

Warszawa, 09.05.2008

Zysk netto Citi Handlowy zgodny z oczekiwaniami

Zysk netto Citi Handlowy zgodnie z oczekiwaniami analityków finansowych wyniósł w pierwszym kwartale tego roku 180 mln złotych. Bank poprawił najważniejsze wskaźniki finansowe. Wyniki pierwszego kwartału potwierdziły konsekwencję banku w realizacji strategii, w której kluczowe miejsca zajmują poprawa efektywności i wzrost satysfakcji klienta oraz innowacyjne i prestiżowe produkty dla klientów.

„Jestem zadowolony z wyników pierwszego kwartału, gdyż stał on pod znakiem wzrostu efektywności spółki oraz wprowadzenia wielu innowacji dla wygody i bezpieczeństwa naszych klientów. Osiągnięte rezultaty stanowią solidną podstawę do utrzymania dynamiki rozwoju Banku w pozostałej części roku.” – powiedział Sławomir S. Sikora, Prezes Zarządu Citi Handlowy

W pierwszym kwartale tego roku odnotowano poprawę wszystkich istotnych wskaźników. Wskaźnik zwrotu z kapitału poprawił się o 3,7 proc i wyniósł na koniec marca tego roku 16,7%. Jedynie wskaźnik kosztów nieznacznie wzrósł o 0,6 proc i wyniósł 62,6%. Po wyłączeniu wpływu restrukturyzacji na wynik Banku, odnotujemy 4,7% spadek wskaźnika kosztów.

Nie uwzględniając transakcji jednorazowych wynik operacyjny Banku wzrósł o ponad 24%. Spadek zysku netto w I kwartale o 17 mln zł (tj. 9%) w stosunku do analogicznego okresu w roku ubiegłego został spowodowany rezerwą na restrukturyzację zatrudnienia w wysokości 30 mln zł. Z kolei, w tym samym okresie 2007 roku odnotowano zysk ze sprzedaży akcji Stalexport S.A. w wysokości 7 mln zł. Po wyłączeniu wpływu obu zdarzeń na wynik, wzrost zysku brutto w pierwszym kwartale 2008 roku w stosunku do pierwszego kwartału 2007 roku wyniósłby 14 mln zł, natomiast wzrost zysku netto 12 mln zł.

Wyniki pierwszego kwartału potwierdzają konsekwencję banku w realizacji strategii, w której kluczowe miejsca zajmują poprawa efektywności i wzrost satysfakcji klienta oraz innowacyjne i prestiżowe produkty dla klientów. Wyrazem tej konsekwencji jest niesłabnący sukces platformy internetowej do zawierania transakcji wymiany walutowej Online Trading. Obroty transakcji walutowych wykonanych za pośrednictwem platformy wzrosły w porównaniu do pierwszego

kwartału 2007 roku o 153%. Pierwsze trzy miesiące tego roku to również okres dalszego umacniania pozycji banku na rynku instrumentów walutowych i inwestycyjnych dłużnych papierów wartościowych.

Podobny sukces odnotowano w segmencie kart kredytowych dla klientów bankowości detalicznej. Do końca marca tego roku pozyskano 67 tysięcy nowych klientów. Tym samym liczba kart kredytowych wydanych przez Citi Handlowy wzrosła do poziomu 866 117. Kluczową rolę w pozyskaniu nowych klientów odegrały karty partnerskie. Spośród nowych posiadaczy ponad 25 tysięcy zdecydowało się na kartę Citibank- BP, ponad 21 tysięcy na kartę Citibank-PLUS i około 6 tysięcy na kartę Citibank-LOT. Citi Handlowy umacnia także pozycję lidera na rynku kart przedpłaconych.

W pierwszych trzech miesiącach tego roku bank wydał 64 tysiące nowych kart przedpłaconych. W analogicznym okresie w ubiegłym roku – wydano siedem tysięcy kart tego typu. W lutym 2008 roku bank wprowadził do wszystkich kanałów dystrybucji produktów detalicznych ofertę nowej pożyczki gotówkowej. Unowocześniony produkt oraz nowy model sprzedaży sprawdziły się i korzystanie wpłynęły na dynamikę wzrostu sprzedaży produktu, zwiększając sprzedaż kwietniową o ponad 100% w porównaniu do ubiegłego roku. Z dużym zainteresowaniem klientów spotkało się także wysokooprocentowane konto oszczędnościowo, na którym zgromadzono prawie 2,7 miliarda złotych.

Pierwsze miesiące tego roku w Citi Handlowy należały do innowacyjnych rozwiązań. Citi Handlowy jako pierwszy bank na rynku wprowadził usługę Polecenie Zapłaty Komfort, dzięki której klienci wysyłając smsa sami decydują o tym czy dany przelew ma zostać pobrany z ich konta. Rozwój bankowości mobilnej w Citi Handlowy będzie kontynuowany.

Wynik pierwszego kwartału stanowi stabilną podstawę do realizacji ogłoszonej w marcu strategii rozwoju. Bank rozpoczął już konsolidację kanałów sprzedaży, w wyniku której do końca 2008 roku powstanie ponad 200 oddziałów obsługujących zarówno klientów detalicznych jak i korporacyjnych. Skonsolidowane zostaną także struktury bankowości korporacyjnej i detalicznej w obsłudze małych i średnich przedsiębiorstw. Pierwszego lipca Bank wyodrębni jeden segment obsługi MSP. Pozwoli to m.in. na poprawę jakości obsługi klientów z tego segmentu – dostęp do większej liczby produktów, większą dostępność do placówek, skrócenie czasu oczekiwania na decyzje kredytową.

###

Dodatkowych informacji udziela:

Paweł Zegarłowicz, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 657 72 97
E-mail: pawel.zegarlowicz@citi.com

Agata Charuba–Chadryś, Specjalista ds. Kontaktów z Mediami, tel. (0-22) 692 90 52
E-mail: agata.charubachadrys@citi.com

Dorota Szostek, Specjalista ds. Kontaktów z Mediami, tel (0-22) 22 690 2896
E-mail: Dorota.szostek@citi.com

Bank Handlowy w Warszawie S. A. 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 obsługuje 20 tys. klientów korporacyjnych i 800 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 Citi, jednej z największych instytucji finansowej na świecie, zapewnia klientom Citi Handlowy dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citihandlowy.pl.

Citi (NYSE:C) to wiodąca globalna firma świadcząca usługi finansowe. Obsługuje około 200 milionów klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych w ponad 100 krajach. Zapewnia bogaty wachlarz produktów i usług finansowych, jak bankowość komercyjna i inwestycyjna, bankowość detaliczna, kredytowanie, ubezpieczenia, usługi na rynków papierów wartościowych i zarządzanie aktywami. Główne marki pod znakiem handlowym Citigroup to Citibank, CitiFinancial, Primerica, Smith Barney i Banamex. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citigroup.com.