

Wspieranie klientów w ambitnym rozwoju, wsparcie zielonej transformacji i wypłata dywidendy: strategia Citi Handlowy na lata 2022-2024

Zgodnie z założeniami strategii na lata 2022-2024, Citi Handlowy skoncentruje się na zapewnieniu klientom działającym na polskim rynku dostępu do wyspecjalizowanych rozwiązań finansowych i know-how z rynków globalnych. Dzięki ugruntowanej pozycji na rynku inwestycyjnym i przynależności do grupy Citi będzie wspierał klientów z międzynarodowymi potrzebami i ambicjami oraz dostarczał lokalnej ekspertyzy firmom zagranicznym inwestującym w Polsce. Bank przyjął też założenia strategii zrównoważonego rozwoju, które przewidują wspieranie klientów w zielonej transformacji oraz zobowiązują bank do redukcji własnego śladu węglowego.

Strategia zakłada funkcjonowanie dwóch segmentów biznesowych – bankowości instytucjonalnej, która generuje ok 70 proc. przychodów banku, oraz działalności detalicznej.

*„Mamy ambitne plany rozwoju naszej bankowości instytucjonalnej przez kolejne trzy lata. Będziemy wspierać firmy na drodze do sukcesu i rosnąć razem z nimi. Chcemy być instytucją pierwszego wyboru dla klientów planujących międzynarodową ekspansję oraz bankiem globalnych rozwiązań dla firm działających w kraju” - powiedziała Prezes Zarządu **Elżbieta Czetwertyńska**. „Podtrzymujemy plan kontynuacji przeznaczania co najmniej 75 proc. zysku banku na dywidendę w horyzoncie strategii. Chcemy też pozostać atrakcyjnym pracodawcą, umożliwiającym pracownikom zawodowy rozwój i tworzącym kulturę merytokracji.”*

Główne priorytety strategii to m.in. dynamiczny wzrost przychodów klientów w bankowości instytucjonalnej (+8% średniorocznie w latach 2022-2024), dzięki m.in. wykorzystaniu pozycji wiodącego banku inwestycyjnego w Polsce, zaangażowaniu w konsolidację strategicznych sektorów gospodarki, celowej akwizycji firm w Bankowości Przedsiębiorstw (firm o obrotach 15 milionów złotych do 2 miliardów złotych), upraszczaniu procesów i rewizji polityki kredytowej.

Bank zamierza pozyskać nowych klientów dzięki produktom i rozwiązaniom, które bazują na światowych rozwiązaniach najwyższej klasy i korzystają z samoobsługowych, cyfrowych procesów, opartych m.in. na biometrii. Nowe usługi wraz z dotychczas oferowanymi utworzą zautomatyzowany ekosystem wygodnej i natychmiastowej komunikacji z bankiem. Bank zaoferuje klientom pakiet usług w zakresie rozwiązań do zarządzania ryzykiem przy transformacji ESG, kontakt z globalnymi ekspertami rynków finansowych, dostarczanie rozwiązań płynnościowych w

czasie rzeczywistym czy dynamiczne rozwiązania inwestycyjne do zarządzania przepływami finansowymi o dużej zmienności.

W bankowości detalicznej Citi Handlowy planuje wzrost akwizycji klientów m.in. poprzez rozwój oferty dla klientów zamożnych, oferty ratalnej i poprzez sprzedaż kart kredytowych. W wyniku podejmowanych działań, bank planuje osiągnąć rentowność tego segmentu.

Bardzo ważnym elementem strategii banku jest wsparcie klientów w transformacji ich modeli biznesowych w kierunku zrównoważonego rozwoju, a także uwzględnienie czynników środowiskowych i społecznych w procesach decyzyjnych banku. Bank przeznaczy miliard złotych na zieloną transformację klientów, oferując im wachlarz „zielonych” rozwiązań oraz doradztwo w tym zakresie. Citi Handlowy planuje także redukcję emisji własnych gazów cieplarnianych o co najmniej 50 proc. oraz redukcję energii o co najmniej 40 proc. do końca obowiązywania nowej strategii w stosunku do 2019 roku.

Citi Handlowy od lat tworzy kulturę organizacyjną opartą o promocję i rozwój talentów oraz wspieranie różnorodności. Zgodnie z nową strategią bank w jeszcze większym stopniu wesprze mobilność pracowników w ramach globalnej struktury. W hybrydowym modelu pracy i kulturze zmiany bank zapewni szkolenia pracownikom i wprowadzi rozwiązania zwiększające komfort pracy.

Główne cele finansowe w okresie 2022-2024

- Wzrost przychodów Grupy – średniorocznie o 6 proc.
- Wzrost przychodów klientów 8 proc. średniorocznie w segmencie bankowości instytucjonalnej i 12 proc. średniorocznie w segmencie bankowości detalicznej
- ROE powyżej 12%
- Współczynnik koszty do przychodów (C/I) 49%
- Średnioroczny wzrost kosztów: 3%

Dodatkowych informacji udziela:

Marta Wałdoch, rzecznik prasowy, tel. 605 990 433

E-mail: marta.waldoch@citi.com

Zuzanna Przepiórkiewicz, specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. 667 635 432

E-mail: zuzanna.przepiorkiewicz@citi.com

Bank Handlowy w Warszawie SA to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje 6,2 tys. klientów korporacyjnych i ok. 687 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 18 oddziałów. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach.

Citi (NYSE:C) to wiodąca globalna instytucja finansowa, mająca około 200 milionów klientów w ponad 140 krajach. Poprzez swoje dwie odrębne jednostki operacyjne: Citicorp i Citi Holdings, Citi obsługuje klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych zapewniając im bogaty wachlarz produktów i usług finansowych w zakresie bankowości detalicznej, bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej, usług maklerskich i zarządzania aktywami. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citigroup.com lub www.citi.com.