

Drodzy Akcjonariusze!

Rok 2010 był dla Citigroup rokiem przełomowym. Zrealizowaliśmy nasz zasadniczy cel - Citi odzyskało trwałą rentowność generując zysk w każdym kwartale minionego roku. Zysk za cały rok wyniósł 10,6 miliarda dolarów, natomiast zysk z podstawowych obszarów działalności, które stanowią przyszłość Citigroup, osiągnął 14,9 miliarda dolarów. Rząd amerykański sprzedał swoje akcje w Citigroup, zarabiając na całej inwestycji dokonanej na rzecz podatników ponad 12 miliardów dolarów. Ku zaskoczeniu wszystkich, zrobiliśmy wielki krok naprzód w kierunku redukcji sumy bilansowej Citi Holdings; na koniec roku Holdings stanowiły mniej niż 20% naszego bilansu. Pozyskaliśmy najbardziej utalentowanych pracowników, w tym nowych szefów Bankowości detalicznej i Operacji kartowych w USA. A co najważniejsze, wprowadziliśmy strukturę i przyjęliśmy strategię, które w naszym przekonaniu nie tylko umożliwią nam rozwój, ale również pozwolą na odzyskanie przez naszą firmę pozycji wiodącego międzynarodowego banku na świecie.

Na rynku pojawia się wiele trendów na wielką skalę, które zmieniają kształt branży usług finansowych. Citigroup, jako jedyny naprawdę globalny bank w Ameryce, posiada najlepsze predyspozycje ze wszystkich banków na świecie, aby czerpać korzyści z tych trendów generując wartość dla swoich klientów i akcjonariuszy. Nasza firma odziedziczyła znakomite fundamenty. Dzięki zdolnościom przewidywania tych, którzy stali na czele tego banku jeszcze zanim wielu z nas przyszło na świat, nasza firma utrzymuje niezrównaną obecność w ponad 100 krajach i jednostkach administracyjnych świata, a prowadzi działalność w kolejnych 60. Tak silne fundamenty dają nam przewagę już na starcie. A my pracujemy wytrwale, aby budować na nich Citi. Robimy to w sposób, któremu nie są w stanie sprostać nasi potencjalni konkurenci – ponieważ nie mają naszej historii, naszych unikalnych zasobów, ani naszej globalnej obecności.

Wyniki za rok 2010

Zanim przejdę do szczegółowego omówienia naszej strategii i priorytetów działania, krótko omówię wyniki za poprzedni rok. Jeszcze rok temu nikt nie mógł przewidzieć, że Citi uda się wygenerować zysk w każdym kwartale 2010 r. i ogłosić kilkunastomiliardowy zysk za cały rok. Jednak właśnie to nam się udało.



Vikram S. Pandit
CEO

Citi osiągnęło zysk w wysokości 10,6 miliarda dolarów za rok 2010, czyli 0,35 dolara na akcję. To ogromny wzrost w stosunku do straty netto 1,6 miliarda dolarów, czyli 0,80 dolara na akcję, odnotowanej w 2009 r. Z kolei wpływy nieco spadły – do 86,6 miliarda dolarów w 2010 r. w porównaniu z 91,1 miliarda dolarów w roku 2009. Głównie spadek ten można przypisać dalszemu zmniejszaniu Citi Holdings, zarówno wartości bezwzględnej, jak i procentowego udziału w naszym bilansie.

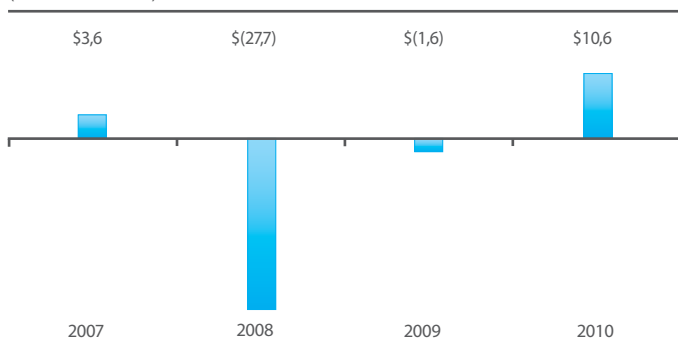
W zakresie naszych podstawowych obszarów działalności w Citicorp wypracowaliśmy zysk w wysokości 14,9 miliarda dolarów z wpływów wynoszących 65,6 miliarda dolarów – co oznacza lekki spadek i odzwierciedla wyjątkowo solidne wyniki obszaru Papierów wartościowych i bankowości w roku poprzednim. Nasza Bankowość detaliczna w regionach oraz Bankowość transakcyjna (GTS) również odnotowały solidny wzrost wpływów. Szczególnie nasze oddziały w rejonie Azji i Pacyfiku oraz Ameryki Łacińskiej doświadczyły dalszego wzrostu, a międzynarodowa Bankowość detaliczna jest w tej dziedzinie liderem, z 9% wzrostem wpływów i dochodem netto sięgającym 4,2 miliarda dolarów. Ogólnie, 59% wpływów Citicorp zostało wygenerowanych z działalności międzynarodowej – co jest wyraźnym dowodem siły naszej globalnej marki. Naszemu silnemu skoncentrowaniu na Citicorp towarzyszyła racjonalna, z ekonomicznego punktu widzenia, redukcja struktur Citi Holdings. W wyniku szeregu istotnych działań, w tym sprzedaży Student Loan Corporation i większości Primerica, zmniejszyliśmy aktywa Citi Holdings o 128 miliardów dolarów. To o ponad połowę większy spadek w

porównaniu z 2008 r. Obecnie zasoby te wynoszą 359 miliardów dolarów. Ponadto, straty netto Citi Holdings za ubiegły rok spadły o ponad połowę, z 8,9 miliarda dolarów w roku 2009 do 4,2 miliarda dolarów w ostatnim roku.

Odpisy na straty kredytowe również odnotowały proporcjonalny spadek - o 25,7 miliarda dolarów, czyli 50%, do 26 miliardów dolarów. Łączne koszty Citigroup wyniosły 47,4 miliarda dolarów, co oznacza spadek o 447 milionów dolarów, czyli o 1% w porównaniu z rokiem 2009 - mimo iż nadal inwestujemy w naszych pracowników, technologie, nowe produkty, pozyskiwanie klientów i rozszerzanie sieci dystrybucji oraz inne ważne potrzeby. Dzięki takiemu podejściu, mamy ludzi i wszelkie zasoby, które umożliwiają nam spełnianie oczekiwań naszych klientów przez kolejne dekady tego stulecia.

Dochód netto Citigroup

(w miliardach USD)



Nasze rezerwy kapitałowe nadal utrzymują się wśród największych w branży. Współczynnik kapitału klasy 1 wzrósł z 9,6% do 10,8% w ciągu ostatniego roku. Nasze rezerwy na straty kredytowe wynoszą 40,7 miliarda dolarów, tj. 6,3% bilansu naszych kredytów. Innymi słowami, nasze wyniki są solidne. Wiem, że dla akcjonariuszy szczególne znaczenie ma zwrot z kapitału. Więcej na temat tego wyniku będziemy mogli powiedzieć, kiedy jaśniejszy stanie się wpływ, jaki odniosą nowe przepisy. Na razie koncentrujemy się na zapewnianiu dobrego zwrotu z aktywów. Po tym, kiedy udało nam się odzyskać trwałą rentowność, obecnie staramy się wypracować trwałą, odpowiedzialny wzrost. A oto jak chcemy to osiągnąć.

Aktualne trendy

Naszym kluczowym celem doraźnym jest dalsze dopasowywanie działań naszego banku do głównych trendów, które w naszym przekonaniu określają kształt branży finansowej.

1) Rozwój bankowości detalicznej i obrotu papierami na rynkach wschodzących: Rozwój rynków wschodzących nie jest niczym nowym, ale tradycyjne spojrzenie nie nadąża za bieżącymi realiami. Podstawowe fakty są dobrze znane. Rynki wschodzące nadal rozwijają się szybciej niż kraje rozwinięte, czasem nawet wielokrotnie szybciej.

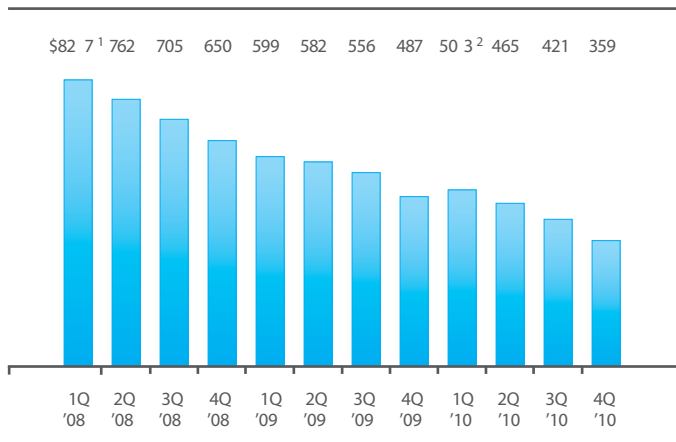
Ponadto istnieją dwa głębsze czynniki, które napędzają ten szeroki trend. Pierwszy to powstanie bazy konsumentów na rynkach wschodzących i jej siła w napędzaniu globalnego rozwoju. Przewiduje się, że w ciągu następnej dekady, w samych Indiach i Chinach, do klasy średniej wejdzie 300 milionów rodzin. W ostatnim roku szeregi klasy średniej na rynkach wschodzących zasililo 70 milionów osób. Według jednej z prognoz, do 2020 r. trzy czwarte przyrostu wydatków konsumentów będzie miało miejsce właśnie na rynkach wschodzących. Jeżeli to prawda, w tym samym roku wydatki konsumentów w Azji przekroczą wydatki w Ameryce Północnej i Azja stanie się największym blokiem konsumentów świata.

Kolejnym znaczącym czynnikiem jest ogromny wzrost handlu i przepływu kapitału pomiędzy rynkami wschodzącymi. Udział rynków wschodzących w handlu globalnym wzrósł z 21% w roku 1995 do 35% w roku 2009; rośnie on nieco szybciej niż udział tych rynków w globalnej gospodarce. Dzisiaj przepływy pomiędzy rynkami wschodzącymi to mniej niż 15% handlu światowego, ale rosną one gwałtownie – z 6% handlu światowego w roku 1995 do 13% w roku 2009. A jednocześnie udział krajów rozwiniętych w handlu światowym spadł z 79% do 65% w tym samym okresie.

Działają tu trzy wzajemnie powiązane czynniki: zwiększenie urbanizacji, ogromne potrzeby inwestycyjne i rola państwowych funduszy inwestycyjnych. Każdego dnia około 1,5 miliona osób przeprowadza się do miast. Prawie całość tej migracji odbywa się na rynkach wschodzących. Ta urbanizacja już teraz tworzy nowe zapotrzebowanie na usługi finansowe oraz powoduje ogromne potrzeby inwestycji w infrastrukturę - drogi, transport publiczny, sieci energetyczne i telekomunikacyjne. Według niektórych ocen, modernizacja przestarzałej infrastruktury na rynkach rozwiniętych i

zaspokojenie potrzeb urbanizacji na rynkach wschodzących będzie pochłaniać każdego roku do 3 bilionów dolarów. Takie inwestycje stworzą zapotrzebowanie na rozwój rynków kapitałowych w tych krajach, w tym na aktywne rynki papierów wartościowych wspierające spodziewany wzrost.

Aktywa Citi Holdings (w miliardach USD)



¹Kwartał szczytowy

²Przyjęcie SFAS 166/167 zwiększyło bilans o \$43 miliardy z dniem 1 stycznia 2010 r.

Państwowe fundusze inwestycyjne dysponują obecnie łącznie 4 bilionami dolarów; należy oczekiwać ich dalszego wzrostu, przy pogłębianiu się braku równowagi rachunków bieżących pomiędzy krajami i nadwyżkach bilansu handlowego wielu krajów Azji i Bliskiego Wschodu. Fundusze te mają ogromne i szybko rosnące potrzeby solidnego inwestowania swoich zasobów. Dlatego też będą zapewne odgrywać ważną rolę w wyrównywaniu niedostatków kapitału inwestycyjnego powstałych wskutek przeznaczania rosnących środków kapitałowych na infrastrukturę.

2) Reforma przepisów: Obecnie mamy do czynienia ze zmianą przepisów, jednak nie wiemy jeszcze dokładnie, jaka będzie ich ostateczna forma. Wiele zasad wymaganych w ustawie Dodd-Frank jest w trakcie opracowywania, podobnie jest z regulacjami wynikającymi z Bazylei 3. Popieramy obie te reformy. Ustawa Dodd-Frank nakłada dodatkowe koszty, ale może również tworzyć możliwości rozwoju nowych, zyskownych modeli działalności. Powinniśmy sprostać nowym wymogom kapitałowym i płynności na długo przed wejściem w życie Bazylei 3.

Niezależnie od nadchodzących zmian, są pewne wyraźne kwestie, które określą przyszłość i zasady Citi. Klienci cenić będą instytucje praktykujące zasady, które nazywamy Polityką Odpowiedzialnych Finansów. Oznacza to działanie zgodne z interesami naszych klientów i poczuciem odpowiedzialności za system. Polityka Odpowiedzialnych Finansów oznacza również wspieranie realnej gospodarki i jej trendów rozwojowych. W mniejszym stopniu dotyczy to ekonomii, a w większym zachowań. Branża usług finansowych odgrywa kluczową rolę w zwiększaniu możliwości

rozwoju gospodarczego i dobrobytu. Musimy więc być stale rzecznikami szeroko rozumianego wzrostu jako jednego z głównych priorytetów.

3) Zmiany upodobań klientów: Obecnie dorasta i zaczyna korzystać z usług finansowych nowe pokolenie - ludzie świadomi globalnie i zaznajomieni z techniką. Globalizacja w pewnym stopniu ujednoliciła gusta konsumentów, ich nawyki nabywcze i oczekiwania - dziś ludzie mieszkający w największych, najnowocześniejszych miastach świata są bardziej podobni do siebie niż kiedykolwiek przedtem. Tacy klienci mają inne - wyższe - oczekiwania wobec firm, niż ich rodzice. Oczekiwania pod adresem firm, oferujących technologie informatyczne będą szczególnie wysokie: klienci przywykli do natychmiastowego, szybkiego, niezawodnego, stałego dostępu do bogactwa danych. Ponadto klienci w różnych sytuacjach i na różnych rynkach coraz bardziej oczekują produktów i usług spełniających ich konkretne potrzeby.

Spełnianie - i wyprzedzanie - tych oczekiwań będzie wymagało zmian w modelu globalnej bankowości detalicznej, i będą one równie ważne, jak zmiany wymuszone nowymi przepisami. Największe wyzwanie stanowią nowe technologie i sieci społecznościowe. Ponad 750 milionów ludzi na całym świecie korzysta obecnie z witryn społecznościowych, które radykalnie zmieniają sposób komunikacji klientów - pomiędzy sobą, jak i z firmami. Zwykła wiadomość staje się dziś interaktywna i przekształca się w toczące się dialogi. Branże i firmy, które dobrze radzą sobie w tym nowym środowisku, zaprzęgają technologie sieci społecznościowych do indywidualizowania usług i tworzenia wirtualnych społeczności online.

Mówiąc krótko, klienci na całym świecie zwiększają swoją wiedzę i wyrafinowanie. I musimy wziąć to pod uwagę.

4) Postępy technologii: Gwałtowne postępy technologii w kilku następnych latach zmienią naszą branżę bardziej, niż wynikałoby to z samej zmiany upodobań klientów. Przrostowy koszt pamięci komputerowej już w tej chwili jest bliski zera. Koszt przetwarzania danych również zbliża się do zera. Rozwój szybkich łączy internetowych poprawia dostęp do sieci i prędkość przetwarzania danych. Przetwarzanie w chmurze znacząco zwiększy zdolność przechowywania i obróbki danych.

Pozytywy zmniejszenia kosztów i poprawa wydajności są oczywiste - nie tylko w branży bankowości detalicznej. W bankowości instytucjonalnej wolumeny będą rosły wraz ze spadkiem marży kosztów przetwarzania transakcji giełdowych. Ponadto, wygoda i wydajność technologii wywołują nowe wyzwania w dziedzinie zabezpieczeń, którym banki muszą sprostać.

5) Ogromne rzesze ludzi bez dostępu do banków: Globalny rozwój klasy średniej będzie motorem wzrostu gospodarczego i zapotrzebowania na usługi bankowe; obecnie około 2,5 miliarda osób na świecie nie korzysta z banków i nie ma dostępu do podstawowych usług finansowych. Znaczna ich część mieszka w krajach rozwijają-

cyh się, ale też istnieje potrzeba zwiększenia dostępu do usług finansowych w krajach rozwiniętych. Na przykład w Stanach Zjednoczonych około 8% rodzin nie ma rachunków bankowych – a liczba ta może wzrosnąć po niedawnych zmianach przepisów. Korzyści społeczne i gospodarcze wychodzenia naprzeciw „ludziom bez banku” są ogromne: większe bezpieczeństwo finansowe i możliwości gospodarcze dla osób o niskich dochodach oraz rozwój rynków i wzrost liczby osób zamożnych na całym świecie.

Politycy próbowali zająć się tym problemem, ale nie znaleźli jeszcze funkcjonującego w różnych skalach modelu umożliwiania dostępu do usług finansowych dla najuboższych i odizolowanych społeczności. Obiecujące wydają się telefony komórkowe, wykorzystywane do łatwego dokonywania płatności i dostępu do usług banków przez osoby obecnie niekorzystające z banków.

W jaki sposób nasza firma wpisuje się w bieżące trendy

Mówiąc ogólnie, Citi jest bankiem najlepiej na świecie przygotowanym do czerpania korzyści z aktualnych trendów.

Znacząca, globalna obecność Citi i rozległość naszych sieci nie mają równych w branży finansów. Rozwinęliśmy głębokie, wieloletnie relacje na każdym rynku, gdzie działamy. Możemy zapewniać fundusze i kredyty na projekty z lokalnych depozytów i inwestycji. Nasza długotrwała obecność umożliwiła nam zdobycie ogromnej lokalnej wiedzy i rozeznania.

Ponadto łączymy świat nie tylko poprzez wiedzę i relacje, lecz również naszą globalną sieć płatności, zwiększając efektywność i możliwości dostępu dla naszych klientów. Usługi te umożliwiają nam odgrywanie znaczącej roli w globalnym handlu, rozwijanie rozległych i głębokich relacji z firmami, władzami i inwestorami instytucjonalnymi na całym świecie. Citi obsługuje nie mniej niż 85% światowych firm z listy Fortune 1000.

Bogata oferta produktów Citi jest zharmonizowana z podstawami naszej strategii, bycia globalnym bankiem dla klientów i instytucji z całego świata. Nasza koncentracja na klientach i nacisk na Politykę Odpowiedzialności Finansowej zgodne są z nowo wprowadzonymi i wciąż opracowywanymi przepisami. Jesteśmy liderami w większości kategorii naszych produktów dla klientów instytucjonalnych i detalicznych. Citi szczyci się ponadto długą historią innowacji, co obejmuje pionierską rolę w rozpowszechnieniu bankomatów.

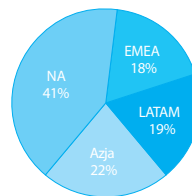
Nasza globalna marka i zakres oferty produktowej dają nam unikatową pozycję w branży i przyciągają najbardziej utalentowanych pracowników na całym świecie. Najlepsi wiedzą, że kariera u nas stwarza większe możliwości dalszego wzrostu i rozwoju.

Nasza marka, o prawie 200-letniej historii, należy do najsilniejszych na świecie. Przetrwiała ona wyjątkowo dobrze kryzys finansowy i nadal dominuje na wielu rynkach wschodzących, gdzie oczekuje się najszybszego wzrostu w nadchodzących latach.

Wpływy Citicorp

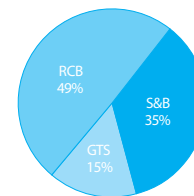
Wpływy w 2010 r.: \$65,6 miliarda

Według regionów



NA — Ameryka Północna
EMEA — Europa, Bliski Wschód i Afryka
LATAM — Ameryka Łacińska

Według typów działalności



RCB — Regionalna bankowość detaliczna
S&B — Papiery wartościowe i bankowość
GTS — Globalna obsługa transakcji

Uwaga: Suma może być różna od 100% z powodu zaokrągleń

Kiedy patrzymy na te trendy z perspektywy naszych trzech kluczowych obszarów działalności – Papiery wartościowe i bankowość, GTS i GCG – nasza przewaga staje się oczywista.

W obszarze Papierów wartościowych i bankowości dążymy do wykorzystania globalnej sieci do zbudowania głębokich, trwałych relacji z 5000 priorytetowych klientów na całym świecie w sektorach korporacji, finansów publicznych i rynków finansowych. W naszym przekonaniu klienci ci niosą ze sobą najbardziej skoncentrowany potencjał bieżący i przyszły. Zaprzęgamy nasz kapitał do pracy na rzecz tych klientów i wypracowujemy znaczny wpływ z obrotu giełdowego, transakcji walutowych, doradztwa i innych usług. Pracujemy ponadto nad zarządzaniem ryzykiem, funkcjami operacyjnymi i technologicznymi i uczynieniem z nich źródła przewagi konkurencyjnej.

W obszarze GTS wykorzystujemy naszą sieć globalną, platformy technologiczne i znajomość branży do pogłębienia relacji z priorytetowymi klientami poprzez dwie ważne dziedziny naszej działalności: rozwiązania w zakresie Skarbcza i handlu, jak również Papierów wartościowych i Funduszy. GTS przynosi Citi bardzo stabilne dochody przy stosunkowo niskiej kapitałochłonności. Jest to jedna z najatrakcyjniejszych dziedzin działalności w naszej branży.

W obszarze GCG realizujemy strategię przyciągania zamożnych klientów w najważniejszych 150 miastach świata. Prawie połowę przychodów z bankowości detalicznej w roku 2010 uzyskaliśmy na rynkach wschodzących, gdzie marże są wyższe, a perspektywy rozwoju większe. Będziemy nadal inwestować w zwiększenie liczby i jakości oddziałów na priorytetowych rynkach miejskich, a także pracować nad „skalą percepcji” poprzez nowatorskie kanały dystrybucji i produkty oraz cyfrowe platformy bankowości dla poprawy efektywności i dostępności usług. Jesteśmy bankiem z wyboru dla klientów indywidualnych myślących globalnie i staramy się zdobyć tę samą pozycję wśród małych i średnich firm handlowych szukających wsparcia na rynkach międzynarodowych.

Powyższe trzy obszary działalności zachodzą na siebie na wiele sposobów tworząc synergie, które znacznie usprawniają obsługę klienta i poprawiają nasze wyniki. Nasz cel – i oczekiwanie – to

uzyskiwanie połowy naszych przychodów z rynków wschodzących i połowy z krajów rozwiniętych, jak również zrównoważenie mieszanki tych trzech kluczowych dziedzin działalności.

Kluczowe priorytety do realizacji

Określiliśmy osiem priorytetów do realizacji w roku 2011 i następujących:

1) Zwiększenie udziału w przepływie gotówkowym na rynkach wschodzących, co obejmuje przepływy i obroty kapitałowe. W roku 2010 skupiliśmy się na zwiększeniu udziału w obsłudze obrotów kapitałowych i przepływów z i na rynki wschodzące, a przede wszystkim, między nimi. Plany obejmują poprawę modeli pokrycia segmentów klientów, dodawanie i przemieszczanie kluczowych osób na kluczowe rynki i w ich obrębie, inwestycje w infrastrukturę, tworzenie treści zapewniających unikatowe wejścia w rynki wschodzące i udostępnienie większej ilości kapitału klientom na rynkach priorytetowych.

2) Uzyskanie pozycji cyfrowego banku świata. Klienci doceniają sposób, w jaki technologia upraszcza i usprawnia tak wiele aspektów ich życia; coraz częściej domagają się tego samego od usług finansowych. Wierzymy, że nasza globalna obecność i kultura innowacji stanowią świetną odskocznnię do zwycięstwa w przestrzeni wirtualnej. Trendy cyfrowe będą miały również znaczący wpływ na naszą bankowość instytucjonalną, np. poprawę wydajności pracy, bardziej dynamiczne podejście do obrotu papierami wartościowymi i lepsze sposoby obsługi klientów. Będziemy też pracować nad dziedzinami operacji i technologii, co obejmie poprawę jakości danych do najlepszych w klasie, stworzenie globalnej platformy bankowości detalicznej, rozszerzenie kluczowych możliwości obrotu papierami wartościowymi, wprowadzenie następnej generacji podstawowych systemów w celu stałej poprawy usług i wydajności pracy.

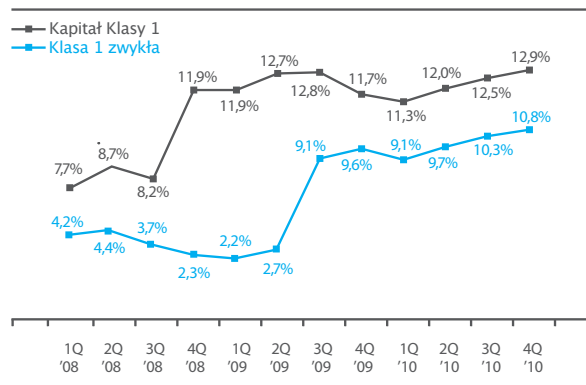
3) Poprawa bankowości detalicznej w USA i zapewnienie znakomitych doznań naszym klientom. W ostatnim roku ogłosiliśmy nową strategię odnowy naszej bankowości detalicznej w USA. Inwestujemy znaczne sumy w ludzi, technologię i sieć oddziałów, aby zapewnić naszym klientom niezrównaną obsługę.

4) Bycie najlepszym źródłem pomysłów i wartości merytorycznej w branży. Znaczące wartości przekazuje się poprzez pomysły. Chcemy być najlepsi w przekazywaniu dogłębnego wejścia i analizy swoim klientom. Pragniemy wykorzystać naszą globalną obecność i fachowość, w tym naszą ogromną przewagę w dziedzinie informacji, aby pobudzić świeże podejście do tematów i stworzyć najlepszą wartość merytoryczną w branży. Żadna instytucja finansowa nie wie więcej od nas o rynkach globalnych. Nasze wyzwanie leży w wykorzystaniu tej wiedzy i sprawieniu, aby przyniosła korzyść naszym klientom.

5) Zapewnienie najwyższej klasy funkcji bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej. Naszym celem jest, aby żadna większa korporacja, organ władzy, ani instytucja na świecie nie podejmowały znaczących decyzji finansowych bez skonsultowania się z Citi. Wymaga to pozyskiwania najlepszych talentów, najlepszych pomysłów i włączenia ich w globalną ofertę dla klientów.

6) Zbliżenie do naszych klientów. Globalna marka Citi daje nam ogromną przewagę. Stale inwestujemy w naszą markę i poszukiwanie najlepszych sposobów zbliżenia się do naszych klientów. Wprowadziliśmy wszędzie rygorystyczną metodologię „Promotorów

Citigroup — Podstawowe wskaźniki kapitałowe



Uwaga: Wprowadzenie SFAS 166/167 w 1. kw. 2010 zmniejszyło współczynniki Klasy 1 zwykłej i Kapitału Klasy 1 odpowiednio o 138 i 141 punktów.

netto"

w celu pomiaru zadowolenia klienta i szczegółowego poznania cech i potrzeb klientów. Rozwijamy naszą obecność wirtualną i w mediach społecznościowych – kanałach, które znacząco zbliżają do klienta i pomagają nam zrozumieć, czego klienci oczekują od banku.

7) Pozyskiwanie, rozwijanie i utrzymywanie najbardziej utalentowanych pracowników. W tej dziedzinie mamy kolejną naturalną przewagę. Globalna obecność Citi, długa historia, powszechnie znana marka, rozległość i głębokość relacji oraz szeroka gama produktów oferują pracownikom – obecnym i potencjalnym – niezrównaną możliwość szlifowania umiejętności, poznawania nowych rynków i pracowania w rozmaitych obszarach branży. Największe talenty branży wiedzą o tym i chętnie podejmują pracę dla nas. Będziemy rozwijać tę przewagę oferując możliwości światowej klasy nauki i rozwoju wspierające pracowników na ich aktualnych stanowiskach i przygotowujące ich do przyszłych ról. Poświęcamy wiele wysiłków rekrutacji na uniwersytetach; dzielimy się najlepszym, co Citi ma do zaoferowania, licząc na zainteresowanie i zaangażowanie najzdolniejszych młodych ludzi z całego świata. Kształcimy przyszłych liderów, rozwijamy talenty na każdym

szczeblu kariery w celu realizacji naszej strategii i promowania przyszłego rozwoju. Fundamenty, które kładziemy dzisiaj, pomogą nam zachować naszą przewagę na wiele lat.

8) Promowanie inkluzji finansowej. Misja każdej instytucji finansowej powinna obejmować promowanie inkluzji usług finansowych – i tak jest w naszym przypadku. Fundacja Citi tworzy związki partnerskie i wspiera organizacje non-profit, które pracują nad zbliżeniem usług finansowych do 2,5 miliarda osób nie korzystających z usług banków. Ponadto promujemy inkluzywność usług finansowych w różnych dziedzinach naszej działalności, poprzez rozmaite inicjatywy non-profit. Poświęcimy więcej czasu i środków na opracowanie strategii i realizację planów, które uczynią z nas wiodącego lidera inkluzji usług finansowych.

Jesteśmy w trakcie uruchamiania starannie zaplanowanych inwestycji długoterminowych dla wsparcia tych priorytetów – i przyciągania nowych klientów, zapewniania wyjątkowej obsługi, pogłębiania relacji z klientami, tworzenia nowych, innowacyjnych produktów i usług. Inwestycje te obejmują nowe oddziały, bankomaty i bankierów osobistych w priorytetowych miastach całego świata. Uaktualniamy nasze platformy technologiczne w bankowości detalicznej i instytucjonalnej, aby poprawić satysfakcję klienta i zwiększyć wydajność pracy. Zatrudniamy bankierów korporacyjnych, inwestycyjnych i prywatnych, aby pomóc klientom wykorzystać nowe możliwości. W dziedzinie GTS wchodzimy na nowe rynki i tworzymy nowe produkty. Inwestujemy w naszych ludzi w całej firmie wprowadzając nowe możliwości szkolenia i programy rozwoju. Także zwiększamy nakłady na marketing na całym świecie.

Niektóre z tych inwestycji będą wymagały nakładów z góry, a korzyści będą widoczne dopiero po pewnym czasie. Będziemy też mieć nowe koszty spełniania wymogów regulacyjnych. Niektóre z tych kosztów pokryjemy poprzez projekty reinżynierii, oszczędności i zwiększenie wydajności. Celem każdego wydawanego dolara jest utrzymanie rozpędu i przewagi konkurencyjnej, zwiększenie udziału w rynku i wzrost organiczny na priorytetowych rynkach. Pracujemy ciężko i inteligentnie, aby nasza firma była dobrze przygotowana na przyszłość.

Wnioski

2010 był dobrym rokiem dla Citi. Naszym zadaniem na przyszłość jest zapewnienie, aby kolejne lata były jeszcze lepsze – dzięki naszemu oddaniu klientom, pomnażaniu wartości dla naszych akcjonariuszy i stosowaniu Polityki Odpowiedzialnych Finansów.

Wiem, że jesteśmy do tego zdolni, gdyż widziałem, co potrafia osiągnąć nasi ludzie. Ich nieustanne wysiłki umożliwiły nam przejście przez światowy kryzys. Osiągnięcie przez Citi kolejnego szczebla rozwoju nie będzie wcale łatwiejsze. Liderzy każdej branży zawsze powinni spodziewać się zaciętej konkurencji i niezmiernie trudnych wyzwań. Ale nasi ludzie potrafią temu sprostać. Dlatego dziękuję im za ciężką pracę w ostatnim roku oraz za wysiłki, które ich jeszcze czekają. Chcę również podziękować członkom Rady Nadzorczej za wsparcie, zaufanie i przewodnictwo.

Chciałbym raz jeszcze podziękować podatnikom amerykańskim za ich nieustanne wsparcie okazane w trakcie i po kryzysie finansowym. Skorzystanie przez Citi z ich pomocy nie było czymś, co przewidywaliliśmy w naszych planach i z pewnością nie było czymś, czego chcieliśmy. Jednak umożliwiło nam to zachowanie ciągłości w obsłudze milionów klientów detalicznych, korporacyjnych oraz tych z sektora publicznego, jak również pomogło ustabilizować system finansowy. Jestem dumny, że Citi udało się zapewnić podatnikom znaczny zwrot z inwestycji. Oddaliśmy środki, ale dług wdzięczności pozostanie.

Na koniec dziękuję Wam – akcjonariuszom – za Wasze wsparcie. Zdajemy sobie w pełni sprawę, że macie możliwość wyboru rozmaitych inwestycji. Fakt, że zdecydowaliście się zaufać właśnie nam i powierzyć nam ciężko zarobione oszczędności, jest najlepszym wyrazem wsparcia, jakiego moglibyśmy kiedykolwiek oczekiwać. Każdego dnia staramy się robić wszystko, abyście nadal darzyli nas zaufaniem.

Z poważaniem,



Vikram S. Pandit
CEO, Citigroup Inc.