

Warszawa, 20 sierpnia 2021

## Kwartał pod znakiem wzrostu aktywności klientów

W drugim kwartale 2021 Citi Handlowy odnotował wzrosty w kluczowych obszarach biznesowych. Bank po raz trzeci z rzędu znacząco zwiększył wynik prowizyjny oraz akcję kredytową w branżach nastawionych na eksport. Rozwijając aktywność wraz z klientami, Citi Handlowy konsekwentnie buduje wartość dla akcjonariuszy – dzięki silnej bazie kapitałowej bank może wypłacić 100% zysku za 2020 rok.

*„Oczekujemy, że szybsze niż prognozowane odbicie gospodarcze pozytywnie przełoży się na rozwój naszych klientów. Będziemy ich w tym wspierać, między innymi oferując nowoczesne rozwiązania, które ułatwią im prowadzenie biznesu w Polsce i na rynkach międzynarodowych“* - powiedziała **Elżbieta Czetwertyńska**, wiceprezes zarządu, kierująca pracami zarządu banku.

Wzrost polskiej gospodarki w 2 kwartale 2021, w tym produkcji przemysłowej i eksportu, przełożył się na wysoką aktywność przedsiębiorstw w obszarach wymiany walut w banku (+84% r./r. wolumeny FX klientów globalnych; +32% r./r. klienci Bankowości Przedsiębiorstw) i przelewów zagranicznych (+16% kw./kw.) a także na wzrost akcji kredytowej w branżach nastawionych na eksport.

*„Powracający optymizm klientów oznaczał dla nas wyższy wynik prowizyjny, zarówno w bankowości instytucjonalnej, w której wzrost wyniósł 18 proc. r./r., jak i w usługach dla klientów indywidualnych. Cieszy nas, że dzięki stabilnemu i odpowiedzialnemu modelowi biznesowemu możemy konsekwentnie realizować politykę dywidendową wobec naszych akcjonariuszy“* – powiedziała **Natalia Bożek**, wiceprezes zarządu do spraw finansowych.

Bank istotnie zwiększył swoje udziały wśród firm z tzw. nowej ekonomii, między innymi wykorzystując doświadczenie zdobyte we współpracy z globalnymi firmami z tego rynku do stworzenia unikatowej oferty dla krajowych firm e-commerce. Depozyty globalnych firm „digital” na koniec czerwca w banku były o ponad połowę wyższe niż w grudniu zeszłego roku.

Odpowiadając na cyfrowe potrzeby klientów, Citi Handlowy nawiązał współpracę ze spółką PayU, która umożliwi firmom zaimplementowanie szybkich i wygodnych płatności online ze wsparciem ekspertów obu instytucji i z możliwością skorzystania z rozwiązań finansowych dla e-commerce – automatyzacji związanej z obsługą należności, ułatwieniem kontroli kosztów i wsparciem w rozwoju biznesu za granicą.

Wspieranie polskich firm w ekspansji, w tym w debiutach na giełdzie w Polsce i za granicą, a także pozyskiwaniu finansowania na fuzje i przejęcia, zostało zauważone przez brytyjski magazyn

Euromoney, który w lipcu przyznał Citi Handlowy prestiżowy tytuł „Best Investment Bank in Poland”. W drugim kwartale bank był aktywny na rynku dłużnych papierów wartościowych poprzez udział w transakcjach emisji obligacji korporacyjnych na rynku lokalnym w kwocie 500 mln zł oraz, wraz z grupą Citi, emisji euroobligacji na kwotę 513 mln euro. Bank uzyskał też mandaty na IPO firm z segmentu mniejszych przedsiębiorstw i z branży technologicznej.

Większy optymizm klientów detalicznych znalazł swoje odzwierciedlenie w powrocie zwyczajów zakupowych sprzed pandemii i w dobrej dynamice przychodów prowizyjnych na kartach kredytowych (+12% kw./kw.) oraz wyższej transakcyjności, zwłaszcza w branżach turystycznej. Ponad 120 proc. wzrosła sprzedaż kart kredytowych u partnera banku OBI. Bank umocnił swoją pozycję w zarządzaniu majątkiem klientów segmentu wealth management, odnotowując rekordowy poziom środków pod zarządzaniem. Sprzedaż produktów inwestycyjnych wzrosła o 34 proc. a saldo produktów inwestycyjnych o 39 proc. r./r.

Zysk netto w drugim kwartale wyniósł 73 mln zł ze względu na niską aktywność banku na rynku obligacji skarbowych oraz w efekcie działalności skarbcowej prowadzonej w pierwszych trzech miesiącach roku. Ta ostatnia działalność była motorem wzrostu zysku za pierwsze półrocze do 468 mln zł, co oznacza potrojenie zysku w stosunku do tego samego okresu 2020 roku.

Dane finansowe za 2Q (r./r.):

- Zysk netto 73 mln złotych (-19%) ze względu na niską aktywność banku na rynku obligacji skarbowych
- Wskaźnik koszty/dochody 67%
- Wskaźnik kredyty/depozyty 48%
- Wskaźnik TCR 20,8%

Dodatkowych informacji udziela:

Marta Wałdoch, rzecznik prasowy, tel. 605 990 433

E-mail: [marta.waldoch@citi.com](mailto:marta.waldoch@citi.com)

Zuzanna Przepiórkiewicz, specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. 667 635 432

E-mail: [zuzanna.przepiorkiewicz@citi.com](mailto: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 6,2 tys. klientów korporacyjnych i ok. 687 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 19 oddziałów. 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).