

- znacząca poprawa zysku netto i najważniejszych wskaźników finansowych
- innowacje dla wzrostu satysfakcji klienta
- wzrost poziomu satysfakcji klientów

Kolejny kwartał wzrostu

W I kwartale 2011 roku Grupa Kapitałowa Banku Handlowego wypracowała zysk netto o 20% wyższy wobec analogicznego okresu roku ubiegłego. Dla osiągnięcia tak pozytywnych rezultatów finansowych kluczowa była realizacja strategii ogłoszonej w 2010 roku, która kładzie nacisk na jakość, efektywność i innowacje. Bank kontynuował wprowadzanie wielu innowacyjnych rozwiązań dla wzrostu satysfakcji klientów, często jedynych tego typu na polskim rynku, takich jak . bankowa Miejska Karta Płatnicza, bankowe Centrum Badań i Rozwoju w Łodzi, Citi FX Pulse – platforma nowej generacji dla transakcji walutowych on-line, bankomaty dla niewidomych i niedowidzących, oraz wiele innych innowacyjnych rozwiązań.

"Jeśli chodzi o czynniki mające wpływ na wynik zwróciłbym uwagę na to, że w pierwszym kwartale firmy pożyczają więcej, klienci indywidualni mniej; szczególnie dało się to zauważyć w obszarze pożyczek gotówkowych. W skali makroekonomicznej istotnym wydarzeniem było rozpoczęcie zacieśniania polityki monetarnej przez Radę Polityki Pieniężnej. Podtrzymuję nasze strategiczne priorytety: efektywność, jakość i innowacje" - powiedział Sławomir S. Sikora, Prezes Zarządu Banku Citi Handlowy oceniając wyniki pierwszego kwartału oraz postępy w realizacji strategii w okresie styczeń – maj. b.r.

W I kwartale 2011 roku Citi Handlowy wypracował skonsolidowany zysk netto w wysokości 181,2 mln zł, co oznacza wzrost o 30,3 mln zł (tj. 20%) w stosunku do I kwartału 2010 roku. Przychody wzrosły rok do roku o 1% (z 600 mln złotych w I kw 2010 do 608 w I kw 2011). Współczynnik wypłacalności na koniec marca 2011 roku wyniósł 15,84%. Bank konsekwentnie poprawia efektywność. Rentowność kapitału własnego mierzona wskaźnikiem ROE wzrosła z poziomu 10,6 % w I kwartale 2010 do 13,6 % w I kwartale 2011. Wskaźnik ROA wyniósł na koniec marca 2011 roku 1,7% wobec 1,6% w analogicznym kwartale w roku ubiegłym.

Koszty Citi Handlowy pozostają pod kontrolą. Odnotowano nieznaczny wzrost wskaźnika kosztów do dochodów z poziomu 54% w I kwartale 2010 roku do poziomu 57% na koniec I kwartału tego roku. Zmiana wskaźnika związana jest ze wzrostem kosztów pracowniczych oraz działalności marketingowej i reklamowej w obszarze bankowości detalicznej, jaką bank intensywnie prowadzi od początku 2011 roku. W I kwartale 2011 roku nastąpił także wzrost zatrudnienia w Grupie w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. To wynik poszerzenia w II kwartale 2010 roku działalności banku o procesy operacyjne, dotychczas wykonywane przez firmy zewnętrzne współpracujące z Bankiem, w celu dalszej ich optymalizacji i podnoszenia satysfakcji klientów.

Bank umocnił swoją pozycję lidera w pozyskiwaniu kapitału dla firm. W I kwartale 2011 Bank był partnerem największej transakcji w sektorze medialnym, i brał udział w konsorcjum banków, które udzieliły kredytu terminowego do maksymalnej kwoty w wysokości 1,4 mld zł dla Spółki Cyfrowy Polsat. Citi Handlowy podpisał także jako jeden z banków prowadzących, umowę kredytu rewolwingowego na łączną kwotę 1,2 mld zł z Polkomtel S.A. Grupa Citi Handlowy (Dom Maklerski Banku Handlowego SA i zespół bankowości inwestycyjnej Banku) odegrała wiodącą rolę w wezwaniu do sprzedaży akcji BZ WBK ogłoszonym przez Banco Santander S.A. a zrealizowanym w wartości 15,9 mld zł.

Innowacyjność jest jednym z czterech filarów realizowanej strategii. Dla klientów detalicznych Bank rozwijał kanały zdalne i wprowadził pierwszą w Polsce aplikację mobilną na telefon w systemie Android. Z aplikacji CitiMobile na telefony w systemie Android i iOS skorzystało już niemal 10 000 osób. W stolicy sukcesem okazała się Warszawska Karta Miejska, z którą podróżuje ponad 10 tys. osób. 4 maja jako pierwszy i jak na razie jedyny bank, Citi Handlowy rozpoczął wydawanie Miejskiej Karty Płatniczej dla pasażerów komunikacji we Wrocławiu.

W I kwartale Bank wprowadził także Kartę Kredytową Citibank MasterCard World. Jest to karta typu life style, która przygotowana we współpracy z siedmioma partnerami, umożliwia zbieranie punktów w multibrandowym programie lojalnościowym. Dodatkowo wraz z Kartą Kredytową Citibank MasterCard World klienci zyskują możliwość skorzystania z rabatów, promocji i ofert przygotowanych specjalnie dla nich przez partnerów Karty.

Do 120 wzrosła w I kwartale liczba bankomatów Banku dla osób niewidomych i niedowidzących. Bank, jako jedyny w Polsce, wprowadził pierwszą w Polsce dokumentację do założenia konta w formie dźwiękowej. Rozwijano również dualne bankomaty, pozwalające na wpłatę i wypłatę z księgowaniem on-line.

Bank uruchomił w Łodzi Centrum Badań i Rozwoju, jedyne tego typu Centrum w kraju, w którym grupa starannie wyselekcjonowanych fachowców pracuje także nad rozwiązaniami dla Grupy Citi na całym świecie. Pierwszym efektem działalności Centrum jest uruchomienie usługi Cash2Mobile – pierwsze w

Polsce rozwiązanie umożliwiające mobilne rozliczenia między firmą i jej kontrahentami. Ogromną popularnością cieszy się Citi FX Pulse - platforma nowej generacji do transakcji walutowych on-line. Ponad 90% nowych klientów korporacyjnych Banku zdecydowało się korzystać z tego rozwiązania. Z Platformy korzysta obecnie około 10 tys klientów firmowych Banku

Bank duży nacisk kładzie na wysoką jakość obsługi i nieustannie wdraża inicjatywy na rzecz jej poprawy. NPS dla CitiPhone wyniósł na koniec marca 2011 64,8%, dla jakości obsługi w Oddziałach 36,7%. W przypadku CitiService, obsługującego przedsiębiorców, NPS na koniec marca wyniósł 47,5%.

Prezentacja z konferencji prasowej podsumowującej wyniki I kwartału dostępna jest na stronie www.citihandlowy.pl w sekcji Biuro Prasowe/Materiały dla mediów.

#

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

Dorota Szostek-Rustecka, Kierownik ds. Kontaktów z Mediami, tel. (0-22) 692-10-49

E-mail: dorota.szostekrustecka@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 994 tys klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć ponad 200 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 or www.citi.com.