

Ponad 260 mln zysku w II kwartale

- **Bank zarobił 266 mln zł w II kwartale 2014 r.**
- **Rozwój Bankowego Ekosystemy Smart: nowe oddziały w Warszawie i Gdyni – klienci w placówkach Smart kupują do 8 razy więcej produktów niż w tradycyjnych oddziałach;**
- **Dwucyfrowo wzrosła liczba nowych klientów Citigold oraz sprzedaż produktów inwestycyjnych;**
- **Konsekwentnie rosną depozyty bieżące oraz sprzedaż pożyczek niezabezpieczonych**
- **Dalszy rozwój Programu Emerging Market Champions**
- **Najważniejsze wskaźniki efektywnościowe na wysokim poziomie - ROTE – 16,3% proc., ROA – 1,8 proc.**
- **Cel strategiczny – wskaźnik kosztów do dochodów na poziomie 50 proc. – osiągnięty.**

Wysoki wynik minionego półrocza cieszy mnie z co najmniej dwóch powodów. Po pierwsze, osiągnęliśmy go w trudnych warunkach rynkowych, co pokazuje nasze dobre przygotowanie do tego. Po drugie, to dowód na to, że nasza długofalowa strategia przynosi efekty. Transformacja modelu dystrybucji bankowości detalicznej wyraźnie widoczna jest już w naszym wyniku finansowym. Wzmacniamy przy tym naszą silną pozycję na rynkach finansowych i w zakresie obsługi firm. Tym samym odnotowaliśmy wzrost przychodów we wszystkich liniach biznesowych - mówi Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowy.

W drugim kwartale 2014 roku Bank zarobił na czysto 266 mln zł, co oznacza wzrost o 7,5 proc. kw./kw. Wynik wypracowany został przy zachowaniu wskaźnika kosztów do dochodów na poziomie 50 proc. To już drugi kwartał z rzędu, gdy Bank odnotowuje wzrostową dynamikę wyniku netto. W rezultacie po pierwszych sześciu miesiącach tego roku Bank uzyskał zysk na poziomie 514 mln złotych. Tym samym Bank osiągnął kolejny ze strategicznych celów efektywnościowych. Pozostałe wskaźniki efektywnościowe Citi Handlowy utrzymały się na wysokim poziomie przewyższającym wyniki w sektorze. ROTE uplasowało się na poziomie 16,3 proc., a ROA - 1,8 proc.

Bank odnotował wyraźny wzrost kredytów. Kredyty klientów indywidualnych wzrosły o 7 proc. jeśli przyrównamy je do wyniku z początku roku. Tym samym kredyty klientów indywidualnych w Citi Handlowy rosły zdecydowanie szybciej niż w całym sektorze, gdzie wzrosty plasowały się na poziomie 4 proc. rok do roku, 2 proc. w porównaniu do początku roku 2014. Pozytywna zmiana widoczna jest także w kredytach klientów instytucjonalnych z sektora niebankowego, których wynik poprawił się o 14 proc. od początku roku. Jednocześnie Bank odnotował wzrost wartości depozytów zarówno wśród klientów indywidualnych jak i instytucjonalnych. Po stronie detalicznej depozyty wzrosły o 9 proc. rok do roku i 7 proc. kwartał do kwartału. Wśród klientów instytucjonalnych z sektora niebankowego odnotowano poprawę wyniku o 6 proc. rok do

roku. Pomimo niskich stóp procentowych Bank odnotował wzrost wyniku odsetkowego o 3% kwartał do kwartału, co dało wynik na poziomie 302 mln zł.

Transformacja do innowacji. Bankowy Ekosystem Smart.

Citi Handlowy kontynuuje rozwój Bankowego Ekosystemy Smart. Obecnie działa już 6 oddziałów typu Smart, które osiągają znacznie wyższą efektywność w stosunku do tradycyjnych placówek. Kolejne placówki powstaną w najbliższych tygodniach w Krakowie oraz we Wrocławiu. Placówki Smart przyciągają znacznie więcej nowych klientów niż tradycyjne. Dzisiaj 70 proc. odwiedzających Smart to właśnie nowi klienci Citi Handlowy. Co więcej, klienci w tych placówkach kupują siedmio-ośmiokrotnie więcej produktów. Największym zainteresowaniem cieszą się rachunki i karty kredytowe. Efekty transformacji modelu dystrybucji bankowości detalicznej widoczne są też w rosnącym wyniku sprzedaży pożyczek niezapieczonych – o 18 proc. kw./kw. i 63 proc. w ujęciu rocznym. Rośnie przy tym znaczenie zdalnych kanałów kontaktu z bankiem – o 16 proc. rok do roku wzrosła liczba aktywnych klientów bankowości internetowej, a o 80 proc. liczba aktywnych klientów bankowości mobilnej. Jednocześnie Bank dynamicznie zwiększa liczbę klientów w strategicznych segmentach affluent i emerging affluent. O 14 proc. rok do roku wzrosła liczba klientów Citigold, a sprzedaży produktów inwestycyjnych o 27 proc. rok do roku. T

Lider bankowości korporacyjnej

Konsekwentnie wzmacniamy pozycję lidera na rynku bankowości dla firm. Dobrze przygotowaliśmy się na ten rok i wraz z ożywieniem skutecznie odpowiadamy na potrzeby inwestycyjne naszych klientów, szczególnie średnich firm, gdzie wzrost akcji kredytowych jest dwucyfrowy w ujęciu rocznym i kwartalnym. Konsekwentnie rozwijamy też program Emerging Market Champions. Zwiększamy współpracę z globalnymi firmami, które coraz aktywniej działają na polskim rynku. Coraz więcej polskich firm wychodzi też z nami zagranicę, mówi Maciej Kropidłowski, wiceprezes zarządu.

W drugim kwartale podobnie jak w pierwszych miesiącach tego roku obserwowaliśmy zapowiadany wcześniej przez Bank wzrost akcji kredytowej. O 21 proc. rok do roku w segmencie SME/MME oraz o 24 proc. rok do roku u klientów korporacyjnych. Na koniec II kwartału Bank odnotował o 12 proc. r./r. wzrost na depozytach bieżących, zachowując przy tym pozycję lidera w na rynku polecenia zapłaty. Citi Handlowy w I półroczu 2014 roku rozliczył największą liczbę transakcji, jako bank wierzyciela przekraczając rekordowy poziom 40% udziału w rynku. Bank umacnia również swoją pozycję na rynku rozliczeń zagranicznych, o czym świadczy stabilny – 10 % wzrost wolumenu płatności walutowych w stosunku do I półrocza ubiegłego roku.

Bank konsekwentnie rozwija także program Emerging Market Champions, w ramach którego na koniec II kwartału bank obsługiwał 246 globalnych klientów inwestujących w Polsce. Ponad to obsługuje ponad 80 polskich firm rozwijających swój biznes na światowych rynkach. Citi Handlowy znalazł się również w grupie banków współfinansujących cele inwestycyjne KGHM. W II kwartale Bank pozyskał też znaczących klientów z sektora publicznego. W wyniku wygranych przetargów podpisał umowy z Telewizją Polską i Polskim Radiem.

Prezentacja z konferencji prasowej podsumowującej wstępne wyniki II kwartału 2014 roku dostępna jest na stronie www.citihandlowy.pl w sekcji Relacje Inwestorskie.

Dodatkowych informacji udziela:

Dorota Szostek-Rustecka, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 692 10 49
E-mail: dorota.szostekrustecka@citi.com

Patrycja Długolecka-Wójcik, Specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 94 16
E-mail: patrycja.dlugoleckawojcik@citi.com

Andrzej Kubisiak, Specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 90 52
E-mail: andrzej.kubisiak@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 7,5 tys. klientów korporacyjnych i 776,5 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 60 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. 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.