o przestrzeganie norm prawnych dotyczących ochrony zasad konkurencyjności;
- przestrzeganie przepisów Kodeksu pracy w zakresie zatrudniania pracowników, czasu pracy, wynagrodzenia, BHP;
- zapewnienie terminowego odprowadzania składek na ubezpieczenia zdrowotne, społeczne i emerytalne;
- przeciwdziałanie dyskryminacji oraz zachowaniom charakteryzującym się przemocą;
- przestrzeganie zakazu zatrudniania dzieci i pracy przymusowej;
- ochrona środowiska - polityka środowiskowa, optymalizacja wykorzystania materiałów i dóbr, zapo-

bieganie zanieczyszczaniu środowiska, recykling, redukcja emisji zanieczyszczeń, racjonalne gospodarowanie zasobami, zabezpieczenie materiałów niebezpiecznych i ochrona lasów;

- dążenie do osiągnięcia najwyższej jakości świadczonych usług;
- poszanowanie poufności posiadanych danych dotyczących osób trzecich;
- zobowiązanie do działania w sposób odpowiedzialny społecznie i przestrzeganie praw kraju, w którym jest prowadzona działalność.

Potencjalny dostawca zobowiązany jest do potwierdzenia stosowania zasad dobrych praktyk biznesowych, wysokich norm i standardów etycznych w relacjach z partnerami biznesowymi, a także do potwierdzenia stosowania zasad odpowiedzialności społecznej, ekologicznej i mechanizmów kontroli ryzyka z nimi związanych oraz respektowania zasad polityki antykorupcyjnej.

Bank przykładą dużą wagę do tego, aby w zawieranych przez niego umowach z dostawcami znajdowały się zapisy zgodne z Etycznymi Praktykami Biznesowymi. 80% umów z dostawcami, zawartych w 2020 roku, ma klauzule etyczne.

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 kluczowych dla działalności Banku umów - osoby odpowiadające za te umowy zobowiązane są corocznie do wykonania Roczego Przeglądu Umowy i Współpracy z Dostawcą.

Komunikacja z partnerami biznesowymi

Pracownicy Citi Handlowy utrzymują bieżący kontakt z przedstawicielami dostawców w sprawach dotyczących wykonania umów, w tym przestrzegania uzgodnionych parametrów i standardów, wystawiania i płacenia 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 u przykładowego dostawcy współpracującego z Citi Handlowy w latach 2017-2020 kształtowało się następująco:

	2020	2019	2018	2017
Liczba osób niepełnosprawnych zatrudnionych u dostawcy ogółem	129	178	202	262
Liczba osób niepełnosprawnych pracujących na kontraktach w Citi Handlowy	25	32	39	35

Zarządzanie ryzykiem braku zgodności

Citi Handlowy narażony jest na ryzyko braku zgodności, ryzyko negatywnych skutków wynikające z nieprzestrzegania przepisów prawa, regulacji nadzorczych, wewnętrznych aktów normatywnych Banku oraz dostępnych na rynku praktyk oraz standardów. 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 kontrol-

nych 2. poziomu obrony (mechanizmy kontrolne DZ) oraz monitorowanie poziome stosowania tych mechanizmów;

- zarządzanie ryzykiem braku zgodności, tj. identyfikowanie, ocenę, kontrolę, monitorowanie wielkości i profilu ryzyka braku zgodności, testowanie oraz raportowanie.

DZ działa na podstawie przyjętego przez Zarząd i Radę Nadzorczą Banku Planu Zapewnienia Zgodności Działania Banku na dany rok.

Odpowiedzialne zarządzanie w DM Citi Handlowy

Dom Maklerski Banku Handlowego S.A. (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 przeciwdziałanie 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 tych wymagających zachowania należytej staranności podczas nawiązywania relacji z klientem oraz jej trwania, a także procesowania transakcji) oraz przestrzegać ich. Żadna relacja z klientem ani transakcja nie stanowi uzasadnienia dla naruszenia przepisów dotyczących bezpieczeństwa Banku w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy, finansowania terroryzmu czy innych przestępstw. Bank dokłada wszelkich starań, aby skutecznie popierać inicjatywy w zakresie bezpieczeństwa w granicach określonych przez właściwe przepisy prawa. Przepisy te określają, z kim Bank wchodzi w relacje handlowe (program „Poznaj swojego klienta”), strony biorące udział w transakcji, a także zasady monitorowania operacji na rachunkach klientów w celu wykrycia nietypowej aktywności na rachunku klienta.

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

SZKOLENIE „PRZECIWDZIAŁANIE PRANIU PIENIĘDZY ORAZ FINANSOWANIU TERRORYZMU”.



Przeciwdziałanie praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu 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.

SZKOLENIE „PRZECIWDZIAŁANIE PRANIU PIENIĘDZY ORAZ FINANSOWANIU TERRORYZMU”.



Zapobieganie konfliktowi interesów

[GRI 102-25]

Przyjęta przez Bank polityka wynagrodzeń oraz stosowane rozwiązania w zakresie wynagradzania pracowników nakierowane są m.in. na wzmocnienie kultury opartej na wysokich standardach etycznych.

W szczególności składniki wynagrodzenia pracowników zaangażowanych w sprzedaż produktów i usług Banku projektowane są w taki sposób, aby nie powodować konfliktu interesów lub zachęt do faworyzowania własnych interesów lub interesów Banku ze szkodą dla klientów.

Pracownicy funkcji kontrolnych są niezależni od jednostek biznesowych, które nadzorują, mają odpowiednie umocowanie i otrzymują wynagrodzenie zmienne za osiągnięcie celów wynikających z pełnionych przez nich funkcji, które nie może być uzależnione od wyników gospodarczych uzyskiwanych w kontrolowanych przez nich obszarach działalności Banku.

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 Procesów Sankcyjnych w Departamencie Zgodności.

SZKOLENIE „2020 SANKCJE EKONOMICZNE”.



Przeciwdziałanie korupcji

W Citi Handlowy obowiązuje polityka zerowej tolerancji dla korupcji w odniesieniu do wszystkich przejawów działalności biznesowej. Polityka ta dotyczy wszystkich pracowników oraz partnerów biznesowych działających w imieniu Banku. Bank dba o swój wizerunek, renomę oraz zaufanie klientów i partnerów biznesowych poprzez przestrzeganie norm etycznych oraz prowadzenie działań mających na celu skuteczne przeciwdziałanie korupcji.

Program antykorupcyjny w Citi Handlowy jest częścią polityki antykorupcyjnej Banku, na którą składają się:

- procedura „Program przeciwdziałania korupcji w Banku Handlowym w Warszawie S.A.” (w tym sformalizowany proces zatwierdzania oraz rejestrowania prezentów i zaproszeń na imprezy),
- procedura „Zasady postępowania pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A.”,
- programy szkoleniowe,
- działania informacyjne,
- wewnętrzne mechanizmy kontrolne pierwszego i drugiego poziomu,
- ocena ryzyka zgodności w zakresie przeciwdziałania korupcji.

Zapobieganie przypadkom korupcji i ich zgłaszanie jest obowiązkiem każdego pracownika Banku. Pracownicy powinni unikać jakichkolwiek działań, które mogłyby naruszyć zasadę zerowej tolerancji wobec korupcji.

Wszyscy pracownicy Citi Handlowy biorą udział w szkoleniu z zakresu przeciwdziałania praktykom korupcyjnym. Mają również odpowiednie wytyczne pozwalające na ograniczenie ryzyka korupcji w relacjach z partnerami biznesowymi.

Pracownicy muszą unikać jakichkolwiek działań, które mogą naruszyć zasadę zerowej tolerancji wobec korupcji i narazić Bank na zarzut postępowania niezgodnego z obowiązującymi normami i przepisami.

W 2020 roku nie odnotowano żadnego przypadku korupcji w działalności Banku. **[GRI 205-3]**

SZKOLENIE „ZASADY PRZEKAZYWANIA I PRZYJMOWANIA PREZENTÓW, UCZESTNICTWA W IMPREZACH ORAZ PRZECIWDZIAŁANIA PRAKTYKOM KORUPCYJNYM W BANKU HANDLOWYM W WARSZAWIE S.A.” [GRI 205-2]



SZKOLENIE „ZASADY PRZEKAZYWANIA I PRZYJMOWANIA PREZENTÓW, UCZESTNICTWA W IMPREZACH ORAZ PRZECIWDZIAŁANIA PRAKTYKOM KORUPCYJNYM W DOMU MAKLERSKIM BANKU HANDLOWEGO S.A.” [GRI 205-2]



Troska o środowisko

Citi Handlowy dba o zrównoważony rozwój i w swojej działalności dąży do wprowadzania rozwiązań przyjaznych dla środowiska poprzez odpowiedzialne finansowanie, automatyzację i digitalizację swoich procesów operacyjnych, a także podejmowanie działań w kierunku redukcji bezpośredniego śladu środowiskowego Banku, w tym stałe poszukiwanie możliwości neutralizowania tych emisji i korzystanie z energii odnawialnej.

Systemy zarządzania ochroną środowiska

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

Citi Handlowy już w 2007 roku wprowadził kompleksowy Plan Zarządzania Środowiskiem. W kolejnych latach wprowadzono System Zarządzania Środowiskowego ISO 14001 oraz System Zarządzania Energią ISO 50001 dla głównych nieruchomości Banku. System ten jest corocznie poddawany ocenie audytów nadzorczych przez niezależne biuro certyfikujące. Również w 2020 roku został przeprowadzony kolejny audyt nadzoru 14001:2015 i przejścia na wymagania normy 50001:2018.



Bank dba o odpowiednie wykorzystanie i zużycie energii, w celu redukcji bezpośrednich emisji gazów cieplarnianych i łagodzenia zmian klimatycznych. Bank przyjął [Politykę Energetyczną](#) oraz [Politykę Środowiskową](#), w ramach których określone zostały następujące cele:

- ograniczanie emisji gazów cieplarnianych,
- dążenie do jak najefektywniejszego zarządzania mediami, w szczególności energią,
- minimalizowanie zużycia energii i nieodnawialnych surowców energetycznych,
- wspieranie zakupu energooszczędnych produktów i usług oraz zapewnienie poprawy wyniku energetycznego,
- prowadzenie prawidłowej segregacji odpadów,
- kontrola emisji hałasu.

Realizacja tych celów jest cyklicznie monitorowana przez Grupę Roboczą ds. Systemu Zarządzania Środowiskiem i Energią, w tym Przedstawiciela ds. Zarządzania Energią i raportowana najwyższemu kierownictwu.

System Zarządzania Środowiskowego i Energią (SZŚiE) zakłada ciągłe doskonalenie i usprawnianie istniejących procesów w celu uzyskania poprawy ogólnych efektów działalności środowiskowej i energetycznej. W ramach SZŚiE zidentyfikowane zostały znaczące aspekty środowiskowe oraz określono ryzyka i szanse z nimi związane.

[GRI 102-11]

**PRZYKŁADOWE ASPEKTY ŚRODOWISKOWE ZIDENTYFIKOWANE PRZEZ BANK W OBSZARZE JEGO
BEZPOŚREDNIEGO WPŁYWU NA ŚRODOWISKO**

Aspekt środowiskowy	Cel	Ryzyko	Szanse	Zarządzanie
ENERGIA ELEKTRYCZNA I CIEPLNA				
<ul style="list-style-type: none"> Produkcja energii elektrycznej dla Banku - zanieczyszczenia gazowe z elektrowni/elektrociepłowni oraz hałas Zakup i wykorzystanie energii elektrycznej w celu prowadzenia działalności, zarządzanie nieruchomościami 	<ul style="list-style-type: none"> Redukcja zużycia energii [kWh] 	<ul style="list-style-type: none"> Kary za przekroczenia poboru mocy elektrycznej Awaria instalacji elektrycznej (zagrożenie pożarem) 	<ul style="list-style-type: none"> Przejęcie na zakup energii z OZE 	<ul style="list-style-type: none"> Monitorowanie poziomu zużycia energii Realizacja projektów inwestycyjnych i modernizacyjnych Przeglądy instalacji, bieżące usuwanie awarii Zakup jednostek CO₂ Projekty proekologiczne, np. sadzenie lasów w 2020 roku
TRANSPORT				
<ul style="list-style-type: none"> Zanieczyszczenia gazowe z transportu i hałas Wykorzystanie paliwa w samochodach firmowych 	<ul style="list-style-type: none"> Redukcja emisji szkodliwych substancji 	<ul style="list-style-type: none"> Emisje zanieczyszczeń do powietrza Wypadki i awarie 	<ul style="list-style-type: none"> Zmniejszenie kosztów dotyczących zużycia paliwa 	<ul style="list-style-type: none"> Redukcja floty samochodowej, Zmiana zasad przyznawania samochodów. Nowe parkingi i szatnie dla rowerzystów Zwiększanie świadomości pracowników w zakresie ekofajdy:
ODPADY				
<ul style="list-style-type: none"> Wytwarzanie odpadów komunalnych - odpady komunalne powstałe w wyniku działalności bytowej pracowników Wytwarzanie odpadów niebezpiecznych Wytwarzanie odpadów innych niż niebezpieczne 	<ul style="list-style-type: none"> Redukcja odpadów Zgodne z przepisami gospodarowanie odpadami 	<ul style="list-style-type: none"> Ryzyko związane z nieprawidłową segregacją odpadów (BHP, ppoż.) Większe koszty utylizacji, Kary od instytucji nadzorujących 	<ul style="list-style-type: none"> Wykorzystanie/sprzedaż surowców wtórnych 	<ul style="list-style-type: none"> Monitorowanie poprawności segregacji, Kontrola miejsc gromadzenia odpadów. Zapewnienie umów z dostawcami na odbiór odpadów. Kampanie informacyjne podnoszące świadomość pracowników

Zarządzanie ryzykiem klimatycznym

[GRI 102-15]

Bank, jako instytucja finansowa, identyfikuje swój wpływ na środowisko naturalne i jest go świadomy. Oddziaływanie Banku na środowisko można podzielić na dwa główne obszary: oddziaływanie bezpośrednie, wynikające z prowadzonej działalności, m.in. zużycie surowców (energii, wody, papieru), generowanie odpadów, emisja hałasu i emisja zanieczyszczeń do powietrza, oraz oddziaływanie pośrednie wynikające ze świadczonych przez Bank usług, a także praktyki środowiskowej jego dostawców.

Ryzyka wiążące się z brakiem zarządzania wpływem przedsiębiorstwa na środowisko wiążą się z możliwością otrzymania sankcji karnych i finansowych oraz utratą reputacji. Jednak ze względu na to, że działalność Banku nie jest nadmiernie uciążliwa dla środowiska, ryzyka te nie są oceniane jako duże.

W 2020 roku Citi Handlowy nie otrzymał żadnych kar za naruszenie przepisów ochrony środowiska.

Citi Handlowy zdefiniował szanse i ryzyka związane z klimatem w swojej działalności biznesowej oraz operacyjnej.

Źródła oddziaływania	Ryzyka	Szanse	Zarządzanie
Działalność Biznesowa			
<ul style="list-style-type: none"> • Produkty i usługi bankowe • Polityka kredytowa 	<ul style="list-style-type: none"> • Zmiana preferencji klientów świadomych w zakresie zmian klimatu może spowodować spadek zainteresowania tych klientów ofertą Banku 	<ul style="list-style-type: none"> • Wprowadzenie nowych rozwiązań dla klientów Banku promujących idee zrównoważonego rozwoju • Dotarcie do nowej grupy klientów zainteresowanych tego typu usługami oraz pogłębienie relacji z obecnymi klientami 	<ul style="list-style-type: none"> • Uwzględnianie kryteriów środowiskowych w procesie kredytowym • Kompleksowe rozwiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju • Uwzględnianie celów Environment, Social & Governance (ESG) w strategii biznesowej Banku
Działalność Operacyjna			
<ul style="list-style-type: none"> • Operacje • Zarządzanie nieruchomościami • Administracja 	<ul style="list-style-type: none"> • Obniżenie pozycji konkurencyjnej Banku oraz wyższe koszty administracyjne w przypadku braku inwestowania w nowe, przyjazne środowisku technologie oraz w automatyzację procesów bankowych 	<ul style="list-style-type: none"> • Skrócenie czasu i poprawa jakości obsługi klientów w wyniku automatyzacji procesów operacyjnych • Zmniejszenie bezpośredniego śladu środowiskowego Banku • Oszczędności kosztowe wynikające z automatyzacji procesów 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontynuacja automatyzacji i digitalizacja usług i procesów • Redukcja zużycia mediów i stopniowe przejście na zakup energii z OZE • Redukcja floty samochodowej • Zachęcanie pracowników do działań i inicjatyw prośrodowiskowych poprzez kampanie edukacyjne i konkursy

Mniejszy ślad środowiskowy

Opis zastosowanej metody i granic raportowania

Obliczenia śladu węglowego dla roku 2020 wykonano na podstawie zinwentaryzowanych danych zgodnie z normą ISO 14067. Dane o emisjach dotyczą Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz w zakresie zużycia energii elektrycznej, ciepłej, wody i odpadów także Domu Maklerskiego Banku Handlowego S.A., gdyż nie jest on oddzielnie opomiarowany i stanowi część głównej siedziby Banku. Z uwagi na fakt, że pozostałe spółki zależne z grupy kapitałowej Citi Handlowy nie prowadzą aktywnej działalności operacyjnej i udział ich emisji w ogólnej emisji grupy kapitałowej jest znikomy, nie zostały one uwzględnione w wyliczeniu emisji.

Wskaźniki emisji zostały opracowane na podstawie bazy Ecoinvent z wykorzystaniem metody obliczeniowej ILCD 2011 MIDPOINT+. Wykorzystane wskaźniki dobrano w taki sposób, aby były możliwie najbardziej reprezentatywne dla obszaru działania Banku (tj. średnie dla kraju - Polska). W przypadku braku dostępnych wskaźników lokalnych wykorzystano wskaźniki reprezentatywne dla regionu najbliższego (najbardziej odpowiadającego). Do obliczeń

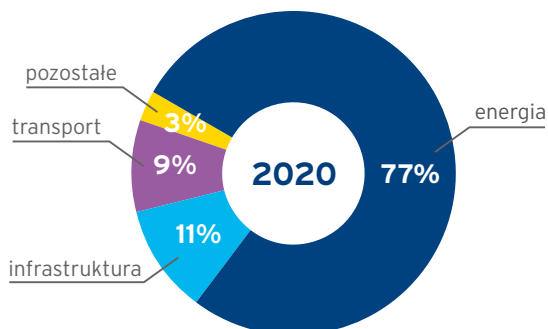
wykorzystano metodę location based (tj. średnie emisje). Zinwentaryzowane przez Bank dane dotyczą głównych działań podejmowanych przez firmę, w analizie pominięto mniej istotne dane, których nie sposób zinwentaryzować lub których wpływ na środowisko jest niewielki.

Ślad węglowy

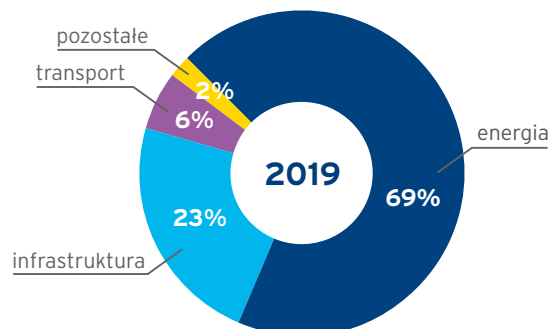
[GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3]

Ślad węglowy działalności Citi Handlowy w 2020 roku był mniejszy niż w 2019 roku i wyniósł **17 291,75 tCO₂e** (w porównaniu do **23 993,71 tCO₂e** w 2019 roku). Największy wpływ na poziom emisji miały następujące kategorie: **Energia** (rozumiane jako energia elektryczna i ciepła łącznie - **77%**), **Transport** (**11%**) oraz **Infrastruktura** (**9%**). W 2019 roku największy wpływ na poziom emisji miały Energia - 69%, Transport - 23% oraz Infrastruktura - 6%.

Udział emisji CO₂e wg kategorii 2020



Udział emisji CO₂e wg kategorii 2019

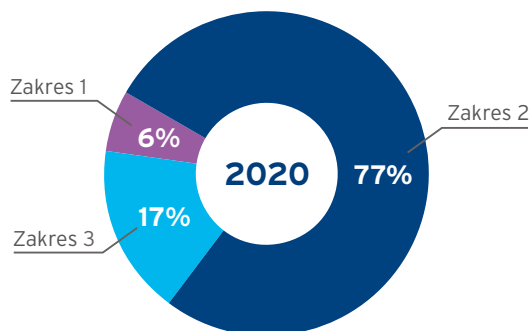


Zdecydowanie dominujący udział emisji CO₂ z energii elektrycznej i ciepłej wynika ze specyfiki prowadzonej przez Citi Handlowy działalności, zbieżnej z typowo biurowymi działaniami, wykorzystującymi wyposażenie zużywające duże ilości energii elektrycznej oraz ogrzewanie do zapewnienia komfortowych warunków w dużych powierzchniach użytkowych. Znaczne emisje pochodzą również z transportu (dojazdów do pracy i zużycia paliwa samochodowego), a także z infrastruktury (co wynika głównie z wykorzystywania dużych powierzchni oraz sprzętu komputerowego).

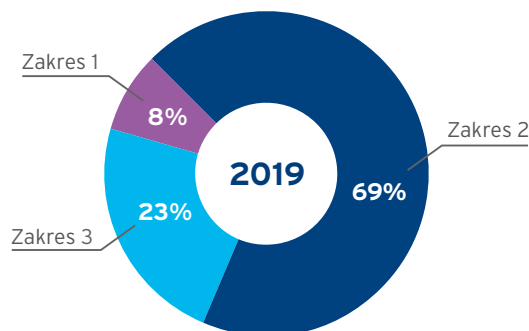
Natomiast biorąc pod uwagę zakresy emisji, największy udział dotyczy emisji pośrednich, które nie znajdują

się bezpośrednio pod kontrolą Banku (zakres 2 - 77% w porównaniu do 68% w 2019 roku), na co wpływa zakup energii elektrycznej i ciepłej u zewnętrznych dostawców. Drugim zakresem najbardziej oddziaływującym na środowisko jest zakres 3, obejmujący pozostałe emisje, będące skutkiem działalności Citi Handlowy (zakres 3 - 17% w porównaniu do 23% w 2019 roku). Najmniejszym wpływem na środowisko charakteryzuje się zakres 1, tj. bezpośrednie emisje Banku, będące skutkiem jego działalności lub źródeł przez niego kontrolowanych (zakres 1 - 6% w porównaniu do 8% w 2019 roku). Oznacza to, że najwięcej emisji pochodzi ze źródeł niebędących pod kontrolą Citi Handlowy.

Emisje CO₂e według Zakresów 2020



Emisje CO₂e według Zakresów 2019



Szczegółowe wyniki emisji śladu węglowego Citi Handlowy w 2020 i 2019 rok

Wyszczególnienie	2020				2019			
	Emisje w podziale na zakresy (Scope) [t CO ₂ e]				Emisje w podziale na zakresy (Scope) [t CO ₂ e]			
	Zakres 1 (Scope 1)	Zakres 2 (Scope 2)	Zakres 3 (Scope 3)	Razem	Zakres 1 (Scope 1)	Zakres 2 (Scope 2)	Zakres 3 (Scope 3)	Razem
ENERGIA	96	13 277		13 373	126	16 428		16 554
TRANSPORT	798		1 040	1 837	1 686		3 789	5 475
INFRASTRUKTURA			1 575	1 575			1 564	1 564
ZUŻYCIE WODY			4	4			8	8
MATERIAŁY BIUROWE			70	70			99	99
ODPADY			191	191			154	154
INNE			15	15				
KLIMATYZATORY - uzupełnianie czujnika	225			225	140			140
RAZEM	1 119	13 227	2 895	17 291	1 952	16 428	5 614	23 994

Uwagi:

- W 2020 roku w stosunku do 2019 roku zwiększono zakres obliczenia śladu węglowego o pozycję w kategorii Inne - karty płatnicze i identyfikacyjne.
- Dane dotyczące zużycia wody w 2020 roku są obarczone błędem wynikającym z wykonywania szacunkowych odczytów w związku z pandemią COVID-19, faktyczne zużycie zostanie rozliczone po wykonaniu rzeczywistych odczytów w 2021 roku.
- Różnice w danych dotyczących emisji w 2019 roku w stosunku do danych przekazanych w raporcie za 2019 rok wynikają z ponownego przeliczenia tych emisji w związku ze wzrostem zużycia niektórych mediów odnotowanych na podstawie faktur otrzymanych przez Bank po dacie publikacji raportu o danych niefinansowych za 2019 rok. **[GRI 102-49]**

Wyjaśnienie różnic w emisji CO₂ w 2020 roku w porównaniu do 2019 roku

Pod względem kategorii emisji CO₂ istotny wpływ na jej zmniejszenie w 2020 roku w porównaniu do 2019 roku miały kategorie transportu i energii i były związane z wybuchem pandemii COVID-19.

Natomiast w podziale na zakresy („scope”) największe zmniejszenie emisji CO₂ widoczne było w zakresie 3. Spadek ten wynikał z ograniczenia ilości podróży służbowych krajowych i zagranicznych.

W zakresie 2 największy spadek dotyczył kategorii energia i związany był ze zmniejszeniem zużycia energii elektrycznej oraz ciepłej w wyniku zmiany harmonogramu pracy urzędów w budynkach oraz wyłączenia powierzchni nieużywanych, dokonanych w związku ze zmniejszeniem liczby pracowników przebywających w budynkach w okresie pandemii (w szczytowym okresie lockdownu w kwietniu 2020 roku pracowało zdalnie 80% pracowników Banku, na koniec grudnia 2020 roku - 70%).

Neutralizacja emisji CO₂

NEUTRALIZACJA (OFFSET) CO ₂	
Wyszczególnienie	Emisje [t CO ₂ e]
Zakup Jednostek Dwutlenku Węgla w ramach współpracy z Lasami Państwowymi	-1 500
Sadzenie Lasów	-287

W 2020 roku Bank wziął udział w aukcji Jednostek Dwutlenku Węgla („JDW”). W ramach realizowanego przez Lasy Państwowe projektu Leśne Gospodarstwa Węglowe Bank zakupił 1500 jednostek dwutlenku węgla i w ten sposób wsparł projekt edukacyjny „Bociany Czarne Online”. 1 JDW to 1 tona CO₂, która w efekcie działań dodatkowych zostanie zakumulowana w drzewostanach oraz w glebie. Ilość JDW szacowana jest za pomocą dostosowanego modelu Carbon Budget Model of the Canadian Forest Sector (CBM-CFS3) do lokalnych warunków (obszaru środkowej Europy).

Z okazji 150-lecia Banku w 2020 roku posadzono lasy Banku Handlowego, będące symbolem realnej i długofalowej zmiany świata na lepsze. W dwóch lokalizacjach zasadzono 3000 sadzonek. Licząc offset CO₂ z sadzenia drzew, wzięto pod uwagę, że drzewa wraz z wiekiem zwiększają możliwości akumulacji CO₂, a także, że tylko część drzew i krzewów dotrwa do końca istnienia lasu. Dlatego uwzględniono drzewa mające 20, 40, 60 i 100 lat i dla tych lat przyjęto różne ilości drzew oraz różne wskaźniki pochłaniania CO₂, dodatkowo dla krzewów przyjęto maksymalny wiek 20 lat. Biorąc pod uwagę powyższe, oszacowano całkowitą ilość pochłoniętego dwutlenku węgla dla zasadzonych w roku 2020 roku sadzonek na akumulację ok. 287 t CO₂ w przeciągu 100 lat istnienia lasu.

Neutralizacja emisji - offset wliczony dla 2020 r. [t CO₂]

Emisje w podziale na zakresy [t CO ₂ e]				
Zakres 1	Zakres 2	Zakres 3	Razem bez offsetu	
1 119	13 277	2 895	17 291	
		-1 500		
		-287		
Razem z offsetem				
1 119	13 277	1 108	15 504	

Inwestycje proekologiczne

Nieruchomości Citi Handlowy są na bieżąco monitorowane pod kątem oddziaływania na środowisko w celu uzyskiwania coraz lepszych wyników w tym zakresie. **[GRI 103-2, 103-3]**

W 2020 roku Bank przeprowadził również wiele prośrodowiskowych inwestycji. Pod koniec roku na dachu budynku zlokalizowanego w Warszawie przy ul. Golezowskiej uruchomiona została elektrownia fotowoltaiczna o mocy zainstalowanej 70 kW (prognozowana roczna produkcja energii to około 46 MWh).

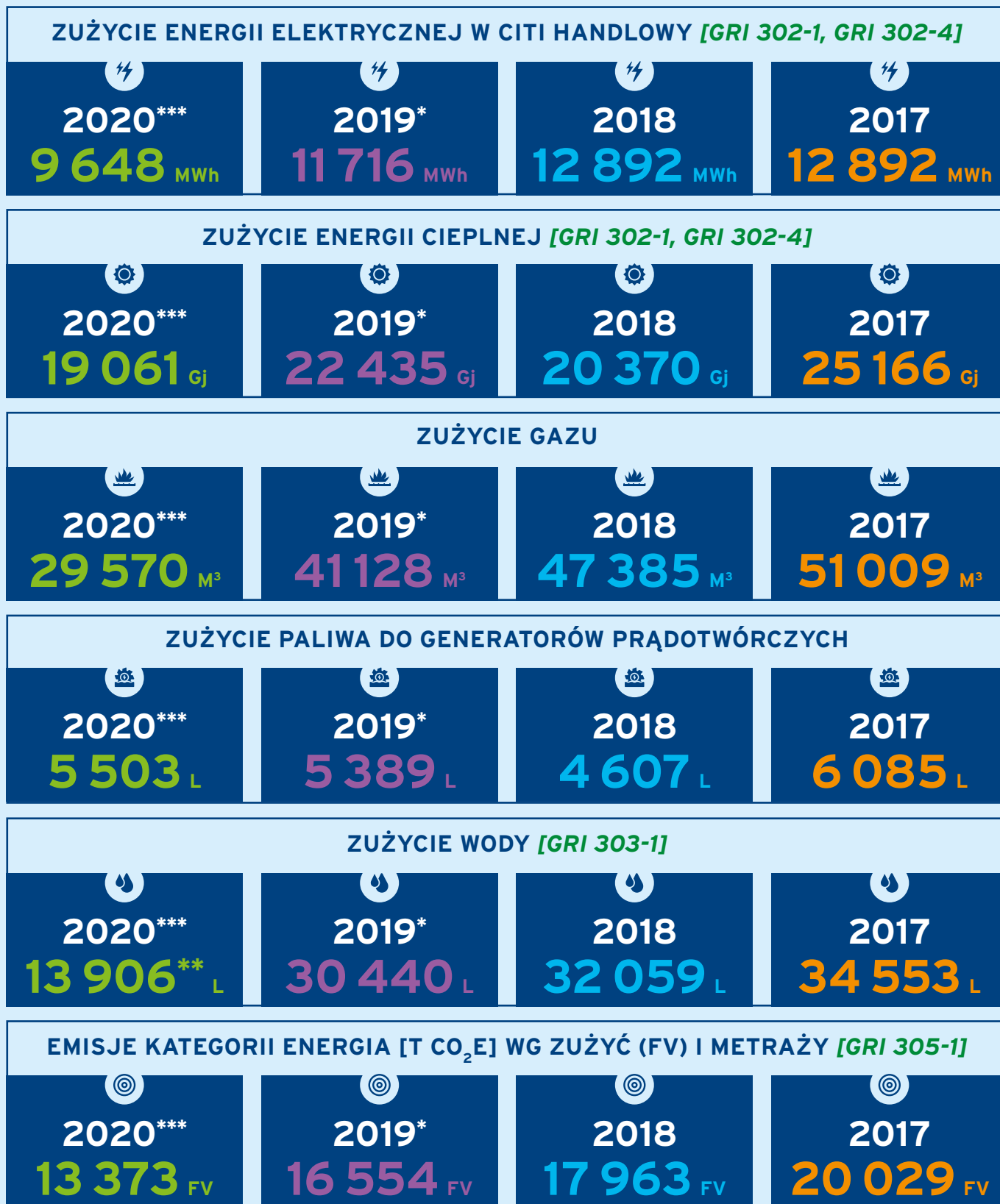
Dodatkowo przeprowadzono modernizację ograniczającą zużycie energii elektrycznej i emisję CO₂, m.in.: modernizację automatyki sterowania BMS, oświetlenia LED, układu wody lodowej, wentylacji, a także wymiany klimatyzatorów. W 2020 roku otwarty został także nowy parking rowerowy oraz prysznice i szafki dla rowerzystów dojeżdżających do pracy w warszawskiej lokalizacji Banku przy ul. Traugutta. Wykonano również montaż ekranów akustycznych na dachu warszawskiego budynku w celu ochrony przed hałasem sąsiadujących nieruchomości. Dotychczasowe przedsięwzięcia pokazują pozytywny kierunek zachodzących w Banku zmian.



Oszczędzanie wody

Citi Handlowy aktywnie zarządza zużyciem innych surowców, takich jak woda czy papier. W jednym z obiektów Bank stosuje system odzysku wody deszczowej. Na większości obiektów dostępne są elektryczne dystrybutory wody podłączone bezpośrednio do sieci wodociągowej, dzięki czemu biura te nie korzystają z plastikowych butli.

Dynamika zmian zużycia mediów w Citi Handlowy w latach 2017-2020



* Zmiany wielkości zużyć w 2019 r. wynikają z korekt dokonanych po terminie raportowania. [GRI 102-49]

** Wynik obciążony błędem z powodu braku bieżących odczytów w związku z pandemią COVID-19.

*** Dane dotyczące 2020 roku są niepełne (nie wszystkie faktury za zużycie mediów Bank otrzymał do daty publikacji raportu).

Ochrona środowiska przed hałasem

Bank troszczy się o dobre sąsiedzkie relacje w mieście, dlatego podejmuje działania w celu zmniejszenia uciążliwości hałasowej generowanej przez pracę instalacji budynkowych. m.in. dba o odpowiednie sterowanie czasem pracy tych instalacji oraz ich konserwację mechaniczną.

Paperless

W nieruchomościach Citi Handlowy funkcjonuje system oszczędnego wydruku papieru biurowego. Bank digitalizuje również procesy związane z obrotem dokumentami, co jest szerzej opisane w podrozdziale [Paperless](#).

LICZBA WYSŁANYCH LISTÓW I WYCIĄGÓW DO KLIENTÓW [GRI 301-1]

Rok	2020	2019	2018	2017
Liczba wysłanych listów i wyciągów	1 415 219	1 589 097	1 960 019	2 531 143

TABELA: ZUŻYCIE PAPIERU W RAMACH KONTRAKTU Z FIRMĄ OBSŁUGUJĄCĄ [GRI 301-1]

Rok	2020	2019	2018	2017
Dostarczone/zużyte kartki/ryzy	1 513 491	3 594 020	4 863 459	6 243 663

Gospodarka odpadami

Odpowiednia segregacja, ewidencja czy magazynowanie wytwarzanych odpadów w celu ich prawidłowego zagospodarowania to cel wpisany w Polityce Środowiskowej Banku. Citi Handlowy monitoruje ilości wytwa-

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

TABELA: LICZBA KG PAPIERU PRZEKAZANA PRZEZ CITI HANDLOWY DO ZNISZCZENIA I PODDANA RECYKLINGOWI [GRI 306-2]

Rok	2020*	2019	2018**	2017
Ilość kg papieru przekazana przez Bank do zniszczenia i poddana recyklingowi	170 345	194 050	394 490	212 072

* Zmniejszona ilość papieru przekazanego do zniszczenia i poddania recyklingowi w 2020 roku związana jest z sytuacją wywołaną pandemią COVID-19 (automatyzacją procesów, pracą zdalną, mniejszym zużyciem papieru).

** Zwiększona ilość papieru przekazanego do zniszczenia i poddania recyklingowi w 2018 roku wynikała ze spełnienia przez Bank wymogów RODO.

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.

TABELA: ILOŚĆ ZUŻYTEGO PALIWA (BENZYNY I OLEJU NAPĘDOWEGO) W SAMOCHODACH SŁUŻBOWYCH (W L)

Rok	2020	2019	2018	2017
Ilość zużytego paliwa (benzyny i oleju napędowego) w samochodach służbowych (w l)	246 165	520 142	636 582	514 108

* Spadek zużycia paliwa w 2020 roku związany jest z sytuacją wywołaną pandemią COVID-19 (pracą zdalną, zmniejszeniem ilości podróży służbowych).

Odpowiedzialne finansowanie

Długofalowy i zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa wymaga uwzględniania w działalności gospodarczej trzech wymiarów: ekonomicznego, ekologicznego i społecznego. Przekłada się to na konieczność podejmowania takich działań, które są jednocześnie społecznie odpowiedzialne, ekologicznie przyjazne i ekonomicznie wartościowe. Działalność Citi Handlowy prowadzona jest z uwzględnieniem tych zasad, a ryzyko środowiskowe i społeczne stanowią istotny element procesu oceny klienta.

Ocena ryzyka oddziaływania działalności klienta na środowisko wymaga określenia, czy: emituje on substancje niebezpieczne/szkodliwe, jakie są skutki takich emisji lub też czy jego działalność ma bądź może mieć negatywny wpływ na środowisko naturalne, bądź otoczenie społeczne.

W przypadku klientów Bankowości Przedsiębiorstw **Bank nadaje każdej transakcji odpowiednią kategorię ryzyka środowiskowego**. W przypadku Klientów Korporacyjnych i Globalnych ocenie podlegają transakcje inwestycyjne powyżej 10 mln USD. Dodatkowo od 2021 roku Bank będzie uwzględniał w Bankowości Przedsiębiorstw Kategorię Ryzyka Środowiskowego również w scoringu klienta.

Co do zasady Bank nie uczestniczy w finansowaniu transakcji obarczonych potencjalnym znaczącym ryzykiem środowiskowym lub społecznym i/lub mających negatywny, nieodwracalny wpływ na środowisko naturalne lub społeczeństwo. Citi Handlowy skupia się natomiast na finansowaniu transakcji obarczonych minimalnym ryzykiem środowiskowym lub społecznym oraz transakcji, w których takie ryzyko nie występuje.

Z kolei transakcje obciążone potencjalnym ograniczonym ryzykiem środowiskowym lub społecznym i/lub mające niewielki w skutkach wpływ na środowisko naturalne lub społeczeństwo, w znacznym stopniu odwracalny i niwelowany poprzez zastosowanie metod ograniczających ryzyko mogą być rozważane przez Bank na zasadzie odstępstwa, przy zapewnieniu że spełnione są wszelkie wymogi prawne z zakresu ochrony środowiska.

Przejawiając troskę o środowisko, Bank zdecydował, że nie będzie uczestniczył w finansowaniu nowych aktywów energetycznych opartych na węglu, nie finansuje też projektów dotyczących wydobycia węgla.

Ponadto od 2021 roku Bank będzie oferował kredyty dla klientów Bankowości Przedsiębiorstw na finansowanie paneli słonecznych.

Produkty odpowiedzialne środowiskowo i społecznie

Kredyt na innowacje technologiczne - jest to program mający na celu wsparcie wdrażania innowacyjnych technologii, realizowany przez BGK we współpracy z bankami komercyjnymi. Kredyt na innowacje technologiczne jest realizowany z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (Poddziałanie 3.2.2), który jest finansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Założenie programu stanowi udzielenie komercyjnego kredytu na realizację inwestycji, który jest częściowo spłacany przez BGK, bezzwrotną dotacją w formie premii technologicznej. Program jest przeznaczony dla przedsiębiorstw spełniających definicję małego i średniego przedsiębiorstwa zgodnie z Rozporządzeniem KE 651/2014. Przedsiębiorstwa te mogą ubiegać się o dotację w formie premii technologicznej na realizację inwestycji technologicznych, których celem jest zakup i wdrożenie nowej technologii lub wdrożenie własnej nowej technologii oraz uruchomienie na jej podstawie wytwarzania nowych lub znacząco ulepszonych towarów, procesów lub usług. Celem takiej inwestycji jest również zapewnienie warunków dla prowadzenia produkcji tych produktów, procesów lub usług. Wdrażana technologia musi mieć postać prawa własności przemysłowej lub wyników prac rozwojowych, bądź też wyników badań aplikacyjnych, lub nieopatentowanej wiedzy technicznej. W ramach kredytu technologicznego klienci realizują projekty polegające na wdrażaniu innowacji ekologicznych, a także inwestują w odnawialne źródła energii oraz procesy poprawiające efektywność energetyczną przedsiębiorstw.

Program Doradztwa Europejskiego - z myślą o obecnych i przyszłych beneficjentach pomocy unijnej Citi Handlowy przygotował specjalny Program Doradztwa Europejskiego. Opracowany został szeroki wachlarz produktów doradczych ułatwiających otrzymanie dofinansowania, a także wdrażanie i zarządzanie projektem unijnym. Program jest adresowany do przedsiębiorców, którzy chcą wykorzystać szansę na rozwój, jaką stwarza Unia Europejska. Program powstał na bazie wieloletnich doświadczeń, które Citi Handlowy zdobył przy realizacji projektów dofinansowywanych ze środków Unii Europejskiej i innych donatorów zewnętrznych. Rolą Programu jest wsparcie klientów w procesie aplikacji o środki strukturalne oraz programy dotacyjne. Warto zaznaczyć, że Citi Handlowy jest jedną z nielicznych instytucji finansowych, która może zaoferować wszechstronną pomoc w tak szerokim zakresie w odniesieniu do funduszy unijnych.

Inicjatywa Paperless

W 2020 roku Citi Handlowy kontynuował rozpoczęty w 2019 roku projekt Paperless, w ramach którego:

- **Zmniejszono druk o ponad 10 milionów stron rocznie (redukcja zużycia papieru na koniec 2020 roku o 58% r./r.).**
- **Zidentyfikowano ponad 150 inicjatyw** optymalizujących papierowe procesy oraz promujących ideę paperless i cyfrowe rozwiązania wśród klientów i pracowników.
- **Zoptymalizowano koszty stałe druku** - dokonano przeglądu zasadności wykorzystania ówczesnego parku urządzeń wielofunkcyjnych i dokonano redukcji ponad 40% drukarek.
- **Upowszechniono proces elektronicznego podpisywania umów z kontrahentami.**



Citi Handlowy buduje świadomość Paperless dzięki:

- **Zaangażowaniu 50 liderów** Projektu powołanych w różnych obszarach Banku (działania związane z Paperless obejmują w sumie kilka tysięcy pracowników Banku).
- **Kampanii Wizerunkowej** kierowanej do pracowników, w ramach której przygotowano poradniki Paperless zawierające opis dostępnych cyfrowych narzędzi ułatwiających pracę, jak również inicjatyw wewnętrznych, takich jak np. wtórny obieg kopert czy drugie życie dla segregatorów. Zrealizowano również cykl poświęcony podpisowi kwalifikowanemu.
- **Stworzeniu specjalnego kanału komunikacji z pracownikami** - przygotowano serwis informacyjny poświęcony działaniom w Projekcie.
- **Koncepcji wdrożenia dodatkowych narzędzi do komunikacji wewnętrznej:** m.in. 10 ekranów w miejscach ogólnodostępnych, które zastąpią plakaty; salki z rzutnikami; laptopy z dotykowymi ekranami, tablety zintegrowane z systemami bankowymi.

Zakres Projektu obejmował działania w segmencie klienta detalicznego, korporacyjnego oraz inicjatywy podejmowane z myślą o pracownikach oraz w celu usprawnienia wewnętrznych procesów operacyjnych Banku.

Klienci Detaliczni

Przykłady wybranych inicjatyw:

- Nowy system do elektronicznego wysyłania korespondencji to ponad 2 mln zaoszczędzonych stron rocznie dzięki wysyłaniu do klientów wiadomości e-mail zawierających zaszyfowaną korespondencję.
- Wdrożona została biometryczna weryfikacja nowego klienta, proces internetowego wnioskowania ze zdalną weryfikacją tożsamości poprzez biometrię twarzy.
- Wdrożono proces otwierania konta Do It Yourself (klient otrzymuje dokumenty dotyczące zawarcia Umowy Produktów Depozytowych na adres e-mail wskazany we wniosku o konto).
- Uruchomiony został w pełni zdigitalizowany projekt partnerski z OBI dla procesu sprzedaży kart i pożyczek.
- Wdrożono aplikację do elektronicznej rejestracji blankietów kart w oddziałach.
- Zdigitalizowano proces zamówień oryginałów dokumentów na potrzeby windykacji.
- Prowadzona była intensywna kampania promująca „Trwały Nośnik” w Citibank Online, której celem było poinformowanie klientów o możliwości otrzymywania dokumentów oraz regulaminów inwestycyjnych za pośrednictwem „Trwałego Nośnika” innego niż papier i dokonanie aktualizacji zgody poprzez system transakcyjny Citibank Online.
- Kontynuowana była popularyzacja korzystania przez doradców z tabletów podczas obsługi klientów w oddziałach Banku.

Stopień wykorzystania procesów zdigitalizowanych w obszarze bankowości detalicznej wynosi obecnie ponad 90%.





Klienci Instytucjonalni

Przykłady wybranych inicjatyw:

- Wdrożono nowe funkcjonalności **Citi Trade Portal**, systemu pozwalającego na wnioskowanie online (obecnie Citi Handlowy procesuje elektronicznie ok. **90%** wniosków złożonych przez klientów).
- Przygotowano inicjatywę **Direct Presentations**, która pozwala na elektroniczną prezentację dokumentów, a tym samym na skrócenie czasu ich przepływu, co fizycznie skutkuje szybszym otrzymaniem płatności przez klienta.
- Bank stosuje **ePodpis** w umowach z klientami.
- Wprowadzona została również **eGwarancja**, której zaletą jest:
 - **SZYBKOŚĆ** - beneficjent otrzymuje gwarancję tego samego dnia, w którym złożył wniosek,
 - **BRAK KOSZTÓW** - 0 zł za eGwarancję, 0 zł za kuriera,
 - **BEZPIECZEŃSTWO** - szyfrowany mail, podpis kwalifikowany.

Pracownicy i środowisko pracy

W ramach wewnętrznych działań w Banku zostały wdrożone różnego rodzaju rozwiązania mające na celu eliminację wydruku, uproszczenie procesów oraz ograniczenie kosztów, co przełożyło się również na wzmocnienie wizerunku Banku jako instytucji nowoczesnej, cyfrowej i ekologicznej.

Operacje kadrowe

Za sprawą nowych rozwiązań technologicznych możliwe jest zapewnienie pracownikom Banku elektronicznych formularzy w ramach procesów kadrowo-płacowych. Zrealizowane inicjatywy to oszczędność kilkudziesięciu tysięcy stron wydruku rocznie.

Przykłady wybranych inicjatyw:

- **Realizacja procesów rekrutacyjnych z udziałem nowoczesnych technologii.**
- **Oprogramowanie systemów kadrowych**, pełniących funkcję kompleksowego narzędzia wspierającego politykę personalną.
- **Nowoczesne rozwiązania na nowe czasy** - w okresie epidemii (COVID-19) wdrożono elektroniczne „Polecenie służbowe pracy zdalnej” oraz „Oświadczenie powrotu do pracy z biura”.
- **Benefity i fundusz socjalny** - wprowadzono rozwiązania przyjazne pracownikom w celu sprawnego i bezpiecznego złożenia m.in.: oświadczenia o dochodzie, wniosku o opiekę medyczną, wniosku o kartę sportową, co stanowi 90% ww. dokumentów w tym obszarze.
- **Workflow** - pozytywnie przyjęte przez pracowników, m.in.: zgłoszenie/wygłoszenie członka rodziny do ZUS; zmiany adresów pracownika, zmiana konta bankowego; informacja o nieobecności z powodu zwolnienia lekarskiego (digitalizacja dotyczy 100% aktywnych pracowników).
- **Wykorzystanie podpisu kwalifikowanego** - w celu złożenia oświadczeń do ustalenia poprawnej zaliczki na podatek od osób fizycznych wdrożono oświadczenia podpisywane cyfrowo i dostarczane elektronicznie.

Rozliczenia własne

Przykłady wybranych inicjatyw:

- W ramach rozliczeń wydatków służbowych wprowadzono **ePolecenia wyjazdu służbowego**, eZaliczki pracownicze oraz eRozliczenia pracownicze - dla diet i ryczałtów (pełna digitalizacja rozliczeń zostanie wprowadzona w 2021 roku).
- W ramach **digitalizacji formularzy księgowanych** wprowadzono szereg cyfrowych możliwości, m.in. elektroniczne zlecenie przeksięgowania wewnętrznych, e-polecenia wystawienia faktury sprzedaży, e-protokoły likwidacji środka trwałego, eformularze do zmian w ewidencji umów leasingowych, eZgłoszenia umożliwiające zamówienia jednej z wielu usług dotyczących środka trwałego.

- Bank promuje **cyfrowe formy faktur** w ramach współpracy z dostawcami i klientami - ok. 80% faktur zakupu Bank otrzymuje w formie elektronicznej, a elektroniczna wysyłka faktur sprzedaży stanowi ok. 90%.

Administracja

Przykłady wybranych inicjatyw:

- W kancelariach Banku wdrożono system SNOK do elektronicznej rejestracji dokumentów oraz zlikwidowano papierowe rejestry.
- Zaimplementowano digitalizację podpisów potwierdzających odebranie przesyłki poprzez kartę przy pomocy czytników RFID.
- Wdrożono procesy kontroli w ramach zachowania okresów retencji i niszczenia dokumentacji pod RODO.
- Zniszczono pudła w Archiwum i uwolniono przestrzeń na dyskach sieciowych celem ograniczenia przechowywania (likwidacja 16 tys. z 38 tys. kartonów w archiwum).
- Wprowadzono eInstrukcje, ePotwierdzenia dla pracowników zgłaszających zapotrzebowanie na archiwizację dokumentów, przesyłki kurierskie czy inne usługi.
- Wprowadzono system Follow Me Print pozwalający na większą kontrolę drukowanego papieru oraz zmniejszenie całkowitej ilości wydruków.
- Zminimalizowano kolorowy wydruk na korzyść wydruku mono.
- Podjęto inicjatywy ekologiczne optymalizujące ilości przetworzonego papieru i jego cyrkulacji pomiędzy lokalizacjami Banku poprzez wdrożenie projektu

„Cyfrowej Kancelarii” mającego na celu digitalizację i centralizację obiegu korespondencji oraz pracy kancelarii w kilku budynkach Banku.

- Opracowano raporty wydruku pozwalającego na śledzenie ilości wydruku.

Technologia

Przykłady wybranych inicjatyw:

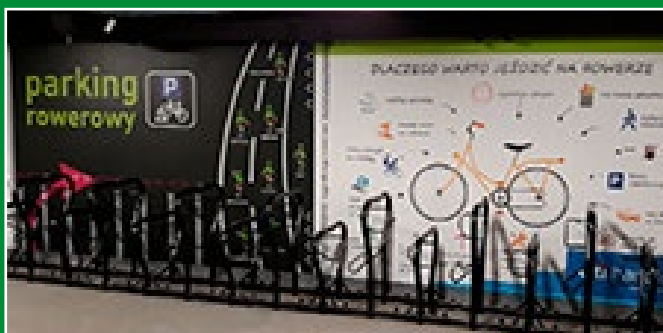
- Citi Handlowy realizuje koncepcję cyfrowego Obiegu Dokumentów. Wprowadzany jest system umożliwiający w pełni zdigitalizowany proces obejmujący tworzenie, opiniowanie, akceptowanie oraz publikowanie wewnętrznych regulacji, na podstawie których realizowane są procesy w Banku. Dzięki temu usprawnieniu, Bank wyeliminuje konieczność drukowania regulacji (rocznie ponad 70 tys. stron), co więcej - znacznemu skróceniu i uproszczeniu ulegnie proces zbierania akceptacji.
- Kontynuowana jest także digitalizacja procesów wokół Zarządu Banku i Rady Nadzorczej. Bank wdraża narzędzie zapewniające zwiększenie efektywności i transparentności oraz umożliwiające bieżące monitorowanie spraw wokół Zarządu Banku oraz Biura Zarządu Banku. Dzięki temu narzędziu wprowadzone zostały: elektroniczne monitorowanie skarg kierowanych do Prezesa Zarządu Banku, elektroniczny obieg wniosków kierowanych do Zarządu Banku, obsługa Komitetów, repozytorium materiałów, możliwość zlecenia i monitorowania statusu zadań ad hoc w systemie, wymiana korespondencji w wersji cyfrowej z członkami Zarządu oraz obsługa poprzez aplikację mobilną. Kontynuowane są prace mające na celu udostępnienie obiegu wniosków kierowanych do Rady Nadzorczej Banku oraz umożliwienie wymiany korespondencji w wersji cyfrowej z członkami Rady Nadzorczej Banku.



Projekty proekologiczne

W 2020 roku Citi Handlowy zrealizował inicjatywy środowiskowe podnoszące świadomość pracowników w zakresie ochrony środowiska.

- **Godzina dla Ziemi WWF** - Citi Handlowy jest aktywnym uczestnikiem tej akcji od 2011 roku. W 2020 roku Bank zgasił światło w lokalizacjach: Olsztyn - ul. Pstrowskiego, Katowice - ul. Sokolska, Warszawa - ul. Senatorska, Goleszowska, Traugutta, manifestując w ten sposób troskę o zmiany klimatu na Ziemi.
- **Dzień Ziemi** - Citi Handlowy od 2009 roku jest uczestnikiem tej światowej akcji, promującej proekologiczne działania i zachowania wśród pracowników. W kwietniu 2020 roku, w związku z pandemią COVID-19, Dzień Ziemi celebrowano poprzez mailing #EarthDayAtHome. W wiadomości zachęcano pracowników do obserwacji nieba i wkładu w badania dotyczące klimatu i pogody na Ziemi poprzez przesyłanie zdjęć nieba bezpośrednio do naukowców NASA, aplikacją GLOBE OBSERVER. Pojawiły się również artykuły dotyczące zabawy ZERO WASTE, propozycje nauki rozpoznawania głosów ptaków czy wykorzystania domowych środków czystości.
- **Moje Miasto bez elektrośmieci** - pracownicy Citi Handlowy mają możliwość wzięcia udziału w programie „Moje miasto bez elektrośmieci”, przekazując swoje prywatne odpady elektryczne i elektroniczne do pojemników udostępnionych na terenie Banku. W zamian za zebrane odpady na rzecz szkół i przedszkoli przekazywane są Kupony Funduszu Oświatowego. Każdy kupon przeliczany jest na punkty, które placówka wymienia na potrzebne pomoce naukowe. W 2020 roku w ramach tej akcji Citi Handlowy zebrał łącznie 1350 kg odpadów, które zostały wymienione na 1009 punktów.
- **Zdrowo-rowerowo** - Citi Handlowy zachęca do ekologicznego i aktywnego trybu życia, wprowadzając kolejne udogodnienia dla rowerzystów. W Warszawie, Łodzi i Olsztynie znajdują się parkingi rowerowe oraz samoobsługowe stacje naprawy rowerów. W 2020 roku otwarta została nowa szatnia i prysznice dla rowerzystów. Planowane jest kontynuowanie tych działań w kolejnych latach.



- **Hotele dla owadów** - w trosce o zachowanie bioróżnorodności i równowagi w przyrodzie Bank stawia hotele dla owadów. Schronienia dla nich zamontowano na drzewach w Warszawie przy ul. Senatorskiej oraz Goleszowskiej oraz na dachach budynków w Olsztynie i Warszawie. Latem domki umożliwiają owadom nocleg i schronienie, a jesienią miejsce do przezimowania.



- **Bociany Czarne Online** - Bank wziął udział w aukcji Jednostek Dwutlenku Węgla w ramach realizowanego przez Lasy Państwowe projektu Leśne Gospodarstwa Węglowe. Bank zakupił 1500 jednostek CO₂ i w ten sposób wsparł projekt edukacyjny „Bociany Czarne Online”. Transmisja z gniazda bocianów czarnych to projekt prowadzony przez Regionalną Dyрекcję Lasów Państwowych (RDLP) w Łodzi oraz naukowców z Uniwersytetu Łódzkiego - polega na obserwacji gniazda tych rzadkich ptaków i wędrówki młodych. Dzięki wsparciu Citi Handlowego w 2021 roku RDLP zakupi kamerę umożliwiającą wygodną i nieinwazyjną obserwację gniazda oraz dodatkowe lokalizatory GPS do monitorowania lotu ptaków na zimowisko. Potrzebne wsparcie otrzymają również naukowcy z Uniwersytetu Łódzkiego, badający populację bocianów czarnych.



- Dodatkowo, poprzez **komunikację w wewnętrznym Intranecie**, Citi Handlowy promuje wśród swoich pracowników i dostawców nawyki wpływające na zmniejszenie zużycia zasobów naturalnych. W 2020 roku w Intranecie zamieszczono m.in. komunikaty dotyczące Dnia Ziemi, Dnia Środowiska, Dnia Pszczoły i Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Rozwój talentów i poszanowanie różnorodności

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.

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.

Różnorodność

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 Citi prowadzi swoją działalność. Stanowi to wyjątkową przewagę konkurencyjną, na którą składają się globalny zasięg i znajomość lokalnych rynków.

Sprzyjanie 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 organizacji [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.

Stosownie do art. 9ce ustawy prawo bankowe w Banku obowiązuje przyjęta przez Komitet Nominacji i Wynagrodzeń Rady Nadzorczej Banku „Polityka różnorodności dotycząca członków zarządu BHW”. Jej celem jest określenie strategii Banku w zakresie zarządzania różnorodnością, polegającej na promowaniu zróżnicowania, tak by zapewnić wybór na Członków Zarządu osób zróżnicowanych w zakresie płci, wieku, wykształcenia i doświadczenia zawodowego, by pozyskać różne punkty widzenia i doświadczenia oraz umożliwić wydawanie niezależnych opinii i podejmowania rozsądnych decyzji w ramach pełnionych funkcji oraz wspieranie realizacji strategicznych celów Banku poprzez zapewnienie wysokiej jakości realizacji przez Zarząd pełnionej funkcji. Strategia Różnorodności Banku obejmuje i wykorzystuje do osiągnięcia najlepszych rezultatów różnice, które wynikają z kierunku wykształcenia, doświadczenia, płci oraz wieku. W ramach dokonywanej co najmniej raz w roku okresowej oceny struktury, wielkości, składu i skutecz-

ności działania Zarządu Komitet Nominacji i Wynagrodzeń Rady Nadzorczej, stosownie do Rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie szczegółowego zakresu zadań komitetu do spraw nominacji w bankach istotnych z dnia 7 maja 2018 roku, ocenia i dokumentuje zgodność z Polityką.

Wskaźnik różnorodności płci w Zarządzie i Radzie Nadzorczej Banku

Łączny wskaźnik różnorodności płci w organach zarządczych i nadzorczych Banku systematycznie rośnie i w 2020 roku osiągnął 37%. W Radzie Nadzorczej w 2020 roku wzrósł do 33% w porównaniu do 25% w 2019 roku i 8% w 2018 roku, natomiast wskaźnik różnorodności płci w Zarządzie w 2020 roku utrzymywał się na niezmiennym od 2019 roku poziomie 43%.

WSKAŹNIK RÓŻNORODNOŚCI PŁCI W ZARZĄDZIE I RADZIE NADZORCZEJ CITI HANDLOWY

Rok	2020	2019	2018	2017
Zarząd	43%	43%	50%	29%
Rada Nadzorcza	33%	25%	8%	8%
Łącznie Zarząd i Rada Nadzorcza	37%	32%	22%	16%

* Wskaźnik różnorodności płci liczony jest jako % udziału kobiet w pełnym składzie danego organu spółki.

W 2020 roku niezmiennie 43% składu Zarządu Citi Handlowy stanowiły kobiety. **[GRI 405-1]**

W 2020 roku

43%

składu Zarządu Citi Handlowy stanowiły kobiety



ZARZĄD CITI HANDLOWY WEDŁUG GRUP WIEKOWYCH I PŁCI W 2020 ROKU **[GRI 405-1]**

wiek	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie	
	#	%	#	%	#	%
31-50 lat	1	14%	2	29%	3	43%
> 50 lat	2	29%	2	29%	4	57%
Razem	3	43%	4	57%	7	100%

ZARZĄD DM CITI HANDLOWY WEDŁUG GRUP WIEKOWYCH I PŁCI W 2020 ROKU [GRI 405-1]

wiek	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie	
	#	%	#	%	#	%
31-50 lat	1	25%	1	25%	2	50%
> 50 lat	0	0%	2	50%	2	50%
Razem	1	25%	3	75%	4	100%

Ponadto w Citi Handlowy co druga osoba na stanowisku menedżerskim to kobieta, a wśród kilku tysięcy pracowników Citi w Polsce dokładnie 49% to panie. Różnorodność przy tym wpisana jest w DNA tak globalnej organizacji jak Citi, a dotyczy ona zarówno zróżnicowania zespołów ze względu na płeć, wiek pracowników, jak i ich pochodzenie czy poglądy.

Różnorodność płci w Citi Handlowy w 2020 roku: [GRI 102-30]

- udział kobiet na stanowiskach menedżerskich wynosi ponad 49%;
- udział kobiet w Zarządzie Banku wynosi 43%;
- kobiety i mężczyźni na równorzędnych stanowiskach są wynagradzani zgodnie z kompetencjami, na porównywalnym poziomie - płaca kobiet zatrudnionych w Citi Handlowy jest porównywalna do wynagrodzenia zasadniczego mężczyzn i według stanu na koniec 2020 roku wynosiła 97% płacy mężczyzn;
- 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 10,5 lat, przy czym wśród kobiet ten okres w ciągu ostatnich lat rośnie, a w 2020 roku wynosił ponad 11 lat.

Bank Citi Handlowy (wspólnie z Citibank Europe plc) znalazł się w 2. edycji **Diversity & Inclusion Rating**. Jest to nowa inicjatywa Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte, mająca na celu zmierzenie poziomu zaawansowania firmy w obszarze różnorodności i budowania włączającej, etycznej organizacji. Do drugiej edycji ratingu zakwalifikowało się 6 firm, które wykazały się najwyższym poziomem zarządzania różnorodnością.



Women's Network Poland

Inicjatywa 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 Women's Network Poland 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.

Women's Network inspirowa 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 prokobiecy podejście w ramach organizacji i na zewnątrz, pomaga kobietom odnaleźć równowagę między pracą a życiem prywatnym.

W 2020 roku, mimo trwającej pandemii COVID-19, Women's Network Poland działał nieprzerwanie, organizując wydarzenia głównie w formie online, jak np. wirtualny warsztat „How to eat an elephant” z Tomaszem Michniewiczem, wirtualny Mentoring Walk 2020 wraz z warsztatem „Mentoring & Change”, prowadzonym przez Piotra Ciacka, czy też wspieranie i angażowanie się w prokobiecy inicjatywy, takie jak np. 10. edycja festiwalu Baba Fest w Olsztynie.

Citi Pride Network Poland

Miniony rok był trzecim rokiem funkcjonowania w Citi Handlowy społeczności pracowniczej Citi Pride Network Poland. W jej działalność angażują się wszyscy pracownicy Citi Handlowy, którzy wierzą, że wzajemny szacunek oraz otwarcie na różne doświadczenia życiowe i pomysły to ważne aspekty wspierania różnorodności i budowania kultury włączającej w Citi. Rok 2020 był jak dotychczas najbardziej aktywnym rokiem dla Pride Network Poland. Sieć zdobyła dwie nagrody w ramach organizowanego przez Citi w regionie Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki EMEA Lives Our Values Award w kategorii Różnorodność i Inkluzywność oraz w kategorii Nagroda Koleżeńska. W konkursie tym sieć pracownicza zdobyła nagrodę finansową, którą mogła przekazać wybranym organizacjom charytatywnym, co z radością uczyniła.



W 2020 roku wraz z Pride Network z innych krajów członkowie sieci z Citi Handlowy angażowali się w wirtualne inicjatywy, takie jak Virtual Pride March, Coming Out Day, Virtual Living Library with uplifting stories of Citi's LGBT+ employees. W czerwcu, w ramach Pride Month sieć przeprowadziła m.in. serię warsztatów, a także kampanię sojuszniczą, która zdobyła wiele pozytywnych komentarzy wśród pracowników. Członkowie Pride Network w Polsce inicjowali oraz angażowali się również w liczne projekty wolontariackie, m.in. dla osób starszych.

Oprócz wymienionych inicjatyw członkowie sieci nieustająco pracują nad budowaniem inkluzywnego środowiska pracy i wspieraniem różnorodności w Citi Handlowy poprzez mentoring, networking i edukację na rzecz włączania osób ze środowisk LGBT+.

Działalność Citi Pride Network Poland w Citi Handlowy jest jednym z wielu działań podejmowanych przez Bank, by budować przyjazne miejsce pracy, w którym pracownicy z pasją angażują się w realizację zadań, chętniej współpracują z innymi i mogą w pełni wykorzystać swój potencjał.



Families Matter Network Poland

Inicjatywa Families Matter Network Poland skupia pracowników, którym bliska jest tematyka rodzicielstwa, rodziny, wychowania dzieci, a także wyzwań, przed którymi w obecnym świecie stoją przedstawiciele wszystkich pokoleń. W 2020 roku tematyką przewodnią było wspieranie rodzin, dzieci oraz seniorów podczas pandemii koronawirusa. Bardzo ważne dla osób zrzeszonych wokół Networku był aktywny udział w wolontariacie na rzecz dzieci oraz seniorów.

Families Matter Network aktywnie włączył się we wrześniową akcję zbierania przyborów szkolnych oraz bidonów dla Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych

oraz Placówek Szkolno-Wychowawczych, organizowaną przez Fundację Citi Handlowy im. L. Kronenberga. Uczestniczył również w akcji przygotowania świątecznych paczek dla podopiecznych Domu Kombatanta w Łodzi oraz wspólnie z innymi Networkami aktywnie uczestniczył w Międzynarodowym Dniu Osób Starszych pod hasłem: „Zostań wnuczkiem choć na chwilę (a może dłużej) i spraw seniorowi radość”.

Na zakończenie pełnego wyzwania 2020 roku w okresie przedświątecznym Network zorganizował wydarzenie „New Christmas Challenges - czyli jak przeżyć Święta i nie zwariować?” spotkanie z udziałem kadry menedżerskiej Banku - Katarzyny Majewskiej, Natalii Bożek i Andrzeja Wilka - oraz psychologa, aby wesprzeć

pracowników i pomóc im odkryć pozytywne strony Świąt Bożego Narodzenia, również w czasach wyzwań związanych z pandemią oraz lockdownem. W wydarzeniu wzięło udział ponad 170 osób.



W związku z decyzją polskiego rządu o zmianie terminu ferii zimowych oraz wprowadzonym lockdownem, który uniemożliwił wielu rodzinom wyjazd na zorganizowany wypoczynek zimowy, Network zorganizował inicjatywę „Pół godziny dla rodziny” - cykl zajęć na Zoomie dla dzieci pracowników Citi Poland wokresie ferii (9 spotkań), zapewniający dzieciom m.in. możliwość poznania praktycznych zasad, którymi warto się kierować w przypadku spotkania z osobą niewidomą, zaprezentowanych z pierwszej ręki (przez osobę niewidomą), poznania CSC od kuchni, czy też dowiedzenia się „Po co właściwie są banki?”, opowiedziane przez Głównego Ekonomistę Citi Handlowy - Piotra Kalisza.

Citi DisAbility Network

Citi Disability Network to przestrzeń otwarta na niepełnosprawność w każdej formie - zarówno na tę, która dotyczy pracowników i ich najbliższych, jak i klientów Banku. W Citi Handlowy zależy nam na budowaniu świadomości i burzeniu stereotypów. Nasze działania mają na celu pobudzenie wrażliwości i empatii - chcemy aktywnie wpływać na wzrost społecznej świadomości, która sprawia, że lepiej rozumiemy różnorodny świat, który nas otacza.

W ramach Citi Disability Network chcemy przybliżyć sytuację osób niepełnosprawnych - w organizacji i poza nią. To dla nas ważne, by każdy czuł się w pracy szanowany i rozumiany - choć nie zawsze potrafimy mówić o naszych potrzebach lub właściwie zrozumieć osobę w potrzebie.

Dlatego w 2020 roku Citi Disability Network współtworzył następujące działania:

- **„Zwróć uwagę”** - kampania informacyjną realizowaną we współpracy z Fundacją Vis Maior, w ramach której opracowane zostały praktyczne wskazówki, jak zachować się w kontakcie z osobą niewidomą. Network zobowiązał się również regularnie dzielić - w formie newslettera - ciekawostkami i przydatnymi narzędziami, które na co dzień ułatwiają funkcjonowanie przy różnych formach niepełnosprawności - tej, która dotyczy nas, naszych najbliższych czy klientów. W ten sposób Network buduje nie tylko społeczną wiadomość, lecz także szeroko rozumianą empatię.
- **„Zostań wnuczką choć na chwilę (a może dłużej) i spraw seniorowi radość”** - akcja wolontariacka, której celem było udzielenie wsparcia dla blisko 120 seniorów, którymi na co dzień opiekują się Towarzystwo Przytulku św. Franciszka Salezego w Warszawie oraz Fundacja „Pomocna dłoń”. To osoby samotne, mieszkające w ośrodkach i domach pomocy społecznej, które nie mają szansy poczuć radości, jaką daje kontakt z wnuczkami. Każda z osób otrzymała użyteczny podarunek, o który prosiła.
- **„Asystent Św. Mikołaja”** - akcja, w ramach której każdy chętny pracownik mógł dokonać zakupu prezentu dla dziecka z jednej z trzech placówek (pogotowie opiekuńcze i domy dziecka - wśród podopiecznych dzieci z niepełnosprawnościami). Finalnie uczestnicy akcji pomogli w spełnieniu 46 dziecięcych marzeń.



Citi Handlowy to miejsce, gdzie liczą się kompetencje, pasja i zaangażowanie. Nie tylko działamy na rzecz zmiany postrzegania niepełnosprawności, ale zatrudniamy osoby z niepełnosprawnością w Banku. Na przestrzeni ostatnich trzech lat wskaźnik zatrudnienia osób z niepełnosprawnością w Banku kształtuje się na stałym poziomie.

PRACOWNICY NIEPEŁNOSPRAWNI W CITI HANDLOWY

	2020	2019	2018
Liczba pracowników niepełnosprawnych w Citi Handlowy	23	21	23

Rozwój pracowników

[GRI 404-2]

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.

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 patronat wielu 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.

CitiLearning - od szkoleń do kultury ciągłego uczenia się [GRI 404-2]

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, ze wspieraniem zarówno celów biznesowych, jak i osobistych w przyjaznym i innowacyjnym środowisku pracy.

Przez ostatnie 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 holistyczne 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 przeznaczonej do tego platformie. Zgodnie z tym trendem w ostatnich latach znacząco zmniejszała się liczba szkoleń tradycyjnych. Rok 2020 był jednak w tym zakresie przełomowy, także ze względu na zaistniałą sytuację pandemiczną, która postawiła funkcję szkoleniową przed nowymi wyzwaniami. Wszystkie szkolenia zaoferowane pracownikom w 2020 roku odbywały się w formie zdalnej.

SKOLENIA ZREALIZOWANE PRZEZ PRACOWNIKÓW CITI HANDLOWY W PODZIALE NA TRADYCYJNE I ELEKTRONICZNE (W %)

Forma szkolenia	2020	2019	2018	2017
Szkolenia tradycyjne	0	5%	5%	5%
Szkolenia e-learningowe	100%	97%	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 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 2020 roku w szkoleniu Orientation uczestniczyły 144 osoby. Od kwietnia 2020 roku wszystkie sesje Orientation dla nowych pracowników odbywały się w wersji online.**

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. Wszystkie te zasoby są dostępne dla pracowników w jednym miejscu, na platformie Degreed. Korzystanie z tych zasobów wymaga 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 [GRI 404-2]

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 wielokulturowej strukturze.

Działania organizowane 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, szkolenie);
- praca nad Indywidualnym Programem Rozwoju jako zintegrowanym elementem 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 ściśle 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.

Obecnie idee #BeMore na stałe weszły do krwioobrotu i kultury uczenia się w Citi Handlowy, a pracownicy sami chętnie angażują się w działania rozwojowe dla swoich kolegów i koleżanek, dzieląc się swoimi umiejętnościami i zdobywaną wiedzą.

Menedżerowie jako integralna część partnerstwa rozwoju pracowników [GRI 404-2]

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.

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.

2020 rok był bardzo szczególny w kontekście wyzwań, jakie pandemia postawiła przed menedżerami, zwłaszcza w zakresie zarządzania zespołami w sposób zdalny. Menedżerowie nie mieli już możliwości uczestniczenia w stacjonarnych szkoleniach leadershipowych. Nie znaczy to, że stracili możliwość rozwoju swoich kompetencji menedżerskich. Zespół HR Citi Handlowy zorganizował w okresie od marca do grudnia 2020 roku 14 warsztatów, w których menedżerowie mogli uczestniczyć zdalnie. Warsztaty dotyczyły zagadnień z zakresu: zdalnego zarządzania zespołem w okresie pandemii, czasu pracy, budowania zaufania w zespole zarządzanym zdalnie, onboardingu nowych pracowników, udzielania informacji zwrotnej. W 2020 roku w zdalnych warsztatach wzięło udział 985 menedżerów.

SZKOLENIA MENEDŻERSKIE

	2020	2019	2018	2017
Liczba uczestników	993*	48	48	26

* liczba uczestników szkoleń w 2020 roku dotyczy liczby menedżerów uczestniczących w szkoleniach leadershipowych do marca 2020 roku oraz liczbę managerów uczestniczących w zdalnych warsztatach z serii „skuteczny menedżer”.

Proces rozwoju talentów [GRI 404-2]

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 warunek konieczny do tego, by organizacja rozwijała się i była efektywna.

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

W 2020 roku 168 menedżerów Citi Handlowy uczestniczyło w zdalnych specjalnych warsztatach z zakresu rozwoju talentów, podczas których mogli odświeżyć i pogłębić wiedzę na temat diagnozy potencjału talentowego swoich pracowników a także dowiedzieć się, jak pracować i rozwijać utalentowane osoby oraz jakie narzędzia wspierające wykorzystywać.

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 półroczna i ocena roczna. W 2020 roku po raz pierwszy wszystkie te procesy zostały przeprowadzone w jednym systemie informatycznym, dedykowanym procesom HR i skupiającym wszystkie te procesy.

Szczególną zaletą wspomnianego systemu, pozwalającą skutecznie wspierać rozwój pracowników, jest dostępna w każdym momencie roku funkcja „informacji zwrotnej”. Pracownicy Citi Handlowy mają możliwość otrzymania informacji zwrotnej w każdym momencie roku od każdej

osoby, z którą współpracują. Tak otwarta i dostępna w każdym czasie forma uzyskania informacji zwrotnej nie tylko od przełożonego, ale także od współpracowników umożliwia pracownikom ciągłą poprawę efektywności pracy, szczególnie w obszarze jakości pracy, współpracy, komunikacji i zachowań wspierających współpracę i partnerstwo.

Rozwój oparty na informacji zwrotnej jest silnym elementem kultury Citi Handlowy. W 2020 roku zespół HR zorganizował dla pracowników oraz dla menedżerów warsztaty poświęcone informacji zwrotnej. Ich celem było wzmocnienie kompetencji menedżerów i pracowników w zakresie udzielania informacji zwrotnej oraz lepsze poznanie wykorzystywanych w tym celu narzędzi. W warsztatach z informacji zwrotnej uczestniczyło 198 pracowników i menedżerów.

W procesie oceny analizowana jest realizacja celów („Co”) oraz sposób, w jaki zostały one zrealizowane („Jak”) - w oparciu o 6 Standardów Przywództwa zdefiniowanych dla każdego poziomu organizacji: pracowników zarządzających swoją pracą oraz menedżerów średniego i wyższego szczebla, a także najwyższej kadry menedżerskiej.

W 2020 roku ocenę pracowniczą otrzymało 98% pracowników uprawnionych do oceny. Ocenie rocznej nie podlegają pracownicy, którzy w danym roku kalendarzowym pozostawali długotrwale nieobecni oraz pracownicy zatrudnieni w Banku na tyle krótko, że uniemożliwia to dokonanie oceny rocznej. [GRI 404-3]

Polityka wynagrodzeń

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 i według stanu na koniec 2020 roku wynosiła 97% płacy mężczyzn¹ (w 2019 roku ten wskaźnik wynosił 96%) [GRI 405-2]. **[GRI 405-2]**

ŚREDNIE WYNAGRODZENIE W CITI HANDLOWY

	2020	2019	2018	2017
Wynagrodzenie całkowite*	10 867	10 410	9 949	9 455

* wynagrodzenie całkowite obejmuje wynagrodzenie zasadnicze oraz wynagrodzenie zmienne pracowników będących na planie premiowym i niebędących na planie premiowym. Powyższe dane dotyczą wszystkich pracowników Citi Handlowy z wyłączeniem Zarządu. Wynagrodzenie zasadnicze brutto na 31 grudnia. Wynagrodzenia przeliczone do pełnego etatu.

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.

Bardzo ważnym elementem budowania kultury, w której pracownicy wyrażają sobie uznanie za wykonywaną pracę są inicjatywy grupy Global Gratitude, realizowane w 2020 roku w ramach People Strategy. Zaangażowanie Członków Zarządu w rozpowszechnianą przez grupę ideę „dziękowania” jest ważnym sygnałem budującym kulturę wsparcia i wdzięczności w Citi Handlowy.

Polityka zatrudnienia

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

Rekrutacja

Sukces Citi Handlowy tworzą ludzie. Bank, świadomy tej wartości, niezmiennie dokłada starań, aby zarówno dla swoich pracowników, jak i kandydatów do pracy pozostać pracodawcą wyborcu. To efekt zrozumienia dynamicznie zmieniających się trendów rynkowych i podejmowanych działań, pozwalających Bankowi utrzymać pozycję stabilnej organizacji oferującej niezmiennie atrakcyjne warunki pracy. Citi Handlowy, świadomy wpływu strategii rekrutacyjnej na kształtowanie jakości i wizji swojej organizacji w przyszłości, odważnie podąża za trendami, wybierając spośród nich elementy zgodne z wyznawanymi wartościami i skuteczne dla jakościowej realizacji polityki zatrudnienia.

Citi Handlowy niezmiennie stawia na spójną politykę pozyskiwania talentów zewnętrznych, przy jednoczesnej promocji talentów wewnątrz organizacji. Pracownicy wspierani przez pracodawcę mają możliwość planowania kariery i realizacji ścieżki rozwoju w obrębie Citi Handlowy i całej Grupy Citi na świecie. Często podejmują wyzwania rozwojowe, angażując się w realizację wielodyscyplinarnych, międzynarodowych projektów, a tym samym dynamicznie rozwijając się poprzez interakcje w obrębie Grupy, wspólnie realizując inicjatywy o kluczowym znaczeniu dla firmy. Citi Handlowy postawił również na rozwój technik inżynierii rekrutacyjnych. Dzięki temu na przestrzeni roku Bank skutecznie pozyskiwał talenty z rynku, które stanowiły przewagę w zakresie źródeł pozyskiwania kandydatów do pracy.

W okresie pandemii COVID-19 Citi Handlowy wprowadził również nowe zasady bezpieczeństwa w obszarze rekrutacji. Wszystkie procesy rekrutacyjne począwszy od kwietnia 2020 roku odbywają się wyłącznie w formie online. Umożliwiło to zatrudnienie w tym okresie blisko 300 osób, gwarantując im poczucie komfortu i bezpieczeństwa podczas całego procesu rekrutacji.

Odzwierciedla to założenia firmy w zakresie skutecznego i celowego pozyskiwania talentów oraz świadomość trendów, w których nowe technologie i wchodzące na rynek pracy pokolenia oraz wyzwania rynkowe dyktują warunki i wpływają na wizerunek pracodawcy. Liczne projekty, w jakie angażowali się pracownicy Citi Handlowy pokazały, że Bank pozostaje gotowy i otwarty na zmiany oraz chce być pracodawcą wszystkich pokoleń. To pracownicy Citi Handlowy byli i są inicjatorami tej pozytywnej ewolucji, bieżących usprawnień w obszarze doświadczeń pracowników i kandydatów oraz kreowania wizerunku Banku jako pracodawcy łączącego stabilność instytucji finansowej i przyjazną atmosferę pracy z nowatorskim i odważnym zmienianiem się na rzecz przyciągania talentów z różnych obszarów i generacji. Bank stwarza przestrzeń do inicjatyw służących wspólnemu

¹ Uwzględniając pracowników aktywnie świadczących pracę (z wyłączeniem urlopów wychowawczych i bezpłatnych oraz długotrwałych zwolnień lekarskich) oraz bez Członków Zarządu.

kreowaniu przyjaznego środowiska pracy, w którym wysokie standardy etyczne i odważne zmiany technologiczne funkcjonują obok siebie, wspierając pracowników Citi w ich rozwoju oraz przyciągając kolejne talenty.

W 2020 roku Bank odnotował przewagę zatrudnionych zewnętrznie mężczyzn w stosunku do kobiet. Z tego powodu Bank podjął szereg działań mających na celu konsekwentny monitoring rekrutacji pod względem liczby zaangażowanych w nie kobiet i dbałość o efektywne docieranie do talentów, pozwalające na pozyskiwanie różnorodnej puli kandydatów na otwierane stanowiska. Szczególny nacisk Bank kładzie na równy dostęp dla kandydatów obu płci do stanowisk kierowniczych i eksperckich, w zakresie których procesy rekrutacyjne podlegają bieżącej kontroli parametru różnorodności.

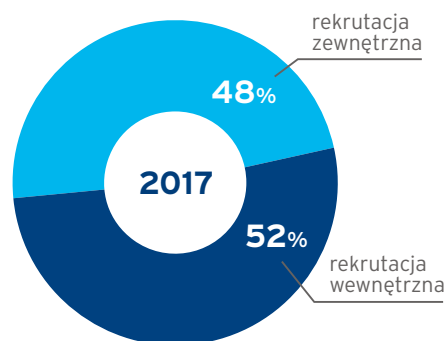
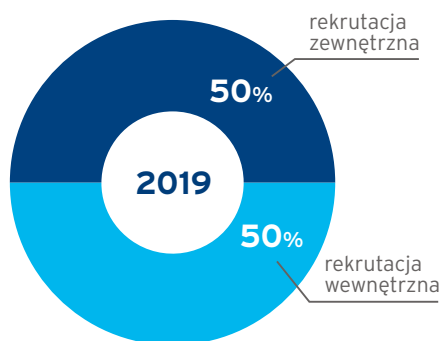
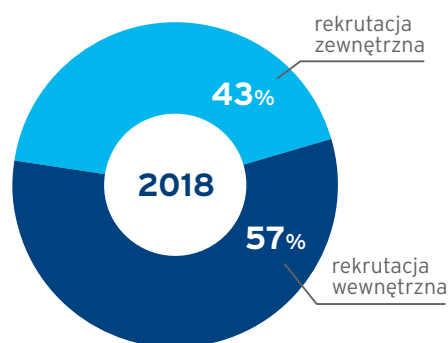
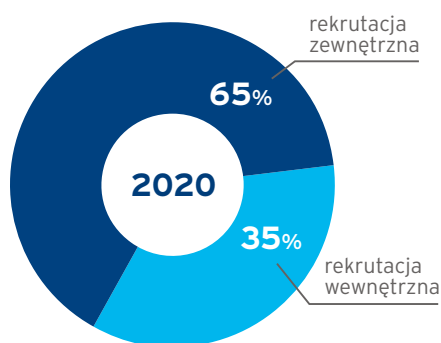
REKRUTACJA W PODZIALE NA PŁEĆ (W LICZBACH I %)

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie	
	Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
2019	373	58%	267	42%	640	100%
2020	232	49%	246	51%	478	100%

Rok 2020 pokazał utrzymującą się przewagę rekrutacji zewnętrznych. Jest to wynik inwestycji Banku w skuteczną strategię rekrutacji i technik sourcingowych, która zaowocowała efektywnym pozyskiwaniem z rynku

talentów na kluczowe stanowiska eksperckie, a w zakresie stanowisk entry-level pokazała, że Bank, postrzegany jako stabilny i atrakcyjny pracodawca, jest w stanie przyciągnąć młode talenty również w dobie pandemii.

ŹRÓDŁA REKRUTACJI W LATACH 2017-2020:



Struktura zatrudnienia

Dane prezentowane dla struktury zatrudnienia dotyczą Banku Handlowego. Pracownicy Banku świadczą pracę dla DMBH zatrudnieni są w obu podmiotach.

PRACOWNICY OGÓŁEM W PODZIALE NA PŁEĆ* (LICZBA, %): [GRI 102-8]

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Razem
	Lp.	%	Lp.	%	Lp.
CITI HANDLOWY					
2017	2 249	63%	1 321	37%	3 570
2018	2 139	63%	1 260	37%	3 399
2019	2 013	63%	1 161	37%	3 174
2020	1 942	63%	1 158	37%	3 100

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Razem
	Lp.	%	Lp.	%	Lp.
DM CITI HANDLOWY					
2017	46	52%	42	48%	88
2018	49	51%	47	49%	96
2019	46	49%	48	51%	94
2020	44	48%	47	52%	91

* dane uwzględniają wszystkich pracowników aktywnych oraz pracowników pozostających w zatrudnieniu z Bankiem i DM Citi Handlowy przebywających na nieobecnościach związanych z chorobą, rodzicielstwem, bądź urlopach bezpłatnych.

NA STANOWISKACH MENEDŻERSKICH JEST ZATRUDNIONYCH NIEMAL TYLE SAMO Kobiet CO MĘŻCZYŹN.

STANOWISKA MENEDŻERSKIE W PODZIALE NA PŁEĆ (LICZBA, %.): [GRI 102-8, GRI 405-1]

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Razem
	Lp.	%	Lp.	%	Lp.
CITI HANDLOWY					
2017	258	51%	249	49%	507
2018	251	51%	244	49%	495
2019	230	49%	236	51%	466
2020	223	49%	231	51%	454

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Razem
	Lp.	%	Lp.	%	Lp.
DM CITI HANDLOWY					
2017	10	43%	13	57%	23
2018	15	54%	13	46%	28
2019	15	52%	14	48%	29
2020	15	52%	14	48%	29

W CITI HANDLOWY 100% PRACOWNIKÓW ZATRUDNIONYCH JEST NA UMOWĘ O PRACĘ, Z CZEGO 93% TO PRACOWNICY ZATRUDNIENI NA UMOWĘ NA CZAS NIEOKREŚLONY.

RODZAJE UMÓW O PRACĘ W PODZIALE NA PŁEĆ (W %): [GRI 102-8]

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp	%	Lp	%	Lp	%
CITI HANDLOWY							
2017	Umowa czasowa	154	52%	144	48%	298	8%
	Umowa na czas nieokreślony	2 078	64%	1 165	36%	3 243	91%
	Umowa na zastępstwo	17	59%	12	41%	29	1%
	Suma	2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	Umowa czasowa	115	53%	104	47%	219	6%
	Umowa na czas nieokreślony	1 996	64%	1 144	36%	3 140	92%
	Umowa na zastępstwo	28	70%	12	30%	40	1%
	Suma	2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2018	Umowa czasowa	94	53%	82	47%	176	6%
	Umowa na czas nieokreślony	1 905	64%	1 071	36%	2 976	94%
	Umowa na zastępstwo	14	64%	8	36%	22	1%
	Suma	2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	Umowa czasowa	86	46%	101	54%	187	6%
	Umowa na czas nieokreślony	1 839	64%	1 047	36%	2 886	93%
	Umowa na zastępstwo	17	63%	10	37%	27	1%
	Suma	1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%

* łączny udział oznacza stosunek liczby umów danego rodzaju do liczby wszystkich umów w badanym roku.

** umowa czasowa oznacza sumę umów na czas określony i umów na okres próbny.

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp	%	Lp	%	Lp	%
DM CITI HANDLOWY							
2017	Umowa czasowa	4	57%	3	43%	7	8%
	Umowa na czas nieokreślony	42	53%	38	48%	80	91%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
	Suma	46	52%	42	48%	88	100%
2018	Umowa czasowa	5	56%	4	44%	9	9%
	Umowa na czas nieokreślony	44	51%	42	49%	86	90%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
	Suma	49	51%	47	49%	96	100%
2018	Umowa czasowa	2	40%	3	60%	5	5%
	Umowa na czas nieokreślony	44	50%	44	50%	88	94%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
	Suma	46	49%	48	51%	94	100%
2020	Umowa czasowa	3	75%	1	25%	4	4%
	Umowa na czas nieokreślony	41	48%	45	52%	86	95%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
	Suma	44	48%	47	52%	91	100%

* łączny udział oznacza stosunek liczby umów danego rodzaju do liczby wszystkich umów w badanym roku.

** umowa czasowa oznacza sumę umów na czas określony i umów na okres próbny.

Średni staż pracy w Citi Handlowy na przestrzeni ostatnich lat prezentuje tendencję wzrostową, przy czym wśród kobiet pracujących w Banku średni staż pracy wynosi już powyżej 11 lat. Ten trend jest efektem skutecz-

nych działań Citi Handlowy w zakresie tworzenia środowiska pracy bezpiecznego dla pracowników i zwiększającego ich zaangażowanie.

ŚREDNI STAŻ PRACY W PODZIALE NA PŁEĆ (W LATACH): [GRI 102-8]

Rok	Kobiety	Mężczyźni	Razem
CITI HANDLOWY			
2017	9,7	7,6	8,9
2018	10,0	8,0	9,3
2019	10,7	8,8	10,0
2020	11,4	9,2	10,6

Rok	Kobiety	Mężczyźni	Razem
DM CITI HANDLOWY			
2017	8,6	7,8	8,2
2018	8,8	7,5	8,2
2019	10,0	8,1	9,0
2020	9,2	8,8	9,0

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 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 ETATU W PODZIALE NA PŁEĆ: [GRI 102-8]

Rok	Wymiar etatu	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
CITI HANDLOWY							
2017	cały etat	2 142	62%	1 293	38%	3 435	96%
	część etatu	107	79%	28	21%	135	4%
	Suma	2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	cały etat	2 025	62%	1 225	38%	3 250	96%
	część etatu	114	77%	35	23%	149	4%
	Suma	2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2018	cały etat	1 911	63%	1 135	37%	3 046	96%
	część etatu	102	80%	26	20%	128	4%
	Suma	2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	cały etat	1 854	62%	1 127	38%	2 981	96%
	część etatu	88	74%	31	26%	119	4%
	Suma	1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%

Rok	Wymiar etatu	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
DM CITI HANDLOWY							
2017	cały etat	18	41%	26	59%	44	50%
	część etatu	28	64%	16	36%	44	50%
	Suma	46	52%	42	48%	88	100%
2018	cały etat	20	43%	26	57%	46	48%
	część etatu	29	58%	21	42%	50	52%
	Suma	49	51%	47	49%	96	100%
2018	cały etat	19	42%	26	58%	45	48%
	część etatu	27	55%	22	45%	49	52%
	Suma	46	49%	48	51%	94	100%
2020	cały etat	16	38%	26	62%	42	46%
	część etatu	28	57%	21	43%	49	54%
	Suma	44	48%	47	52%	91	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 wykonywana. 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 warunków zatrudnienia. Ta liczba szczególnie wzrasta wśród kobiet, którym ta forma zatrudnienia pozwala łączyć pracę w Citi Handlowy z życiem prywatnym. Ideę promowania wśród pracowników wzmocnienia równowagi pomiędzy pracą a życiem zawodowym wspierały w tym roku działania grupy Work-Life Balance, działającej w ramach People Strategy.

Dbając o bezpieczeństwo swoich pracowników czasie pandemii COVID-19, Citi Handlowy umożliwił pracę zdalną większości swoich pracowników. W biurach i oddziałach pracowali z zachowaniem najwyższych zasad bezpieczeństwa jedynie pracownicy, u których wymagał tego charakter ich pracy. Od marca do lipca 2020 roku zdalnie pracowało ok. 80% pracowników. W okresie wakacyjnym, od lipca do końca września 2020 roku, zdalnie pracowało 60-70% pracowników, a na koniec grudnia 2020 roku - ok. 70% pracowników Banku.

Citi Handlowy to organizacja, która dba o budowanie środowiska, w którym każdy pracownik będzie mógł pogodzić swoje zobowiązania osobiste z rozwojem w miejscu pracy i realizacją swoich aspiracji zawodowych. Na przestrzeni ostatnich trzech lat co roku wraca do pracy ok. 70% pracowników spośród osób przebywających na nieobecności związanej z macierzyństwem.

NIEOBECNOŚĆ ZWIĄZANA Z MACIERZYŃSTWEM: [GRI 401-3]

Rok	Płeć	Osoby przebywające na nieobecności związanej z macierzyństwem* w badanym okresie	Powroty z nieobecności związanej z macierzyństwem w badanym okresie (w liczbach)	Powroty z nieobecności związanej z macierzyństwem w badanym okresie (w %)
2018	Kobiety	399	260	65%
	Mężczyźni	107	104	97%
	Suma	506	364	72%
2019	Kobiety	357	228	64%
	Mężczyźni	98	96	98%
	Suma	455	324	71%
2020	Kobiety	316	197	62%
	Mężczyźni	85	83	98%
	Suma	401	280	70%

* nieobecność związana z macierzyństwem - nieobecność z tytułu urlopu macierzyńskiego, urlopu wychowawczego, urlopu ojcowskiego, zwolnienia lekarskiego (z powodu ciąży) bądź innych związanych z opieką nad dziećmi.

W 2020 roku Zarząd Banku podjął decyzję o wprowadzeniu dodatkowych 2 tygodni urlopu ojcowskiego. Pracownicy Citi Handlowy od stycznia 2021 roku będą mieli możliwość skorzystania z czterech tygodni urlopu ojcowskiego z zastrzeżeniem obowiązujących w Polsce przepisów i wymogów prawnych. Bank wierzy, że ten nowy minimalny standard urlopu ojcowskiego przy-

niesie większe korzyści w porównaniu z obecnymi standardami na rynku pracy i pozwoli pracownikom Citi Handlowy znaleźć czas na przystosowanie się do swojej roli i budowania więzi z nowym członkiem rodziny. Urlop ojcowski przysługuje od stycznia 2021 roku wszystkim ojcom biologicznym i adopcyjnym, uprawnionym do jego wykorzystania.

ELASTYCZNE WARUNKI PRACY W PODZIALE NA PŁEĆ (W %): [GRI 102-8]

Rok	Rodzaj	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
CITI HANDLOWY							
2017	elastyczne	349	62%	215	38%	564	16%
	standardowe	1 900	63%	1 106	37%	3 006	84%
	Suma	2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	elastyczne	379	62%	234	38%	613	18%
	standardowe	1 760	63%	1 026	37%	2 786	82%
	Suma	2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2019	elastyczne	454	65%	248	35%	702	22%
	standardowe	1 559	63%	913	37%	2 472	78%
	Suma	2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	elastyczne	534	67%	267	33%	801	26%
	standardowe	1 408	61%	891	39%	2 299	74%
	Suma	1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%

Rok	Rodzaj	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
DM CITI HANDLOWY							
2017	elastyczne	0	0%	2	100%	2	2%
	standardowe	46	53%	40	47%	86	98%
	Suma	46	52%	42	48%	88	100%
2018	elastyczne	0	0%	4	100%	4	4%
	standardowe	49	53%	43	47%	92	96%
	Suma	49	51%	47	49%	96	100%
2019	elastyczne	0	0%	4	100%	4	4%
	standardowe	46	51%	44	49%	90	96%
	Suma	46	49%	48	51%	94	100%
2020	elastyczne	0	0%	3	100%	3	3%
	standardowe	44	50%	44	50%	88	97%
	Suma	44	48%	47	52%	91	100%

* łączny udział (suma) oznacza stosunek liczby rodzaju warunków pracy, do liczby wszystkich rodzajów w badanym roku.

** przez elastyczne warunki pracy rozumieć należy: zadaniowy czas pracy, telepracę, równoważny system czasu pracy.

KATEGORIE WIEKOWE PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ [GRI 102-8, GRI 405-1]

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

Warto także zwrócić uwagę, że w Banku rośnie liczba pracowników powyżej 50. roku życia, co potwierdza, że Citi Handlowy jest organizacją, dla której różnorodność jest jedną z najważniejszych wartości, a doświad-

czenie i kompetencje zdobywane przez wiele lat kariery zawodowej wspierają wypracowywanie najlepszych rozwiązań dla klientów Banku.

KATEGORIE WIEKOWE PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ (W LICZBACH I %)

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
CITI HANDLOWY							
2017	<= 30 lat	462	58%	338	42%	800	22%
	31-50 lat	1 618	64%	915	36%	2 533	71%
	> 50 lat	169	71%	68	29%	237	7%
	Suma	2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	<= 30 lat	383	57%	288	43%	671	20%
	31-50 lat	1 585	64%	902	36%	2 487	73%
	> 50 lat	171	71%	70	29%	241	7%
	Suma	2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2019	<= 30 lat	298	58%	214	42%	512	16%
	31-50 lat	1 546	64%	871	36%	2 417	76%
	> 50 lat	169	69%	76	31%	245	8%
	Suma	2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	<= 30 lat	243	56%	188	44%	431	14%
	31-50 lat	1 522	63%	884	37%	2 406	78%
	> 50 lat	177	67%	86	33%	263	8%
	Suma	1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
DM CITI HANDLOWY							
2017	<= 30 lat	5	63%	3	38%	8	9%
	31-50 lat	30	46%	35	54%	65	74%
	> 50 lat	11	73%	4	27%	15	17%
	Suma	46	52%	42	48%	88	100%
2018	<= 30 lat	1	17%	5	83%	6	6%
	31-50 lat	36	51%	35	49%	71	74%
	> 50 lat	12	63%	7	37%	19	20%
	Suma	49	51%	47	49%	96	100%
2019	<= 30 lat	0	0%	3	100%	3	3%
	31-50 lat	34	49%	36	51%	70	74%
	> 50 lat	12	57%	9	43%	21	22%
	Suma	46	49%	48	51%	94	100%
2020	<= 30 lat	2	40%	3	60%	5	5%
	31-50 lat	32	48%	34	52%	66	73%
	> 50 lat	10	50%	10	50%	20	22%
	Suma	44	48%	47	52%	91	100%

Istotnym czynnikiem ryzyka w obszarze pracowniczym jest potencjalna utrata ważnych dla rozwoju Banku pracowników. Aby temu zapobiec, Citi Handlowy systematycznie monitoruje poziom rotacji i analizuje przyczyny odejść pracowników.

Analiza rotacji pracowników prowadzona jest w cyklu kwartalnym, a wszelkie niepokojące sygnały są eskalo-

wane do kadry menedżerskiej w poszczególnych obszarach biznesowych. Rotacja pracowników monitorowana jest z trzech perspektyw: ogólnej rotacji, rotacji z inicjatywy pracownika oraz rotacji wśród pracowników osiągających ponadprzeciętne wyniki pracy. Bank wspiera rozwój pracowników w ramach grupy Citi, dlatego analizie podlega także ilość transferów z Citi Handlowy do grupy Citi. **[GRI 102-15, GRI 102-11]**

TREND ROTACJI PRACOWNIKÓW NA PRZESTRZENI 2017-2020 (W %).

Rok	Ogólny poziom rotacji	Rotacja z inicjatywy pracownika	Rotacja wśród pracowników osiągających ponadprzeciętne wyniki pracy	Transfery z Citi Handlowy do Citi
2017	18,3%	10,4%	4,7%	3,7%
2018	17,4%	10,7%	6,8%	7,5%
2019	16,4%	9,8%	5,9%	11,0%
2020	12,1%	6,7%	3,9%	11,1%

Okresowo analizie poddawany jest także poziom wynagrodzeń. Ocenie podlega zarówno struktura wynagrodzeń, jak i ich poziom w stosunku do benchmarków rynkowych.

Raz do roku przeprowadzana jest również anonimowa ankieta pracownicza badająca poziom zadowolenia pracowników - Voice of Employee (VOE). Wyniki ankiety VOE są szczegółowo analizowane i omawiane

na poziomie wyższej kadry zarządzającej i kadry menedżerskiej. W oparciu o analizę wyników ankiety VOE opracowywane są działania, których celem jest tworzenie środowiska pracy sprzyjającego budowaniu zaangażowania i satysfakcji pracowników.

W 2020 roku zarówno partycypacja, jak i poszczególne obszary satysfakcji pracowników badane w VOE znacząco wzrosły w stosunku do wyników z lat ubiegłych.

WYNIKI BADANIA VOE W LATACH 2018-2020 (W %)

	2020	2019	2018
Partycypacja	91%	87%	81%
Poziom zaangażowania pracowników	77%	69%	69%
Efektywność menedżerska	88%	84%	83%
Kultura etyczna	92%	90%	90%
Różnorodność	88%	83%	83%
„Be the best”	84%	78%	80%

Ryzyka w obszarze pracowniczym

[GRI 102-15, GRI 102-11]

Poza utratą ważnych dla Banku pracowników istotną grupą ryzyk w obszarze pracowniczym są także ryzyka związane z potencjalnym mobbingiem lub dyskryminacją. Citi Handlowy zakazuje wszelkich działań noszących cechy mobbingu i dyskryminacji oraz szeroko promuje kulturę różnorodności wśród pracowników. W celu zminimalizowania tego ryzyka Bank wprowadził polityki z zakresu przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi, szkolenia z tego zakresu dla wszystkich pracowników, uruchomiona została też procedura zgłaszania tego typu nadużyć.

Więcej informacji na temat działań podejmowanych przez Citi Handlowy w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi oraz sposobu zgłaszania tego typu nadużyć znajduje się w rozdziale [Jak prowadzimy działalność?](#)

Wsparcie pracowników w czasie COVID-19

Do osiągnięcia tak wysokich wyników w badaniu VOE w 2020 roku przyczyniły się liczne działania, jakie Citi Handlowy podjął wobec swoich pracowników w okresie pandemii COVID-19, zapewniając im wsparcie w wielu formach, przede wszystkim:

- wypłacono jednorazowe świadczenie pomocowe dla wszystkich pracowników, których wynagrodzenie zasadnicze nie przekraczało określonego poziomu - otrzymało je ponad 1/3 wszystkich zatrudnionych pracowników;
- wszystkim pracownikom oddziałów, których praca polega na kontakcie z klientem, przyznano specjalny dodatek za każdy dzień pracy;
- w każdej jednostce powołano funkcję Koordynatora COVID-19, który wspiera menedżerów i pracowników w sytuacji podejrzenia lub zakażenia COVID-19;
- przeprowadzono dla pracowników warsztaty online z radzenia sobie z trudnymi emocjami w czasie pandemii oraz łączenia pracy zdalnej z opieką nad dziećmi;
- zapewniono teleporady medyczne u psychologa i psychiatry w ramach pakietu medycznego;
- rozszerzano Cafeterię o nowe elektroniczne bony i vouchery, które pracownicy mogą wykorzystać w sklepach internetowych;
- uzupełniono oferty zajęć sportowych o treningi online przez dostawcę karty sportowej;
- wprowadzono Program wsparcia pracowników w trudnych sytuacjach życiowych - Employee Assistance Program (funkcjonujący od 2 listopada 2020);
- w zakresie działalności społecznej finansowanej z ZFSS: zwiększono plan wydatków na cele bezzwrotnej pomocy materialnej; o 1000 zł zwiększono kwotę bazową dofinansowania do wypoczynku urlopowego pracowników obowiązującą w roku 2020; uzgodniono zwiększenie kwot corocznego świadczenia socjalnego wypłacanego w listopadzie;
- w ramach działań grupy Work Life Balance: publikowano cotygodniowy newsletter z cyklu „Jak w czasie COVID-19 dbać o siebie i swoich bliskich”, w którym poruszano wiele tematów, m.in.: jak radzić sobie ze stresem i lękiem, praca w domu z dzieckiem, sposoby na efektywne wykorzystanie urlopu i odpoczynku od pracy, czy ergonomia podczas pracy w domu. W newsletterach można było też zainspirować się na sposób spędzenia wolnego czasu na podstawie zamieszczanej cotygodniowo porcji aktualnych linków do planowanych wydarzeń kulturalno-edukacyjnych online.
- szeroko wykorzystywano możliwość pracy zdalnej;
- uruchomiono program wypożyczania sprzętu IT dla pracowników;
- prowadzono regularną komunikację do pracowników, m.in. na temat bezpieczeństwa w biurze i poza nim, pracy zdalnej, wprowadzanych zmian, planowanych działań oraz sytuacji bieżącej;
- opracowano i udostępniono pracownikom poradnik, w którym znalazły się wszystkie niezbędne informacje dotyczące reżimu sanitarnego i zasad zachowania się w biurze;
- wprowadzono widoczne oznakowanie przestrzeni biurowych w zakresie stosowania reżimu sanitarnego;
- wprowadzono komunikację do pracowników będących obcokrajowcami na temat bieżących obostrzeń wprowadzanych w Polsce;
- każdy pracownik otrzymał po 2 maseczki wielokrotnego użytku;
- dla osób pracujących w biurach dostępne były bezpłatne posiłki;
- przeprowadzono cykl szkoleń dla menedżerów, których celem było wsparcie w zarządzaniu zespołem w nowej rzeczywistości pracy zdalnej;
- uruchomiono skrzynkę, z której pracownicy mogli korzystać w sprawach związanych z pandemią.

W 2020 roku w ankiecie VOE pracownicy Citi Handlowy zostali zapytani o to, jak oceniają działania Banku podjęte wobec nich w czasie pandemii COVID-19. Na dziesięć pytań zadanych w tym zakresie wszystkie uzyskały odpowiedzi powyżej 80% satysfakcji pracowników.

Troska o pracowników

People Strategy [GRI 102-30]

W 2020 roku kontynuowały swoją pracę wszystkie grupy robocze w ramach People Strategy. Ich celem było tak jak w roku poprzednim wzmocnienie kultury organizacyjnej, w której centrum są pracownicy. Realizowane działania pozwoliły wzmocnić zaangażowania pracowników, zadbać o komfort ich pracy, rozwój i komunikację.

Działające od 2019 roku People Strategy angażuje zarówno pracowników HR, jak i przedstawicieli wszystkich obszarów Banku. W działania People Strategy jest zaangażowanych ponad 70 pracowników. Sponsorem i opiekunem każdej z grup jest dedykowany Członek Zarządu Citi Handlowy.

W 2020 roku, szczególnie ze względu na wyzwania, jakie przyniosła pandemia COVID-19, działające w ramach People Strategy zespoły skupiły się przede wszystkim na:

- 1) **People Board** - grupa 9 reprezentantów pracowników wybranych w wewnętrznych wyborach przez samych pracowników, która w 2020 roku skupiała się na komunikacji z pracownikami poprzez regularne zbieranie od nich feedbacku i przekazywanie go Zarządowi. Komunikacja People Board skupiała się również na komunikowaniu przekazu od Zarządu Banku. Misją People Board jest bycie mostem w komunikacji pomiędzy pracownikami a Zarządem. Działanie takie pomaga regularnie oddziaływać na kulturę organizacji i kształtować ją w oparciu o wspólnie wypracowaną wizję. Pracownicy czują, że Bank jest miejscem, w którym mogą się realizować, a ich potrzeby są słyszane. Pomimo okresu pandemii członkowie People Board pozostawali w tym roku w bliskim kontakcie z pracownikami Banku we wszystkich lokalizacjach w Polsce. I People Board zakończył swoją kadencję w grudniu 2020 roku. W 2021 roku odbędą się demokratyczne wybory do II People Board w historii Banku, dzięki którym nowy People Board zacznie swoje działanie już w marcu 2021 roku.



- 2) **Work-Life Balance** - organizacja czasu i przestrzeni, wybieranie priorytetów, zaangażowanie w pracę przy jednoczesnym dbaniu o siebie i swoich bliskich - takie wyzwania towarzyszą każdemu z nas, a znalezienie sposobu na połączenie tych wszystkich elementów może być bardzo trudne. Dlatego grupa Work-Life Balance skupia się na wspieraniu pracowników

w dążeniu do harmonijnego i satysfakcjonującego życia tak w pracy, jak i poza nią. Jej celem jest pokazanie, że zależy nam nie tylko na tym, by pracownicy wykonywali swoje zadania ale też na tym, by czuli się dobrze, by wiedzieli, że ich samopoczucie jest ważne i że każdy jest ważnym członkiem zespołu.

W szczególnym okresie, jakim był rok 2020, grupa koncentrowała się na wspieraniu dobrostanu pracowników w wielu różnorodnych aspektach życia zawodowego i osobistego. Na bieżąco prowadzona była komunikacja dotycząca wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych, dostępnych online dla dorosłych, dla dzieci, w języku polskim i angielskim. Zaprezentowano serię porad ekspertów BHP, jak dbać o swoje fizyczne zdrowie, pracując w domu. Zwrócono uwagę na to, jak pomimo bycia w domu ważny jest wypoczynek i jak można go zaplanować pomimo ograniczeń w przemieszczaniu się. Przekazywano również porady psychologów dotyczące dbania o zdrowie psychiczne.

Dbając o dobre samopoczucie i chcąc wprowadzić szansę do interakcji w roku, który tak wiele osób spędziło w izolacji, przeprowadzono konkurs na szybkie i zdrowe przepisy, które można przygotować, pracując z domu. Wiele osób z entuzjazmem wzięło udział w zabawie, a ich wkład zaowocował stworzeniem kucharskiego e-booka udostępnionego dla wszystkich pracowników Banku.

- 3) **Digital Natives** - grupa ta, reprezentująca wszystkie jednostki Banku, wraz z menedżerami dba, aby środowisko pracy w Banku było możliwie proste i oparte na nowych rozwiązaniach technologicznych. Ich celem jest tworzenie miejsca pracy jak najbardziej przyjaznego pracownikom oraz wspierającego ich zaangażowanie. Grupa 80 Digital Natives zrealizowała 8 ogólnobankowych projektów, dzięki którym pracujemy oraz komunikujemy się bardziej efektywnie i digitalnie. Powstał m.in. nowy, odpowiadający na obecne potrzeby pracowników intranet („Źródło”), wdrożono platformę do pracy projektowej Confluence oraz repozytorium najczęściej sporządzanych i poszukiwanych raportów, dzięki któremu łatwiej jest odnaleźć i pozyskać potrzebne informacje. Uproszczone proces składania przez pracowników wniosków dotyczących uprawnień i narzędzi technologicznych. Rozpowszechniono wiedzę na temat dostępnych w Banku narzędzi teleinformatycznych służących do pracy zdalnej i sposobu ich użytkowania, która szczególnie przydatna okazała się w okresie pandemii. Jednocześnie Digital Natives zrealizowała szereg projektów mających na celu uproszczenie środowiska pracy w ich jednostkach.

- 4) **Beyond the Borders** - celem tej grupy jest zbudowanie środowiska, w którym pracownicy Banku czują się dumni z tego, że pracują w globalnej organizacji, w międzykulturowym środowisku, które jest otwarte na różnorodność. Dzięki inicjatywom realizowanym przez Beyond the Borders każdy z pracowników ma aktywny udział w tworzeniu międzynarodowego środowiska Citi. Spotkania i praca z kolegami z innych krajów pozwala pracownikom Citi Handlowy na poznanie innych kultur, doskonalenie znajomości języka angielskiego, a projekty, nad którymi pracują w międzynarodowym składzie, poprzez uwzględnianie różnorodnych perspektyw, pozwalają wypracować najbardziej efektywne rozwiązania. W 2020 roku zorganizowano wydarzenia, które pozwoliły pracownikom poznać korzyści z pracy w międzynarodowych zespołach oraz służyły integracji, m.in. International Day, na którym w luźnej formule panelu dyskusyjnego, festiwalu kultur oraz kuchni, pokazano jak ciekawa jest praca w międzynarodowym środowisku. Ważnym aspektem jest też sprawna komunikacja w języku angielskim, będącym językiem globalnego biznesu i międzynarodowych zespołów. W 2020 roku zapewniono wszystkim pracownikom Citi Handlowy możliwość nauki języka angielskiego poprzez interaktywną platformę e-learning. Dodatkowo podjęto decyzję o współfinansowaniu uczestnictwa pracowników w klubie Toastmasters International, dzięki czemu będą oni mogli doskonalić umiejętności wystąpień publicznych w języku angielskim. Beyond the Borders wspiera także zatrudnianie cudzoziemców w Banku, w efekcie czego w 2020 roku zatrudniono 17 obcokrajowców. Zważywszy na szczególną sytuację wywołaną pandemią, aby zapewnić pracownikom-cudzoziemcom aktualne, niezbędne informacje dotyczące regulacji na czas pandemii w Polsce, Beyond the Borders stworzył dla nich specjalną stronę na wewnętrznym portalu społecznościowym Citi, na której publikowane są istotne komunikaty w języku angielskim.
- 5) **Being the Best for the Client Academy** - celem tej grupy jest wspieranie w Citi Handlowy budowania kultury skoncentrowanej na potrzebach jego klientów. Działania realizowane w 2020 roku przez grupę były skupione na wzmacnianiu kultury Be the Best we wszystkich obszarach Banku, a szczególnie w funkcjach wsparcia, takich jak Monitoring Zgodności, Pion Prawny, Finanse, Kadry, Ryzyko, Audyt czy Marketing. Managerowie tych funkcji szczególnie dbali o wzmacnianie wśród pracowników świadomości dotyczącej sposobu, w jaki ich praca przekłada się na cele biznesowe i wpływa na klientów Banku. W 2020 roku znacznie częściej niż w poprzednich latach przedstawiciele biznesu byli zapraszani na wewnętrzne spotkania, dzieląc się z pracownikami funkcji wsparcia informacjami na temat aktualnej sytuacji i planów biznesowych. Tworzenie kontekstu biznesowego okazało się bardzo ważne w okresie pandemii COVID-19, kiedy pracownicy obszarów wsparcia zostali zaangażowani w wypracowywanie i wdrażanie narzędzi i programów pomocowych dla klientów Banku. W ramach grupy Be the Best został zorganizowany webinar dla klientów Banku, w którym pracownicy HR dzielili się z klientami najlepszymi praktykami wykorzystywanymi do zdalnego zarządzania zespołami oraz budowania zaangażowania wśród pracowników. Wzięło w nim udział ok. 100 klientów Citi Handlowy. Idea Be the Best była także impulsem do zorganizowania sesji „design thinking”, których celem stanowiło wsparcie biznesu detalicznego w wypracowaniu nowych pomysłów i rozwiązań wykorzystywanych we współpracy z klientami. Sesje „design thinking” odbyły się także z zespołach pracowników Ryzyka i biznesu CCB. Szerzenie kultury Be the Best przez specjalne działania i komunikację wspierającą i doceniającą zachowanie klientocentryczne wśród pracowników zaowocowało znaczącym wzrostem indeksu Be the Best w badaniu VOE, zarówno na poziomie całego Banku, jak i funkcji wsparcia, gdzie indeks Be the Best wzrósł o 9 punktów procentowych i wyniósł w 2020 roku 81%.
- 6) **Global Gratitude** - celem grupy jest zachęcić wszystkich pracowników do dzielenia się pozytywną informacją zwrotną i okazywania wdzięczności w pracy. Inicjatywy realizowane przez Global Gratitude zachęcają do wspólnego celebrowania codziennych sukcesów, zarówno tych mniejszych, jak i większych. W 2019 roku grupa Global Gratitude zainicjowała w Banku ideę propagowania dziękowania i wyrażania sobie uznania za codzienne rzeczy, które wykonujemy w naszej pracy. Inicjatywę rozpoczęli Członkowie Zarządu dziękując wybranym osobom w swoich zespołach, pokazując tym samym, że okazanie wdzięczności jest najprostszą, a zarazem najpotężniejszą rzeczą, jaką można zrobić dla drugiego człowieka. W 2020 roku, który przyniósł szereg wyzwań związanych z pandemią, atencja na docenianie nawet drobnych sukcesów i wsparcia okazała się być tym bardziej istotna. W związku z tym Bank nie tylko zachęcał pracowników przez różne inicjatywy do dostrzegania elementów, za które pomimo okoliczności możemy być wdzięczni, ale także w sposób materialny starał się docenić pracowników w tym wymagającym okresie. Warto przytoczyć dwa przykłady takiego działania - specjalne świadczenie pieniężne dla pracowników gotowych pomimo zagrożeń związanych z pandemią wspierać klientów w oddziałach, jak również symboliczne prezenty świąteczne od Zarządu Banku, które były też wyrazem wdzięczności nie tylko za ten rok, ale także za 150 lat postępu i rozwoju Citi Handlowy.

Benefity [GRI 401-2]

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, partnera oraz dzieci oprócz wizyt lekarskich i badań, obejmuje również m.in. pomoc doraźną, wizyty domowe i limitowaną rehabilitację. Za dodatkową odpłatnością pracownik może rozszerzyć swój pakiet o stomatologię lub nielimitowaną rehabilitację. Wizyty lekarskie i badania są objęte gwarancją dostępności terminów. W ramach swobody leczenia pracownicy mogą uzyskać zwrot kosztów leczenia u dowolnego dostawcy usług medycznych w ramach określonego limitu. Ważnym elementem profilaktyki prozdrowotnej jest aktywność ruchowa, dlatego każdy pracownik Citi Handlowy ma możliwość wykupienia karty sportowej dla siebie i osoby towarzyszącej.

W okresie pandemii COVID-19, podczas zamknięcia obiektów sportowych, pracownicy mogli korzystać z treningów online umożliwiających wykonywanie ćwiczeń fizycznych w domu. Pracownicy doświadczający problemów w życiu prywatnym i zawodowym oraz potrzebujący wsparcia w trudnej sytuacji życiowej mogą skorzystać z bezpłatnej pomocy psychologicznej, prawnej i finansowej w ramach Employee Assistance Program (EAP). ZEAP mogą skorzystać również najbliżsi członkowie rodzin pracowników Citi Handlowy. Pomoc jest udzielana poprzez infolinię i chaty video.

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 elektro-

nicznej. 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 2020 roku, wyniosła 2885.

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% 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 - np. pisząc po ścianach, strefy do relaksu i obszary zielone.

W 2020 roku bardzo ważną rolę w tworzeniu przestrzeni przyjaznej dla pracowników nadal odgrywała grupa People Board działająca w ramach People Strategy. W efekcie spotkań, jakie członkowie People Board odbyli z pracownikami Banku w 2019 roku, wsłuchując się w ich potrzeby, w roku 2020 w ramach projektu „Sztanga” w jednej z warszawskich lokalizacji Banku został otwarty energy room - miejsce, które pracownicy będą mogli wykorzystać do relaksu i ćwiczeń, kiedy wrócą do biura po zakończeniu się pandemii.

Działalność socjalna [GRI 401-2]

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% 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 2020 ROKU:

Ustawowy	W Grupie Citi Handlowy
6 199 586,57 zł - 37,50% przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w drugim półroczu 2018	8 815 900,69 zł - 50% 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 materialnej, a także zwrotnej pomocy na cele mieszkaniowe na warunkach określonych umową pożyczki. Bank dofinansowuje też indywidualne i grupowe aktywności rekreacyjno-sportowe.

W okresie pandemii COVID-19 w zakresie działalności socjalnej finansowanej z ZFSS zwiększono plan wydatków na cele bezzwrotnej pomocy materialnej dla osób uprawnionych - o 1000 zł zwiększono kwotę bazową dofinansowania do wypoczynku urlopowego pracowników obowiązującą w 2020 roku, uzgodniono również zwiększenie kwot corocznego świadczenia socjalnego wypłacanego w listopadzie.

Działalność socjalna na rzecz emerytów

Citi Handlowy poważnie traktuje opiekę nad swoimi byłymi pracownikami. Do świadczeń w ramach ZFSS uprawnieni są nie tylko emeryci i renciści (jak przewiduje ustawa o ZFSS), 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 socjalne) oraz zwrotnej pomocy na cele mieszkaniowe na warunkach określonych umową pożyczki, przy czym pożyczki z ZFSS dla tych uprawnionych nie są oprocentowane. Oprócz świadczeń finansowanych z ZFSS emeryci mogą wykupić na preferencyjnych warunkach pakiet prywatnej opieki medycznej. Co roku emeryci otrzymują również świadczenia socjalne w formie wypłat pieniężnych.

LICZBA EMERYTÓW, RENCISTÓW I OSÓB PRZEBYWAJĄCYCH NA ŚWIADCZENIU PRZEDEMERYTALNYM, KTÓRE SKORZYSTAŁY Z ZFSS

2020	2019	2018	2017
1045	827	947	864

Rodzaj świadczenia	Refundacje	Dzień Seniora	Zapomogi	Pożyczki
Liczba emerytów rencistów i osób przebywających na świadczeniu przedemerytalnym, które skorzystały z ZFSS	160	790	86	9

Odprawy emerytalne

Citi Handlowy zapewnia zasady korzystniejsze od tych przewidzianych w Kodeksie pracy, dotyczące wypłaty odpraw emerytalnych:

- Jednorazowa odprawa pieniężna przysługująca 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
- Citi Handlowy wyróżniają kwoty odpraw:
 - do 5 lat pracy - 100% wynagrodzenia miesięcznego pracownika, obliczane jak do ekwiwalentu za urlop wypoczynkowy;
 - po 5 latach pracy - 300%;
 - po 10 latach pracy - 500%;

- po 15 latach pracy - 800%;
- po 20 latach pracy i dłużej - 1100%;

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 poziom odprawy w wysokości dwukrotnie wyższej niż ta wynikająca z ustawy z dnia 13 marca 2003 roku o szczególnych zasadach rozwiązywania z pracownikami stosunku pracy z przyczyn nie dotyczących pracowników. Zasadę tę 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.

Możliwość zrzeszania się

W Citi Handlowy funkcjonują dwie organizacje związkowe: „Związek Zawodowy NSZZ „Solidarność” MOZ nr 871 przy Banku Handlowym w Warszawie S.A.” i „Niezależny Samorządny Związek Zawodowy przy Banku Handlowym w Warszawie S.A.” Bank współpracuje z nimi w zakresie określonym przepisami prawa pracy oraz ustawy o związkach zawodowych, a w szczególności uzgadnia akty normatywne i działania w przyjętym

trybie i za obopólną zgodą. W Banku obowiązuje Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy, którym objętych jest 100% pracowników. **[GRI 102-41]**

Bezpieczeństwo i higiena pracy

Wypadki przy pracy

Działania prowadzone w celu zapewnienia pracownikom Citi Handlowy bezpiecznych i higienicznych warunków pracy uregulowane są w „Procedurze Bezpieczeństwa i Higieny Pracy w Banku Handlowym w Warszawie S.A.” oraz „Procedurze z zakresu bezpieczeństwa pożarowego w Banku Handlowym w Warszawie S.A.”

Statystyki wypadków przy pracy są podstawowym miernikiem skuteczności funkcjonowania systemu bezpieczeństwa i higieny pracy w przedsiębiorstwie. Potwierdzają, na ile efektywnie eliminowane jest prawdopodobieństwo wystąpienia niepożądanych zdarzeń związanych z wykonywaną pracą, a w szczególności wystąpienie u pracowników niekorzystnych skutków zdrowotnych w wyniku zagrożeń zawodowych występujących w środowisku pracy lub związanych ze sposobem wykonywania pracy.

Zmniejszająca się z roku na rok liczba wypadków przy pracy oraz niski wskaźnik częstości wypadków wskazuje na wysoki poziom bezpieczeństwa, jaki zapewniono pracownikom Citi Handlowy. Wpływ na to mają działania w postaci regularnego szkolenia pracowników, opracowanie i udostępnienie pracownikom do stałego wykorzystywania instrukcji bezpiecznej pracy, a także informacji o ryzyku zawodowym, które wiąże się z wykonywaną pracą oraz o zasadach ochrony przed zagrożeniami oraz prowadzenie kwartalnych kontroli placówek pod kątem stanu warunków pracy, które pozwalają na wczesną identyfikację potencjalnych zagrożeń i podejmowanie działań w celu ich likwidacji. **[GRI 103-1, 103-2, 103-3] [GRI 102-11]**

	2020	2019	2018	2017
Wypadki przy pracy	3	7	10	18
Wypadki śmiertelne	0	0	0	0
Wskaźnik częstości*	0,97	2,21	2,94	5,04
Wskaźnik ciężkości**	9,33	18,86	12,50	24,11

[GRI 403-2]

* liczba wypadków ogółem x 1000 / liczba zatrudnionych.

** liczba dni niezdolności do pracy / liczba wypadków - liczba wypadków śmiertelnych.

Szkolenia w dziedzinie BHP

Szkolenie wstępne obejmujące instruktaż ogólny i instruktaż stanowiskowy odbywają wszyscy pracownicy przed dopuszczeniem do pracy oraz studenci odbywający praktyki, w związku z czym 100% pracowników Banku ukończyło wymagane szkolenie.

Szkolenie okresowe dla pracowników Banku prowadzone jest od stycznia 2019 roku jedynie dla osób kierujących pracownikami i w tym wypadku również obowiązek uczestniczenia w szkoleniu nie rzadziej niż co 5 lat jest realizowany przez wszystkich pracowników zobowiązanych do odbycia szkolenia.

Citi Alumni Network

W 2019 roku Citi Handlowy dołączył do sieci Citi Alumni Network (działającej pod adresem www.citalumni-network.com), będąc oficjalnie częścią globalnej platformy, stanowiącej łącznik pomiędzy podmiotami należącymi do Grupy Citi a byłymi pracownikami - alumnami Citi. Razem z nimi Citi tworzy jedną z największych sieci społecznych o globalnym zasięgu. Obecnie społeczność Citi Alumni Network liczy ponad 25000 zarejestrowanych członków. Byli pracownicy Citi Handlowy są częścią tej światowej społeczności, działając jako ambasadorzy marki Citi i wzmacniając jej siłę oddziaływania.

Do sieci Citi Alumni Network może przystąpić każda osoba, która przepracowała w strukturach Citi w sumie co najmniej 12 miesięcy, na podstawie umowy zawartej bezpośrednio z jednym z podmiotów Grupy Citi, i zakończyła współpracę w wyniku wygaśnięcia umowy lub rozwiązania jej za porozumieniem stron bądź też przeszła na emeryturę. Każda osoba spełniająca te dwa podstawowe kryteria może rejestrować się na stronie www.citalumni-network.com.

Citi Alumni Network in Poland

Invite your former colleagues who have spent at Citi 12 months or more to join our global alumni network. Let's all stay connected.

✉ **Questions? Contact us:**
CSC Poland: *CSC Poland CitiAlumni, Citi Handlowy: *EM PL Newsletter

www.citalumni-network.com

citi Citi Alumni Network **citi handlowy**

Citi and Citi Handlowy are registered trademarks of Citigroup Inc., used under license. Citigroup Inc. and its subsidiaries are also entitled to rights to certain other trademarks contained herein.

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 Citi Handlowy im. L. Kronenberga, która w jego imieniu wspiera działania na rzecz dobra publicznego, a także przy wsparciu Citi Foundation.

Fundacja Citi Handlowy 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 w 125. rocznicę 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 1356 dotacji dla ponad tysiąca organizacji pozarządowych.

Fundacja koordynuje jeden z największych i najstarszych w Polsce (powstał w 2005 roku) programów wolontariatu pracowniczego. Od początku istnienia programu pracownicy Citi w Polsce zaangażowali się w działalność wolontariacką prawie 31,7 tys. razy, przepracowując w sumie już prawie 166 tys. godzin, pomagając ponad 383 tys. odbiorców (tyle wynosi liczba mieszkańców Bydgoszczy).

Program Fundacji w roku 2020 został zrewidowany w odpowiedzi na wyzwania, jakie postawiła przed nią pandemia koronawirusa COVID-19. Fundacja zrezygnowała z działań, które wymagały zaangażowania zespołu oraz wolontariuszy w świecie tzw. offline, zmieniła także akcenty w programach - eksponując te, które w sposób szybki i bezpośredni pomagają beneficjentom w odnalezieniu się w sytuacji pandemicznej. W sytuacji przedłużającego się zagrożenia epidemicznego Fundacja postrzegła swoją rolę jako silnego partnera społecznego:

- dla służb ratowniczych i służb ochrony zdrowia, które pozostają pierwszą linią frontu w nierównej walce z COVID-19;
- dla przedsiębiorców, ze szczególnym uwzględnieniem tych, którzy przez ostatnie lata uczestniczyli w programach akceleracyjnych Fundacji oraz w programach współfinansowanych przez Fundację;
- dla partnerów społecznych w programie wolontariackim oraz przez program mikrograntów;
- dla nauczycieli i uczniów, którzy stanęli przed wyzwaniem „zdalnej edukacji”.

Jednocześnie Fundacja realizuje kluczowe elementy swojego programu, przy zastrzeżeniu dostosowania ich do obecnej sytuacji, tj.:

- wszystkie planowane na 2020 rok wydarzenia zostały przeniesione do świata online;

- wolontariat kompetencyjny oraz relacje mentorin-gowe funkcjonowały z sukcesem w formie zdalnej;
- przebudowany został program wolontariatu pracowniczego, by po pierwsze adresował potrzeby społeczne wywołane przez COVID-19, po drugie - angażował wolontariuszy w sposób bezpieczny dla nich (np. rozwój wolontariatu cyfrowego);
- zwiększono zaangażowanie wolontariuszy w zakresie edukacji cyfrowej;
- podjęto realizację kilku projektów badawczych, które pomagają nie tylko w dalszym kształtowaniu programów Fundacji, ale służyć będą także instytucjom, organizacjom oraz samym adresatom programów edukacyjnych. Można do nich zaliczyć następujące projekty: Diagnoza migranckiej przedsiębiorczości, Raport Kobiety w Technologiach 2020, Testy narzędzi technologicznych do zdalnej nauki, Pogłębienie problemów, jakie napotykają nauczyciele w edukacji zdalnej;
- zrewidowano plany dotyczące działań związanych ze 150-leciem Banku: przygotowany został raport „150 lat wpływu Banku Handlowego na rozwój Polski”, w ramach obchodów rocznicowych zdecydowano o „postawieniu” pomnika dla pokoleń - posadzenia 2 hektarów lasów;
- zrezygnowano z działań wymagających organizacji dużych spotkań.

Ponadto rok 2020, na przekór trudnościom, pozwolił Fundacji zaistnieć w świadomości szerszej grupy odbiorców dzięki ogromnemu zaangażowaniu wolontariuszy w promocję działań Fundacji w mediach społecznościowych oraz artykułów w mediach tradycyjnych.

Programy realizowane przez Fundację Citi Handlowy im. L. Kronenberga

Fundacja Citi Handlowy im. L. Kronenberga 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 50 000 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 2020 roku Fundacja Citi Handlowy im. L. Kronenberga dostosowała swoje działania do panującej sytuacji epidemicznej, realizując następujące projekty:

- **Konferencja dla przedsiębiorców** - w pierwszych tygodniach pandemii została zorganizowana konferencja mająca na celu wsparcie kilkuset przedsiębiorców będących beneficjentami programów akceleracyjnych Fundacji oraz tych, którzy aktualnie w tych programach uczestniczą. 2 czerwca 2020 roku, wspólnie z organizacjami partnerskimi (Fundacja Ashoka, Fundacja Edukacyjna „Perspektywy”, Fundacja Think, Fundacja Przedsiębiorczości Kobiet, Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych, StartupPoland, SoDa, Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości - Youth Business Poland), Fundacja zorganizowała konferencję dla przedsiębiorców. Podczas kilkogodzinnego spotkania mieli oni możliwość wysłuchania prelekcji wysokiej klasy ekspertów i praktyków w zakresie:
 - rozwoju e-commerce;
 - zarządzania zespołami rozproszonymi oraz zarządzania zespołami kreatywnymi;
 - budowania relacji z klientami w świecie wirtualnym.

W czasie konferencji zostali ogłoszeni także laureaci konkursu Mikroprzedsiębiorca Roku 2019. Jak podkreślił Sebastian Perczak, Commercial Bank Country Head, Citi: *„Wspieramy mikroprzedsiębiorców i przedsiębiorców jako Citi i jako Citi Foundation. Dbamy o to, żeby polską przedsiębiorczość rozwijać. Także w tych trudnych i niepewnych czasach”*. Podczas wydarzenia zostały również przedstawione finalistki VI edycji programu **Biznes w Kobietych Rękach**.

- **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 Citi Handlowy obecne są m.in.: Accenture, Ericsson, Goldman Sachs, Google, Intel, P&G, NatWest. Na 4. edycję programu IT for SHE, zrealizowaną w 2020 roku, złożyły się następujące elementy:
 - **Program mentoringowy dla dziewcząt**, z udziałem ekspertów z najlepszych firm technologicznych działających w Polsce, w tym 6 mentorów z Citi (3 z Citi Handlowy i 3 z Citibank Europe Plc.);
 - **„Kierunki wirusoodporne”** - event online, zorganizowany w ramach akcji „Dziewczyny na Politechniki”, mającej na celu przekonanie młodych dziewcząt (licealistek) do studiowania przedmiotów ścisłych. Inspiracją dla wydarzenia stał się czas COVID-19 i związana z nim niepewność. Założeniem wydarzenia było zapewnienie

maturzystkom i licealistom chociaż minimalnego poczucia bezpieczeństwa oraz pokazanie, że istnieją kierunki studiów, których ukończenie zwiększy ich potencjał na rynku pracy, ułatwiając znalezienie pracy ciekawej, niezwyklej oraz pełnej wyzwań. Wydarzenie odbyło się w kwietniu 2020 roku - na maturzystów czekali studenci poszczególnych kierunków (m.in. informatyki, ekonometrii, inżynierii biomedycznej, nanotechnologii), którzy opisywali, z czym wiąże się ich studiowanie, a także eksperci - absolwenci pracujący w biznesie. Ze strony Citi zaangażowały się trzy ekspertki (dwie z Citi Handlowy oraz jedna z Citibank Europe Plc). W wydarzeniu udział wzięło ponad 2000 osób.

- **Kampania wolontariacka** skierowana do dzieci i młodzieży z małych miejscowości, zachęcająca je (a w szczególności dziewczęta) do nauki programowania i rozwijania swoich zainteresowań

w obszarze technologii cyfrowych. Ze strony Citi w akcję zaangażowało się trzech wolontariuszy. Odbiorcami tej akcji jest ponad 2000 dzieci z małych miejscowości.

- **Women in Tech Days** - trzydniowe wydarzenie online i pierwszy tego typu event dla kobiet zainteresowanych technologiami, studentek i absolwentek kierunków technologicznych. Uczestniczki mogły zapisać się na szkolenia, posłuchać prelekcji i wykładów, a także tech-talków. Zainteresowani w ramach „Career spa” mieli okazję porozmawiać z pracownikami firm partnerskich na temat ich pracy oraz zapisać się na sesje monitoringowe. Wydarzenie odbyło się zdalnie i zgromadziło sporą widownię - ponad 2000 uczestników. Ze strony Citibank Europe Plc i Citi Handlowy w roli mentorów, „role models”, prowadzących warsztaty i tech-talki, zaangażowało się 15 osób.

Konferencja „Perspektywy. Women in Tech Summit”

Citi Handlowy wraz z Citibank Europe Plc był partnerem strategicznym kolejnej edycji konferencji, największego w regionie Europy Środkowej i Wschodniej oraz Środkowej Azji wydarzenia poświęconego kobietom w branży IT oraz TECH. W tym roku, ze względu na obostrzenia związane z pandemią COVID-19, konferencja odbyła się zdalnie. Zgromadziła ponad 8363 uczestników ze 103 krajów i mimo przeniesienia do sfery wirtualnej stała się miejscem spotkania najbardziej utalentowanych kobiet w branży (nie tylko w Polsce - konferencja odbywała się w trzech strefach czasowych). Podobnie jak w roku ubiegłym konferencję otworzyła komisarz Unii Europejskiej Mariya Gabriel. Warszawski szczyt był adresowany do studentów informatyki, profesjonalistów z firm technologicznych, naukowców i innowatorów. W kongresie wzięło udział 150 międzynarodowych speakerów, 167 mentorów, odbyło się 730 sesji mentoringowych, 55 warsztatów, w których uczestniczyło ponad 2066 osób.

Citi Handlowy reprezentowała **Katarzyna Majewska, Członek Zarządu Banku**, a Key Note Speakerem była Kristine Braden, Managing Director Europe Cluster Head, CEO of CGME, **która w ramach fireside chat ze Sławomirem S. Sikorą, Prezesem Zarządu Citi Handlowy i Country CCO, opowiedziała o swojej drodze do globalnej kariery. Podczas konferencji uczestnicy mogli wejść do internetowych standów każdego z partnerów i porozmawiać z rekruterami, a także przejrzeć oferty pracy. Przez dwa dni konferencji przedstawiciele Citibank Europe Plc prowadzili Geek Game dla uczestników.**

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

Organizatorem konferencji Women in Tech Summit 2020 była Fundacja Edukacyjna „Perspektywy”.



CyberMocn@ Szkoła - program wsparcia dla nauczycieli i uczniów w zakresie bezpiecznej i efektywnej edukacji zdalnej

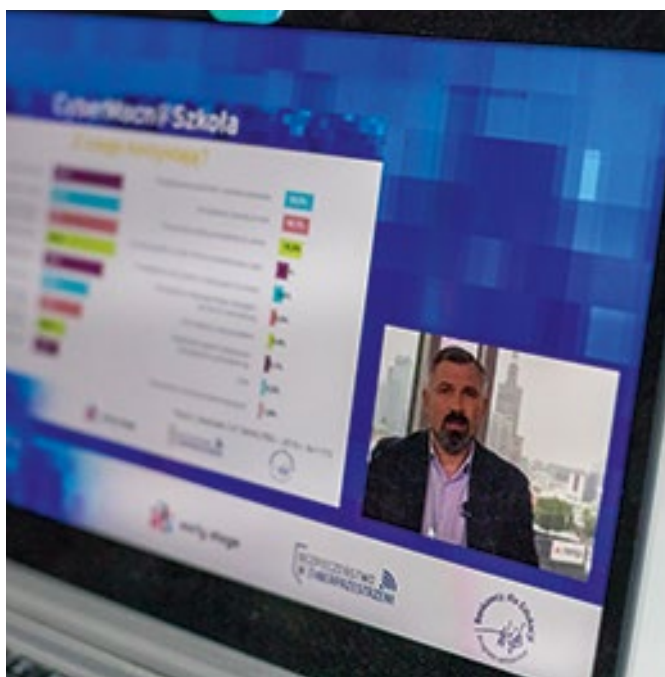
Czas pandemii spowodował konieczność wprowadzenia nauki zdalnej. Ostatnie badania wykazały wiele problemów i potrzeb w systemie edukacji online, a kluczowy z nich wydaje się brak wsparcia dla nauczycieli w zakresie dostarczenia im odpowiednich narzędzi, które mogliby wykorzystywać w codziennym wykonywaniu swoich obowiązków. Dodatkowo konieczność używania sprzętu komputerowego przez dzieci i młodzież do odbywania lekcji online, a co za tym idzie jeszcze częstsze ich przebywanie w świecie wirtualnym, ujawniło wiele zagrożeń i niebezpieczeństw, na które najmłodszy nie są odpowiednio przygotowani. W odpowiedzi na zdiagnozowane problemy w tych obszarach Fundacja przygotowała program skierowany do nauczycieli, który ma na celu ich wsparcie w codziennym wykonywaniu obowiązków zawodowych. Proponowane w trakcie szkolenia rozwiązania będą mogły być wykorzystane również po zakończeniu pandemii i powrocie nauki do szkół stacjonarnych.

Program zakłada trzy moduły skierowane do: nauczycieli nauczania wczesnoszkolnego, wychowawców klas IV-VIII i szkół ponadpodstawowych oraz do nauczycieli języka angielskiego. We wszystkich modułach Fundacja zamierza przeprowadzić warsztaty, które z jednej strony wyposażą nauczycieli w narzędzia i rozwiązania techniczne, usprawniające ich codzienną pracę z uczniem w trybie online, z drugiej zaś pokażą, jak bezpiecznie wprowadzić dzieci i młodzież w świat wirtualny i pokazać zagrożenia, jakie się z tym wiążą. Ze względu na specyfikę poszczególnych obszarów każdy moduł różni się nieco od pozostałych.



Po odbyciu warsztatów każdy uczestnik otrzyma zaświadczenie oraz scenariusz prowadzenia zajęć (w konkretnej tematyce) dla innych nauczycieli w swojej placówce. Udostępnione zostaną również scenariusze pracy z dziećmi i młodzieżą oraz rodzicami. Przewidywany jest też moduł dotyczący cyberzagrożeń, skierowany bezpośrednio do wolontariuszy Citi. Po przeszkoleniu będą oni mogli przeprowadzić proste zajęcia w placówkach, z którymi współpracują w ramach realizacji swoich projektów wolontariackich.

Projekt CyberMocn@ Szkoła wystartował w październiku 2020 roku, jego zakończenie planowane jest na marzec 2021 roku. Projekt spotkał się z ogromnym zainteresowaniem odbiorców, a rekrutacja do niego zamknęła się w ciągu 24 godzin od jej uruchomienia. Fundacja otrzymała ponad pół tysiąca zgłoszeń, rozszerzając planowaną pulę „adresatów” projektu do niemal 600 uczestników. W 2020 roku odbyły się dwa otwarte wykłady z liczbą widzów sięgającą niemal 2000 oraz dwa spotkania warsztatowe dla 13 grup nauczycieli.



#Las na Zawsze - jubileuszowy projekt wolontariacki z okazji 150-lecia Banku Handlowego w Warszawie

Z okazji 150-lecia istnienia Banku, chcąc w sposób szczególny zaakcentować ten niezwykły jubileusz i pozostawić po nim coś trwałego, wspólnie z wolontariuszami klientami oraz Fundacją Las na Zawsze, Fundacja Citi Handlowy posadziła pod Warszawą oraz pod Olsztynem niemal 2 hektary lasu. Wykorzystano do tego prawie 3000 sadzonek drzew liściastych i krzewów, takich jak: dąb bezszypułkowy, wiąz pospolity, grab, jesion, leszczyna, klon, jarząb, czeremcha, rokitnik, olsza czarna, topola, wierzba. Są to gatunki rdzenne, które wspierają bioróżnorodność polskich lasów.



Las im. Banku Handlowego to najlepsza emanacja postępu. Realnie i długofalowo przyczynia się do zmiany świata na lepsze - wpływa na poprawę jakości powietrza. Odpowiada też na jeden z najbardziej palących ekologicznych problemów współczesnego świata - wylesienie. Każdy posadzony przez Citi Handlowy hektar lasu w ciągu 24 godzin wytwarza ok. 700 kilogramów tlenu (roczne zapotrzebowanie człowieka na tlen to 176 kg). Zaspokaja to dobowe zapotrzebowanie 2500 osób. Posadzone przez Citi Handlowy drzewa i krzewy przyczynią się też do redukcji emisji CO₂ Banku - całkowita ilość pochłoniętego dwutlenku węgla dla zasadzonych w roku 2020 sadzonek szacuje się na akumulację ok. 287 t CO₂ w przeciągu 100 lat istnienia lasu. To w przypadku postępujących zmian klimatycznych jest zauważalnym wkładem w lepszą przyszłość.

W kolejnych latach lasy będą „dosadzane”, by uzupełnić je o nowe gatunki oraz te, które obumarły. Dodatkowo współpraca z Fundacją Las na Zawsze daje nam pewność, że las jest posadzony „na zawsze” i zabezpieczony prawnie.

„Trudno o coś bardziej trwałego niż las. Ten, który został zasadzony przez Citi Handlowy, będzie się naturalnie starzał, nie zostanie wycięty i pozostanie z nami na zawsze. W 2021 roku planujemy kontynuację tej akcji”.

Sławomir S. Sikora

Prezes Zarządu Citi Handlowy oraz Szef Citi w Polsce

Ochrona dziedzictwa i działania związane z jubileuszem 150. rocznicy powstania Banku Handlowego

W 2020 roku przypadła okrągła, bo 150. rocznica powstania Banku Handlowego w Warszawie S.A. Fundacja jest koordynatorem działań związanych z obchodami tej rocznicy. Warto tu zaznaczyć, że Citi Handlowy pozostaje fenomenem na skalę nie tylko krajową, ale i międzynarodową, jest bowiem najstarszym polskim bankiem komercyjnym i jednym z najstarszych nieprzerwanie działających banków w Europie. Przede wszystkim jednak to bank, który od początku swojej działalności odgrywał istotną, a często wręcz kluczową rolę w rozwoju polskiej gospodarki i bankowości, jak również polskiej kultury, edukacji i ważnych przedsięwzięć społecznych.

- **Jubileuszowy raport - 150 lat wpływu Banku Handlowego na rozwój Polski** - opracowanie traktuje o szczególnej instytucji i szczególnej historii. Zaprasza Czytelnika w podróż przez burzliwe dzieje ostatnich 150 lat, opowiedziane z perspektywy jednego podmiotu: Banku Handlowego w Warszawie S.A. Jest to więc nie tylko opowieść o działalności jednej firmy, ale też o przedsięwzięciach, które stały się jej dziedzictwem, a także o uwarunkowaniach jej rozwoju - historii gospodarczej kraju, którą w dużym stopniu współtworzyła, oddziałując na różne sfery stale zmieniającego się otoczenia. Całość publikacji stanowi swego rodzaju usystematyzowany zestaw naniesionych na oś czasu faktów i wydarzeń, dokumentujących oddziaływanie Banku Handlowego na różne sfery polskiej rzeczywistości. Celem nadrzędnym, który przyświecał ich wyborowi, było ukazanie logiki i natury tego oddziaływania. Jest to opowieść o ważnych momentach w dziejach Banku, ale także próba bardziej usystematyzowanej oceny tego, jakie jest znaczenie jego dzisiejszej działalności i pozycji.
- **Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztor** - najbardziej prestiżowa nagroda przyznawana corocznie instytucjom lub osobom prywatnym za starania na rzecz ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego. Laureatem XXI edycji Nagrody został prof. Jerzy Limon, dyrektor gdańskiego Teatru Szekspirowskiego, nagrodzony za stworzenie wyjątkowego miejsca, w którym tradycja spotyka się z nowoczesnością, miejsca, które w nowoczesny sposób promuje sztukę współczesną i przedstawia ją w kontekście tradycji. Kolejna XXII edycja, ze względu na sytuację epidemiologiczną, decyzją Kapituły została przełożona na rok 2021.

- **Program Dotacji** - konkurs grantowy, poprzez który Fundacja Citi Handlowy im. L. Kronenberga wspiera najbardziej wartościowe projekty realizowane przez instytucje non profit w sferze edukacji i rozwoju lokalnego. W 2020 roku włączając się w obchody 150-lecia Banku, przyznano dofinansowanie Muzeum Historii Żydów Polskich Polin na realizację projektu „Pragmatycy i wizjonerzy - polscy Żydzi i ich dziedzictwo”. Była to seria spotkań z wybitnymi postaciami, które zrewolucjonizowały obszary, w których działał m.in. Leopold Kronenberg - założyciel Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Patron Fundacji Citi Handlowy.

Szeroka rozpoznawalność i poparcie dla działań Fundacji w mediach tradycyjnych oraz w mediach społecznościowych

O działaniach Fundacji pisali zarówno dziennikarze, wolontariusze, uczestnicy programów Fundacji, jak i interesariusze (m.in. Ambasador Stanów Zjednoczonych w Polsce). Dla przykładu: informacje na temat działań wolontariackich wyświetlane były przez użytkowników Facebooka oraz Twittera ponad 3 mln razy. Do wysokiej liczby wzmianek na temat Fundacji w mediach tradycyjnych przyczyniły się także raporty badawcze, których realizację Fundacja współorganizowała:

- **Diagnoza migranckiej przedsiębiorczości społecznej w Polsce** - opis dziewięciu inicjatyw biznesowo-społecznych migrantów i migrantek, które wspierała Fundacja podczas programu oraz rekomendacje, jak poprawić sytuację przedsiębiorczych migrantów i migrantek w Polsce. Raport powstał w ramach programu Hello Entrepreneurship, realizowanego przez Ashoka Polska we współpracy z Citi Foundation. Partnerem merytorycznym programu jest Fundacja Citi Handlowy;
- **Raport Kobiety w Technologiach 2020. Rewolucja przyspiesza** - 1000 respondentek (500 studentek kierunków technicznych i ścisłych oraz 500 profesjonalistek z branży high-tech). Bogaty i szczegółowy portret współczesnych profesjonalistek w branży technologicznej oraz wchodzących do tej branży studentek pokazuje ich aspiracje oraz wyzwania. „Pełzająca rewolucja” związana z szerszym wchodzeniem kobiet do świata technologii wychwycona w badaniu z 2015 roku obecnie przyspiesza. Raport powstał w ramach programu Shesnnovation Academy realizowanego przez Perspektywy we współpracy z Citi Foundation. Partnerem merytorycznym programu jest Fundacja Citi Handlowy.

Programy realizowane przy wsparciu Citi Foundation

W 2020 roku zrealizowano w Polsce następujące projekty przy wsparciu Citi Foundation:

- **Tydzień dla Oszczędzania** - program łączący edukację finansową i kształtowanie postaw przedsiębiorczych, którego 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”, Programu Rozwoju Przedsiębiorczości oraz konkursów na uczelniach i wśród szkół średnich w ramach gry „Pierwszy Milion”. W 2020 roku uczestnicy programu założyli 25 nowych firm. Na platformie www.rozwijamy.edu.pl, gdzie odbyło się ponad 900 webinarów, obecnych jest 950 przedsiębiorców.
- **Biznes w kobiecych rękach** - program realizowany we współpracy z Fundacją Przedsiębiorczości Kobiet, skierowany do 60 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 2020 roku rozpoczęła się VII edycja programu.
- **Mikroprzedsiębiorca Roku** - konkurs organizowany został po raz ostatni w 2020 roku przez stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych 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. Tytuł Mikroprzedsiębiorcy Roku 2019 otrzymała firma SVEP+ - producent pneumatycznych masztów oświetleniowych wykorzystywanych dla ratowania ludzkiego życia, głównie w pojazdach służb ratowniczych lub w trakcie zdarzeń losowych. W kolejnych kategoriach laureatami zostali: Nano Sanguis w kategorii PROGRES, Little Chef w kategorii SENIOR, MusicON Młody Biznes oraz Laava Tech w kategorii START.
- **Hello Entrepreneurship** - program mający na celu wsparcie przedsiębiorczości społecznej migrantów i migrantek w Polsce realizowany we współpracy z Fundacją Ashoka Polska. Misją projektu jest to, by talent i ciężka praca migrantów przyczyniły się do ogólnego dobrobytu, a także sukcesu społecznego i gospodarczego Polski. Zgłaszając swoją inicjatywę do programu, uczestnicy otrzymują kompleksowe wsparcie, dostosowane do ich potrzeb tak, aby ich pomysły były możliwe do realizacji. Przykładowe rodzaje wsparcia to: pomoc w opracowaniu modelu biznesowego, wsparcie promocyjne, ułatwienie kontaktów z inwestorami oraz innymi firmami. Do drugiej edycji projektu, rozpoczętej jesienią 2020 roku, zgłosiło się ponad 80 pomysłodawców. Celem programu jest powstanie 10 przedsiębiorstw społecznych do maja 2021 roku.
- **Shesnovation Academy** - pilotażowy projekt mający na celu powstanie start-upów kobiecych w obszarach STEM. Program jest realizowany we współpracy z Fundacją Edukacyjną „Perspektywy”. Według raportu z 2018 roku przygotowanego przez Startup Poland jedynie 26% polskich start-upów zostało założonych przez kobiety. Projekt skierowany jest do studentek, doktorantek i absolwentek kierunków technicznych i ścisłych, ale także do wszystkich innych kobiet, które chcą założyć własny start-up technologiczny. Składa się on z szeregu narzędzi wsparcia, które pozwolą uczestniczkom zbudować niezbędne kompetencje, zarówno biznesowe, jak i miękkie, służące urzeczywistnieniu marzeń o własnym biznesie. Elementem programu jest również indywidualne wsparcie mentoringowe ze strony doświadczonych managerek, właścielek firm technologicznych, które osiągnęły sukces rynkowy oraz przedstawielek świata nauki. W ramach projektu powstało 10 start-upów technologicznych, które zaprezentowały się podczas Gali Shesnovation Academy zorganizowanej online w maju 2020 roku.

#PROGRAM WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO - WOLONTARIUSZE CITI WSPIERAJĄ WALKĘ Z PANDEMIĄ COVID-19

Wolontariat Pracowniczy

W Citi Handlowy realizowany jest największy w Polsce program wolontariatu pracowniczego, koordynowany przez Fundację Citi Handlowy im. L. Kronenberga. Jego celem jest rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników Banku.

W obliczu trwającej pandemii COVID-19 Fundacja stanęła przed szczególnymi wyzwaniami związanymi z organizacją Programu Wolontariatu Pracowniczego w 2020 roku. Działania Fundacji skupiły się na pomocy stale rosnącej grupie osób potrzebujących interwencyjnego oraz długofalowego wsparcia, przy jednoczesnym zapewnieniu zaangażowania wolontariuszy Citi w sytuacji zagrożenia epidemiologicznego i silnych obostrzeń. Wymagało to przemodelowania programu wolontariatu i wdrożenia projektów w oparciu o zasady „zachowania dystansu społecznego”.

Kluczowe inicjatywy realizowane w ramach Programu Wolontariatu Pracowniczego w 2020 roku to:

- #CisiBohaterowie - akcja pomocy dla ratowników medycznych,
- wolontariat kompetencyjny w oparciu o spotkania online,
- pomoc interwencyjna dla grup szczególnie narażonych na skutki pośrednie pandemii, m.in. seniorów i Domów Pomocy Społecznej, Domów Dziecka, ośrodków dla uchodźców.



#CisiBohaterowie

#CisiBohaterowie to akcja uruchomiona we współpracy z wolontariuszami Citi w pierwszych dniach pandemii. Dzięki aktywnemu wsparciu wolontariuszy Fundacja zapewniła posiłki ponad 350 ratownikom medycznym z Warszawy i Olsztyna. Dzięki wsparciu wpłacających oraz podwojeniu zebranej kwoty przez Citi Handlowy i Citi-bank Europe Plc. przygotowano i dostarczono służbom medycznym ponad 8300 posiłków. To pomogło im przetrwać pierwsze, najtrudniejsze dni w nowej sytuacji.

Zbiórka specjalna miała na celu wsparcie pracowników służby zdrowia, w szczególności personelu ratownictwa medycznego. To oni nieustannie działają na pierwszej linii frontu walki z COVID-19, ryzykując swoje zdrowie i życie. Akceptując codziennie wysokie ryzyko zarażenia, są „Cichymi Bohaterami”.

W celu zwiększenia efektywności zbiórki uruchomiona została bramka do szybkich płatności, co zwiększyło zaangażowanie prywatnych uczestników inicjatywy. Jednocześnie akcja zdobyła szerokie zainteresowanie wśród klientów, co pozwoliło wspólnie z Partnerami Biznesowymi z Banku zainicjować poniższe kampanie:

- procent od transakcji walutowych wśród klientów korporacyjnych przeznaczany na rzecz wsparcia akcji #CisiBohaterowie (5-tygodniowa akcja);
- świąteczny prezent dla #CichychBohaterów – klienci korporacyjni zamiast prezentów świątecznych otrzymali życzenia od Banku z informacją, że w tym wyjątkowym czasie budżet prezentowy zostaje przeznaczony na akcje #CisiBohaterowie;
- włączenie akcji #CisiBohaterowie w wirtualne zawody sportowe – przebiegnięte kilometry zostały przeliczane na kwoty wpłat (Ironman);
 - 38 000 km w ramach COVID Relief Challenge;
 - bieg na 20-lecie Regionalnego Centrum Rozliczeń w Olsztynie.

W rezultacie, w ramach akcji #CisiBohaterowie, we współpracy z Fundacją Wsparcia Ratownictwa Medycznego oraz Polskim Centrum Pomocy Międzynarodowej zostały zakupione:

- odzież ochronna dla szpitali w Warszawie i Olsztynie;
- 2 mobilne respiratory – wyposażenie szpitali w Warszawie oraz Olsztynie;
- 7 przenośnych urządzeń USG – wyposażenie 7 karet pogotowia w sprzęt do lepszej diagnozy COVID-19, który pomaga w szybki sposób sprawdzić stan płuc. To pierwsze tego typu urządzenia w Polsce, pozwalające jednocześnie ratownikom

medycznym właściwie zdiagnozować osoby poszkodowane także w wypadkach drogowych, zwiększając tym samym szanse na przeżycie osób z poważnymi obrażeniami wewnętrznymi. W ten sposób pomagamy dziennie niemal 200 osobom potrzebującym interwencji ratowników medycznych;

- nowoczesny wideolaryngoskop do bezpiecznej intubacji pacjentów przez ratowników medycznych.



Wolontariat kompetencyjny

Fundacja z sukcesem rozwijała również program wolontariatu kompetencyjnego, przenosząc do świata online relacje ekspertów oraz mentorów z młodymi ludźmi,

młodymi przedsiębiorcami, kobietami planującymi założyć biznes, kobietami-naukowcami, chcącymi skomercjalizować swoje pomysły oraz migrantami.

Przykłady długofalowego wolontariatu kompetencyjnego:

SIEĆ PRZEDSIĘBIORCZYCH KOBIEC (Citi FOUNDATION)	12 menterek wspierających istniejące lub nowopowstałe biznesy
FUNDACJA EDUKACYJNA „PERSPEKTYWY (Citi FOUNDATION)	18 mentorów zaangażowanych w relacje 1 na 1 oraz w konferencje w programie Shesnnovation Academy i It for SHE
POLSKI KOMITET PARAOLIMPIJSKI	2 mentorów poprowadziło szkolenie dla paraolimpijczyków „Jak zbudować silną markę?”
FUNDACJA „THINK!” (Citi FOUNDATION)	10 mentorów pomagało stworzyć biznesy młodym ludziom
ASHOKA POLSKA (Citi FOUNDATION)	10 mentorów wspierało migrantów w założeniu przedsiębiorstw społecznych
JUNIOR ACHIEVEMENT (Citi FOUNDATION)	7 wolontariuszy zaangażowało się w prace przy konkursie na miniprzsiębiorstwo Produkcik
PSONI – Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną, FUNDACJA ITAKA	13 wolontariuszy pomogło w rozwiązaniu konkretnych problemów NGO w ramach Citi Skills Marathon
IT FOR SHE	13 wolontariuszy pomagało studentkom kierunków informatycznych

Pomoc interwencyjna dla grup szczególnie narażonych na skutki pośrednie pandemii, m.in. seniorów i Domów Pomocy Społecznej, Domów Dziecka, ośrodków dla uchodźców.

W ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności, który w 2020 roku przybrał wyjątkową formę 6-miesięcznej kampanii, w Polsce zaangażowało się ponad 1700 wolontariuszy z Citi Handlowy i Citibank Europe Plc. To najlepszy wynik spośród wszystkich krajów Europy Środkowo-Wschodniej oraz Afryki (w ramach całej grupy Citi). Fundacji udało się zaangażować pracowników Citi do działań w ramach wolontariatu wirtualnego (np. korepetycje online dla dzieci, nauka programowania dla uczniów), jak i działań w nowych formatach typu: wspólne zbiórki pieniężne oraz rzeczowe, pakowanie paczek dla potrzebujących, a także sadzenie roślin.

W ramach działań wolontariackich w 2020 roku wolontariusze m.in.:

- uszyli samodzielnie ponad 1000 maseczek dla seniorów;
- dostarczyli ponad 1000 paczek pomocowych dla seniorów i kombatantów przebywających w Domach Pomocy Społecznej, Domach Środowiskowych oraz uczęszczających na Warsztaty Terapii Zajęciowej;

- stworzyli rozwiązanie technologiczne dla Polskiego Stowarzyszenia na Rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną, które zapewni elektroniczny harmonogram zajęć i usprawni działalność placówki;
- zorganizowali zbiórkę charytatywną na rzecz dzieci przebywających w placówkach opiekuńczo-wychowawczych w Warszawie i w Specjalnym Ośrodku Szkolno-Wychowawczym dla dzieci Niesłyszących w Olsztynie;
- posadzili rośliny oraz pomalowali ławki na terenie dwóch podwarszawskich Domów Pomocy Społecznej;
- przygotowali ponad 100 komputerów bankowych do użycia dla dzieci (refurbishment komputerów, odnowienie). Komputery zostały przekazane do domów dziecka i szkół podstawowych, gdzie służą dzieciom podczas nauki zdalnej.

Realizację tych inicjatyw Fundacja wspierała finansowo poprzez mikrogranty, ale także logistycznie – pomagając wolontariuszom w realizacji projektów w warunkach zaostrzonego reżimu sanitarnego.

By osiągnąć jeszcze większą skalę, Program Wolontariatu Pracowniczego będzie rozwijany również w 2021 roku w oparciu o szereg wypracowanych w 2020 roku

rozwiązań. W I kwartale 2021 roku planowana jest m.in. reaktywacja konkursu na granty dla wolontariuszy, którzy

gotowi są pomóc grupom dotkniętym bezpośrednio lub pośrednio przez pandemię.

STATYSTYKI PROGRAMU WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO:

	2020**	2019	2018	2017
Liczba projektów	58	250	251	249
Liczba odbiorców	19 600	48 000	40 500	37 000
Zaangażowanie wolontariuszy*	2, 137	4 500	4 480	3 700
Liczba projektów w ramach konkursu „Wolontariusz na Bank!”	brak	129	104	108

* liczba aktywności wolontariackich, które podjęli pracownicy Citi wraz z przyjaciółmi i rodziną.

** w 2020 roku ze względu na pandemię COVID-19 wolontariusze nie mogli realizować projektów w dotychczasowym wymiarze godzin i dotychczasowej liczbie projektów.

Live Well at Citi

Live Well at Citi jest globalną inicjatywą Grupy Citi, promującą kulturę zdrowia i aktywny styl życia. Citi Handlowy realizuje ją z powodzeniem już od kilku lat, łącząc sportowe zmagania z działaniem na rzecz potrzebujących. Spójna z misją Banku idea wspierania lokalnych społeczności niezmiennie towarzyszy wydarzeniom sportowym, w których pracownicy Citi Handlowy biorą udział razem z klientami Banku jako zawodnicy drużyny Live Well at Citi, a jednocześnie jako wolontariusze - #CitiVolunteers - wspierają wybrany cel społeczny.

W minionym roku Citi Handlowy kontynuował działania w ramach Live Well at Citi, których celem była przede wszystkim odpowiedź na potrzeby pracowników, będące następstwem ograniczeń związanych z pandemią, wiosennym lockdownem i wielomiesięczną pracą zdalną.

Również w wymiarze społecznym działania te ukierunkowane były na działania wspierające walkę z pandemią koronawirusa.

Pandemia COVID-19 wpłynęła na wszystkie aspekty życia, w tym na aktywność fizyczną. Większość wydarzeń sportowych w 2020 roku nie odbyła się, a w miejsce zawodów rozgrywanych w świecie realnym pojawiły się zawody i wyzwania wirtualne. Długie tygodnie spędzone w domach sprawiły, że osoby aktywnie uprawiające sport chętnie brały udział w tych inicjatywach. Pragnąc więc połączyć przyjemne z pożytecznym, Citi Handlowy zainicjował we współpracy z organizatorem zawodów IRONMAN Poland sportowe wyzwanie wirtualne dla biegaczy i kolarzy, którego celem było wsparcie akcji „[Cisi Bohaterowie](#)” i pomoc w walce ze skutkami pandemii.

Zawody triathlonowe 5150 Warsaw, które miały się odbyć 14 czerwca, zostały odwołane, dlatego właśnie tego dnia wystartował Citi Handlowy COVID-19 Relief Challenge. Pierwszy dzień wyzwania polegał na wirtualnym wyścigu kolarskim po pierwszej polskiej trasie udostępnionej zawodnikom w technologii Augmented Reality, a dobrze znanej z zawodów 5150 Warsaw. W drugiej części wyzwania, która trwała do końca czerwca, uczestnicy mieli do wyboru: pokonanie dystansu 40 kilometrów na rowerze lub przebiegnięcie dowolnej trasy o długości 10 kilometrów.



Udział w wyzwaniu Citi Handlowy COVID-19 Relief Challenge był bezpłatny, za to każdy zawodnik mógł dobrowolnie dołożyć swoją „cegiełkę” na zakup nowoczesnego sprzętu do diagnostyki osób zakażonych koronawirusem w ramach akcji „Cisi Bohaterowie”. Uczestnicy wyzwania pokonali w sumie 10 000 kilometrów, wspierając zbiórkę środków na zakup sprzętu do szybkiej diagnozy COVID-19.

Pandemia sprawiła, że zaczęliśmy jeszcze bardziej doceniać korzyści, które daje nam sport: jest wspaniałą odskocznią od trudów dnia codziennego, ale też daje nam poczucie wspólnoty i świadomość, że wszyscy jesteśmy w tym trudnym okresie razem. Zaczęliśmy też zwracać większą uwagę na inne aspekty zdrowego stylu życia, szukając sposobów na zwiększenie odporności organizmu. W odpowiedzi na te potrzeby Citi Handlowy zorganizował w ramach Live Well at Citi serię warsztatów dla pracowników o tematyce związanej z budowaniem odporności i dbaniem o kondycję w czasie pandemii. Współpracujący z Citi Handlowy eksperci w dziedzinie dietetyki, medycyny sportowej i trenerzy odpowiadali na pytania: jak zdrowe odżywianie wzmacnia naszą odporność, jak mądrze zadbać o swoją formę i nie dać się wirusom, a także wyjaśniali tajniki bezpiecznego

treningu biegowego dla osób o różnych poziomach zaawansowania.

We wrześniu pracownicy Citi Handlowy po raz kolejny wystartowali w charytatywnym biegu organizowanym przez Fundację Poland Business Run, który tak jak większość imprez sportowych w minionym roku odbył się w nowej, wirtualnej formule. Biorąc w nim udział, zawodnicy Live Well at Citi ponownie dali szansę na lepsze życie osobom po amputacjach kończyn. Citi w Polsce angażuje się w to wydarzenie od pierwszej edycji warszawskiego biegu w 2014 roku. Choć wirtualna formuła zeszłorocznej edycji biegu Poland Business Run sprawiła, że ten bieg był inny niż zwykle, to cel pozostał ten sam: zbiórka środków na protezy, rehabilitację i wsparcie psychologiczne dla osób po amputacjach. W ubiegłym roku wystartowało w nim sześć pięcioosobowych drużyn składających się z pracowników banku Citi Handlowy i centrum usług wspólnych Citibank Europe plc. Citi. Razem z nimi w wirtualnym biegu wzięli udział utytułowani mistrzowie paraolimpijscy: Natalia Partyka, czterokrotna mistrzyni paraolimpijska w tenisie stołowym, oraz Maciej Lepiatio, dwukrotny mistrz paraolimpijski i czterokrotny mistrz świata osób niepełnosprawnych w skoku wzwyż.

Udział w Poland Business Run to kolejna inicjatywa, poprzez którą Citi w Polsce wspiera budowanie bardziej różnorodnego, inkluzywnego społeczeństwa, przyczyniając się do zmiany postrzegania osób z niepełnosprawnościami. Od trzech lat Citi Handlowy jest partnerem Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego, a w ramach globalnego zespołu Team Citi Bank wspiera dwoje zawodników reprezentujących Polskę.



Mecenat kulturalny i sponsoring

Rok 2020 przyniósł zmianę formuły współpracy z partnerami organizującymi konferencje i inne wydarzenia, w tym edukacyjne czy kulturalne. Citi Handlowy skoncentrował swoje działania wokół inicjatyw, których celem było m.in. wsparcie przedsiębiorców, klientów, służb medycznych i społeczeństwa.

Wśród wydarzeń, które Bank współorganizował, była zorganizowana online konferencja „Firma wirusodporna”, podczas której ogłoszono laureatów programu Biznes w Kobięcych Rękach oraz Mikroprzedsiębiorcę Roku 2019.

Rok 2020 to kolejny rok współpracy sponsoringowej Banku z Polskim Komitetem Paraolimpijskim. Współpraca ta jest elementem globalnej inicjatywy Citi wspierającej ruch paraolimpijski i dążenie do zmiany społecznego postrzegania niepełnosprawności, gdzie liczy się człowiek, jego pasje oraz osiągnięcia.

W ramach globalnego projektu **Team Citi** Citi w Polsce wspiera także dwoje wybitnych sportowców - **Natalię Partykę**, czterokrotną mistrzynię paraolimpijską w tenisie stołowym, oraz **Macieja Lepiatę**, dwukrotnego mistrza paraolimpijskiego i czterokrotnego mistrza świata osób z niepełnosprawnością w skoku wzwyż.

Jako organizacja wspierająca ruch paraolimpijski w Polsce Citi Handlowy był Sponsorem Głównym medialnej kampanii promującej wyniki **2. Plebiscytu Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego na Sportowca 2020 roku**. Szablistka Kinga Drózdź, tegoroczna zwyciężczyni zawodów Pucharu Świata w Eger, została wybrana Sportowcem Roku 2020 w 2. Plebiscycie Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego i odebrała specjalne wirtualne gratulacje od wolontariuszy Citi Handlowy oraz Sławomira S. Sikory, Prezesa Banku.

Jednym z wielu działań, poprzez które Citi Handlowy wspierało osoby z niepełnosprawnościami i pomagało budować społeczeństwo akceptujące różnorodność, był udział w największym charytatywnym biegu biznesowym w Polsce - Poland Business Run. W tym roku wystartowało w nim sześć pięcioosobowych drużyn składających się z pracowników Citi Handlowy oraz centrum usług wspólnych Citibank Europe plc. Razem z nimi pobiegli mistrzowie paraolimpijscy z **Team Citi: Natalia Partyka i Maciej Lepiato**. Choć wirtualna formuła tegorocznej edycji sprawiła, że ten bieg był inny niż zwykle, to cel pozostał ten sam: zbiórka środków na protezy, rehabilitację i wsparcie psychologiczne dla osób po amputacjach. Wolontariusze Citi Handlowy, zarówno ci biorący udział w biegu, jak i kibicujący drużynie bankowej, aktywnie uczestniczyli w zbiórce.

W 2020 roku Bank był też partnerem Citi Handlowy COVID-19 Relief Challenge, wirtualnej rywalizacji, podczas której uczestnicy mieli do pokonania dystans 40 kilometrów na rowerze lub 10 kilometrów biegiem. Każdy zawodnik mógł dobrowolnie przekazać dowolną kwotę pieniędzy na rzecz akcji #CisiBohaterowie, prowadzonej przez Fundację Citi Handlowy na rzecz służb medycznych.

W grudniu 2020 roku Citi Handlowy został sponsorem tytularnym zawodów triathlonowych IRONMAN 70.3 Warsaw oraz 5150 Warsaw, które zaplanowane są na 2021 rok. Bank pozostaje także sponsorem sierpniowych zawodów IRONMAN Poland Gdynia i Enea IRONMAN 70.3 Gdynia.



O Sprawozdaniu

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A., działającego pod marką Citi Handlowy (dalej „Bank” lub „Citi Handlowy”) oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. (dalej „Grupa”) (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.

W Sprawozdaniu opisano działalność Banku oraz jego spółki zależnej - Domu Maklerskiego Banku Handlowego S.A. (dalej „DM Citi Handlowy”). **[GRI 102-45]** Pozostałe spółki należące do grupy kapitałowej Citi Handlowy, uwagi na skalę swojej działalności, nie zostały uwzględnione w niniejszym Sprawozdaniu. W raportowanym okresie nie zaszły żadne istotne zmiany w strukturze Grupy ani jej łańcuchu dostaw. **[GRI 102-10]**

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, wchodzili przedstawiciele: 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 Rzecznicy klienta.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy sporządzone zostało zgodnie z ustawą z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (Dz.U. z 2019 roku, poz. 351 z późniejszymi zmianami), zgodnie z którą Grupa podlega obowiązkowi sprawozdawczemu, według standardu raportowania GRI standards. **[GRI 102-54]** Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy prezentuje działalność Grupy za okres od 1 stycznia 2020 roku do 31 grudnia 2020 roku. **[GRI 102-49]**, chyba że w treści Sprawozdania wskazano inaczej. Grupa publikuje sprawozdania w cyklu rocznym. **GRI 102-52]** Ostatnie sprawozdanie sporządzono za rok 2019. **[GRI 102-51]**

Niniejsze Sprawozdanie zawiera korekty informacji opublikowanych w raporcie za 2019 rok. Korekty te dotyczą zmian zużycia niektórych mediów i wyliczenia emisji CO₂ w 2019 roku, przeliczonych ponownie w 2020 roku z uwzględnieniem faktur dotyczących roku 2019, a dostarczonych po terminie publikacji raportu za 2019 rok. **[GRI 102-48]**

Sprawozdanie stanowi integralną część Raportu Roczno-Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. i jest dostępne na stronie internetowej Citi Handlowy www.citihandlowy.pl w zakładce „Informacje finansowe”.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Adam Piotrak

Dyrektor Biura Relacji Inwestorskich

Citi Handlowy

Bank Handlowy w Warszawie S.A.

ul. Senatorska 16

00-923 Warszawa

adam.piotrak@citi.com

[GRI 102-53]

Indeks treści GRI standards

[GRI 102-55]

W proces raportowania zaangażowani byli pracownicy i menedżerowie odpowiedzialni za poszczególne obszary raportowania. Raport nie jest poddawany audytowi zewnętrznemu.

RAPORT SPORZĄDZONO WEDŁUG STANDARDÓW GRI: OPCJA PODSTAWOWA (CORE).

Standard GRI	Tytuł Standardu GRI	Numer wskaźnika	Tytuł wskaźnika	Numer strony
GRI 101	Podstawa 2016	GRI 101 nie zawiera żadnych ujawnień		
Ogólne standardowe informacje				
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-1	Nazwa organizacji	6
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-2	Działalność, marki, produkty i usługi	6
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	7
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-4	Lokalizacja biur organizacji	7
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-5	Forma własności i struktura prawna	7
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-6	Obsługiwane rynki	11
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-7	Skala działalności	10
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-8	Informacja o pracownikach	65 , 66 , 67 , 69 , 70 , 72 , 73
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-9	Łańcuch dostaw	37
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-10	Znaczące zmiany w organizacji i jej łańcuchu dostaw	7 , 96
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-11	Zasada lub podejście dotyczące ostrożności	16 , 42 , 74 , 75
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-13	Członkostwo w organizacjach	19
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	4
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-15	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i możliwości	16 , 43 , 74 , 75
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania	23
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-17	Mechanizmy dotyczące zasięgania porad wyjaśnienia wątpliwości na temat etyki	26
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-18	Struktura zarządzania	14
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-25	Konflikt interesów	40
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-30	Efektywność procesów zarządzania ryzykiem	11 , 57 , 77
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-40	Lista grup Interesariuszy	18
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-41	Układy zbiorowe pracy	81
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-42	Identyfikacja i selekcja Interesariuszy	18
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-43	Podejście do angażowania Interesariuszy	18
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-45	Jednostki ujęte w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych	8 , 96
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-48	Korekty informacji z poprzednich raportów	96
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-49	Zmiany w raportowaniu	46 , 48 , 96
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-50	Okres raportowania	
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-51	Data ostatniego raportu	96
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-52	Cykl raportowania	96
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-53	Osoba do kontaktu	96

GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-54	Stwierdzenie dotyczące raportowania zgodnie z zasadami GRI	96
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-55	Indeks treści GRI	97
Podjęcie do zarządzania				
GRI 103	Podjęcie do zarządzania 2016	103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	9, 10, 23, 26, 37, 42, 63
GRI 103	Podjęcie do zarządzania 2016	103-2	Podjęcie do zarządzania i jego składowe	9, 10, 23, 26, 33, 34, 37, 42, 47, 63
GRI 103	Podjęcie do zarządzania 2016	103-3	Ocena podjęcia do zarządzania	9, 10, 23, 34, 37, 42, 47, 63
Specyficzne informacje na dany temat				
GRI 201	Wyniki ekonomiczne 2016	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i rozdyskrebowana	11
GRI 205	Przeciwdziałanie korupcji 2016	205-2	Komunikacja i szkolenia z procedur i polityk antykorupcyjnych	41
GRI 205	Przeciwdziałanie korupcji 2016	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	41
GRI 301	Materiały 2016	301-1	Zużywane materiały według wagi i objętości	49
GRI 302	Energia 2016	302-1	Zużycie energii w organizacji	48
GRI 302	Energia 2016	302-4	Ograniczenia zużycia energii	48
GRI 303	Woda 2016	303-1	Pobór wody według źródła	48
GRI 305	Emisje 2016	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	44, 48
GRI 305	Emisje 2016	305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	44
GRI 305	Emisje 2016	305-3	Inne istotne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)	44
GRI 306	Ścieki i odpady 2016	306-2	Odpady według metody zagospodarowania	49
GRI 401	Zatrudnienie 2016	401-2	Świadczenia oferowane pracownikom	79
GRI 401	Zatrudnienie 2016	401-3	Urlopy macierzyńskie	71
GRI 403	Bezpieczeństwo i higiena pracy 2016	403-2	Rodzaj urazów i wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych, nieobecności w pracy i liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą	81
GRI 404	Szkolenia i edukacja 2016	404-2	Programy rozwoju kompetencji zawodowych	60, 61, 62
GRI 404	Szkolenia i edukacja 2016	404-3	Odsetek pracowników otrzymujących regularną ocenę pracy i rozwoju kariery	62
GRI 405	Różnorodność i równość szans 2016	405-1	Różnorodność wśród zarządu i pracowników	56, 57, 66, 73
GRI 405	Różnorodność i równość szans 2016	405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet do mężczyzn	63
GRI 406	Przeciwdziałanie dyskryminacji 2016	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania	27
GRI 412	Prawa człowieka-ewaluacja 2016	412-2	Pracownicy przeszkoleni z procedur lub polityk dotyczących praw człowieka	26

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 2020 roku

Podpisy Członków Zarządu

23.03.2020 roku	Sławomir S. Sikora	Prezes Zarządu	
.....
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
23.03.2020 roku	Natalia Bożek	Wiceprezes Zarządu	
.....
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
23.03.2020 roku	Maciej Kropidłowski	Wiceprezes Zarządu	
.....
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
23.03.2020 roku	Dennis Hussey	Wiceprezes Zarządu	
.....
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
23.03.2020 roku	Barbara Sobala	Wiceprezes Zarządu	
.....
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
23.03.2020 roku	James Foley	Członek Zarządu	
.....
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
23.03.2020 roku	Katarzyna Majewska	Członek Zarządu	
.....
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis



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

citi handlowy®

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.