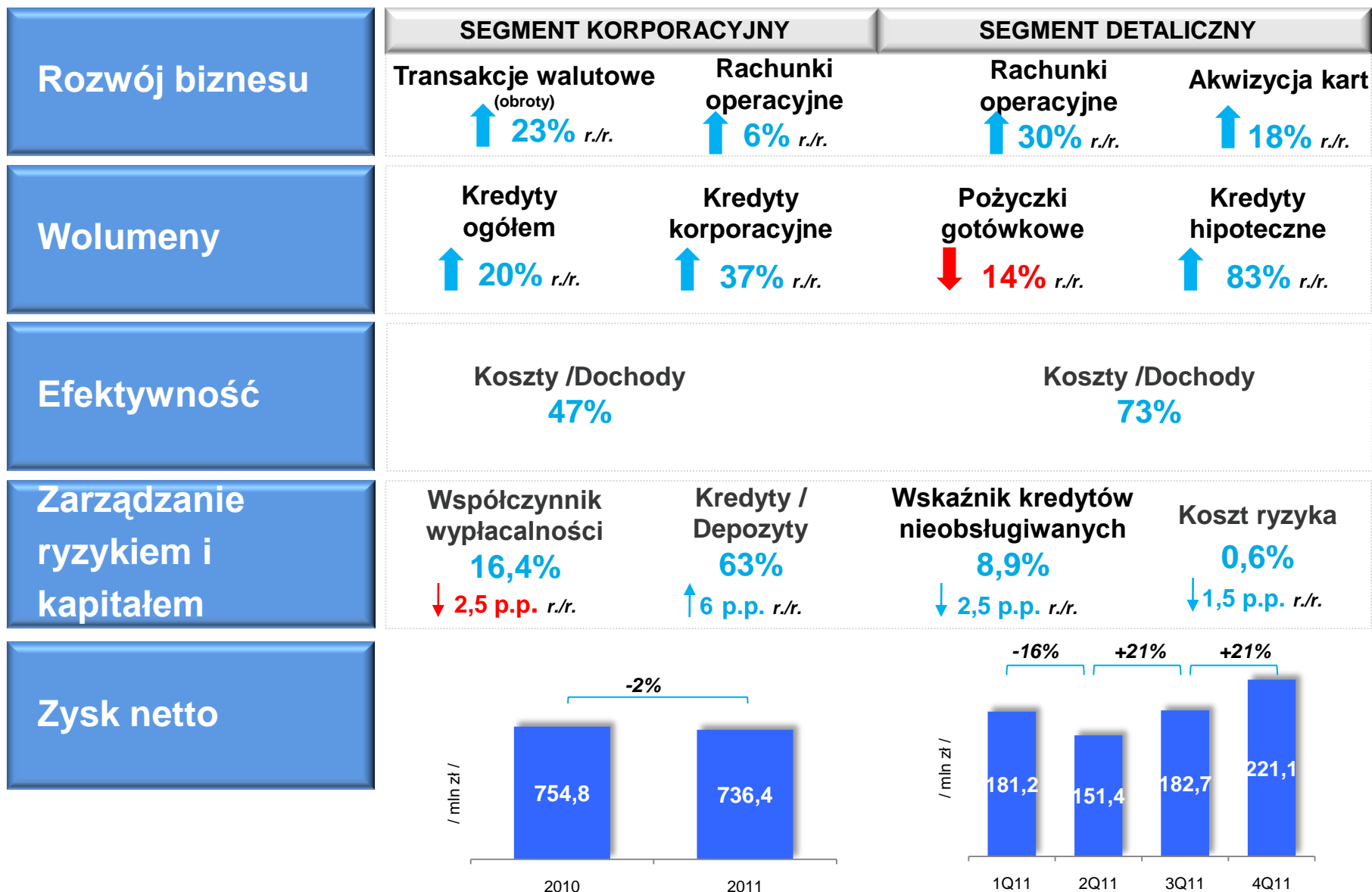


**BANK HANDLOWY W WARSZAWIE S.A.**  
Podsumowanie 2011 roku  
Kierunki Strategiczne na lata 2012-2015

---

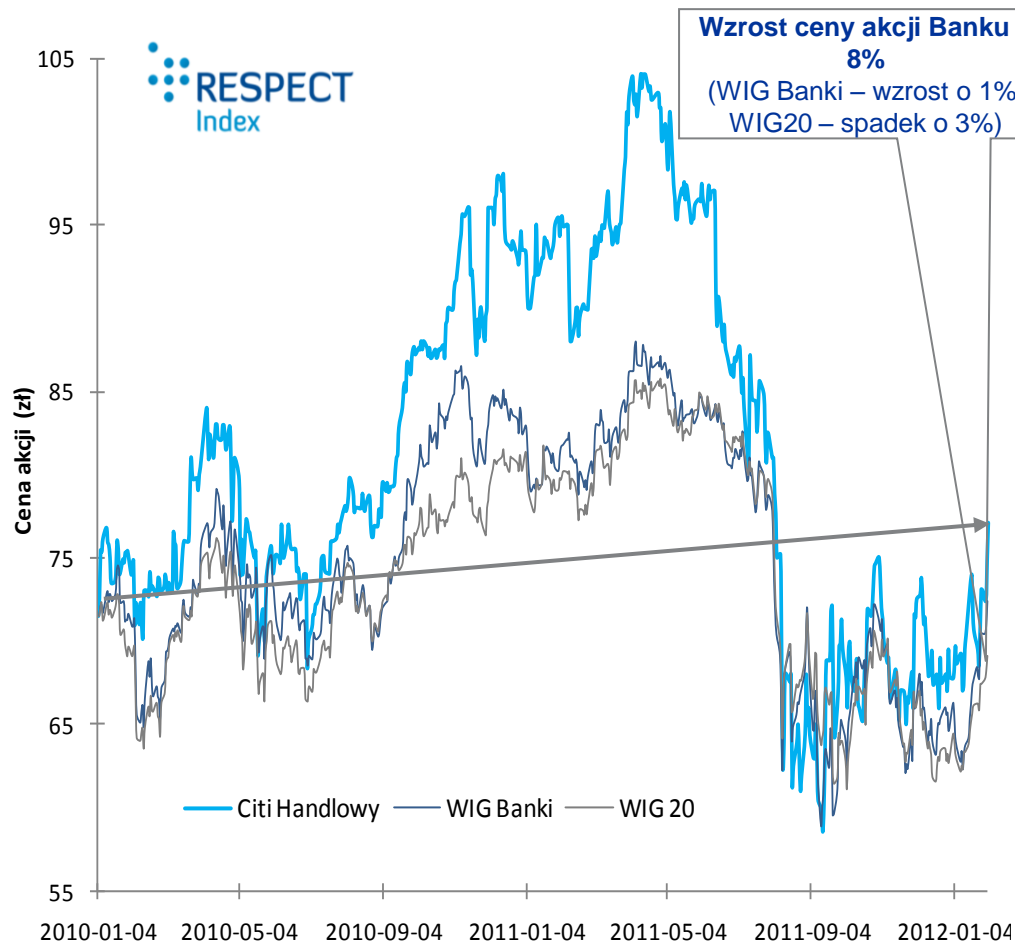
*19 marca 2012 roku*

# 2011 wyniki – podsumowanie

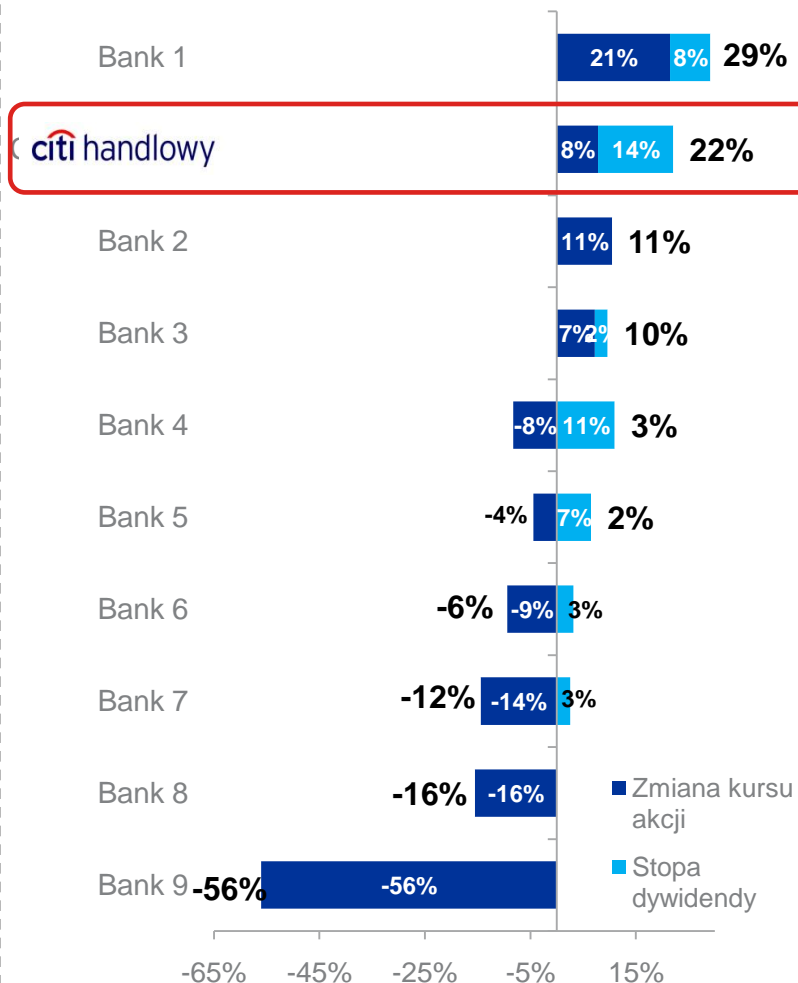


# Zmiana ceny akcji Banku od 2010 roku

Cena akcji Citi Handlowy na tle indeksu WIG-Banki i WIG20  
(netto bez uwzględnienia dywidendy)



Zwrot z inwestycji w akcje banków w latach 2010-2011



Uwaga: Zmiana kursu akcji na bazie kursu zamknięcia z dn. 1/02/2012 i z dn. 4/01/2010. Stopa dywidendy na bazie dywidendy wypłaconej w latach 2010 i 2011.

## Prognozy makroekonomiczne dla Polski

	2011	2012 P	2013 P	2014 P	2015 P
Wzrost PKB (r/r)	4.3	2.7	2.4	3.1	3.4
Konsumpcja prywatna	3.1	2.2	2.5	3.5	3.6
Inwestycje	8.7	5.6	1.0	2.7	3.0
Wskaźnik cen towarów i usług (średnia r/r)	4.3	3.7	2.6	2.5	2.5
Stopy procentowe banków centralnych	4.50	4.50	4.50	4.75	4.75
Kurs USD/PLN (średnia)	2.96	3.40	3.23	2.97	2.93
Deficyt fiskalny (% PKB)	-5.6*	-3.4	-2.4	-1.8	-1.6
Eksport (USD r/r)	15.9	-14.4	18.3	19.4	16.8
Import (USD r/r)	16.3	-16.3	20.3	21.5	16.2
Bezrobocie	12.5	13.2	11.9	10.8	10.4
Kredyty osób prywatnych (r/r)	11.8	5.2	6.9	7.2	7.6
Kredyty konsumpcyjne (r/r)	-2.3	0.9	5.8	5.8	6.0
Kredyty mieszkaniowe (r/r)	19.2	7.0	7.4	7.8	8.2
Kredyty przedsiębiorstw (r/r)	18.5	4.3	3.9	6.0	7.6
Depozyty osób prywatnych (r/r)	13.9	7.7	10.4	10.6	10.9
Depozyty przedsiębiorstw (r/r)	12.2	8.4	8.7	8.8	9.1
Kredyty/Depozyty (%)	115	112	109	106	104

- Kryzys zadłużenia w strefie euro przyczyną pogorszenia się perspektyw wzrostu PKB w porównaniu ze wzrostem odnotowanym w 2011
- Obniżenie aktywności na rynku pracy i słabszy wzrost popytu konsumpcyjnego
- Niepewność dotycząca skali wyhamowania inwestycji w najbliższych kwartałach
- Zmiany regulacyjne (*negatywny wpływ Rekomendacji T na wolumeny kredytów konsumpcyjnych w sektorze*)

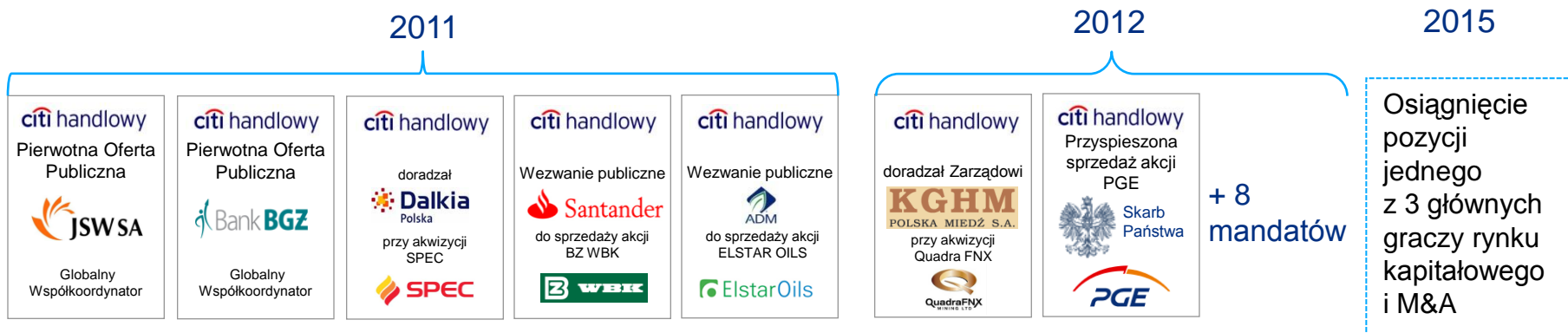
# Strategiczne Kierunki na lata 2012-2015

Segmentacja klientów	<ul style="list-style-type: none"><li>• Segmentacja dostosowana do potrzeb klientów i zakresu ich współpracy z Bankiem</li></ul>	
Model biznesowy	<b>SEGMENT DETALICZNY</b>	<b>SEGMENT KORPORACYJNY</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oparcie sieci placówek na dużych aglomeracjach miejskich i zdalnych kanałach dystrybucji</li><li>• Koncentracja na segmencie klientów "affluent"</li><li>• Karta kredytowa</li><li>• Rachunek operacyjny</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Udział w znaczących transakcjach na rynku</li><li>• Emerging Market Champions (w kraju i zagranicą)</li><li>• Pozyskiwanie nowych klientów w obszarze małych i średnich przedsiębiorstw</li><li>• Rachunek operacyjny</li></ul>
Jakość & Innowacje	<ul style="list-style-type: none"><li>• Najwyższe standardy jakości – dalsza poprawa wskaźnika satysfakcji klientów (NPS &gt;30% w 2015 r.)</li><li>• Przełomowe innowacje</li></ul>	
Efektywność	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zintensyfikowanie działań mających na celu zwiększenie efektywności w bankowości detalicznej: optymalizacja sieci oddziałów, reorganizacja modelu dystrybucji</li><li>• Wskaźnik Koszty/ dochody na poziomie około 50%</li></ul>	

# Strategiczne Kierunki na lata 2012-2015 – rynki pieniężne i kapitałowe

Rosnący udział w polskim rynku inwestycyjnym możliwy dzięki efektywnemu wykorzystaniu globalnego charakteru Citi, eksperckiej wiedzy Citi Handlowy i silnej pozycji DMBH na rynku lokalnym

Kluczowe transakcje zrealizowane przez DMBH i Bankowość Inwestycyjną w 2011 i 2012 roku



**Pozycja  
rynkowa**

Dom Maklerski

**# 1**

**11,1%**

Udział w obrotach akcjami na rynku wtórnym w 2011 roku

2011 Euromoney FX Poll  
Obroty walutowe z klientami korporacyjnymi

**# 1**

I miejsce w rankingu prestiżowego magazynu „Euromoney” w 2011 roku

# Strategiczne Kierunki na lata 2012-2015 – Bankowość Detaliczna

Zwiększenie **efektywności** i **wzrost** poprzez:

- Koncentrację na **segmencie klientów zamożnych (affluent & emerging affluent)** w zakresie produktów depozytowych
- Kontynuację fizycznej obecności w obrębie największych aglomeracji oraz zwiększone inwestycje w rozwój **zdalnych platform dostępu**

## Priorytet

## Działania

**Koncentracja na efektywności i modelu biznesowym** – optymalizacja struktury kosztowej i możliwości wzrostu przychodów z **wysoce dochodowych produktów** i segmentów

### A) Dostosowanie modelu biznesowego, struktury organizacyjnej i procesów

- Kontynuacja wzrostu rachunków operacyjnych
- Dalszy rozwój zdanych kanałów dostępu

### B) Optymalizacja sieci placówek (udział w wynikach Bankowości Detalicznej w 2011 r.: depozyty 7%, kredyty 35%, zysk brutto 17%)

# Najwyższe standardy jakościowe

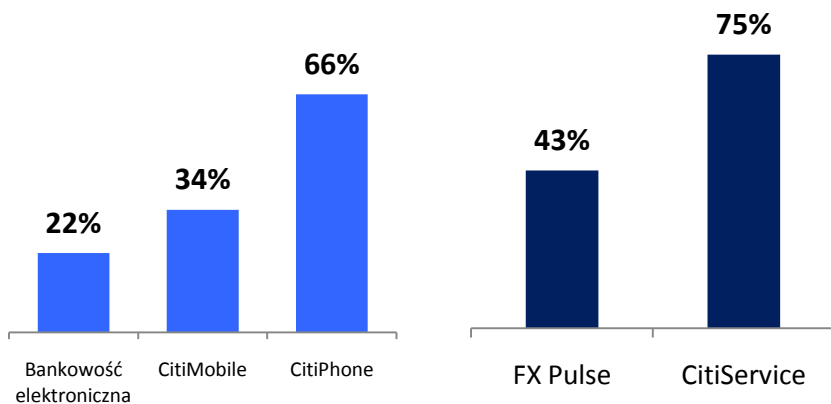
Cel strategiczny:

- Wskaźnik **NPS** dla całego Banku **>30%**

## Kanały zdalne

SEGMENT DETALICZNY

SEGMENT KORPORACYJNY



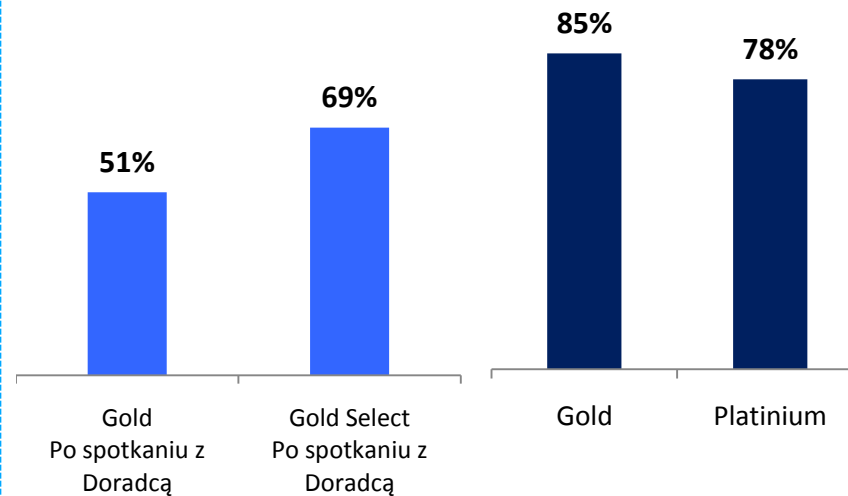
Wyniki NPS  
2011

Wyniki NPS  
2011

## Kluczowe segmenty klientów

SEGMENT DETALICZNY

SEGMENT KORPORACYJNY



Wyniki NPS  
2011

Satisfakcja ze współpracy  
z Doradcą Bankowym  
2011



## CitiFX Pulse



- Ponad 4 tys. aktywnych użytkowników
- Nagroda The Banker 2011

## Citi Mobile



- 64 tys. użytkowników
- FotoKasa – unikatowe rozwiązanie na rynku
- 3 miejsce w rankingu Newsweek

## Karta miejska / Nowe karty kredytowe



- 36 tys. Kart Citibank MasterCard World®, 27 tys. kart miejskich, 6 tys. kart WizzAir
- Nagroda Europrodukt dla Karty Citibank MasterCard World®.

## Uznanie na rynku

18 nagród za wprowadzone innowacje w 2011 r. w tym 4 międzynarodowe

