

Ponad 820 mln zysku netto po trzech kwartałach

- Bank Citi Handlowy zarobił ponad 165 mln zł w III kwartale 2013 r., 821 mln zł po 9 miesiącach
- Najważniejsze wskaźniki efektywnościowe znacznie powyżej średniej sektora - ROE na wysokim poziomie 16,5 proc., ROTE – 20,5 proc., ROA - 2,4 proc.
- Dobra kontrola kosztów – koszty niższe o 11% po 9 miesiącach i 7% rok do roku
- Rozwój Bankowego Ekosystemu Smart – 25 oddziałów typu Smart do końca 2014 roku
- Rozwój bankowości detalicznej - wzrost liczby klientów Gold i Gold Select o 19 proc. rok do roku, liczba kont CitiOne – wzrost 77 proc. rok do roku
- Silna bankowość korporacyjna - rozwój programu Emerging Market Champions – kolejne polskie firmy inwestują za granicą z Citi Handlowy, ponad 20 nowych instytucji globalnych w portfolio banku

„Wynik ostatnich 9 miesięcy pozwala nam się dzisiaj skupić się na rozwoju. W pierwszej kolejności oznacza to dla nas realizację ogłoszonych zmian w modelu dystrybucji bankowości detalicznej. Dzięki tym strategicznym zmianom, w ciągu najbliższych kilku lat bankowość detaliczna wraz z silną bankowością korporacyjną i najlepszym zespołem Skarbu na rynku stanowiąc będą podstawowe źródło efektywności Citi Handlowy. W oparciu o wcześniej stworzoną mapę potrzeb i zachowań klientów chcemy nasze punkty Smart zróżnicować i zindywidualizować pod względem technologicznym. Jeszcze w grudniu tego roku otworzymy kolejną placówkę Smart” – tym razem w Warszawie, w Galerii Mokotów – powiedział Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowy.

Po trzech kwartałach 2013 roku Bank zarobił na czysto 821 mln zł, co oznacza wzrost na poziomie 13% w stosunku do zysku, jaki Bank osiągnął po 9 miesiącach 2012 roku. W samym III kwartale tego roku zysk Banku wyniósł 165 mln zł. Bank utrzymał dyscyplinę kosztową. Koszty działania spadły o 24 mln zł w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim do poziomu 312,9 mln zł.

Rozwój bankowości detalicznej w strategicznych obszarach

Bank kontynuuje budowę Bankowego Ekosystemu Smart, który zakłada przeniesienie koncentracji z tradycyjnej bankowości oddziałowej na nowoczesne placówki Smart, zlokalizowane w miejscach, gdzie obecnie są klienci banku, oraz wykorzystanie najnowszych technologii dla ułatwienia kontaktu z bankiem (rozwiązania mobilne i internetowe). Bank zadeklarował, że do końca 2014 roku w ramach

sieci Citi Handlowy obecnych będzie 25 placówek Smart. Na konferencji prasowej przedstawił projekt kolejnej placówki Smart, która powstać ma w Galerii Mokotów w Warszawie jeszcze w tym roku. Każda z placówek typu Smart ma być unikatowa – dostosowana do potrzeb klienta z danego rynku.

Zgodnie ze strategią Citi Handlowy dynamicznie rozwija też ofertą dla klientów z segmentu Citigold. W III kwartale 2013 roku liczba klientów Citigold i Citigold Select wzrosła o 12 proc. rok do roku i 3 proc. kwartał do kwartału. Jednocześnie bank intensywnie zdobywał klientów z tzw. segmentu emerging affluent. Tym samym liczba posiadaczy kont typu CitiOne wzrosła o 30 proc. kwartał do kwartału i aż 77 proc. rok do roku. W III kwartale 2013 Bank pozyskał o 16 proc. więcej kart niż w analogicznym okresie poprzedniego roku i o 13 proc. więcej niż w poprzednim kwartale. W sprzedaży – podobnie jak w poprzednich kwartałach - dominowały karty z programami lojalnościowymi, w szczególności karta World MasterCard i karta przygotowana z liniami lotniczymi Wizz Air. Wyższy wynik sprzedażowy to zasługa m.in. rozszerzonej współpracy z agencjami sprzedaży kart kredytowych. Na koniec września 2013 roku bank sprzedawał swój flagowy produkt w 31 centrach handlowych, na 4 lotniskach i na 25 stoiskach w kinach.

Bankowość korporacyjna i rynki finansowe

Bank konsekwentnie rozwija program Emerging Market Champions. W ramach tego programu w III kwartale bank obsługiwał polskich klientów w takich krajach jak, Emiraty Arabskie, Kanada, Chile, Norwegia, Kazachstan, Rosja, Bułgaria, Czechy, Węgry, Słowacja i Litwa. Bank konsekwentnie realizuje przy tym strategiczny cel akwizycji klientów z segmentu SME/MME i po dziewięciu miesiącach może wykazać się liczbą 409 nowych klientów z tego segmentu. Jednocześnie Bank rozwijał innowacyjne programy finansowania i w III kwartale 2013 roku pozyskał kolejne 25 mln euro na finansowanie inwestycji zwiększających efektywność energetyczną w sektorze Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Oznacza to, że całkowita wartość programu dla MSP została zwiększona do 35 mln euro. Do tej pory w ramach tego projektu sfinansowano już m.in. wymianę starych autobusów na nowoczesne niskopodłogowe m.in. w Opolu, Olsztynie, Gliwach i Białymstoku, wymianę wózków na energooszczędne czy przebudowę hali magazynowej. Tym samym finansowanie Citi Handlowy przyczyniło się do redukcji emisji CO2 w ramach tych projektów o 40%. W zakresie działalności na rynkach finansowych III kwartał należy zaliczyć do najlepszego kwartałów Banku pod względem wolumenu transakcji wymiany walutowej w tym roku. Jednocześnie bank odnotował wzrost wartości obrotów FX o 21% r./r. i 13% kw./kw. To kolejny też kwartał, gdy Bank potwierdza swoją silną pozycję na rynku maklerskim. Dom Maklerski Citi Handlowy w okresie tym odnotował 1 pozycję, jeśli chodzi o wolumen obrotu akcjami na GPW (12,4% udziału rynkowego w obrotach sesyjnych).

Wysoka jakość

Bank konsekwentnie broni wysokiej jakości obsługi w strategicznych obszarach. W dwunastej edycji rankingu „Przyjazny Bank Newsweeka” w 2013 roku Citi Handlowy zajął 3 miejsce w kategorii tradycyjnej bankowości. W III kwartale 2013 roku NPS dla jakości obsługi klientów indywidualnych w oddziałach wyniósł odpowiednio wysoko 40 proc. NPS dla CitiService (Departament Obsługi Klientów Korporacyjnych) w bankowości korporacyjnej wyniósł z kolei aż 70%.

Prezentacja z konferencji prasowej podsumowującej wyniki III kwartału 2013 roku dostępna jest na stronie www.citihandlowy.pl w sekcji Relacje Inwestorskie.

#

Dodatkowych informacji udziela:

Dorota Szostek-Rustecka, Dyrektor Biura Prasowego , tel. (0-22) 692-1049
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) 690 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 ponad 20 tys. klientów korporacyjnych i 845 000 klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 88 oddziałów w największych miastach Polski. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Citi Handlowy Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citihandlowy.pl.

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.