

Warszawa, 16 marca 2007 r.

## LIST PREZESA ZARZĄDU BANKU

Szanowni Państwo,

Oddaję w Państwa ręce sprawozdanie z działalności Citibank Handlowy za rok 2006. Informacje w nim zawarte pokazują, że ubiegły rok był dla Banku pomyślny. Możemy się pochwalić dobrymi wynikami finansowymi, podniesieniem poziomu satysfakcji Klientów i pracowników Banku, a także szerokim wachlarzem działań na rzecz odpowiedzialnego biznesu i nowoczesnej filantropii.

Już po raz piąty od momentu fuzji Bank odnotował wzrost zysku netto. W 2006 roku wyniósł on 620,4 mln zł i był o 31,1 mln zł (tj. 5,3 procent) wyższy niż w roku poprzednim. Widać było już efekty działań restrukturyzacyjnych przeprowadzanych w latach ubiegłych mających na celu poprawę rentowności naszej instytucji. Bank odnotował spadek kosztów działania i kosztów ogólnego zarządu oraz amortyzacji o 27,3 mln zł (tj. 1,8 procent) w stosunku do 2005 roku, przy jednoczesnym wzroście wydatków pracowniczych. Podnieśliśmy poziom wynagrodzeń, rozszerzyliśmy programy motywacyjne, a także znacznie zwiększyliśmy zatrudnienie w rozwijającej się sieci Banku CitiFinancial.

Ubiegły rok był korzystny dla naszych inwestorów. Cena akcji Banku wzrosła o 30 procent. Punktem zwrotnym było stopniowe zwiększanie liczby akcji w wolnym obrocie na przestrzeni IV kwartału do blisko 25 procent na koniec roku. Przełożyło się to dodatkowo na zdecydowany wzrost obrotu akcjami Banku na giełdzie.

W 2006 roku, Bank odnotował znaczący wzrost **akcji kredytowej** w grupie klientów indywidualnych, o 904,8 mln zł (33,2 procent). Było to efektem połączenia zarówno ekspansji sieci punktów sprzedaży działających pod marką CitiFinancial, jak również rozszerzenia rynku docelowego klienta indywidualnego oraz obniżenia minimalnego poziomu wymaganych przychodów przy uzyskaniu kredytu.

Ubiegły rok, to również potwierdzenie naszej pozycji lidera w zakresie **kart przedpłaconych**. Liczba takich kart wydanych w 2006 roku wyniosła 226 tysięcy i była wyższa niż w roku poprzednim o 48 procent. Nasze Karty Zasiłkowe i Stypendialne zostały wyróżnione prestiżową nagrodą przyznawaną przez międzynarodowe pismo „The Banker” w kategorii Investment Banking Projects. Produkt ten został również uhonorowany nagrodą drugiego stopnia za najbardziej innowacyjny produkt 2005 roku w sektorze korporacyjnym w Europie przyznawaną przez European Payments Consulting Association (EPCA) oraz European Card Review (ECR).

Citibank Handlowy w 2006 roku był wiodącym uczestnikiem rynku w zakresie **transakcji wymiany walutowej**. Obroty w segmencie klientów niebankowych wzrosły o 27 procent w stosunku do roku poprzedniego. Narzędziem wysoko ocenianym przez klientów Banku korzystających z tych usług okazała się platforma internetowa dla

produktów pionu skarbu. Nasz Bank na pewno będzie kontynuował strategię rozwoju tego produktu.

W 2006 roku, po raz kolejny, nasz Bank potwierdził pozycję lidera **bankowości przedsiębiorstw** w Polsce. W połowie zeszłego roku, w celu podniesienia efektywności obsługi klientów segmentu małych i średnich przedsiębiorstw, wprowadziliśmy nowy zindywidualizowany model obsługi. Dzięki temu, a także dzięki kilku udanym kampaniom akwizycyjnym, nasz Bank w 2006 pozyskał w sumie blisko tysiąc nowych klientów z tego segmentu.

W segmencie **bankowości detalicznej**, możemy pochwalić się wieloma udanymi debiutami. W sierpniu wprowadziliśmy nową formę sprzedaży – niewielkie placówki Banku, tzw. standy, w których doradcy oferują klientom karty kredytowe. „Standy” ustawiane są w centrach handlowych oraz na stacjach BP. Pod koniec roku włączyliśmy do oferty CitiOne Direct, konto internetowe dla osób, które chcą swobodnie zarządzać swoimi finansami, kontaktując się z Bankiem głównie poprzez internet lub telefon. W listopadzie natomiast poszerzyliśmy naszą ofertę o Pożyczkę Hipoteczną, kredyt zabezpieczony na nieruchomości. Dla zapewnienia klientom lepszego dostępu do produktów, w 2006 roku Bank uruchomił 38 nowych oddziałów oraz 12 autoryzowanych punktów. Na koniec roku sieć dystrybucji CitiFinancjal liczyła 99 oddziałów i 12 autoryzowanych punktów.

Ubiegły rok był szczególnie ważny dla inicjatyw Banku na rzecz odpowiedzialnego biznesu realizowanych poprzez Fundację Kronenberga działającą przy Citibank Handlowy. Fundacja, od ponad 10 lat, inspirowała do rozwoju, wspierając prace na rzecz dobra publicznego w zakresie edukacji finansowej i promocji przedsiębiorczości – w szczególności skierowane do ludzi młodych, wierząc, że to oni niedługo będą kształtowali naszą przyszłość i przyszłość naszego kraju. Fundacja Kronenberga wspiera również rozwój lokalny, udzielając dotacji fundacjom i stowarzyszeniom działającym w obszarze opieki zdrowotnej, polityki społecznej i nauki przedsiębiorczości, jak również w zakresie kultury, ze szczególnym uwzględnieniem dziedzictwa kulturowego. Potwierdzeniem zaangażowania społecznego Citibank Handlowy jest, przyznana po raz drugi, główna nagroda w konkursie Barwy Wolontariatu w kategorii Wolontariat Pracowniczy.

Głównym celem Citibank Handlowy w 2007 roku będzie systematyczne podnoszenie wartości dla akcjonariuszy poprzez zapewnienie odpowiedniego zwrotu z kapitału oraz podnoszenie naszego udziału w kluczowych segmentach rynku. Ten rok będzie dla Banku przełomowy ze względu na wdrażanie strategii „jeden bank”. Chcemy bowiem jak najlepiej wykorzystać istniejący potencjał naszego segmentu detalicznego i korporacyjnego i wzmocnić efekty synergii zarówno w obszarze produktowym, jak i wspólnej sieci dystrybucji. Coraz częściej nasi klienci korporacyjni występują w kilku rolach: jako menedżerowie firm, osoby fizyczne i właściciele. Nasze podejście jest odpowiedzią na ich potrzeby. Bank w 2007 roku zamierza realizować program „Klient na pierwszym miejscu” i dzięki niemu poprawić satysfakcję klientów. Planowany jest dalszy wzrost kluczowych produktów Banku, zarówno po stronie aktywów, jak i pasywów,

wprowadzenie kredytu hipotecznego (włączając kredyt na zakup nieruchomości w budowie), pierwszego na rynku konta hipotecznego oraz rachunku oszczędnościowego, jak również nowej karty debetowej. Wierzę, że planowane działania Banku w połączeniu z dobrą koniunkturą, umocnią naszą pozycję na rynku usług finansowych.

Przekazując Państwu niniejsze sprawozdanie, pragnę podziękować pracownikom Banku za zaangażowanie i wkład włożony w umacnianie naszej pozycji. W imieniu Zarządu Banku, dziękuję Radzie Nadzorczej za udaną współpracę w minionym roku, a Klientom i Akcjonariuszom dziękuję za zaufanie, jakim nas obdarzyli.

Sławomir S. Sikora  
Prezes Zarządu Banku