

Warszawa, 11 maja 2018 r.

Citi Handlowy z solidnym otwarciem roku

- Zysk netto trzykrotnie wyższy niż w 2017 roku – 146 mln zł
- Stały trend zdrowej rentowności– ROE 10,0 proc. vs. 8,7 proc. w Q1'17, ROTE 12,5 proc. vs. 10,9 proc w Q1'17, ROA 1,45 proc. vs. 1,23 proc. w Q1'17.
- Pozytywna dynamika we wszystkich liniach przychodów: wynik odsetkowy: +9 proc r./r. , wynik prowizyjny: +5 proc r./r. , działalność skarbcowa: +73 proc r./r.
- Konsekwentny wzrost biznesu klientowskiego –wzrost wolumenów kredytowych klientów korporacyjnych o 5 proc r./r.
- Bank pierwszego wyboru dla eCommerce
- Bankowość detaliczna coraz bardziej online - blisko połowa sprzedaży kart realizowana w kanałach online we współpracy z największymi portalami z branży eCommerce

-To było dla nas bardzo dobre rozpoczęcie roku. Zysk netto niemal trzykrotnie przewyższył wynik z tego samego okresu 2017 roku. Aktywnie wspieraliśmy realizację planów rozwoju naszych klientów, co wpłynęło na zakładany wzrost wolumenów na poziomie 5 proc. rok do roku, powiedział Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowy, Bardzo mnie cieszy, że przygotowaliśmy rozwiązanie z zakresu tzw. split payment znacząco przed terminem wprowadzenia regulacji. Dzięki temu nasi klienci mogą się dzisiaj skupić na rozwoju biznesu.

W I kwartale 2018 roku Bank urósł w obszarze przychodów o 21 proc rok do roku, do poziomu 567 mln zł. Dobrą, pozytywną dynamikę Bank utrzymał we wszystkich liniach przychodów: wynik odsetkowy: +9 proc r./r. , wynik prowizyjny: +5 proc r./r. , działalność skarbcowa: +73 proc r./r.

Bankowość detaliczna: coraz bardziej online

Bank w pierwszym kwartale kontynuował wykorzystanie kanałów mobilnych w dotarciu do klientów, co potwierdzają pozytywne dane sprzedażowe – udział kart aktywowanych online w całym portfelu produktowym to już niemal połowa (43 proc), a w obszarze kredytów gotówkowych ta proporcja wynosi niemal jedną czwartą (23 proc). Ten okres był też momentem implementacji nowego modelu sprzedaży produktów kredytowych w oparciu o digital onboarding - na koniec marca wdrożono nowy, uproszczony formularz aplikacji dla poprawy user experience, analogicznym krokiem było wykorzystanie natywnych funkcji urządzeń mobilnych w procesie weryfikacji tożsamości w postępowaniu kredytowym. Konsumpcja urządzeń mobilnych utrzymuje się na wysokim poziomie wśród klientów banku, stąd naturalnym krokiem było wprowadzenie do oferty GooglePay – w ciągu dwóch miesięcy klienci Citi Handlowy zrealizowali 120 000 takich transakcji.

Potrzeby klienta i perspektywa user experience były motorem rozwiązań także w innych obszarach – przy projektowaniu nowej platformy Citi Specials, integrującej gamę benefitów, rabatów i programów lojalnościowych w atrakcyjnej i intuicyjnej formule. Dodatkowo na platformie wykorzystano innowacyjny mechanizm chatbota, który znacznie przyspieszył proces profilowania oferty rabatowej. Równie istotnym elementem nowej platformy są cykliczne targetowane akcje specjalne – czego przykładem była ekskluzywna przedsprzedaż biletów na koncert Beyonce.

Segment Klientów zamożnych pozostaje wśród strategicznych obszarów – w pierwszym kwartale bank z sukcesem rozwijał ofertę wealth management, co ilustrują dane akwizycyjne: 7 procentowy wzrost rok do roku w Citibank Private Client i Citigold. Godne wzmianki jest oparcie sprzedaży na modelu rekomendacyjnym, gdzie bank dociera do nowych klientów poprzez polecenia obecnych.

Bankowość instytucjonalna : kompleksowe rozwiązania złożonych potrzeb

Dzięki wsparciu globalnej sieci, najlepszej na rynku ofercie FX oraz zestawowi unikatowych rozwiązań technologicznych Citi Handlowy utrzymuje pozycję instytucji pierwszego wyboru dla polskich firm, które realizują ekspansję zagraniczną, a także międzynarodowych inwestorów, którzy decydują się na rozwój swojego biznesu w Polsce. Na koniec marca 2018 roku w ramach programu Emerging Market Champions Citi Handlowy obsługuje już 426 klientów, co oznacza wzrost o 3 proc r./r. Równocześnie od trzech kwartałów Bank rozwija grupę klientów z wymagającej branży eCommerce. W I kwartale dołączył m.in. Martes Sport, jedna z trzydziestu polskich firm umieszczona na prestiżowej liście „1000 firm, które zainspirują Europę”, przygotowanej przez London Stock Exchange.

Citi Handlowy pozostaje kluczowym partnerem dla swoich klientów z sektora przedsiębiorstw i korporacji. Swoją rolę rozumie nie tylko jako dostawcy solidnego i niezawodnego serwisu bankowego, ale i konsultanta dzielącego się ekspercką wiedzą z firmami. Świetnym przykładem takiego podejścia w pierwszym kwartale 2018 roku była szeroka akcja edukacyjna dedykowana zagadnieniu Split Payment, która objęła cyklem warsztatów, webinarów i spotkań ponad tysiąc osób po stronie klientów na terenie całego kraju. Jednocześnie Bank rozpoczął z wyprzedzeniem migrację rachunków zgodnie z założeniami ustawy, i w efekcie niemal 75% klientów z grupy docelowej ma już gotowe docelowe konta. Dla pełnej optymalizacji procesu bank udostępnił specjalne moduły raportowania i dodatkowe funkcjonalności optymalizujące zarządzanie finansami firmy (zapobiegające zatorom płynnościowym).

Po raz kolejny z rzędu na początku roku Bank zwyciężył także w konkursie Ministerstwa Finansów na pełnienie funkcji Dealera Skarbowych Papierów Wartościowych. Citi Handlowy konsekwentnie, od lat, działa na rzecz promowania polskiego rynku oraz aktywnie wspiera realizację polityki emisyjnej krajowego długu.

Więcej informacji o wynikach Banku za I kwartał 2018 rok w raporcie na stronie Relacji Inwestorskich: www.citihandlowy.pl

Dodatkowych informacji udziela:

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

Agata Charuba-Chadryś, kierownik ds. kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 9416
E-mail: agata.charubachadrys@citi.com

Zuzanna Przepiórkiewicz, specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 90 52
E-mail: zuzanna.przepiorkiewicz@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 6,1 tys. klientów korporacyjnych i ok. 692 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 24 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.