

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych 2019



**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 2019 roku**

Spis treści

4 O Citi Handlowy

5 Struktura akcjonariatu

6 Grupa kapitałowa

6 Misja

7 Model biznesowy

8 Wyniki finansowe

11 Strategia

11 Perspektywy rozwoju

12 Struktura zarządzania

13 Ryzyka związane z działalnością

14 Ład korporacyjny

16 Interesariusze

18 Nagrody i wyróżnienia

20 Jak prowadzimy działalność?

20 Kodeks etyczny

21 Przeciwdziałanie dyskryminacji

24 Odpowiedzialne zarządzanie relacjami z klientami

32 Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw

33 Zarządzanie ryzykiem braku zgodności



Projekty proekologiczne (s. 42)



Wolontariat pracowniczy (s. 72)



City Pride Network Poland (s. 48)



Ruch paraolimpijski (s. 76)

36 Troska o środowisko

36 Systemy zarządzania ochroną środowiska

37 Mniejszy ślad środowiskowy

42 Projekty proekologiczne

43 Produkty i usługi odpowiedzialne społecznie

46 Rozwój talentów i różnorodność

46 Różnorodność

50 Rozwój pracowników

54 Polityka zatrudnienia

55 Struktura zatrudnienia

62 Troska o pracowników

65 Działalność socjalna

68 Rozwój społeczności

68 Zaangażowanie społeczne

72 Wolontariat pracowniczy

78 Mecenat kulturalny i sponsoring

79 O raporcie

80 Indeks treści GRI standards

List Prezesa Zarządu

[GRI 102-14]

Szanowni Państwo,

Z ogromną przyjemnością przedstawiam Państwu niniejszy raport, podsumowujący działania Banku Handlowego w Warszawie S.A. w zakresie odpowiedzialności społecznej, etyki biznesu, wyrównywania szans oraz ochrony środowiska.

Od 150 lat misją banku jest **wspieranie postępu poprzez działanie na rzecz rozwoju gospodarki, lokalnych społeczności i klientów, a także finansowanie projektów, które zmieniają na lepsze środowisko**, w którym żyjemy i pracujemy. Jako część Grupy Citi, jednej z największych globalnych instytucji finansowych, kontynuujemy te tradycje i wdrażamy zasady odpowiedzialności społecznej w każdej sferze naszej działalności.

Jesteśmy instytucją zaufania publicznego, dlatego niezwykle ważną kwestią jest dla nas **stosowanie najlepszych praktyk biznesowych, wysokich standardów etycznych oraz przestrzeganie obowiązujących przepisów prawa**. Jesteśmy sygnatariuszem kodeksu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” oraz stosujemy zasady ładu korporacyjnego dla instytucji nadzorowanych. Poważnie podchodzimy do kwestii przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu. Wszyscy nasi pracownicy regularnie przechodzą obowiązkowe szkolenia z tego zakresu, a także z zakresu sankcji ekonomicznych czy przeciwdziałania i wykrywania korupcji.

Wierzmy, że **etyczne i uczciwe podejście do współpracy z klientami stanowi podstawę naszych relacji**. Należymy do elitarnego grona instytucji wyróżnionych tytułem „**Super Etycznej Firmy**”, przyznawanego spółkom, które w sposób kompleksowy i systemowy budują i wzmacniają kulturę organizacyjną opartą na etyce i wartościach. Jako jedna z niewielu instytucji kilka lat temu wprowadziliśmy zasadę nieużywania „drobnego” druku i gwiazdek w umowach z klientami. Ta zasada obowiązuje do dziś. Odpowiedzialnie podchodzimy do konstruowania rozwiązań finansowych dla klientów, dzielimy się z nimi wiedzą i doświadczeniem. Stawiamy na innowacyjne rozwiązania, które pomagają klientom oszczędzać czas, a przede wszystkim – unowocześniać zarządzanie ich finansami. W zeszłym roku **wprowadziliśmy jako pierwszy bank w Polsce całkowicie zdalny i zautomatyzowany, biometryczny proces kredytowy dla klientów indywidualnych**.



Sławomir S. Sikora
Prezes Zarządu

Z podobnym zaangażowaniem podchodzimy do działań na rzecz środowiska. Citi Handlowy prowadzi monitoring zużycia energii, modernizację instalacji i oświetlenia, inwestuje w termoizolację budynków. Te inicjatywy pomogły nam **zmniejszyć zużycie energii elektrycznej aż o 22%, a energii cieplnej o 24% w latach 2016-2019**. Systematycznie zmniejszamy ilość zużywanego papieru – **tylko w zeszłym roku wykorzystaliśmy ponad 3 miliony kartek mniej, co przekłada się na około 360 ocalonych drzew**. Korzystamy też z ekologicznych rozwiązań – klienci Citi Handlowego otrzymali od banku kalendarze na 2020 rok wykonane z trawy oraz z naturalnego płótna, które w 100% podlegają recyklingowi. Troski o środowisko oczekujemy także od naszych dostawców.

Tak samo wysokie standardy wyznaczamy sobie, tworząc **przyjazne środowisko pracy**. Promujemy kulturę organizacyjną, w której pracownicy traktują siebie z szacunkiem i która daje im możliwość pogodzenia życia zawodowego z codziennymi obowiązkami i prywatnymi pasjami. Jednym z wyznaczników kultury jest różnorodność. Jesteśmy wśród zaledwie pięciu firm wyróżnionych w **I edycji Diversity&Inclusion Rating**, inicjatywie Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte, której celem jest zmierzenie poziomu zaawansowania firmy w obszarze różnorodności i budowania włączającej, etycznej organizacji.

Ważnym elementem naszego działania jest wsparcie kobiet w realizacji ich celów zawodowych. W Citi Handlowym sami dajemy dobry przykład - u nas wynagrodzenia, awans oraz rozwój nie mają płci. **Kobiety stanowią 43% składu Zarządu i stoją u steru trzech kluczowych obszarów działalności: ryzyka, finansów oraz operacji i technologii.** W całym banku piastują 50% stanowisk menedżerskich. Zasada jest, że kobiety oraz mężczyźni na równorzędnych stanowiskach mają być wynagradzani równo, zgodnie z kompetencjami. Dzielimy się naszymi dobrymi praktykami w zakresie wspierania różnorodności w ramach Male Champion of Club, inspirując inne firmy do podejmowania wyzwań, takich jak choćby zwiększenie udziału kobiet w procesach decyzyjnych, walki z luką płacową między kobietami i mężczyznami.

Staramy się też wspierać kobiety poza naszą organizacją. Poprzez działalność Fundacji Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga **przyczyniliśmy się już do powstania 169 firm założonych przez kobiety!** To ogromny sukces, tym bardziej znaczący, że 80% z nich przetrwało próbę czasu i utrzymuje się na rynku. Polskie organizacje społeczne otrzymały od fundacji ponad **2 mln złotych na wsparcie przedsiębiorczości**, w tym przedsiębiorczości kobiet. Ponadto **do polskich organizacji pozarządowych trafiło ponad milion dolarów ze środków Fundacji Citi (Citi Foundation).** Wsparcie przeznaczone jest m.in. na projekty skupiające się na poprawie integracji finansowej, przedsiębiorczości oraz rozwoju biznesowego migrantów w Polsce. To realny wkład w rozwój gospodarczy naszego kraju, a także bardzo ważna część naszej strategii wspierania postępu.

Społeczna odpowiedzialność jest wpisana w DNA naszej organizacji. **Nasz program wolontariatu pracowniczego jest jednym z największych takich przedsięwzięć w Polsce. W 2019 roku pracownicy Citi w Polsce zrealizowali 250 projektów, angażując się 4500 razy i docierając z pomocą do 48 tysięcy osób.** Zależy nam na tym, by nasze działania wywierały realny wpływ społeczny, dlatego nasze projekty wolontariackie wpisują się w zrównoważone cele rozwoju ONZ, w tym w szczególności zapewnienie wszystkim ludziom zdrowego życia oraz promocję dobrobytu, stabilnego, zrównoważonego i inkluzyjnego wzrostu gospodarczego, bezpieczeństwa miast i osiedli ludzkich.

Od ponad roku Citi Handlowy jest partnerem Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego. Wpisujemy się tym w globalną inicjatywę Citi wspierającą ruch paraolimpijski i **dążenie do zmiany społecznego postrzegania niepełnosprawności.** Citi w Polsce wspiera także w ramach globalnego projektu Team Citi dwoje wybitnych sportowców - Natalię Partykę, czterokrotną mistrzynię paraolimpijską w tenisie stołowym, oraz Macieja Lepiatę, dwukrotnego mistrza paraolimpijskiego i czterokrotnego mistrza świata osób niepełnosprawnych w skoku wzwyż. **Citi Handlowy był też Sponsorem Głównym Gali Finałowej 1. Plebiscytu Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego** na Sportowca 2019 roku, podczas której przyznano pierwszą w historii statuetkę im. sir Ludwiga Guttmanna.

Jednym z wielu działań, poprzez które Citi Handlowy wspierał osoby z niepełnosprawnościami i pomagał budować społeczeństwo akceptujące różnorodność, był udział w największym charytatywnym biegu biznesowym w Polsce - **Poland Business Run.** Biegi sztafetowe organizowane są w 9 miastach w całej Polsce, by wspierać młode osoby po amputacjach, dając im szansę na lepsze życie. Citi Handlowy był sponsorem stołecznej edycji tego wydarzenia - Warszawa Business Run.

Wszystkie działania, o których wspominam powyżej, są dla nas bardzo ważne. Dzięki nim pomagamy zmieniać świat na lepsze. Co nie mniej ważne, budujemy organizację, z której każdy z nas może być dumny. Nie mówimy ostatniego słowa.

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

O Citi Handlowy

Bank Handlowy w Warszawie S.A. [GRI 102-1] to jedna z najsilniejszych instytucji finansowych na polskim rynku, łącząca doświadczenie i tradycje polskiej bankowości z nowoczesnym sposobem prowadzenia finansów. Bank, 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, wprowadzeniem pierwszej w Polsce bankowości telefonicznej 24/7, wprowadzeniem CitiFX Pulse - najnowocześniejszej w Polsce platformy wymiany walut oraz wprowadzeniem rozwiązania do obsługi wpłat masowych - SpeedCollect, 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*.

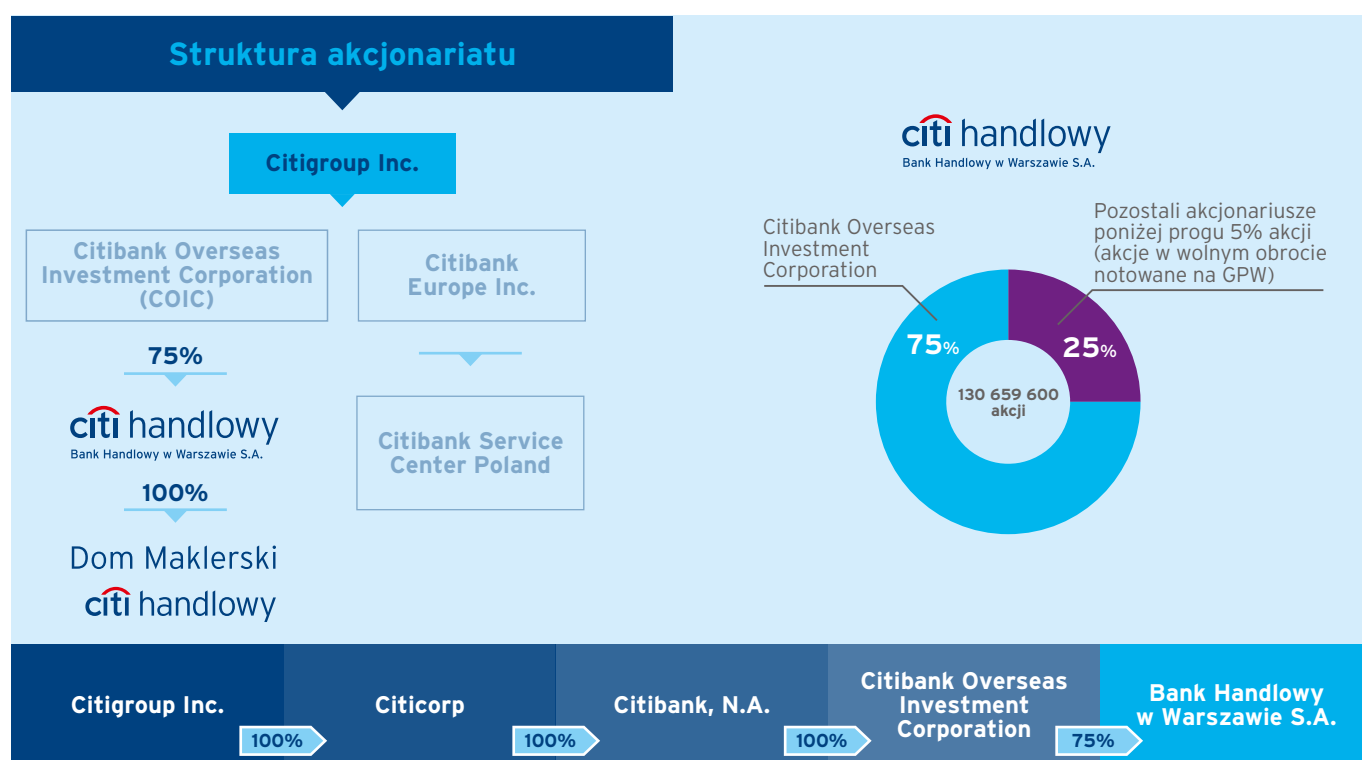
Citi Handlowy spełnia najwyższe standardy ładu korporacyjnego. Od 2003 roku, tj. od momentu ich ustanowienia przez GPW, realizuje wiele programów społecznych, m.in. wspierających edukację finansową oraz wolontariat pracowniczy.

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

kapitałe akcyjnym 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 2019 roku nie wystąpiły żadne znaczące zmiany w strukturze akcjonariatu. **[GRI 102-10]**

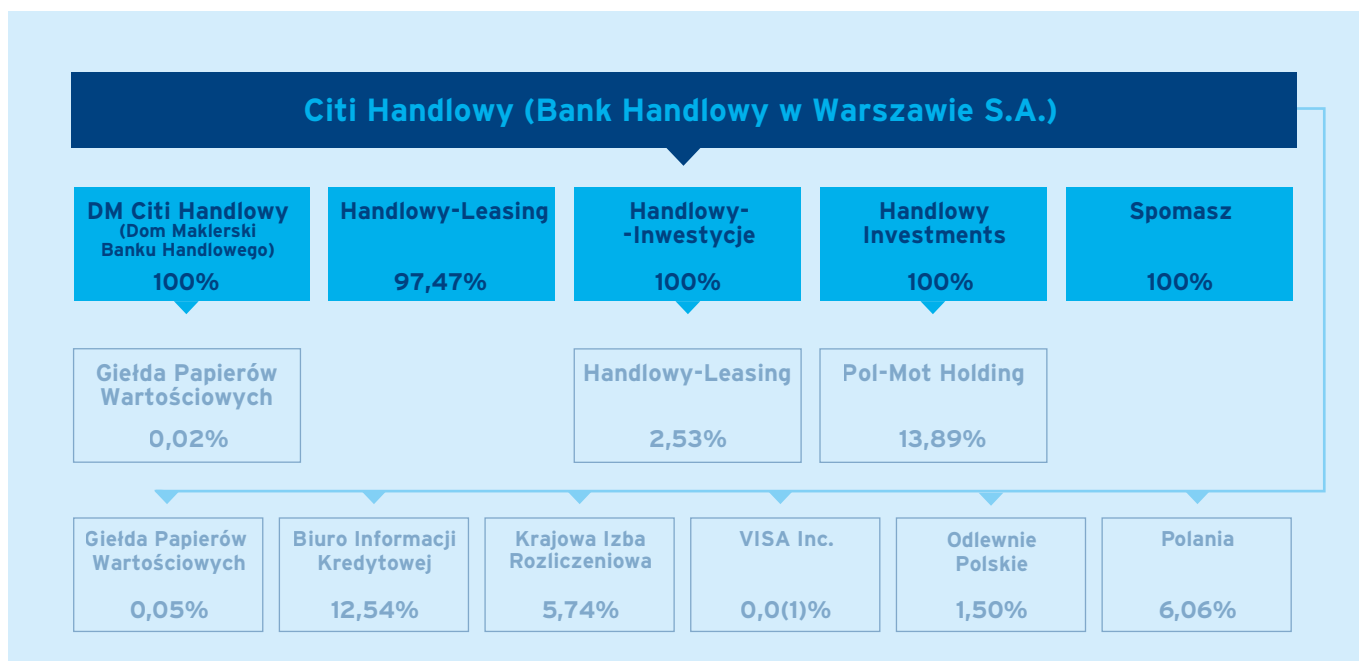
Grupa Kapitałowa

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



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.



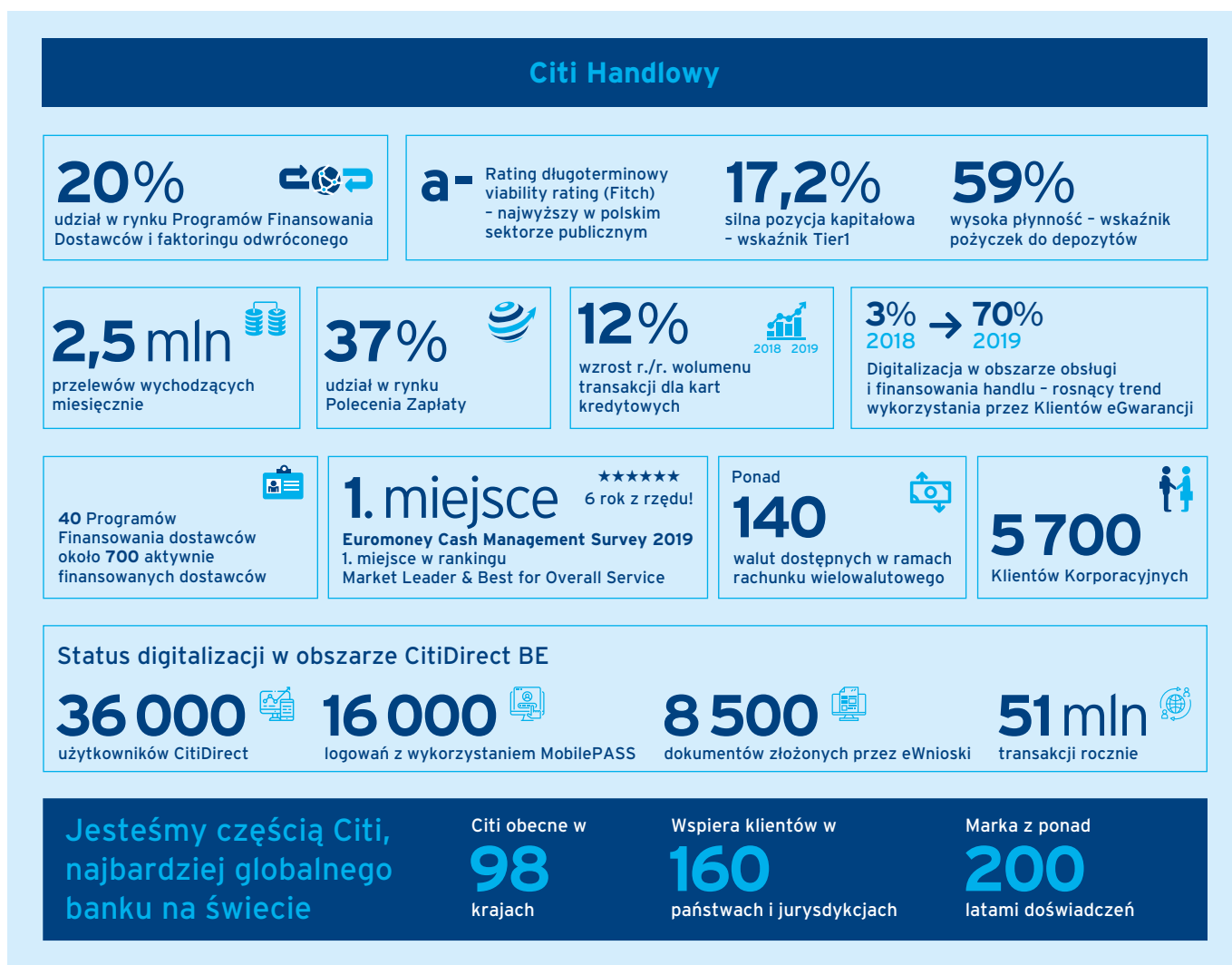
Model biznesowy

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 17,2%, tj. 3,6 p.p. powyżej regulacyjnych progów kapitałowych,
 - Wysoka płynność, wskaźnik L/D na poziomie 60%,
- Zaufanie
 - Lider w usługach FX, powierniczych, maklerskich, Cash Management, Wealth Management,
 - Bank pierwszego wyboru dla 73% klientów instytucjonalnych.

SKALA DZIAŁALNOŚCI BIZNESOWEJ



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 21 oddziałów usytuowanych w 9 największych polskich miastach, system

bankowości internetowej i mobilnej, za pośrednictwem bankowości telefonicznej, a także poprzez kanał dystrybucji detalicznej Universal Bankers (doradcy mobilni) oraz sieć 4,5 tys. bankomatów (w ramach sieci partnerskiej) oraz 50 własnych.

SKALA DZIAŁALNOŚCI BIZNESOWEJ [GRI 102-7]

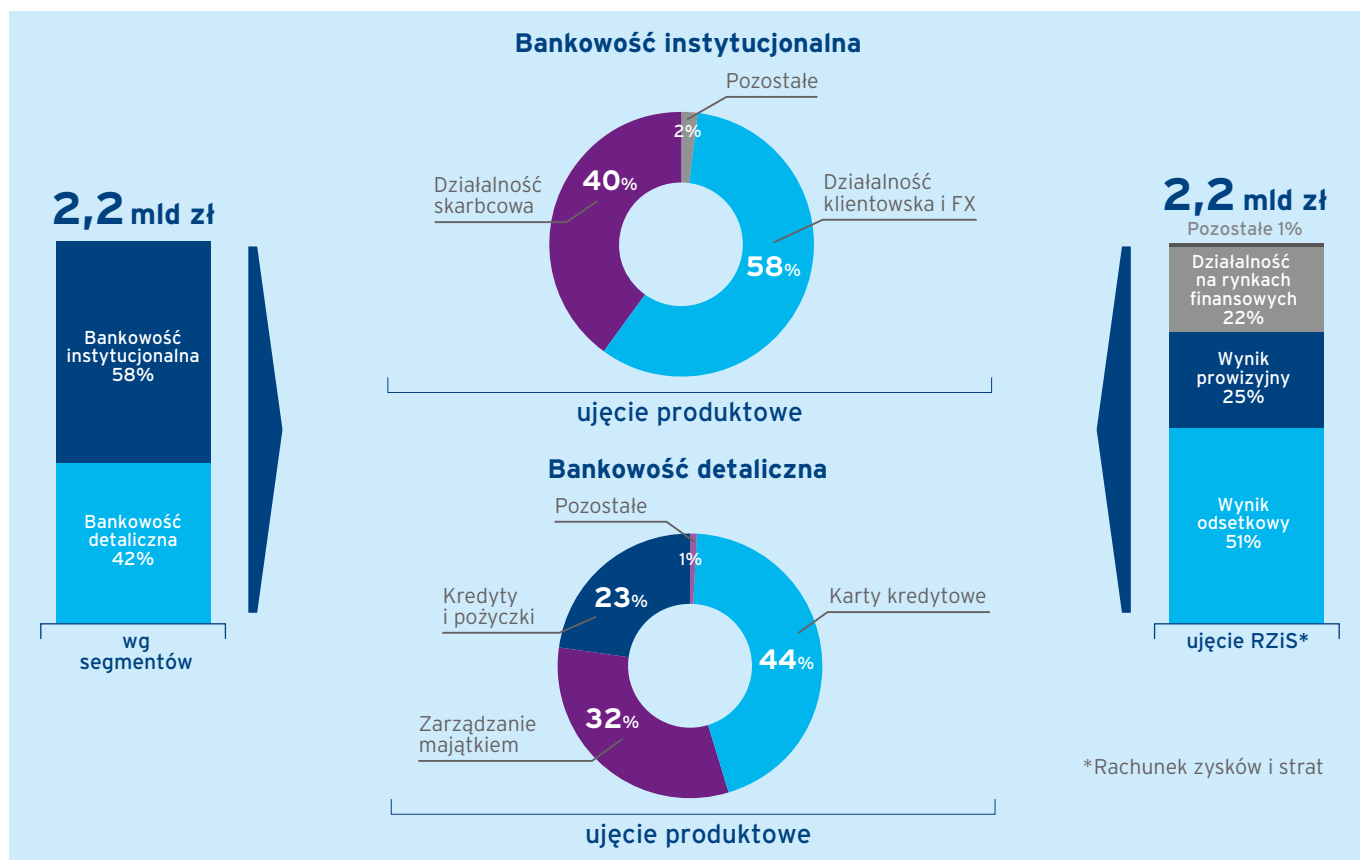
	2019	2018	2017
Liczba klientów korporacyjnych (tys.)	5,7	5,7	6,2
Liczba klientów detalicznych (tys.)	674,9	687,4	691,7
Liczba oddziałów	21	23	26
Liczba pracowników	3 071	3 276	3 487

Wyniki finansowe

[GRI 201-1]

WYBRANE DANE FINANSOWE (w tys. zł)	Grupa		Bank	
	2019	2018	2019	2018
Przychody z tytułu odsetek i o podobnym charakterze	1 406 479	1 351 514	1 405 609	1 303 310
Przychody z tytułu opłat i prowizji	653 409	638 961	620 027	603 439
Koszty ogółem	1 214 768	1 179 631	1 189 843	1 155 065
Wskaźnik koszty/dochody	55%	55%	54%	54%
Rezerwy na ryzyko	(245 718)	(63 511)	1 189 843	1 155 065
Zysk brutto	658 192	828 668	656 189	842 273
Zysk netto	480 124	638 852	478 802	653 119
Całkowite dochody	506 572	730 458	505 318	745 025
Zmiana stanu środków pieniężnych	(3 678 117)	6 960 393	(3 678 013)	6 960 340
Aktywa razem	51 978 543	49 304 714	51 897 712	49 242 024
Kredyty (Klienci)	23 731 874	21 949 014	23 608 775	21 853 349
Depozyty (Klienci)	39 787 802	38 334 345	39 849 772	38 395 885
Stosunek kredyty/depozyty	60%	58%	59%	57%
Kapitał własny	7 074 655	7 056 750	7 023 703	7 007 052
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 księgowa na jedną akcję (w zł)	54,15	54,01	53,76	53,63
Współczynnik kapitałowy TCR (w proc.)	17,2	16,8	17,0	16,5
Zysk na jedną akcję zwykłą (w zł)	3,67	4,89	3,66	5,00
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł)	-	3,74	-	3,74

STRUKTURA PRZYCHODÓW 2019



W 2019 ROKU CITI HANDLOWY WPŁACIŁ DO POLSKIEGO BUDŻETU:



Strategia

W 2018 roku Citi Handlowy opracował strategię na lata 2019-2021 („Strategia”). Stanowi ona kontynuację strategii na lata 2016-2018 w zakresie fundamentów działania Citi Handlowy, skupiając się na następujących obszarach:

- 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 poszukającym złożonych rozwiązań bankowych (np. produkty zarządzania gotówką);
 - udział w transakcjach transformacyjnych największych klientów korporacyjnych, m.in. z udziałem funduszy Private Equity (np. transakcje LBO, IPO i M&A);
 - budowanie skali działalności poprzez rozwój partnerstw strategicznych, co pozwoli zarówno zwiększyć bazę klientów, 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.
- nowa spersonalizowana oferta dla firm z branży producentów oprogramowania (tzw. nowej ekonomii) obejmująca m.in. automatyzację transakcji zabezpieczających FX;
 - dwucyfrowy wzrost aktywów klientów globalnych (+26% r./r. na koniec 2019 roku);
 - Bank brał udział w największych transakcjach na rynku bankowości korporacyjnej w Polsce w 2019 roku: zaaranżowanie w ramach umów konsorcjalnych 3,8 mld zł dla klienta z branży e-commerce i 1,8 mld zł dla klienta z branży detalicznej oraz przeprowadzenie dwóch transakcji sekurytyzacyjnych w kwotach 1,2 mld zł i 2,5 mld zł;
 - wdrożenie pierwszego na rynku procesu kredytowego online dla nowych klientów z wykorzystaniem biometrii;
 - wzrost liczby klientów detalicznych w strategicznych segmentach: Citi Private Client (CPC) +57% r./r., Citigold +30% r./r. oraz Citi Priority +29% r./r.;
 - nowe rozwiązania oparte na AI/Machine Learning (Recommendation Engine, Shopping Queen) promujące wzrost efektywności kontaktu z klientami oraz informowanie klientów o benefitach w ramach programów partnerskich Citi Special i Priceless Special w czasie rzeczywistym;
 - implementacja nowej aplikacji CitiMobile (oferującej m.in. możliwość rozłożenia transakcji kartą kredytową na raty, wszystkie korzyści karty w jednym miejscu, zmiana i nadanie PIN);
 - utrzymane bezpieczeństwo kapitałowe Banku na wysokim poziomie: wysoka jakość aktywów i kapitałów, współczynnik wypłacalności (TCR) na poziomie 17,2%, tj. 3,6 p.p. powyżej regulacyjnych progów kapitałowych;
 - kontynuacja procesów automatyzacji w Banku: w ramach projektu „Paperless” został zanotowany spadek zużycia papieru o 26% r./r.;
 - zgodnie z zapowiedziami Zarządu Bank wypłacił 75% zysku za rok 2018 w formie dywidendy.

Pierwszy rok obowiązywania Strategii przyniósł pierwsze wymierne efekty przybliżające Bank do realizacji długoterminowych celów:

- wzrost wolumenów FX o 9% r./r. wśród klientów bankowości instytucjonalnej;

Perspektywy rozwoju

W 2020 roku Bank będzie kontynuował obraną Strategię, mając na uwadze ciągle zmieniające się otoczenie. Istotny nacisk zostanie położony na rozwój oferty z wykorzystaniem modelu partnerskiego w bankowości detalicznej, co powinno przełożyć się na szybszy wzrost wolumenów kredytowych. W ramach segmentu instytucjonalnego nadal priorytetem pozostaje współpraca z firmami realizującymi lub planującymi ekspansję zagraniczną, natomiast w obszarze procesów wsparcia Bank niezmiennie skupia się na digitalizacji oraz upraszczaniu procesów i ich automatyzacji.

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 Audytu, Komitet 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. 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 (9 mężczyzn i 3 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. Pięciu członków Zarządu jest obywatelami Polski. Członkowie Zarządu są powoływani na indywidualną trzyletnią kadencję.

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 RESPECT Index nieprzerwanie od 2009 do 2019 roku, czyli przez cały czas istnienia tego indeksu, a także obecność Citi Handlowy w indeksie WIG-ESG, który rozpoczął notowanie we wrześniu 2019 roku.

Aktualnie trwają prace nad opracowaniem nowej strategii zrównoważonego rozwoju Banku na najbliższe lata. Głównym celem tych działań jest odpowiedzialne dostarczanie klientom usług finansowych, umożliwiających ich wzrost i rozwój ekonomiczny.

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



są w interesie
naszych klientów



tworzą
wartość ekonomiczną



są odpowiedzialne pod kątem
zachowania stabilności
systemu bankowego

Adresatami działań CSR 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 Citi Handlowy im. L. 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.

Za realizację celów o obszarze CSR odpowiadać będą dyrektorzy poszczególnych jednostek organizacyjnych Banku, a nadzór nad realizacją celów CSR powierzony zostanie Zarządowi Banku. **[GRI 103-1, 103-2, 103-3]**

Realizacja opisanych powyżej celów podlegać będzie również okresowym przeglądom i ocenom, dokonywanym przez Zarząd i Radę Nadzorczą Banku **[GRI 102-30, 102-31, 102-26]** oraz przez podmioty zewnętrzne.

Ryzyka związane z działalnością

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

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

RYZYSKO	POLITYKI	JAK MIERZYMY RYZYSKO?
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 Flota i karty paliwowe
Ryzyko w obszarze pracowniczym - prawa człowieka	<ul style="list-style-type: none"> Kodeks etyczny Polityka zatrudnienia Program rozwoju pracowników Polityka wynagrodzeń 	<ul style="list-style-type: none"> Wymiar umów o pracę Elastyczne warunki pracy Liczba szkoleń Zachowanie różnorodności 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 regulatora, wytyczne i opinie UOKIK 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 sprzyjającej 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 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 decyzję o ich niestosowaniu:

- 1) § 11.2 (transakcje z podmiotami powiązanymi) – zasada ta nie będzie stosowana w zakresie umów związanych z bieżącą działalnością operacyjną, w szczególności związanych z płynnością, z uwagi na charakter transakcji i liczbę 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 momentu powstania tego indeksu do momentu zakończenia jego publikacji przez GPW w grudniu 2019 roku.

Interesariusze

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

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

INTERESARIUSZE

INTERESARIUSZE

W JAKI SPOSÓB SIĘ ANGAŻUJEMY?

PRZYKŁADY Z 2019 ROKU

Inwestorzy (inwestor strategiczny, inwestorzy instytucjonalni i indywidualni, agencje ratingowe i domy maklerskie, GPW)

- Spotkania grupowe i telekonferencje (kwartalne publikacje wyników, konferencje z inwestorami)
- Spotkania indywidualne

- Uczestnictwo w ponad 50 spotkaniach z inwestorami, w których brali udział Prezes Zarządu i Dyrektor Finansowy

Pracownicy (pracownicy etatowi, studenci, związki zawodowe, inspekcja pracy, byli pracownicy, pracownicy podwykonawców, w tym outsourcingowi)

- Wewnętrzna sieć intranetowa
- E-maile
- Spotkania typu „Town Hall”
- Platforma społecznościowa Citi Collaborate
- Ankieta „Głos pracownika” (VoE)
- Działalność People Board
- Wolontariat pracowniczy

- 3 spotkania Prezesa Zarządu typu „Town Hall”
- People Strategy
- Newsletter „Puls Citi Handlowy”
- Diversity & Inclusion Rating
- 87% pracowników wzięło udział w badaniu „Głos pracownika”
- Ponad 250 projektów wolontariackich – pomoc na rzecz 48 tys. osób

Klienci (organizacje konsumenckie, UOKiK)

- Formularz kontaktowy na stronie internetowej
- Media społecznościowe – Facebook, w tym aplikacja Messenger
- Magazyn Citi Handlowy
- YouTube
- Spotkania / warsztaty z klientami

- Średnio 800 zapytań klientów miesięcznie przez media społecznościowe
- Podcasty i komentarze video – ponad 1,34 mln wyświetleń
- 259 spraw, które wpłynęły do Rzecznika Klienta
- Konferencja „e-Commerce Development”
- Konferencja „Nowe technologie a rozwój firmy na globalnym rynku”
- Konferencja „EMEA Digital Leaders Summit 2019”
- Konferencja „Perspektywy. Women in Tech Summit”
- Europejski Kongres Finansowy w Sopocie

Członkostwo w organizacjach

[GRI 102-13]

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

W 2019 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

Konfederacja Lewiatan

Małopolski Związek Pracodawców Lewiatan

Podkarpacki Klub Biznesu

Polski Związek Faktorów

Polski Związek Pracodawców Prywatnych Banków i Instytucji Finansowych

Polska Rada Biznesu – Klub

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

Polsko-Chińska Izba Gospodarcza

Polsko-Niemiecka Izba
Przemysłowo-Handlowa (AHK)

Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych
Pracodawcy Pomorza

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 2019 roku należał do następujących organizacji:

- Izba Domów Maklerskich,
- Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych.

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 - 3,1 tys. pracowników wspierających naszych klientów instytucjonalnych i detalicznych



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



**Bankowość
instytucjonalna**

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

**#1 wśród Dealerów Skarbowych
Papierów Wartościowych**

Wiodąca pozycja w **transakcjach FX** klientów

Lider w zarządzaniu środkami finansowymi



**Bankowość
detaliczna**

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

Przyjazny bank dzięki umiejętnemu zarządzaniu **doświadczeniami klientów**

Silna pozycja w obszarze **Wealth Management**

#1 w kartach kredytowych - wolumen kredytu i transakcji

Bank odpowiedzialny społecznie



**Model biznesowy służący
społeczeństwu**



Kierowanie się etyką przy podejmowaniu decyzji i odpowiedzialne prowadzenie biznesu



**Zajmowanie zdecydowanego
stanowiska** w sprawach istotnych dla społeczeństwa i gospodarki



**Nacisk na przejrzystość
procesów** i podejmowania decyzji

Nagrody i wyróżnienia

W 2019 roku Bank, DM Citi Handlowy i Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy uhonorowano prestiżowymi tytułami i nagrodami z obszaru ESG:



- Citi Handlowy od dwóch 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.
- Do końca 2019 roku Citi Handlowy był notowany w zestawieniu **RESPECT Index**, pierwszym w Europie Środkowo-Wschodniej indeksie spółek odpowiedzialnych, zainicjowanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. Bank był jedną z nielicznych spółek giełdowych nagradzanych w ten sposób nieprzerwanie od momentu powstania Indeksu w 2009 roku. Od 3 września 2019 roku Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie rozpoczęła publikację nowego indeksu **WIG-ESG**, skupiającego większe firmy notowane na GPW w indeksach WIG20 i mWIG40, który od stycznia 2020 roku zastępuje RESPECT Index. W gronie spółek zakwalifikowanych do WIG-ESG znalazł się także Citi Handlowy.
- Bank Citi Handlowy (wspólnie z Citibank Europe plc) znalazł się w 1. 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 pierwszej edycji ratingu zakwalifikowało się 5 firm, które wykazały się najwyższym poziomem zarządzania różnorodnością.



- Pracownicy Citi Handlowy działający w Citi Pride Poland zostali wyróżnieni (razem z przedstawicielami Citibank Europe plc) tytułem Pracownicza sieć **LGBT+ roku w konkursie LGBT+ Diamonds 2019 Polish Business Awards** za prowadzenie działań wspierających osoby LGBT+ w organizacji. To kolejne wyróżnienie za działania sprzyjające budowaniu miejsca pracy wspierającego różnorodność, która jest jednym z wyznaczników kultury organizacyjnej Citi.
- Bank zajął 4. miejsce w kategorii Bankowość - sektor finansowy i ubezpieczeniowy w **Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2019**. Jest to zestawienie największych spółek działających w Polsce ocenianych pod kątem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR). Ranking umożliwia firmom dokonanie wiarygodnej oceny swojego zaangażowania w podejmowaniu wyzwań zrównoważonego rozwoju, a także jest cennym instrumentem edukacyjnym.
- Z okazji 25-lecia Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych Citi Handlowy otrzymał **nagrodę specjalną od KDPW za aktywne wspieranie oraz intensywne działania na polskim rynku usług potransakcyjnych**. Citi Handlowy od lat pozostaje największym bankiem powiernikiem w Polsce, liderem pod względem przechowywanych aktywów klientów w KDPW i jednym z liderów pod względem obrotów na GPW.
- **Bankowość transakcyjna** Citi Handlowy kolejny rok z rzędu zajęła 1. miejsce w prestiżowym rankingu magazynu „**Euromoney**”, zdobywając tym samym tytuły „Market Leader” oraz „Best for Overall Service”. Od 6 lat Citi Handlowy pozostaje niekwestionowanym liderem bankowości transakcyjnej na polskim rynku.



- Kapituła prestiżowego rankingu „**Złoty Bankier**” uznała po raz kolejny Kartę Kredytową Citi Simplicity za najlepszą na rynku. Citi Handlowy zdobył czwartą z rzędu statuetkę Złoty Bankier w kategorii Karta kredytowa w rankingu „Złoty Bankier 2019” organizowanym przez „Puls Biznesu” i Bankier.pl. Od 4 lat karta kredytowa Citi Handlowy pozostaje bezkonkurencyjna w swojej kategorii.
- Prestiżowy brytyjski magazyn finansowy **Euro-money** ponownie wyróżnił bank Citi Handlowy także w dorocznym badaniu rynku **bankowości prywatnej i Wealth Management**. Citi Handlowy został doceniony w nim w trzech kategoriach: *Zarządzanie aktywami, Usługi Family Office oraz Doradztwo i analizy w zakresie alokacji aktywów*.
- **Bankowość prywatną** Citi Handlowy docenił też magazyn „**Forbes**”, który w swoim prestiżowym rankingu ponownie przyznał jej **5 gwiazdek**. Citi
- Bank po raz kolejny uzyskał tytuł **Lidera Rynku Kasowego Treasury BondSpot Poland** w zakresie obrotów na rynku kasowym obligacji. Z kolei Dom Maklerski Banku Handlowego został wyróżniony za najwyższy udział lokalnego Członka Giełdy w obrotach sesyjnych na Rynku Głównym GPW.

Handlowy stawia na podkreślenie globalnego charakteru swojej oferty, z nastawieniem na klientów prowadzących interesy na całym świecie. W ten trend bardzo dobrze wpisała się autorska oferta wspierania biznesu prowadzonego w otoczeniu e-commerce i wyraźne wzmocnienie oferty inwestycyjnej opartej na doradztwie inwestycyjnym. Klienci Citigold Private Client mogą korzystać m.in. z platformy inwestycyjnej z gamą krajowych i zagranicznych funduszy inwestycyjnych oraz usługi Wealth Management poprzez Citi Private Bank w Londynie.

- Czarna karta kredytowa **Citibank World Elite Mastercard Ultime** po raz kolejny znalazła się na podium **rankingu najlepszych kart prestiżowych magazynu „Forbes”**. Czarna karta Ultime została przygotowana z myślą o najbardziej zamożnych klientach - w pakiecie dodatkowych usług jest m.in. ubezpieczenie warte miliony euro, opieka lifestyle managera i wstęp do elitarnych miejsc.



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 przybliża 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]**

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



Dzień Etyki

W 2019 roku Citi Handlowy po raz kolejny zorganizował dla pracowników Dzień Etyki, w ramach którego przedstawiono zagadnienia związane z zasadami postępowania pracowników, standardami etycznymi oraz wskazano działania, jakie powinien podjąć każdy pracownik, aby skutecznie eliminować wszelkie nieetyczne zachowania, jak i sposoby ich zgłaszania. **[GRI 102-17]**



Przeciwdziałanie dyskryminacji

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 zróżnicowanie 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 2019 roku Citi Handlowy rozpoczął również działania zmierzające do wypracowania najlepszych praktyk opartych na życzliwości we wzajemnej współpracy, w ramach „People Strategy”;
- zapoznavanie 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 ostrzegania 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, o których mowa powyżej, lub osób uczestniczących w postępowaniach wyjaśniających prowadzonych zgodnie z „Procedurą dotyczącą zasad postępowania w przypadku skarg zgłoszonych przez pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A. (Skargi pracownicze)”.

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

SZKOLENIE „NIEPOŻĄDANE ZJAWISKA W ŚRODOWISKU PRACY”

2 430

pracowników Citi Handlowy
ukończyło szkolenie

91%

realizacji założonego celu

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 pomocą 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.

Odpowiedzialne zarządzanie relacjami z klientami

Misją oraz największą ambicją Citi Handlowy jest zbudowanie z klientami relacji opartych na zaufaniu i wspólnym dążeniu do rozwoju. Strategicznym celem Banku jest osiągnięcie takiego poziomu satysfakcji klientów, którego naturalną konsekwencją będzie niezachwiana lojalność wobec Banku. W związku z tym Citi Handlowy podejmuje szereg działań na podstawie badań oraz informacji zwrotnej od klientów, których celem jest stałe usprawnianie i podnoszenie jakości standardów obsługi oraz oferty produktowej. Jedną z odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania klientów jest adaptacja strategii obsługi klientów Citi Handlowy w sieci tradycyjnych oddziałów do rozwoju nowych technologii. Obecnie ponad 95% 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.

Otwarcie nowego oddziału Smart w Galerii Mokotów (Warszawa)

W celu wykorzystania zaawansowanych technologii dla zwiększenia poziomu doświadczeń klientów i odpowiadania na ich potrzeby, Citi Handlowy otworzył nowy oddział Smart. Nowa, bardziej przestronna placówka zlokalizowana jest w dogodnym dla klientów miejscu, wyposażona w najnowsze narzędzia interaktywne i dostępne dla klientów także w dni wolne.



Bankowość internetowa

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

W 2019 roku został wprowadzony nowy moduł aplikacji dla posiadaczy kart kredytowych:



Biometria

Citi Handlowy jako pierwszy bank w Polsce uruchomił całkowicie zdalny i zautomatyzowany proces kredytowy oparty na rozwiązaniach biometrycznych. Dzięki temu czas przyznania klientowi decyzji kredytowej może skrócić się nawet do 30 minut.

Nowy proces aplikowania o kredyty w Citi Handlowy składa się z 3 etapów:

1



WYPEŁNIANIE WNIOSKU

na dowolnym urządzeniu i bez konieczności instalowania aplikacji klient może wypełnić formularz kredytowy.

2



BIOMETRYCZNE POTWIERDZENIE TOŻSAMOŚCI

zdalne potwierdzenie tożsamości klienta. Jest to możliwe dzięki wykorzystaniu biometrii twarzy i tzw. selfie. Klient, podczas aplikowania, zostanie poproszony o zrobienie zdjęcia swojego dowodu osobistego oraz zdjęcia swojej twarzy (selfie). Rozwiązanie biometryczne umożliwi potwierdzenie nie tylko zgodności selfie ze zdjęciem z dokumentu, ale też autentyczności dowodu, jak i samego selfie.

3



AUTOMATYCZNA WERYFIKACJA DOCHODU

to ostatni etap procesu - klient załącza dokumenty dochodowe w wymaganym formacie pdf, dzięki czemu ich automatyczna weryfikacja zajmuje nie więcej niż kilka sekund.

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

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

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

Usługa Citalerts, dostępna w postaci powiadomień, SMS, e-mail, 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.

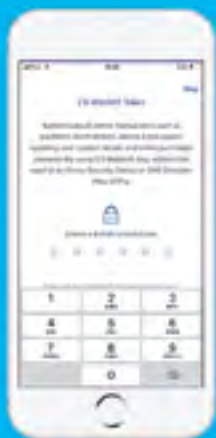
Aplikacja Citi Mobile nie zapisuje żadnych danych finansowych ani informacji o produktach klientów. Jest na bieżąco aktualizowana oraz testowana pod kątem bezpieczeństwa. Została wyposażona w funkcję mobilnego tokena, co znacznie zwiększa bezpieczeństwo aplikacji, a także pozwala na wygodną autoryzację z pominięciem kodów dostarczanych przez SMS. Bank zawsze zaleca korzystanie z najnowszej wersji aplikacji oraz najnowszych dostępnych wersji systemu operacyjnego (Android lub iOS) telefonu.

Citi Mobile Token – bezpieczeństwo transakcji w Twoim telefonie

Nowa mobilna metoda uwierzytelniania transakcji – Citi Mobile Token: potwierdzanie operacji/transakcji w aplikacji mobilnej zamiast kodem SMS.



Citi Mobile Token zwiększa bezpieczeństwo transakcji internetowych, zapewniając bezpieczne uwierzytelnianie dwoma czynnikami.



Kiedy korzystać z usługi Citi Mobile Token?

- transakcje w Citi Mobile
- transakcje w Citibank Online
- transakcje w internecie.

Ochrona danych klientów

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

Citi Handlowy gromadzi, przechowuje i przetwarza dane osobowe klientów, aby móc oferować klientom rozwiązania spełniające ich potrzeby finansowe oraz umożliwiające osiągnięcie celów finansowych. Mając to na uwadze, Bank dokłada wszelkich starań, aby wdrażać i utrzymywać odpowiednie systemy i technologie oraz właściwie szkolić pracowników, którzy mają dostęp do takich informacji.

Dostawcy, z których usług korzysta Citi Handlowy, również mają obowiązek ochrony informacji, w tym danych osobowych oraz poufnych, które otrzymują od Banku. Citi Handlowy przestrzega także własnych rygorystycznych norm i regulacji wewnętrznych dotyczących poufności charakteru i bezpieczeństwa informacji oraz danych osobowych (normy dotyczące zarządzania systemami informatycznymi, normy bezpieczeństwa informacji, ogólne przepisy dotyczące bezpieczeństwa). Dbając o to, aby informacje te były wykorzystywane tylko do uzasadnionych celów związanych z wykonywaną pracą oraz udostępniane wyłącznie upoważnionym osobom i organizacjom, a także w prawidłowy i bezpieczny sposób przechowywane, Bank stosuje najwyższe standardy w obszarze bezpieczeństwa informacji. Cyklicznie przeprowadzane są audyty w tym zakresie, potwierdzone posiadaniem przez Bank certyfikatami na zgodność z normami ISO 27001, ISO 22301 i ISO 20000, które obejmują wszystkie procesy, produkty i usługi, jakie Bank świadczy swoim klientom.

O fakcie wywiązywania się Citi Handlowy z zadania zapewnienia ochrony danych klientów na najwyższym poziomie świadczy brak kar związanych z naruszeniem ochrony danych klienta w 2019 roku.

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 ten 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.

**78%
NPS**

dla obsługi telefonicznej
(CitiService) Bankowości
Instytucjonalnej
w 2019 roku

**68%
NPS**

dla obsługi telefonicznej
(CitiService) Bankowości
Prywatnej
w 2019 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 2019 roku wielu nagród i wyróżnień. Jednym z nich jest nagroda w dziesiątej edycji rankingu przygotowywanego przez Bankier.pl i Puls Biznesu dla karty kredytowej Citi Simplicity, która po raz czwarty z rzędu otrzymała nagrodę Złotego Bankiera w kategorii produktowej: „najlepsza karta kredytowa”. Pozostałe nagrody zostały przyznane m.in. przez brytyjski magazyn finansowy „Euromoney” za najlepszą bankowość transakcyjną na rynku polskim, w kategoriach „Market Leader” oraz „Best for Overall Service”.



Citi Handlowy promuje ideę wysokiego poziomu satysfakcji klientów nie tylko poprzez badania NPS. W 2018 roku Bank ustrukturyzował podejście do poszukiwania, rejestrowania i zmiany doświadczeń klientów w relacjach z Bankiem. Wyznaczone jednostki nie tylko analizują reklamacje klientów, ale również poszukują informacji o doświadczeniach klientów w formularzach NPS, komentarzach pozostawionych w social mediach czy wśród pracowników Banku, którzy także 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 coraz lepszych rozwiązań. Wzrost poziomu satysfakcji klientów jest jednym z głównych celów Banku w 2020 roku.

Komunikacja z klientami

Citi Handlowy od ponad siedmiu lat konsekwentnie realizuje strategię przejrzystej komunikacji z klientami, systematycznie dostosowując swoją ofertę do ich potrzeb. W ramach projektów takich jak „Treating Customers Fairly” określono wymagania dotyczące komunikacji, które warunkują przeprowadzenie kampanii produktowych. Dzięki temu, mimo dynamicznie zmieniającego się otoczenia rynkowego, klienci mogą mieć pewność, że o produktach Citi Handlowy informowani są w sposób rzetelny i przejrzysty. Citi Handlowy gwarantuje przy tym czytelność umów oraz transparentną informację o kosztach, ryzyku i możliwych do osiągnięcia korzyściach. Wszyscy pracownicy Banku odpowiedzialni za ofertę produktową zostali też przeszkoleni ze standardów przejrzystej komunikacji i są zobowiązani do ścisłego ich przestrzegania. Dodatkowo politykę i standardy wysokiej obsługi klienta, reklamacji oraz odpowiedzialnego marketingu w Citi Handlowy regulują wewnętrzne akty normatywne, m.in. „Kodeks Etyki Reklam” oraz „Etyczne Praktyki Biznesowe Banku Handlowego w Warszawie S.A.” [GRI 103-2]

Podcasty i komentarze video Citi Handlowy

W 2018 roku Citi Handlowy rozpoczął publikowanie podcastów z cyklu „Posłuchaj Rynku” – jako przystępnego i wygodnego źródła informacji o światowych i lokalnych rynkach dla klientów Banku. W publikowanych regularnie odcinkach eksperci Citi Handlowy komentują m.in. sytuację na giełdach i analizują znaczenie wydarzeń gospodarczych na świecie. W 2019 roku eksperci z Biura Doradztwa i Funduszy Inwestycyjnych Citi Handlowy nagrali 23 odcinki podcastów, które odsłuchano na portalu Soundcloud prawie 4 tys. razy. Razem z portalem BusinessInsider.pl Citi Handlowy nagrał również 11 materiałów video z cyklu „Analiza Tygodnia”, w których także komentowana była bieżąca sytuacja na rynkach.



Podcasty i komentarze video są publikowane:



na Facebooku,



na Twitterze,



na portalu BusinessInsider.pl,



a także wysyłane do klientów w postaci linku w wiadomości SMS (podcasty).

Łączny zasięg podcastów w mediach społecznościowych (Facebook i Twitter) oraz internetowych (businessinsider.pl i soundcloud.pl) wyniósł **1,34 miliona wyświetleń**.

Wszystkie opublikowane odcinki dostępne są na stronie:



www.soundcloud.com

Zarządzanie reklamacjami w Citi Handlowy

➤ Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów instytucjonalnych

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

www.citihandlowy.pl.

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

- pocztą elektroniczną - na adres: citiservice.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 wspólnik spółki cywilnej - także o możliwości wystąpienia z wnioskiem do Rzecznika Finansowego. Informacje na ten temat są publicznie dostępne na stronie internetowej:

www.rf.gov.pl.

Bardzo ważnym elementem jakościowym jest czas rozwiązywania reklamacji. Najważniejsze wskaźniki dotyczące skarg i reklamacji prezentowane są co miesiąc Komitetowi ds. Ryzyka Operacyjnego, Systemu Kontroli i Zgodności. Na podstawie przygotowanych analiz uzgadniane są plany naprawcze w celu ograniczenia błędów po stronie Banku. **[GRI 103-2, GRI 103-3]**

CZAS ROZPATRYWANIA REKLAMACJI OD KLIENTÓW KORPORACYJNYCH CITI HANDLOWY W LATACH 2018-2019

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

LICZBA REKLAMACJI OD KLIENTÓW KORPORACYJNYCH CITI HANDLOWY

Rok	2019	2018	2017
Liczba złożonych reklamacji ogółem	1 383	1 615	2 130
Proc. reklamacji rozwiązanych na korzyść klienta	95%	91%	91%

➤ 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,

- ustną informację 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 2019 roku, w wyniku jednej z inicjatyw pracowników, czas odpowiedzi na zapytania klientów został skrócony do 1 dnia roboczego. 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 2019 ROKU

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

Taki sam czas rozpatrywania reklamacji dotyczył 2018 roku.

LICZBA REKLAMACJI OD KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH CITI HANDLOWY

Rok	2019	2018	2017
Liczba złożonych reklamacji ogółem	54 619	62 034	50 278
Proc. reklamacji rozwiązanych na korzyść klienta	12%	15%	27%

Bank rejestruje jako reklamację każde niezadowolenie i każdy brak spójności wskazany przez klientów. 88% 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 2019 roku Citi Handlowy dokonał kolejnego kroku w digitalizacji procesów, co jest zgodne z oczekiwaniami klientów. Bank kontynuował rozwój kanału kontaktu poprzez media społecznościowe (Messenger). Co miesiąc przez ten kanał obsługiwanych jest ok. 800 zapytań klientów, co stanowi wzrost o 40% w stosunku do 2018 roku. Oprócz standardowych pytań dotyczących funkcjonowania produktów i usług Bank rozszerzył funkcję chatbota – automatycznej i jednocześnie spersonalizowanej informacji na temat rabatów w programie Citi Specials. Dzięki chatbotowi klienci otrzymują odpowiedź na zapytania dotyczące Citi Specials w ciągu kilku sekund, bez angażowania pracowników Banku.

Chat, jako sposób kontaktu z Bankiem, funkcjonuje również na oficjalnej stronie internetowej Citi Handlowy. Wyszczególniona grupa doradców odpowiada online na zapytania klientów Banku. Aż 79% klientów Citi Handlowy potwierdziło w badaniach satysfakcji, że są bardzo zadowoleni ze stopnia zaangażowania doradcy w rozwiązanie ich problemu, zaś 82% klientów twierdzi, że ich sprawa została rozwiązana częściowo lub całkowicie.

➤ Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów DM Citi Handlowy

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji i skarg przez klientów DM Citi Handlowy jest dostępna na stronie internetowej 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. Do końca 2019 roku wpłynęło bezpośrednio do Rzecznika Klientów Korporacyjnych 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 2019 roku do Rzecznika Klienta wpłynęło 259 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 cel 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 przedsiębiorczość, skierowanych do specjalnych grup: młodych ludzi, migrantów czy też kobiet. Poszczególne inicjatywy umożliwiają spełnienie planów dotyczących uruchomienia własnej firmy, wspomagają również istniejące młode podmioty gospodarcze poprzez narzędzia mentoringowe i networkingowe.

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

Fundacja realizuje swoje zadania również poprzez program badań, w ramach którego analizuje m.in. postawy Polaków wobec finansów, diagnozuje kondycję polskiego ekosystemu startupowego bądź pokazuje obraz najbardziej innowacyjnych segmentów rynku – m.in. branży e-commerce bądź polskich software house'ów.

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, 103-2]

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

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

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

Kryteria wyboru dostawców

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

Głównymi kryteriami wyboru dostawców w Citi Handlowy są: korzystna relacja jakości do kosztu świadczenia usługi lub dostarczanego dobra oraz czas 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 również pod uwagę czynniki środowiskowe i społeczne.

Standardy etyczne i środowiskowe

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

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

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

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

Bank przykładą dużą wagę do tego, aby w zawieranych przez Bank umowach z dostawcami znajdowały się zapisy zgodne z Etycznymi Praktykami Biznesowymi. Obecnie 90% umów z dostawcami zawiera 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 umów outsourcingowych oraz dostawców z obrotem rocznym przekraczającym wskazany w polityce zakupowej limit, osoby odpowiadające za te umowy zobowiązane są corocznie do wykonania Rocznego Przeglądu Umowy i Współpracy z Dostawcą. W 2019 roku Rocznym Przeglądem Umowy i Współpracy z Dostawcą zostały objęte 362 umowy.

Dodatkowo każdy „Vendor Manager”, czyli osoba koordynująca współpracę z dostawcami w ramach danej jednostki organizacyjnej Banku, został przeszkolony z zakresu zasad współpracy z dostawcami Citi Handlowy. W 2019 roku szkolenie ukończyło 35 (100%) nowych „Vendor Managerów”.

Komunikacja z partnerami biznesowymi

Pracownicy Citi Handlowy utrzymują bieżący kontakt z przedstawicielami dostawców w sprawach dotyczących wykonania umów, 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 2017-2019 kształtowało się następująco:

- w 2017 roku: liczba osób niepełnosprawnych zatrudnionych u dostawcy ogółem - 262, liczba osób niepełnosprawnych pracujących na kontraktach w Citi Handlowy - 35;
- w 2018 roku: liczba osób niepełnosprawnych zatrudnionych u dostawcy ogółem - 202, liczba osób niepełnosprawnych pracujących na kontraktach w Citi Handlowy - 39;
- w 2019 roku: liczba osób niepełnosprawnych zatrudnionych u dostawcy ogółem - 178, liczba osób niepełnosprawnych pracujących na kontraktach w Citi Handlowy - 32.

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 kontrolnych 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 i jego podmiotów zależnych 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 procedurach, a także mogą przyczynić się do utraty reputacji i zaufania wśród jego klientów oraz kontrahentów.

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

Program Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy oraz Finansowaniu Terroryzmu 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 podejrzane czynności były bezzwłocznie zgłaszane do Biura ds. Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy oraz Finansowaniu Terroryzmu w Departamencie Zgodności.

Wszyscy pracownicy Banku zobowiązani są zapoznać się z przepisami z zakresu przeciwdziałania praniu pieniędzy 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), jak i 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”.



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 „SANKCJE EKONOMICZNE”.



Przeciwdziałanie korupcji

W Citi Handlowy obowiązuje polityka zerowej tolerancji dla korupcji w odniesieniu do wszystkich przejawów działalności biznesowej. Polityka zerowej tolerancji dla korupcji dotyczy wszystkich pracowników oraz partnerów biznesowych działających w imieniu Banku. 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 przeciwdziałania korupcji w Citi Handlowy stanowi część polityki antykorupcyjnej Banku, na którą składają się:

- procedura „Zasady przekazywania i przyjmowania prezentów, uczestnictwa w imprezach oraz przeciwdziałania praktykom korupcyjnym” (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, ich wykrywanie i zgłaszanie jest obowiązkiem każdego pracownika Banku. Pracownicy zobligowani są do unikania jakichkolwiek działań, które mogłyby naruszyć zasadę zerowej tolerancji wobec korupcji.

Wszyscy pracownicy Citi Handlowy biorą udział w szkoleniu z zakresu przeciwdziałania praktykom korupcyjnym. Posiadają również odpowiednie wytyczne pozwalające na identyfikację i zapobieganie ryzyku korupcji w relacjach z partnerami biznesowymi, w tym przedstawicielami, firmami doradczymi, dostawcami, dystrybutorami i podwykonawcami.

Wszyscy pracownicy muszą unikać jakichkolwiek działań, które mogą naruszyć zasadę zerowej tolerancji wobec korupcji i narazić Bank na zarzuty zachowań niezgodnych z obowiązującymi normami i przepisami.

W 2019 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]**



Troska o środowisko

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

Wskaźniki odnoszące się do wpływu Citi Handlowy na środowisko są regularnie mierzone. W oparciu o analizy zmienności tych wskaźników wprowadzane są działania prośrodowiskowe. Cele środowiskowe określone są w polityce środowiskowej i energetycznej, a ich realizacja jest cyklicznie monitorowana i raportowana najwyższemu kierownictwu Banku.

Kluczowe ryzyka wiążące się z brakiem zarządzania wpływem na środowisko wiążą się z możliwością otrzymania sankcji karnych i finansowych oraz utratą reputacji. Ze względu na to, że działalność Grupy nie jest nadmiernie uciążliwa dla środowiska, ryzyka te nie są oceniane jako duże. **[GRI 102-15]**

Systemy zarządzania ochroną środowiska

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

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

Citi Handlowy już w 2007 roku wprowadził kompleksowy Plan Zarządzania Środowiskiem. W 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 2019 roku został przeprowadzony kolejny audyt nadzorczy. Bank przyjął Politykę Energetyczną i Politykę Środowiskową oraz uzyskał certyfikaty dla lokalizacji objętych systemem. W ramach wprowadzonych polityk Bank określił następujące cele:

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

System Zarządzania Środowiskowego i Energią (SZŚiE) zakłada ciągle 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]**



Mniejszy ślad środowiskowy

Emisje gazów cieplarnianych

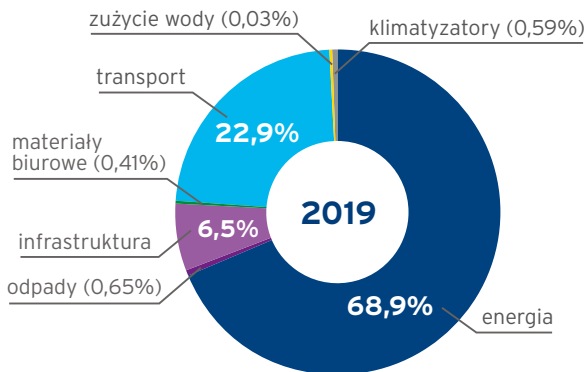
[GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3]

Citi Handlowy w wyniku dokonanej analizy zidentyfikował główne obszary oddziaływania Banku na środowisko.

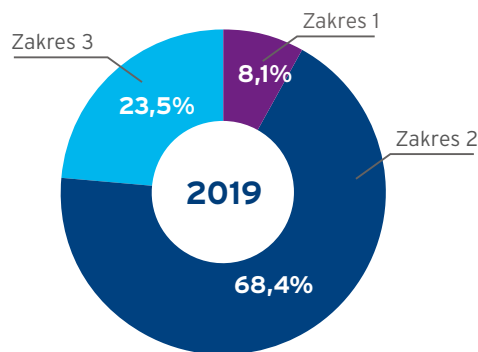
Obliczenia śladu węglowego dla roku 2019 wykonano na podstawie zinwentaryzowanych danych oraz odpowiednio dobranych wskaźników emisji. Wskaźniki zostały opracowane na podstawie bazy Ecoinvent z wykorzystaniem metody obliczeniowej ILCD 2011 MIDPOINT+ (EC-JRC Global).¹

Ślad węglowy działalności Citi Handlowy w 2019 roku wyniósł **23 888,6 tCO₂e**. Największy wpływ na poziom emisji miały następujące kategorie: **Energia** (rozumiana jako energia elektryczna i ciepła łącznie – **68,86%**), **Transport** (**22,92%**) oraz **Infrastruktura** (**6,55%**), pozostałe kategorie stanowią łącznie 1,68%.

Emisje według kategorii



Emisje według zakresów



Zdecydowanie dominujący udział emisji 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 (na co wpływają dojazd pracowników oraz liczne delegacje służbowe), 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 – 68,39%), 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 – 23,50%). Najmniejszym wpływem na środowisko charakteryzuje się zakres 1, tj. bezpośrednie emisje Banku, będące skutkiem jego działalności lub źródeł przez niego kontrolowanych (Zakres 1 – 8,11%). Oznacza to, że najwięcej emisji pochodzi ze źródeł niebędących pod kontrolą Citi Handlowy.

Szczegółowe wyniki emisji śladu węglowego Citi Handlowy w 2019 roku

Wyszczególnienie	Emisje w podziale na zakresy (Scope) [t CO ₂ e]			
	Zakres 1 (Scope 1)	Zakres 2 (Scope 2)	Zakres 3 (Scope 3)	Razem
ENERGIA	111	16 337		16 449
TRANSPORT	1 686		3 789	5 475
INFRASTRUKTURA			1 564	1 564
ZUŻYCIE WODY			8	8
MATERIAŁY BIUROWE			99	99
ODPADY			154	154
KLIMATYZATORY	140			140
RAZEM	1 937	16 337	5 614	23 889

¹ Metodologię wyznaczenia i dobór wskaźników do opracowanie emisji śladu węglowego z działalności Citi Handlowy zlecono Pracowni Badań Strategicznych IGSMiE PAN. Dokładny opis znajduje się w opracowaniu: M. Cholewa, „Opracowanie emisji śladu węglowego z działalności Citi Handlowy za rok 2019”, Kraków 2020

Inwestycje proekologiczne

Nieruchomości Citi Handlowy są na bieżąco monitorowane w zakresie oddziaływania na środowisko w celu uzyskiwania coraz lepszych wyników (zmniejszenie zużycia energii elektrycznej, wody, gazu, energii cieplnej, ilości i rodzaju wytwarzanych odpadów oraz emisji gazów cieplarnianych). **[GRI 103-2, 103-3].**

Zużycie energii to aspekt środowiskowy, który ma znaczące oddziaływanie na środowisko i stanowi istotną wartość dla Banku, dlatego od wielu lat podejmowane są liczne działania na rzecz zrównoważonego korzystania z energii. Również w 2019 roku przeprowadzono wiele prośrodowiskowych inwestycji mających na celu ograniczenie zużycia energii. Były to: usprawnienia działania instalacji, wymiana wyeksploatowanych urządzeń, m.in.: rozbudowy systemu BMS, modernizacje oświetlenia

LED, centrali SAP, wentylacji, klimatyzacji, nawilżania, węzła chłodu, automatyki sterowania BMS, układu kompensacji energii biernej oraz wymiana wind osobowych, pomp w maszynowni wody lodowej czy naprawa poszycia dachowego.

Citi Handlowy troszczy się również o zużycie 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.

Dotychczasowe przedsięwzięcia przyniosły pozytywny kierunek zmian.

Zużycie mediów w Citi Handlowy w latach 2017-2019

[GRI 302-1, 302-4, 303-1]



* Zmiana wielkości zużycia energii elektrycznej i wody w 2018 roku w stosunku do danych publikowanych w raporcie za 2018 rok wynika z korekt dokonanych po terminie raportowania [GRI 102-49]

W nieruchomościach Citi Handlowy funkcjonuje system oszczędnego wydruku papieru biurowego i oszczędnego wykorzystania ręczników papierowych. Bank digitalizuje procesy związane z obrotem dokumentami (elektroniczne potwierdzenie odbioru, elektroniczne polecenie

wystawienia faktury sprzedaży, elektroniczne faktury w aplikacji CTE, elektroniczne polecenia wyjazdu, „Twoje faktury w Citibank Online”, elektroniczne wyciągi, elektroniczne procesy gwarancji bankowej).

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

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

ZUŻYCIE PAPIERU W KARTKACH/RYZACH W RAMACH KONTRAKTU Z FIRMĄ OBSŁUGUJĄCĄ [GRI 301-1]

Rok	2019	2018	2017
Dostarczone/zużyte kartki	3 594 020	4 863 459	6 243 663

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

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

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

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

* Zwiększona ilość papieru przekazanego do zniszczenia i poddania recyklingowi w 2018 roku wynikała z realizacji przez Bank wymogów wynikających z 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.

IŁOŚĆ ZUŻYTEGO PALIWA (BENZYNY I OLEJU NAPĘDOWEGO) W SAMOCHODACH SŁUŻBOWYCH (W L) [GRI 306-2]

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

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.



Ekologicznie z Citi Handlowy Bikes

2019 to trzeci rok z rzędu, w którym Citi Handlowy był obecny ze swoim logo na rowerach miejskich w największych miastach Polski, a warszawscy rowerzyści mogli je wygodnie wypożyczać za pomocą aplikacji Citi Handlowy Bikes.

PODSUMOWANIE SEZONU 2019:



Rowery z brandingiem Citi Handlowy

6005 **6357**
2019 2018

Rekordowy miesiąc - czerwiec 2019

2,6 mln **1** Wypożyczenie / **1 sek.**
Wypożyczeń rowerów

7 miast

Warszawa, Łódź, Wrocław, Poznań, Katowice,
Gliwice, Chorzów.



Projekty proekologiczne

W 2019 roku Citi Handlowy zrealizował liczne kampanie i inicjatywy środowiskowe podnoszące świadomość pracowników w zakresie ochrony środowiska.

- **Wspólny System Segregacji Odpadów w Citi Handlowy** – w związku z wprowadzeniem jednolitego systemu segregacji odpadów udostępniono szkolenie dla pracowników z zakresu prawidłowej segregacji odpadów.
- **Godzina dla Ziemi WWF** – Citi Handlowy jest aktywnym uczestnikiem tej akcji od 2011 roku. W wybranych lokalizacjach Bank co roku gasi światło, manifestując w ten sposób troskę o zmiany klimatu na Ziemi.
- **Moje Miasto bez elektrośmieci** – pracownicy Citi Handlowy mają możliwość uczestnictwa w programie „Moje miasto bez elektrośmieci”, przekazując swoje prywatne odpady elektryczne i elektroniczne do pojemników udostępnionych na terenie Banku. Kupony Funduszu Oświatowego, które Bank otrzymuje w zamian za zebrane odpady, przekazywane są następnie na rzecz szkół i przedszkoli. Każdy kupon przeliczany jest na punkty, które placówka wymienia na potrzebne pomoce naukowe.

- **Be on nature's side. Be digital – Citi Handlowy przeprowadził kampanię „Paperless” zachęcającą do:**

- stosowania dobrych praktyk w pracy biurowej bez korzystania z papieru,
- używania dostępnych rozwiązań cyfrowych,
- przechodzenia na e-fakturę,
- pobierania PIT z e-Personel,
- dawania drugiego życia segregatorom i kopertom.



Dodatkowo, poprzez komunikację w wewnętrznym Intranecie, Citi Handlowy promuje wśród swoich pracowników i dostawców nawyki wpływające na zmniejszenie zużycia zasobów naturalnych. W 2019 roku w Intranecie zamieszczono m.in. komunikaty dotyczące gospodarki w obiegu zamkniętym, zanieczyszczenia plastikiem, świadomego korzystania z wody oraz roślin biurowych oczyszczających powietrze występujących we wszystkich lokalizacjach Banku.

- **Tydzień dla Ziemi** – Citi Handlowy od 2009 roku jest uczestnikiem tej światowej akcji, organizowanej z okazji Międzynarodowego Dnia Ziemi, promującej proekologiczne działania i zachowania wśród pracowników. W kwietniu 2019 roku, w związku z nakładającym się okresem świątecznym zorganizowano akcję pt. „Świąteczne Porządki dla Ziemi!”, podczas której pracownicy za przyniesione z domu elektroodpady otrzymywali wiosenne sadzonki roślin.



- **Wolontariat pracowniczy w Parku Narodowym Kampinos** – z okazji Światowego Dnia Citi dla Społeczności, w czerwcu 2019 roku grupa pracowników Banku uczestniczyła w projekcie, w ramach którego dokonano zakupu, montażu i konserwacji infrastruktury dydaktyczno-rekreacyjnej w Parku Narodowym Kampinos (na terenie Domu Pracy Twórczej w Granicy) oraz przeprowadzono prace porządkowe na tym terenie.
- **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. Planowane jest też otwarcie nowych szatni i pryszniców dla rowerzystów.
- **Citi Handlowy Bikes** – Citi Handlowy zachęca do ekologicznego i aktywnego trybu życia, udostępniając aplikację Citi Handlowy Bikes. Umożliwia ona m.in. wypożyczenie i planowanie wycieczek na rowerze miejskim oraz posiada funkcję przeliczania emisji CO₂, którą zaoszczędzimy, wybierając rower zamiast samochodu.

W ramach projektu przygotowano Poradnik Paperless, który zawiera wskazówki dla wszystkich pracowników, jak ograniczyć zużycie papieru w codziennej pracy.

Produkty i usługi odpowiedzialne społecznie

Zielone obligacje i społeczne obligacje

Citi Handlowy jako podmiot z grupy Citi jest aktywnym uczestnikiem rynku kapitałowego i czynnie wspiera rozwój obligacji zielonych i społecznych w Polsce, wykorzystując swoją unikatową międzynarodową wiedzę i globalne zasoby.

Zielone obligacje (*green bonds*) to dłużne papiery wartościowe oparte na stałym lub zmiennym oprocentowaniu. Środki z emisji takich obligacji muszą zostać przeznaczone na projekty związane ze zmniejszeniem /ograniczeniem emisji CO₂.

Obligacje społeczne (*social bonds*) to dłużne papiery wartościowe oparte na stałym lub zmiennym oprocentowaniu. Środki z emisji takich obligacji muszą zostać przeznaczone na projekty związane z inwestycjami socjalnymi takimi jak edukacja, transport czy budownictwo mieszkaniowe.

Zielone oraz społeczne obligacje mogą być emitowane jako obligacje rządowe, municypalne, korporacyjne (m.in. z sektora energetycznego) oraz podmiotów z sektora finansowego (banki i firmy ubezpieczeniowe). Emitenci tego rodzaju instrumentów dłużnych są zobowiązani do okresowego i transparentnego raportowania wykorzystania środków pozyskanych z emisji.

Polska jest pierwszym krajem na świecie, który wyemitował zielone obligacje w 2016 roku w kwocie 750 mln EUR. W 2018 roku Polska przeprowadziła drugą emisję zielonych obligacji w kwocie 1 mld EURO, natomiast w lutym 2019 roku Polska wyemitowała dwie kolejne transze 10- i 30-letnich obligacji w kwocie odpowiednio 1,5 mld EUR i 500 mln EUR. Citi pełnił funkcję joint lead managera w ostatnich emisjach obligacji zielonych dla Polski w 2018 oraz 2019 roku.

Citi był jednym z dwóch inicjatorów powstania Zasad Zielonych Obligacji (*Green Bonds Principles*) przy ICMA i pełnił funkcję członka Komitetu Wykonawczego. Citi jest również aktywnym członkiem Grupy Roboczej ds. Obligacji Społecznych przy ICMA. Dodatkowo Citi w styczniu 2019 roku wyemitował po raz pierwszy swoje własne zielone obligacje w kwocie 1 mld EUR.

Wykorzystując globalne doświadczenie i wiedzę, w maju 2019 roku eksperci Citi Handlowy współpracujący z sektorem publicznym spotkali się z przedstawicielami 12 największych miast w Polsce zrzeszonych w Unii Metropolii Polskich. Celem spotkania była dyskusja o wyzwaniach, przed jakimi stoją miasta, i wymiana doświadczeń na temat dywersyfikacji źródeł finansowania ze szczególnym uwzględnieniem możliwości, jakie dają obligacje zielone oraz społeczne.



Inicjatywa Paperless

Digitalizacja usług bankowych, dzięki której klienci korporacyjni mogą zdalnie zarządzać finansami, to większa wygoda dla klientów, ale także wyraz dbałości o środowisko. Kontynuowane w 2019 roku działania Citi Handlowy, mające na celu kierowanie klientów na kanały elektroniczne (eForms, eWyciągi, CitiDirect, Citi Trade Portal) oraz przeprowadzenie przez Bank reorganizacji dokumentacji pozwoliły na zmniejszenie ogólnej liczby papierowych wniosków przychodzących i wychodzących z Banku.

Uproszczenie dokumentacji wymaganej do otwarcia rachunku przyczyniło się do znaczącego ograniczenia liczby dokumentów, które wypełnia i podpisuje z Bankiem nowy klient.

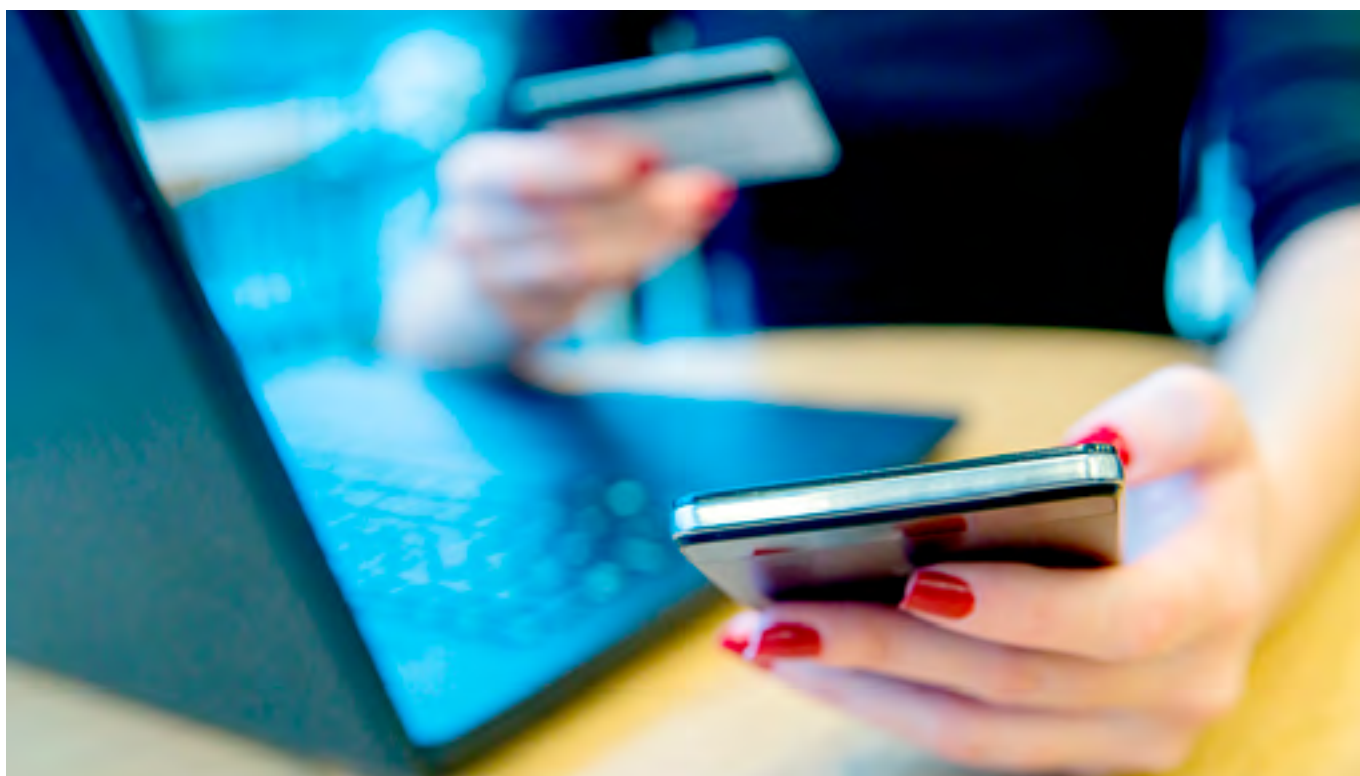
Wzrosła liczba użytkowników bankowości elektronicznej **CitiDirect BE** (w tym aplikacji **CitiDirect BE Mobile**) oraz logowań przy wykorzystaniu aplikacji **Mobile-PASS**, która skutecznie zastępuje tokeny sprzętowe. Rośnie odsetek klientów samodzielnie zarządzających systemem CitiDirect BE. System umożliwia klientowi samodzielną konfigurację uprawnień użytkowników, co znacznie przyspiesza proces i ogranicza wymianę dokumentów między klientem a Bankiem.

Citi Handlowy stale poszerza funkcjonalność platformy **eWnioski**, która służy do elektronicznego obiegu dokumentów między klientem a Bankiem. Obecnie 100% dokumentacji dotyczącej Kart Biznes (w tym wnioski o wydanie tych kart) oraz bankowości elektronicznej może być procesowana elektronicznie.

Citi Handlowy rozwija platformę **CitiManager** (oraz **CitiManager Mobile**), dzięki którym aktywacja Kart Biznes, kontrola wydatków kartowych oraz obsługa reklamacji odbywają się online. Dodatkowo w 2019 roku Bank udostępnił klientom **Wirtualną Akademię Klienta** – interaktywny serwis dotyczący Kart Biznes.

W 2019 roku wprowadzone zostały nowe funkcjonalności w **Citi Trade Portal**, pozwalające na automatyzację procesów po stronie klienta (m.in. import danych bezpośrednio z systemów finansowo-księgowych klienta) i procesowanie wniosków online w obszarze produktów finansowania handlu. Klienci doceniają również korzyści wynikające z udzielania gwarancji w formie elektronicznej zamiast tradycyjnej formie papierowej, o czym świadczy rosnący szybko odsetek wydawanych przez Bank e-gwarancji. W 2019 roku 70% wszystkich udzielonych przez Citi Handlowy gwarancji stanowiły e-gwarancje, co stanowi wzrost o 3% w porównaniu do 2018 roku.

Citi Handlowy wierzy, że nawet drobne zmiany codziennych nawyków mogą mieć pozytywny wpływ na środowisko. Dlatego rozmawia z klientami m.in. na temat rezygnacji z wyciągów w formie papierowej. Zdecydowana większość naszych klientów podziela podejście Banku – już prawie 97% klientów Citi Handlowy pobiera **wyciągi tylko w formie plików elektronicznych**. Bank dąży do pełnej digitalizacji w tym obszarze.



Rozwój talentów i różnorodność

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

To, co wyróżnia Citi Handlowy spośród konkurencji, to innowacyjność, jakość i odpowiedzialność. Każdego dnia Bank wykorzystuje swoją globalną obecność oraz wysoko wyspecjalizowaną kadrę, aby dostarczać rozwiązania bankowe, które wyprzedzają oczekiwania klientów.

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 składa się globalny zasięg i znajomość lokalnych rynków.

Sprzysiężanie różnorodności zespołów, idei i możliwości w Citi Handlowy pomaga we wspieraniu wzrostu i rozwoju, stanowiąc kwintesencję tego, kim jesteśmy i jak prosperujemy. W 2019 roku kulturę różnorodności wspierała w ramach People Strategy grupa Beyond the Borders, podejmując działania mające na celu promowanie wartości, jakie daje praca w międzynarodowym środowisku. **Na koniec roku 2019 liczba obcokrajowców zatrudnionych w Banku wzrosła o ok. 85% w stosunku do roku poprzedniego.**

- Dla pracowników kultura włączenia oznacza, że pracownicy czują się dobrze, angażując się w powierzone im zadania i mogąc być w pracy sobą.
- Organizacji [Citi Handlowy] przynależność do globalnej instytucji finansowej daje unikalną siłę płynącą z globalnego zasięgu i mnogości światopoglądów.
- Klienci i społeczności – różnorodność perspektyw sprzyja innowacji i wzmacnia etyczne zachowania w biznesie.

W 2019 roku 43% Składu Zarządu CitiHandlowy stanowiły kobiety. **[GRI 405-1]**

W 2019 roku

43%

składu Zarządu Citi
Handlowy stanowiły kobiety



ZARZĄD CITI HANDLOWY WEDŁUG GRUP WIEKOWYCH I PŁCI W 2019 ROKU [GRI 405-1]

Zarząd Banku według grup wiekowych	Mężczyźni	Kobiety	Razem
[30-50]	29%	14%	43%
≥50	29%	29%	57%
Razem	57%	43%	100%

Ponadto w Citi Handlowy co druga osoba na stanowisku menedżerskim to kobieta, a wśród kilku tysięcy pracowników Citi w Polsce dokładnie 49,36% 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.

W 2019 roku w Citi Handlowy: [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,
- 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 10,2 lat, przy czym wśród kobiet ten okres w ciągu ostatnich lat rośnie, a w 2019 roku wynosił 10,7 lat.

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.

Diversity & Inclusion Rating

Bank Citi Handlowy (wspólnie z Citibank Europe plc) znalazł się w 1. edycji Diversity & Inclusion Rating. Jest to nowa inicjatywa Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte, mająca na celu zmierzenie poziomu zaangażowania firmy w obszarze różnorodności i budowania włączającej, etycznej organizacji. Do pierwszej edycji ratingu zakwalifikowało się 5 firm, które wykazały się najwyższym poziomem zarządzania różnorodnością.

„Inclusion” oraz „diversity” to filary kultury organizacyjnej Citi w Polsce. Celowo przy tym mówimy w pierwszej kolejności o „włączaniu” (inclusion), a w drugiej o „różnorodności” (diversity), bo aby stworzyć różnorodne środowisko pracy, należy przede wszystkim rozpocząć działania na rzecz kształtowania postawy otwartej na drugiego człowieka, na jego indywidualizm. Nie chodzi tylko o to, by populacja pracowników w naszej firmie była zróżnicowana, ale o coś znacznie ważniejszego - by głos każdego z nich był słyszalny. W naszym przypadku to lata konsekwentnych działań angażujących ponad 8000 pracowników Citi Handlowy oraz Citibank Europe plc. Większa elastyczność czasu i miejsca pracy, wzmocnienie dialogu międzypokoleniowego, promocja kultury uznania dla sukcesów pracowników, wsparcie dla

realizacji życiowych pasji, akceptacja dla różnorodności zespołów, mobilność pracowników w ramach globalnych struktur Citi... Działając w tych obszarach, tworzymy przestrzeń dla realizacji oddolnych inicjatyw naszych pracowników. Liczba inicjatyw pracowniczych oraz pomysłów zgłaszanych przez nasze zespoły to najlepszy papierek lakmusowy, czy pracownicy dobrze czują się w pracy”.

Sławomir S. Sikora, CCO Citi w Polsce



Citi Pride Network Poland

Miniony rok był drugim 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. Był to czas bardzo owocny, jeśli chodzi o działania tej sieci, a wśród najważniejszych sukcesów należy wymienić udział w Paradzie Równości w Warszawie w czerwcu 2019 roku oraz **zdobycie przez pracowników działających w Citi Pride Network Poland nagrody w kategorii Pracownicza sieć LGBT+ roku w konkursie LGBT+ Diamonds 2019 Polish Business Award za prowadzenie działań wspierających osoby LGBT+ w organizacji.** Oprócz wymienionych inicjatyw członkowie sieci nieustannie pracują nad budowaniem inkluzywnego środowiska pracy i wspieraniem różnorodności w Citi Handlowy poprzez mentoring, networking i edukację (m.in. kampania z okazji Coming Out Day) 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.



Citi Women's Network Poland

Inicjatywa Citi Women's Network działa w Citi Handlowy od 2004 roku. Powstała w ramach szerszego programu Citi Diversity, wdrażanego przez Citi na całym świecie. Diversity, czyli różnorodność, to znak rozpoznawczy kultury korporacyjnej Citi i jej filozofia. Ideą przewodnią jest przyciąganie do Grupy Citi najlepszych pracowników i zapewnienie im możliwości pełnego rozwoju zawodowego z poszanowaniem ich godności – bez względu na płeć, rasę, wyznanie czy orientację seksualną. Inicjatywa Citi Women's Network ma na celu zwrócenie uwagi na sytuację kobiet pracujących w Citi Handlowy, zapewnienie im równych szans rozwoju zawodowego i możliwości realizacji ambicji związanych z karierą w Banku.

Misja Citi Women's Network:

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

Citi Women'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.

Citi DisAbility Network i Families Matter Network Poland

Citi Handlowy chce być organizacją, w której każdy czuje się dobrze, jest akceptowany i może liczyć na wsparcie – niezależnie od różnic między pracownikami, bo właśnie one postrzegane są w Banku jako wartość. Zwłaszcza jeśli pracownicy mają możliwość wspierania się nawzajem, wzmacniania, a w konsekwencji budowania relacji, które prowadzą do jeszcze lepszej, efektywniejszej współpracy. W tym roku do Pride Network Poland i Women's Network Poland dołączyły kolejne dwie inicjatywy: Families Matter Network Poland i Disability Network Poland. Ta pierwsza skupia pracowników, którym bliska jest tematyka rodzicielstwa, rodziny, wychowania dzieci, a także wyzwań, przed którymi w obecnym świecie stoją przedstawiciele wszystkich pokoleń. W 2019 roku tematyką przewodnią było odkrywanie mocnych stron dzieci. Grupa okazała się też bardzo pomocna w czasie strajku nauczycieli, ułatwiając rodzicom pogodzenie obowiązków rodzinnych i zawodowych poprzez zorganizowanie opieki nad dziećmi w godzinach pracy oraz zapewnienie możliwości pracy zdalnej.

W ramach Disability Network Poland poruszane są tematy zdrowia, sprawności, dobrego samopoczucia oraz otwartości na innych. W tym roku m.in. dzięki spotkaniom z Fundacją Kulawa Warszawa czy wsparciu Citi dla Paraolimpijczyków pracownicy mieli okazję zobaczyć świat z innej perspektywy czy poznać zasady *savoir-vivre'u* w kontaktach z osobami z niepełnosprawnościami. Dzięki współpracy z Polskim Komitetem Paraolimpijskim, włączeniu Paraolimpijczyków do wydarzeń sportowych „Live Well at Citi” oraz zaangażowaniu pracowników w wolontariat na rzecz osób niepełnosprawnych, Citi Handlowy działa na rzecz zmiany postrzegania niepełnosprawności i budowania społeczeństwa, w którym każdy będzie mógł wykorzystać swój potencjał.

Rozwój pracowników

[GRI 404-2]

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

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

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

Program rotacji pracowników w Citi Handlowy [GRI 404-2]

Zainicjowany w 2018 roku CCO Client Excellence Rotation Program - program krótkich rotacji pracowników pomiędzy różnymi jednostkami, odbywający się pomiędzy obszarami, w których pracownicy mają bezpośredni kontakt z klientem, a obszarami, w których na co dzień takiego kontaktu nie ma - był kontynuowany także w 2019 roku.

Kolejna edycja programu ma na celu skupienie się w ramach realizowanych rotacji i dedykowanych projektów na klientach Banku i ich potrzebach. W 2019 roku zidentyfikowano sześć konkretnych problemów klientów, nad których rozwiązaniem będą pracowały osoby z funkcji wsparcia, takich jak Operacje, Pion Prawny, Ryzyko, Monitoring Zgodności, a także osoby na co dzień pracujące bezpośrednio z klientem.

Dzięki świeżemu spojrzeniu i wymianie doświadczeń pracownicy mają szansę tworzyć nowe rozwiązania, usprawniać procesy w ramach rotacji oraz po powrocie do swojej jednostki macierzystej. Głównym celem inicjatywy pozostaje koncentrowanie wszystkich działań Banku na rozwiązywaniu problemów klientów i tworzenie kultury, w której klient jest w centrum uwagi pracowników Citi Handlowy. Poza tym, poprzez udział w programie uczestnicy zdobywają nową wiedzę, poznają nowe obszary biznesowe i podnoszą swoje kwalifikacje zawodowe.

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 celi biznesowych, jak i osobistych w przyjaznym i innowacyjnym środowisku pracy.

Przez ostatnie trzy lata Citi Handlowy starał się wspierać budowę solidnego podejścia i opracował zestaw praktyk w zakresie uczenia się i rozwoju (L&D), mających wesprzeć kapitał ludzki Citi Handlowy w przyszłości. Nowe zestawy umiejętności mają przygotować pracowników do zmierzania 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.

SZKOLENIA ZREALIZOWANE PRZEZ PRACOWNIKÓW CITI HANDLOWY W PODZIALE NA TRADYCYJNE I ELEKTRONICZNE (W PROC.)

Forma szkolenia	2019	2018	2017
Szkolenia tradycyjne	3%	5%	5%
Szkolenia e-learningowe	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 2019 roku w szkoleniu Orientation uczestniczyło 240 osób.

Rozwój pracowników w Citi Handlowy przeszedł pewną transformację. To już nie są godziny szkoleniowe, ale ścieżki rozwojowe, indywidualne plany rozwoju, nieskończone zasoby wiedzy, z których każdy pracownik może korzystać: aplikacje, platformy, szkolenia online, artykuły i materiały multimedialne. Wymaga to od pracownika potwierdzenia, że jest właścicielem swojego rozwoju, a menedżer i organizacja są jego partnerami w osiągnięciu najwyższych rezultatów biznesowych i indywidualnych.

Kampania wspierająca uczenie się #BeMore [GRI 404-2]

Citi Handlowy wprowadził kampanię #BeMore po raz pierwszy w 2016 roku. Kampania ta 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, wykształcenie),
- praca nad Indywidualnym Programem Rozwoju (IDP) jako zintegrowany element w cyklu HR pracownika w ciągu roku.

Ponadto kampania #BeMore dążyła do uproszczenia dostępu do globalnego zestawu narzędzi i zasobów obecnych w Grupie Citi. Nadrzędną zasadą kampanii #BeMore było 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 krwioobiegu 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. Znakomitym przykładem odzwierciedlającym zaangażowanie i otwartość na rozwój pracowników jest zainicjowana w 2019 roku Development Academy, której myślą przewodnią jest szerzenie wiedzy i umiejętności przez pracowników dla pracowników. W myśl tej zasady 18 pracowników Citi Handlowy zaangażowało się w projekt i poprowadziło szkolenia stacjonarne oraz webinary zarówno z umiejętności miękkich (np. kreatywność na co dzień w i pracy), jak i twardych (np. MS Excel). W szkoleniach wzięło udział 440 pracowników, którzy łącznie spędzili na ich aż 1400 godzin.

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.

W latach 2017-2019 roku w szkoleniach menedżerskich realizowanych w ramach programów Leadership przygotowanych przez Citi Handlowy uczestniczyło 122 menedżerów.

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

Szkolenia menedżerskie	2019	2018	2017
Liczba uczestników	48	48	26

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.

Proces oceny w Citi Handlowy

Rzeczony 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. Od 2019 roku 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.

W procesie oceny analizowane są 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 2019 roku ocenę pracowniczą otrzymało 99% 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]

Warunki zatrudnienia

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

Przy ustalaniu wynagrodzeń pracowników Bank odnosi się do doświadczenia i kompetencji wymaganych na obejmowanym stanowisku, oceny wyników pracy, obecnego poziomu wynagrodzenia, pozycji na tle nowej grupy pracowników i rynku. Bazując na tych informacjach, 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 2019 roku wynosiła 96% płacy mężczyzn¹. **[GRI 405-2]**

ŚREDNIE WYNAGRODZENIE W CITI HANDLOWY

Średnie miesięczne wynagrodzenie brutto w Citi Handlowy (w zł)

Pracownicy	Całkowite (z wynagrodzeniem zmiennym)	Zasadnicze (bez wynagrodzenia zmiennego)
2019		
Osoby na planie premiowym	8 982	6 256
Osoby niebędące na planie premiowym	11 007	9 753
Suma	10 410	8 721
2018		
Osoby na planie premiowym	8 533	6 004
Osoby niebędące na planie premiowym	10 655	9 435
Suma	9 949	8 293
2017		
Osoby na planie premiowym	7 923	5 187
Osoby niebędące na planie premiowym	10 292	9 123
Suma	9 455	7 733

* Powyższe dane dotyczą wszystkich pracowników Citi Handlowy z wyłączeniem Zarządu. Wynagrodzenie zasadnicze brutto na 31 grudnia 2019 roku.

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

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. Szczegółne 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 2019 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]

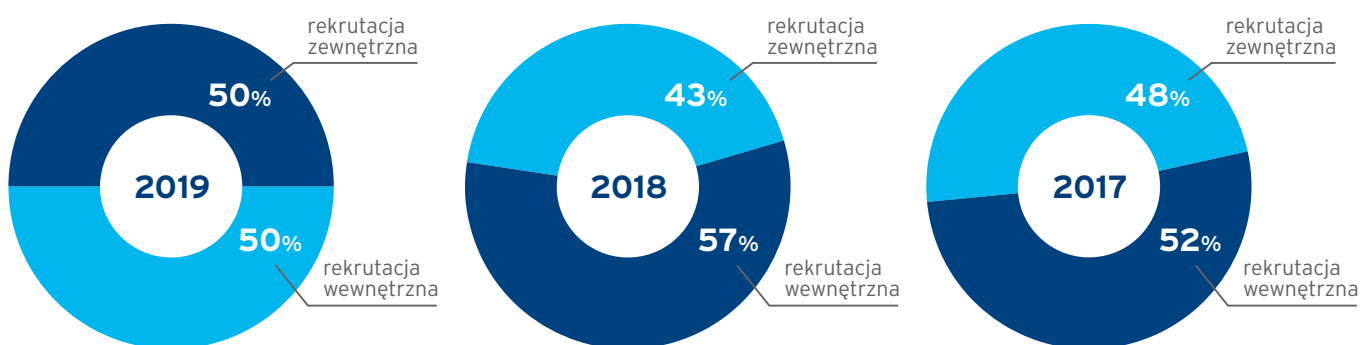
Rekrutacja

Sukces Citi Handlowy tworzą ludzie. Bank, świadomy tej wartości, niezmiennie dokłada starań, aby zarówno dla swoich pracowników, jak i kandydatów do pracy pozostawać pracodawcą z wyboru. 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 i narzędzi rekrutacyjnych. Dzięki temu na przestrzeni roku 2019 osiągnął równowagę pomiędzy liczbą rekrutacji kończących się zatrudnieniem kandydatów zewnętrznych i wewnętrznych. Odzwierciedla to założenia firmy w zakresie skutecznego i celowego pozyskiwania talentów z rynku oraz świadomość trendów, w których nowe technologie i wchodzące na rynek pracy pokolenia dyktują warunki i wpływają na wizerunek pracodawcy. Liczne projekty, w jakie angażowali się pracownicy Citi Handlowy, pokazały, że Bank pozostaje otwarty na zmiany i chce być pracodawcą wszystkich pokoleń. To pracownicy Citi Handlowy byli i są inicjatorami tej pozytywnej ewolucji, pracy w obszarze pozytywnych 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 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.

ZATRUDNIENIE W CITI HANDLOWY W PODZIALE NA ŹRÓDŁO W LATACH 2017-2019:



Struktura zatrudnienia

Pracownicy ogółem w podziale na płeć (liczba, proc.): [GRI 102-8]

CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	Proc.	Liczba	Proc.	Liczba
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

DM CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	Proc.	Liczba	Proc.	Liczba
2017	46	52%	42	48%	88
2018	49	51%	47	49%	96
2019	46	49%	48	51%	94

**NA STANOWISKACH MANAGERSKICH JEST ZATRUDNIONYCH NIEMAL
TYLE SAMO KOBIET CO MĘŻCZYŹN.**

Stanowiska menedżerskie w podziale na płeć (liczba, proc.): [GRI 102-8, GRI 405-1]

CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	Proc.	Liczba	Proc.	Liczba
2017	258	51%	249	49%	507
2018	251	51%	244	49%	495
2019	230	49%	236	51%	466

DM CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety		Mężczyźni		Łącznie
	Liczba	Proc.	Liczba	Proc.	Liczba
2017	10	43%	13	57%	23
2018	15	54%	13	46%	28
2019	15	52%	14	48%	29

**W CITI HANDLOWY 100% PRACOWNIKÓW ZATRUDNIONYCH JEST
W OPARCIU O UMOWĘ O PRACĘ, Z CZEGO 94% TO PRACOWNICY ZATRUDNIENI
NA UMOWĘ NA CZAS NIEOKREŚLONY.**

Rodzaje umów o pracę w podziale na płeć (w proc.): [GRI 102-8]

CITI HANDLOWY

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	czas określony	52%	48%	8%
	czas nieokreślony	64%	36%	91%
	zastępstwo	59%	41%	1%
	Suma	63%	37%	100%
2018	czas określony	53%	47%	6%
	czas nieokreślony	64%	36%	92%
	zastępstwo	70%	30%	1%
	Suma	63%	37%	100%
2019	czas określony	53%	47%	6%
	czas nieokreślony	64%	36%	94%
	zastępstwo	64%	36%	1%
	Suma	63%	37%	100%

DM CITI HANDLOWY

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	czas określony	57%	43%	8%
	czas nieokreślony	53%	48%	91%
	zastępstwo	0%	100%	1%
	Suma	52%	48%	100%
2018	czas określony	56%	44%	9%
	czas nieokreślony	51%	49%	90%
	zastępstwo	0%	100%	1%
	Suma	51%	49%	100%
2019	czas określony	40%	60%	5%
	czas nieokreślony	50%	50%	94%
	zastępstwo	0%	100%	1%
	Suma	49%	51%	100%

ŚREDNI STAŻ PRACY W CITI HANDLOWY NA PRZESTRZENI OSTATNICH LAT ROŚNIE I W 2019 ROKU PRZEKROCZYŁ 10 LAT, PRZY CZYM WŚRÓD KOBIET PRACUJĄCYCH W BANKU JEST JUŻ PRAWIE NA POZIOMIE 11 LAT.

Średni staż pracy w podziale na płeć (w latach): [GRI 102-8]

CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	10	8	9
2018	10	8	9
2019	11	9	10

DM CITI HANDLOWY

Rok	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	9	8	8
2018	9	7	8
2019	10	8	9

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, a od ubiegłego roku wzrosła liczba kobiet korzystających ze zmniejszonego wymiaru czasu pracy.

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

Wymiar czasu pracy w podziale na płeć (w proc.): [GRI 102-8]

CITI HANDLOWY

Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	cały etat	62%	38%	96%
	część etatu	79%	21%	4%
	Suma	63%	37%	100%
2018	cały etat	62%	38%	96%
	część etatu	77%	23%	4%
	Suma	63%	37%	100%
2019	cały etat	63%	37%	96%
	część etatu	80%	20%	4%
	Suma	63%	37%	100%

DM CITI HANDLOWY

Rok	Wymiar etatu	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	cały etat	41%	59%	50%
	część etatu	64%	36%	50%
	Suma	52%	48%	100%
2018	cały etat	43%	57%	48%
	część etatu	58%	42%	52%
	Suma	51%	49%	100%
2019	cały etat	42%	58%	48%
	część etatu	55%	45%	52%
	Suma	49%	51%	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.

Elastyczne warunki pracy w podziale na płeć (w proc.): [GRI 102-8]

CITI HANDLOWY

Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	elastyczne	62%	38%	16%
	standardowe	63%	37%	84%
	Suma	63%	37%	100%
2018	elastyczne	62%	38%	18%
	standardowe	63%	37%	82%
	Suma	63%	37%	100%
2019	elastyczne	65%	35%	22%
	standardowe	63%	37%	78%
	Suma	63%	37%	100%

DM CITI HANDLOWY

Rok	Rodzaj	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	elastyczne	0%	100%	2%
	standardowe	53%	47%	98%
	Suma	52%	48%	100%
2018	elastyczne	0%	100%	4%
	standardowe	53%	47%	96%
	Suma	51%	49%	100%
2019	elastyczne	0%	100%	4%
	standardowe	51%	49%	96%
	Suma	49%	51%	100%

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 [GRI 102-8, GRI 405-1]

CITI HANDLOWY

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	<= 30 lat	58%	42%	22%
	31-50 lat	64%	36%	71%
	> 50 lat	71%	29%	7%
	Suma	63%	37%	100%
2018	<= 30 lat	57%	43%	20%
	31-50 lat	64%	36%	73%
	> 50 lat	71%	29%	7%
	Suma	63%	37%	100%
2019	<= 30 lat	58%	42%	16%
	31-50 lat	64%	36%	76%
	> 50 lat	69%	31%	8%
	Suma	63%	37%	100%

DM CITI HANDLOWY

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2017	<= 30 lat	63%	38%	9%
	31-50 lat	46%	54%	74%
	> 50 lat	73%	27%	17%
	Suma	52%	48%	100%
2018	<= 30 lat	17%	83%	6%
	31-50 lat	51%	49%	74%
	> 50 lat	63%	37%	20%
	Suma	51%	49%	100%
2019	<= 30 lat	0%	100%	3%
	31-50 lat	49%	51%	74%
	> 50 lat	57%	43%	22%
	Suma	49%	51%	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 przekazywane

kadrze 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 2017-2019 (W PROC.)

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%

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 tej ankiety 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 sprzyjającej budowaniu zaangażowania i satysfakcji pracowników.

Wyniki badania VOE w latach 2018-2019 (w proc.)

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

W 2017 roku przeprowadzono skrócone badanie Puls VOE, sprawdzając raz w kwartale trend satysfakcji pracowników.

Istotną grupą ryzyka 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. **[GRI 102-15, GRI 102-11]**

Troska o pracowników

People Strategy [GRI 102-30]

Rok 2019 był wyjątkowo ważny pod względem budowania kultury organizacyjnej, w której centrum są pracownicy. Celem strategii ukierunkowanej na ludzi jest wzmocnienie zaangażowania pracowników i polepszenie ich warunków pracy przez podejmowanie działań i realizowanie projektów ułatwiających ich pracę, komunikację i zaangażowanie.

W ramach realizowanej w 2019 roku People Strategy powstało sześć grup projektowych, angażujących 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 wyznaczony Członek Zarządu Citi Handlowy.

W ramach People Strategy działają następujące grupy:

- 1) **People Board** - grupa 9 reprezentantów pracowników wybranych w wewnętrznych wyborach przez samych pracowników. People Board to pomost w komunikacji pomiędzy pracownikami a Zarządem Banku. Ich misją jest wzmocnienie kultury organizacyjnej, w której pracownicy czują, że Bank jest miejscem, w którym mogą się realizować. Kadencja People Board trwa półtora roku. W tym czasie członkowie People Board odwiedzają pracowników Banku we wszystkich lokalizacjach w Polsce, rozmawiają i identyfikują tematy, w których rozwiązanie angażują Zarząd i kadrę managerską wyższego szczebla. Realizują na rzecz Banku projekty, inspirowane potrzebami pracowników i wciągają innych pracowników do wspólnej pracy nad nimi. Ich działania mają bezpośredni wpływ na zaangażowanie pracowników. Działają zgodnie z poniższą misją:



- 2) **Work-Life Balance** - to grupa, której celem jest inicjowanie i wspieranie działań mających na celu poprawę równowagi pomiędzy pracą a życiem prywatnym pracowników. W 2019 roku grupa, poprzez szereg akcji informacyjnych, zwracała pracownikom uwagę na występujące sporadycznie, niepożądane, codzienne przyzwyczajenia, których eliminacja może pozytywnie wpłynąć na efektywność pracy. W ramach inicjatywy Work-Life Balance pracownicy mogli uczestniczyć w warsztatach na temat odpoczynku i snu.

- 3) **Digital Natives** - grupa ta wraz z menedżerami dba, aby środowisko pracy w Banku było możliwie proste i oparte na nowych rozwiązaniach technologicznych. Ich celem jest stworzenie miejsca pracy jak najbardziej przyjaznego pracownikom oraz wspierającego ich zaangażowanie. Obecnie 80 osób pracuje nad 8 projektami dla całego Banku oraz realizuje indywidualne projekty odpowiadające potrzebom pracowników jednostek, w jakich są zatrudnieni.
- 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 wypracowywać najbardziej efektywne rozwiązania. W 2019 roku Beyond the Borders wspierało zatrudnianie w Banku obcokrajowców, w efekcie czego zatrudniono 22 osoby spoza Polski.
- 5) **Being the Best for the Client Academy** - jej cel to wspieranie w Citi Handlowy budowania kultury skoncentrowanej na potrzebach jego klientów. Działania realizowane w 2019 roku przez grupę były skupione na pracy z najwyższą kadrą menedżerską zarządzającą funkcjami wsparcia, które na co dzień nie współpracują bezpośrednio z klientem. Menedżerowie tych obszarów pracowali podczas spotkań grupowych i indywidualnych nad identyfikowaniem obszarów i procesów, których usprawnienie rozwiąże konkretne problemy klientów Banku. Jednocześnie, w ramach wzmacniania kultury klientocentryczności, zorganizowano warsztaty dla pracowników funkcji wsparcia, podczas których dyskutowano o potrzebach klientów i roli pracowników w tworzeniu dla nich najwyższej wartości.
- 6) **Global Gratitude** - jej celem 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.

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, oprócz wizyt lekarskich i badań, obejmuje również m.in. pomoc doraźną, wizyty domowe i rehabilitację. Wizyty lekarskie i badania są objęte gwarancją dostępności terminów. Ważnym elementem profilaktyki prozdrowotnej jest aktywność ruchowa, dlatego każdy pracownik Citi Handlowy ma możliwość wykupienia karty sportowej dla siebie i osoby towarzyszącej.

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

Drugim ubezpieczeniem jest ubezpieczenie grupowe, którego koszty ponoszone są przez pracownika. W ramach niego pracownik ma również możliwość ubezpieczenia członków swojej rodziny. Stanowi ono dodatkową ochronę dla pracownika oraz rozszerza zakres zdarzeń, z tytułu których pracownik otrzymuje wypłatę – np. z tytułu urodzenia dziecka, choroby dziecka lub małżonka, pobytu w szpitalu.

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

Liczba pracowników Citi Handlowy, która załogowała się do platformy kafeteryjnej w listopadzie 2019 roku, wyniosła 3 197.

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 2019 roku bardzo ważną rolę w tworzeniu przestrzeni przyjaznej dla pracowników odegrała grupa People Board działająca w ramach People Strategy. Członkowie People Board spotykali się w 2019 roku z pracownikami Citi Handlowy w całej Polsce, rozmawiając z nimi i słuchając jakie potrzeby mają w zakresie przestrzeni, w której pracują. W efekcie ich pracy zostały zaplanowane konkretne inicjatywy, stworzenia w lokalizacjach Banku miejsc, w których pracownicy mogą się zrelaksować i poćwiczyć. W jednej z warszawskich lokalizacji Banku pracownicy zorganizowali w ubiegłym roku zajęcia tańca. Większość planów People Board będzie realizowana w ramach projektu „Sztanga” w 2020 roku.

Wspieranie inicjatyw pracowniczych

CitiClub

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

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



CitiClub powołano 15 lat temu, aby stworzyć pracownikom z różnych jednostek i lokalizacji z całej Polski szansę do integracji i tworzenia społeczności wokół różnych tematów, m.in. aktywnego wypoczynku - biegania, fotografii, gier planszowych, szachów, jazdy na rowerze, motoryzacji, wędkowania, żeglarstwa czy narciarstwa.

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

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



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

Integracyjno-sportowe wyjazdy CitiClub organizowane w całości przez pracowników i dla pracowników już od wielu lat cieszą się ogromnym zainteresowaniem. Co roku odbywają się trzy główne cykliczne imprezy, które na stałe weszły do kalendarza wydarzeń CitiClub: Zawody Narciarsko-Snowboardowe, Regaty o Puchar Prezesa Zarządu Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz spływ kajakami.

W 2019 roku w dwóch kluczowych imprezach wzięło udział w sumie 420 osób z różnych sektorów, departamentów i biur Citi Handlowy i DM Citi Handlowy.

Organizacja imprez CitiClub możliwa jest w dużej mierze dzięki wsparciu Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Wyjazdy finansowane są bowiem w większości z dwóch źródeł, ZFŚS oraz budżetu CitiClub.

Całkowity koszt organizacji dla pracowników Banku Handlowego, Domu Maklerskiego, uczestniczących w tych trzech imprezach w 2019 roku to ponad 449 tys. zł, z czego koszt własny pracowników stanowił jedynie 124 tys. zł, tj. 28%, natomiast pozostała kwota 325 tys. zł (tj. 72%) finansowana była przez Citi Handlowy.

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 2019 roku

Ustawowy	W Grupie Citi Handlowy
5 182 617,17 zł - 37,50% przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w 2013 roku (za okres 01-07/2019) i w 2014 (za okres 08-12/2019).	Do 8 456 778,68 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 także indywidualne i grupowe aktywności rekreacyjno-sportowe.

Działalność socjalna na rzecz emerytów

Citi Handlowy poważnie traktuje opiekę nad swoimi byłymi pracownikami. Do świadczeń w ramach ZFŚS uprawnieni są nie tylko emeryci i renciści (jak przewiduje

ustawa o ZFŚS), ale 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 ZFŚS dla tych uprawnionych nie są oprocentowane. Oprócz świadczeń finansowanych z ZFŚS emeryci mogą wykupić na preferencyjnych warunkach pakiet prywatnej opieki medycznej. Co roku emeryci otrzymują również świadczenia socjalne w formie wypłat pieniężnych.

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

2019	2018	2017
827	947	864

Citi Handlowy zapewnia korzystniejsze od przewidzianych w Kodeksie Pracy zasady wypłat 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 niedotyczących pracowników i którzy do chwili uzyskania prawa do emerytury/renty nie podjęli pracy zawodowej. Prawo do ubiegania się o odprawę emerytalną w tym przypadku wygasa

dopiero po upływie 6 lat od rozwiązania stosunku pracy z przyczyn niedotyczących pracownika.

- Citi Handlowy wyróżnia 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. Powyższą zasadę odzwierciedlono w obowiązującym w Citi Handlowy Zakładowym Układzie Zbiorowym Pracy (ZUZP).

Dodatkowy dzień na poszukiwanie pracy

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

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 (z wyłączeniem Członków Zarządu Banku). **[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 wskazują 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]**

Bezpieczeństwo i higiena pracy [GRI 403-2]

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

* 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.citialumninetwork.com), stając się oficjalnie częścią globalnej platformy, stanowiącej link 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 25 000 zarejestrowanych członków. Byli pracownicy Citi Handlowy są częścią tej światowej społeczności, działając jako ambasadorzy marki Citi i wzmacniając jej siłę oddziaływania.

Czerpiąc ze 150-letniego doświadczenia na polskim rynku i osiągnięć Banku Handlowego oraz z ponad 200 lat doświadczenia i globalnej obecności Citi, Citi Handlowy jest jedną z najsilniejszych instytucji

finansowych w Polsce. Do jej sukcesu przyczyniają się zarówno obecni pracownicy, jak i dawni koledzy. Wszyscy mają swój wkład we wzrost i rozwój biznesów Citi w Polsce, dobrze znają misję i obietnicę wartości marki Citi i cenią sobie kulturę organizacyjną Banku. Dlatego też wielu z obecnych pracowników Citi Handlowy wróciło do Banku po pewnym czasie rozwijania swojej kariery poza Grupą Citi.

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 zarejestrować się na stronie www.citialumninetwork.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.citialumninetwork.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 uwagę 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 1 355 dotacji dla ponad tysiąca organizacji pozarządowych.

Fundacja koordynuje jeden z największych i najstarszych w Polsce (powstały w 2005 roku) programów wolontariatu pracowniczego. Od początku istnienia programu pracownicy Citi w Polsce zaangażowali się w działalność wolontariacką prawie 29,4 tys. razy, przepracowując łącznie już prawie 160 tys. godzin, pomagając ponad 369 tys. odbiorców. Co roku program swoim zasięgiem obejmuje prawie 250 placówek, a w wolontariat angażuje się około 20% pracowników Citi wraz z ich rodzinami.

Jednym z ważnych obszarów działania Fundacji jest ochrona dziedzictwa kulturowego i realizowana w jej ramach Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora. Na przestrzeni lat udało się przedstawić i spopularyzować działania osobowości pełnych pasji i niezwykłego zaangażowania. Nagrodą im. prof. Aleksandra Gieysztora uhonorowano dotychczas 20 osób i instytucji za wybitne osiągnięcia mające na celu ochronę polskiego dziedzictwa kulturowego. Laureatami Nagrody zostali m.in. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, prof. Jan Ostrowski, prof. Jacek Purchla, Społeczny Komitet Opieki nad Starą Rossą, prof. Franciszek Ziejka oraz Elżbieta i Krzysztof Pendereccy. Dzięki zaangażowaniu Laureatów Nagrody możemy dziś pełniej czerpać z naszego kulturowego bogactwa i kształtować naszą tożsamość.

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 2019 roku Fundacja Citi Handlowy im. L. Kronenberga zrealizowała następujące programy:

- **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: Ericsson, Facebook, Goldman Sachs, Google, Intel, P&G, NatWest/RBS, TomTom.

Na 3. edycję programu IT for SHE, zrealizowaną w 2019 roku, złożyły się następujące elementy:

- program mentoringowy dla 47 dziewcząt, z udziałem ekspertów z najlepszych firm technologicznych działających w Polsce, w tym 6 mentorów z Citi (3 z Citi Handlowy i 3 z Citi Service Center);
- największy w Europie obóz typu „bootcamp” dla dziewcząt w IT, w ramach którego przez cztery dni 150 dziewcząt z 38 uczelni uczestniczyło w warsztatach z umiejętności branżowych i z kompetencji miękkich;
- kampania wolontariacka prowadzona we wsiach i w małych miejscowościach, zachęcająca dzieci i młodzież do nauki programowania i rozwijania swoich zainteresowań w obszarze technologii cyfrowych. Odbiorcami tej akcji jest ponad 2 000 dzieci z małych miejscowości;
- TOP 20 Cyber Women.

Konferencja „Perspektywy. Women in Tech Summit”

Citi Handlowy wraz z Citi Service Center Poland był partnerem strategicznym drugiej edycji konferencji, największego w regionie Europy Środkowej i Wschodniej oraz Środkowej Azji wydarzenia poświęconego kobietom w branży IT oraz TECH. Konferencja „Perspektywy. Women in Tech Summit 2019” stała się miejscem spotkania najbardziej utalentowanych kobiet w branży. Warszawski szczyt był także okazją do dyskusji na temat technologicznej i społecznej przyszłości świata oraz wkładu kobiet w jej rozwój. Był adresowany do studentek informatyki, profesjonalistów z firm technologicznych, naukowców i innowatorów. W kongresie wzięło udział 25 key note speakerów, odbyło się 12 paneli w których wystąpiło 70 prelegentów, 100 trenerów przeprowadziło 80 warsztatów, odbyło się 400 sesji mentoringowych. Na konferencji znaleźli się goście z 52 krajów świata. Citi Handlowy reprezentowała Katarzyna Majewska, Członek Zarządu Banku, która znalazła się w TOP 20 Cyber Women, a przedstawicielką Citigroup była Eleanor Drew, Global Head, Information Services Group Institutional Clients Group, która w wystąpieniu otwierającym opowiedziała o swoim doświadczeniu w pracy w obszarze technologii.

Zorganizowano też unikatowy Salon Karier, gdzie uczestnicy mogli poznać specyfikę pracy w danej firmie oraz zapoznać się z najnowszymi ogłoszeniami rekrutacyjnymi.

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.



- **Nagroda Emerging Market Champions Citi Handlowy** - celem konkursu jest promocja przedsiębiorstw z sukcesem rozwijających działalność za granicą. W ramach projektu przeprowadzane są badania diagnozujące warunki prowadzenia biznesu w Polsce oraz globalny potencjał krajowych firm. We wrześniu 2019 roku podczas sesji plenarnej „Polska w układance wielkich mocarstw. Rywalizacja Chin i Stanów Zjednoczonych z krajowej i Wspólnotowej perspektywy”, organizowanej w ramach Europejskiego Forum Nowych Idei w Sopocie, odbyła się uroczysta gala wręczenia nagród w 6. edycji konkursu. Tytuł „Emerging Market Champion” w kategorii „Polskie inwestycje zagraniczne” otrzymała Grupa Polpharma, zwycięzcą w kategorii „Zagraniczne inwestycje w Polsce” została firma Adampol S.A., a w kategorii „e-Commerce” zwyciężyła firma Znany Lekarz Sp. z o.o.
- **Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora** - najbardziej prestiżowa nagroda przyznawana corocznie instytucjom lub osobom prywatnym za starania na rzecz ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego. Laureatem XX edycji został ks. bp Waldemar Pytel nagrodzony za ponad trzydziestoletni wysiłek na rzecz ocalenia, rewitalizacji i przywrócenia świetności kwartałowi luterzańskiemu wraz z Kościołem Pokoju w Świdnicy - miejscem Światowego Dziedzictwa UNESCO. Dzięki niezwyklej determinacji ks. bp. Waldemara Pytla Świdnica jest dzisiaj autentycznym miejscem dialogu między kulturami i narodami.



- **Odzyskiwanie dzieł sztuki** - program, którego celem jest odzyskiwanie dóbr kultury utraconych przez Polskę w czasie i w wyniku II wojny światowej.
- **Korzenie** - program, w ramach którego Fundacja przypomina historię Banku oraz sylwetki i dokonania jego twórców - rodu Kronenbergów. Od 2014 roku można korzystać z archiwum cyfrowego, które zawiera ponad 31 tys. stron skanów dokumentów

oraz materiałów ikonograficznych dotyczących działalności Banku i rodziny Kronenbergów. Materiały są wykorzystywane do działań promocyjnych, przy okazjach związanych z jubileuszami Banku i Leopolda Kronenberga.

- **Program Wolontariatu Pracowniczego w Citi Handlowy** - program, którego celem jest rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników Banku. W 2019 roku przeprowadzono XIV edycję Światowego Dnia Citi dla Społeczności. W jego ramach zrealizowano 209 projektów. Wolontariusze Citi i ich znajomi wraz z przyjaciółmi zaangażowali się 3 993 razy w pomoc dla ponad 46 tys. potrzebujących.
- **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 2019 roku przyznano 3 dotacje, m.in. na projekt z obszaru digital realizowany wspólnie z Muzeum Polin: Wirtualny Sztetel. Celem projektu jest rozbudowa historycznej bazy danych, której teksty źródłowe zostały zdigitalizowane dzięki zastosowaniu techniki optycznego rozpoznawania znaków (OCR) w celu uzupełnienia, upowszechnienia i promowania wiedzy o życiu gospodarczym Żydów polskich.

Programy realizowane przy wsparciu Citi Foundation

W 2019 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” (XIII edycja), Programu Rozwoju Przedsiębiorczości oraz konkursów na uczelniach i wśród szkół średnich w ramach gry „Pierwszy Milion”.
- **Być Przedsiębiorczym** - program edukacji ekonomicznej skierowany do uczniów szkół średnich. Realizowany jest we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Celem projektu jest przekazanie uczniom wiedzy z zakresu szeroko pojętej przedsiębiorczości oraz wykształcenie umiejętności i kompetencji w tym obszarze poprzez założenie

i prowadzenie przedsiębiorstwa działającego w formie spółki jawnej. W programie w 2019 roku uczestniczyło ponad 2 tys. uczniów z 220 szkół.

- **Biznes w kobiecych rękach** - program realizowany we współpracy z Fundacją Przedsiębiorczości Kobiet, skierowany do 50 kobiet, które chcą założyć własną firmę. Dzięki wykładom, szkoleniom i indywidualnej pracy z mentorkami, każda uczestniczka ma szansę rozpocząć swoją działalność. Celem programu jest powstanie klastra firm kobiecych, funkcjonującego na terenie aglomeracji warszawskiej. W 2019 roku rozpoczęła się VI edycja programu.



W 2019 roku w ramach programu Biznes w Kobiecych Rękach odbyła się konferencja pod hasłem Be Bold, podczas której ponad 600 uczestniczek miało okazję wysłuchać prelekcji oraz wziąć udział w warsztatach.

Podczas konferencji w panelu o tym, czym jest odwaga w dzisiejszym świecie, wzięła udział Natalia Bożek, Wiceprezes Zarządu Citi Handlowy, natomiast Marcin Biernatowski, Manager of Digital Channels, opowiadał uczestniczkom o bezpieczeństwie w sieci. Prezentacja ta spotkała się z wielkim zainteresowaniem uczestniczek i wywołała żywą dyskusję w kuluarach.

- **Mikroprzedsiębiorca Roku** - konkurs organizowany w 2019 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. W ramach konkursu przyznawana jest nagroda główna - tytuł Mikroprzedsiębiorcy Roku - oraz nagrody w poszczególnych kategoriach, w zależności od czasu funkcjonowania firmy. Najmłodsze przedsiębiorstwa mogą zgłaszać się w kategorii START, firmy „wieku średniego” w kategorii PROGRES, a najstarsze w kategorii SENIOR.
- **Hello Entrepreneurship** - pilotażowy 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 trzymiesięczne wsparcie, dostosowane do ich potrzeb tak, aby ich pomysły były możliwe do realizacji. Przykładowe rodzaje wsparcia: pomoc w opracowaniu modelu biznesowego, wsparcie promocyjne, ułatwienie kontaktów z inwestorami oraz innymi firmami. Do pierwszej edycji projektu, uruchomionej jesienią 2019 roku, zgłosiło się ponad 50 pomysłodawców. Celem programu jest powstanie 10 przedsiębiorstw społecznych do maja 2020 roku.
- **Shesnnovation 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 w 26% polskich start-upów kobieta występuje wśród założycieli. 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 menedżerek, właścielek firm technologicznych, które osiągnęły sukces rynkowy oraz przedstawicielek świata nauki. Do projektu zgłosiło się ponad 100 pomysłodawczyń, a jego celem jest powstanie 10 start-upów technologicznych do maja 2020 roku.

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 2019 roku wolontariusze Citi w Polsce zrealizowali 250 projektów na rzecz prawie 48 tys. odbiorców. Wolontariusze (również ci spoza organizacji) w działania społeczne zaangażowali się ponad 4500 razy. W ramach podejmowanych działań wspierali: społeczności lokalne, placówki opiekuńczo-wychowawcze, organizacje społeczne, placówki samorządowe i schroniska dla zwierząt.

W 2019 roku kontynuowane były również kluczowe projekty Fundacji, tj.: akcja świąteczna „Zostań Asystentem św. Mikołaja”, wyjazdy integracyjne połączone z wolontariatem, akcje krwiodawstwa.

W ramach kontynuacji dobrych praktyk z obszaru wolontariatu kompetencyjnego uruchomiony został program #CitiVolunteers for Progress (#CitiVolunteers dla Rozwoju). Inicjatywa przynosi korzyści rozwojowe wolontariuszom-pracownikom Citi, pozwalając im sprawdzić się w nowym środowisku, ale przede wszystkim wpływa na profesjonalizację start-upów oraz organizacji pozarządowych.

W ramach programu #CitiVolunteers for Progress realizowane są:

- **Citi Mentoring** - którego celem jest włączenie ekspertów Citi w programy mentoringowe dla start-upów, jakie realizowane są w ramach projektów współfinansowanych przez Citi Foundation (mentoring dla mikroprzedsiębiorców, start-upów, kobiet zainteresowanych rozwojem własnego biznesu, studentek kierunków IT oraz technologicznych oraz migrantów marzących o własnym biznesie).
- **Citi Skills Marathon dla organizacji pozarządowych** - wydarzenia wolontariackie mające na celu wykorzystanie umiejętności pracowników Citi do wspierania organizacji pozarządowych i start-upów w lepszej realizacji ich misji i celów.

Ponadto Fundacja Citi Handlowy im. L. Kronenberga wraz z Narodowym Centrum Kultury zorganizowała IV Ogólnopolską Konferencję „Wolontariat w kulturze”, która odbyła się 25 listopada 2019 roku na Zamku Królewskim w Warszawie. Wzięło w niej udział ponad 180 uczestników - ekspertów, wolontariuszy i gości z instytucji kultury z całego kraju. Rola dyrektora, koordynatora i wolontariusza w tworzeniu wolontariatu w instytucji były głównymi tematami tej edycji. Podczas części warsztatowej uczestnicy wydarzenia mieli okazję do dyskusji, praktycznych ćwiczeń i wymiany dobrych praktyk.

Światowy Dzień Citi dla Społeczności

Jedną z najważniejszych inicjatyw w 2019 roku była 14. edycja Światowego Dnia Citi dla Społeczności. Co roku w ramach tego globalnego projektu pracownicy Banku wraz z rodzinami i przyjaciółmi angażują się w akcje odpowiadające na konkretne potrzeby występujące w bliskich im społecznościach. W 2019 roku wolontariusze Citi w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności przeprowadzili 209 projektów społecznych na rzecz blisko 46 tys. odbiorców. Wśród działań, które podjęli wolontariusze, znalazły się prace remontowo-budowlane w domach opieki społecznej i domach seniora, prace porządkowe w schroniskach dla zwierząt oraz sprzątanie terenów leśnych (w tym Puszczy Kampinoskiej).

Światowy Dzień Citi dla Społeczności - 4 000 #CitiVolunteers zrealizowało projekty w trzech obszarach:

- Digital,
- Inclusion,
- Live well.



W 2019 roku przeprowadzono **III Ogólnopolskie Badanie Wolontariatu Pracowniczego**. Przygotowało je Forum Odpowiedzialnego Biznesu, a jego partnerami były Fundacja Citi Handlowy im. L. Kronenberga oraz Fundacja Orange. Skierowane ono było do 3 grup: decydentów w dużych i średnich firmach, pracowników z dużych i średnich firm oraz beneficjentów działań wolontariatu pracowniczego. Z przeprowadzonych 817 wywiadów wynika, że 88% wolontariuszy twierdzi, że program wolontariatu pracowniczego ma wpływ na postrzeganie przez nich swojego miejsca pracy. 96% decydentów z firm praktykujących wolontariat pracowniczy uważa, że wolontariat podnosi kompetencje pracowników. Potwierdza to ostatnie badanie Programu Wolontariatu Pracowniczego Citi. Zdecydowana większość wolontariuszy, którzy wzięli udział w badaniu, przyznała, że dzięki zaangażowaniu w wolontariat ma większą świadomość problemów społecznych. Wolontariusze oprócz samej satysfakcji z pomagania innym dostrzegają również, że realizacja projektów przynosi im także korzyści w życiu zawodowym. Większość z nich

zauważyła u siebie zdecydowaną poprawę umiejętności komunikacyjnych i organizacyjnych.

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



Statystyki Programu Wolontariatu Pracowniczego

	2019	2018	2017
Liczba projektów	250	251	249
Liczba odbiorców	48 000	40 500	37 000
Zaangażowania wolontariuszy*	4 500	4 480	3 700
Liczba projektów w ramach konkursu „Wolontariusz na Bank!”	129	104	108

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

**CITI HANDLOWY ZACHĘCA PRACOWNIKÓW DO DZIAŁALNOŚCI SPOŁECZNEJ
I WSPIERA ICH W TYM M.IN. POPRZECZ DODATKOWY DZIEŃ WOLNY
NA WOLONTARIAT.**



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 pomaganiem potrzebującym. Pracownicy Citi Handlowy razem z klientami Banku i partnerami uczestniczą w wydarzeniach sportowych jako zawodnicy drużyny Live Well at Citi, a jednocześnie występują jako wolontariusze - #CitiVolunteers, ponieważ każdy taki projekt wspiera wybrany cel społeczny. Te trzy integralne elementy - udział pracowników, zaangażowanie klientów oraz wspieranie potrzebujących - tworzą unikalny model biznesowy tej inicjatywy.



Tradycyjnie najpopularniejszą dyscypliną wśród pracowników Citi Handlowy było w minionym roku bieganie, ale coraz większą popularnością cieszy się też triathlon. Szczególnie dobrze sprawdzają się zaś sztafety triathlonowe jako formuła sprzyjająca budowaniu zespołów, które tworzą miłośnicy i miłośniczki trzech różnych dyscyplin: pływania, kolarstwa i biegania.

Zawodnicy uczestniczący w wydarzeniach sportowych w ramach drużyny Live Well at Citi mogli liczyć na wsparcie trenerów z zespołu Gucwa Velo Trainer, którzy na co dzień prowadzą drużynę triathlonową GVT BMC. Oprócz profesjonalnych planów treningowych uwzględniających różne poziomy zaawansowania, zawodnicy GVT BMC i współpracujący z nimi eksperci dzielili się z pracownikami Citi Handlowy wskazówkami na temat trenowania, odżywiania i odnowy biologicznej. Zapewniali im też wsparcie podczas zawodów, dbając o to, by pracownicy Citi Handlowy mogli do nich bezpiecznie się przygotować i pokonać całą trasę w optymalnym dla siebie czasie.



Wśród projektów zrealizowanych w 2019 roku w ramach inicjatywy Live Well at Citi znalazły się m.in.:

- bieg na dystansie 10 km w ramach Orlen Warsaw Marathon (Bieg Oshee 10 km);
- sztafety triathlonowe i triathlon podczas zawodów Ironman 5150 Warsaw na dystansie 5150, czyli olimpijskim (tj. 1,5 km pływania, 40 km jazdy na rowerze i 10 km biegu);
- sztafeta i triathlon na dystansie sprinterskim (tj. 750 m pływania, 20,6 km jazdy na rowerze i 5 km biegu) oraz triathlon na dystansie 70,3 (tj. 1,9 km pływania, 90 km jazdy na rowerze i 21,1 km biegu) w ramach zawodów Enea Ironman 70,3 Gdynia;
- cotygodniowe treningi funkcjonalne wspierające biegaczy i amatorów innych dyscyplin sportowych;
- turnieje golfowe organizowane przez Polski Związek Golfa, którego Citi Handlowy jest Partnerem Strategicznym, wspierającym rozwój tego sportu w kraju,



- Warszawa Business Run – sztafeta biegowa podczas warszawskiej edycji zawodów organizowanych we wrześniu przez Fundację Poland Business Run;
- 31. Bieg Niepodległości w Warszawie – bieg na dystansie 10 km organizowany przez Urząd m.st. Warszawy 11 listopada dla uczczenia 101. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości.

Beneficjentami projektów realizowanych w ramach inicjatywy Live Well at Citi w 2019 roku były dwie organizacje otaczające kompleksową opieką osoby z niepełnosprawnościami: Stowarzyszenie Rodziców i Przyjaciół Dzieci Niewidomych i Słabowidzących „Tęcza” oraz Stowarzyszenie „Pomost”. Citi Handlowy przekazał ponad 50 tys. zł na sfinansowanie projektów w ramach wolontariatu pracowniczego Citi w tych placówkach.

Citi Handlowy wspiera też budowanie społeczeństwa inkluzywnego i zmianę postrzegania niepełnosprawności poprzez promowanie ruchu paraolimpijskiego

i współpracę z Polskim Komitetem Paraolimpijskim. W ramach tej współpracy w sztafetach triathlonowych podczas zawodów Ironman 5150 Warsaw oraz w sztafecie biegowej w Warszawa Business Run razem z pracownikami Citi Handlowy wystartowali utytułowani mistrzowie paraolimpijscy. Citi Handlowy sponsorował te wydarzenia, a z warszawskim biegiem organizowanym przez Fundację Poland Business Run Citi jest związany od pierwszej edycji w 2014 roku. Co roku w charytatywny bieg sztafetowy angażuje się blisko stu pracowników Citi Handlowy i Grupy Citi, biorąc udział w zawodach i zbierając dodatkowe środki na rehabilitację, wsparcie psychologiczne i protezy dla młodych osób po amputacjach w ramach akcji „Pomagam bardziej”. Działanie na rzecz potrzebujących jest dla nich równie ważne jak sportowe emocje towarzyszące zawodom, o czym świadczy sukces drużyny Live Well at Citi 1 – Citi FXPulse Masters, która stanęła w 2019 roku na najwyższym stopniu podium.

Citi Handlowy wspiera ruch paraolimpijski w Polsce

Od ponad roku Citi Handlowy jest partnerem Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego. Poprzez tę współpracę Citi w Polsce wspiera w ramach globalnej inicjatywy Citi ruch paraolimpijski i dążenie do zmiany społecznego postrzegania niepełnosprawności. Jej elementem jest projekt Team Citi, do którego Citi w Polsce zaprosiło dwoje wybitnych sportowców – Natalię Partykę, czterokrotną mistrzynię paraolimpijską w tenisie stołowym, oraz Macieja Lepiatę, dwukrotnego mistrza paraolimpijskiego i czterokrotnego mistrza świata osób niepełnosprawnych w skoku wzwyż.



Nagrodę 20-lecia Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego w kategorii „tenis stołowy” dla Natalii Partyki wręczył Maciej Kropidłowski, wiceprezes Zarządu Citi Handlowy.

Tym samym Natalia i Maciej znaleźli się w gronie 41 zawodników i zawodniczek reprezentujących 20 krajów z całego świata, którzy podczas igrzysk paraolimpijskich w Tokio będą konkurować w 13 dyscyplinach. Razem z tymi wyjątkowymi sportowcami, ambasadorami Citi, Citi Handlowy promuje działania sprzyjające bardziej różnorodnemu, inkluzywnemu społeczeństwu i pomaga zmieniać postrzeganie osób z niepełnosprawnościami, m.in. poprzez popularyzowanie sportu paraolimpijskiego i zachęcanie do kibicowania paraolimpijczykom. W ten sposób współpraca z Polskim Komitetem Paraolimpijskim i działania na rzecz ruchu paraolimpijskiego są spójne z misją Citi Handlowy i Grupy Citi, wspierając wzrost i rozwój zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i społecznym.



Natalia Partyka i Maciej Lepiatę podczas spotkania z pracownikami Citi Handlowy i Citibank Europe plc – w rozmowie z prezesem Zarządu Citi Handlowy i szefem Citi w Polsce, Sławomirem S. Sikorą.

Citi Handlowy rozpoczął realizację tych działań od swoich pracowników, którzy zaangażowali się w liczne projekty wolontariackie: pracownicy Citi Handlowy byli obecni jako wolontariusze Citi podczas majowej Gali Paraolimpijskiej, asystując sportowcom podczas uroczystości wręczania nagród 20-lecia Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego.



Podczas zawodów Ironman 5150 Warsaw Iwona Podkościelna i Agnieszka Sikora, złote medalistki igrzysk paraolimpijskich w Rio de Janeiro, wystartowały w tandemie parakolarskim w sztafecie triathlonowej w drużynie Live Well at Citi.

„Paraolimpijczycy są dla nas przykładem – siły, determinacji, wytrwałości w dążeniu do celu, a także skuteczności w pokonywaniu własnych granic.

W Citi chcemy zmieniać społeczne postrzeganie niepełnosprawności, popularyzując sport paraolimpijski i zachęcając wszystkich do kibicowania paraolimpijczykom. To jest nasz wkład w budowanie społeczeństwa, które akceptuje i docenia różnorodność”.

Sławomir S. Sikora

Prezes Zarządu Citi Handlowy oraz Szef Citi w Polsce

Nagrody 20-lecia otrzymali m.in. Natalia Partyka (w kategorii „tenis stołowy”) i Maciej Lepiato („lekko-atletyka”). Natalia otrzymała również tytuł „Sportowiec 20-lecia”. #CitiVolunteers byli obecni również na Gali Finałowej 1. Plebiscytu Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego na Sportowca 2019 roku, której Citi Handlowy był Sponsorem Głównym. Podczas tego wydarzenia ogłoszono zwycięzcę Plebiscytu i przyznano pierwszą w historii statuetkę im. sir Ludwiga Guttmanna, twórcy ruchu paraolimpijskiego. Otrzymał ją Jacek Czech, srebrny medalista parapyływackich mistrzostw świata w Londynie 2019 na 50 m stylem grzbietowym. Inne wydarzenia z udziałem wolontariuszy Citi Handlowy to m.in. Strefa PKPar podczas Pikniku Olimpijskiego w Warszawie i Zawody Pucharu Świata w szermierze na wózkach o Szablę Kilińskiego.



Citi Handlowy był Sponsorem Głównym Gali Finałowej 1. Plebiscytu Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego na Sportowca 2019 Roku. Nagrodę główną dla zwycięzcy Plebiscytu – Jacka Czecha – wręczył prezes Zarządu Citi Handlowy i szef Citi w Polsce, Sławomir S. Sikora.



Podczas 21. Pikniku Olimpijskiego w Warszawie #CitiVolunteers we współpracy z Polskim Komitetem Paraolimpijskim zachęcali publiczność do spróbowania sił w blindfootballu, siatkówce na siedząco, jeździe na handbike'u czy strzelaniu do tarczy dla niewidomych. Strefę paraolimpijską odwiedziło blisko 2 500 osób.

Citi Handlowy z kolei zaprosił paraolimpijczyków do wspólnego udziału z pracownikami i klientami Banku w realizowanych w ramach programu Live Well at Citi sztafetach triathlonowych podczas zawodów Ironman w Warszawie i Gdyni oraz w sztafecie biegowej Warszawa Business Run. Wszystkie te inicjatywy Citi Handlowy realizował w minionym roku na rzecz osób z niepełnosprawnościami. Ich beneficjentami były dzieci niewidome i niedowidzące oraz osoby z zaburzeniami psychicznymi. Natomiast zawodnicy Citi Handlowy biorący udział w sztafetach Live Well at Citi w biegu Warszawa Business Run dali szansę na lepsze życie młodym ludziom po amputacjach.

Mecenat kulturalny i sponsoring

W 2019 roku Bank oraz Fundacja wspierały liczne konferencje i wydarzenia o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Jednym z nich była **IX edycja Europejskiego Forum Nowych Idei w Sopocie**, czołowa konferencja w Europie Środkowo-Wschodniej, która zgromadziła ponad 1 200 przedstawicieli świata nauki, biznesu i polityki.

W ramach konferencji uhonorowani zostali laureaci Konkursu w VI edycji Nagrodę Emerging Market Champions. Wręczenie nagród odbyło się podczas sesji plenarnej „Polska w układance wielkich mocarstw. Rywalizacja Chin i Stanów Zjednoczonych z krajowej i Wspólnotowej perspektywy”.

W ramach EFNI Citi Handlowy był również obecny z innowacyjnymi rozwiązaniami technologicznymi w zakresie biometrii zastosowanymi do weryfikacji i potwierdzenia tożsamości. Nasi eksperci jednocześnie dzielili się z uczestnikami wiedzą i doświadczeniem w zakresie bezpieczeństwa cyfrowego.

Citi Handlowy był także partnerem **IX Europejskiego Kongresu Finansowego w Sopocie**, dorocznego spotkania przedstawicieli europejskiego sektora finansowego, świata polityki i ekspertów gospodarczych. Tematem przewodnim IX edycji Kongresu było hasło „Jak żyć w czasach niepewności”.



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

W maju 2019 roku Citi Handlowy ogłosił współpracę z **Polskim Komitetem Paraolimpijskim**. Współpraca ta jest elementem globalnej inicjatywy Citi wspierającej ruch paraolimpijski i dążenie do zmiany społecznego postrzegania niepełnosprawności. 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 niepełnosprawnych w skoku wzwyż.

Jako organizacja wspierająca ruch paraolimpijski w Polsce Citi Handlowy był Sponsorem Głównym **Gali Finałowej 1. Plebiscytu Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego na Sportowca 2019 roku**. Wydarzenie, podczas którego ogłoszono zwycięzcę Plebiscytu i przyznano pierwszą w historii statuetkę im. sir Ludwiga Guttmanna, odbyło się w grudniu w siedzibie Polskiego Komitetu Olimpijskiego w Warszawie.

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**. Biegi sztafetowe organizowane są w 9 miastach w całej Polsce, by wspierać młode osoby po amputacjach, dając im szansę na lepsze życie. Citi Handlowy był sponsorem stołecznej edycji tego wydarzenia – **Warszawa Business Run**.

Bank wspierał też w 2019 roku rozwój sportu w Polsce w ramach programu **Live Well at Citi**, który łączy takie elementy, jak: wolontariat, pomaganie lokalnym społecznościom oraz promowanie zdrowego stylu życia. Był partnerem **Polskiego Związku Golfa**, a także sponsorem **Ironman Poland Tour**, projektu obejmującego zawody triathlonowe w Warszawie oraz w Gdyni.

2019 rok był kolejnym rokiem wspólnych działań Citi Handlowy i **Live Nation**, lidera w dziedzinie organizacji koncertów i wydarzeń „na żywo”. Bank umożliwił posiadaczom kart Citi Handlowy dostęp do ekskluzywnych przedsprzedaży biletów na koncerty odbywające się na terenie całej Polski. Klienci Banku jako pierwsi mieli szansę zakupić bilet na występ takich artystów, jak: Madonna, Sting, Bon Jovi, Pink, Rod Stewart, Ariana Grande czy zespołu Guns'n'Roses. Strategiczna współpraca z Live Nation będzie kontynuowana w 2020 roku.

O Raporcie

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 łańcem 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, z 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, wchodził przedstawiciel: Pionu Zarządzania Finansami, Departamentu Strategii i Relacji Inwestorskich, Departamentu Komunikacji Korporacyjnej i Marketingu, Pionu Wsparcia i Usług, Pionu Zarządzania Kadrami, Fundacji Bankowej im. Leopolda Kronenberga oraz 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]** W latach poprzednich grupa raportowała informacje niefinansowe wyłącznie w oparciu o ustawę o rachunkowości, bez stosowania standardu GRI. **[GRI 102-49]**

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy prezentuje działalność Grupy za okres od 1 stycznia 2019 roku do 31 grudnia 2019 roku **[GRI 102-50]**, chyba że w treści Sprawozdania wskazano inaczej. Grupa publikuje sprawozdania w cyklu rocznym. **[GRI 102-52]** Ostatnie sprawozdanie sporządzono za rok 2018. **[GRI 102-51]** Niniejsze Sprawozdanie nie zawiera korekt informacji do poprzedniego raportu. **[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:

Maciej Krywoniuk

Dyrektor Departamentu Strategii i Relacji Inwestorskich

**Citi Handlowy
Bank Handlowy w Warszawie S.A.**

ul. Senatorska 16

00-923 Warszawa

maciej.krywoniuk@citi.com

[GRI 102-53]

Indeks treści GRI standards

[GRI 102-55]

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	4
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-2	Działalność, marki, produkty i usługi	4
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	5
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-4	Lokalizacja biur organizacji	5
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-5	Forma własności i struktura prawna	5
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-6	Obsługiwane rynki	8
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-7	Skala działalności	8
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-8	Informacja o pracownikach	55 , 56 , 57 , 58 , 59 , 60
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-9	Łańcuch dostaw	32
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-10	Znaczące zmiany w organizacji i jej łańcuchu dostaw	5 , 79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-11	Zasada lub podejście dotyczące ostrożności	13 , 37 , 61 , 66
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-13	Członkostwo w organizacjach	17
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	2
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-15	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i możliwości	13 , 36 , 61
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania	20 , 21
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-17	Mechanizmy dotyczące zasięgania porad wyjaśniania wątpliwości na temat etyki	21 , 23
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-18	Struktura zarządzania	12
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-26	Rola najwyższego kierownictwa w ustalaniu celów, wartości i strategii	13
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-30	Efektywność procesów zarządzania ryzykiem	13 , 62
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-31	Przegląd tematów, środowiskowych i społecznych	13
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-40	Lista grup Interesariuszy	16
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-41	Układy zbiorowe pracy	66
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-42	Identyfikacja i selekcja Interesariuszy	16
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-43	Podejście do angażowania Interesariuszy	16
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-45	Jednostki ujęte w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych	6 , 79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-48	Korekty informacji z poprzednich raportów	79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-49	Zmiany w raportowaniu	79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-50	Okres raportowania	79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-51	Data ostatniego raportu	79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-52	Cykl raportowania	79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-53	Osoba do kontaktu	79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-54	Stwierdzenie dotyczące raportowania zgodnie z zasadami GRI	79
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-55	Indeks treści GRI	80

Podejście do zarządzania				
GRI 103	Podejście do zarządzania 2016	103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	13 , 20 , 23 , 32 , 36 , 54 , 66
GRI 103	Podejście do zarządzania 2016	103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	13 , 20 , 23 , 28 , 32 , 36 , 38 , 54 , 66
GRI 103	Podejście do zarządzania 2016	103-3	Ocena podejścia do zarządzania	13 , 20 , 36 , 38 , 54 , 66
Specyficzne informacje na dany temat				
GRI 201	Wyniki ekonomiczne 2016	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i rozdysponowana	8
GRI 205	Przeciwdziałanie korupcji 2016	205-2	Komunikacja i szkolenia z procedur i polityk antykorupcyjnych	35
GRI 205	Przeciwdziałanie korupcji 2016	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	35
GRI 301	Materiały 2016	301-1	Zużywane materiały według wagi i objętości	40
GRI 302	Energia 2016	302-1	Zużycie energii w organizacji	39
GRI 302	Energia 2016	302-4	Ograniczenia zużycia energii	39
GRI 303	Woda 2016	303-1	Pobór wody według źródła	39
GRI 305	Emisje 2016	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	37
GRI 305	Emisje 2016	305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	37
GRI 305	Emisje 2016	305-3	Inne istotne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)	37
GRI 306	Ścieki i odpady 2016	306-2	Odpady według metody zagospodarowania	40
GRI 401	Zatrudnienie 2016	401-2	Świadczenia oferowane pracownikom	63 , 65
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	66
GRI 404	Szkolenia i edukacja 2016	404-2	Programy rozwoju kompetencji zawodowych	50
GRI 404	Szkolenia i edukacja 2016	404-3	Odsetek pracowników otrzymujących regularną ocenę pracy i rozwoju kariery	52
GRI 405	Różnorodność i równość szans 2016	405-1	Różnorodność wśród zarządu i pracowników	46 , 47 , 55 , 60
GRI 405	Różnorodność i równość szans 2016	405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet do mężczyzn	53
GRI 412	Prawa człowieka-ewaluacja 2016	412-2	Pracownicy przeszkoleni z procedur lub polityk dotyczących praw człowieka	21

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 2019 roku

Podpisy Członków Zarządu

25.03.2020 roku	Sławomir S. Sikora	Prezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
25.03.2020 roku	Natalia Bożek	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
25.03.2020 roku	Maciej Kropidłowski	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
25.03.2020 roku	Barbara Sobala	Wiceprezes Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
25.03.2020 roku	James Foley	Członek Zarządu	
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/funkcja	Podpis
25.03.2020 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.