

Warszawa, 24 sierpnia 2016

Citi Handlowy wypracował 222 mln zł zysku w drugim kwartale, wzrost o 48 proc. r./r.

- **Wolumeny kredytowe w górę: klienci instytucjonalni (+6 proc. r./r.), klienci detaliczni (+5 proc. r./r.)**
- **Rentowność konsekwentnie powyżej sektora - wskaźnik ROTE 11,7 proc. (sektor: 6,7 proc.), wskaźnik ROA 1,2 proc. (sektor: 0,7 proc.)**
- **Konsekwentna obniżka kosztów: w dół o 3 proc. r./r.; wskaźnik kosztów do dochodów w dół o 14 p.p. (po wyłączeniu transakcji VISA spadek o 5 p.p.)**
- **Digitalizacja biznesu: 97 proc. wszystkich transakcji klientów detalicznych wykonywana zdalnie, wzrost sprzedaży kart kredytowych przez internet o 104 proc., a pożyczek gotówkowych i ratalnych o 208 proc.**
- **W planach dalsza transformacja modelu dystrybucji w detalu: nowa bankowość elektroniczna i mobilna, akwizycja bezpośrednia oraz placówki Smart Mini.**

- *Nasze priorytety pozostają niezmienione. W pełnym wyzwaniu otoczeniu gospodarczym stawiamy na bliskie relacje z klientami budowane na zaufaniu, przejrzystych i innowacyjnych usługach oferowanych w lekkiej sieci dystrybucji. Sukces naszego podejścia potwierdzają między innymi 37-proc. wzrost obrotów na naszej platformie walutowej w czerwcu podczas największych od lat zawirowań na rynkach – klienci wybierali wtedy Citi Handlowy i otrzymywali usługi najwyższej jakości. Jednocześnie nadal realizujemy naszą strategię opartą o lekką sieć sprzedaży i obsługi naszych klientów, czy Bankowy Ekosystem Smart. – mówi Sławomir S. Sikora, prezes zarządu Citi Handlowy – Zdalne kanały generują coraz większą sprzedaż, a my będziemy rozwijać nadal ideę placówek smart, choć w jeszcze bardziej mobilnym wydaniu. Jestem przekonany, że ponownie wyznaczymy trend dla całego sektora bankowego. Sektora, przed którym stoi kilka systemowych wyzwań. Pozytywne jest to, że jedno z nich, kwestia kredytów we frankach szwajcarskich, choć nie dotyczy Citi Handlowy, nie będzie źródłem nadmiernych ryzyk dla sektora bankowego w Polsce – dodaje Sławomir S. Sikora.*

W drugim kwartale 2016 roku Bank wypracował zysk netto na poziomie 222 mln zł (wobec średnich oczekiwań rynkowych na poziomie 200 mln zł), co oznacza wzrost o 48 proc. r./r. i 112,7 proc. kw./kw. Wpływ na wynik drugiego kwartału miała sprzedaż pakietu akcji VISA – po wyłączeniu tego zdarzenia jednorazowego zysk brutto w drugim kwartale wzrósł o 1 proc., a przychody o 6 proc. r./r.

Bank uzyskał doskonale wskaźniki efektywnościowe, kapitałowe i płynnościowe na tle sektora: wskaźnik ROA wyniósł 1,2 proc. (sektor 0,7 proc.), wskaźnik ROTe na poziomie 11,7 proc. (sektor 6,7 proc.). Bardzo dobra pozycja kapitałowa została odzwierciedlona wskaźnikiem Tier1 na poziomie 17 proc., a płynnościowa wskaźnikiem kredytów do depozytów (64 proc.), czyli na znacznie lepszym poziomie niż średnia sektora bankowego.

Bank konsekwentnie wypracowuje wzrost wolumenów kredytowych - klientów instytucjonalnych o 6 proc. r./r. oraz detalicznych o 5 proc. r./r.

Bankowość detaliczna: Rozwój Ekosystemu Bankowego Smart

Citi Handlowy kontynuuje realizację ogłoszonej 3 lata temu strategii budowy Bankowego Ekosystemu Smart, opierającego się na lekkiej sieci dystrybucji i maksymalnym wykorzystaniu kanałów zdalnych w pozyskiwaniu i obsłudze klientów. Obecnie działa 16 placówek Smart (placówki zlokalizowane w ruchliwych punktach miast). Do końca roku powstaną dwie kolejne zlokalizowane w Warszawie w najnowocześniejszym formacie Citigold. Ponadto Citi Handlowy pracuje nad koncepcją placówek Smart Mini, którą w szczególności przedstawi jesienią. Będą to minipunkty sprzedaży i obsługi klientów, o znacznie szerszym zakresie obsługi klientów i sprzedaży produktów niż jakiegokolwiek tego typu inicjatywy obecne na polskim rynku.

Oprócz nowoczesnych, lekkich placówek Citi Handlowy korzysta ze sprzedawców mobilnych działających na m.in. lotniskach i w centrach

handlowych. W pierwszym półroczu sprzedaż kart kredytowych w tym kanale wzrosła o 51 proc., a kont Priority o 52 proc. Od końca 2015 roku w tym kanale oferowane są także kredyty gotówkowe i w pierwszym półroczu sprzedaż tych produktów wyniosła 48 mln zł. Aktualnie bank korzysta z usług 93 mobilnych sprzedawców. Ich zespół powiększył się o 38 osób r./r.

Silnie rosła także sprzedaż w kanałach internetowych - w pierwszym półroczu 2016 roku sprzedaż kart kredytowych przez internet wzrosła o 104 proc., a pożyczek gotówkowych i produktów ratalnych o 208 proc. w ujęciu rocznym. W bankowości detalicznej 97 proc. wszystkich transakcji klientów przeprowadzanych jest w kanałach zdalnych.

W drugim kwartale rozpoczęte zostały prace nad zmianą systemu Citibank Online. Nowa bankowość internetowa, dostępna także na urządzenia mobilne, zostanie zaprezentowana klientom na początku 2017 roku. Wraz z serwisem Citibank Online zmieniać się także będzie aplikacja mobilna. Liczba użytkowników Cit Mobile wzrosła o 17 proc. r./r., obecnie wynosi ok. 83 tys. użytkowników.

Celem zmian w obrębie Citibank Online i Citi Mobile jest możliwość prowadzenia całego procesu sprzedaży i obsługi posprzedażowej w kanałach internetowych.

Bardzo wysokie oceny klientów Citi Handlowy potwierdzają oceny typu NPS (net promoter score), które wynoszą 34 proc. dla systemu bankowości online (Citibank Online), 40 proc. dla Citi Private Client (private banking) oraz 48 proc. dla CitiPhone.

W kategorii kart kredytowych, flagowego produktu, Citi Handlowy zanotował dynamikę sprzedaży na poziomie 52 proc. r./r w drugim kwartale 2016 roku. 80 proc. udziału w akwizycji stanowiła karta Citi Simplicity.

Bankowość instytucjonalna: koncentracja na kluczowych obszarach

Bank rozwija swój program Emerging Market Champions skierowany do globalnych firm inwestujących w Polsce oraz polskich firm inwestujących za granicą. W ramach tej inicjatywy Citi Handlowy wspiera ponad 400 klientów – zarówno polskich działających za granicą, jak i zagranicznych, działających w Polsce.

Citi Handlowy pozostał bankiem nr 1 dla globalnych korporacji działających w Polsce – udział w rynku wynosi 64 proc. Zdrowy kapitał i wskaźniki płynnościowe pozwalają Bankowi zapewnić finansowanie planów inwestycyjnych klientów z sektora firm i przedsiębiorstw. Potwierdzają wzrosty akcji kredytowej od początku roku w segmencie Klientów Korporacyjnych o 9 proc. oraz SME/MME o 10 proc.

Dom Maklerski Banku Handlowego pozostaje liderem pod względem obrotów na Giełdzie Papierów Wartościowych z udziałem na poziomie 10 proc., a Citi

Handlowy jest liderem pod względem obrotów na rynku kasowym obligacji skarbowych.

W pierwszej połowie 2016 roku Bank był aktywny również na rynku obligacji korporacyjnych, przeprowadzając jako organizator emisję o wartości 750 mln zł na rynku oraz uczestnicząc w emisji obligacji konsorcjalnych Europejskiego Banku Inwestycyjnego o wartości 1,75 mld zł.

Platforma Elektroniczna CitiFx Pulse, która zadebiutowała 10 lat temu, niezmiennie cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem klientów. Wzrost obrotów wyniósł 17 proc. w ujęciu kwartalnym.

Prezentacja podsumowująca wstępne wyniki za drugi kwartał 2016 roku dostępna jest na stronie www.citihandlowy.pl w sekcji Relacje Inwestorskie.

Kontakt dla mediów:

Mirosław Kuk, rzecznik prasowy, tel. (0-22) 690 1049; +48 783 915 134

E-mail: miroslaw.kuk@citi.com

Agata Charuba-Chadryś, kierownik ds. kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 9416

E-mail: agata.charubachadrys@citi.com

Patrycja Długolecka-Wójcik, specjalista ds. kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 9052

E-mail: patrycja.dlugoleckawojcik@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 6,6 tys. klientów korporacyjnych i ok. 680 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 36 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.