



2021

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych



Spis treści

I. List Prezesa Zarządu.....	3
II. O Citi Handlowy	4
III. Jak prowadzimy działalność?	18
IV. Troska o środowisko	34
V. Rozwój talentów i poszanowanie różnorodności	45
VI. Rozwój społeczności.....	66
VII. O Sprawozdaniu.....	78
VIII. Indeks treści GRI standards	79

I. List Prezesa Zarządu

[GRI 102-14]

Szanowni Państwo,

w bezprecedensowym czasie konfliktu na Ukrainie społeczne zaangażowanie biznesu zdaje swój największy egzamin. Podejmujemy działania z myślą o wszystkich, których dotyka ta sytuacja. Fundacja Citi Handlowy im. L. Kronenberga natychmiast uruchomiła programy pomocowe dla dzieci-uchodźców z Ukrainy i na rzecz pomocy humanitarnej dla ewakuowanych i w Ukrainie. Znieśliśmy do odwołania opłaty za przelewy do Ukrainy dla klientów indywidualnych i korporacyjnych. Wiedząc jak wiele pomocy jest potrzebne, zamierzamy podjąć kolejne działania w tej trudnej sytuacji humanitarnej.

To kolejny rok, w którym stawiamy wspólnie czoła wyzwaniom. W 2021 roku w dalszym ciągu mierzyliśmy się z pandemią COVID-19. Na pierwszym miejscu stawialiśmy bezpieczeństwo naszych pracowników i zapewnienie nieprzerwanego i najwyższej jakości usług naszym klientom. Byliśmy z klientami w tym zmiennym czasie, dzieląc się naszą wiedzą, m.in. poprzez regularne webinary na temat aktualnej sytuacji na rynku. Jako partner rankingu Deloitte Technology Fast 50 Central Europe 2021 wspieraliśmy innowacyjne spółki technologiczne i ich rozwój. Kontynuowaliśmy program „CyberMocn@ Szkoła”, który ma pomóc zadbać o dobrostan uczniów. Liczny udział w programie - ponad 2 000 osób – pokazuje nam, jak bardzo takie działania są potrzebne.

Chcemy odpowiadać na największe wyzwania społeczne obecnych czasów. Jednym z naszych priorytetów jest wspieranie klientów w transformacji ich modeli biznesowych w kierunku zrównoważonego rozwoju. Planujemy, że wartość zielonych aktywów w bilansie banku wyniesie 1 mld zł. Wdrażamy zielone rozwiązania i produkty. Postawiliśmy sobie ambitny cel redukcji własnego śladu węglowego o 50% do 2024 roku w porównaniu do roku 2019.

Wspieramy dążenia kobiet do realizacji ich kariery – bank pozostaje liderem pod względem parytetu płci zarówno w zarządzie, jak i na stanowiskach menedżerskich. Co roku przyglądamy się kwestii równości płac i praktycznie zlikwidowaliśmy „pay gap” na równorzędnych stanowiskach. Nasi pracownicy mogą angażować się w ważne dla nich tematy poprzez sieć networków, które sponsorujemy jako instytucja. Jesteśmy dumni z naszych wolontariuszy - mimo przeszkód związanych z pandemią w zeszłym roku nasi pracownicy, ich bliscy oraz nasi klienci zaangażowali się w pomoc ponad 31 tys. razy! To ich zasługą jest prestiżowy tytuł „Banku wrażliwego społecznie”, który otrzymaliśmy w XII edycji rankingu Złoty Bankier i dziennika „Pulsu Biznesu”.

Wspieramy zmianę społecznego postrzegania niepełnosprawności. Od 3 lat jesteśmy partnerem Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego. Podczas zeszłorocznych Igrzysk Paraolimpijskich podkreślaliśmy talent i osiągnięcia paraolimpijczyków i zachęcaliśmy do kibicowania im w globalnej kampanii pod hasłem „It’s ok, you can stare” (Mnie nie przeszkadza, chcesz to się patrz).

Budowanie bardziej zintegrowanego społeczeństwa realizujemy też w innych naszych działaniach. Po raz pierwszy Citi Handlowy został sponsorem tytularnym zawodów Ironman w Polsce. Razem z naszymi klientami i pracownikami przeżywaliśmy sportowe emocje i realizowaliśmy pasję pod hasłem „przełamywania barier”, a z zawodnikami o różnym poziomie sprawności ramię w ramię pokonywaliśmy wymagający dystans triathlonu!

Po raz kolejny dowiedliśmy, że w naszej działalności biznesowej konsekwentnie dotrzymujemy najwyższych wymogów etycznych. W badaniu dziennika Puls Biznesu na temat standardów działania firm, Citi Handlowy po raz kolejny otrzymał tytuł „SuperEtycznej Firmy”.

Wiemy, że największym zasobem Citi Handlowy są przede wszystkim utalentowani pracownicy. Z okazji 150-lecia Banku Handlowego w Warszawie SA stu pracowników banku zostało uhonorowanych odznaczeniami Narodowego Banku Polskiego i Związku Banków Polskich za zasługi dla rozwoju bankowości w Polsce.

Kolejny rok dajemy wyraz naszej społecznej odpowiedzialności. Po raz kolejny jesteśmy gotowi podejmować natychmiastowe działania pomocowe, jak i skutecznie prowadzić długofalowe programy. Działając odpowiedzialnie wobec naszych inwestorów i akcjonariuszy, wspieramy społeczność i siebie nawzajem.

Z poważaniem,

Elżbieta Czetwertyńska
Prezes Zarządu Citi Handlowy



Elżbieta Światopełk
- Czetwertyńska
Prezes Zarządu

II. O Citi Handlowy

1. Historia i terażniejszość

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

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

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

wyznaczając tym samym kierunki rozwoju polskiej bankowości.

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

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

Obecnie Citi Handlowy jest liderem w obsłudze klientów globalnych prowadzących działalność w Polsce, w działalności skarbcowej oraz inwestycyjnej, w obszarze bankowości transakcyjnej, usług powierniczych, a także zajmuje wiodącą pozycję w działalności maklerskiej, natomiast w segmencie bankowości detalicznej jest liderem na rynku kart kredytowych i usług z zakresu Wealth Management.

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

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.

2. Struktura akcjonariatu

Citi Handlowy jest spółką akcyjną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 1997 roku. [GRI 102-5] Większościowym i strategicznym akcjonariuszem Citi Handlowy jest Citibank Overseas Investment Corporation (COIC). COIC jest jedynym akcjonariuszem Banku, który posiada co najmniej 5% udziałów w kapitale własnym i na Walnym Zgromadzeniu Banku. Pozostałe akcje, stanowiące 25% kapitału akcyjnego, znajdują się w wolnym obrocie (free float) z dominującym udziałem inwestorów finansowych (polskie i zagraniczne fundusze emerytalne oraz fundusze inwestycyjne).



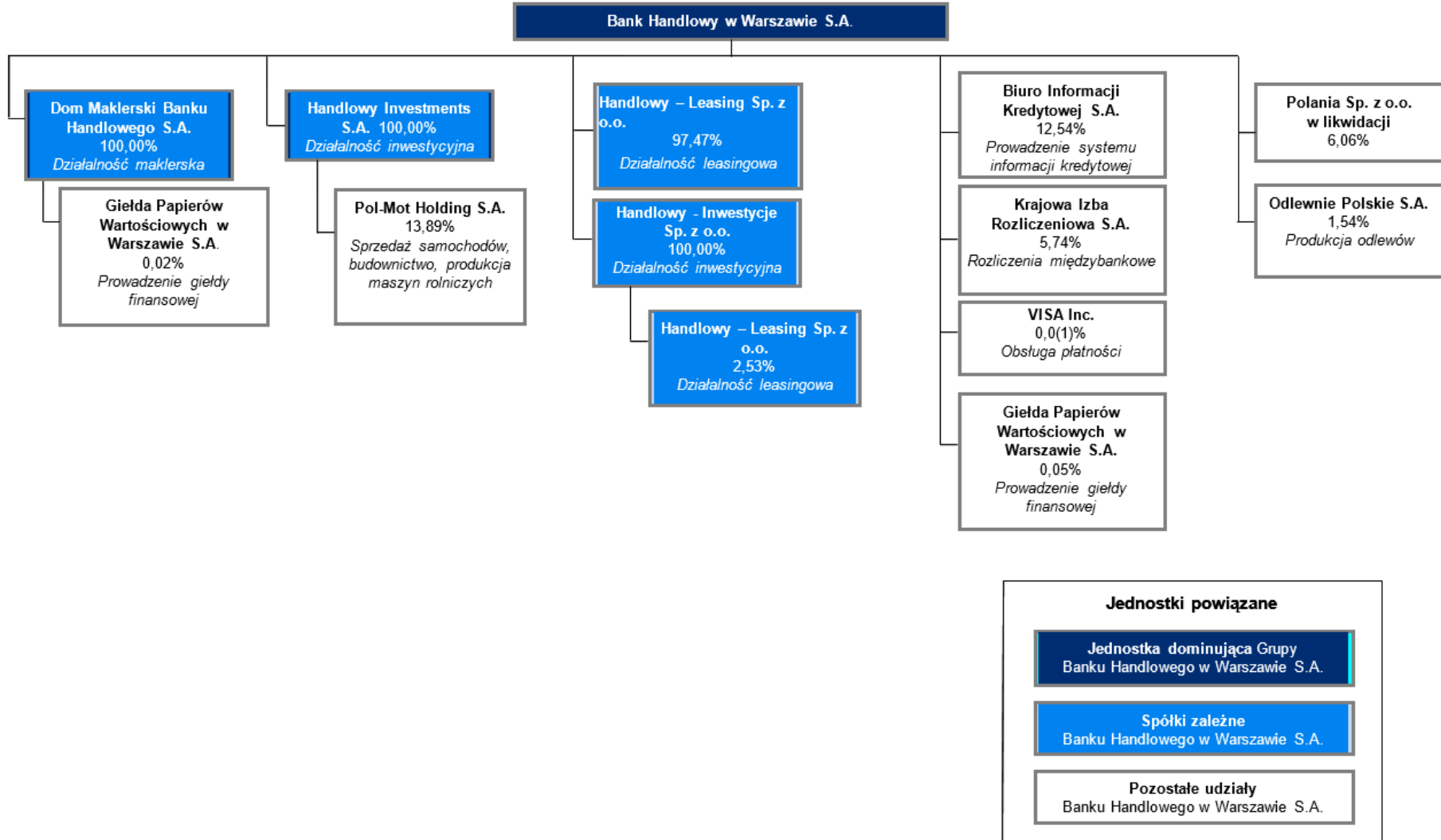
W 2021 roku nie wystąpiły żadne znaczące zmiany w strukturze akcjonariatu. [\[GRI 102-10\]](#)

3. Struktura Grupy Kapitałowej

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

Spółką nadrzędną Grupy jest Citi Handlowy, a spośród jednostek zależnych najważniejszym podmiotem jest Dom Maklerski Banku Handlowego S.A., działający pod marką Dom Maklerski Citi Handlowy (DM Citi Handlowy), którego działalność uzupełnia ofertę produktową i wzmacnia pozycję konkurencyjną Banku na rynku usług finansowych w Polsce. Pozostałe podmioty nie prowadzą istotnej działalności z perspektywy Grupy. W związku z tym oprócz informacji dotyczących Citi Handlowy w Sprawozdaniu zaprezentowany został dodatkowo tylko DM Citi Handlowy. [\[GRI 102-45\]](#)

Struktura Grupy Kapitałowej Citi Handlowy według stanu na 31 grudnia 2021 r.



4. Model tworzenia wartości

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

W ramach stałego doskonalenia strategicznego zarządzania organizacją Citi Handlowy opracował szczegółowy model tworzenia wartości, który obrazuje wartość Banku dla jego kluczowych interesariuszy, tj. dla: klientów, inwestorów, pracowników, społeczeństwa i otoczenia.



5. Model biznesowy

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

Citi Handlowy jest Bankiem strategicznie skoncentrowanym na zdefiniowane rynki docelowe.



Pozycja konkurencyjna Banku

Bank znajduje się w grupie 10 największych banków w Polsce pod względem sumy bilansowej, wyróżniając się szczególnie silną pozycją konkurencyjną w zakresie bankowości instytucjonalnej, a w szczególności:

- w obsłudze przedsiębiorstw globalnych i zaangażowanych w międzynarodową wymianę handlową
- produktach wymiany walut i finansowania handlu
- transakcjach sekurytyzacji
- zarządzaniu gotówką
- działalności powierniczej oraz maklerskiej

Z punktu widzenia działalności detalicznej Bank utrzymuje strategicznie silną pozycję rynkową:

- na rynku kart kredytowych
- w zakresie kompleksowej oferty Wealth Management dla klientów zamożnych (segment CPC, CitiGold)

Grupę charakteryzuje się ponadprzeciętnie silną pozycją kapitałową, wysoką płynnością i portfelem kredytowym o bardzo dobrej jakości, co zapewnia Grupie dogodne warunki do podjęcia działań mających na celu dalszy wzrost w kluczowych obszarach. Ponadto istotną przewagą konkurencyjną jest globalny zasięg i unikatowa oferta dla klientów instytucjonalnych prowadzących działalność międzynarodową. O silnej pozycji Banku decyduje też unikalne doświadczenie w obsłudze nawet najbardziej złożonych transakcji i najwyższej jakości rozwiązania technologiczne zapewniające płynną i pewną obsługę wymagających przedsiębiorstw.

Skala działalności biznesowej [GRI 102-7]

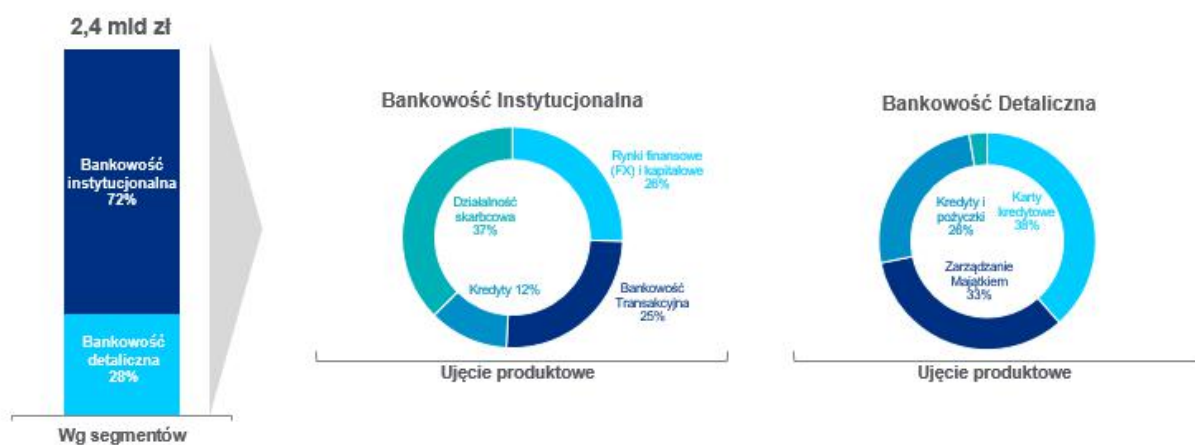
Zarówno Citi Handlowy, jak i DM Citi Handlowy prowadzą działalność w skali krajowej i nie posiadają oddziałów poza granicami Polski [GRI 102-6]. Produkty i usługi oferowane są klientom poprzez sieć 18 oddziałów usytuowanych w 8 największych polskich miastach, system bankowości internetowej i mobilnej, za pośrednictwem bankowości telefonicznej oraz sieć 44 bankomatów własnych (w tym 35 wielowalutowych) i ponad 21 tys. bankomatów, w tym ok. 9 tys. wpłatomatów należących do innych operatorów.

6. Wyniki finansowe

[GRI 201-1]

WYBRANE DANE FINANSOWE (w tys. zł)	GRUPA		BANK	
	2021	2020	2021	2020
Przychody z tytułu odsetek i o podobnym charakterze	824 249	1 118 882	824 319	1 118 478
Przychody z tytułu opłat i prowizji	742 899	645 163	672 915	590 588
Koszty ogółem	1 202 575	1 221 991	1 173 501	1 195 808
Wskaźnik koszty/dochody	51%	59%	51%	59%
Rezerwy na ryzyko	(38 784)	(190 267)	(38 962)	(190 541)
Zysk brutto	950 936	317 277	942 926	298 706
Zysk netto	717 468	172 395	715 972	158 085
Całkowite dochody	(40 781)	506 312	(42 374)	491 502
Zmiana stanu środków pieniężnych	2 046 917	722 779	2 046 962	722 777
Aktywa razem	61 862 771	60 941 538	61 681 601	60 632 397
Kredyty (Klienci)	21 327 600	21 914 223	21 187 157	21 673 755
Depozyty (Klienci)	43 507 474	43 393 906	43 495 543	43 411 106
Stosunek kredyty/depozyty	50%	51%	49%	50%
Kapitał własny	7 383 395	7 580 967	7 316 040	7 515 205
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)	56,51	58,02	55,99	57,52
Współczynnik kapitałowy TCR (w proc.)	20,1%	22,6	19,8	22,3
Zysk na jedną akcję zwykłą (w zł)	5,49	1,32	5,48	1,21

Struktura przychodów Grupy w 2021 roku



W 2021 ROKU CITI HANDLOWY WPŁACIŁ DO POLSKIEGO BUDŻETU:

212 mln zł podatku CIT	29 mln zł podatku PIT	59 mln zł podatku VAT	7 mln zł podatku od dywidendy	156 mln zł podatku bankowego
----------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---	--

7. Strategia i perspektywy rozwoju

W 2021 roku Citi Handlowy kontynuował realizację opracowanej w 2018 roku strategii na lata 2019-2021 („Strategia”), podejmując jednocześnie działania odpowiednie do sytuacji będącej wynikiem pandemii COVID-19 i lockdown’u gospodarczego.

W kwietniu 2021 roku główny akcjonariusz Banku (grupa Citi) podjął decyzję o wyjściu z działalności detalicznej w 13 krajach, w tym w Polsce. Grupa chce w ten sposób przekierować zasoby na priorytetowy i bardzo silny biznes instytucjonalny, jednocześnie rozwijając usługi z zakresu Wealth Management skupione w czterech centrach zlokalizowanych w Singapurze, Hongkongu, Zjednoczonych Emiratach Arabskich oraz Londynie. Do momentu rozstrzygnięcia decyzji o wyjściu z działalności detalicznej, Citi Handlowy zamierza kontynuować działania w obszarze bankowości detalicznej w dotychczasowym kształcie, dokładając wszelkich starań celem utrzymania poziomu satysfakcji klientów indywidulanych i najwyższej jakości oferowanych produktów i usług oraz dążąc do zachowania wartości biznesu dla akcjonariuszy.

W ostatnim roku obowiązywania Strategii Bank osiągnął następujące rezultaty służące realizacji długoterminowych celów :

- wspieranie aktywności krajowych przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych, wzrost wolumenów FX o +32% r./r. wśród klientów globalnych i bankowości przedsiębiorstw;
- wzrost liczby klientów globalnych – liczba klientów wzrosła o +3% r./r. ;
- rozwój oferty dla firm z branży e-commerce i wzrost transakcyjnych wolumenów Banku wraz ze wzrostem skali działalności tych firm, przelewy zagraniczne urosły w 2021 roku o 4% w porównaniu do roku ubiegłego;
- udział w największych transakcjach na rynku kapitałowym. W 2021 roku DMBH pełnił rolę Lokalnego Menadżera Oferty w procesie pierwszej oferty publicznej na giełdzie Euronext Amsterdam o wartości transakcji w wysokości 3,2 mld euro, DMBH pełnił też rolę Globalnego Koordynatora debiutu Grupy Pracuj.pl na GPW;
- przeprowadzenie największej publicznej emisji obligacji zrównoważonego rozwoju Climate Awareness Bond dla Europejskiego Banku Inwestycyjnego w kwocie 1,25 mld zł skierowanej do polskich inwestorów;
- postęp w dalszej automatyzacji procesów: 37% umów rachunku bankowego w 2021 roku zostało podpisanych elektronicznie, Bank przetworzył drogą elektroniczną około 33 mln transakcji

Pomimo ogłoszenia strategicznej decyzji o wyjściu z działalności detalicznej Bank zdołał odnotować również poniższe osiągnięcia w obszarze detalicznym:

- wzrost średniego salda aktywów produktów inwestycyjnych o +4% r./r. i wzrost liczby klientów zamożnych (CPC) o +23% r./r.
- rozwój oferty FX dla klientów detalicznych – wprowadzenie Karty Walutowej i 10 nowych walut na koncie walutowym – wzrost wolumenu wymiany walut o +20% r./r.
- udostępnienie transakcji mobilnych BLIK

Jednocześnie Bank utrzymuje bezpieczeństwo kapitałowe na wysokim poziomie: wysoka jakość aktywów i kapitałów, współczynnik wypłacalności (TCR) na poziomie 20,1%, tj. 9,4 p.p. powyżej wymogów regulacyjnych. Stabilna pozycja finansowa Grupy pozwoliła na wypłatę niemalże 100% zysku z 2020 rok w postaci dywidendy – jest to najwyższa stopa wypłaty dywidendy za 2020 rok wśród banków notowanych na Giełdzie w Warszawie, co stanowi dowód szczególnie silnego przywiązania Banku do realizacji zobowiązań wobec akcjonariuszy.

Perspektywy rozwoju

W 2021 roku Bank przyjął **nową Strategię na lata 2022-2024**. W segmencie instytucjonalnym zakłada ona koncentrację na tych obszarach, gdzie istnieje istotna przewaga konkurencyjna Banku, ze szczególnym uwzględnieniem polskich firm działających lub planujących działalność na rynkach zagranicznych, jak i międzynarodowych korporacji inwestujących w Polsce. Strategia opiera się na inicjatywach mających na celu **wzrost przychodów z działalności klientowskiej, w tym między innymi: udział w transakcjach klientów z zakresu bankowości inwestycyjnej, akwizycja nowych klientów w segmencie bankowości przedsiębiorstw, utrzymanie pozycji lidera w segmencie firm globalnych, czy koncentracja na dostarczeniu najlepszych rozwiązań klientom z segmentu Digital**. Istotnym komponentem Strategii będzie także wspieranie klientów w podejmowaniu inicjatyw z zakresu transformacji w obszarach **Environmental, Social, Governance (ESG)**.

Z uwagi na fakt, iż na moment przyjęcia Strategii nie zostały podjęte dalsze decyzje dotyczące realizacji decyzji o

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku

potencjalnej transakcji sprzedaży Bankowości Detalicznej, Strategia zakłada funkcjonowanie segmentu w strukturach Banku i będzie się koncentrowała na działaniach mających na celu jak najszybsze przywrócenie rentowności tego segmentu. W szczególności Bank będzie skupiał się na **dostosowaniu oferty Wealth Management do oczekiwań klientów oraz utrzymaniu pozycji lidera kart kredytowych**, a także **utrzymaniu najwyższej jakości obsługi klientów we wszystkich kanałach i segmentach**.

Bank zakłada osiągnięcie następujących celów finansowych:

- Wzrost przychodów klientowskich o 9% średniorocznie
- Zwrot na kapitale (ROE) >12% w 2024 roku
- Utrzymanie dyscypliny kosztowej (wskaźnik C/I < 50%)
- Wzrost aktywów klientowskich na poziomie 6% średniorocznie w okresie 3 lat
- Kontynuacja wypłaty dywidendy w wysokości minimum 75% zysku netto, pod warunkiem uzyskania zgody regulatora

W segmencie Bankowości Instytucjonalnej Bank w dalszym ciągu zamierza być **bankiem pierwszego wyboru dla największych korporacji międzynarodowych aktywnych na rynku Polskim, jak i przedsiębiorstw polskich prowadzących intensywną działalność na rynkach zagranicznych**. Służyć temu będzie nie tylko bogate doświadczenie, zindywidualizowany pakiet usług i produktów oraz najwyższej jakości rozwiązania technologiczne, ale także aktywne podążanie Banku za najnowszymi trendami kluczowymi dla rozwoju klientów. Z tego powodu Bank zamierza wziąć **czynny udział w transformacji swoich klientów** w celu dostosowania ich modelu biznesowego do wyzwań nowej post pandemicznej rzeczywistości. Szczególnie duży nacisk w tym obszarze zostanie położony na **rozwiązania wspierające zieloną transformację dotyczącą nie tylko sektora energetycznego ale też całej gospodarki**. W ramach segmentu Bankowości Instytucjonalnej istotne znaczenie będzie miała także obsługa firm z branż podlegających **intensywnej digitalizacji**, a także tych, dla których nastąpiły ważne przesunięcia w międzynarodowym łańcuchu dostaw. W centrum zainteresowania Banku pozostają również instytucje finansowe oraz duże instytucje publiczne i samorządowe. Do wyżej wymienionych grup klientów Bank będzie się starał dotrzeć z najwyższej jakości ofertą, zawierającą m. in. **produkty finansowania transformacji i konsolidacji, produkty finansowania handlu i zabezpieczenia przed ryzykiem związanym z prowadzeniem działalności międzynarodowej, czy wreszcie kompleksową ofertą obsługi płynności, kończącą na obsłudze najbardziej złożonych transakcji na rynku kapitałowym i dłużnym**.

Zarządzanie zrównoważonym rozwojem

Działania na rzecz zrównoważonego rozwoju stanowią część strategii biznesowej Citi Handlowy. Bank od lat znajduje się w gronie najbardziej odpowiedzialnych społecznie spółek giełdowych notowanych na GPW. Potwierdza to obecność Citi Handlowy w indeksie WIG-ESG, który rozpoczął notowanie we wrześniu 2019 roku. Citi Handlowy był również obecny w RESPECT Index nieprzerwanie od 2009 do 2019 roku, czyli przez cały czas istnienia tego indeksu.

W grudniu 2021 roku Citi Handlowy przyjął nową Strategię na lata 2022 – 2024. Jej istotnym komponentem jest wspieranie klientów w podejmowaniu inicjatyw z zakresu transformacji w obszarach **Environmental, Social, Governance (ESG)**. Nowa strategia w zakresie działań ESG oparta jest na trzech filarach:

Celem zrównoważonej strategii Banku jest wspieranie klientów w transformacji ich modeli biznesowych w kierunku zrównoważonego rozwoju i uwzględnienie czynników środowiskowych i społecznych w procesy decyzyjne Banku.



Wspieranie klientów w kierunku gospodarki niskoemisyjnej

- Przeznaczenie 1 mld zł na zieloną transformację klientów
- **Pełen cykl zielonych rozwiązań dla klientów:** doradztwo, finansowanie, zarządzanie ryzykiem i FX, finansowanie dostawców, zielone depozyty
- **Doradztwo w zakresie kluczowych trendów ESG wpływających na modele biznesowe klientów:** redukcja emisji gazów cieplarnianych, odnawialne źródła energii, efektywność energetyczna, zarządzanie odpadami, zrównoważony system opakowań, zmniejszenie zużycia surowców

Uwzględnienie czynników środowiskowych i społecznych w procesy kredytowe

- **Stworzenie kryteriów zrównoważonego finansowania („sustainable finance framework”)** w celu klasyfikacji zielonych aktywów Banku: ekonomia o obiegu zamkniętym, czysta technologia, efektywność energetyczna, zrównoważony transport, odnawialne źródła energii i jakość wody
- **Dwa rodzaje finansowania:** celowy, uwzględniony w kryteriach zrównoważonego finansowania albo ogólny dla przedsiębiorstw („pure players”), które 90% przychodów posiadają z aktywności podlegającej kryteriom

Redukcja własnego śladu węglowego i wspieranie inicjatyw społecznej odpowiedzialności

- **Redukcja emisji własnych gazów cieplarnianych (Scope 1 i Scope 2) o co najmniej 50% i redukcji energii o co najmniej 40% - bazowy rok 2019**
- Realizowanie działań w zakresie społecznej odpowiedzialności realizowanych przez Fundację im. Kronenberga: edukacja w zakresie przedsiębiorczości, edukacja finansowa, wolontariat pracowniczy, ochrona dziedzictwa kulturowego, program małych dotacji

Głównym celem działań podejmowanych przez Citi Handlowy w zakresie zrównoważonego rozwoju jest odpowiedzialne dostarczanie klientom usług finansowych, umożliwiających ich wzrost i rozwój ekonomiczny, przy jednoczesnym uwzględnianiu czynników środowiskowych i społecznych w podejmowanych przez Bank procesach kredytowych.

Adresatami działań ESG są również pracownicy Banku. Poza zapewnieniem stabilności i atrakcyjnych warunków zatrudnienia Citi Handlowy nieustannie pracuje nad stworzeniem kultury organizacyjnej, w której praktykuje się poszanowanie różnorodności oraz zapewnia wsparcie w kwestii zachowania równowagi między pracą a życiem prywatnym. Natomiast za pośrednictwem założonej przez Bank Fundacji Kronenberga, poprzez wolontariat pracowniczy i szereg programów z zakresu edukacji finansowej, promocji przedsiębiorczości, ochrony dziedzictwa kulturowego i rozwoju lokalnego, Citi Handlowy realizuje misję nowoczesnej filantropii.

Za realizację celów ESG odpowiedzialny jest Zarząd Banku oraz jednostki organizacyjne Banku, w zakresie kompetencji których znajdują się poszczególne, wyznaczone w Strategii cele.

8. Struktura zarządzania

[GRI 102-18]



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

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

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

Na koniec 2021 roku Rada Nadzorcza liczyła 8 członków (4 mężczyzn i 4 kobiety). Czterech członków Rady Nadzorczej, w tym jej Przewodniczący, są obywatelami Polski. Czterech 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.

Na koniec 2021 roku Zarząd Citi Handlowy Banku liczył 7 członków (3 mężczyzn i 4 kobiety). Pięciu członków Zarządu jest obywatelami Polski. Członkowie Zarządu są powoływani na indywidualną trzyletnią kadencję.

Wskaźnik różnorodności płci w Zarządzie i Radzie Nadzorczej Banku opisany jest w rozdziale [„Rozwój talentów i różnorodność”](#)

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

Infographic with three icons and text:

- Icon of three people: są w interesie naszych klientów
- Icon of a bar chart: tworzą wartość ekonomiczną
- Icon of a classical building: są odpowiedzialne pod kątem zachowania stabilności systemu bankowego

9. Ryzyka związane z działalnością

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

RYZYKO	POLITYKI	JAK MIERZYMY RYZYKO?
Ryzyko braku zgodności	Polityka Zgodności Zasady Ładu Korporacyjnego Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW Zasady Dobrej Praktyki Bankowej	Promowanie i przestrzeganie praktyk
Ryzyko reputacyjne	Etyka Reklamy Zasady Ochrony Danych Osobowych Program „Treating Customers Fairly” Wytyczne GPW	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	System Zarządzania Środowiskiem i Energią	Liczba kar nałożonych na Bank za nieprzestrzeganie przepisów Zużycie mediów Zużycie i recykling papieru Redukcja i wymiana floty samochodowej, karty paliwowe
Ryzyko w obszarze pracowniczym – prawa człowieka	Kodeks etyczny Polityka zatrudnienia Program rozwoju pracowników Polityka wynagrodzeń	Wymiar umów o pracę Elastyczne warunki pracy Liczba szkoleń Zachowanie różnorodności Wskaźnik rotacji pracowników
Ryzyko społeczne	Realizacja misji Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy	Wymiar wolontariatu pracowniczego Liczba godzin wolontariatu

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

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

zapewniając tym samym swoim klientom produkty i usługi bankowe najwyższej jakości.

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

W obszarze pracowniczym istotnym czynnikiem ryzyka jest potencjalna utrata ważnych dla rozwoju Banku pracowników. Aby temu zapobiec, Citi Handlowy systematycznie monitoruje poziom rotacji i analizuje przyczyny odejść pracowników. Analiza odejść pracowników prowadzona jest w cyklu kwartalnym, a wszelkie niepokojące sygnały są eskalowane do kadry menedżerskiej w poszczególnych obszarach biznesowych. Rotacja pracowników monitorowana jest z trzech perspektyw: ogólnej rotacji, rotacji z inicjatywy pracownika oraz rotacji wśród pracowników osiągających ponadprzeciętne wyniki pracy. Okresowo analizie poddawany jest także poziom wynagrodzeń. Ocenie podlega zarówno struktura wynagrodzeń, jak i ich poziom w stosunku do benchmarków rynkowych. Raz do roku przeprowadzana jest również anonimowa ankieta pracownicza badająca poziom zadowolenia pracowników – Voice of Employee (VOE). Wyniki ankiety VOE są szczegółowo analizowane i omawiane na poziomie wyższej kadry zarządzającej i kadry menedżerskiej. W oparciu o analizę wyników ankiety VOE opracowywane są działania, których celem jest tworzenie środowiska pracy sprzyjającego budowaniu zaangażowania i satysfakcji pracowników. Ryzyka związane z potencjalnym mobbingiem lub dyskryminacją minimalizowane są poprzez wprowadzenie polityk z zakresu przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi, przeprowadzanie szkoleń z tego zakresu dla wszystkich pracowników oraz uruchomienie procedury zgłaszania tego typu nadużyć.

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

10. 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 2021” (DPSN), dostępnego na stronie www.gpw.pl, będącej oficjalną stroną Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., poświęconą zagadnieniom ładu korporacyjnego spółek notowanych na Głównym Rynku GPW oraz na New Connect.

Komisja Nadzoru Finansowego (KNF) uchwałą 218/2014 z dnia 22 lipca 2014 roku wydała dokument pod nazwą „Zasady Ładu Korporacyjnego dla Instytucji Nadzorowanych” („Zasady”), które weszły w życie 1 stycznia 2015 roku. Zasady są zbiorem reguł określających relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji nadzorowanych przez KNF, w tym relacje z udziałowcami i klientami, ich organizację, funkcjonowanie nadzoru wewnętrznego oraz kluczowych systemów i funkcji wewnętrznych, a także organów statutowych i zasad ich współdziałania. Celem Zasad jest podniesienie poziomu ładu korporacyjnego w instytucjach finansowych oraz zwiększenie przejrzystości ich działania, co ma przyczynić się do pogłębiania zaufania do rynku finansowego w Polsce. Tekst Zasad dostępny jest na stronie internetowej KNF: www.knf.gov.pl.

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

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

W odniesieniu do trzech zasad podjęto i podtrzymano w kolejnych latach decyzję o ich niestosowaniu:

1. § 11.2 (transakcje z podmiotami powiązаныmi) – zasada ta nie będzie stosowana w zakresie umów związanych z bieżącą działalnością operacyjną, w szczególności związanych z płynnością, z uwagi na charakter transakcji i ilość zawieranych umów.
2. § 8.4 (e-walne) – obecnie dostępne rozwiązania informatyczne nie gwarantują bezpiecznego i sprawnego przeprowadzenia elektronicznego walnego zgromadzenia. Zarząd dostrzega jednak wagę takiego sposobu udziału akcjonariuszy w zgromadzeniu Banku i dlatego osobną decyzję w tej sprawie będzie podejmował przed każdym walnym zgromadzeniem.
3. § 16.1 (język polski na posiedzeniach Zarządu) – posiedzenia Zarządu, w których biorą udział cudzoziemcy, w szczególności cudzoziemcy będący Członkami Zarządu nieposługujący się językiem polskim, odbywają się w języku angielskim. Jednocześnie wnioski na Zarząd, wszelkie materiały oraz protokoły z posiedzeń przygotowywane są i archiwizowane w języku polskim.

Komisja Nadzoru Finansowego w dniu 9 października 2020 r. jednogłośnie przyjęła, skierowaną do banków Rekomendację Z dotyczącą zasad ładu wewnętrznego w bankach: https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/Rekomendacja_Z_70998.pdf

Rekomendacja Z stanowi zbiór dobrych praktyk w zakresie zasad ładu wewnętrznego. Na ład wewnętrzny składają się w szczególności: system zarządzania bankiem, organizacja banku, zasady działania, uprawnienia, obowiązki i odpowiedzialność oraz wzajemne relacje rady nadzorczej, zarządu i osób pełniących kluczowe funkcje w banku. Rekomendacja Z stanowi uzupełnienie, uszczegółowienie i rozwinięcie zagadnień z zakresu ładu wewnętrznego w bankach, które zostały już uregulowane w prawie i dokumentach KNF.

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

W 2021 roku Bank przyjął do stosowania wszystkie zasady wynikające z Rekomendacji Z Komisji Nadzoru Finansowego dotyczącej zasad ładu wewnętrznego w bankach.

„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.

11. Interesariusze

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

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

INTERESARIUSZE	ZAAANGAŻOWANIE BANKU	PRZYKŁADY Z 2021 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 22 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	10 spotkań Prezesa Zarządu w ramach Town – Halli People Strategy Newsletter „Puls Citi Handlowy” Diversity IN Check – Citi w Polsce wśród pracodawców o najbardziej rozwiniętej polityce różnorodności Networki pracownicze – Women’s Network Poland Citi Pride, CitiDiversity, Families Matter Network Poland
Klienci (klienci, organizacje konsumenckie, UOKiK)	Formularz kontaktowy na stronie internetowej Media społecznościowe – Facebook, w tym aplikacja Messenger Magazyn Citi Handlowy YouTube Spotkania / warsztaty z klientami	7,5 tys. zapytań klientów przez media społecznościowe 188 publikacji Citi Handlowy w mediach społecznościowych, (wyświetlone 32 mln razy) 16 webinarów dla klientów na YouTube z udziałem 5 tys. klientów 397 spraw, które wpłynęły do Rzecznika Klienta Projekt „CyberM@cna Szkoła” - warsztaty dla nauczycieli z udziałem 643 osób.

Członkostwo w organizacjach

[GRI 102-13]

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

W 2021 roku Citi Handlowy należał do następujących stowarzyszeń, izb gospodarczych i fundacji:

- Amerykańska Izba Handlowa (American Chamber of Commerce – AmCham)
- Forum Darczyńców w Polsce
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB)
- Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce (CCIFP)
- Fundacja Warszawski Instytut Bankowości
- Instytut Finansów Międzynarodowych
- Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan
- Polski Związek Pracodawców Prywatnych Banków i Instytucji Finansowych
- Małopolski Związek Pracodawców LEWIATAN
- Podkarpacki Klub Biznesu
- Polski Związek Faktorów
- Polska Rada Biznesu – Klub
- Polski Komitet Normalizacyjny (PKN), Komitet Techniczny nr 273 ds. Mechanicznych Urządzeń Zabezpieczających
- Polsko-Chińska Izba Gospodarcza
- Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK)
- Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych
- Pracodawcy Pomorza
- Wielkopolski Klub Kapitału
- Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza (SPCC)
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych (SEG)
- Stowarzyszenie Rynków Finansowych (ACI)
- Związek Banków Polskich
- Centrum Myśli Strategicznych
- Polskie Stowarzyszenie Przetwórców Ryb,
- Izba Przemysłowo - Handlowa w Krakowie,
- Tarnowskie Stowarzyszenie Przedsiębiorców

DM Citi Handlowy w 2021 roku należał do następujących organizacji:

- Izba Domów Maklerskich
- Polskie Stowarzyszenie Inwestorów Kapitałowych

12. Nagrody i wyróżnienia

W 2021 roku Bank, DM Citi Handlowy i Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy uhonorowano prestiżowymi tytułami i nagrodami z obszaru ESG:

Diversity IN Check: Citi w Polsce wśród pracodawców o najbardziej rozwiniętej polityce różnorodności

Diversity IN Check: Citi w Polsce (Citi Handlowy oraz Citibank Europe plc.) znalazło się na pierwszej liście pracodawców najbardziej zaawansowanych w zarządzaniu różnorodnością w Polsce, przygotowanej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Obecność na tej liście świadczy o wysokim stopniu dojrzałości w tworzenia inkluzyjnego, otwartego na różnorodność miejsca pracy. Jest to też kolejny rating, który potwierdza ogromne zaangażowanie w budowanie organizacji, której każdy może być sobą i w której różnice nie dzielą, a łączą.

Citi Handlowy utrzymuje tytuł "SuperEtycznej Firmy"

W badaniu dziennika Puls Biznesu na temat standardów działania firm, Citi Handlowy potwierdził, że konsekwentnie dotrzymuje najwyższych wymogów etycznych. Bank od początku istnienia konkursu regularnie znajduje się w gronie wyróżnianych organizacji. Citi Handlowy utrzymał przyznawany co 3 lata tytuł SuperEtycznej Firmy. Jest jedynym bankiem wśród zaledwie 9 laureatów nagrodzonych w tegorocznej edycji badania i jednym z dwóch banków, które mają prawo posługiwać się tym prestiżowym tytułem.

1. miejsce w kategorii „Bank wrażliwy społecznie” w XII edycji rankingu Złoty Bankier, „Pulsu Biznesu” i serwisu Bankier.pl.

Bank razem z Fundacją Citi Handlowy otrzymał też ważne i znaczące w trudnym czasie pandemii wyróżnienie „Banku wrażliwego społecznie” za akcję #CisiBohaterowie. To działania interwencyjne ponad 2000 wolontariuszy Citi w Polsce. Seria inicjatyw, która powstawała z dnia na dzień, by odpowiadać na potrzeby grup najmocniej dotkniętych skutkami pandemii. Do służb medycznych trafiły innowacyjne na skalę kraju urządzenia medyczne – mobilne USG i respiratory, videolaryngoskopy, odzież ochronna dla lekarzy oraz szkolenia z zakresu korzystania z nowego sprzętu. Dopusażono 7 wozów ratowniczych. A w pierwszych tygodniach lockdownu przygotowano ponad 8300 tysięcy posiłków dla ratowników w Warszawie i Olsztynie, by pomóc im przetrwać najtrudniejszy czas chaosu. Ponad 100 komputerów trafiło z kolei do dzieci, by pomóc im w realizacji nauczania zdalnego; ponad 1000 paczek z artykułami pierwszej potrzeby – do osób starszych.

Citi Handlowy w indeksie WIG-ESG

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

Citi Handlowy po raz ósmy liderem rynku Cash Management według Euromoney

Bankowość transakcyjna Citi Handlowy po raz kolejny zwyciężyła w prestiżowym rankingu magazynu Euromoney. Dzięki głosom klientów, w 2021 roku Citi Handlowy znalazł się na pierwszym miejscu w obu kategoriach: „Market Leader” i „Best Service”.

6. z rzędu Złoty Bankier dla Karty Kredytowej Citi Handlowy w XII edycji rankingu Złoty Bankier, „Pulsu Biznesu” i serwisu Bankier.pl.

Karta kredytowa Citi Handlowy została po raz szósty zwycięzcą rankingu Złoty Bankier jako najlepszy produkt w swojej kategorii na rynku, potwierdzając pozycję lidera rynku. Karta kredytowa Citibank-BP Motokarta została nagrodzona za, jak brzmi uzasadnienie: brak opłaty za wydanie, wznowienie i obsługę karty, a także dostęp do wysokiego limitu oraz jeden z najdłuższych okresów bezodsetkowych na rynku.

Citi Handlowy najlepszym bankiem inwestycyjnym w Polsce według Euromoney

Brytyjski magazyn Euromoney przyznał Citi Handlowy tytuł „Best Investment Bank in Poland” za 2020 rok w prestiżowym konkursie Euromoney's Awards for Excellence. W zeszłym roku Bank we współpracy z Citi wspierał polskie przedsiębiorstwa w największych międzynarodowych transakcjach fuzji i przejęć.

Odznaczenia honorowe NBP i ZBP na 150-lecie Citi Handlowy

Prezesi Narodowego Banku Polskiego i Związku Banków Polskich w czasie wirtualnej gali wręczyli 100 pracownikom Citi Handlowy honorowe odznaczenia za zasługi dla rozwoju bankowości w Polsce. Wyróżnienia dla pracowników pieczętują „150 lat postępu” – obchody jubileuszu najstarszego polskiego banku komercyjnego. Odznakę honorową Narodowego Banku Polskiego otrzymało 25 pracowników Citi Handlowy, a medalem Związku Banków Polskich wyróżniono 75 pracowników. To osoby reprezentujące bankowość detaliczną, korporacyjną i transakcyjną, a także pracownicy departamentów ryzyka, finansów i sektorów wsparcia, jak również Fundacji Citi Handlowy.

3. miejsce w rankingu Institutional Investor 2021 dla analityków z Biura Analiz Domu Maklerskiego Citi Handlowy

W badaniu Institutional Investor 2021 Western Europe & Emerging EMEA analitycy Biura Analiz Domu Maklerskiego Citi Handlowy w kategorii „CE3” razem z zespołami z Czech i Węgier zajęli 3. miejsce wśród najlepszych zespołów analitycznych. W indywidualnych rankingach swoją wysoką pozycję potwierdził po raz kolejny Piotr Dzięciołowski zajmując 2. miejsce w sektorze Utilities oraz Andrzej Powierża na 4. miejscu w sektorze Financials. Badanie przeprowadził Institutional Investor, a liczba oddanych głosów wyniosła ponad 10 000 w regionie EMEA.

III. 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 przeciw- działaniem dyskryminacji.

1. 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.” (Kodeks Etyki),
- „Regulamin Pracy”,
- „Procedura postępowania w przypadku naruszeń prawa, standardów etycznych oraz procedur obowiązujących w Banku Handlowym w Warszawie S.A.”,
- „Polityka 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 Eskalacji w Banku Handlowym w Warszawie”
- ”Polityka różnorodności dotycząca pracowników 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 łączą 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.:

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

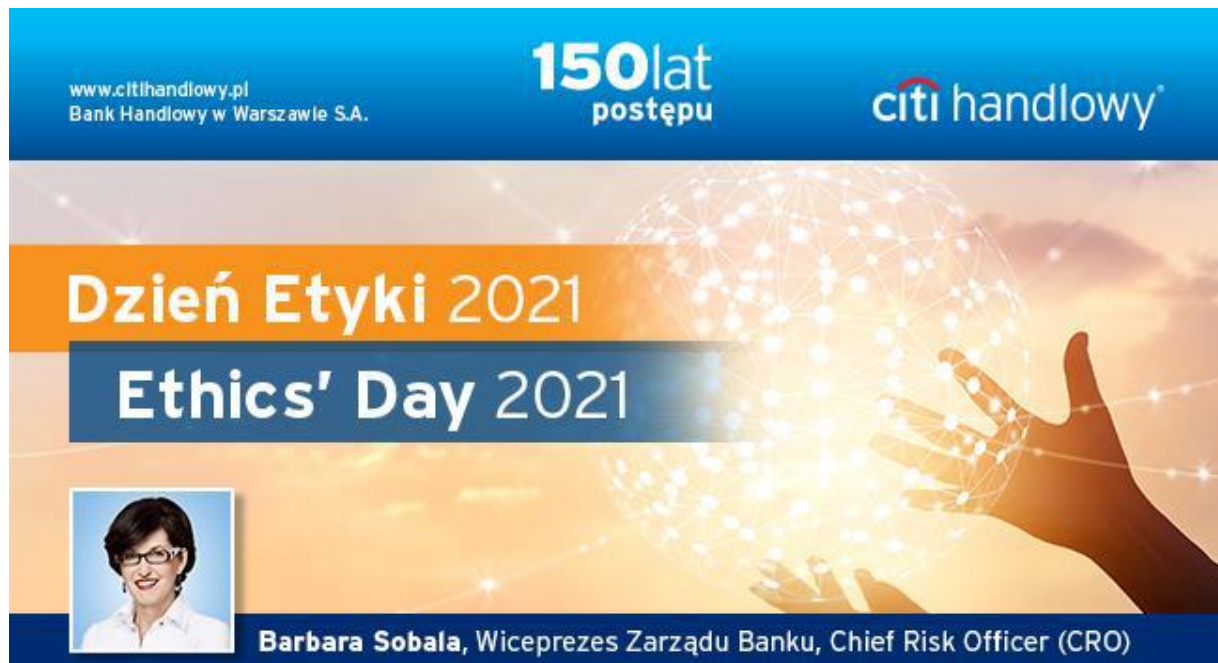
Citi Handlowy przybliży pracownikom wzorec oczekiwanego sposobu działania, poświęcając zagadnieniom etycznym osobny moduł w trakcie szkolenia organizowanego dla nowo zatrudnionych pracowników w pierwszym dniu ich pracy (Orientation).

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]

Citi Handlowy utrzymuje tytuł „SuperEtycznej Firmy”.

Dzień Etyki 2021

W 2021 roku Citi Handlowy po raz kolejny zorganizował dla pracowników Dzień Etyki, w ramach którego przypomniane zostały ważne kwestie związane z tym zagadnieniem - zasady postępowania i wartości, które Bank powinien demonstrować w relacjach wewnątrz, na rynku – wśród klientów i dostawców, a także w społecznościach, w których działa. Poinformowano pracowników o znowelizowanych Zasadach, które zostały zatwierdzone przez Zarząd i Radę Nadzorczą, a także przypomniano kwestie praktyczne związane ze zgłaszaniem zachowań nieetycznych. [GRI 102-17]



1.1. Przeciwdziałanie dyskryminacji i zgłaszanie naruszeń

Bank wspiera ochronę i przestrzeganie praw człowieka na całym świecie poprzez przestrzeganie fundamentalnych zasad określonych w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka Narodów Zjednoczonych, Deklaracji Fundamentalnych Zasad i Praw w Miejscu Pracy Między- narodowej 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. Bank postrzega zróżnicowanie pracowników jako wartość, która tworzy kapitał i stanowi potencjalne źródło budowania jego przewagi konkurencyjnej.

Różnorodność, równość i zakaz dyskryminacji w Banku

W celu określenia strategii Banku w zakresie zarządzania różnorodnością przyjęta została przez Zarząd odrębna i sformalizowana „Polityka różnorodności dotyczącej pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A.” dotycząca ogółu pracowników. Każdy Pracownik ma obowiązek przestrzegania i działania na rzecz wdrożenia strategii Różnorodności.

W Banku niedopuszczalna jest jakkolwiek dyskryminacja w zatrudnieniu, bezpośrednia lub pośrednia, w szczególności ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku

nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy

Bank stale podejmuje działania na rzecz różnorodności w odniesieniu do wszystkich Pracowników, poprzez wdrażanie odpowiednich procedur i praktyk kadrowych zapewniających i promujących środowisko pracy zgodne z zasadą równego traktowania i wolne od jakiegokolwiek dyskryminacji, w którym każdy Pracownik ma zapewnione równe szanse i może wykorzystać w pełni swoje możliwości.

Bank dąży do zapewnienia różnorodności w odniesieniu do wszystkich Pracowników Banku, w szczególności poprzez:

- podejmowanie decyzji kadrowych, w tym dotyczących wynagradzania, w oparciu o ocenę wyników pracy, wiedzę i doświadczenie zawodowe, posiadane umiejętności i kompetencje, zapewniając pracownikom równe szanse w zatrudnieniu;
- przestrzeganie i promowanie zasady równego traktowania i zakazu dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, kwalifikacje, doświadczenie zawodowe, narodowość, pochodzenie etniczne, religie, wyznanie, przekonania polityczne, przynależność związkową, stan zdrowia, orientację seksualną, status rodzinny, styl życia, miejsce zamieszkania, formę zatrudnienia;
- zapewnianie Pracownikom równego traktowania w zakresie wynagradzania, w tym zapewnienie równego dostępu do świadczeń pozapłacowych;
- zapewnianie równych szans pracownikom w dostępie do inicjatyw rozwojowych i szkoleń dostępnych w Banku;
- budowanie różnorodnych zespołów pracowniczych;
- dbałość o zapewnienie przyjaznego środowiska pracy i kultury organizacyjnej opartej na wzajemnym szacunku;
- zapoznanie wszystkich pracowników z Regulaminem Pracy Pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A., Zasadami Postępowania Pracowników Banku, w których zawarte są informacje dotyczące zasady równego traktowania w zatrudnieniu oraz zakaz wszelkich praktyk mających znamiona dyskryminacji, molestowania lub mobbingu oraz zobowiązanie wszystkich pracowników Banku do poszanowania godności pracowników i współpracowników oraz działania informacyjne i edukacyjne w tym zakresie;
- promowanie i wspieranie inicjatyw pracowniczych, w szczególności takich jak: Citi Women Network, Disability Network, Citi Pride Network, działań charytatywnych czy wspólnych aktywności sportowych
- umożliwienie pracownikom swobodnego wyrażania opinii, np. w ramach ankiety „Głos Pracownika” lub „Exit Interview”; jak również dzięki funkcjonowaniu w Banku „People Board”;
- zapewnienie wewnętrznego systemu wczesnego ostrzegania i zgłaszania wątpliwości etycznych;
- wspieranie pracowników w zapewnieniu odpowiedniego balansu między życiem zawodowym i prywatnym.

Bank dąży do zrównoważonej reprezentacji płci przy doborze kandydatów na stanowiska kierownicze i zapewnia równy dostęp do inicjatyw rozwojowych i szkoleń, w tym w zakresie zarządzania.

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

Stosowanie wszelkich form dyskryminacji jest w Citi Handlowy zakazane, niezależnie od tego, czy dopuszczają się ich przełożeni, współpracownicy, klienci czy dostawcy. Nie przystają one do kultury organizacyjnej Citi Handlowy, w której relacje pracownicze opierają się na wzajemnym szacunku, profesjonalizmie i poszanowaniu innych. Polityka Citi Handlowy zabrania stosowania działań odwetowych w stosunku do osób zgłaszających przypadki niepożądanych w środowisku pracy zjawisk lub osób uczestniczących w postępowaniach wyjaśniających prowadzonych zgodnie z „Procedurą dotyczącą zasad postępowania w przypadku skarg zgłoszonych przez pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A. (Skargi pracownicze)”.

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

Przykłady działań Banku na rzecz przeciwdziałania dyskryminacji:

Polityka informacyjna:

- zapisy Regulaminu Pracy
- zapisy Zakładowego Układu Zbiorowego Pracy
- zapisy polityki „Zasady postępowania pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A. (Kodeks Etyki)”
- zapisy „Polityki różnorodności dotyczącej pracowników Banku Handlowego w Warszawie S.A.”
- informacje przekazywane w teczce dla nowozatrudnionych
- informacje dostępne w systemie intranetowym – „Źródło” (w zakresie etyki) oraz Pionu Zarządzania Kadrami (w zakresie procedury skargowej)

Działania diagnostyczne

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

Działania edukacyjne

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

SKOLENIE „ZASADY POSTĘPOWANIA PRACOWNIKÓW BANKU HANDLOWEGO W WARSZAWIE S.A.” W 2021 ROKU [GRI 412-2]

2 645

pracowników Citi Handlowy ukończyło szkolenie

99%

realizacji założonego celu

SKOLENIE „NIEPOŻĄDANE ZJAWISKA W ŚRODOWISKU PRACY” W 2021 ROKU

2 985

pracowników Citi Handlowy ukończyło szkolenie

97%

realizacji założonego celu

Nowozatrudnieni pracownicy zapoznani zostali z Zasadami Przywództwa w ramach szkolenia Onboardingowego.

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 Pionu 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

1.2. 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.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku

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

- bezpośredniego przełożonego lub przełożonego wyższego szczebla
- pracownika Pionu Zgodności
- przedstawiciela Pionu Zarządzania Kadrami
- pracownika Departamentu Audytu
- pracownika Pionu Prawnego – w przypadku naruszenia przepisów prawa
- Członka Zarządu Banku nadzorującego Sektor Zarządzania Ryzykiem

Zgłoszenie poufne można również przekazać poprzez Linie Etyczną za pośrednictwem:

- poczty elektronicznej
- listownie

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

- bezpośrednim przełożonym lub przełożonym wyższego szczebla
- pracownikiem Pionu Zgodności
- przedstawicielem Pionu Zarządzania Kadrami
- pracownikiem Departamentu Audytu
- pracownikiem Pionu Prawnego – w przypadku naruszenia przepisów prawa
- pracownikiem Departamentu Bezpieczeństwa Banku
- Członkiem Zarządu Banku nadzorującym Sektor Zarządzania Ryzykiem
- Przewodniczącym Rady Nadzorczej w przypadku gdy zgłoszenie dotyczy Członka Zarządu – na adres poczty elektronicznej lub listownie

W 2021 roku zarejestrowano 7 zgłoszeń pracowników na tle mobbingu lub dyskryminacji. Spośród prowadzonych na zasadach opisanych w procedurze skargowej postępowań wyjaśniających, w 6 zakończonych postępowaniach nie stwierdzono działań niepożądanych. Jedno z postępowań wyjaśniających jest w toku. W przypadku potwierdzenia zaistnienia niepożądanych zjawisk Pion Zarządzania Kadrami przedstawi jednostkom odpowiedzialnym adekwatne rekomendacje, w tym dotyczące działań kadrowych wobec pracowników, którzy dopuścili się niewłaściwych praktyk. **[GRI 406-1]**

1.3. Zapobieganie konfliktowi interesów

[GRI 102-25]

Zasady zarządzania konfliktami interesów w Banku określone zostały w *Polityce zarządzania konfliktami interesów w Banku Handlowym w Warszawie S.A.* (dalej „**Polityka**”). Politykę opracował, zatwierdził oraz wprowadził w życie Zarząd Banku, została ona również zatwierdzona przez Radę Nadzorczą Banku.

Polityka reguluje ogólne zasady zapobiegania, identyfikacji, oceny, zarządzania i raportowania przypadków wystąpienia potencjalnego lub rzeczywistego konfliktu interesów oraz ma zastosowanie w odniesieniu do wszystkich przypadków, które powodują powstanie konfliktu interesów w zakresie działania Banku lub pracowników Banku, które prowadzi do sprzeczności z obowiązkiem działania Banku w sposób rzetelny i transparentny w każdej z ról, w której występuje.

W poszczególnych jednostkach organizacyjnych Banku są opracowywane szczegółowe wytyczne dotyczące postępowania w zakresie, zapobiegania, identyfikowania, oceny oraz zarządzania konfliktem interesów w szczególności na podstawie odrębnych przepisów lub standardów rynkowych, uregulowane w odrębnych aktach normatywnych lub wytycznych regulatora.

Zgodnie z wymogami Rekomendacji Z Komisji Nadzoru Finansowego, Rada Nadzorcza i Zarząd Banku zapewniają publiczne ujawnianie odpowiednich informacji dotyczących przyjętej w Banku Polityki. Ujawnienia dokonywane są na zasadach określonych w Polityce oraz *Zasadach Polityki Informacyjnej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w zakresie adekwatności kapitałowej oraz innych informacji podlegających ogłaszaniu* (dalej „**Zasady Polityki Informacyjnej**”). Ujawnienia swoim zakresem obejmują:

- sposób Zarządzania przez Bank istotnymi konfliktami interesów
- sposób Zarządzania przez Bank konfliktami, które mogłyby powstać z powodu przynależności Banku do grupy lub transakcji zawieranych przez Bank z innymi podmiotami w grupie

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

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

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

2. Odpowiedzialne zarządzanie relacjami z klientami

Misją oraz największą ambicją Citi Handlowy jest zbudowanie z klientami relacji opartych na zaufaniu i wspólnym dążeniu do rozwoju. Strategicznym celem Banku jest osiągnięcie takiego poziomu satysfakcji klientów, którego naturalną konsekwencją będzie niezachwiana lojalność wobec Banku. W związku z tym Citi Handlowy podejmuje szereg działań na podstawie badań oraz informacji zwrotnej od klientów, których celem jest stałe usprawnianie i podnoszenie jakości standardów obsługi oraz oferty produktowej. Jedną z odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania klientów jest adaptacja strategii obsługi klientów Citi Handlowy w sieci tradycyjnych oddziałów do rozwoju nowych technologii. Obecnie ponad 98% transakcji bankowych klienci realizują samodzielnie poprzez Citibank Online. W sieci nowoczesnych oddziałów Bankowego Ekosystemu Smart klient Citi Handlowy samodzielnie może wykonać transakcje finansowe, skorzystać z wpłaty/wypłaty gotówki w bankomatach walutowych, a także otrzymać kartę kredytową czy zapoznać się – na interaktywnym monitorze – ze specjalnymi ofertami rabatowymi dla posiadaczy kart Citi Handlowy.

2.1. Nowoczesna bankowość w odpowiedzialnym wydaniu

Bankowość Internetowa

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

Klienci w **Bankowości Instytucjonalnej** korzystają z systemu CitiDirect BE. W 2021 roku Bank przetworzył około 33 mln transakcji wykonanych przez blisko 5 100 aktywnych klientów. W ubiegłym roku, Bank skupiał się m.in. na zwiększaniu poziomu bezpieczeństwa użytkowników systemu poprzez wprowadzenie inteligentnej weryfikacji płatności – Citi Payment Outlier Detection. Narzędzie pozwala identyfikować transakcje różniące się istotnie od wcześniejszych trendów. W tym celu wykorzystuje zaawansowane analizy, algorytmy oraz uczenie maszynowe do monitorowania płatności w czasie rzeczywistym i generuje alerty dzięki którym wyznaczony użytkownik może weryfikować nietypowe płatności w systemie bankowości elektronicznej CitiDirect BE.

Dla klientów **Bankowości Detalicznej** dedykowaną platformą internetową jest Citibank Online. Udział aktywnych użytkowników Citibank Online wyniósł 65,5% co stanowi wzrost o 5,0 p.p. w porównaniu do końca 2020 roku. W 2021 roku jeszcze większą dynamiką wzrostu aktywnych użytkowników wykazała się aplikacja Citi Mobile, m.in. dzięki wprowadzonej metodzie płatności BLIK oraz odświeżonej szacie graficznej. Liczba tych użytkowników wzrosła o prawie 13 pkt. proc. rok do roku.

Bezpieczna bankowość

Citi Handlowy zapewnia swoim klientom bezpieczeństwo w całym procesie korzystania z usług bankowych. Światowe standardy zabezpieczeń, wielopoziomowa autoryzacja transakcji, wiadomości SMS potwierdzające transakcje lub informujące o nieudanej próbie logowania, specjaliści monitorujący system 24 godziny na dobę – to środki dające pełne bezpieczeństwo podczas korzystania z serwisu bankowości Internetowej Citibank Online.

Serwis Citi Handlowy zabezpieczony jest certyfikatem bezpieczeństwa wystawionym przez urząd certyfikacji DigiCert. Certyfikat bezpieczeństwa to cyfrowy podpis witryny, który potwierdza, że użytkownik znajduje się w serwisie, którego właścicielem jest Bank. Certyfikat gwarantuje, że wszystkie poufne transakcje dokonywane za pośrednictwem Citibank Online są zabezpieczone szyfrowaniem SSL.

Transakcje na kartach debetowych i kredytowych są autoryzowane w ramach usługi 3DS przy pomocy SMS lub autoryzacji w aplikacji mobilnej, a także zabezpieczone usługą „Potwierdź transakcję”. Dzięki tej usłudze klienci Citi Handlowy są informowani SMS-em o transakcji, która z punktu widzenia Banku może być podejrzana.

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

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

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

Ochrona danych klientów

Citi Handlowy zobowiązuje się do ochrony prywatnych i poufnych informacji dotyczących 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 z zachowaniem najwyższych standardów wyznaczonych przez zasady ustalone w przepisach dotyczących ochrony danych osobowych. Mając to na uwadze, Bank dokłada wszelkich starań, aby wdrażać i utrzymywać odpowiednie systemy i technologie oraz właściwie szkolić pracowników, którzy mają dostęp do takich informacji. Wszyscy pracownicy oraz współpracownicy Banku podlegają cyklicznym obowiązkowym szkoleniom z zasad przetwarzania i ochrony danych osobowych. Dodatkowo Bank przeprowadza warsztaty, kampanie informacyjne, które mają na celu ciągłe podnoszenie świadomości i wiedzy na temat zasad bezpiecznego przetwarzania danych osobowych klientów, partnerów biznesowych oraz pracowników Banku.

Dostawcy, z których usług korzysta Citi Handlowy, również mają obowiązek ochrony informacji, w tym danych osobowych oraz poufnych, które otrzymują od Banku. Citi Handlowy przestrzega też własnych rygorystycznych norm i regulacji wewnętrznych odnoszących się do poufnego charakteru i bezpieczeństwa informacji oraz danych osobowych (normy dotyczące zarządzania systemami informatycznymi, normy bezpieczeństwa informacji, ogólne przepisy na temat bezpieczeństwa). Dbając o to, aby informacje te były wykorzystywane tylko do uzasadnionych celów związanych z wykonywaną pracą oraz udostępniane wyłącznie upoważnionym osobom i organizacjom, a także w prawidłowy i bezpieczny sposób przechowywane, Bank stosuje najwyższe standardy w obszarze bezpieczeństwa informacji. Cyklicznie przeprowadzane są audyty w tym zakresie, potwierdzane posiadanymi przez Bank certyfikatami na zgodność z normami ISO 27001, ISO22301 i ISO 20000, które obejmują wszystkie procesy, produkty i usługi, jakie Bank świadczy swoim klientom.

Budynki bez barier czyli dostępność architektoniczna

Dostępność architektoniczna jest wymieniana jako podstawowa zasada wyrównania szans. Za miejsca publicznego użytku uważa się przestrzenie, z których osoby z niepełnosprawnością mogą w pełni korzystać samodzielnie. Jako odpowiedzialna organizacja Citi Handlowy wdrożył m.in.:

- Udogodnienie lokalizacyjne – Bank chce być tam, gdzie jego klienci, dlatego większość oddziałów Smart jest zlokalizowana w centrach handlowych, a one zaprojektowane są pod kątem osób z niepełnosprawnościami - zapewniony jest łatwy dostęp zarówno do oddziału jak i do toalety dla osób z niepełnosprawnością ruchu oraz dla osób poruszających się na wózkach. Wejścia do oddziałów dostępne są bezpośrednio z głównego ciągu komunikacyjnego, brak drzwi i przeszkleń
- W oddziałach – tam, gdzie to możliwe, sala obsługi oraz pokoje spotkań z klientem znajdują się na jednej kondygnacji i jednym poziomie (nie zastosowano stopni, progów, ani schodów). Dotyczy to m.in. oddziałów Łódź Ogrodowa, Q22, Galeria Targówek, Galeria Katowicka, Poznań Citi Center
- Bankomaty są wyposażone w klawiatury z oznaczeniami w języku Braille'a. Dodatkowo na ATMach walutowych (przy transakcjach wypłat w PLN) jest włączona usługa audio, przy wykorzystaniu (dostępnych w oddziale) zestawów słuchawkowych, co wspomaga obsługę osób niedowidzących/niewidomych
- Bankomaty są umieszczone na niskiej wysokości, co pozwala na korzystanie z nich np. osobom poruszającym się na wózkach
- Wszystkie placówki są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością ruchową (np. płaska podłoga bez progów i stopni, odpowiednio szerokie korytarze)
- Dla pracowników opracowano wytyczne odnośnie obsługi osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności

2.2. Badania satysfakcji klientów

Citi Handlowy przeprowadza regularne badania opinii klientów zarówno instytucjonalnych, jak i detalicznych. Głównym wskaźnikiem mierzącym jakość usług jest NPS (Net Promoter Score). Wskaźnik NPS pozwala określić skłonność klientów do rekomendacji Banku, a co za tym idzie – ich zadowolenie z usług. Badania obejmują kluczowe segmenty klientów Citi Handlowy, produkty i procesy oraz najważniejsze kanały kontaktu (tj. bankowość elektroniczną, obsługę telefoniczną oraz oddziały). Oceny i komentarze są analizowane przez zespół badający doświadczenia klientów, a wyniki tych analiz i projektów usprawnień – omawiane na comiesięcznym spotkaniu z zespołem menedżerskim Banku. W 2021 roku w wynikach ankiety widać wzrost zadowolenia użytkowników aplikacji bankowej CitiMobile z 33% do 40%. Miało to związek z wprowadzeniem nowych funkcjonalności aplikacji. Wzrosty pojawiły się także w kategorii klientów oceniających oddziały Smart (z 53% do 60%) i klientów zamożnych z 36% do 44%.



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 Banku w tworzeniu oferty dopasowanej do potrzeb klientów jest uzyskanie w 2021 roku wielu nagród i wyróżnień. Jednym z nich jest nagroda w dwunastej edycji rankingu przygotowywanego przez Bankier.pl i Puls Biznesu dla karty kredytowej Citi Simplicity, która po raz szósty z rzędu otrzymała nagrodę Złotego Bankiera w kategorii produktowej: „najlepsza karta kredytowa”. Pozostałe nagrody zostały przyznane m.in. przez brytyjski magazyn finansowy Euromoney, który przyznał Citi Handlowy tytuł „Best Investment Bank in Poland” w prestiżowym konkursie Euromoney’s Awards for Excellence oraz po raz ósmy z rzędu uznał bankowość transakcyjną Citi Handlowy za najlepszą na rynku polskim w kategorii „Market Leader” i „Best Service”. Citi Handlowy znalazł się też wśród pracodawców o najbardziej rozwiniętej polityce różnorodności - **Diversity IN Check** to pierwsza lista pracodawców najbardziej zaawansowanych w zarządzaniu różnorodnością, przygotowywana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Bank zajął też **1. Miejsce w kategorii „Bank wrażliwy społecznie” w XII edycji rankingu Złoty Bankier** - Pulsu Biznesu i serwisu Bankier.pl



Bank promuje ideę wysokiego poziomu satysfakcji klientów nie tylko poprzez badania NPS. W 2021 roku Bank kontynuował ustrukturyzowane podejście do poszukiwania, rejestrowania i zmiany doświadczeń klientów w relacjach z Bankiem. Wyznaczone jednostki nie tylko analizują reklamacje klientów, ale również poszukują informacji o doświadczeniach klientów w formularzach NPS, komentarzach pozostawionych w social mediach, czy wśród pracowników Banku, którzy również są klientami. 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 2022 roku.

Komunikacja z klientami

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

Webinaria Citi Handlowy

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

15 LAT
CIIFX PULSE

citi handlowy

23 lutego (wtorek), godz. 11:00 - 12:00

Gospodarka w 2021 roku
- czy są powody do optymizmu?

Wideokonferencja z udziałem Piotra Kallsza, Głównego Ekonomisty Citi Handlowy

W 2021 roku, aby na bieżąco dostarczać klientom informacji i analiz oraz przydatnej wiedzy w czasie pandemii, Citi Handlowy kontynuował cykl webinarów – wydarzeń, szkoleń i spotkań transmitowanych online na kanale YouTube Banku, na dedykowanej stronie internetowej lub przez aplikację Zoom. W ciągu roku odbyło się 16 takich transmisji dla klientów detalicznych i korporacyjnych, m.in.:

- Wielki powrót inflacji? Wpływ pandemii na dynamikę cen okiem ekspertów Citi Handlowy z udziałem głównego ekonomisty Citi Handlowy
- Perspektywy dla rynku metali na 2022 r. z udziałem Commodities Strategist, Citi Research oraz głównego ekonomisty Citi Handlowy
- IBOR Transition - cykl szkoleń prowadzonych we współpracy z kancelarią prawną w ramach komunikacji dotyczącej reformy wskaźników referencyjnych
- Automatyzuj, by rosnąć szybciej! Szkolenie we współpracy z Comarch dla klientów korporacyjnych
- Kultura biznesu za Wielkim Murem. Co warto wiedzieć o chińskich kontrahentach? we współpracy z ekspertami rynku
- Brexit deal explained – what was agreed, what remains uncertain?- webinar dla firm zrzeszonych w partnerskiej organizacji Banku

Tematyka webinarów inwestycyjnych przygotowanych przez Biuro Doradztwa i Funduszy Inwestycyjnych Citi Handlowy obejmowała m.in.:

- Rynek i perspektywy ekonomiczne w 2021 roku
- Inwestowanie odpowiedzialne społecznie. Czy środowisko i społeczeństwo w inwestowaniu to chwilowa moda czy stały trend?
- Możliwości walutowe w ramach szerszej palety walut, trendy na rynku walutowym
- Przewodnik Inwestora – jak inwestować rozsądnie i efektywnie?
- Rynek sztuki – co każdy inwestor wiedzieć powinien?

W sumie w 2021 roku w webinarach Citi Handlowy udział wzięło prawie 5 000 klientów.

W ramach 2. edycji projektu „CyberM@cna Szkoła”, który powstał w odpowiedzi na wyzwania związane z edukacją zdalną i hybrydową, Fundacja Citi Handlowy zorganizowała warsztaty dla nauczycieli, na które zapisały się 643 osoby. Wykład inauguracyjny projektu, transmitowany na żywo poprzez portal YouTube (na kanale Citi Handlowy) został wyświetlony 11 556 razy. Zaproszenia na webinaria były wysyłane do klientów banku mailowo (bankowość korporacyjna i detaliczna) oraz przez SMS (bankowość detaliczna), jak również zapowiadane na profilach banku na Facebooku, Twitterze i LinkedIn, a ich podsumowania wraz z linkiem do zapisu video były publikowane na Magazynie Citi Handlowy, np. <https://magazyn.citibank.pl/165439-perspektywy-dla-rynku-metali-na-2022-r>.

2.3. Zarządzanie reklamacjami w Citi Handlowy

Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów instytucjonalnych

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

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

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

Czas rozpatrywania reklamacji od klientów korporacyjnych Citi Handlowy w latach 2018-2021

Czas	2021	2020	2019	2018
<5 dni roboczych	72%	73%	74%	61%
6-15 dni	22%	20%	20%	24%
16-30 dni	5%	6%	5%	8%
>30 dni	1%	1%	1%	7%

Liczba reklamacji od klientów korporacyjnych Citi Handlowy:

	2021	2020	2019	2018
Liczba złożonych reklamacji ogółem	1 084	1 343	1 383	1 615
% reklamacji rozwiązanych na korzyść klienta	94%	94%	95%	91%
Liczba i % złożonych reklamacji dotyczących naruszenia prywatności bądź utraty danych klienta	0 (0,00%)	2 (0,15%)	1 (0,10%)	brak danych

Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów detalicznych

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

- wysłanie wiadomości po zalogowaniu do bankowości elektronicznej Citibank Online www.citibankonline.pl
- wysłanie listu na adres Banku
- ustnie w oddziale Citi Handlowy
- wysłanie wiadomości e-mail na adres: listybh@citi.com lub – w przypadku eskalacji – do Rzecznika Klienta na adres: rzecznik.klienta@citi.com
- kontakt z infolinią CitiPhone

W 2021 roku czas odpowiedzi na zapytania klientów wynosił 1 dzień roboczy. To pozwala klientom i Bankowi być w ciągłym dialogu i dostarczać odpowiedzi w najkrótszym możliwym czasie.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku

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 2021 roku:

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

Taki sam czas rozpatrywania reklamacji dotyczył 2020 roku.

Liczba reklamacji od klientów indywidualnych Citi Handlowy:

	2021	2020	2019	2018
Liczba złożonych reklamacji ogółem	46 866	59 572	54 619	62 034
Liczba i % reklamacji rozwiązanych na korzyść klienta	24%	23%	12%	15%

Bank rejestruje jako reklamację każde niezadowolenie i każdy brak spójności wskazany przez klientów. 76% 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 2021 roku Citi Handlowy dokonał kolejnego kroku w digitalizacji procesów, co jest zgodne z oczekiwaniami klientów. Bank kontynuował rozwój kanału kontaktu poprzez media społecznościowe (Messenger). W ciągu roku klienci zadali prawie 7,5 tys. zapytań, korzystając z tego kanału. Jest to o 1 tys. zapytań więcej w stosunku do 2020 roku. Klienci mają także dostępny Chat, który znajduje się na oficjalnej stronie internetowej Citi Handlowy. Wyspecjalizowana grupa doradców odpowiada online na zapytania klientów Banku.

Zarządzanie reklamacjami w segmencie klientów DM Citi Handlowy

Informacja na temat możliwości wnoszenia reklamacji i skarg przez klientów DM Citi Handlowy jest dostępna na stronie internetowej DM Citi Handlowy: www.dmbh.pl

Klienci DM Citi Handlowy mogą zgłosić swoje uwagi:

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

W przypadku złożenia reklamacji w sposób inny niż listownie DM Citi Handlowy na życzenie klienta przekazuje mu potwierdzenie złożenia reklamacji w trybie z nim uzgodnionym. Reklamacje wniesione do DM Citi Handlowy są rozpatrywane bez zbędnej zwłoki, jednak nie później niż w terminie 30 dni od dnia otrzymania reklamacji.

2.4. Rzecznik klientów

Rzecznik klientów instytucjonalnych

W Citi Handlowy od 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 przesyłać swoje opinie i uwagi, które pomagają udoskonalać rozwiązania oferowane przez Citi Handlowy. W 2021 roku bezpośrednio do Rzecznika Klientów Korporacyjnych wpłynęło jedno takie zgłoszenie.

Rzecznik klientów detalicznych

Powołanie funkcji Rzecznika Klienta w 2009 roku miało na celu zarówno wzmocnienie współpracy Banku z klientami, jak i zwiększenie satysfakcji klientów z rozwiązań oferowanych przez Citi Handlowy. Poprzez kontakt z Rzecznikiem Bank zaprasza swoich klientów do dialogu. Klienci mają możliwość dzielenia się z nim swoimi opiniami, uwagami i sugestiami dotyczącymi funkcjonowania Banku, a także możliwość ponownego rozpatrzenia nieznananych reklamacji. Kontakt z Rzecznikiem jest możliwy poprzez wysłanie zgłoszenia na adres e-mail Rzecznika. W 2021 roku do Rzecznika Klienta wpłynęło 397 spraw.

Edukacja klientów

Innego typu działaniem, które jest nieobligatoryjne, ale doskonale wpisuje się w całością działań na rzecz bezpieczeństwa i dostępności usług bankowych, jest edukacja finansowa obecnych i przyszłych klientów oraz programy rozwijające przedsiębiorczość.

Bank, poprzez Fundację Citi Handlowy im. L. Kronenberga, realizuje programy, których celem jest budowanie świadomości finansowej Polaków i zapobieganie wykluczeniu finansowemu. Działania Fundacji koncentrują się na aktywności w obszarze edukacji finansowej, w ramach której szczególny nacisk kładziony jest na kształtowanie kompetencji cyfrowych, które wobec postępującej transformacji cyfrowej usług finansowych wydają się konieczne dla bezpiecznego korzystania z bankowości. Wspieranie przedsiębiorczości poprzez przygotowywanie młodych ludzi do założenia własnego biznesu oraz wzmacnianie potencjału istniejących firm, to wkład Fundacji w rozwój polskiej gospodarki. Szczególną uwagę Fundacja przykładła do startupów, które w swoim modelu biznesowym zakładają działalność międzynarodową.

Bardzo ważne jest również dla Banku zapewnienie, że klienci rozumieją działanie posiadanego produktu i wiedzą jak, w najlepszy dla siebie sposób, nim się posługiwać. W tym celu Bank umieścił na stronie internetowej sekcję „Najczęściej Zadawane Pytania i Odpowiedzi”. Dodatkowo, zostały opracowane materiały edukacyjne dla klientów, dzięki którym klienci mogą dowiedzieć się jak zarządzać kredytem i swoją historią kredytową, jak dbać o bieżącą spłatę kredytu i dlaczego jest to ważne.

Biorąc pod uwagę sytuację wywołaną pandemią, Bank udostępnił na stronie internetowej informacje dla klientów, w jaki sposób bezpiecznie korzystać z produktów i usług bez konieczności wychodzenia z domu.

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

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

3. 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 procesie zakupowym.

Polityka zakupowa określa tryb wyboru dostawców Banku. Przyjęcie jednolitych zasad wyboru dostawców umożliwiłoby zapewnienie spójnej polityki Banku w zakresie zarządzania ryzykiem związanym z wyborem dostawców towarów i usług oraz pozwala na osiągnięcie krótkoterminowych i długoterminowych celów wynikających ze Strategii Banku. Stosowane przez Bank zapisy w umowach z dostawcami zapewniają prawo do kontroli deklarowanych parametrów i zasad postępowania oraz możliwość rozwiązania umowy przez Citi Handlowy w przypadku ich nieprzestrzegania.

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

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

Kryteria wyboru dostawców

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

Głównymi kryteriami wyboru dostawców w Citi Handlowy są: korzystna relacja jakości do ceny dostarczanych towarów lub usług oraz czas realizacji zamówienia i płatności. Uwzględniany jest również wynik przeprowadzanego przez Bank procesu due diligence, potwierdzający wiarygodność merytoryczną, finansową oferenta oraz inne parametry charakterystyczne dla danego postępowania przetargowego. Citi Handlowy bierze też pod uwagę czynniki środowiskowe i społeczne.

Standardy etyczne i środowiskowe

Citi Handlowy dąży do osiągnięcia najwyższych standardów etycznych. Dlatego też oczekuje od swoich dostawców podobnego podejścia w ich praktykach handlowych, w tym spełnienia wszystkich wymogów prawnych oraz dobrych praktyk biznesowych. Bank dąży do tego, aby umowy zawierane przez Citi Handlowy z dostawcami towarów i usług zawierały klauzule etyczne i środowiskowe, których kontrahenci zobowiązują się przestrzegać.

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

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

- uczciwość biznesowa, w tym respektowanie zasad polityki antykorupcyjnej
- poszanowanie praw człowieka w miejscu pracy
- powstrzymanie się od jakichkolwiek działań uznawanych za nieuczciwą konkurencję i zobowiązanie do dbałości o przestrzeganie norm prawnych dotyczących ochrony zasad konkurencyjności
- przestrzeganie przepisów Kodeksu pracy w zakresie zatrudniania pracowników, czasu pracy, wynagrodzenia, BHP
- zapewnienie terminowego odprowadzania składek na ubezpieczenia zdrowotne, społeczne i emerytalne
- przeciwdziałanie dyskryminacji oraz zachowaniom charakteryzującym się przemocą
- przestrzeganie zakazu zatrudniania dzieci i pracy przymusowej
- ochrona środowiska – polityka środowiskowa, optymalizacja wykorzystania materiałów i dóbr, zapobieganie zanieczyszczeniu środowiska, recykling, redukcja emisji zanieczyszczeń, racjonalne gospodarowanie zasobami, zabezpieczenie materiałów niebezpiecznych i ochrona lasów
- dążenie do osiągnięcia najwyższej jakości świadczonych usług
- poszanowanie poufności posiadanych danych dotyczących osób trzecich
- zobowiązanie do działania w sposób odpowiedzialny społecznie i przestrzeganie praw kraju, w którym jest prowadzona działalność.

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

Bank przykładą dużą wagę do tego, aby w zawieranych przez Bank umowach z dostawcami znajdowały się zapisy zgodne z Etycznymi Praktykami Biznesowymi. 86% umów z dostawcami, zawartych w 2021 roku, zawiera klauzule etyczne (w 2020 r. ten wskaźnik wynosił 80%) .

Każda jednostka organizacyjna, do której przypisana jest określona umowa z dostawcą i która za taką umowę odpowiada, zobowiązana jest do stałej, merytorycznej kontroli prawidłowości realizacji przedmiotu umowy. Dodatkowo – w przypadku kluczowych dla działalności Banku umów – osoby odpowiedzialne za te umowy zobowiązane są corocznie do wykonania Roczno Przeglądu Umowy i Współpracy z Dostawcą.

Komunikacja z partnerami biznesowymi

Pracownicy Citi Handlowy utrzymują bieżący kontakt z przedstawicielami dostawców w sprawach dotyczących wykonania umów, w tym przestrzegania uzgodnionych parametrów i standardów, wystawiania i płaćenia faktur oraz w sprawach logistycznych.

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 2018-2021 kształtowało się następująco:

	2021	2020	2019	2018
Liczba osób niepełnosprawnych zatrudnionych u dostawcy ogółem	150	129	178	202
Liczba osób niepełnosprawnych pracujących na kontraktach w Citi Handlowy	24	25	32	39

4. 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 Pionu Zgodności.

Departament Zgodności

Podstawowym celem Pionu Zgodności 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. Pion Zgodności 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 Pionowi Zgodności własnych mechanizmów kontrolnych 2. poziomu obrony (mechanizmy kontrolne Pionu Zgodności) oraz monitorowanie poziome stosowania tych mechanizmów
- zarządzanie ryzykiem braku zgodności, tj. identyfikowanie, ocenę, kontrolę, monitorowanie wielkości i profilu ryzyka braku zgodności oraz jego raportowanie

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

Odpowiedzialne zarządzanie w DM Citi Handlowy

Dom Maklerski Banku Handlowego S.A. (DM Citi Handlowy) jest członkiem Izby Domów Maklerskich i w prowadzonej działalności stosuje zasady „[Kodeksu Dobrej Praktyki Domów Maklerskich](#)”.

Weryfikacja klientów

Podstawowe znaczenie dla stabilności i rozwoju gospodarki każdego państwa ma ograniczenie ryzyka straty po stronie instytucji finansujących działalność gospodarczą, czyli przede wszystkim banków. Ze względu na swoją specyfikę szczególnie sektor bankowy wykorzystywany jest do celów przestępczych, polegających na wyłudzeniu kredytów, fałszowaniu dokumentów czy dokonywaniu innych nadużyć finansowych. Do przestępstw, które w sposób szczególnie niebezpieczny oddziałują na cały sektor finansowy, zaliczono proceder prania pieniędzy i finansowania terroryzmu. Przestępstwa te powodują zagrożenie destabilizacją sytuacji finansowej banku, wykorzystywanego pośrednio lub bezpośrednio w tych procederach, a także mogą przyczynić się do utraty reputacji i zaufania wśród jego klientów oraz kontrahentów.

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

Program Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy oraz Finansowaniu Terroryzmu co najmniej raz w roku poddawany jest przeglądowi pod kątem zgodności z obowiązującymi regulacjami prawa polskiego oraz standardami Grupy Citi w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu.

Polityka przeciwdziałanie praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (AML)

Obowiązkiem wszystkich pracowników Citi Handlowy jest dokładanie wszelkich starań, aby nie dopuścić do wykorzystywania produktów i usług Banku do operacji prania pieniędzy i finansowania terroryzmu oraz aby wszelkie 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) oraz przestrzegać ich. Żadna relacja z klientem ani transakcja nie stanowi uzasadnienia dla naruszenia przepisów dotyczących bezpieczeństwa Banku w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy, finansowania terroryzmu czy innych przestępstw. Bank dokłada wszelkich starań, aby skutecznie popierać inicjatywy w zakresie bezpieczeństwa w granicach określonych przez właściwe przepisy prawa. Przepisy te określają, z kim Bank wchodzi w relacje handlowe (program „Poznaj swojego klienta”), strony biorące udział w transakcji, a także zasady monitorowania operacji na rachunkach klientów w celu wykrycia nietypowej aktywności na rachunku klienta.

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

SZKOLENIE „PRZECIWDZIAŁANIE PRANIU PIENIĘDZY ORAZ FINANSOWANIA TERRORYZMU” W 2021 R.

2 604

pracowników Citi Handlowy
ukończyło szkolenie

99%

realizacji założonego

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 FINANSOWANIA TERRORYZMU” W 2021 R.

112

pracowników DM Citi Handlowy
ukończyło szkolenie

99%

realizacji założonego celu

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 Biura ds. Sankcji oraz Procesów Sankcyjnych w Departamencie Zgodności.

SZKOLENIE „SANKCJE EKONOMICZNE” W 2021 R.

2 621

pracowników Citi Handlowy
ukończyło szkolenie

99%

realizacji założonego celu

111

pracowników DM Citi Handlowy
ukończyło szkolenie

100%

realizacji założonego celu

Przeciwdziałanie korupcji

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

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

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

Zapobieganie przypadkom korupcji i ich zgłaszanie jest obowiązkiem każdego pracownika Banku. Pracownicy powinni unikać jakichkolwiek działań, które mogłyby naruszyć zasadę zerowej tolerancji wobec korupcji. Wszyscy pracownicy Citi Handlowy biorą udział w szkoleniu z zakresu przeciwdziałania praktykom korupcyjnym. Mają również odpowiednie wytyczne pozwalające na ograniczenie ryzyka korupcji w relacjach z partnerami biznesowymi. Pracownicy muszą unikać jakichkolwiek działań, które mogą naruszyć zasadę zerowej tolerancji wobec korupcji i narazić Bank na zarzut postępowania niezgodnego z obowiązującymi normami i przepisami.

W 2021 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 2021 R. **[GRI 205-2]**

2 628

pracowników Citi Handlowy ukończyło szkolenie

99%

realizacji założonego celu

111

pracowników DM Citi Handlowy ukończyło szkolenie

100%

realizacji założonego celu

IV. Troska o środowisko

Zachodzące zmiany klimatyczne są jednym najpoważniejszych wyzwań współczesnego świata. Zmiany te stwarzają coraz poważniejsze zagrożenia dla ekosystemów, zdrowia ludzkiego i gospodarki. Rozwiązaniem minimalizującym negatywne skutki zmian klimatu jest redukcja gazów cieplarnianych pochodzących głównie ze spalania przez człowieka paliw kopalnych (węgiel, ropy, gazu) oraz dążenie do pochłaniania gazów cieplarnianych w ramach dostępnych inicjatyw offsetujących (np. zalesianie).

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

W najnowszej strategii biznesowej na lata 2022-2024 Bank zadeklarował redukcję własnych emisji gazów cieplarnianych o co najmniej 50% w 2024 roku w porównaniu do 2019 roku. W tym celu Bank dąży do najwyższej efektywności zarządzania energią elektryczną w celu ograniczenia emisji pośredniej (Zakres 2) poprzez zwiększenie udziału energii elektrycznej z odnawialnych źródeł energii do poziomu co najmniej 50% i redukcji energii elektrycznej o co najmniej 40% na koniec 2024 roku w stosunku do 2019 roku. Jednocześnie, Bank będzie dążył do minimalizacji zużycia surowców energetycznych w kontekście redukcji emisji bezpośredniej (Zakres 1), dzięki wymianie floty samochodowej na auta hybrydowe i jej redukcji.

Bank będzie również aktywnie wspierał klientów korporacyjnych w transformacji ich modeli biznesowych w kierunku niskoemisyjności. Bank, wykorzystując doświadczenie swojego globalnego akcjonariusza Citi, przygotował pełen zakres rozwiązań dla klientów: doradztwo ESG, finansowanie (zielone kredyty), produkty w obszarze działalności skarbcowej (m.in. zabezpieczenia ryzyka stopy procentowej), produkty w obszarze działalności transakcyjnej (m.in. zielone depozyty). Jednocześnie, Bank udzielił w ciągu kolejnych 3 lat 1 mld złotych finansowania dla klientów Banku na sześć zrównoważonych projektów: ekonomia obiegu zamkniętego, czysta technologia, efektywność energetyczna, odnawialna energia, zrównoważony transport, jakość wody.

1. Zrównoważone rozwiązania finansowe

1.1. Zielone obligacje: EBI - największa emisja Climate Awareness Bond w polskich złotych

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.

W kwietniu 2021 roku Citi Handlowy pełnił rolę Joint Lead Managera w procesie pierwszej publicznej emisji zielonej obligacji Climate Awareness Bond (CAB) wyemitowanej przez Europejski Bank Inwestycyjny (EBI), dedykowanej w całości inwestorom krajowym. Wartość emisji wyniosła 1,25 mld złotych, a termin zapadalności to październik 2026 r. Obligacja oferuje stopę zwrotu dla inwestorów na poziomie 1,028%.

Środki z emisji Climate Awareness Bond są przeznaczane na wsparcie inwestycji przyczyniających się do łagodzenia zmian klimatu. Wykorzystanie środków (Use of Proceeds) z emisji Climate Awareness Bond powiązane jest z Rozporządzeniem Unii Europejskiej w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje (tzw. EU Taxonomy Regulation). Rozporządzenie to weszło w życie w lipcu 2020 roku i zakłada stworzenie systemu jednolitej klasyfikacji zrównoważonej działalności gospodarczej dla celów inwestycyjnych.

Inauguracyjna emisja Climate Awareness Bond stanowiła niezwykle ważną inicjatywę i wyznacza kierunek, w którym warto podążać. Citi Handlowy od wielu lat jest partnerem EBI w najważniejszych emisjach benchmarkowych obligacji złotówkowych na rynku polskim, które pomagają finansować projekty w Polsce, ale emisja CAB była dla Banku szczególna z uwagi na fakt, że środki z niej zostaną przeznaczone na działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, czyli cele wpisane w strategię biznesową Banku.

1.2. Kredyt zielony

W trosce o ograniczenie negatywnego wpływu działalności klientów na klimat oraz w celu aktywnego wsparcia ich strategii realizacji celów środowiskowych Bank uruchomił finansowanie, którego przedmiotem mogą być inwestycje spełniające jeden z sześciu kryteriów środowiskowych, tj. energia odnawialna, efektywność energetyczna, czysta technologia, gospodarka w obiegu zamkniętym, zrównoważony transport oraz zrównoważone wykorzystanie i ochrona zasobów wodnych.

Zgodnie z przyjętymi założeniami w przypadku „zielonego kredytu” Bank stosuje uproszczone procedury kredytowe oraz preferencyjne parametry finansowania w zakresie udziału własnego, zabezpieczenia kredytu (w tym do 4 lat bez zabezpieczenia) oraz kosztu finansowania (zwolnienie z prowizji przygotowawczej).

Kredyt na innowacje technologiczne – jest to program mający na celu wsparcie wdrażania innowacyjnych technologii, realizowany przez BGK we współpracy z bankami komercyjnymi. Kredyt na innowacje technologiczne jest realizowany z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (Poddziałanie 3.2.2), który jest finansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Założenie programu stanowi udzielenie komercyjnego kredytu na realizację inwestycji,

który jest częściowo spłacany przez BGK, bezzwrotną dotacją w formie premii technologicznej. Program jest przeznaczony dla przedsiębiorstw spełniających definicję małego i średniego przedsiębiorstwa zgodnie z Rozporządzeniem KE 651/2014. Przedsiębiorstwa te mogą ubiegać się o dotację w formie premii technologicznej na realizację inwestycji technologicznych, których celem jest zakup i wdrożenie nowej technologii lub wdrożenie własnej nowej technologii oraz uruchomienie na jej podstawie wytwarzania nowych lub znacząco ulepszonych towarów, procesów lub usług. Celem takiej inwestycji jest również zapewnienie warunków dla prowadzenia produkcji tych produktów, procesów lub usług. Wdrażana technologia musi mieć postać prawa własności przemysłowej lub wyników prac rozwojowych, bądź też wyników badań aplikacyjnych, lub nieopatentowanej wiedzy technicznej. W ramach kredytu technologicznego klienci realizują projekty polegające na wdrażaniu innowacji ekologicznych, a także inwestują w odnawialne źródła energii oraz procesy poprawiające efektywność energetyczną przedsiębiorstw.

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

2. Zarządzanie ryzykiem klimatycznym

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

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

Czynniki środowiskowe mogą negatywnie wpływać na zdolność kredytobiorcy do spłaty zobowiązań poprzez szereg czynników ryzyka, które generują Ryzyko Fizyczne oraz Ryzyko Przekształcenia. Ryzyko Fizyczne oraz Ryzyko Przekształcenia są ze sobą bezpośrednio powiązane (np. w odpowiedzi na postępującą zmienność klimatu nowe regulacje środowiskowe są wprowadzane w celu zapewnienia środowiskowo zrównoważonej gospodarki).

Ryzyko Fizyczne oraz Ryzyko Przekształcenia są powszechnie stosowane głównie w odniesieniu do ryzyka zmiany klimatu, ale mogą być także stosowane w odniesieniu do innych typów ryzyka środowiskowego, np. negatywnego wpływu na zasoby wody czy utratę bioróżnorodności.

W celu oceny ryzyka klimatycznego została przygotowana mapa ryzyka czynników środowiskowych dla poszczególnych branż. Branżowa mapa ryzyka będzie regularnie weryfikowana (przynajmniej raz w roku) w celu uwzględnienia zmian m.in. w otoczeniu regulacyjnym, trendach makroekonomicznych, czy zachowaniach społecznych.

Branżowa mapa ryzyka zawiera wstępne ratingi Ryzyka Fizycznego oraz Ryzyka Przekształcenia dla danej branży.

W oparciu o połączenie ratingu Przekształcenia i Fizycznego, uzyskiwane są następujące Ratingi Ryzyka Klimatycznego, wyznaczone na podstawie poniższej tabeli:

Ratingi Ryzyka Klimatycznego

		Ryzyko Fizyczne		
		Wysokie	Umiarkowane	Niskie
Ryzyko Przejścia	Wysokie	RATING WYSOKI	RATING WYSOKI	RATING UMIARKOWANY
	Umiarkowane	RATING WYSOKI	RATING UMIARKOWANY	RATING NISKI
	Niskie	RATING UMIARKOWANY	RATING NISKI	RATING NISKI

- **Wysokie Ryzyko Klimatyczne** (uwzględnia kredytobiorców, dla których ustalone wstępne ratingi powstały z połączenia Wysokiego Ryzyka Fizycznego i Wysokiego lub Umiarkowanego ryzyka Przekształcenia, albo Wysokiego ryzyka Przekształcenia i Wysokiego lub Umiarkowanego ryzyka Fizycznego)
- **Umiarkowane Ryzyko Klimatyczne** (uwzględnia kredytobiorców, dla których ustalone wstępne ratingi powstały z połączenia Wysokiego ryzyka Fizycznego i Niskiego ryzyka Przekształcenia, Umiarkowanego ryzyka Fizycznego i Umiarkowanego ryzyka Przekształcenia, Niskiego ryzyka Fizycznego z Wysokim Ryzykiem Przekształcenia)
- **Niskie Ryzyko Klimatyczne** (uwzględnia kredytobiorców, dla których ustalone wstępne ratingi powstały z połączenia Umiarkowanego Ryzyka Fizycznego i Niskiego Ryzyka Przekształcenia, Niskiego Ryzyka Fizycznego i Umiarkowanego Ryzyka Przekształcenia, Niskiego Ryzyka Fizycznego i Niskiego Ryzyka Przekształcenia).

W przypadku klientów Bankowości Przedsiębiorstw **Bank nadaje każdej transakcji odpowiednią kategorię ryzyka środowiskowego**, która również jest nadawana w scoringu klienta. W przypadku Klientów Korporacyjnych i Globalnych **ocenie podlegają transakcje inwestycyjne powyżej 10 mln USD**.

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

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

Ze względu na szeroki zakres, indywidualna weryfikacja ma miejsce także w przypadku Ryzyka Społecznego oraz Ryzyka w obszarze Zarządzania/Ładu Korporacyjnego. Są to ryzyka wynikające z potencjalnego wpływu zasad zarządzania, obowiązujących u klienta bądź w jego grupie kapitałowej. Elementem oceny w ramach Ryzyka Zarządzania powinny być praktyki zarządcze, w tym jakość struktur zarządzania, relacje pracownicze, zasady wynagrodzenia pracowników oraz przestrzeganie przepisów podatkowych. Potwierdzenie/weryfikacja ryzyka ESG odbywa się indywidualnie dla każdej relacji kredytowej oddzielnie w odniesieniu do Ryzyka Klimatycznego, innych czynników środowiskowych związanych z degradacją środowiska oraz Ryzyka Społecznego oraz Ryzyka w obszarze Zarządzania/Ładu Korporacyjnego. Jako przejaw troski o środowisko Bank zdecydował, że nie będzie uczestniczył w finansowaniu nowych aktywów energetycznych opartych na węglu, nie finansuje też projektów dotyczących wydobycia węgla.

2.1. Ujawnienia związane z taksonomią

Zgodnie z art. 8 ust. 1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje („**Taksonomia**”), przedsiębiorstwo podlegające obowiązkowi publikowania informacji niefinansowych zawiera w swoim raporcie niefinansowym informacje, w jaki sposób i w jakim stopniu działalność tego przedsiębiorstwa jest związana z działalnością gospodarczą, która kwalifikuje się jako „zrównoważona środowiskowo” („**systematyka**”). W świetle Taksonomii, działalność gospodarcza kwalifikuje się jako „zrównoważona środowiskowo”, jeżeli spełnia łącznie następujące warunki: (i) wnosi istotny wkład w realizację co najmniej jednego z celów środowiskowych wskazanych w Taksonomii, (ii) nie wyrządza poważnych szkód dla żadnego z pozostałych celów środowiskowych wskazanych w Taksonomii, (iii) jest prowadzona zgodnie z tzw. minimalnymi gwarancjami, tj. procedurami mającymi zapewnić przestrzeganie Wytocznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz Wytocznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka, oraz (iv) spełnia tzw. techniczne kryteria kwalifikacji, które zostały lub będą wskazane w rozporządzeniach delegowanych do Taksonomii. W tym zakresie, na koniec 2021 roku zostało opublikowane i obowiązywało wyłącznie Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2021/2139 z dnia 4 czerwca 2021 r. („**Rozporządzenie 2021/2139**”), które ustanawiało techniczne kryteria kwalifikacji jedynie w odniesieniu do dwóch celów środowiskowych, takich jak łagodzenie zmian klimatu i adaptacja do zmian klimatu.

Szczegółowy zakres oraz terminy prezentacji informacji dotyczących zrównoważonej środowiskowo działalności gospodarczej, które powinny być ujawniane na mocy Taksonomii, zostały wskazane w Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178 z dnia 6 lipca 2021 r. („**Rozporządzenie 2021/2178**”). Zgodnie z art. 10 ust. 3 Rozporządzenia 2021/2178, od dnia 1 stycznia 2022 r. do dnia 31 grudnia 2023 r. przedsiębiorstwa finansowe ujawniają wyłącznie: (a) udział procentowy w aktywach ogółem ekspozycji wobec działalności gospodarczej niekwalifikującej się do systematyki i działalności gospodarczej kwalifikującej się do systematyki, (b) udział procentowy w aktywach ogółem ekspozycji na rządy centralne, banki centralne i emitentów ponadnarodowych oraz instrumenty pochodne, (c) udział procentowy w aktywach ogółem ekspozycji wobec przedsiębiorstw, które nie podlegają obowiązkowi publikowania informacji niefinansowych, (d) informacje jakościowe, o których mowa w załączniku XI do Rozporządzenia 2021/2178. Dodatkowo, instytucje kredytowe zostały również zobowiązane do ujawniania udziału procentowego swoich portfeli handlowych oraz pożyczek międzybankowych na żądanie w aktywach ogółem.

W związku z faktem, że na dzień publikacji niniejszego raportu rocznego ujawnienia przedsiębiorstw niefinansowych dotyczących zgodności działalności z Taksonomią są niedostępne, a ujawnienia te stanowią podstawę do ujawnień związanych z Taksonomią Grupy, Grupa dokonała własnych oszacowań w oparciu o wewnętrzne posiadane dane dotyczące klientów.

W wyniku tak dokonanych oszacowań, Bank stwierdza że na dzień 31 grudnia 2021 roku:

- Udział w aktywach ogółem ekspozycji na działalność gospodarczą kwalifikowaną do systematyki wyniósł: 2,4%
- Udział w aktywach ogółem ekspozycji na działalność gospodarczą niekwalifikowaną do systematyki wyniósł: 43,1%

Jednocześnie, na dzień 31 grudnia 2021 roku:

- Udział w aktywach ogółem ekspozycji na podmioty niepodlegające obowiązkowi raportowania niefinansowego wyniósł: 10,6%
- Udział w aktywach ogółem ekspozycji na rządy centralne, banki centralne i emitentów ponadnarodowych wyniósł: 41,8%
- Udział w aktywach ogółem instrumentów pochodnych wyniósł: 12,7%
- Udział w aktywach ogółem portfeli handlowych oraz pożyczek międzybankowych na żądanie wyniósł: 1,5%

Powyższe wskaźniki zostały przygotowane wg najlepszej wiedzy Grupy, a część tych danych opiera się na przybliżonych szacunkach i ma charakter ujawnień dobrowolnych.

W procesie kwalifikowania działalności do systematyki, Grupa przeprowadziła analizę portfeli ekspozycji na podmioty segmentu klienta sektora Bankowości Instytucjonalnej, a następnie sprawdziła czy wiodące NACE klienta kwalifikuje się do systematyki.

Z uwagi na brak jednolitych interpretacji dotyczących pojęcia „aktywa ogółem” objętych ujawnieniem na podstawie Taksonomii, przyjęto, że obejmuje ono ekspozycje bilansowe zgodnie z zakresem konsolidacji ostrożnościowej wykazywanych w sprawozdaniu FINREP.

3. Systemy zarządzania ochroną środowiska

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

Citi Handlowy już w 2007 roku wprowadził kompleksowy Plan Zarządzania Środowiskiem. W kolejnych latach wprowadzono System Zarządzania Środowiskowego ISO 14001 oraz System Zarządzania Energią ISO 50001 dla głównych nieruchomości Banku. Zintegrowanie systemów oparto na podejściu procesowym, co pozwoliło na ciągłe udoskonalenie systemu, zapobieganie powstawaniu nieprawidłowości, monitorowaniu realizacji założonych celów. System ten jest corocznie poddawany ocenie audytów nadzorczych przez niezależne biuro certyfikujące. Również w 2021 roku został przeprowadzony kolejny audyt recertyfikacyjny dla norm 14001: 50001:2018. Przeprowadzone badania audytowe pozytywnie potwierdziły pełną realizację wymagań norm, w tym działania systemu wspierające spełnienie poszczególnych wymogów statutowych, regulacyjnych i umownych.

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

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

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

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

System Zarządzania Środowiskowego i Energią (SZŚiE) zakłada ciągłe doskonalenie i usprawnianie istniejących procesów w celu uzyskania poprawy ogólnych efektów działalności środowiskowej i energetycznej. W ramach SZŚiE zidentyfikowane zostały znaczące aspekty środowiskowe oraz określono ryzyka i szanse z nimi związane. **[GRI 102-11]**

4. Ograniczenie zużycia zasobów

4.1. Monitoring zużycia mediów i paliwa

Wskaznik***	2021**	2020*	2019	2018	zmiana 2020/2021
Zużycie energii elektrycznej w Citi Handlowy [MWh P] [GRI 302-1, GRI 302-4]	9 352	9 809	11 716	12 892	-5%
Zużycie energii cieplnej [GJ] [GRI 302-1, GRI 302-4]	26 857	21 605	22 435	20 370	24%
Zużycie gazu [m ³]	36 832	29 570	41 128	47 385	25%
Zużycie paliwa do generatorów prądotwórczych [t] [!]	5 432	5 503	5 389	4 607	-1%
Zużycie wody [m ³] [GRI 303-5]	14 522	15 532	30 440	32 059	-7%
Ilość zużytego paliwa (benzyny i oleju napędowego) w samochodach służbowych (w l)	161 147	246 165	520 142	636 582	-35%

* Zmiany wielkości zużyć w 2020 r. wynikają z korekt dokonanych po terminie raportowania. **[GRI 102-49]**

** Dane dotyczące 2021 roku są niepełne (nie wszystkie faktury za zużycie mediów Bank otrzymał do daty publikacji raportu).

*** Dane dotyczące zużycia mediów przedstawiono na podstawie faktur otrzymanych od dostawców.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku

Bank gromadzi, monitoruje i analizuje dane dotyczące zużycia mediów: energii elektrycznej i ciepłej, gazu i wody w celu zaplanowania redukcji tych zużyć i tym samym złagodzenia wpływu prowadzonej przez Bank działalności na zmiany klimatyczne. W 2021 roku **odnotowano spadek zużycia energii elektrycznej o ok. 5% względem 2020 roku** na skutek zrealizowanych w latach poprzednich projektów modernizacyjnych i inwestycyjnych związanych z infrastrukturą budynkową.

W ramach ograniczania negatywnego wpływu Banku na środowisko, w przetargu na zakup energii elektrycznej uwzględnione zostało nowe kryterium dotyczące **zakupów zielonej energii pochodzącej z OZE**. Na 2021 rok zakontraktowano **nowy produkt „Naturalnie, że energia”**, uwzględniający pochodzenie **50% wolumenu zużycia energii z odnawialnych źródeł**. Bank podjął decyzję o kontynuowaniu tego trendu i **zakontraktowana na 2022 rok odnawialna energia stanowić będzie 55% ogółu zakupionej przez Bank energii**.

W 2021 roku Bank odnotował zwiększone o 24% względem 2020 roku zużycie energii ciepłej, co było wynikiem panujących warunków termicznych (chłodniejsza zima w sezonie 2020/2021 w porównaniu do zimy w sezonie 2019/2020, która charakteryzowała się jedną z najwyższych średnich temperatur). Z tych samych powodów w 2021 roku wzrosło zużycie gazu - o 25% w porównaniu do 2020 roku.

W 2021 roku Bank zarejestrował **zmniejszenie zużycia wody o 7% w porównaniu do 2020 roku**. Od początku pandemii odnotowano znacząco mniejsze zużycia wody względem lat poprzednich, a dodatkowo pomieszczenia socjalne zostały wyposażone w nowoczesne zmywarki.

Citi Handlowy wspiera system małej retencji poprzez gromadzenie wód deszczowych. Jeden z obiektów posiada zbiornik gromadzący wodę deszczową o pojemności 5 000 litrów. Zbiornik ten połączony jest kanalizacją deszczową z dachem budynku, którego powierzchnia wynosi około 2 000 m². Zgromadzoną deszczówkę Bank wykorzystuje w okresie suszy do podlewania trawnika na terenie nieruchomości. W 2020 roku zaplanowano kolejną instalację zbiornika w obiektach bankowych.

Pandemia i związane z nią obostrzenia, zarówno w wymiarze lokalnym jak i globalnym, wpłynęły znacząco na komunikację. W związku z panującą sytuacją epidemiologiczną w Banku wprowadzono pracę zdalną i ograniczono ilość stacjonarnych spotkań biznesowych. Większość z nich została przeniesiona do świata on-line, co w 2021 roku bezpośrednio przełożyło się na **zmniejszenie ilości paliwa zużytego przez samochody służbowe o 35% w porównaniu do 2020 roku**.

Citi Handlowy wspiera ekologiczny wysiłek budowania bardziej przyjaznego dla środowiska świata, przechodząc z systemu spalinowego na system hybrydowy. **Bank rozpoczął wymianę aut wchodzących w skład floty na auta hybrydowe**, zgodnie z kończącymi się umowami.

Dodatkowo zostały zrealizowane takie inicjatywy jak car pooling, car sharing, system do rezerwacji samochodów dyspozycyjnych, system do rezerwacji miejsc parkingowych oraz szkolenia z bezpiecznej jazdy dla użytkowników samochodów narzędziowych.

4.2. Redukcja zużycia materiałów

Citi Handlowy optymalizuje i digitalizuje swoje procesy. Jednym z nich jest zakończony w 2021 roku projekt Paperless, którego głównym zadaniem było wprowadzenie oszczędności papieru biurowego oraz tuszu. Obecnie projekt ten pozwala na:

- utrzymanie na stabilnym poziomie KPI: poziom wydruku, drukarek niedzierżawionych, drukarni zewnętrznych, archiwum wewnętrznego, niszczenia dokumentów, poczty i kurierów oraz materiałów marketingowych;
- wykorzystywanie papieru ECO w Poligrafii;
- wprowadzenie protokołów niszczenia pieczętek w wersji elektronicznej.

Tabela: Zużycie papieru w ramach kontraktu z firmą obsługującą [GRI 301-1]

Rok	2021	2020	2019	2018
Dostarczone/zużyte kartki/ryzy	1 040 966	1 513 491	3 594 020	4 863 459

Praca Banku nad automatyzacją i wprowadzaniem elektronicznego obiegu dokumentów przekłada się nie tylko na ograniczeniu drukowania dokumentów, ale również na ilości wysłanych listów i wyciągów. Z roku na rok Bank konsekwentnie odnotowuje mniejszą ilość korespondencji przekazywanej w formie tradycyjnej.

Tabela: Liczba wysłanych listów i wyciągów do klientów [GRI 301-1]

Rok	2021	2020	2019	2018
Liczba wysłanych listów i wyciągów	1 248 752	1 415 219	1 589 097	1 960 019

Wprowadzono Projekt Cyfrowej Kancelarii, który pozwolił na zaimplementowanie systemu oszczędnego wydruku papieru biurowego w kancelariach oraz digitalizowanie procesów związanych z obrotem dokumentami jak i redukcję kursów kurierów pomiędzy lokalizacjami.

4.3. Gospodarka odpadami

Dynamiczny rozwój gospodarczy jest bezpośrednią przyczyną generowania coraz większej ilości odpadów. Citi Handlowy wprowadził działania mające na celu redukcję odpadów lub ich powtórne wykorzystanie, m.in. poprzez:

- wprowadzenie dla pracowników możliwości odkupu używanych komputerów należących do Banku poprzez zorganizowanie dedykowanej pracownikom aukcji
- wprowadzenie projektu Plasticless, który ma na celu eliminację wykorzystania butelek plastikowych na rzecz korzystania z wody z dystrybutorów (w większości obiektów dostępne są elektryczne dystrybutory wody podłączone bezpośrednio do sieci wodociągowej, dzięki czemu biura te nie korzystają z plastikowych butli) i szklanych butelek
- zastosowanie eliminacji styropianu w kantynach pracowniczych na rzecz materiałów biodegradowalnych, wprowadzenie kubków tekturowych, pokrywek z trzciny cukrowej, sztućców drewnianych
- wprowadzenie do maszyn vendingowych produktów w szklanych opakowaniach oraz puszek, promowanie zdrowego i różnorodnego menu
- wykorzystywanie prasokontenerów do zagęszczania odpadów, co ogranicza zanieczyszczenie środowiska związane z ich transportem

Dokładne sortowanie odpadów pozwala na odzyskanie większej ilości surowców, które można przekazać do recyklingu. Dlatego też we wszystkich swoich lokalizacjach Bank zapewnia dedykowane i wyraźnie oznakowane pojemniki, przyczyniając się tym samym do zwiększenia poziomu odzysku odpadów powstających w Banku. Dodatkowo Bank wykorzystuje pojemniki przeznaczone do niszczenia dokumentów niejawnych, które w 100% poddawane są recyklingowi.

Tabela: Liczba kg papieru przekazana przez Citi Handlowy do zniszczenia i poddana recyklingowi

[GRI 306-3]

Rok	2021	2020	2019	2018
Ilość kg papieru przekazana przez Bank do zniszczenia i poddana recyklingowi	154 980	170 345	194 050	394 490

4.4. 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.

5. Mniejszy ślad środowiskowy

5.1. Opis zastosowanej metody i granic raportowania

Obliczenia śladu węglowego w roku 2021 dla Banku wykonano zgodnie z normą ISO 14067 jak i GHG Protocol, które dzielą emisje cieplarniane na trzy zakresy.

Dane o emisjach dotyczą Banku oraz w zakresie zużycia energii elektrycznej, ciepłej, wody i odpadów, a także Domu Maklerskiego Banku, ponieważ stanowi część głównej siedziby Banku. Z uwagi na fakt, że pozostałe spółki zależne z grupy kapitałowej Citi Handlowy nie prowadzą aktywnej działalności operacyjnej i udział ich emisji w ogólnej emisji grupy kapitałowej jest znikomy, nie zostały one uwzględnione w wyliczeniu emisji.

Do obliczenia śladu węglowego w 2021 roku wykorzystano bazę emisji ECOINVENT w wersji 3.8. Dodatkowo, zgodnie z zaleceniami GHG Protocol rozszerzono zakres badania o inwestycje w środki trwałe (w ramach Scope 3 – 15. Investments).

5.2. Emisje gazów cieplarnianych

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

Ze względu na trwającą pandemię COVID-19, interpretacja wyników emisji śladu węglowego, musi uwzględniać zmieniające się uwarunkowania prawne oraz społeczno-ekonomiczne. W trakcie trwania pandemii jednym z najczęstszych globalnych trendów było przejście na pracę zdalną, co w dużym stopniu miało wpływ na takie czynniki jak: dojazdy do pracy, delegacje, odpady, zużycia mediów i inne. Stąd też często bezpośrednie porównanie lat (bez właściwej interpretacji danych) jest niemożliwe. Pomimo tego, można zaobserwować pewne prawidłowości w wynikach emisji.

Wyniki emisji śladu węglowego dla Banku Citi Handlowego dla roku 2021 dokonano stosując podejście *Location based* i *Market based*. Pierwsze podejście pozwala na wskazanie emisji, za które organizacja odpowiada bezpośrednio i które są związane ze zużytą energią, natomiast druga metoda pozwala na uwzględnienie decyzji podejmowanych przez przedsiębiorstwo (np. zakup certyfikatów energetycznych). Wyniki w ujęciu *Location* i *Market based* wyniosły odpowiednio: 15 811,59 tCO_{2e} i 11 830,08 tCO_{2e}. Co oznacza, iż **wskutek działań podejmowanych przez Citi Handlowy, uniknięto potencjalnych emisji CO_{2e} w ilości ok. 3 981,51 tCO_{2e}.**

Należy podkreślić, iż poniższe wyliczenia w ujęciu *Market based* i *Location based* wykonano po raz pierwszy. W poprzednich latach ze względu na brak zakupu certyfikatów energetycznych oraz brak wykazanych inwestycji w OZE można przyjąć, iż obliczenia wg obydwu metod były sobie równe.

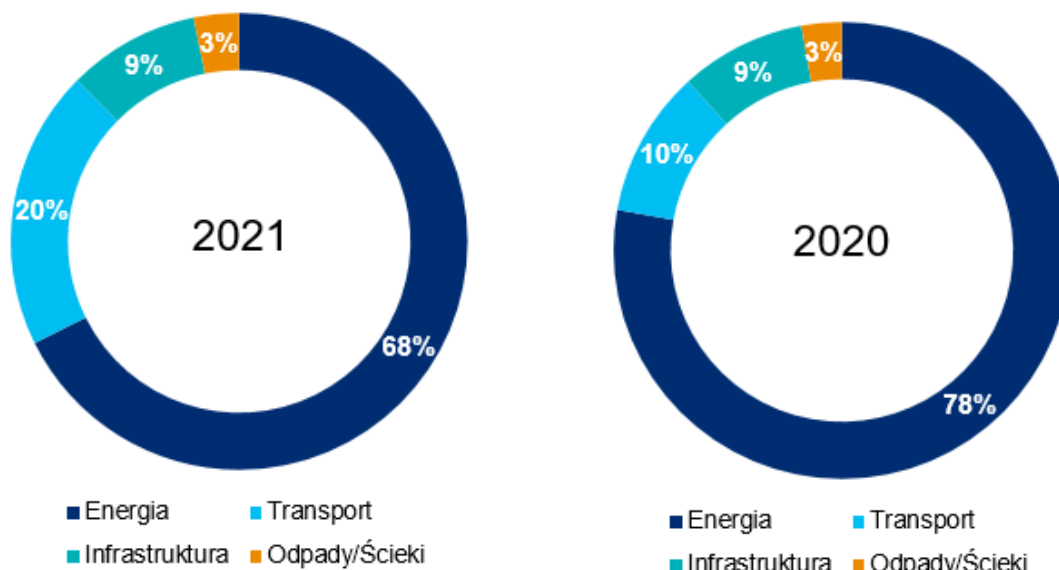
Metoda „Market based”

W 2021 roku wielkość emisji liczona tym podejściem wyniosła **11 830,08. t CO_{2e}.** Przystępując do roku 2020 (**17 696,34 t CO_{2e}***), osiągnięto **spadek emisji o ok. 33,15% (tj. 5,87 tys. t CO_{2e}).**

Analiza struktury emisji wykazała, że największy odsetek emisji związany był z **wytwarzaniem energii (ok. 68%, wobec 78% w 2020 roku).** Jest to wynikiem działań podjętych przez Citi Handlowy, związanych przede wszystkim z zakupem niskoemisyjnych certyfikatów energetycznych, a także inwestycjami w odnawialne źródła energii (**uniknięte emisje wyniosły 3,98 tys. t CO_{2e} [GRI 305-5]**). Czynniki te przełożyły się także na **zwiększenie udziału transportu - wpływ na wzrost z ok. 10% w 2020 roku do ok. 20% w 2021 roku** miała zmiana harmonogramu pracy – ograniczona ilość pracy w formie zdalnej (większa emisja z dojazdów pracowników do pracy). Wśród pozostałych kategorii emisji wskazano zmianę w kategorii **infrastruktura (nieznaczny wzrost)**, która wynikała ze zmiany modelu wyliczenia (uwzględniono nakłady inwestycyjne). Pozostałe emisje stanowiły stosunkowo nieznaczny odsetek.

Tak jak podkreślono wcześniej, wahania w strukturze emisji wynikały z niższej temperatury i zmniejszeniem ilości godzin pracy zdalnej w 2021 roku, co bezpośrednio przyczyniło się do większych emisji związanych z transportem i odpadami. Strukturę emisji w latach 2021 i 2020 według kategorii zaprezentowano poniżej.

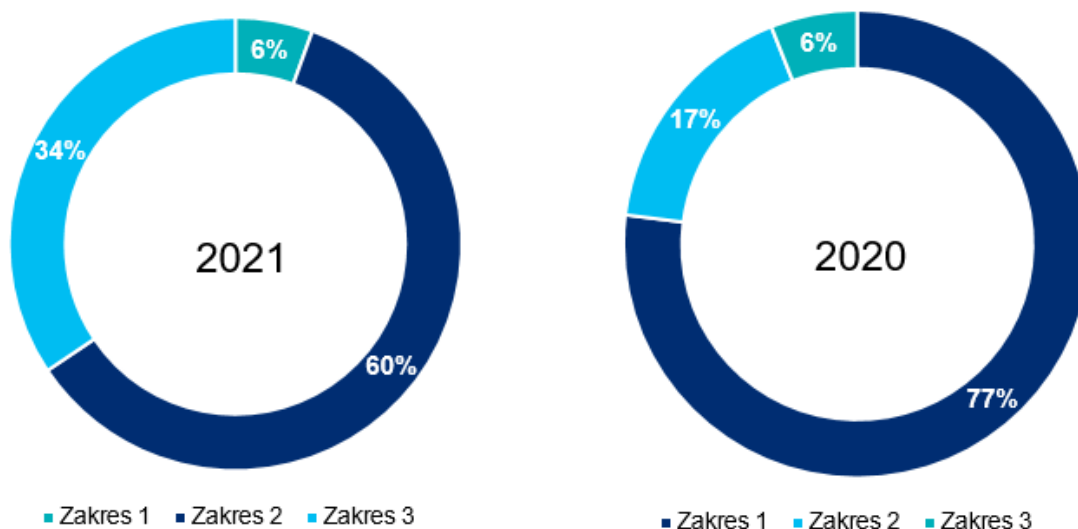
Struktura emisji śladu węglowego w latach 2021 i 2020 według kategorii



* Zmiany wielkości zużycy w 2020 r. wynikają z korekt dokonanych po terminie raportowania. [GRI 102-49]

Emisje śladu węglowego zestawiono również w podziale na zakresy emisji. **Największy udział związany był z emisjami pośrednimi (Zakres 2)**, które nie pozostają pod bezpośrednią kontrolą Banku. Udział tych emisji w 2021 roku był znacznie niższy i wyniósł **60%** (wobec 77% w 2020 roku). Emisje zakresu 1 i 3 wyniosły odpowiednio: **Zakres 1 - 5,5%** (wobec 6,3% w 2020 roku), **Zakres 3 - 34%** (wobec 17% w 2020 roku). Różnice w ilości emisji poszczególnych zakresów należy ponownie tłumaczyć głównie wpływem pandemii COVID-19, powrotami pracowników do biura, a także w przypadku emisji pośrednich inwestycją w OZE oraz zakupem certyfikatów energetycznych od dostawców. Strukturę emisji podejścia Market based uwzględniającą zakresy, przedstawiono na wykresach poniżej.

Struktura emisji śladu węglowego w latach 2021 i 2020 według zakresów



Wyjaśnienie różnic w emisji CO₂ w 2021 roku w porównaniu do 2020 roku

Szczegółowe wyniki emisji śladu węglowego Citi Handlowy w 2021 i 2020 roku

Wyszczególnienie	2021				2020			
	Emisje w podziale na zakresy (Scope) [t CO _{2e}]				Emisje w podziale na zakresy (Scope) [t CO _{2e}]			
	Zakres 1 (Scope 1)	Zakres 2 (Scope 2)	Zakres 3 (Scope 3)	Razem	Zakres 1 (Scope 1)	Zakres 2 (Scope 2)	Zakres 3 (Scope 3)	Razem
ENERGIA	111	7 104	790	8 005	96	13 682		13 778
TRANSPORT	469		1 871	2 340	798		1 040	1 838
INFRASTRUKTURA			1 107	1 107			1 575	1 575
ZUŻYCIE WODY			4	4			4	4
MATERIAŁY BIUROWE			59	59			70	70
ODPADY			241	241			191	191
INNE							15	15
KLIMATYZATORY – uzupełnianie czujnika	74			74	225			225
RAZEM	654	7 104	4 072	11 830	1 119	13 682	2 895	17 696

Tabela: Zinwentaryzowane dane z działalności Banku dla roku 2021

Uwagi:

1. W 2021 r. zmieniono zakres obliczenia śladu węglowego w kategorii Inne w stosunku do 2020 r. – pozycja karty płatnicze i identyfikacyjne zostały przeniesione do kategorii materiały biurowe
2. Różnice w danych dotyczących emisji w 2020 roku w stosunku do danych przekazanych w raporcie za 2020 rok wynikają z ponownego przeliczenia tych emisji w związku ze wzrostem zużycia niektórych mediów odnotowanych na podstawie faktur otrzymanych przez Bank po dacie publikacji raportu o danych niefinansowych za 2020 rok. [GRI 102-49]

Zmniejszenie emisji w kategorii Energia o 42% w porównaniu do 2020 roku jest wynikiem dokonanych przez Bank inwestycji w OZE i zakupu certyfikatów energetycznych [GRI 305-5], natomiast zwiększenie emisji w kategorii Transport w 2021 roku o 27% względem 2020 roku oraz Odpady (wzrost o 26% w porównaniu z 2020 rokiem) wynika ze zmiany modelu pracy (większa ilość pracowników dojeżdżała do biur w 2021 roku). Zmiany wielkości emisji w pozostałych kategoriach wynikają z przemodelowania modułu oraz aktualizacji lub zmiany wskaźników użytych do wyliczeń.

Wskaźnik intensywności emisji [GRI 305-4]

Wskaźnik	2021	2020	Zmiana r./r.
Emisje GHG w zakresie 1, 2, 3 (w tonach CO _{2e})/ przychody Grupy (mln zł)	5,03	8,56	(41%)
Emisje GHG w zakresie 1+2 (w tonach CO _{2e})/ przychody Grupy (mln zł)	3,30	7,16	(54%)
Emisje GHG w zakresie 1, 2, 3 (w tonach CO _{2e})/ liczba pracowników Grupy	3,92	5,55	(29%)
Emisje GHG w zakresie 1+2 (w tonach CO _{2e})/ liczba pracowników Grupy	2,57	4,64	(45%)

Neutralizacja emisji CO₂ [GRI 305-5]

Obniżenie wpływu na środowisko	Ilość	Miara
Sadzenie drzew w ramach akcji „Las na Zawsze”	1 075	sztuk
Efekt środowiskowy sadzenia drzew	180 997,75	kg CO _{2e}
Całkowity wpływ na środowisko po uwzględnieniu sadzenia drzew	11 649 081,65	kg CO_{2e}

W 2021 roku Citi Handlowy kontynuował rozpoczętą w 2020 roku **akcję „Las na Zawsze” w ramach której posadzono w 2021 roku ponad 1 tys. drzew** takich gatunków jak: Dąb Szypułkowy, Klon Polny, Grab Pospolity, Brzoza Brodawkowata, Topola Biała, Lipa Drobnolistna. Tym samym **Bank przyczynił się do kompensacji CO₂, zmniejszając emisję własnego śladu węglowego o prawie 181 ton CO₂e.**

5.3. Inwestycje proekologiczne

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

Pod koniec 2020 roku na dachu budynku zlokalizowanego w Warszawie przy ul. Golezowskiej uruchomiona została elektrownia fotowoltaiczna o mocy zainstalowanej 70 kW. W 2021 roku instalacja wyprodukowała **42 785 kWh energii elektrycznej (to tyle ile rocznie zużywają energii ok. 19 4-osobowych gospodarstw domowych). Bank planuje realizację kolejnych projektów związanych z fotowoltaiką w latach 2022-2023.**

Od wielu lat, realizując projekty modernizacyjne i remontowe na powierzchniach użytkowych Banku, wymieniane jest oświetlenie na energooszczędne oprawy LED (min. biura Olsztyn Pstrowskiego, Warszawa Traugutta, Warszawa Golezowska). W kolejnych latach Bank planuje kontynuację tych działań.

5.4. Projekty proekologiczne

W 2021 roku Citi Handlowy zrealizował inicjatywy środowiskowe podnoszące świadomość pracowników w zakresie ochrony środowiska.

- **Godzina dla Ziemi WWF** – Citi Handlowy jest aktywnym uczestnikiem tej akcji od 2011 roku. W 2021 roku Bank zgasił w swoich nieruchomościach, tym samym zwracając uwagę na pogarszający się stan Morza Bałtyckiego.
- **Dzień Ziemi** – Citi Handlowy od 2009 roku jest uczestnikiem tej światowej akcji, promującej proekologiczne działania i zachowania wśród pracowników. W związku z trwającymi obostrzeniami epidemiologicznymi, w 2021 roku Bank przyjął formę świętowania w postaci eko-komunikatów, w których m.in. przybliżono informację dotyczące wyliczenia śladu węglowego dla Banku i przekazano dane dotyczące produkcji energii elektrycznej z elektrowni fotowoltaicznej.
- **Hotele dla owadów** – w trosce o zachowanie bioróżnorodności i równowagi w przyrodzie Bank stawia hotele dla owadów. Schronienia dla nich zamontowano na drzewach w Warszawie przy ul. Senatorskiej i Golezowskiej oraz na dachach budynków w Olsztynie i Warszawie. Latem domki umożliwiają owadom nocleg i schronienie, a jesienią miejsce do przezimowania.
- **Bociany Czarne Online** – Bank wziął udział w aukcji Jednostek Dwutlenku Węgla w ramach realizowanego przez Lasy Państwowe projektu Leśne Gospodarstwa Węglowe. Środki uzyskane z zakupu w 2021 roku zostały przeznaczone na projekt Bociany Czarne Online, prowadzony przez Regionalną Dyрекcję Lasów Państwowych w Łodzi. W ramach akcji założono 18 loggerów GPS/GSM na pisklęta bociana czarnego w lasach RDLP w Łodzi. Loggery służą do obserwacji wędrówki tras Bociana Czarnego i analizują ich trasy lotów. Aż 15 ptaków obserwowano w drodze do Afryki, analizując dane ich lotu oraz przesyłane lokalizacje. Z dotychczasowych obserwacji osobników z lokalizatorami, wynika, że młode bociany z naszych gniazd zimują w rejonie subsaharyjskim w następujących państwach: Czad, Republika Środkowoafrykańska, Sudan, Sudan Południowy, Kenia, Etiopia, Erytrea. Wędrówkę Bocianów Czarnych oraz ich gniazd na bieżąco można obserwować online.

Dodatkowo, poprzez **komunikację w wewnętrznym Intranecie**, Citi Handlowy promuje wśród swoich pracowników i dostawców nawyki wpływające na zmniejszenie zużycia zasobów naturalnych. W 2021 roku w Intranecie zamieszczono m.in. komunikaty dotyczące Dnia, Ziemi, Dnia Środowiska i Dnia Wody.

V. Rozwój talentów i poszanowanie różnorodności

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

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.

1. Różnorodność

Kultura różnorodności i włączenia społecznego w Citi Handlowy

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

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

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

Stosownie do art. 9ce ustawy prawo bankowe w Banku obowiązuje przyjęta przez Komitet Nominacji i Wynagrodzeń Rady Nadzorczej Banku „Polityka różnorodności dotycząca członków zarządu Banku Handlowego w Warszawie S.A.” Jej celem jest określenie strategii Banku w zakresie zarządzania różnorodnością, polegającej na promowaniu zróżnicowania, tak by zapewnić wybór na Członków Zarządu osób zróżnicowanych w zakresie płci, wieku, wykształcenia i doświadczenia zawodowego, by pozyskać różne punkty widzenia i doświadczenia oraz umożliwić wydawanie niezależnych opinii i podejmowania rozsądnych decyzji w ramach pełnionych funkcji oraz wspieranie realizacji strategicznych celów Banku poprzez zapewnienie wysokiej jakości realizacji przez Zarząd pełnionej funkcji. Strategia Różnorodności Banku obejmuje i wykorzystuje do osiągnięcia najlepszych rezultatów różnice, które wynikają z kierunku wykształcenia, doświadczenia, płci oraz wieku. W ramach dokonywanej co najmniej raz w roku okresowej oceny struktury, wielkości, składu i skuteczności działania Zarządu, Komitet Nominacji i Wynagrodzeń Rady Nadzorczej, stosownie do Rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie szczegółowego zakresu zadań komitetu do spraw nominacji w bankach istotnych z dnia 7 maja 2018 roku ocenia i dokumentuje zgodność z Polityką.

Wskaźnik różnorodności płci w Zarządzie i Radzie Nadzorczej Banku

Łączny wskaźnik różnorodności płci w organach zarządczych i nadzorczych Banku systematycznie rośnie i w 2021 roku osiągnął 53%. W Radzie Nadzorczej w 2021 roku wzrósł do 50% w porównaniu do 33% w 2020 roku i 25% w 2019 roku, natomiast wskaźnik różnorodności płci w Zarządzie w 2021 roku wzrósł do 57%.

Wskaźnik różnorodności płci w Zarządzie i Radzie Nadzorczej Citi Handlowy

	2021	2020	2019	2018	2017
Zarząd	57%	43%	43%	50%	29%
Rada Nadzorcza	50%	33%	25%	8%	8%
Łącznie Zarząd i Rada Nadzorcza	53%	37%	32%	22%	16%

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

W 2021 roku

57%

składu Zarządu Citi
Handlowy stanowiły kobiety



**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

W październiku 2021 roku kobieta została powołana do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu Banku. Zatem wskaźnik różnorodności BHW wzrósł do 57% z 43% w roku 2020. Elżbieta Światopełk-Czetwertyńska jest 27 Prezesem Banku i pierwszą kobietą na tym stanowisku w 150-letniej historii Banku. [\[GRI 405-1\]](#)

Zarząd Citi Handlowy według grup wiekowych i płci w 2021 roku [\[GRI 405-1\]](#)

rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2021	31-50 lat	2	1	3
	> 50 lat	2	2	4
Łącznie		4	3	7

Zarząd DM Citi Handlowy według grup wiekowych i płci w 2021 roku [\[GRI 405-1\]](#)

rok	Przedział wiekowy	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
2021	31-50 lat	1	1	2
	> 50 lat	0	2	2
Łącznie		1	3	4

Różnorodność płci w Citi Handlowy w 2021 roku: [\[GRI 102-30\]](#)

- udział kobiet na stanowiskach menedżerskich wynosi ponad 49%;
- udział kobiet w Zarządzie Banku wynosi 57%
- **kobiety i mężczyźni na równorzędnych stanowiskach są wynagradzani zgodnie z kompetencjami, na porównywalnym poziomie – płaca kobiet zatrudnionych w Citi Handlowy jest porównywalna do wynagrodzenia całkowitego* mężczyzn** i według stanu na koniec 2021 roku wynosiła 93% płacy mężczyzn (uwzględniając pracowników aktywnie świadczących pracę, sektory w których pracują oraz poziomy zaszerogowania do pełnego etatu - z wyłączeniem urlopów wychowawczych i bezpłatnych oraz długotrwałych zwolnień lekarskich) [\[GRI 405-2\]](#)
*wynagrodzenie całkowite za 2021 rozumiane jako przychód pracowników zatrudnionych na dzień 31.12.2021 za rok 2021 przeliczony do pełnego etatu z wyłączeniem pracowników na urlopie wychowawczych i bezpłatnych oraz długotrwałych zwolnieniach lekarskich na dzień 31.12.2021)
- **na czele Zarządu Banku stoi kobieta** oraz 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 10,8 lat**, przy czym wśród kobiet ten okres w ciągu ostatnich lat rośnie, a w 2021 roku wynosił ponad 11,7 lat.

Diversity IN Check: Citi w Polsce wśród pracodawców o najbardziej rozwiniętej polityce różnorodności

Citi Handlowy oraz Citibank Europe plc. znalazło się na pierwszej liście pracodawców najbardziej zaawansowanych w zarządzaniu różnorodnością w Polsce, przygotowanej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Obecność na tej liście świadczy o wysokim stopniu dojrzałości w tworzenia inkluzyjnego, otwartego na różnorodność miejsca pracy. Jest to też kolejny rating, który

Women's Network Poland

Inicjatywa Women's Network działa w Citi Handlowy od 2004 roku. Powstała w ramach szerszego programu Citi Diversity, wdrażanego przez Citi na całym świecie. Inicjatywa Women's Network Poland ma na celu zwrócenie uwagi na sytuację kobiet pracujących w Citi Handlowy, zapewnienie im równych szans rozwoju zawodowego i możliwości realizacji ambicji związanych z karierą w Banku.

Misja Women's Network Poland:

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

Women's Network inspirowuje kobiety do inwestowania w siebie poprzez szkolenia, mentoring, spotkania z ludźmi sukcesu oraz spotkania integracyjne. Organizuje szkolenia dla kobiet z umiejętności miękkich (sztuka prowadzenia prezentacji, rola inteligencji emocjonalnej, skuteczność działania itp.). Prowadzi mentoring dla koleżanek potrzebujących przyjaznego doradztwa w rozwoju kariery zawodowej. Wspiera kobiety w nawiązywaniu między sobą nowych, ściślejszych kontaktów, propaguje prokobiecy podejście w ramach organizacji i na zewnątrz, pomaga kobietom odnaleźć równowagę między pracą a życiem prywatnym.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku

W 2021 roku, mimo trwającej pandemii COVID-19, Women's Network Poland działał nieprzerwanie, organizując wydarzenia głównie w formule online, jak np. wirtualny Dzień Kobiet i warsztat „The power of Diversity”, wirtualny Mentoring Walk 2021 wraz z warsztatem „Historia wszystkich kobiet” czy też wspieranie i angażowanie się w prokobiece inicjatywy, takie jak mentoring w ramach Fundacji Przedsiębiorczych Kobiet oraz Fundacji Perspektywy (Women in Tech), czy też kolejna edycja festiwalu Baba Fest w Olsztynie.

Citi Pride Network Poland

Citi Pride Network Poland ma już ponad 4 lata. 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.

W 2021 roku jedną z najważniejszych inicjatyw był cykl szkoleń dla menadżerów Banku na temat tego, jak rozmawiać w pracy o sprawach LGBT+. Network intensywnie angażował się też w projekty wolontariackie. Najważniejszym z nich było wsparcie finansowe fundacji „Po Drugie” wraz z „starter packs” dla młodzieży w kryzysie bezdomności.

Oprócz wymienionych inicjatyw członkowie sieci nieustająco pracują nad budowaniem inkluzywnego środowiska pracy i wspieraniem różnorodności w Citi Handlowy poprzez mentoring, networking i edukację na rzecz włączania osób ze środowisk LGBT+. Część tych aktywności skierowanych jest dla wszystkich pracowników banku. W 2021 roku organizowane były kampanie edukacyjne m.in. przy okazji Międzynarodowego Dnia Przeciwko Homofobii, w ramach Pride Month, obchodzonego co roku w Citi, czy też w ramach „Coming Out Day w październiku. W ciągu roku odbywało się też wiele inicjatyw jednoczących i spajających samych członków networku oraz jego przyjaciół (allies). Wśród tych spotkań były webinary z psychologiem, a także spotkania online na ważne dla networku tematy.

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

Families Matter Network Poland

Inicjatywa Families Matter Network Poland skupia pracowników, którym bliska jest tematyka rodzicielstwa, rodziny, wychowania dzieci, a także wyzwań, przed którymi w obecnym świecie stoją przedstawiciele wszystkich pokoleń. W 2021 roku tematyką przewodnią było wspieranie rodzin – dzieci i rodziców podczas pandemii koronawirusa, ale nie tylko. Bardzo ważne dla osób zrzeszonych wokół networku był aktywny udział w wolontariacie na rzecz dzieci.

W 2021 roku Families Matter Network zachęcił wszystkich pracowników do udziału w Akcji Charytatywnej „Rodzina Rodzinie”. Celem było wsparcie Państwowego Domu Dziecka w Pasymiu, gdzie przebywa aktualnie 41 dzieci. Do Domu Dziecka dotarł nie tylko sprzęt AGD, ale również artykuły pierwszej potrzeby wskazane przez Dom Dziecka, książki, odzież, sprzęt sportowy i gry przekazane przez pracowników lub też zakupione z dobrowolnych składek pracowników. Network zorganizował też na początku roku szkolnego kiermasz „Podziel się z innymi. Nie wyrzucaj, bądź przyjazny środowisku!”, którego celem było udostępnienie, wymiana lub podzielenie się przez pracowników banku przedmiotami codziennego użytku przeznaczonymi do nauki, zabawy, uprawiania sportu, rekreacji dla dzieci i rodzin pracowników. Jednocześnie podczas kiermaszu network prowadził zbiórkę pieniędzy na zakup nowych przyborów szkolnych np. zeszytów, długopisów, farb, bloków rysunkowych itp. dla potrzebujących.

W trakcie pandemii network podejmował też inne inicjatywy wspierające rodziców. Współorganizował warsztaty dla pracowników dotyczące gniewu i sposobów radzenia sobie z nim. We współpracy z partnerami z Banku zorganizował też zniżki dla pracowników na sprzęt komputerowy i akcesoria.

Citi DisAbility Network

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

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

Dlatego w 2021 roku Citi Disability Network współtworzył następujące działania:

- **„Zwróć uwagę”** – kampania informacyjną realizowana we współpracy z Fundacją Vis Maior, w ramach której opracowane zostały praktyczne wskazówki, jak zachować się w kontakcie z osobą niewidomą. Network zobowiązał się również regularnie dzielić – w formie newslettera – ciekawostkami i przydatnymi narzędziami, które na co dzień ułatwiają funkcjonowanie przy różnych formach niepełnosprawności – tej, która dotyczy nas, naszych najbliższych czy klientów. W ten sposób Network buduje nie tylko społeczną wiadomość, lecz także szeroko rozumianą empatię. Zwieńczeniem kampanii był warsztat „Niepełnosprawny w wielkim mieście”, podczas którego przybliżyliśmy codzienność osób z niepełnosprawnością wzroku.
- **„Etyka języka”** - szkolenie dla pracowników Sektora Operacji i Technologii („O&T”), zorganizowane we współpracy z O&T Academy of Excellence, wewnętrzną inicjatywą wymiany wiedzy w Sektorze O&T. Podczas szkolenia udzielane były wskazówki, jak rozmawiać o grupach narażonych na ryzyko dyskryminacji - w tym osób niepełnosprawnych.

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

- **Citi Dzień dla Społeczności** - w ramach którego zakupione zostały artykuły sportowe i elektroniczne dla podopiecznych dwóch warszawskich domów dziecka.
- **Podsumowanie aspektów językowych** - zebrane w praktycznej formie wskazówki zwracające uwagę na dyskryminujące zwroty i krzywdzące określenia.
- **Projekt Activy** - w którym aktywności sportowe pracowników przełożyły się na dofinansowanie dla Stowarzyszenia Tęcza. Stowarzyszenie opiekuje się osobami niedowidzącymi – zarówno dziećmi jak i dorosłymi.

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

Pracownicy niepełnosprawni w Citi Handlowy

	2021	2020	2019	2018
Liczba pracowników niepełnosprawnych w Citi Handlowy	25	23	21	23

2. 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, jako fundamentem, na którym buduje wartości i wizję. Jednym z nich jest uczenie się i podnoszenie kompetencji 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.

2.1. CitiLearning – od szkoleń do kultury ciągłego uczenia się

[GRI 404-2]

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. 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.

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.

Rok 2021 był kolejnym rokiem, w którym wyzwania dla funkcji szkoleniowej były złożone i skomplikowane. Niemal 100% szkoleń zaofertowane pracownikom w 2021 roku odbywały się w formie zdalnej.

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

Forma szkolenia	2021	2020	2019	2018	2017
Szkolenia tradycyjne	1%	0%	3%	5%	5%
Szkolenia e-learningowe	99%	100%	97%	95%	95%

Różnorodność biznesowa i specyficzne potrzeby Banku wyznaczają kierunki i wymagania dotyczące profesjonalnej wiedzy niezbędnej w zachowaniu najwyższej jakości usług, czy to dla partnerów wewnętrznych, czy klientów zewnętrznych. Dlatego Citi Handlowy zachował pakiet szkoleń specjalistycznych obowiązkowych dla specjalistów i ekspertów z danego obszaru w ramach ścieżki profesjonalnego rozwoju (np. Compliance, Ryzyka czy biznesu). 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 oswajanie się z niepewnościami, obawami czy pytaniami. **W 2021 roku w szkoleniu Orientation uczestniczyły 283 osoby. Od 2021 roku wszystkie sesje Orientation dla nowych pracowników odbywały się w wersji online, przy włączonych kamerach, w otwartej i przyjaznej atmosferze.**

Rozwój pracowników w Citi Handlowy przeszedł pewną transformację. To już nie są godziny szkoleniowe, ale ścieżki rozwojowe, indywidualne plany rozwoju, nieskończone zasoby wiedzy, z których każdy pracownik może korzystać: aplikacje, platformy, szkolenia online, artykuły i materiały multimedialne. Wszystkie te zasoby są dostępne dla pracowników

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

w jednym miejscu, na platformie Degreed.

Rodzaj szkolenia	Liczba osoboszkoleń BH 2021	%	Suma godzin szkoleń
Classroom Learning	646	1%	1 870
Degreed	4 807	6%	5 418
External Learning	34	0%	19
On-the-Job	6	0%	6
Virtual Classroom	968	1%	4 030
Web Based Learning	72 752	92%	79 955
Suma	79 213	100%	91 297

*liczba osoboszkoleń to suma ilości szkoleń wykonanych przez wszystkich pracowników

Liczba godzin szkoleń	2021
Ogółem	91 296
Na 1 zatrudnionego	29,7

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

Citi Handlowy wyposaża menedżerów w narzędzia pomocne w promowaniu rozwoju i dyskusji na temat uczenia się w organizacji i jego wpływu na efekty pracy. Programy rozwojowe dla menedżerów są budowane zgodnie z ich ścieżką zaawansowania menedżerskiego – aby wyposażać kadrę kierowniczą w umiejętności niezbędne do bycia dobrym partnerem dla pracowników w danym momencie ich rozwoju.

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

Dodatkową inicjatywą zorganizowaną w pierwszym kwartale 2021 roku dla managerów CitiHandlowy przez zespół HR był specjalny program „Accelerate your team’s performance”. Celem tego programu było pokazanie managerom w jaki sposób motywować pracowników i wzmacniać ich efektywność. „Accelerate your team’s performance” został zaprojektowany na 4 tygodnie, w czasie których odbyło się 9 dedykowanych szerokiej tematyce zarządzania pracą zdalną warsztatów. Warsztaty adresowały tematy:

- Pracy zdalnej
- Agilowego zarządzania wynikami pracy
- Paneli dyskusyjnych
- Pracy z pracownikami osiagającymi niezadowalające rezultaty
- Pokazanie najlepszych praktyk zespołów osiagających najlepsze wyniki pracy

W programie „Accelerate your team’s performance” wzięło udział 1 020 uczestników.

Kolejną inicjatywą uruchomioną przez zespół HR Citi Handlowy w 2021 roku jest program rozwojowy dla managerów nowych w rolach „New Manager’s Must Have”. Celem tego programu jest przeprowadzenie managerów, którzy zaczynają swoją przygodę z zarządzaniem zespołem, przez wszystkie najważniejsze procesy HRowe, w jakich uczestniczą w ciągu roku. W ramach programu nowi managerowie zapoznają się z materiałami przygotowanymi przez HR w formie prezentacji i podcastów na platformie Degreed. Program ruszył w lipcu 2021 roku i jest zaplanowany na 12 miesięcy. Jest nim objętych ponad 30 nowych managerów.

Szkolenia leadershipowe

	2021	2020	2019	2018	2017
Liczba uczestników	54*	993	48	48	26

*liczba uczestników szkoleń w 2021 roku dotyczy liczby menedżerów uczestniczących w szkoleniach leadershipowych, z wyłączeniem programu „Accelerate your team’s performance” oraz „Managers Must Have”

2.3. 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.

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.

2.4. Proces oceny w Citi Handlowy

Rozwój pracowników jest wspierany przez Citi Handlowy poprzez realizację działań takich jak: szkolenia, zaangażowanie w realizację wymagających projektów oraz proces oceny, dzięki któremu pracownicy uzyskują informacje na temat swoich mocnych stron, a także obszarów, które powinni rozwijać.

Szczególną zaletą pozwalającą skutecznie wspierać rozwój pracowników, jest dostępna w każdym momencie roku funkcja „informacji zwrotnej”.

Pracownicy Citi Handlowy mają możliwość otrzymania informacji zwrotnej w każdym momencie roku od każdej osoby, z którą współpracują. W procesie oceny analizowana jest realizacja celów („Co”) oraz sposób, w jaki zostały one zrealizowane („Jak”) – w oparciu o 3 Zasady Przywództwa zdefiniowane dla trzech rodzajów pracowników w organizacji: executive (najwyższej kadry menedżerskiej), menedżerów oraz pracowników zarządzających swoją pracą.

W 2021 roku ocenę pracowniczą otrzymało 96% 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]

2.5. Polityka wynagrodzeń

Budując swoją politykę wynagrodzeń, Citi Handlowy opiera się na najlepszych praktykach rynkowych, uwzględniając w niej wymogi ładu korporacyjnego, trendy rynkowe, a także kondycję i potencjał organizacji. Przy ustalaniu wynagrodzeń pracowników Bank odnosi się do doświadczenia i kompetencji wymaganych na obejmowanym stanowisku, oceny wyników pracy, obecnego poziomu wynagrodzenia, pozycji na tle nowej grupy pracowników i rynku. W oparciu o te informacje ustalany jest nowy poziom wynagrodzenia pracownika. Rynek definiowany jest w oparciu o dane z raportów firmy doradczej dla stanowisk w innych organizacjach, podobnych pod kątem zakresu obowiązków, umiejętności, odpowiedzialności. Poziomy wynagrodzeń są weryfikowane w regularnym procesie, który odbywa się raz w roku, uwzględniając ocenę roczną pracownika, jego umiejętności i zakres zadań w odniesieniu do informacji z badań rynkowych odnoszących się do poziomu wynagrodzeń w branży.

Płaca kobiet zatrudnionych w Citi Handlowy jest porównywalna do wynagrodzenia całkowitego* mężczyzn i według stanu na koniec 2021 roku wynosiła 93% płacy mężczyzn (uwzględniając pracowników aktywnie świadczących pracę, sektory w których pracują oraz poziomy zaszerogowania do pełnego etatu - z wyłączeniem urlopów wychowawczych i bezpłatnych oraz długotrwałych zwolnień lekarskich). [GRI 405-2]

Bank każdego roku analizuje wynagrodzenia w kontekście równości płacowej w ramach rocznego przeglądu wynagrodzeń i nie wyklucza alokowania dodatkowych środków na ten cel w kolejnych latach. W latach ubiegłych, a także dokonując rocznego przeglądu wynagrodzeń w 2022 roku, Bank przeznaczał specjalne środki na zwiększenie równości płac kobiet i mężczyzn w ramach tzw. „pay equity”.

Średnie wynagrodzenie w Citi Handlowy (w zł)

	2021	2020	2019	2018
Wynagrodzenie całkowite*	13 269	10 867	10 410	9 949

* wynagrodzenie całkowite za 2021 rozumiane jako średniomiesięczny przychód pracowników zatrudnionych na dzień 31.12.2021 za rok 2021 przeliczony do pełnego etatu z wyłączeniem pracowników na urloпах wychowawczych i bezpłatnych oraz długotrwałych zwolnieniach lekarskich na dzień 31.12.2021). We wcześniejszych latach wynagrodzenie całkowite obejmowało wynagrodzenie zasadnicze oraz wynagrodzenie zmienne pracowników będących na planie premiowym i niebędących na planie premiowym.

2.6. Nagrody i uznanie

Citi Handlowy jest instytucją, która koncentruje się na wspieraniu innowacyjności pracowników. Dąży do tego, aby wszelkie inicjatywy oraz działania służące innowacji i wspieraniu efektywności były doceniane, a te szczególnie istotne – wyróżniane m.in. poprzez nagrody uznaniowe. Przykładem takiej nagrody jest Instant Recognition, przyznawana indywidualnym pracownikom bądź zespołom za osiągnięcia oraz wkład pracy przekraczające w znacznym stopniu wyznaczone zadania. Szczególne inicjatywy pracowników Citi Handlowy zyskują także uznanie na forum Citi w ramach konkursu Progress Awards.

Bardzo ważnym elementem budowania kultury, w której pracownicy wyrażają sobie uznanie za wykonywaną pracę są inicjatywy realizowane w minionych latach w ramach People Strategy. Zaangażowanie Członków Zarządu w rozpowszechnianą ideę „dziękowania” jest ważnym sygnałem budującym kulturę wsparcia i wdzięczności w Citi Handlowy, już na stałe wpisana w kulturę organizacyjną Banku.

3. Polityka zatrudnienia

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

Rekrutacja

Podkreślając wagę pozyskiwania talentów zewnętrznych Citi Handlowy stawia na spójną politykę rekrutacji, promując równocześnie talenty wewnątrz organizacji.

W 2021 roku, uwzględniając wymogi i zalecenia związane z pandemią, Bank kontynuował realizację procesów rekrutacyjnych z wykorzystaniem dostępnych narzędzi technologicznych. Zapewniło to komfort i poczucie bezpieczeństwa kandydatom w ciągu całego procesu a w konsekwencji umożliwiło i usprawniło zatrudnienie ponad 700 osób w skali roku.

W obszarze rekrutacji, podobnie jak w innych działaniach Banku, implementowane są dobre praktyki grupy Citi, stanowiące istotny element kultury organizacyjnej firmy. Jednym z ważnych jej aspektów jest różnorodność zespołu. Mając to na uwadze, Bank dokłada wszelkich starań, aby rekrutacje na wszystkie role od specjalistycznych wzwyż odbywały się z uwzględnieniem parametru różnorodności. Dobrą praktyką jest, aby w procesie rekrutacyjnym uwzględnić kandydatury minimum 2 kobiet-kandydatek na etapie interview, czyli finalnym etapie procesu. Parametr ten jest także respektowany po stronie składu członków panelu oceniającego, co w praktyce oznacza udział w nim co najmniej 2 kobiet. Promowanie wartości różnorodności już na etapie rekrutacji stanowi mocny fundament w budowaniu organizacyjnej kultury różnorodności w kontekście całej działalności Banku.

Efektom konsekwentnego monitoringu rekrutacji pod względem liczby zaangażowanych w nie kobiet jest odnotowana w statystykach w 2021 roku przewaga zatrudnionych zewnętrznie kobiet w stosunku do mężczyzn. Te dane to także wynik dbałości Banku o efektywne docieranie do talentów. Dzięki temu możliwe jest pozyskiwanie różnorodnej puli kandydatów na otwierane stanowiska.

Rekrutacja w podziale na płeć (w liczbach i %)

Rok	Kobiety (Lp.)	Kobiety (%)	Mężczyźni (Lp.)	Mężczyźni (%)	Razem (Lp.)	Razem (%)
2019	373	58%	267	42%	640	100%
2020	232	49%	246	51%	478	100%
2021	440	59%	305	41%	745	100%

Rok 2021 to kolejny rok przewagi rekrutacji zewnętrznych. Było to możliwe dzięki konsekwentnie realizowanej strategii rekrutacji i wykorzystaniu technik sourcingowych. Podejmowane aktywności przekładają się na skuteczne pozyskiwanie z rynku talentów zarówno na kluczowe stanowiska eksperckie, jak również w obszarze stanowisk entry-level. To bardzo mierny dowód, że Bank niezmiennie utrzymuje pozycję stabilnego, a przez to atrakcyjnego pracodawcy.

Źródła rekrutacji w latach 2018 - 2021 (w %)

	2021	2020	2019	2018
Rekrutacja zewnętrzna	54%	50%	65%	43%
Rekrutacja wewnętrzna	46%	50%	35%	57%

4. Struktura zatrudnienia

Dane prezentowane dla struktury zatrudnienia dotyczą Banku Handlowego oraz osobno Domu Maklerskiego Banku Handlowego. Pracownicy Banku świadczący pracę dla DMBH zatrudnieni są w obu podmiotach.

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

Citi Handlowy

Rok	Kobiety (Lp.)	Kobiety (%)	Mężczyźni (Lp.)	Mężczyźni (%)	Razem (Lp.)
2017	2 249	63%	1 321	37%	3 570
2018	2 139	63%	1 260	37%	3 399
2019	2 013	63%	1 161	37%	3 174
2020	1 942	63%	1 158	37%	3 100
2021	1 806	62%	1 114	38%	2 920

DM Citi Handlowy

Rok	Kobiety (Lp)	Kobiety (%)	Mężczyźni (Lp)	Mężczyźni (%)	Razem (Lp)
2017	46	52%	42	48%	88
2018	49	51%	47	49%	96
2019	46	49%	48	51%	94
2020	44	48%	47	52%	91
2021	45	46%	53	54%	98

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

Na stanowiskach menedżerskich jest zatrudnionych niemal tyle samo kobiet co mężczyzn.

Stanowiska menedżerskie w podziale na płeć (liczba, %) **[GRI 102-8, GRI 405-1]**

Citi Handlowy

Rok	Kobiety (Lp)	Kobiety (%)	Mężczyźni (Lp)	Mężczyźni (%)	Razem (Lp)
2017	258	51%	249	49%	507
2018	251	51%	244	49%	495
2019	230	49%	236	51%	466
2020	223	49%	231	51%	454
2021	225	49%	231	51%	456

DM Citi Handlowy

Rok	Kobiety (Lp)	Kobiety (%)	Mężczyźni (Lp)	Mężczyźni (%)	Razem (Lp)
2017	10	43%	13	57%	23
2018	15	54%	13	46%	28
2019	15	52%	14	48%	29
2020	15	52%	14	48%	29
2021	13	48%	14	52%	27

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

W Citi Handlowy 100% pracowników zatrudnionych jest na umowę o pracę, z czego 91% to pracownicy zatrudnieni na umowę na czas nieokreślony.

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

Citi Handlowy

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp	%	Lp.	%	Lp.	%
2017	Umowa czasowa	154	52%	144	48%	298	8%
	Umowa na czas nieokreślony	2 078	64%	1 165	36%	3 243	91%
	Umowa na zastępstwo	17	59%	12	41%	29	1%
Suma		2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	Umowa czasowa	115	53%	104	47%	219	6%
	Umowa na czas nieokreślony	1 996	64%	1 144	36%	3 140	92%
	Umowa na zastępstwo	28	70%	12	30%	40	1%
Suma		2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2019	Umowa czasowa	94	53%	82	47%	176	6%
	Umowa na czas nieokreślony	1 905	64%	1 071	36%	2 976	94%
	Umowa na zastępstwo	14	64%	8	36%	22	1%
Suma		2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	Umowa czasowa	86	46%	101	54%	187	6%
	Umowa na czas nieokreślony	1 839	64%	1 047	36%	2 886	93%
	Umowa na zastępstwo	17	63%	10	37%	27	1%
Suma		1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%
2021	Umowa czasowa	131	56%	105	44%	236	8%
	Umowa na czas nieokreślony	1 662	62%	1 001	38%	2 663	91%
	Umowa na zastępstwo	13	62%	8	38%	21	1%
Suma		1 806	63%	1 114	37%	2 920	100%

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

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

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

DM Citi Handlowy

Rok	Rodzaj umowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp	%	Lp	%	Lp	%
2017	Umowa czasowa	4	57%	3	43%	7	8%
	Umowa na czas nieokreślony	42	53%	38	48%	80	91%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
Suma		46	52%	42	48%	88	100%
2018	Umowa czasowa	5	56%	4	44%	9	9%
	Umowa na czas nieokreślony	44	51%	42	49%	86	90%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
Suma		49	51%	47	49%	96	100%
2019	Umowa czasowa	2	40%	3	60%	5	5%
	Umowa na czas nieokreślony	44	50%	44	50%	88	94%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
Suma		46	49%	48	51%	94	100%
2020	Umowa czasowa	3	75%	1	25%	4	4%
	Umowa na czas nieokreślony	41	48%	45	52%	86	95%
	Umowa na zastępstwo	0	0%	1	100%	1	1%
Suma		44	48%	47	52%	91	100%
2021	Umowa czasowa	6	60%	4	40%	10	10%
	Umowa na czas nieokreślony	39	44%	49	56%	88	90%
Suma		45	46%	53	54%	98	100%

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

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

Średni staż pracy w Citi Handlowy na przestrzeni ostatnich lat prezentuje tendencję wzrostową, przy czym wśród kobiet pracujących w Banku średni staż pracy wynosi już powyżej 11 lat. Ten trend jest efektem skutecznych działań Citi Handlowy w zakresie tworzenia środowiska pracy bezpiecznego dla pracowników i zwiększającego ich zaangażowanie.

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

Citi Handlowy

Rok	Kobiety	Mężczyźni	Razem
2017	9,7	7,6	8,9
2018	10,0	8,0	9,3
2019	10,7	8,8	10,0
2020	11,4	9,2	10,6
2021	11,6	10,0	10,8

DM Citi Handlowy

Rok	Kobiety	Mężczyźni	Razem
2017	8,6	7,8	8,2
2018	8,8	7,5	8,2
2019	10,0	8,1	9,0
2020	9,2	8,8	9,0
2021	9,1	7,8	8,4

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

Wymiar czasu pracy

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

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

Wymiar czasu pracy w podziale na płeć (w liczbach i %): [GRI 102-8]

Citi Handlowy

Rok	Wymiar etatu	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
2017	cały etat	2 142	62%	1 293	38%	3 435	96%
	część etatu	107	79%	28	21%	135	4%
Suma		2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	cały etat	2 025	62%	1 225	38%	3 250	96%
	część etatu	114	77%	35	23%	149	4%
Suma		2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2019	cały etat	1 911	63%	1 135	37%	3 046	96%
	część etatu	102	80%	26	20%	128	4%
Suma		2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	cały etat	1 854	62%	1 127	38%	2 981	96%
	część etatu	88	74%	31	26%	119	4%
Suma		1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%
2021	cały etat	1 722	62%	1 075	38%	2 797	96%
	część etatu	84	68%	39	32%	123	4%
Suma		1 806	62%	1 114	38%	2 920	100%

DM Citi Handlowy

Rok	Wymiar etatu	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
2017	cały etat	18	41%	26	59%	44	50%
	część etatu	28	64%	16	36%	44	50%
Suma		46	52%	42	48%	88	100%
2018	cały etat	20	43%	26	57%	46	48%
	część etatu	29	58%	21	42%	50	52%
Suma		49	51%	47	49%	96	100%
2019	cały etat	19	42%	26	58%	45	48%
	część etatu	27	55%	22	45%	49	52%
Suma		46	49%	48	51%	94	100%
2020	cały etat	16	38%	26	62%	42	46%
	część etatu	28	57%	21	43%	49	54%
Suma		44	48%	47	52%	91	100%
2021	Cały etat	16	36%	18	64%	44	45%
	Część etatu	29	54%	25	46%	54	55%
Suma		45	46%	53	54%	98	100%

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

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.

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

Citi Handlowy

Rok	Rodzaj	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
2017	elastyczne	349	62%	215	38%	564	16%
	standardowe	1 900	63%	1 106	37%	3 006	84%
Suma		2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	elastyczne	379	62%	234	38%	613	18%
	standardowe	1 760	63%	1 026	37%	2 786	82%
Suma		2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2019	elastyczne	454	65%	248	35%	702	22%
	standardowe	1 559	63%	913	37%	2 472	78%
Suma		2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	elastyczne	534	67%	267	33%	801	26%
	standardowe	1 408	61%	891	39%	2 299	74%
Suma		1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%
2021	elastyczne	503	66%	255	34%	758	26%
	standardowe	1 303	60%	859	40%	2 162	74%
Suma		1 806	62%	1 114	38%	2 920	100%

DM Citi Handlowy

Rok	Rodzaj	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
2017	elastyczne	0	0%	2	100%	2	2%
	standardowe	46	53%	40	47%	86	98%
Suma		46	52%	42	48%	88	100%
2018	elastyczne	0	0%	4	100%	4	4%
	standardowe	49	53%	43	47%	92	96%
Suma		49	51%	47	49%	96	100%
2019	elastyczne	0	0%	4	100%	4	4%
	standardowe	46	51%	44	49%	90	96%
Suma		46	49%	48	51%	94	100%
2020	elastyczne	0	0%	3	100%	3	3%
	standardowe	44	50%	44	50%	88	97%
Suma		44	48%	47	52%	91	100%
2021	elastyczne	0	0%	3	100%	3	3%
	standardowe	45	47%	50	53%	95	97%
Suma		45	46%	53	54%	98	100%

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

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

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

Czas pandemii pokazał jak ważne jest odpowiednie dbanie o bezpieczeństwo swoich pracowników i ich rodzin. Citi Handlowy również w 2021 roku umożliwił pracę zdalną większości swoich pracowników. W biurach i oddziałach pracowali z zachowaniem najwyższych zasad bezpieczeństwa jedynie pracownicy, u których wymagał tego charakter ich pracy. W roku 2021 roku, podobnie jak rok wcześniej, zdalnie pracowało ok 70% pracowników Banku.

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

Nieobecność związana z macierzyństwem [GRI 401-3]

Rok	Płeć	Osoby przebywające na nieobecności związanej z macierzyństwem* w badanym okresie	Powroty z nieobecności związanej z macierzyństwem w badanym okresie (w liczbach)	Powroty z nieobecności związanej z macierzyństwem w badanym okresie (w %)
2018	Kobiety	399	260	65%
	Mężczyźni	107	104	97%
	Suma	506	364	72%
2019	Kobiety	357	228	64%
	Mężczyźni	98	96	98%
	Suma	455	324	71%
2020	Kobiety	316	197	62%
	Mężczyźni	85	83	98%
	Suma	401	280	70%
2021	Kobiety	288	168	58%
	Mężczyźni	65	60	92%
	Suma	353	228	65%

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

Decyzją Zarządu Banku od stycznia 2021 roku pracownicy mogą korzystać z dodatkowych 2 tygodni płatnego urlopu ojcowskiego. Pracownicy Citi Handlowy mają możliwość skorzystania z czterech tygodni urlopu ojcowskiego z zastrzeżeniem obowiązujących w Polsce przepisów i wymogów prawnych. Bank wierzy, że ten dodatkowy urlop ojcowski przynosi większe korzyści w porównaniu z obecnymi standardami na rynku pracy i pozwala pracownikom Citi Handlowy znaleźć czas na przystosowanie się do swojej roli i budowania więzi z nowym członkiem rodziny. Urlop ojcowski przysługuje od stycznia 2021 roku wszystkim ojcom biologicznym i adopcyjnym, uprawnionym do jego wykorzystania. W 2021 roku z dodatkowego urlopu ojcowskiego skorzystało w Banku 16 ojców.

Kategorie wiekowe pracowników w podziale na płeć

[GRI 102-8, GRI 405-1]

Większość pracowników Citi Handlowy to osoby w wieku 31-50 lat.

Warto także zwrócić uwagę, że w Banku rośnie liczba pracowników powyżej 50. roku życia, co potwierdza, że Citi Handlowy jest organizacją, dla której różnorodność jest jedną z najważniejszych wartości, a doświadczenie i kompetencje zdobywane przez wiele lat kariery zawodowej wspierają wypracowywanie najlepszych rozwiązań dla klientów Banku.

Kategorie wiekowe pracowników w podziale na płeć (w liczbach i %)

Citi Handlowy

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
2017	<= 30 lat	462	58%	338	42%	800	22%
	31-50 lat	1 618	64%	915	36%	2 533	71%
	> 50 lat	169	71%	68	29%	237	7%
Suma		2 249	63%	1 321	37%	3 570	100%
2018	<= 30 lat	383	57%	288	43%	671	20%
	31-50 lat	1 585	64%	902	36%	2487	73%
	> 50 lat	171	71%	70	29%	241	7%
Suma		2 139	63%	1 260	37%	3 399	100%
2019	<= 30 lat	298	58%	214	42%	512	16%
	31-50 lat	1 546	64%	871	36%	2417	76%
	> 50 lat	169	69%	76	31%	245	8%
Suma		2 013	63%	1 161	37%	3 174	100%
2020	<= 30 lat	243	56%	188	44%	431	14%
	31-50 lat	1 522	63%	884	37%	2 406	78%
	> 50 lat	177	67%	86	33%	263	8%
Suma		1 942	63%	1 158	37%	3 100	100%
2021	<= 30 lat	225	54%	188	46%	413	14%
	31-50 lat	1 388	63%	822	37%	2 210	76%
	> 50 lat	193	65%	104	35%	297	10%
Suma		1 806	63%	1 114	37%	2 920	100%

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

DM Citi Handlowy

Rok	Przedział wiekowy	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		Lp	%	Lp	%	Lp	%
2017	<= 30 lat	5	63%	3	38%	8	9%
	31-50 lat	30	46%	35	54%	65	74%
	> 50 lat	11	73%	4	27%	15	17%
Suma		46	52%	42	48%	88	100%
2018	<= 30 lat	1	17%	5	83%	6	6%
	31-50 lat	36	51%	35	49%	71	74%
	> 50 lat	12	63%	7	37%	19	20%
Suma		49	51%	47	49%	96	100%
2019	<= 30 lat	0	0%	3	100%	3	3%
	31-50 lat	34	49%	36	51%	70	74%
	> 50 lat	12	57%	9	43%	21	22%
Suma		46	49%	48	51%	94	100%
2020	<= 30 lat	2	40%	3	60%	5	5%
	31-50 lat	32	48%	34	52%	66	73%
	> 50 lat	10	50%	10	50%	20	22%
Suma		44	48%	47	52%	91	100%
2021	<= 30 lat	2	40%	3	60%	5	5%
	31-50 lat	33	45%	41	55%	74	76%
	> 50 lat	10	53%	9	47%	19	19%
Suma		45	46%	53	54%	98	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 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. Bank wspiera rozwój pracowników w ramach grupy Citi, dlatego analizie podlega także ilość transferów z Citi Handlowy do grupy Citi. Praca w grupie Citi jest dla wielu pracowników Banku doskonałą możliwością rozwoju w ramach ścieżki managerskiej, dlatego Bank obserwuje z roku na rok stały wzrost poziomu transferów z Banku do Citi. [**GRI 102-15, GRI 102-11**]

Trend rotacji pracowników na przestrzeni 2017-2021 (w %)

Rok	Ogólny poziom rotacji	Rotacja z inicjatywy pracownika	Rotacja wśród pracowników osiągających ponadprzeciętne wyniki pracy	Transfery z Citi Handlowy do Citi
2017	18,3%	10,4%	4,7%	3,7%
2018	17,4%	10,7%	6,8%	7,5%
2019	16,4%	9,8%	5,9%	11,0%
2020	12,1%	6,7%	3,9%	11,1%
2021	14,4%	9,2%	6,9%	13,1%

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

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

Raz do roku przeprowadzana jest również anonimowa ankieta pracownicza badająca poziom zadowolenia pracowników – Voice of Employee (VOE). Wyniki ankiety VOE są szczegółowo analizowane i omawiane na poziomie wyższej kadry zarządzającej i kadry menedżerskiej. W oparciu o analizę wyników ankiety VOE opracowywane są działania, których celem jest tworzenie środowiska pracy sprzyjającego budowaniu zaangażowania i satysfakcji pracowników.

Wyniki satysfakcji pracowników w poszczególnych kategoriach w 2021 roku osiągnęły poziom niższy niż rok wcześniej. Szczególną uwagę zwraca spadek w kategorii „zaangażowania pracowników”. Dlatego w IV kwartale 2021 roku kadra zarządzająca Banku zaplanowała szereg działań, których celem ma być zaadresowanie w 2022 roku obszarów, wpływających na stworzenie w Banku środowiska, w którym pracownicy będą mogli mieć wyższe poczucie satysfakcji i zaangażowania. W prace nad działaniami „post VOE” był zaangażowany People Board, jako reprezentanci pracowników i będący ich głosem w spotkaniach z Zarządem i wyższą kadrami menedżerską. W 2021 roku Bank zbadał po raz pierwszy w badaniu VOE trzy nowe Zasady Przywództwa, które są podstawą kultury organizacyjnej realizowanej od 2021 roku. Zmiana kulturowa jest oparta o trzy główne zasady: „wspólną odpowiedzialność”, „pracę z dumą” i „wspólne osiągnięcie sukcesu”.

Wyniki badania VOE w latach 2018-2021 (w %)

	2018	2019	2020	2021
Partycypacja	81%	87%	91%	89%
Poziom zaangażowania pracowników	69%	69%	77%	71%
Efektywność menedżerska	83%	84%	88%	88%
Kultura etyczna	90%	90%	92%	92%
Różnorodność	83%	83%	88%	87%
Bierzemy na siebie odpowiedzialność	-	-	-	89%
Pracujemy z dumą	-	-	-	90%
Wspólnie osiągamy sukces	-	-	-	89%

Wsparcie pracowników w czasie COVID-19

2021 rok był kolejnym rokiem pandemii COVID-19, kiedy to Citi Handlowy podjął wobec swoich pracowników szereg działań zapewniających im wsparcie w wielu formach, przede wszystkim:

- we współpracy z dostawcą usług medycznych, zorganizowano akcję szczepień przeciw COVID-19 dla chętnych pracowników i członków ich najbliższej rodziny. Na szczepienia zorganizowane przez pracodawcę zapisało się ponad 500 pracowników i członków ich rodzin
- pracownicy mogli także skorzystać z kilkugodzinnej przerwy w pracy umożliwiającej im zaszczepienie się w ciągu dnia w dowolnej placówce medycznej. Czas na wykonanie szczepienia był wliczany do czasu pracy i skorzystało z niego 574 pracowników
- w każdej jednostce powołano funkcję Koordynatora COVID-19, który wspiera menedżerów i pracowników w sytuacji podejrzenia lub zakażenia COVID-19
- utrzymano możliwość korzystania z teleporad medycznych u psychologa i psychiatry w ramach pakietu medycznego
- utrzymano funkcjonowanie Programu wsparcia pracowników w trudnych sytuacjach życiowych – Employee Assistance Program
- w zakresie działalności socjalnej finansowanej z ZFSS: zwiększono plan wydatków na cele bezzwrotnej pomocy materialnej; uzgodniono znaczne zwiększenie kwot corocznego świadczenia socjalnego wypłacanego w listopadzie

Ryzyka w obszarze pracowniczym [GRI 102-15, GRI 102-11]

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

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

5. Troska o pracowników

People Strategy [GRI 102-30]

Rok 2021 był trzecim, ostatnim rokiem realizacji People Strategy. Wszystkie grupy działające w ramach People Strategy kontynuowały swoją pracę nad projektami rozpoczętymi w latach poprzednich. Wielkim sukcesem People Strategy było silne zakorzenienie się idei promowanych przez poszczególne grupy robocze w krwioobieg organizacji. Celem działań People Strategy przez cały okres jej aktywności było wzmocnienie kultury organizacyjnej, w której centrum są pracownicy. Realizowane działania pozwoliły wzmocnić zaangażowania pracowników, zadbać o komfort ich pracy, rozwój i komunikację.

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

W 2021 roku, szczególnie ze względu na wyzwania, jakie przyniosła pandemia COVID-19, działające w ramach People Strategy zespoły skupiły się przede wszystkim na:

People Board – grupa 9 reprezentantów pracowników wybranych w wewnętrznych wyborach przez samych pracowników. W 2021 roku pracownicy wybrali swoich reprezentantów do drugiego People Board, które rozpoczęło swoją pracę wiosną 2021 roku. Ich głównym zadaniem jest kontynuowanie komunikacji z pracownikami poprzez regularne zbieranie od nich feedbacku i przekazywanie go Zarządowi. Komunikacja People Board w 2021 roku skupiała się również na komunikowaniu przekazu od Zarządu Banku.

Work-Life Balance – organizacja czasu i przestrzeni, wybieranie priorytetów, zaangażowanie w pracę przy jednoczesnym dbaniu o siebie i swoich bliskich - takie wyzwania towarzyszą każdemu z nas, a znalezienie sposobu na połączenie tych wszystkich elementów może być bardzo trudne. Dlatego grupa Work-Life Balance skupia się na wspieraniu pracowników w dążeniu do harmonijnego i satysfakcjonującego życia tak w pracy, jak i poza nią. Jej celem jest pokazanie, że zależy nam nie tylko na tym, by pracownicy wykonywali swoje zadania ale też na tym, by czuli się dobrze, by wiedzieli, że ich samopoczucie jest ważne i że każdy jest ważnym członkiem zespołu. W 2021 roku, grupa kontynuowała swoje działania komunikacyjne skupione na wspieraniu dobrostanu pracowników w wielu różnorodnych aspektach życia zawodowego i osobistego.

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

Beyond the Borders – celem tej grupy było 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 pozwalają pracownikom Citi Handlowy na poznanie innych kultur, doskonalenie znajomości języka angielskiego, a projekty, nad którymi pracowali w międzynarodowym składzie, poprzez uwzględnianie różnorodnych perspektyw, pozwoliły wypracowywać najbardziej efektywne rozwiązania. W 2021 roku kontynuowano zapewnienie wszystkim pracownikom Citi Handlowy możliwości nauki języka angielskiego poprzez interaktywną platformę e-learning. Swoją działalność kontynuował klub Toastmasters International, dzięki któremu pracownicy mogli doskonalić umiejętności wystąpień publicznych w języku angielskim.

Being the Best for the Client Academy – celem tej grupy było wspieranie w Citi Handlowy budowania kultury skoncentrowanej na potrzebach jego klientów. Działania realizowane w 2021 roku przez grupę były skupione na wzmocnieniu kultury Be the Best we wszystkich obszarach Banku, a szczególnie w funkcjach wsparcia, takich jak Monitoring Zgodności, Pion Prawny, Finanse, HR, Ryzyko, Audyt czy Marketing. Managerowie tych funkcji szczególnie kontynuowali dialog z pracownikami, wzmocniający świadomość tego jak ich praca przekłada się na cele biznesowe i wpływa na klientów Banku. W 2021 roku przedstawiciele biznesu byli stałymi gośćmi na wewnętrznych spotkaniach, dzieląc się z pracownikami funkcji wsparcia informacjami na temat aktualnej sytuacji i planów biznesowych. Tworzenie kontekstu biznesowego okazało

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku

się bardzo ważne w okresie pandemii COVID-19, kiedy pracownicy obszarów kontynuowali swoje aktywne zaangażowanie w wypracowywanie i wdrażanie narzędzi i programów pomocowych dla klientów Banku. W 2021 roku grupa „Be the Best” wdrożyła w Banku regularne spotkania biznesowe angażujące ponad 60 managerów z biznesu, funkcji wsparcia i funkcji operacyjnych, na których w otwartej atmosferze są omawiane wyniki finansowe, najważniejsze projekty biznesowe i działania jakie w drugiej linii zapewniają realizację celów biznesowych. Spotkania w tym gronie służą wymianie informacji, bardziej sprawnej komunikacji pomiędzy zespołami, ale przede wszystkim celebrowaniu sukcesów jakie odnosi Bank przy wsparciu i zaangażowaniu wszystkich swoich pracowników.

Global Gratitude – celem grupy było zachęcić wszystkich pracowników do dzielenia się pozytywną informacją zwrotną i okazywania wdzięczności w pracy. Inicjatywy realizowane przez Global Gratitude zachęcały do wspólnego celebrowania codziennych sukcesów, zarówno tych mniejszych jak i większych. 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. Dwa lata pandemii, które przyniosły szereg wyzwań, atencja na docenianie nawet drobnych sukcesów i wsparcia okazała się być tym bardziej istotna. W związku z tym Bank nie tylko zachęcał pracowników przez różne inicjatywy do dostrzegania elementów, za które pomimo okoliczności możemy być wdzięczni, ale także w sposób materialny starał się docenić pracowników w tym wymagającym okresie.

Benefity [GRI 401-2]

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

Pracownicy Citi Handlowy mogą korzystać z prywatnej opieki medycznej, której koszty w całości finansuje pracodawca. Dodatkowo mają możliwość wykupienia pakietów dla członków swojej najbliższej rodziny (partnera, dzieci, rodziców i teściów), po cenie znacznie niższej niż stawki dla klientów indywidualnych. Pakiet pracownika, partnera oraz dzieci oprócz wizyt lekarskich i badań, obejmuje również m.in. pomoc doraźną, wizyty domowe i limitowaną rehabilitację. Za dodatkową odpłatnością pracownik może rozszerzyć swój pakiet o stomatologię lub nielimitowaną rehabilitację. Wizyty lekarskie i badania są objęte gwarancją dostępności terminów. W ramach swobody leczenia pracownicy mogą uzyskać zwrot kosztów leczenia u dowolnego dostawcy usług medycznych w ramach określonego limitu. Ważnym elementem profilaktyki prozdrowotnej jest aktywność ruchowa, dlatego każdy pracownik Citi Handlowy ma możliwość wykupienia karty sportowej dla siebie i osoby towarzyszącej.

W 2021 roku, w związku z utrzymującym się zagrożeniem spowodowanym przez pandemię COVID-19, utrzymana została możliwość korzystania z treningów online umożliwiających wykonywanie ćwiczeń fizycznych w domu. Pracownicy doświadczający problemów w życiu prywatnym i zawodowym oraz potrzebujący wsparcia w trudnej sytuacji życiowej mogą skorzystać z bezpłatnej pomocy psychologicznej, prawnej i finansowej w ramach Employee Assistance Program (EAP). Z EAP mogą skorzystać również najbliżsi członkowie rodzin pracowników Citi Handlowy. Pomoc jest udzielana poprzez infolinię i chaty video.

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

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

Dodatkowo pracownicy Citi Handlowy otrzymują co kwartał zasilenia na platformie kafeteryjnej, na której mogą zgromadzone punkty wymieniać na bony i vouchery, zarówno w formie papierowej, jak i 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 zalogowała się do platformy kafeteryjnej w IV kwartale 2021 roku, wyniosła 2 789.

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.

Działalność socjalna [GRI 401-2]

Citi Handlowy wypełnia przewidziany prawem wymóg prowadzenia Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych (ZFSS). Podstawowy odpis na ZFSS w Citi Handlowy jest wyższy niż ustawowo wymagany.

Citi Handlowy, który z DM Citi Handlowy prowadzi wspólną działalność socjalną, dokonuje corocznie odpisu na ZFSS 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 2021 roku:

Ustawowy	W Grupie Citi Handlowy
5 978 360,65 zł – 37% przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w drugim półroczu 2020 roku	8 969 469,16 zł – 50% przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w drugim półroczu 2020 roku

Citi Handlowy realizuje działalność socjalną niemal we wszystkich formach przewidzianych w ustawie, tj. poprzez dofinansowania do różnych form wypoczynku, działalności kulturalno-oświatowej, sportowo-rekreacyjnej, opieki nad dziećmi w żłobkach, w przedszkolach, udzielanie finansowej bezzwrotnej pomocy materialnej, a także zwrotnej pomocy na cele mieszkaniowe na warunkach określonych umową pożyczki. Bank dofinansowuje też indywidualne i grupowe aktywności rekreacyjno-sportowe.

W okresie pandemii COVID-19 w zakresie działalności socjalnej finansowanej z ZFSS zwiększono plan wydatków na cele bezzwrotnej pomocy materialnej dla osób uprawnionych. Zwiększono również o 65% kwoty corocznego świadczenia socjalnego wypłacanego w listopadzie, gdzie najniższe świadczenie wynosiło 825 PLN, a najwyższe 4 785 PLN. Ze świadczenia skorzystało 2786 pracowników.

Działalność socjalna na rzecz emerytów

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

	2017	2018	2019	2020	2021
Liczba emerytów, rencistów i osób przebywających na świadczeniu przedemerytalnym, które skorzystały z ZFŚS	864	947	827	1 045	886

Rodzaj świadczenia	Refundacje	Dzień Seniora	Zapomogi	Pożyczki
Liczba emerytów rencistów i osób przebywających na świadczeniu przedemerytalnym, które skorzystały z ZFŚS w 2021 roku	191	777	96	13

Odprawy emerytalne

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

- Jednorazowa odprawa pieniężna przysługująca nie tylko pracownikom w razie rozwiązania stosunku pracy w związku z nabyciem przez nich prawa do emerytury lub renty z tytułu niezdolności do pracy, ale także byłym pracownikom Citi Handlowy, z którymi pracodawca rozwiązał stosunek pracy z przyczyn nie dotyczących pracowników i którzy do chwili uzyskania prawa do emerytury/renty nie podjęli pracy zawodowej. Prawo do ubiegania się o odprawę emerytalną w tym przypadku wygasa dopiero po upływie 6 lat od rozwiązania stosunku pracy z przyczyn nie dotyczących pracownika
- Citi Handlowy wyróżniają kwoty odpraw:
 - do 5 lat pracy – 100% 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 niedotyczących pracowników. Zasadę tę odzwierciedlono w obowiązującym w Citi Handlowy Zakładowym Układzie Zbiorowym Pracy (ZUZP).

Dodatkowy dzień na poszukiwanie pracy

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

Możliwość zrzeszenia 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. W 2021 roku do związków zawodowych należało 40% pracowników 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.

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

	2021	2020	2019	2018	2017
Wypadki przy pracy	5	3	7	10	18
Wypadki śmiertelne	0	0	0	0	0
Wskaźnik częstości*	1,66	0,97	2,21	2,94	5,04
Wskaźnik ciężkości**	20,40	9,33	18,86	12,50	24,11

[GRI 403-9]

* liczba wypadków ogółem x 1000 / liczba zatrudnionych.

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

Szkolenia w dziedzinie BHP [GRI 403-5]

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 osób kierujących pracownikami, w związku z zawieszeniem obowiązku odbywania tych szkoleń na okres obowiązywania stanu pandemii, nie było prowadzone.

Citi Alumni Network

W 2019 roku Citi Handlowy dołączył do sieci Citi Alumni Network (działającej pod adresem www.citalumninetwork.com), będąc oficjalnie częścią globalnej platformy, stanowiącej łącznik pomiędzy podmiotami należącymi do Grupy Citi a byłymi pracownikami – alumnami Citi. Razem z nimi Citi tworzy jedną z największych sieci społecznych o globalnym zasięgu. Obecnie społeczność Citi Alumni Network liczy ponad 25 000 zarejestrowanych członków. Byli pracownicy Citi Handlowy są częścią tej światowej społeczności, działając jako ambasadorzy marki Citi i wzmacniając jej siłę oddziaływania.

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

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.citalumninetwork.com.

VI. Rozwój społeczności

1. Zaangażowanie społeczne

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.

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. Fundacja powstała w 1996 roku w 125. rocznicę założenia Banku Handlowego w Warszawie S.A.. Od tego czasu należy do największych i najaktywniejszych organizacji pozarządowych w kraju. Czerpiąc inspirację ze spuścizny Leopolda Kronenberga, skupia swoje działania na polu edukacji ekonomicznej, dziedzictwa kulturowego oraz rozwoju lokalnego. Odkąd istnieje przeznaczyła na działalność statutową w tych obszarach łącznie ponad 100 mln zł, docierając do ponad 10 mln Polaków. Fundacja wspiera przy tym aktywnie polskie organizacje pozarządowe. Cała historia programu dotacji Fundacji dla organizacji i instytucji publicznych to łącznie ponad 26 mln zł, ponad 1300 projektów w 200 miejscowościach Polski. Obecnie, wraz z amerykańską Citi Foundation, wspiera kwotą blisko 1 mln zł rozwój programów realizowanych m.in. przez Fundację Perspektywy, Fundację Przedsiębiorczych Kobiet, Fundację ASHOKA Polska i Fundację THINK!

W 2021 roku Fundacja działała zgodnie z przyjętymi założeniami pracy w realiach pandemii COVID-19. Jednocześnie w realizacji swoich celów wykazywała się dużą elastycznością, by jeszcze lepiej wpisywać się w dynamicznie zmieniające się potrzeby społeczne – zwłaszcza te, które są konsekwencją utrzymującej się pandemii, ale także by sprostać wyzwaniu zarządzania codziennymi zadaniami w modelu pracy hybrydowej, przerywanej kwarantannami.

Większość działań Fundacji odbywała się w formacie online. W ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności Fundacja koordynowała i sfinansowała realizację 79 projektów, spośród których większość była projektami online a te, które zakładały bezpośrednie spotkania, dopuszczały możliwość udziału maksymalnie 30 wolontariuszy (o ile prace odbywały się na powietrzu).

W sytuacji przedłużającego się zagrożenia epidemicznego Fundacja pozostała silnym partnerem dla zidentyfikowanych grup docelowych:

- dla przedsiębiorców, ze szczególnym uwzględnieniem tych, którzy przez ostatnie lata uczestniczyli w programach akceleryacyjnych Fundacji oraz programach współfinansowanych przez Fundację
- dla partnerów społecznych w programie wolontariackim oraz przez program mikrograntów
- dla nauczycieli i uczniów, którzy stanęli przed wyzwaniem „zdalnej edukacji”
- dla Polskiego Centrum Pomocy Międzynarodowej i zespołu ratowników, z którymi nawiązano współpracę w 2020 roku

Biorąc pod uwagę trendy i kierunki społeczne i rynkowe, Fundacja wyłoniła spośród nich pięć najistotniejszych i w oparciu o nie zostały zmodyfikowane programy długofalowe Fundacji i zostały stworzone nowe projekty. Te trendy to: różnorodność, rosnąca rola kobiet: wsparcie dla generacji Z, wspieranie zrównoważonego rozwoju, działania związane z przeciwdziałaniem samotności w czasach COVID-19 (ludzie starsi, młodzież z placówek opiekuńczo – wychowawczych).

W myśl powyższych założeń Fundacja konsekwentnie realizowała założone cele oraz powołała nowe inicjatywy, wśród nich warto wymienić:

- **CyberMocn@Szkola:** nowy program społeczny, którego celem jest wsparcie nauczycieli i uczniów w efektywnej oraz bezpiecznej edukacji zdalnej. Takiej, która sprawdzi się także w warunkach po pandemii
- **Poradnik wychow@wcy:** podręcznik, stworzony wspólnie z Fundacją Stocznia, mówiący o tym, jak wykorzystywać technologie cyfrowe w pracy wychowawczej z uczniami
- **Konferencja dla przedsiębiorców**, której celem była prezentacja młodych przedsiębiorców, którzy z sukcesem zmodyfikowali swoje działania, by wpisać się w dynamikę pandemicznego rynku
- **Against Social Loneliness:** wspólnie z Polskim Centrum Pomocy Międzynarodowej Fundacja przeprowadziła szereg szkoleń z zakresu udzielania pierwszej pomocy oraz warsztatów/spotkań z inspirującymi historiami ludzi biznesu czy sportu. Adresatami tych działań były dzieci i młodzież z ośrodków opiekuńczych
- **Nowe trendy** - wspólnie z partnerami społecznymi Fundacja opublikowała kilka raportów badawczych, by zwrócić uwagę opinii publicznej na takie trendy jak: rosnąca rola kobiet, kwestia różnorodności w kontekście rozwoju ekonomicznego, konieczność wsparcia generacji Z w odnalezieniu się na nowym rynku pracy. Dlatego w 2021 roku powstały takie raporty jak: przedsiębiorczość młodych, przywództwo kobiet, wyzwania młodzieży na rynku pracy czy też kompetencje cyfrowe Polaków

- **Projekt wsparcia niedożywionych osób starszych**, realizowany wspólnie z Bankami Żywności oraz wolontariuszami Citi w Polsce w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności
- **Wolontariat sportowy** – mający na celu wykorzystanie aktywności sportowej wolontariuszy Citi dla połączenia jej ze zbiórką pieniędzy na cel charytatywny, co pozwoliło jednocześnie w sposób tzw. zdalny zaangażować dużą liczbę uczestników w prowadzone działania
- **Działania z okazji 150-lecia Banku** – koordynacja procesu uzyskania odznaczeń Związku Banków Polskich oraz Narodowego Banku Polskiego dla 90 pracowników Banku z okazji jubileuszu fundatora, organizacja uroczystej gali dla przyznania odznaczeń i promocji historii Banku; wydanie jubileuszowego albumu oraz partnerstwo przy konferencji Europejskie Forum Nowych Idei, by opowiedzieć o tym, co ważne dla przyszłości z perspektywy 150-letniej historii Banku

Wszystkie te działania realizowane były przy silnym wsparciu komunikacyjnym. Fundacja ze swoimi działaniami docierała do mediów tradycyjnych oraz zaistniała ze swoimi projektami w mediach społecznościowych. Dla przykładu – informacja dotycząca Postaw Polaków wobec Finansów dotarła do prawie 1 mln czytelników, ta z wynikami badań dotyczącymi przedsiębiorczości młodych - do ponad 1,5 mln odbiorców. Ponad 3,5 mln użytkowników mediów społecznościowych przeczytało komunikaty Fundacji dotyczące projektów wolontariackich, jakie realizowane były w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności.

W 2021 roku działania Fundacji zostały docenione przez niezależnych ekspertów w konkursie Złoty Bankier, realizowanym przez dziennik Puls Biznesu oraz portal Bankier.pl. Po raz pierwszy w historii Bank zdobył tytuł „Najlepszy Bank CSR”. **„Wyjątkowa skala zaangażowania pracownic i pracowników Banku w czasie pandemii, która nie była niczym zaskakującym w przypadku Banku będącego niekwestionowanym liderem i prekursorem działań wolontariackich w Polsce, rozwijanych w największy i najbardziej wszechstronny program tego typu w Polsce”** – tak w uzasadnieniu do wyróżnienia mówiła Marzena Strzelczak, prezes Forum Odpowiedzialnego Biznesu, uczestnicząca w wyborze liderów z zakresu CSR. **„Citi Handlowy zasłużył sobie na miano Banku wrażliwego społecznie jako organizacja, w której kultura empatii i zaangażowania budowana jest od wielu lat”**, podkreślano w uzasadnieniu nagrody na łamach Pulsu Biznesu.

2. Programy realizowane przez Fundację Citi Handlowy im. Leopolda 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 prawie 50 tysięcy 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.

Wolontariat pracowniczy

Fundacja koordynuje jeden z najstarszych programów wolontariatu w Polsce. Uruchomiony w czerwcu 2005 roku, rozwinął się w największy tego typu program w Polsce, angażujący dziś rokrocznie około 20% pracowników Banku wraz z ich rodzinami. To w istocie nie tyle pojedynczy program, ile szeroki wachlarz inicjatyw o różnym charakterze i różnym poziomie zaangażowania: zarówno wolontariat kompetencyjny (np. mentoring, nauka obsługi komputera, lekcje przedsiębiorczości czy edukacja finansowa, w tym z udziałem najwyższych menedżerów Banku i przedstawicieli Zarządu, jak i wolontariat akcyjny ukierunkowany na rozwiązywanie problemów w lokalnych społecznościach w ramach Światowego Dnia Citi. Od początku istnienia programu pracownicy Citi w Polsce zaangażowali się w działalność wolontariacką ponad 31 tys. razy.

W programie wolontariatu pracowniczego w 2021 roku kluczowe było elastyczne odpowiadanie na potrzeby wykluczonych grup społecznych, zwłaszcza w kontekście trwającej pandemii COVID-19. Wyzwaniem w dalszym ciągu pozostają ograniczenia związane z reżimem sanitarnym – zarówno w kontekście angażowania wolontariuszy w działania Fundacji jak i realizacji typowych projektów pomocowych. Projekty musiały zostać przebudowane, zaprojektowano też inicjatywy o charakterze tzw. wirtualnym, gdzie np. aktywność sportowa połączona została z darowizną na rzecz organizacji wspierających dzieci niedowidzące.

Wzmacnianie zaangażowania pracowników w działania Fundacji wymagało też wprowadzenia nowych sposobów komunikacji – większej liczby komunikatów, promowania liderów wolontariatu wśród pracowników i doceniania ich podczas spotkań „tzw. Town Hall”, częstszych kontaktów z liderami wolontariatu oraz uproszczenia procesu aplikowania o granty w konkursie „Konkurs Grantowy GCD 2021”.

Kluczowe inicjatywy realizowane w ramach tego programu to:

- Wolontariat kompetencyjny prowadzony w oparciu o spotkania online
- Pomoc interwencyjna dla grup szczególnie narażonych na skutki pośrednie pandemii, m.in. seniorów i Domów Pomocy Społecznej, Domów Dziecka, ośrodków dla uchodźców (Światowy Dzień Citi dla Społeczności)

Wolontariat kompetencyjny

Fundacja z sukcesem rozwijała program wolontariatu kompetencyjnego, przenosząc do świata wirtualnego relacje ekspertów oraz mentorów z młodymi ludźmi, młodymi przedsiębiorcami, kobietami planującymi założyć biznes, kobietami-naukowcami, chcącymi skomercjalizować swoje pomysły oraz migrantami.

Wspólnie z partnerami Fundacji z portfolio Citi Foundation (Fundacja Ashoka, Fundacja Edukacyjna „Perspektywy”, Fundacja Think, Fundacja Przedsiębiorczości Kobiet,) zorganizowana została druga już konferencja online dla przedsiębiorców. Tematem wiodącym spotkania był „Młody biznes - ścieżki do sukcesu”:

- Przedsiębiorcy 2.0. - w Polsce rośnie nowe pokolenie biznesmenów. Z czym muszą się mierzyć i jak przebić się w świecie rekinów?
- Dysproporcje i bariery w biznesie. Jak je pokonać?
- Kobiety motorem napędowym biznesu. Z jakimi problemami muszą się mierzyć?

Konferencja została zorganizowana w formacie serii video materiałów - wywiadów prowadzonych przez doświadczonego dziennikarza - Jarosława Kuźniara. Celem wywiadów było pokazanie prawdziwych historii przedsiębiorców, tzw. *role model*. Ich historie i doświadczenia miały być praktyczną lekcją dla młodych przedsiębiorców, jak radzić sobie na rynku. Wypowiedzi przedsiębiorców komentowane były przez ekspertów – doświadczonych praktyków.

Materiały z konferencji promowane były m.in. przez Business Insider, który był partnerem spotkania.

Wolontariat kompetencyjny to jednak to przede wszystkim długofalowe relacje mentoringowe wolontariuszy z młodymi ludźmi poszukującymi swojej ścieżki kariery, kobietami chcącymi założyć własny biznes, migrantami zainteresowanymi prowadzeniem społecznych biznesów czy kobietami pracującymi na uczelniach STEM, które myślą o skomercjalizowaniu swoich technologicznych pomysłów. Wolontariusze Citi w Polsce, w ramach programów prowadzonych przez Fundację, wspierali młode kobiety-naukowców w relacjach 1:1 w programie Shesnnovation Academy, młodych przedsiębiorców (Fundacja THINK!, Youth Business Poland) oraz dzieci i młodzież z placówek opiekuńczo – wychowawczych (Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej). Brali udział w konferencjach i webinarach, chętnie dzielili się swoją wiedzą z potrzebującymi.

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

W ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności, wspólnie z wolontariuszami Citi w Polsce, Fundacja zrealizowała **79 projektów pomocowych**, dzięki czemu **pomoc trafiła do ponad 14 tys. osób**. W projekty uruchomione w ramach wydarzenia Fundacja zaangażowała 2 288 wolontariuszy z Citi Handlowy i Citibank Europe plc, w tym ich rodziny oraz przyjaciół (18% pracowników Citi w Polsce jest zaangażowanych w wolontariat). To wynik najlepszy spośród wszystkich krajów Europy Środkowo-Wschodniej oraz Afryki w ramach Citi.

W ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności Fundacja zrealizowała trzy duże projekty:

- **#MocDlaSeniora** - wsparcie starszych osób niedożywionych – projekt realizowany wspólnie z Bankami Żywności, w ramach którego 1000 paczek żywnościowych zostało sfinansowanych i przygotowanych z udziałem wolontariuszy. W ramach tego projektu zorganizowana została zbiórka funduszy na stronie www.zmieniainalepsze.pl (jest to strona internetowa – bramka do płatności, która pozwala w lepszy i łatwiejszy sposób organizować zbiórki podczas realizowanych przez Fundację projektów). Dodatkowo, do paczek przekazanych seniorom będącym pod opieką Fundacji A.R.T., wolontariusze wraz ze swoimi dziećmi, w ramach akcji Kartka dla Seniora, stworzyli spersonalizowane kartki (ponad 80), które miały nadać przekazywanym darom bardziej osobisty charakter
- **GCD Sport Challenge** – wolontariat sportowy połączony z darowizną na cel charytatywny. Ponad 47 tys. km. „wybieganych”, „wychodzonych” i „wyjeżdżonych” na rowerze przez ponad 400 wolontariuszy Citi na rzecz dzieci niedowidzących ze sprzężoną niepełnosprawnością (Stowarzyszenie „Tęcza”)
- **Against Social Loneliness** - wspólnie z Polskim Centrum Pomocy Międzynarodowej, Fundacja przeprowadziła szereg szkoleń z zakresu udzielania pierwszej pomocy oraz warsztatów/spotkań z inspirującymi ludźmi biznesu czy sportu. Adresatami tych działań były dzieci i młodzież z ośrodków opiekuńczych. Te mentoringowe spotkania prowadzone były przez dziennikarkę radiową Katarzynę Stoparczyk. Jej gośćmi byli pracownicy – wolontariusze Citi (Natalia Bożek, CFO Citi Handlowy, Daria Wdowicz i Tomasz Zaremba, wysokiej klasy eksperci ds. technologii w Citi), ale także paraolimpijczycy (Maciej Lepiato, paraolimpijczyk), oraz absolwenci programów akceleracyjnych dla przedsiębiorców (Khedi Alieva, społeczna przedsiębiorczyni działająca m.in. W Kuchni Konflikty), czy też gwiazdy polskiego rynku start-upów, m.in. Marek Zmysłowski. W warsztatach wzięło udział ponad 500 osób - dzieci i młodzieży z domów dziecka

W ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności zorganizowany został Konkurs Grantowy GCD 2021. Tym razem - ze względu na obostrzenia pandemiczne - w nieco innej formie. Ponad 500 wolontariuszy oraz ich rodzin i przyjaciół zrealizowało w sumie 38 projektów. W ich ramach, wolontariusze Citi m.in.:

- pomagali w schroniskach dla zwierząt (np. w schronisku dla kotów wolnożyjących Koteria),
- prowadzili szkolenia dla seniorów z poruszania się po internecie oraz sfinansowali zakup Oculus, który pozwoli im zwiedzić miejsca dla nich niedostępne (Kozienicki Dzienny Dom Seniora),

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

- nagrywali audiobooki dla dzieci z hospicjum (Hospicjum Stacjonarne dla Dzieci Caritas Archidiecezji Warmińskiej),
- wspierali młodych kolarzy z trudnych środowisk, będących pod opieką Stowarzyszenia Śłęza Sobótka Bike Academy,
- przygotowali „pakiety na start” - spersonalizowane paczki z niezbędnymi produktami dla młodzieży dotkniętej kryzysem bezdomności (Fundacja Po Drugie),
- przystosowali i zadbali o zielony teren ośrodka opiekuńczego dla dzieci (Fundacja dla Rodziny „Ognisko Nadziei”, Dom pod Azaliami),
- remontowali pomieszczenia użytkowe (m.in. Rodzinny Dom Dziecka w Kamionce),
- doposażali instytucje, którym pomagają na co dzień (Pogotowie Opiekuńcze nr 2 w Łodzi, Mazowiecki Szpital Wojewódzki im. Jana Pawła II),
- dopingowali dzieci w realizacji ich sportowych zainteresowań (Stowarzyszenie Oratorium im. Św. Jana Bosko),
- stworzyli miejsce spotkań dla rodzin z dziećmi na świeżym powietrzu (Dom Dziecka w Pęcherach).

Realizację tych inicjatyw Fundacja wspierała finansowo przez mikrogranty przyznawane w ramach konkursu, a także logistycznie – pomagając wolontariuszom w realizacji projektów w warunkach zaostrzonego reżimu sanitarnego.

Kampania informacyjna dotycząca Światowego Dnia Citi dla Społeczności dotarła do ponad 3,5 mln unikalnych użytkowników Facebooka, Twittera i Instagrama.

Intensywne działania wolontariackie miały miejsce także w okolicach Świąt Bożego Narodzenia, w listopadzie i grudniu 2021 roku. W ramach zorganizowanej akcji pod hasłem „Święta są po to, by się dzielić”:

- #CitiVolunteers wraz z rodzinami i przyjaciółmi zaangażowali się 568 razy (466 zaangażowań wolontariuszy Citi, 122 rodzin i przyjaciół) na rzecz ponad 2000 odbiorców pomocy
- zrealizowanych zostało 30 projektów wolontariackich
- do potrzebujących trafiło 1 514 paczek
- wolontariusze zrealizowali marzenia i potrzeby ponad 465 dzieci (Listy do Św. Mikołaja)
- wolontariusze przygotowali 140 personalizowanych kartek z życzeniami dla seniorów
- odbyły się dwa projekty mentoringowe na rzecz młodych osób poszukujących swojej drogi życiowej (studentek IT, młodych startupów)

Dodatkowo, z inicjatywy Fundacji, jej partnerzy biznesowi przeznaczyli część tzw. świątecznego budżetu prezentowego na rzecz osób potrzebujących. Dzięki ich pomocy, w tym roku, 2000 dzieci będących w kryzysie psychicznym otrzyma pierwszą pomoc na linii telefonu zaufania **Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę**.

Statystyki Programu Wolontariatu Pracowniczego:

	2021	2020**	2019	2018	2017
Liczba projektów	130	58	250	251	249
Liczba odbiorców	19 240	19 600	48 000	40 500	37 000
Zaangażowania wolontariuszy*	3 063	2 137	4 500	4 480	3 700
Liczba projektów w ramach konkursu "Wolontariusz na Bank!"	38	brak	129	104	108

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

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

Citi Handlowy zachęca pracowników do działalności społecznej i wspiera ich w tym, m.in. poprzez dodatkowy dzień wolny na wolontariat.

Edukacja

CyberMocn@Szkola - program wsparcia dla nauczycieli i uczniów w zakresie bezpiecznej i efektywnej edukacji hybrydowej

Program Cybermocn@Szkola powstał w odpowiedzi na potrzeby nauczycieli, wynikające z wprowadzonego w wyniku pandemii trybu nauczania online. Zawiera szereg warsztatów i spotkań doskonalących umiejętności nauczycieli w zakresie zachowania bezpieczeństwa w internecie, identyfikowania uzależnień u dzieci oraz wykorzystania technologii do prowadzenia angażujących lekcji. Pierwsza edycja projektu spotkała się z dużym zainteresowaniem – w niecałe 24 godziny ponad 600 nauczycieli zarejestrowało się w programie. Do drugiej edycji dołączyło 643 nauczycieli. Są to zarówno osoby z dużych miast, małych miejscowości jak i wsi. W wykładach otwartych mogą uczestniczyć wszystkie osoby zainteresowane tematyką spotkań – nie tylko zarejestrowani uczestnicy.

Po zakończeniu w pierwszej połowie 2021 roku pierwszej edycji szkoleń, wśród uczestników programu Fundacja przeprowadziła ankietę ewaluacyjną, w której aż 96% zapytanych uczestników stwierdziło, że wiedza przekazana w programie jest przydatna na ich obecnym stanowisku pracy. Prawie tyle samo - że będzie niezbędna w ich dalszym rozwoju zawodowym. Co ważne - co trzeci ankietowany przyznał, że wykorzystuje nowe umiejętności na większości prowadzonych przez siebie zajęć, zaś zdecydowana większość (ponad 70%) podkreśliła, że udział w projekcie pozytywnie wpłynął na ich pracę z uczniami po powrocie do nauki stacjonarnej. Ponadto, ponad 90% uczestników uznało projekt jako pomocny w zadbaniu o zdrowie psycho-fizyczne uczniów.

Kierując się wskazówkami płynącymi z ewaluacji, jak również indywidualnymi rozmowami z nauczycielami, program drugiej edycji CyberMocnej Szkoły skoncentrowany został na nowej rzeczywistości, jaką jest nauka hybrydowa. Szczególny nacisk położono na coraz bardziej palącą kwestię złego samopoczucia dzieci, młodzieży i pedagogów, będącego wynikiem izolacji spowodowanej pandemią COVID -19 oraz zaburzeń psychicznych, związanych z nadużywaniem narzędzi cyfrowych przez młodych ludzi. Dzięki wiedzy otrzymanej w trakcie trwania programu, nauczyciele mogą teraz nie tylko lepiej i swobodniej poruszać się w świecie cyfrowym, ale stać się przewodnikami po nim dla uczniów i rodziców. Wiedza przekazana podczas zajęć pozwala im lepiej współpracować z uczniami, uwrażliwić ich na takie zjawiska jak hejt w internecie i wynikająca z tego przemoc, sprawić, żeby reagowali, rozmawiali z rodzicami i uczniami na temat zagrożeń jakie niesie sieć. Zadaniem programu jest także unaocznienie uczestnikom, jak groźne w skutkach jest uzależnienie od urządzeń ekranowych. Program wskazuje symptomy takiego uzależnienia, ale także sposoby jak temu przeciwdziałać i w jaki sposób reagować oraz rozmawiać z uczniami i rodzicami na ten temat.

Druga edycja programu zakłada cztery moduły skierowane do: nauczycieli nauczania wczesnoszkolnego, wychowawców i pedagogów klas IV-VIII i szkół ponadpodstawowych oraz dwie grupy dla nauczycieli kontynuujących uczestnictwo w zeszłorocznej edycji programu. Z uwagi na bardzo duże zainteresowanie programem, w grupie wychowawców i pedagogów zwiększono liczbę warsztatów dla tej grupy edukatorów, tak aby każda zainteresowana osoba mogła skorzystać ze spotkań z zaproszonymi specjalistami. Wszystkie warsztaty i wykłady odbywają się w formie online.

Nadrzędnym celem programu Cybermocn@Szkola jest wsparcie nauczycieli w dostosowywaniu się do szybko zmieniającej się rzeczywistości. Dlatego m.in. w maju 2021 roku zorganizowane zostało spotkanie otwarte dla nauczycieli i rodziców, podczas którego psycholodzy i psychoterapeuci odpowiadali na pytania: Jak zapewnić uczniom bezpieczny i spokojny powrót do szkoły? Jak dobrze wykorzystać ostatnie dni roku szkolnego? Spotkanie jest cały czas dostępne na stronie www.cybermocnaszkola.pl i można się do niego odnieść za każdym razem kiedy dzieci wracają z kwarantanny po nauce zdalnej do edukacji stacjonarnej. W drugiej edycji programu Fundacja zaplanowała również wykłady dodatkowe, podczas których uczestnicy będą mogli dowiedzieć się m.in. o tym, jak weryfikować informacje i uodparniać uczniów na dezinformację w sieci.

Wśród ekspertów, którzy dzielą się wiedzą w ramach programu są m.in.:

- Prof. Anna Giza-Poleszczuk - dziekan Wydziału Socjologii na Uniwersytecie Warszawskim
- Aleksandra Piotrowska - doktor psychologii, wykładowca na Wydziale Pedagogicznym Uniwersytetu Warszawskiego i Wyższej Szkoły Pedagogicznej ZNP w Warszawie, społeczny doradca Rzecznika Praw Dziecka i Komitetu Ochrony Praw Dziecka
- Wojciech Ronatowicz - pedagog, absolwent Wydziału Pedagogicznego Uniwersytetu Warszawskiego. Współzałożyciel Forum Bezpiecznego Internetu. Trener w projekcie Cyfrowobezpieczni.pl – Bezpieczna Szkoła Cyfrowa współfinansowany przez MEN
- Justyna Kowal - psycholog, absolwentka Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego. Na co dzień, oprócz prowadzenia szkoleń, pracuje w Wyższej Szkole Pedagogicznej - prowadzi zajęcia z zakresu diagnostyki, komunikacji interpersonalnej, metod i technik terapii psychologicznej
- Marta Florkiewicz-Borkowska – Laureatka tytułu Nauczyciel Roku 2017, nauczycielka języka niemieckiego i zajęć rozwijających kreatywność w Szkole Podstawowej im. Karola Miarki w Pielgrzymowicach, trenerka edukacyjna, tutorka, dyplomowana arteterapeutka, edukatorka w zakresie nowoczesnych rozwiązań w edukacji, trenerka i mentorka w wielu ogólnopolskich projektach, takich jak: Cyfrowa Szkoła, Aktywna Edukacja, Cybernauci, Mistrzowie Kodowania, Zaprogramuj Przyszłość, Szkoła z Klasą 2.0, SpołEd oraz Asy Internetu
- Berenika Anders-Mosakowska - prawniczka, ekspertka w dziedzinie strategii i audytu komunikacji cyfrowej oraz ochrony wizerunku on-line

Wykład inauguracyjny w drugiej edycji Cybermocnej Szkoły spotkał się z olbrzymim zainteresowaniem – odtworzono go 11,5 tys. razy na portalu YouTube. Z kolei kampania informacyjna na Facebooku przełożyła się na dotarcie do ponad 32 tys. unikalnych użytkowników, zaś treści dotyczące Cybermocnej Szkoły użytkownicy Twittera wyświetlili ponad 55 tys. razy.



Kompendium wiedzy na www.cybermocnaszkola.pl

Opierając się na wynikach ewaluacji i opiniach nauczycieli, w drugiej edycji programu Fundacja stworzyła „hub” informacyjny i na stronie www.cybermocnaszkola.pl zebrała wszystkie materiały edukacyjne i wykłady video, jakie powstały w ramach projektu, dzięki czemu nauczyciele szybko i wygodnie mogą do nich wracać i wykorzystywać je w szkole.

Cybermocn@Szkoła - Poradnik wychow@wcy

We współpracy z Fundacją Stocznia oraz nauczycielami - uczestnikami programu, Fundacja przygotowała „Poradnik wychow@wcy”. To zbiór sprawdzonych i przetestowanych przez nauczycieli 10 rozwiązań technologicznych, które mają uatrakcyjnić nauczanie i sprawić by lekcje były jeszcze bardziej interaktywne. Publikacja powstała z potrzeby nauczycieli i na podstawie wywiadów prowadzonych z praktykami. Wszystkie opisane w niej pomysły pochodzą od nauczycieli. Jest to przede wszystkim zestaw scenariuszy lekcji oraz inspiracji, które mają pomóc zadbać o trzy ważne sfery: dobrostan psychiczny dzieci, ich kondycję fizyczną oraz rozwój społeczny, w tym najważniejsze – dobre relacje z rówieśnikami i integrację z klasą.

Przez kilka miesięcy twórcy Poradnika pracowali z grupą czternastu zaangażowanych nauczycieli ze szkół w całej Polsce. To oni wymyślali, jak wykorzystać takie narzędzia jak Nearpod, Flipgrid i Google Forms w pracy wychowawczej. To oni testowali i udoskonalali te pomysły w praktyce podczas swoich lekcji. Nad wszystkim czuwała i inspirowała - Marta Florkiewicz-Borkowska, Nauczycielka Roku 2017.

IT for SHE

Od wielu lat Fundacja Citi Handlowy jest partnerem w projekcie IT for SHE. Jest to innowacyjne połączenie rozwiązań mentoringowych, networkingowych, inspiracyjnych i z zakresu rozwoju kompetencji, wspierających budowanie karier kobiecych w obszarze IT. W ramach projektu została stworzona koalicja międzynarodowych firm obecnych na polskim rynku, posiadających wyraźny komponent technologiczny swojej działalności.

Celem programu jest pomoc utalentowanym studentkom kierunków informatycznych w wejściu na rynek pracy. Dzięki swojej skali ma on szansę faktycznie wpłynąć na zwiększenie udziału kobiet w branży technologicznej i przyczynić się do jakościowej zmiany w tym zakresie.

W 2021 roku w ramach Women in Tech Summit 2020 zorganizowano webinar „Ach ta chmura”, w którym wzięli udział eksperci Citi Handlowy oraz Citibank Europe plc (m.in. Jarosław Kwiecień, Tomasz Ryderowicz, Katarzyna Woźniczak). Wydarzenie zgromadziło prawie 200 uczestników: studentów oraz profesjonalistów z branży technologicznej i IT.

Wolontariusze Citi wzięli także udział w innych wydarzeniach w ramach programu: Women in Tech Days, pierwszym festiwalu online dla kobiet w technologiach oraz Women in Tech Camp (największy w Europie obóz dla dziewczyn w IT).

6 mentorów w ramach projektu nawiązało długofalowe relacje mentoringowe ze swoimi mentees przez cały czas trwania projektu (pół roku).

3. Przedsiębiorczość – projekty finansowane przez Citi Foundation

Biznes w kobiecych rękach – program realizowany w partnerstwie z Fundacją Przedsiębiorczości Kobiet. W 2021 roku zakończyła się 7. edycja projektu, w której udział wzięło 60 kobiet. We wszystkich edycjach uczestniczki i absolwentki programu założyły aż 295 nowych firm. Uruchomiona została Akademia Klubu Mentorek. W otwartej rekrutacji zgłosiło się ponad 400 osób, z których wybrano ponad 150 kobiet. Dołączyły one do Klubu Mentorki Sieci Przedsiębiorczych Kobiet.

W październiku 2021 roku rozpoczęła się 8. edycja programu. 17 listopada 2021 roku odbyła się inauguracyjna program konferencja online „Jak korzystać z nowych technologii w biznesie”. Podczas konferencji eksperci starali się odpowiedzieć na pytania: jak stosować nowoczesne rozwiązania technologiczne w sposób odpowiedzialny i sprzyjający rozwojowi biznesu, czy da się prowadzić firmę w zgodzie z konkretnymi wartościami i dla dobra społeczeństwa, jakie znaczenie może mieć rola kobiet w budowaniu nowoczesnych przedsiębiorstw? W połowie grudnia 2021 roku ruszyła też rekrutacja do 8. edycji programu akceleracyjnego Biznes w Kobiecych Rękach, przeznaczonego dla kobiet, które chcą poznać tajniki biznesu, zbudować sieć kontaktów oraz zdobyć umiejętności niezbędne do prowadzenia własnej firmy oraz potrzebują wsparcia przy rozwijaniu swojego pomysłu na działalność.

Program Rozwoju Przedsiębiorczości łączy edukację finansową i kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Jego celem jest promowanie wśród Polaków oszczędzania i racjonalnego zarządzania finansami oraz zachęcanie młodych osób wchodzących na rynek pracy do spróbowania własnych sił w biznesie. Projekt finansowany jest przez Citi Foundation, a realizowany przez Fundację Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy „Think!” przy merytorycznym wsparciu Fundacji Citi Handlowy. 4. edycja projektu, zakończona w marcu 2021 roku, skoncentrowana była na wsparciu młodych firm tak, aby potrafiły stawić czoła obecnym wyzwaniom rynku spowodowanym pandemią i umiejętnie zarządzały zmianą. W programie przeprowadzono szkolenia biznesowe, webinaria, konsultacje i mentoring. Zorganizowano też prelekcje dla nauczycieli oraz spotkania dla uczestników i mentorów Programu. Wszystkie wydarzenia odbywały się online. Do projektu zgłoszono 164 pomysły biznesowe, powstało 25 firm z branż takich jak: ekologia, technologie, zdrowie i uroda, kultura i rozrywka.

W czerwcu 2021 roku wystartowała 5. edycja Programu i przyciągnęła już 281 nowych użytkowników platformy internetowej Programu – strony <https://rozwijamy.edu.pl/>. Do końca grudnia 2021 roku, w ramach projektu w formule online, zorganizowano 8 warsztatów i webinarów, w których uczestniczyło 256 osób i 2 Business Mixery z udziałem ekspertów z Citi, które zgromadziły łącznie 72 uczestników. Na przełomie listopada i grudnia 2021 roku odbyły się także dwa spotkania dla nauczycieli, których celem było podniesienie kompetencji z zakresu tworzenia treści i prezentacji video.

Shesnovation Academy - to pierwsza w Polsce akademia startupowa dla kobiet w STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematic). Realizowana jest przez Fundację Edukacyjną Perspektywy i Citi Foundation przy merytorycznym wsparciu Fundacji Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga. Celem projektu jest wsparcie kobiet związanych z obszarem STEM w zdobywaniu wiedzy i umiejętności w tworzeniu startupów i realizowaniu takich przedsięwzięć w praktyce. Do udziału w projekcie zaproszone zostały studentki, doktorantki i absolwentki kierunków technicznych, ścisłych, medycznych oraz pokrewnych, które składając aplikację, miały zarys pomysłu na własny startup technologiczny. Uczestniczki otrzymały w ramach programu wsparcie wyjątkowych mentorek – wielkich gwiazd biznesu technologicznego – prezesek firm i twórczyń startupów, które osiągnęły rynkowy sukces, managerek i członkiń zarządów różnych organizacji (m.in. Citi Handlowy i Citibank Europe plc). Zorganizowano także cykl szkoleń o sztuce prowadzenia biznesu i skrojone pod potrzeby uczestniczek porady wybitnych ekspertów z branży. Projekt miał swój finał na gali, która odbyła się 31 maja 2021 roku online na platformie Swapcard. Wydarzenie rozpoczęło się od zapowiedzi raportu „Przywództwo Kobiet 2021: Generacyjny wymiar kobiecego przywództwa w technologiach i przedsiębiorczości”. Jednak głównym elementem programu był pitching 12 odważnych start-uperek, które w czasie pandemii zdecydowały się na założenie własnej działalności biznesowej. 2. edycja projektu zaowocowała pojawieniem się 13 startupów.

Hello Entrepreneurship – chcąc wspomóc migrantki i migrantów w realizacji marzeń o własnym biznesie, Fundacja Ashoka oraz Citi Foundation we współpracy z Fundacją Citi Handlowy uruchomiły program Hello Entrepreneurship. Program ma na celu wsparcie przedsiębiorczości społecznej migrantów i migrantek w Polsce, aby ich talent i ciężka praca przyczyniły się do ogólnego dobrobytu, a także sukcesu społecznego i gospodarczego Polski.

W 2021 roku zakończyła się druga edycja projektu. Na początku realizacji programu 115 migrantów, w większości studentów z zagranicy, wzięło udział w organizowanych w ramach niego wydarzeniach. 32 osoby wzięły udział w procesie doradczym-inkubacyjnym, który zaowocował uruchomieniem 10 biznesów społecznych. 10 przedsiębiorstw społecznych stworzyło miejsca pracy dla około 30 migrantów i uchodźców, w tym młodych cudzoziemców. Poprzez eventy, webinaria, indywidualne konsultacje, wykłady na uczelniach oraz promocję, ponad 1000 osób zostało poinformowanych o idei przedsiębiorczości społecznej. W wykładach na uczelniach, wydarzeniach i webinarach wzięło udział około 160 młodzieży z zagranicy.

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

150-lecie Banku Handlowego

W 2021 roku kontynuowane były działania jubileuszowe z okazji 150. rocznicy powstania Banku Handlowego w Warszawie S.A.. Warto przypomnieć, że Bank pozostaje fenomenem na skalę nie tylko krajową, ale i międzynarodową. Bank Handlowy (dzisiaj Citi Handlowy) to bowiem najstarszy polski bank komercyjny i jeden z najstarszych nieprzerwanie działających banków w Europie. Przede wszystkim jednak – to bank, który od początku swojej działalności odgrywał istotną, a często wręcz kluczową rolę w rozwoju polskiej gospodarki i bankowości, a także we wspieraniu polskiej kultury, edukacji i ważnych przedsięwzięć społecznych.

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

Chcąc zaakcentować ten jubileusz i pozostawić po nim trwałe dziedzictwo z okazji 150-lecia Banku, wspólnie z wolontariuszami Fundacja posadziła kolejny hektar lasu. Wykorzystano do tego ponad 6 tys. sadzonek drzew liściastych i krzewów. Są to gatunki rdzenne, które wspierają bioróżnorodność polskich lasów. Tym samym, w ciągu ostatnich dwóch lat, łącznie posadzono już 3 hektary lasu.

Jubileuszowy raport – 150 lat wpływu Banku Handlowego na rozwój Polski

W pierwszej połowie 2021 roku Fundacja wydała raport „150 lat wpływu Banku Handlowego na rozwój Polski”. Opracowanie, traktuje o szczególnej instytucji i szczególnej historii. Tworząc je, Fundacja chciała zaprosić Czytelnika w podróż przez burzliwe dzieje ostatnich 150 lat, opowiedziane z perspektywy jednego podmiotu: Banku Citi Handlowy (niegdyś – Banku Handlowego w Warszawie). Jest to więc nie tylko opowieść o działalności jednej firmy, ale też o przedsięwzięciach, które stały się jej dziedzictwem, a także o uwarunkowaniach jej rozwoju – historii gospodarczej kraju, którą w dużym stopniu współtworzyła, oddziałując na różne sfery rzeczywistości. Całość publikacji stanowi swego rodzaju usystematyzowany zestaw naniesionych na oś czasu faktów i wydarzeń, dokumentujących oddziaływanie Banku Handlowego na różne sfery polskiej rzeczywistości. Celem nadrzędnym, który przyświecał ich wyborowi, było ukazanie logiki i natury tego oddziaływania. Jest to opowieść o ważnych momentach w dziejach Banku, ale także próba bardziej usystematyzowanej oceny tego, jakie jest znaczenie jego dzisiejszej działalności i pozycji.

Jubileuszowe odznaczenia Związku Banków Polskich i Narodowego Banku Polski dla pracowników Banku

Fundacja koordynowała proces uzyskania odznaczeń Związku Banków Polskich i Narodowego Banku Polskiego dla 90 pracowników Banku z okazji jubileuszu fundatora. Dodatkowo zorganizowana została uroczysta gala online dla przyznania odznaczeń i promocji historii Banku. Podczas gali obecni byli przedstawiciele Narodowego Banku Polskiego oraz Związku Banków Polskich. Każdy z pracowników miał możliwość podziękowania za wyróżnienie. Jednocześnie spotkanie było pretekstem do tego, by przypomnieć historię Banku, którego sukces od początku jego powołania był dziełem dobrze działającego zespołu.

Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora

W 2020 roku, ze względu na obostrzenia pandemiczne, Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora nie została przyznana. W 2021 roku Kapituła postanowiła wyłonić dwóch Laureatów. W tym celu przeprowadzona została kampania informacyjna, zachęcająca do zgłoszeń w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, LinkedIn), która dotarła do ponad pół miliona użytkowników. Prowadzono też działania w mediach tradycyjnych np. Onet i Tygodnik Powszechny. Finalnie, do Kapituły Konkursu wpłynęło 47 zgłoszeń od 46 instytucji (zgłoszono 41 unikalnych kandydatów). 16 grudnia 2021 roku, podczas obrad Kapituły, wyłoniono dwóch Laureatów. Uroczysta Gala przyznania Nagrody im. prof. Aleksandra Gieysztora odbędzie się w 2022 roku.



Partnerstwo przy Europejskim Forum Nowych Idei

W celu promocji historii Banku, Fundacja była także partnerem konferencji Europejskie Forum Nowych Idei w Sopocie, podczas której rozmawiano o kierunkach przyszłości dla rozwoju biznesu i roli banków w kształtowaniu „postępu” oraz wartościach takich jak różnorodność i partnerstwo, na jakich opierać się powinien biznes przyszłości. Podczas dyskusji Citi Handlowy reprezentowali Elżbieta Czetwertyńska - CEO Citi Handlowy oraz Piotr Kosno - Dyrektor Bankowości Instytucjonalnej.

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

Rok 2021, na przekór trudnościom, pozwolił Fundacji zaistnieć w świadomości szerszej grupy odbiorców dzięki ogromnemu zaangażowaniu wolontariuszy w promocję działań Fundacji w mediach społecznościowych oraz artykułach w mediach tradycyjnych. O działaniach Fundacji pisali zarówno dziennikarze, wolontariusze, uczestnicy programów Fundacji i jak interesariusze. Dla przykładu: informacje na temat działań wolontariackich wyświetlane były przez użytkowników Facebook oraz Twitter ponad 3 mln razy. Do wysokiej liczby wzmianek na temat Fundacji w mediach tradycyjnych przyczyniły się także raporty badawcze, których realizację Fundacja współorganizowała, w tym, m.in.:

Młodzi a przedsiębiorczość – to badanie Fundacji Citi Handlowy i Fundacji THINK!, zrealizowane przez Fundację Stocznia, finansowane ze środków Citi Foundation. Raport odpowiada na pytania czym dla młodych Polaków jest przedsiębiorczość i co o niej sądzą oraz co stanowi dla nich najbardziej pożądaną ścieżkę kariery. Z raportu wynika, że dziś wielu młodych uznaje prowadzenie własnego biznesu za doskonały sposób na życie. Co ciekawe, dla ponad 50% ankietowanych przedsiębiorczość to przede wszystkim wykorzystanie swojej wiedzy i umiejętności, zaś dla 45% sposób na zarabianie pieniędzy. 43% badanych kojarzy się przede wszystkim z kreatywnością, zaś prawie 40% określa ją jako „rozwijanie skrzydeł”. Raport promowany był w mediach społecznościowych. Sumując, zasięg poszczególnych postów wyniósł ponad 1,5 mln.

Postawy Polaków wobec finansów – raport Fundacji THINK! i Fundacji Citi Handlowy, realizowany przez Fundację Stocznia, finansowany ze środków Citi Foundation. Z raportu wynika, że między 2019 a 2021 rokiem zwiększył się odsetek tych, który w ogóle nie planują swoich wydatków. Znacząco zwiększyła się grupa osób, która nie planuje i nie oszczędza na zakupy (obecnie to 40% Polaków, co stanowi wzrost względem poprzednich lat o 16 punktów procentowych). Podobnie wygląda sytuacja związana z kontrolowaniem finansów: w bieżącym roku spadł odsetek osób, deklarujących kontrolę nad swoimi wydatkami. Od 2016 do 2019 roku utrzymywał się on na stałym poziomie – oscylował między 74% do 76%. Na przestrzeni ubiegłego roku zmniejszył się on aż o 10 punktów procentowych i wynosi obecnie 66%. Kampania w social media dotarła 936 489 unikalnych użytkowników.

„Przywództwo kobiet 2021. Technologie, biznes, nauka” – powstał we współpracy Fundacji Citi Handlowy z Fundacją Perspektywy, przy wsparciu finansowym Citi Foundation. Materiał analizuje zjawisko przywództwa kobiecego w pokoleniu milenialsek. Publikację przygotowano na podstawie wyników sondażu ankietowego 750 liderek, który poprzedziły badania grup fokusowych. Raport kreśli ich bogaty i zniuansowany portret, a także zawiera Zestaw Rekomendacji jak wspierać przywództwo kobiet w praktyce.

5. Mecenat kulturalny i sponsoring

Rok 2021 to kolejny rok współpracy sponsoringowej Banku z Polskim Komitetem Paraolimpijskim. Współpraca ta jest elementem globalnej inicjatywy Citi wspierającej ruch paraolimpijski i dążenie do zmiany społecznego postrzegania niepełnosprawności, gdzie liczy się człowiek, jego pasje oraz osiągnięcia.

Był to rok wyjątkowy, bo w 2021 odbyły się przełożone z poprzedniego roku Igrzyska Paraolimpijskie w Tokio. To stało się przyczynkiem dla Banku by jeszcze głośniej mówić o paraolimpijczykach i ich dokonaniach. Bank pod hasłem „It’s ok, you can stare” (mnie nie przeszkadza, chcesz to się patrz) zachęcał więc wszystkich do „patrzenia” na tych wybitnych sportowców, na śledzenie ich wyników oraz osiągnięć podczas igrzysk. Medialna kampania „Mnie nie przeszkadza, chcesz to się patrz” realizowana była głównie w mediach społecznościowych oraz na portalu YouTube. Szeroko komunikowana była także w kanałach wewnętrznych Banku, wraz z zaproszeniem dla pracowników do kibicowania paraolimpijczykom.

Bohaterami kampanii byli mistrzowie paraolimpijscy - Natalia Partyka, tenisistka stołowa oraz Maciej Lepiato, lekkoatleta, którzy wystąpili na zdjęciach promocyjnych oraz w reklamach video. Celem materiałów promocyjnych było zwrócenie uwagi na talent paraolimpijczyków, by postrzegać ich przez pryzmat sportowych osiągnięć, rekordów jakie pobijają i złota o jakie walczą, a nie przez pryzmat niepełnosprawności, z jaką mierzą się na co dzień. Hasło „Mnie nie przeszkadza, chcesz to się patrz” miało prowokować do tego, by zawiesić oko, zapatrzeć się na parasportowców.

Wspomniani Natalia Partyka i Maciej Lepiato kolejny rok z rzędu byli także członkami globalnej drużyny Team Citi. Na Igrzyskach Olimpijskich oboje stanęli na podium. W Tokio Natalia Partyka zdobyła dwa medale - brązowy i złoty. Maciej Lepiato – brązowy. Oboje po powrocie z Tokio powitani zostali jeszcze na lotnisku przez dumnych kibiców Citi Handlowy. O ich wyjątkowości Bank szeroko mówił w mediach społecznościowych, Maciej Lepiato oraz Natalia Partyka wzięli także udział w akcji świątecznej Banku i podpisali kilkaset prezentów świątecznych (notatniki) wysyłanych do wybranych klientów z życzeniami „wyjątkowego roku”.

Jako organizacja wspierająca ruch paraolimpijski w Polsce Fundacja Citi Handlowy z kolei była głównym partnerem projektu społecznego **3. Plebiscyt Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego na Sportowca 2021 roku**. Sportowcem 2021 roku głosami Kapituły i internautów została uprawiająca paralekkoatletykę Róża Kozakowska. Róża podczas igrzysk paraolimpijskich w Tokio zdobyła dla Polski złoto w rzucie maczugą (kat. F32), bijąc przy tym rekord świata. Na tym jednak

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

nie poprzestała i w kolejnych dniach zdobyła srebrny medal w pchnięciu kulą (kat. F32). Zwycięzcy plebiscytu #Gutmanny2021 może się też pochwalić brązowym medalem ME w pchnięciu kulą. Nic tak nie poruszyło polskich kibiców jak historia Róży i jej życiowych doświadczeń. Mimo dramatycznych przeżyć osiągnęła sukces w sporcie i udowodniła, że można o siebie zawalczyć i stanąć na szczycie. Drugie miejsce w plebiscycie "Paraolimpijczyk roku" zajęła Natalia Partyka z drużyny #TeamCiti. Zwycięzcę w plebiscycie ogłosiła Elżbieta Światopełk-Czetwertyńska, Prezes zarządu Citi Handlowy.

Gutmanny2021 to niezwykła inicjatywa, która pokazuje prawdziwych bohaterów – sportowców. Przy tym uczy nas wszystkich pokory do życia i tego, jak ważne w nim są pasja i konsekwencja w dążeniu do celu – podkreśliła Prezes Zarządu Citi Handlowy. Choćby droga była kręta i wyboista, choćby nie wszystko układało się po naszej myśli – liczy się cel. Wystarczy spojrzeć na historie finalistów naszego plebiscytu. To są prawdziwi superheroes. To nasze uniwersum Marvela. To żywe dowody na to, że niemożliwe nie istnieje."

Wspierając ludzi z pasją, Citi Handlowy kolejny rok z rzędu był też partnerem zawodów triathlonowych IRONMAN Poland. W 2021 roku został sponsorem tytularnym wydarzenia w Warszawie, gdzie po raz pierwszy odbyła się rywalizacja na prestiżowym dystansie IRONMAN 70.3. Ze względu na restrykcje sanitarne zawody Citi Handlowy IRONMAN 70.3 oraz Citi Handlowy 5150 Warszawy pierwotnie planowane na czerwiec odbyły się w sierpniu w pierwszym weekendzie września. Z kolei w sierpniu po raz pierwszy w historii odbyły się pierwsze w Polsce zawody na pełnym dystansie IRONMAN, których gospodarzem było miasto Gdynia. Hasłem ubiegłorocznych zawodów IRONMAN Poland był „rok przełamywania barier”, pokazując, że chociaż trudy minionych miesięcy dotknęły nas wszystkich, możemy zawsze potraktować je jak wyzwanie, któremu z powodzeniem stawiamy czoła.

Wydatki poniesione przez Bank w 2021 roku na cele społeczne i pozostałe

	(w tys. zł)
Mecenat kulturalny, sponsoring i media	750
Zaangażowanie społeczne (instytucje charytatywne i społeczne)	3 500

Mnie nie przeszkadza.
Chcesz, to się patrz.

Jeszcze chwila i sięgam nieba.

MACIEJ LEPIATO
PARALEKKOATLETYKA, REPREZENTACJA POLSKI

CZAS ZMIENIĆ TO, JAK POSTRZEGAMY OSOBY Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIAMI.

citi handlowy | Polski Komitet Paraolimpijski

Darmny partner
Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego



Live Well at Citi [GRI 403-6]

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

Inicjatywy sportowe w drugim roku pandemii COVID-19 wciąż w przeważającej części odbywały się w formule wirtualnej. Citi Handlowy niezmiennie zachęcał pracowników do aktywnego spędzania czasu i pomagał im zmagać się z konsekwencjami zdalnej pracy i izolacji społecznej.

Wśród wydarzeń, w których pracownicy Banku uczestniczyli w ramach Live Well at Citi, były między innymi:

- **GCD Sport Challenge**, czyli wyzwanie sportowe, w którym podczas różnych aktywności na świeżym powietrzu – spacerów, biegów oraz wypraw rowerowych – można było zbierać punkty z aplikacją Activity. Akcja ta była jednym z projektów w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności, w którym wolontariusze i zawodnicy Live Well at Citi już po raz kolejny razem wsparli Stowarzyszenie „Tęcza”, opiekujące się osobami niewidomymi i słabowidzącymi.

- **1. Orlen Paralympic Run** - jednym z wielu działań, poprzez które Citi Handlowy wspierało osoby z niepełnosprawnościami i pomagało budować społeczeństwo akceptujące różnorodność, był udział w 1. Orlen Paralympic Run. Również w tej inicjatywie biegacze Live Well at Citi dołączyli do wolontariuszy Citi, by promować ideę ruchu paraolimpijskiego i wyrazić podziw i uznanie dla sportowców z niepełnosprawnościami. Wirtualna formuła tego biegu nie zniechęciła uczestników i z samego Banku wzięło w nim udział ponad 30 wolontariuszy wraz z rodzinami. Najmłodszym uczestnikiem inicjatywy był pięcioletek. Bank ufundował także 2 nagrody główne dla najbardziej kreatywnych



**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

uczestników biegu, którzy o tym, że niemożliwie nie istnieje opowiedzieli na swoich zdjęciach z biegu umieszczanych w mediach społecznościowych.

- **Poland Business Run** - we wrześniu 2021 roku pracownicy Citi Handlowy już po raz 8. wzięli udział w charytatywnym biegu organizowanym przez Fundację Poland Business Run. Jego celem była zbiórka środków na zakup protez i sprzętu medycznego, rehabilitację oraz wsparcie psychologiczne dla osób po amputacjach i z niepełnosprawnością ruchową. Podobnie jak w ubiegłym roku, bieg ten odbył się w nietypowej, wirtualnej formule, dzięki której mogli wziąć w nim udział biegacze z całego świata. W ramach inicjatywy Live Well at Citi, Citi w Polsce reprezentowała rekordowa liczba 105 pracowników z Citi Handlowy i Citibank Europe Plc z Warszawy i Olsztyna, którzy utworzyli w sumie 21 5-osobowych drużyn. Udział w Poland Business Run to kolejna inicjatywa, poprzez którą Bank wspiera budowanie bardziej różnorodnego, zintegrowanego społeczeństwa, przyczyniając się do zmiany postrzegania osób z niepełnosprawnościami.

VII. O Sprawozdaniu

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A., działającego pod marką Citi Handlowy (dalej „Bank” lub „Citi Handlowy”) oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. (dalej „Grupa”) (dalej: Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych; Sprawozdanie) uwzględnia kluczowe aspekty środowiskowe, społeczne oraz związane z 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, wchodziłi przedstawiciele: Pionu Zarządzania Finansami, Departamentu Strategii i Relacji Inwestorskich, Departamentu Komunikacji Korporacyjnej i Marketingu, Pionu Wsparcia i Usług, Pionu Zarządzania Kadrami, Fundacji Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga oraz Rzecznicy Klienta.

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy sporządzone zostało zgodnie z ustawą z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (Dz.U. z 2019 roku, poz. 351 z późniejszymi zmianami), zgodnie z którą Grupa podlega obowiązkowi sprawozdawczemu, według standardu raportowania GRI standards. [GRI 102-54]



Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy prezentuje działalność Grupy za okres od 1 stycznia 2021 roku do 31 grudnia 2021 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 2020. [GRI 102-51]

Niniejsze Sprawozdanie zawiera korekty informacji opublikowanych w raporcie za 2020 rok. Korekty te dotyczą zmian zużycia niektórych mediów i wyliczenia emisji CO₂ w 2020 roku, przeliczonych ponownie w 2021 roku z uwzględnieniem faktur dotyczących roku 2020, a dostarczonych po terminie publikacji raportu za 2020 rok. [GRI 102-48]

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

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Adam Piotrak
Dyrektor Biura Relacji Inwestorskich

Citi Handlowy
Bank Handlowy w Warszawie S.A.
ul. Senatorska 16
00-923 Warszawa
adam.piotrak@citi.com

[GRI 102-53]

VIII. Indeks treści GRI standards

[GRI 102-55]

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

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

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

**Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Banku Handlowego w Warszawie S.A.
oraz Grupy Kapitałowej Banku Handlowego w Warszawie S.A. w 2021 roku**

GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-53	Osoba do kontaktu
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-54	Stwierdzenie dotyczące raportowania zgodnie z zasadami GRI
GRI 102	Ogólne standardowe informacje 2016	102-55	Indeks treści GRI
GRI 103	Podejście do zarządzania 2016	103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania
GRI 103	Podejście do zarządzania 2016	103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe
GRI 103	Podejście do zarządzania 2016	103-3	Ocena podejścia do zarządzania
GRI 201	Wyniki ekonomiczne 2016	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i rozdyskrebowana
GRI 205	Przeciwdziałanie korupcji 2016	205-2	Komunikacja i szkolenia z procedur i polityk antykorupcyjnych
GRI 205	Przeciwdziałanie korupcji 2016	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania
GRI 301	Materiały 2016	301-1	Zużywane materiały według wagi i objętości
GRI 302	Energia 2016	302-1	Zużycie energii w organizacji
GRI 302	Energia 2016	302-4	Ograniczenia zużycia energii
GRI 303	Woda i ścieki 2018	303-5	Zużycie wody
GRI 305	Emisje 2016	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)
GRI 305	Emisje 2016	305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)
GRI 305	Emisje 2016	305-3	Inne istotne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)
GRI 305	Emisje 2016	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych
GRI 305	Emisje 2016	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych
GRI 306	Odpady 2020	306-3	Wytworzone odpady
GRI 401	Zatrudnienie 2016	401-2	Świadczenia oferowane pracownikom
GRI 401	Zatrudnienie 2016	401-3	Urlopy macierzyńskie
GRI 403	Bezpieczeństwo i higiena pracy 2018	403-5	Szkolenia dla pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy
GRI 403	Bezpieczeństwo i higiena pracy 2018	403-6	Programy promocji zdrowia dla pracowników
GRI 403	Bezpieczeństwo i higiena pracy 2018	403-9	Urazy w miejscu pracy
GRI 404	Szkolenia i edukacja 2016	404-2	Programy rozwoju kompetencji zawodowych
GRI 404	Szkolenia i edukacja 2016	404-3	Odsetek pracowników otrzymujących regularną ocenę pracy i rozwoju kariery
GRI 405	Różnorodność i równość szans 2016	405-1	Różnorodność wśród zarządu i pracowników
GRI 405	Różnorodność i równość szans 2016	405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet do mężczyzn
GRI 406	Przeciwdziałanie dyskryminacji 2016	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania
GRI 412	Prawa człowieka-ewaluacja 2016	412-2	Pracownicy przeszkoleni z procedur lub polityk dotyczących praw człowieka

Podpisy Członków Zarządu

23.03.2022	Elżbieta Światopełk-Czetwertyńska	Prezes Zarządu
..... Data Imię i nazwisko Stanowisko/funkcja
23.03.2022	Natalia Bożek	Wiceprezes Zarządu
..... Data Imię i nazwisko Stanowisko/funkcja
23.03.2022	Dennis Hussey	Wiceprezes Zarządu
..... Data Imię i nazwisko Stanowisko/funkcja
23.03.2022	Maciej Kropidłowski	Wiceprezes Zarządu
..... Data Imię i nazwisko Stanowisko/funkcja
23.03.2022	Barbara Sobala	Wiceprezes Zarządu
..... Data Imię i nazwisko Stanowisko/funkcja
23.03.2022	Katarzyna Majewska	Członek Zarządu
..... Data Imię i nazwisko Stanowisko/funkcja