

Wyniki drugiego kwartału pod znakiem wolumenów kredytowych

W drugim kwartale 2012 roku Citi Handlowy wypracował zysk netto w wysokości 231 mln zł, co oznacza wzrost o 52% wobec analogicznego okresu roku ubiegłego. Dwucyfrowy wzrost odnotowano także dla przychodów ogółem, które wyniosły 669 mln zł. Pozytywnymi impulsami dla tych rezultatów był wzrost wolumenów kredytowych – w porównaniu do drugiego kwartału poprzedniego roku kredyty dla klientów korporacyjnych wzrosły o 24%, podczas gdy portfel kredytów hipotecznych zwiększył się o 76%.

W tak ważnym dla Banku obszarze, jak polityka kosztowa, Bank obniżył poziom kosztów do 363,2 mln zł poprawiając wskaźnik kosztów do dochodów do 54% (z 64% rok wcześniej). W II kwartale 2012 roku Bank utrzymywał także niski poziom kosztów ryzyka – odpisy netto na utratę wartości aktywów finansowych wyniosły 20 mln zł wobec 15 mln zł w analogicznym okresie poprzedniego roku, a wskaźnik kredytów nieobsługiwanych obniżył się do 8,7% z 11,3%.

W II kwartale Bank kontynuował prace na polu innowacji – bankowość mobilna Cit Mobile miała na koniec czerwca 83 tys. klientów. W ramach CitiMobile rośnie popularność FotoKasy, umożliwiającej płatności za pośrednictwem telefonu komórkowego w oparciu o kody 2D. Z tej aplikacji korzystają kolejni klienci – Orange i MPT. Tym samym z rozwiązania może korzystać szacunkowa grupa kilku milionów osób. W kluczowym dla Banku obszarze zamożnych i średnio zamożnych klientów indywidualnych, dla których Citi Handlowy oferuje usługi wealth management kontynuowano prace nad rozwojem oferty przede wszystkim w zakresie korzyści pozafinansowych związanych z „Kartą Korzyści i Przywileje” przygotowaną z myślą o klientach z segmentów Citgold oraz Citigold Select. Oferta produktów strukturyzowanych Banku cieszy się stałą popularnością – w II kwartale tego roku zaproponowano 13 nowych produktów. Strategia kredytowa Banku pozostaje konsekwentna – kredyty hipoteczne w złotówkach przy średnim oprocentowaniu w II kwartale na poziomie 6.03% (min 5.93% max 6.23%) i marży od 0,9 % do 1,2 % należą do jednej z najlepszych ofert na rynku, co przyniosło największą historyczną wartość sprzedaży z dynamiką wzrostu na poziomie 76%. Flagowym produktem Banku pozostają karty kredytowe – Bank jest liderem pod względem wartości transakcji z udziałem w rynku na poziomie 22,5%. Od marca do czerwca Bank odnotował wzrost środków na rachunkach

bieżących klientów indywidualnych – przyrosły o 0,4 mld zł, tj. 7,7 % w porównaniu z końcem roku 2011, co potwierdza skuteczność strategii koncentracji na rachunkach operacyjnych. Łączne saldo na rachunkach wyniosło niemal 2,4 mld zł.

Po stronie korporacyjnej Banku tradycyjnie realizowanych jest wiele znaczących transakcji finansowania - w czerwcu 2012 podpisano aneks do umowy z grudnia 2010 zwiększający kwotę programu emisji obligacji dla klienta sektora energetycznego, w którym Bank był zaangażowany na 917 mln zł. Również w czerwcu i również dla sektora energetycznego Bank podpisał nową umowę emisji obligacji z udziałem w wysokości 400 mln zł po stronie Citi Handlowy. Dużym projektem był także 3-letni kredyt dla klienta z sektora bankowego, w którym Bank jest jednym z głównych organizatorów i ponosi najwyższe zaangażowanie w wysokości 100 mln CHF. Sukcesem jest platforma CitiFX Pulse, która ma 28% udział w rynku w kategorii wymiany walutowej z klientami korporacyjnymi. W Banku za jej pośrednictwem realizowanych jest 70% transakcji walutowych.

W związku z optymalizacją sieci placówek, Bank oferuje klientom detalicznym współpracę opartą na zdalnych kanałach dostępu (bankowość internetowa, bankowość mobilna, bankowość telefoniczna) – w II kwartale wolumen sprzedaży za ich pośrednictwem wzrósł o 39% wobec średniej miesięcznej w I półroczu 2011. Zgodnie z tym założeniem zwiększyła się liczba pozostałych punktów kontaktu z klientem – do 1507 z 1376 w pierwszym kwartale.

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

Dodatkowych informacji udziela:

Paweł Zegarłowicz, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 657 72 97

E-mail: pawel.zegarlowicz@citi.com

Agata Charuba-Chadryś, Kierownik ds. Kontaktów z Mediami, tel. (0-22) 692-90 52

E-mail: agata.charubachadrys@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 20 tys. klientów korporacyjnych i 965 000 klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 96 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. 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.