

**List Prezesa Zarządu do raportu rocznego  
Banku Handlowego w Warszawie S.A.**

Szanowni Państwo,

Z satysfakcją oddaję w Państwa ręce sprawozdanie z działalności Banku Handlowego w Warszawie S.A. za 2009 rok. Biorąc pod uwagę sytuację na światowych rynkach finansowych, był to kolejny rok pełen wyzwań. Przyjęta i konsekwentnie realizowana przez nas strategia, pozwoliła Bankowi nie tylko bezpiecznie przejść przez trudny czas zawirowań, ale przede wszystkim wypracować dogodną pozycję beneficjenta oczekiwanego wzrostu gospodarczego!

W 2009 roku byliśmy świadkami zawirowań na światowych rynkach finansowych związanych z konsekwencjami globalnego kryzysu kredytowego. W ciągu pierwszych dwóch kwartałów tempo wzrostu polskiej gospodarki zdecydowanie wyhamowało. Do spowolnienia przyczyniło się kilka czynników; przede wszystkim był to spadek inwestycji, obniżenie się dynamiki konsumpcji prywatnej oraz głębokie dostosowanie poziomu zapasów. Dodatkowo, odwrót inwestorów zagranicznych od rynków wschodzących miał negatywny wpływ na wartość złotego. Rok 2009 był również niełatwym okresem dla polskiego sektora bankowego, który znajdował się pod wpływem niekorzystnych warunków makroekonomicznych. Prowadzenie działalności bankowej stało się zdecydowanie trudniejsze i bardziej ryzykowne, a obniżenie płynności na rynku międzybankowym przełożyło się na istotny wzrost kosztu pozyskania kapitału. Miniony rok przyniósł jednak wyraźną poprawę nastrojów na rynku akcji, co odzwierciedlały wzrosty wszystkich głównych indeksów Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

W 2009 roku Bank wypracował zysk netto w wysokości 525,2 mln zł. W tym samym okresie przychody operacyjne wzrosły o 127,0 mln w porównaniu do 2008 roku i wyniosły 2 521,2 mln zł. Wynik netto obciążały jednak wyższe koszty ryzyka kredytowego, które wzrosły o 363,9 mln zł w porównaniu do 2008 roku. Z kolei koszty działania Banku, ogólnego zarządu oraz amortyzacji spadły o 7,9%. W 2009 roku Bank odnotował poprawę efektywności kosztowej – wskaźnik koszty/dochody spadł o 7,6 p.p. w porównaniu do 2008 roku.

Jednym z naszych priorytetów zarządzania w 2009 roku było zapewnienie bezpieczeństwa oszczędnościom naszych Klientów, zarówno indywidualnych, jak i instytucjonalnych. Odzwierciedleniem takiego podejścia jest fakt, że Citi Handlowy posiada stabilną bazę kapitałową oraz jeden z najlepszych na rynku wskaźników płynności. Stosunek kredytów do depozytów na koniec 2009 roku wynosił 53%. Pomimo trudnej sytuacji na rynku, Citi Handlowy jako jeden z nielicznych banków w Polsce zamknął ubiegły rok wysokim zyskiem (525,2 mln zł netto). Z kolei, przychody z działalności operacyjnej Banku były o 127,0 mln zł (tj. o 5,3%) wyższe w porównaniu do poprzedniego roku. Jest to niewątpliwie dobra wiadomość dla naszych Klientów i Akcjonariuszy. Osiągnięcie takiego wyniku było możliwe dzięki szybkiemu dostosowaniu do dynamicznie zmieniającej się sytuacji gospodarczej w kraju i na świecie – konserwatywnemu podejściu do akcji kredytowej, monitoringowi i umiejętnemu zarządzaniu ryzykiem, a także efektywnej polityce kosztowej. Jestem przekonany, że tak przygotowane mocne fundamenty pozwolą Citi Handlowy stać się beneficjentem gospodarki wychodzącej z kryzysu.

W 2009 roku Citi Handlowy wzmocnił pozycję na rynku banków depozytariuszy w Polsce – pełnił obowiązki depozytariusza dla 7 otwartych funduszy emerytalnych oraz 45 funduszy i subfunduszy inwestycyjnych. Dzięki silnej pozycji płynnościowej, Bank nie był zmuszony do agresywnego budowania bazy depozytów pozyskiwanych dużym kosztem. W ubiegłym roku, nawet w okresie osłabionej płynności i dużej zmienności na rynku, Citi Handlowy nieprzerwanie oferował Klientom konkurencyjne ceny walut. Stworzyliśmy także nową, rozbudowaną wersję platformy Online Trading pod nazwą CitiFX Pulse, która umożliwia transakcje wymiany walutowej on-line. W ubiegłym roku liczba jej aktywnych użytkowników wzrosła o ok. 25%, a dochody z tytułu transakcji zawartych za jej pośrednictwem wzrosły o ponad 20% w stosunku do roku poprzedniego.

Na szczególną uwagę zasługuje rozszerzona oferta Pionu Bankowości Transakcyjnej – faktoring z usługą miękkiej windykacji wobec dłużników, dyskonto akredytywy importowej, polecenie zapłaty dla kart gwarantowanych, a także wyciągi w formie elektronicznej dla kart Visa Business. Rok 2009 był kolejnym rokiem intensywnego rozwoju programów finansowania dostawców w obszarze Produktów Finansowania Handlu. W IV kwartale ubiegłego roku objęliśmy takimi programami ponad 300 firm, a wielkość aktywów zwiększyła się trzykrotnie w stosunku do poprzedniego roku. W 2009 Citi Handlowy utrzymał pozycję niekwestionowanego lidera przedpłaconych kart płatniczych w Polsce. Na koniec roku szacowany udział Banku w rynku mierzony obrotami na kartach przedpłaconych Visa wyniósł ponad 80%.

W ubiegłym roku Bank dał się również poznać jako lider pozyskiwania kapitału dla sektora publicznego. Najbardziej spektakularnym przykładem mogą być obsługiwane przez nas programy emisji obligacji dla Miasta Stołecznego Warszawy i Białegostoku, odpowiednio na kwoty 4 mld i 100 mln zł. Citi Handlowy przystąpił również w roli gwaranta na poziomie 300 mln zł do Programu Emisji Obligacji Polskiej Grupy Energetycznej S.A. na łączną kwotę 2 mld zł. Objął również pełną gwarancję i przeprowadził emisję obligacji drogowych Banku Gospodarstwa Krajowego na kwotę 600 milionów zł. Do zdecydowanych sukcesów Banku można również zaliczyć udział w transakcji sfinansowania wypłaty dywidendy dla PZU o wartości 3 mld zł. Była to jedna z największych transakcji typu *reverse repo* ostatnich 20 lat.

Po stronie sektora bankowości detalicznej, w 2009 roku wciąż dużym zainteresowaniem cieszyły się flagowe produkty i usługi oferowane przez Citi Handlowy. Należą do nich między innymi karty kredytowe, których portfel na koniec roku wynosił 1 031 000 i był to wzrost o 1,5% w stosunku do roku poprzedniego. Wychodząc naprzeciw potrzebom naszych Klientów, od maja 2009 roku nowe karty kredytowe dla Klientów indywidualnych posiadają mikroprocesor. Jest to kolejne, po podpisie i zdjęciu posiadacza karty oraz 72-godzinnej ochronie w przypadku jej utraty, zabezpieczenie, które czyni nasze karty kredytowe jednymi z najbardziej bezpiecznych produktów tego typu na rynku. W ubiegłym roku Citi Handlowy, jako pierwszy Bank w Polsce, zastosował model sprzedaży kart kredytowych, polegający na tym, że dystrybucja karty partnerskiej prowadzona jest przez sieć sprzedaży operatora sieci komórkowej. W ramach tej współpracy od połowy marca karta kredytowa Citibank-Plus dostępna była w 17, a do końca roku w 140 salonach Plus GSM. To, co w ubiegłym roku znacząco wyróżniało ofertę Citi Handlowy to przywileje niefinansowe powiązane z produktami Banku. Przykładem może być Pakiet Medyczny, który umożliwia posiadaczom konta osobistego i ich bliskim skorzystanie po preferencyjnej cenie z prywatnej opieki medycznej.

W 2009 roku Bank został podwójnie certyfikowany dokumentami o międzynarodowym znaczeniu – certyfikatem ISO 27001 w zakresie bezpieczeństwa oraz certyfikatem BS 25999 dotyczącym ciągłości biznesu. Niezależni Audytorzy uznali nasze procedury za zgodne z najwyższymi międzynarodowymi standardami.

W minionym roku działalność Banku została doceniona i wyróżniona prestiżowymi nagrodami. Citi Handlowy został nagrodzony Wyróżnieniem Honorowym oraz godłem Bank Przyjazny dla Przedsiębiorców w X edycji konkursu organizowanego przez Krajową Izbę Gospodarczą oraz Polsko-Amerykańską Fundację Doradztwa dla Małych Przedsiębiorstw. Dzięki głosom Klientów, nasz Bank zajął pierwsze miejsce w rankingu najlepszych instytucji świadczących usługi zarządzania środkami

finansowymi „Best Cash Management Bank” przygotowanym przez znany brytyjski magazyn „Euromoney”.

Z kolei usługi powiernicze Citi Handlowy zostały wyróżnione statusem „Top Rated” w kategorii "Leading Clients" w ankiecie przeprowadzonej wśród Klientów profesjonalnych przez specjalistyczne wydawnictwo branżowe "Global Custodian". Doceniona została również oferta Banku dla sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw. W zestawieniu przygotowanym przez Instytut Analiz Gospodarczo-Ekonomicznych dla miesięcznika Home&Market otrzymała „Różę bez kolców”.

Strategicznym wyrazem społecznej odpowiedzialności Banku jest jego kompleksowe zaangażowanie w edukację finansową. Wyniki przeprowadzonych przez nas szerokich badań na temat stanu wiedzy finansowej Polaków, utwierdziły nas w przekonaniu, że podjęty kierunek jest właściwy. Dlatego też wyszedłem z inicjatywą stworzenia Narodowej Strategii Edukacji Finansowej w oparciu o szeroką koalicję organizacji społecznych i instytucji publicznych. Jest to projekt ponad podziałami, mający na celu stworzenie nowoczesnego, kompleksowego systemu edukacji finansowej odpowiadającego zmieniającym się potrzebom społeczeństwa. W 2009 roku, poprzez założoną przez Bank Fundację Kronenberga, podobnie jak w latach ubiegłych, realizowaliśmy programy edukacyjne dla setek tysięcy dzieci, młodzieży, nauczycieli oraz ludzi dorosłych. Przedsięwzięcia takie jak „Od Grosika do Złotówki”, „Moje Finanse”, „Tydzień dla Oszczędzania” czy portal ZrozumFinanse.pl należą do najważniejszych inicjatyw edukacyjnych z zakresu finansów i ekonomii w Polsce. Prowadzimy również największy w Polsce program wolontariatu pracowniczego, dzieląc się wiedzą, umiejętnościami i doświadczeniem z lokalnymi społecznościami, w których żyjemy i pracujemy. Działania Banku w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu zostały docenione. Przyznano nam pierwsze miejsce w „Rankingu Odpowiedzialnych Firm” organizowanym przez Dziennik Gazetę Prawną w kategorii „Bankowość i ubezpieczenia”. Dodatkowo, Citi Handlowy jako jedna z 16 spółek wszedł w skład nowego indeksu na GPW w Warszawie, prestiżowego „RESPECT Index”, który służy do mierzenia wartości portfela firm najbardziej odpowiedzialnych społecznie.

W 2010 rok weszliśmy z Nową Strategią Rozwoju Banku. Naszym celem nadal pozostaje długoterminowe budowanie wartości dla akcjonariuszy poprzez zapewnienie odpowiedniego zwrotu z kapitału, jak również utrzymanie płynności oraz adekwatności kapitałowej na poziomie gwarantującym bezpieczeństwo naszym Klientom i zaufanie do instytucji. Istotna również pozostanie efektywność naszych działań. Bank skupiać się będzie jednak na zintensyfikowaniu współpracy z Klientami, oferując im obsługę dopasowaną do ich oczekiwań i preferencji. Chcemy być liderem pod względem innowacyjności proponowanych rozwiązań koncentrując się przy tym na zapewnieniu najwyższej na rynku satysfakcji Klientów. Chcemy dopasować rolę Banku do procesu rozwoju Naszych Klientów, i tych korporacyjnych i tych indywidualnych! Budując z nimi długotrwałą relację świadczyć będziemy usługi na najwyższym, oczekiwanym przez nich, poziomie. Koncentracja na satysfakcji Klienta, budowa zaufania oraz wprowadzanie nowych, innowacyjnych rozwiązań dopasowanych do potrzeb Klientów – to nasze motto na najbliższe lata!

Przekazując Państwu sprawozdanie za 2009 rok, chciałbym podziękować naszym Klientom i Akcjonariuszom za zaufanie, jakim nas obdarzyli. W imieniu całego Zarządu pragnę podziękować Członkom Rady Nadzorczej za nieoceniony merytoryczny nadzór nad działalnością naszej organizacji. Dziękuję także wszystkim pracownikom za ich ciężką pracę i wkład włożony w rozwój oraz umacnianie pozycji rynkowej naszego Banku.

Sławomir S. Sikora,

Prezes Zarządu