

Prezados Acionistas,

Este é o ano do nosso 200º aniversário – um marco que poucas instituições chegam a atingir. É hora de comemorar o que somos e o que fizemos. É hora também de olhar para o futuro e imaginar tudo o que poderemos concretizar nos próximos anos.

Nosso banco tem um legado nunca alcançado por nenhum de nossos concorrentes. Desde 1812, a essência de nossa missão tem sido apoiar o progresso econômico. Por dois séculos, usamos nosso entusiasmo pela inovação para ajudar nossos clientes a passar da ambição à realização - um papel cada vez mais importante hoje em dia, quando eles se deparam com as incertezas do futuro. Começamos nossa trajetória como um banco comercial financeiro, viabilizando o comércio entre Nova York e Liverpool. Desde então, temos literalmente interligado o mundo. Ao longo de décadas, financiamos alguns dos projetos mais revolucionários do mundo - do cabo transatlântico ao Canal do Panamá, até o jato Jumbo. Fomos o primeiro dos grandes bancos americanos a abrir agências no exterior e, atualmente, estamos presentes em mais de 100 países e jurisdições e realizamos negócios em outros 60 ou mais.

Como não podia deixar de ser, nosso passado nos serve de inspiração. Mas nosso futuro é ainda mais empolgante. Os atributos essenciais deste banco - facilitando os fluxos internacionais de comércio e capital, ajudando o consumidor a buscar oportunidades nas 150 principais cidades do mundo e ajudando as empresas a criar seus negócios nos EUA, em todo o mundo desenvolvido e nos mercados emergentes em elevado crescimento - alinham-se com as tendências que estão redefinindo a economia global. O mundo pode estar divergindo em diferentes aspectos, mas nosso papel é criar convergência a fim de interligar o mundo para nossos clientes e de interligar nossos clientes com o mundo.

Resultados de 2011

Nossa companhia ocupa uma posição sólida com relação ao futuro. O lucro de 11,1 bilhões de dólares, referente a todo o ano de 2011, representou um aumento de 4% em comparação com 2010. Nosso negócio de varejo e de serviços relacionados a ele continua a ter bom desempenho na execução de nossa estratégia e fomos escolhidos pelos clientes para assumir diversas e importantes missões. No âmbito de todo o Citicorp, expandimos nossos empréstimos em 14% desde 2010, incluindo um aumento de 24% em empréstimos



Vikram S. Pandit
CEO, Citigroup Inc.

empresariais. E a divisão Global Transaction Services (GTS) continuou a mostrar tendência positiva, com um aumento da receita de 5% referente a todo o ano em comparação com 2010. O saldo de nossas contas operacionais do GTS subiu 23%, apoiado principalmente pelo sólido crescimento de Treasury and Trade Solutions.

A receita referente ao consumer banking teve um aumento de 5% (excluindo o impacto do câmbio exterior (FX)) no ano, uma vez que abrimos 3 milhões de novas contas e, ao mesmo tempo, aumentamos a média de empréstimos e depósitos - em base de dólar constante - em 12 bilhões de dólares e 9 bilhões de dólares, respectivamente. Conforme indica a avaliação feita usando a ferramenta Net Promoter, o índice de satisfação do cliente vem aumentando com a experiência vivida em nosso consumer bank. Durante o quarto trimestre, atingimos alavancagem operacional positiva na América Latina - marco obtido também na Ásia, no terceiro e quarto trimestres. Nos EUA, ocorreu aumento em contas de clientes, depósitos, empréstimos e receita do terceiro para o quarto trimestre. Também aumentamos de 6 bilhões de dólares em 2010 para 7,9 bilhões de dólares nossos empréstimos para pequenas empresas em 2011 - valor significativamente superior à nossa meta de 7 bilhões de dólares e 72% acima dos últimos dois anos.

Ainda assim, apesar de 2011 ter sido um bom ano para nós, nossos resultados ficaram abaixo do esperado no quarto trimestre. O temor

de uma crise bancária na Europa - ou, pior ainda, de uma mudança na situação do euro - afetou todo o setor e teve impacto negativo na confiança e nas atividades dos clientes em todo o mundo. A atividade do mercado sofreu significativa desaceleração e nossos clientes reduziram o índice de sua exposição a risco. Todos os nossos negócios que se dedicam aos mercados de capital - como, por exemplo, Sales and Trading, Securities and Fund Services do GTS, e até mesmo as vendas em consumer banking - foram negativamente afetadas.

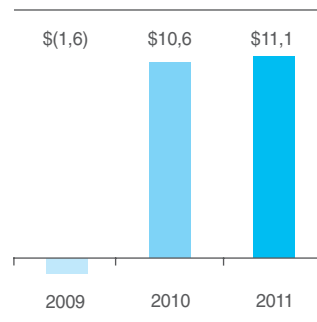
Além disso, ainda não finalizamos nossos esforços de recuperação. Reduzimos os ativos do Citi Holdings em 90 bilhões de dólares adicionais em 2011, após diversas vendas bem-sucedidas. Dividimos em dois componentes o que era a CitiFinancial: uma carteira de serviços para empréstimos já existentes e o OneMain Financial, que continua a emitir empréstimos pessoais nos EUA. Tal reestruturação nos ajudará a preparar-nos para uma eventual venda do OneMain - uma empresa sólida, mas que foge ao escopo de nossa missão essencial e de nossa estratégia atual. Assim como ocorre com cada ativo do Citi Holdings, só venderemos em termos economicamente racionais. Agora que o Retail Partner Cards (que recebeu o novo nome de Citi Retail Services) está de volta ao Citicorp, os ativos do Citi Holdings estão em apenas 12% do nosso balanço geral - bem abaixo dos 19% observados no ano passado.

Nossas despesas tiveram um aumento de 3,6 bilhões de dólares em 2011. Cerca de dois terços dessa são decorrentes do impacto do câmbio exterior e de despesas não-operacionais, tais como aumento dos encargos legais e de reposicionamento. Se desconsiderarmos este fator, as despesas tiveram um aumento de 1 bilhão de dólares, ou 2%, decorrente dos investimentos.

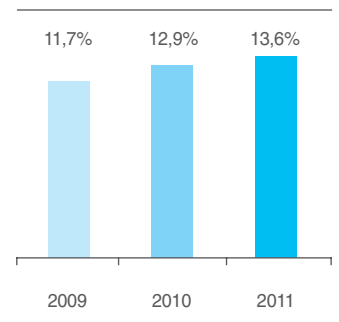
Investimentos no Futuro

Apesar da frágil economia e do tumulto do mercado no ano passado, acreditamos ser importante continuar a efetuar investimentos-chave para manter a saúde dos nossos negócios no longo prazo, ao mesmo tempo em que nos empenhamos para reforçar nossos ganhos trimestrais. Assim, em sintonia com nossa estratégia, investimos 3,9 bilhões de dólares adicionais para elevar nossa franquia ao nível que nossos clientes e reguladores esperam de um banco global do nosso porte. Quase metade desse valor - ou seja, 1,9 bilhão de dólares - foi autofinanciado por meio do que poupamos com reengenharia. Também realizamos investimentos bastante necessários em nossa infraestrutura. Nossos negócios corporativos e de varejo ficaram sobrecarregados com uma série de sistemas tecnológicos

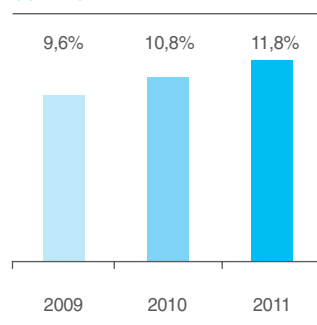
Citigroup: Rendimento Líquido
(em bilhões de dólares)



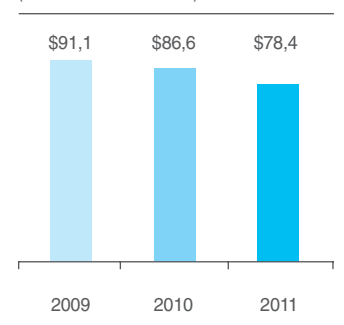
Citigroup: Índice de Capital de Nível 1



Citigroup: Índice Common de Nível 1



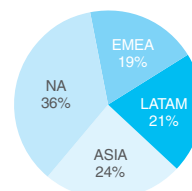
Citigroup: Receitas Líquidas
(em bilhões de dólares)



Citicorp: Receitas

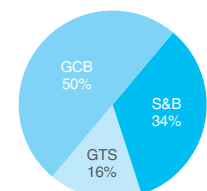
Receitas de 2011: \$64,6 bilhões

Por Região



NA — América do Norte
EMEA — Europa, Oriente Médio e África
LATAM — América Latina

Por Divisão



GCB — Global Consumer Banking
S&B — Securities and Banking
GTS — Global Transaction Services

ultrapassados, muitas vezes sobrepostos - e até mesmo redundantes - que precisavam ser substituídos. Durante a crise, adiamos muitas iniciativas importantes. Agora, entretanto, devemos concentrar nosso foco na missão de tornar nosso banco mais dinâmico e eficiente.

Muitos desses investimentos, como quase 1 bilhão de dólares em 2011 para cumprir exigências normativas, não são arbitrários. Alguns, como a construção de uma plataforma tecnológica comum para nosso global consumer, são de vital importância para aprimorar a experiência do cliente em âmbito internacional. Os investimentos em nosso segmento de cartões na América do Norte cresceram em mais de 500 milhões de dólares no ano passado - um esforço necessário para nos colocar novamente em posição de igualdade com nossos concorrentes. Da mesma forma, tivemos de realizar investimentos nos mercados emergentes de rápida expansão para nos mantermos no ritmo do mercado. Os investimentos destinados a ampliar as franquias de clientes na Ásia e na América Latina aumentaram em cerca de 300 milhões de dólares.

Pretendemos reduzir nossas despesas em 2012 em comparação com os níveis de 2011 (supondo-se que não haja alteração no câmbio ou encargos únicos de valor elevado). Também continuaremos a dimensionar corretamente nossos negócios para aproveitar as oportunidades que surgirem e para estarmos preparados, tanto para o caso de a situação apresentar uma tendência cíclica quanto para o caso de apresentar uma tendência secular.

Progresso em Nossas Prioridades

Apesar do ambiente desafiador, em 2011 progredimos na execução de todas as prioridades que citei na carta do ano passado.

O intenso foco que concentramos na captação de comércio nos mercados emergentes e de fluxos de capital nos permitiu atingir algumas realizações fantásticas no ano passado. De 2010 para 2011, os empréstimos feitos pelo Citi às empresas dos mercados emergentes aumentaram em 34%. Dentre as muitas negociações que fechamos nos mercados emergentes em 2011, o Citi foi o principal subscritor no levantamento de fundos da ordem de 3,7 bilhões de dólares para a empresa russa de telecomunicações VimpelCom. Esse foi o maior financiamento nos mercados de capital efetuado para uma empresa do setor privado na Rússia. E o Citi atuou como consultor exclusivo da empresa de bebidas japonesa Kirin na aquisição da Schincariol por 2,6 bilhões de dólares em agosto de 2011 - a segunda maior aquisição japonesa realizada na América Latina.

Para avançar na nossa atual iniciativa de nos tornarmos o maior banco digital do mundo, foi com orgulho que obtivemos permissão

global de um dos maiores clientes do Citi para manusear as contas a receber e os pagamentos on-line realizados nos aparelhos móveis. Para isso, três de nossas principais divisões - Global Enterprise Payments, Global Consumer Banking e GTS - trabalharam em perfeita sintonia, em todas as regiões. Enquanto os detalhes da permissão ainda estão sendo finalizados, esse novo projeto tem o potencial de ser aplicado em uma ampla gama de clientes e setores. Também estamos inovando junto a outros parceiros - incluindo empresas de telecomunicações, empresas iniciantes e outros participantes do ecossistema - para ajudar a moldar os pagamentos móveis em todo o mundo. Em maio, o Citi atuou como maior banco dos EUA no lançamento do Google Wallet, que oferece a mais moderna tecnologia em pagamento para os smartphones. Os sistemas-piloto para pagamentos móveis estão em andamento na Ásia e na América Latina, e diversos outros locais estão sendo negociados.

Sinto-me particularmente orgulhoso do progresso que obtivemos no aprimoramento da experiência do cliente em nosso banco. Em 2011, abrimos novas agências do Citi Smart Banking em Washington, D.C., Tóquio e Busan, na Coreia do Sul. Também inauguramos cinco modernos centros de vendas e serviços em Moscou e São Petersburgo, além de 130 postos Citi Express (inovadoras unidades de serviço que funcionam 24 horas por dia) na Colômbia. Inauguramos agências em três novos mercados da China, expandindo a nossa presença para 13 cidades naquele país. E, em resposta direta às sugestões dos clientes, introduzimos nos EUA o cartão de crédito Citi Simplicity®, que oferece benefícios únicos e líderes no setor: uma APR, uma taxa única e sem cobrança de taxas por atraso.

Ao longo dos últimos 12 meses, o Global Consumer Banking também introduziu ou refinou as opções de operações bancárias digitais a um ritmo excepcional, a fim de atender ou exceder aquelas demandas e prosseguir com a evolução do Citi para a posição de maior banco digital do mundo. Não tenho espaço suficiente aqui para relacionar nem metade de nossas inúmeras realizações, mas, em julho, lançamos um aplicativo de consumer banking concebido para o iPad®. Também obtivemos grande progresso no desenvolvimento de aplicativos de novos clientes para o Facebook e o Kindle Fire da Amazon, e também na capacidade de pagamento móvel de pessoa para pessoa, a fim de oferecer aos clientes novas e avançadas opções para suas operações bancárias. Os resultados de 2011 falam por si só: o número de usuários do Citi MobileSM aumentou em mais de 80% e as transferências realizadas nos aparelhos móveis aumentou 170%.

Sobre o fato de termos nos tornado a melhor fonte de conteúdo do setor: em 2011, reforçamos nossa equipe global de economia com diversas importantes contratações, criamos capacidade de

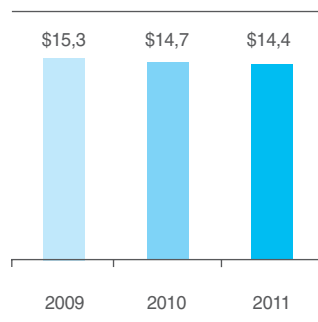
pesquisa em escala total para nosso grupo de Commodities e aperfeiçoamos nosso equity research em diversos setores essenciais - principalmente nos de energia e assistência à saúde. Também lançamos uma inovadora série de pesquisas sobre a marca Citi GPS (Global Perspectives & Solutions). São relatórios que apresentam minuciosas pesquisas temáticas, importantes para todos os nossos clientes, já que abordam os maiores problemas que a economia mundial enfrenta.

Estamos obtendo excelente progresso em nossa promessa de criar a melhor capacidade em termos de operações bancárias empresariais e de investimentos. Em 2011, formamos nossa base de talentos em setores críticos, tais como tecnologia, energia e ações de companhias industriais em países-chave, incluindo China, Rússia, Brasil, Catar e Reino Unido. Estabelecemos novos Country Desks em 10 países de mercados emergentes, com a finalidade de aprimorar a conectividade global para nossos clientes empresariais, tanto nos EUA quanto no exterior, além de ajudá-los a captar informações sobre fluxos de capital para dentro, para fora e no âmbito dos mercados emergentes. Transferimos pessoal entre regiões com a finalidade de focalizar os fluxos de clientes e oferecer orientação e recomendações aos clientes com base em profundo conhecimento de mercado. Lançamos ainda o aplicativo Citi Global Banking Mobile para o iPad, que permite que o cliente acesse nossas mais recentes perspectivas sobre os mercados de capital globais e M&A (Fusões e Aquisições). O principal foco do Citi está em oferecer suporte ao cliente nos mercados emergentes mediante o fornecimento de conectividade intra-regional e de conhecimento detalhado.

Para estar mais bem conectados com nossos clientes, renovamos a estratégia da nossa marca a fim de garantir que apresentemos nossa companhia de forma poderosa e consistente, unificada sob o nome "Citi" em todos os lugares, ao mesmo tempo em que conservamos o nome "Citibank" para nosso banco de varejo. Orgulhamo-nos de patrocinar as equipes das Olimpíadas e dos Jogos Paraolímpicos 2012 dos EUA, que lutarão para conquistar a medalha de ouro em Londres neste verão.

Também obtivemos progresso na nossa meta atual de atrair o que existe de melhor em matéria de talento e mentalidade global, onde quer que possamos encontrar pessoas desse nível. Realinhamos uma parcela da organização com a finalidade de melhor refletir a estratégia empresarial de longo prazo do Citi, incluindo a criação do cargo de COO/presidente e a nova organização de global consumer. Trabalhamos com afinco na sucessão de liderança para garantir que as 200 ou mais funções essenciais dentro da companhia fossem

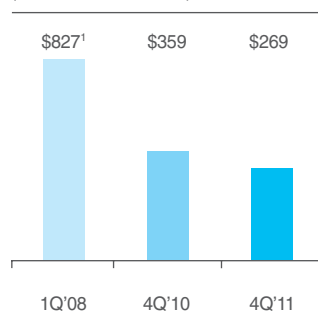
Citicorp: Rendimento Líquido
(em bilhões de dólares)



Citigroup: Valor Contábil por Ação

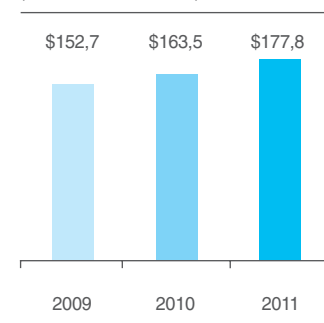


Citi Holdings: Ativos
(em bilhões de dólares)

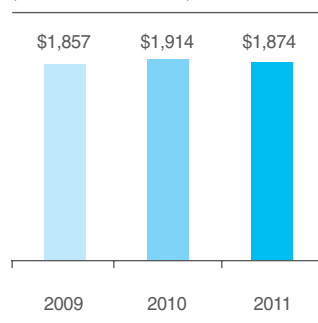


¹Trimestre mais elevado

Patrimônio Total dos Acionistas
(em bilhões de dólares)



Citigroup: Total de Ativos
(em bilhões de dólares)



Citigroup: Depósitos
(em bilhões de dólares)



respaldadas por sólidos níveis de talento. E realizamos uma série de programas de desenvolvimento de liderança e desenvolvimento executivo que atingiram mais de 10 mil dos nossos melhores talentos.

Em 2011, o Citi também avançou muito em seu esforço de promover inclusão financeira. Seguem apenas dois exemplos. Em parceria com a cidade e condado de San Francisco, demos início ao Kindergarten to College, o primeiro programa universal dos EUA de poupança para educação. Na Indonésia, trabalhando em conjunto com o U.S. Overseas Private Investment Corporation e o Bank Danamon, executamos um empréstimo de 20 milhões de dólares para financiar a expansão do Programa de Microfinanciamento do Bank Danamon, que faz empréstimos a microempresários e pequenas empresas.

Três Responsabilidades Centrais

Por fim, quero focalizar três responsabilidades centrais e informá-los sobre tudo o que realizamos nessas áreas ao longo do ano passado. Em primeiro lugar, em tudo que fazemos buscamos sempre colocar além de qualquer dúvida a segurança e a solidez desta instituição - um objetivo particularmente importante tendo em vista a situação atual. Em segundo lugar, trabalhamos sem cessar para promover confiança em nossa franquia. E, em terceiro lugar, lutamos para aumentar tanto quanto possível o nosso valor contábil.

No primeiro aspecto, que diz respeito à segurança e à solidez, a força do nosso capital se situa entre as maiores de todos os nossos concorrentes. Encerramos o ano com uma proporção Basel I Tier 1 Comum de 11,8% - superior aos 10,8% observados há um ano. Permanecemos com alta liquidez, com cerca de um quarto de nosso balanço geral em dinheiro e valores mobiliários líquidos. Além disso, permanecem sólidas as nossas reservas contra perdas provenientes de empréstimos.

É óbvio que a redução de risco em nossos livros comerciais e no âmbito da franquia afetou negativamente a receita na segunda metade de 2011. Mas foi uma medida acertada, necessária para poder enfrentar a situação. Em primeiro lugar estão a segurança e a solidez. É por isso que, entre outras medidas, temos gerenciado cuidadosamente nossa exposição à Europa Ocidental - vendendo, por exemplo, nossa participação na Egg Banking PLC e em nossa rede varejista na Bélgica, mas, ao mesmo tempo, continuando a atender nossos clientes de toda a região. Também contamos com reservas para reduzir o impacto dos diversos resultados - ou a atual falta de resultados - da situação europeia.

Além disso, temos tomado providências para reduzir o risco operacional no âmbito de toda a companhia. E a nossa nova estrutura contra risco empresarial e nosso empenho no combate à lavagem de dinheiro estão funcionando para detectar qualquer problema antes mesmo que surja.

Em segundo lugar, a imagem de nossa companhia tem melhorado constantemente. Cada vez mais estamos recebendo reconhecimento pelo que oferecemos e pelo que realizamos desde a crise financeira. Em sua grande maioria, os principais analistas acionários concordam que o Citi é um bom investimento. Conquistamos inúmeros prêmios, incluindo o de "Melhor Banco na Ásia" pela *Euromoney* e os de "Melhor Banco Privado Global" e "Banco do Ano em Serviço de Transações" pela *The Banker*.

E, em terceiro lugar, continuamos a aumentar o valor contábil de nossa companhia. Em 2011, obtivemos um retorno de 7,8% em ações ordinárias tangíveis. Isto representa a metade do trajeto com relação aos nossos concorrentes diretos, mas bem adiante em comparação com outros - o que é uma posição bastante sólida levando-se em conta a situação atual. Além disso, geramos esse retorno ao mesmo tempo em que aumentamos em 12% nossas ações comuns tangíveis - nível próximo ao mais elevado do nosso setor.

Mais objetivamente, atingimos tudo isso com cerca da metade do nosso capital praticamente indisponível para uso em nossa franquia principal. O Citigroup possui um capital GAAP de aproximadamente 180 bilhões de dólares. Entretanto, para fins do Basel I, cerca de 25 bilhões de dólares são deduzidos a título de fundos de comércio e em torno de 40 bilhões de dólares em ativos com impostos diferidos são desautorizados. Isto nos deixa com 115 bilhões de dólares em Tier 1 Comum, dos quais cerca de 25 bilhões de dólares estão ligados ao Citi Holdings. Em outras palavras, somente cerca de 90 bilhões de dólares - ou metade de nosso capital - estão disponíveis para dar suporte a ativos capazes de gerar retornos para nossa franquia principal. O retorno de aproximadamente 16% que geramos em nossa franquia Citicorp foi bastante bom, considerando-se as taxas de juros ultrabaixas e o lento crescimento observado em todo o mundo durante o ano.

Ainda assim, o preço de nossas ações foi afetado. Todo o setor sofreu queda. Todos os fatores macroeconômicos discutidos acima - principalmente os problemas na Europa - tiveram peso nisso. Nós sofremos mais do que alguns e menos do que outros. A Citi Holdings e os ativos com impostos diferidos continuam a servir de obstáculo ao nosso valor comercial. Alguns de nossos concorrentes foram

sustentados pela possibilidade de recompra de ações - uma opção que não tivemos. Em última análise, o valor que todos desejamos ver refletido no preço de nossas ações se tornará mais aparente quando pudermos retornar capital de forma significativa aos acionistas. Esse continua a ser um dos nossos objetivos prioritários.

Olhando para a Frente

Em um mundo turbulento, muitas coisas não mudaram. Globalização, digitalização, urbanização e o surgimento do consumidor dos mercados emergentes ainda estão definindo as tendências da nossa época. O Citi ocupa ótima posição para aproveitar as oportunidades que tais tendências apresentam. Estamos nos negócios certos, nos países certos e nas regiões certas - onde o crescimento também está. Em síntese, nossa estratégia é posicionar nosso banco de forma a aproveitar essas tendências em benefício dos clientes, permanecer comprometidos com Finanças Responsáveis e com os elementos básicos das operações bancárias e servir à real economia e não a nós próprios. Nosso foco se concentra sobre execução - executar nossa ampla estratégia e também as prioridades específicas que identificamos. Na verdade, ambas são inseparáveis."

Estamos focalizando nossa atenção nos anos e décadas que temos à frente. É possível que surjam fatores ambientais e normativos que venham a exigir que mudemos a forma pela qual executamos nossa estratégia. Mas a estratégia em si é acertada, tanto para nós quanto para a época que vivemos. É uma estratégia baseada no grande legado que Walter Wriston nos deixou, atualizado de acordo com os tempos e com a situação atual. Foi isso que fez deste banco uma poderosa máquina global e o que nos será de grande valia nos próximos anos e décadas. Para muitas economias, a perspectiva de curto prazo é bastante nebulosa. Entretanto, para o longo prazo, colocamos nossa companhia em posição de distinguir e capitalizar as tendências que, acreditamos, definirão a economia global.

Atenciosamente,



Vikram S. Pandit
CEO, Citigroup Inc.