

## Trzeci kwartał w Citi Handlowy

- **Wolumeny kredytowe w górę: klienci instytucjonalni (+15% od początku roku), klienci detaliczni (+4% od początku roku)**
- **Bank osiągnął wysoką rentowność – wskaźniki ROTE (13,9%), ROA (1,4%) powyżej sektora**
- **Pozytywny trend w obszarze depozytów – klienci instytucjonalni (+ 6% od początku roku), klienci detaliczni (+2% od początku roku)**
- **Sukces transformacji bankowości detalicznej – dystrybucja „w chmurze” sprawdza się w strategicznych segmentach**
- **Wiodąca rola w finansowaniu ekspansji zagranicznej klientów instytucjonalnych z Polski i ze świata**
- **Nowa aplikacja Citi Mobile dla odzyskania pozycji lidera bankowości mobilnej**
- **Wynik netto na koniec III kwartału na poziomie 141 mln zł**

*To kolejny kwartał wzrostu aktywów Citi Handlowy w kluczowych segmentach. Jesteśmy dobrze przystosowani do zmieniających się warunków rynkowych i gotowi na dalszy wzrost biznesu, który budować będziemy w oparciu o długoterminowe relacje z klientami. W wyniku trzeciego kwartału wyraźnie widoczna jest zapowiadana strategia tzw. „risk-off”, czyli ograniczenia ryzyka stałej stopy procentowej. Tym samym wynik netto nie odzwierciedla rozwoju jaki osiągnęliśmy po stronie biznesu klientowskiego, mówi Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowy, Przeprowadzona dwa lata temu transformacja bankowości detalicznej odnosi mierzalne sukcesy. Dystrybucja produktów w „chmurze” sprawdza się, więc przechodzimy do kolejnego etapu i chcemy odzyskać pozycję lidera w obszarze bankowości mobilnej. Nasz bilans oraz wysoką płynność oddaliśmy do dyspozycji klientów, aby wspierać realizację ich ambitnych i strategicznych projektów. Działania te przełożyły się na zapowiadany wzrost wolumenów.*

W III kwartale 2015 roku Bank wypracował zysk netto w wysokości 141 mln zł. Przychody z rynków finansowych spadły w tym czasie o 22 proc., co potwierdza zapowiadaną strategię obniżenia ekspozycji na ryzyko stopy procentowej. Bank zamknął kwartał z wysoką rentownością. Główne wskaźniki rentowności uplasowały się powyżej sektora – ROTE

(13,9%), ROA (1,4%). Wzrosły przy tym wolumeny kredytowe klientów instytucjonalnych (+15% YTD) oraz detalicznych (+4% YTD). Silna pozycja kapitałowa (Tier 1 na poziomie 16,2%) oraz wysoka płynność (kredyty/depozyty 74%), którą bank określa jako strukturalną, bo zbudowaną została na długoterminowych relacjach z klientami, pozwala Citi Handlowy na kontynuację strategii wzrostu w kluczowych obszarach.

### **Sukces transformacji bankowości detalicznej**

Sprawdza się przeprowadzony przez Bank w 2013 roku proces transformacji bankowości detalicznej. Nowy model dystrybucji zbudowany w oparciu o placówki Smart, Smart standy, Centralną oraz internetową sprzedaż telefoniczną dostarcza klientom najwyższej jakości serwis. To bezpośrednio przekłada się na wzrost sprzedaży i aktywów klientowskich. Sprzedaż kredytu na karcie kredytowej wzrosła w trzecim kwartale aż o 39% r./r. Liczba klientów w kluczowych segmentach wzrosła odpowiednio 4% r./r. (Citigold), 6% r./r. (CitiPriority). Przy czym rośnie znaczenie oferty inwestycyjnej Banku – wartość środków zgromadzonych w produktach inwestycyjnych zwiększyła się o 8% r./r., sprzedaż produktów inwestycyjnych (Structured Notes) wzrosła o 89% r./r.

Znajduje to swoje odzwierciedlenie w rachunku wyników. I tak wynik odsetkowy w bankowości detalicznej poprawił się o 3% kw./kw., wynik prowizyjny – 7% kw./kw. Wzrosły też depozyty gromadzone przez klientów bankowości detalicznej – o 2% kw./kw. i 11% r./r.

### **Solidne fundamenty bankowości instytucjonalnej**

Bank zbudował tzw. strukturalną płynność, którą dzisiaj wykorzystuje dla wspierania strategicznych projektów swoich klientów, m.in. biorąc udział w finansowaniu konsorcjalnym (5,5 mld zł) dla Polskiej Grupy Energetycznej czy finansowaniu (12,5 mld zł) dla Cyfrowego Polsatu. Tym samym wolumeny kredytowe klientów instytucjonalnych Citi Handlowy w trzecim kwartale wzrosły dwucyfrowo – 15% YTD. Silną pozycję w bankowości instytucjonalnej wzmocnia dodatkowo pozytywny trend jeśli chodzi o depozyty, które na koniec III kwartału wyniosły 18,8 mld zł, co oznacza wzrost o 6% kw./kw. i 3% r./r.

To był także kolejny kwartał dynamicznego rozwoju w ramach oferty Emerging Market Champions. Liczba klientów globalnych inwestujących z Citi Handlowy w Polsce wzrosła o 18% r./r. do 304. Zwiększyła się także liczba polskich firm inwestujących z Bankiem na świecie – 8% r./r. do 57 na koniec września 2015 roku.

Bank wzmocnił też wiodącą pozycję na rynkach finansowych, będąc m.in. organizatorem, agentem i dealerem programu emisji obligacji (200 mln zł) dla spółki z sektora kolejowego. Dom Maklerski Citi Handlowy potwierdził z kolei swoją skuteczność w realizacji historycznych wezwań na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.

Po ubiegłorocznym sukcesie skupu akcji BGŻ, teraz DM Citi Handlowy pomyślnie zamknął w trzecim kwartale jedną z największych transakcji tego roku na warszawskim parkiecie – wezwanie na 100% akcji spółki TVN S.A. Jednocześnie DM Citi Handlowy utrzymał pozycję numeru 1 jeśli chodzi o udział w rynku pod kątem wolumenu obrotu.

Prezentacja podsumowująca wyniki za trzeci kwartał 2015 rok dostępna jest na stronie [www.citihandlowy.pl](http://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](mailto:dorota.szostekrustecka@citi.com)

Agata Charuba-Chadryś, Kierownik ds. Kontaktów z Mediami, tel. (0-22) 692 94 16  
E-mail: [agata.charubachadrys@citi.com](mailto:agata.charubachadrys@citi.com)

Marta Wiszniewska, Specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 90 52  
E-mail: [marta.wiszniewska@citi.com](mailto:marta.wiszniewska@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](http://www.citigroup.com) lub [www.citi.com](http://www.citi.com).