

Rok realizacji nowej strategii Citi Handlowy

- wyraźna poprawa zyskowności i efektywności**
- 74% klientów odczuło poprawę jakości obsługi**
- innowacje przyczyną wzrostu wyniku o 9,5%**

Podsumowując wyniki za 2010 rok Citi Handlowy potwierdza swoją skuteczność w realizacji strategicznych założeń. W ubiegłym roku bank zarobił o 86 proc. więcej niż w 2009 roku (po wyłączeniu wpływu jednorazowej transakcji) i na koniec grudnia 2010 roku odnotował zysk w wysokości 755 mln zł. Wzrosła też efektywność Citi Handlowy mierzona wskaźnikami ROE i ROA. Konsekwentnie realizowana strategia rozwoju przyniosła innowacje w ofercie dla klientów indywidualnych i korporacyjnych. Bank wdrożył przy tym kilkaset inicjatyw na rzecz poprawy jakości usług. W efekcie, niemal trzy czwarte klientów banku na koniec 2010 roku uznało, że jakość usług oferowanych przez bank znacząco się polepszyła.

Efektywność Citi Handlowy

W 2010 roku Citi Handlowy odnotował zysk netto w wysokości 755 mln zł. W roku ubiegłym zysk netto banku - po wyłączeniu wpływu jednorazowej transakcji w wysokości 98 mln zł - wyniósł 406 mln zł. Jednorazowa transakcja dotyczyła zwrotu podatku VAT. Bank poprawił też swoją efektywność. Rentowność kapitału własnego mierzona wskaźnikiem ROE wzrosła o 3,8 p. proc. względem wyniku z 2009 roku i wyniosła na koniec 2010 roku 12,8 proc. Wskaźnik ROA wyniósł z kolei 1,9 proc. i był o 0,7 p. proc. wyższy niż stopa zwrotu z aktywów w 2009 roku.

Koszty Citi Handlowy pozostają pod kontrolą. Mimo stworzenia nowych miejsc pracy w Banku oraz rozwoju sieci punktów kontaktu z bankiem, wskaźnik kosztów do dochodów utrzymał się na bardzo bezpiecznym poziomie 54%. Bank znacznie zredukował też koszty ryzyka. z 4,6% w 2009 do 2,1% w 2010.

Wysoka jakość Citi Handlowy

W ubiegłym roku bank zgodnie ze strategicznymi założeniami intensywnie rozwijał sieć sprzedaży swoich produktów. Obok 155 oddziałów powstało kilkaset punktów Citi Handlowy, m.in. w sieci salonów firmowych Polkomtel, na lotniskach, w centrach handlowych, w warszawskim metrze oraz w salonach prasowych ze sprzedażą biletów komunikacji miejskiej ZTM. W ponad 1000 bankomatów z logotypem Citi Handlowy klienci mogą wypłacać pieniądze, oraz sprawdzać saldo na rachunkach w Citi Handlowy. Dodatkowo, wszystkie bankomaty własne banku wymienione zostały na tzw. urządzenia dualne, które umożliwiają zarówno wypłatę jak i wpłatę gotówki. Przy czym wpłacana

gotówka księgowana jest na koncie klienta online. Tym samym sieć punktów styczności z Citi Handlowy powiększyła się z prawie 300 do niemal 1400 punktów.

Bank postawił też na najwyższą jakość obsługi i wdrożył kilkaset inicjatyw na rzecz poprawy jakości usług. W efekcie, niemal 74 proc. klientów banku na koniec 2010 roku uznało, że jakość usług oferowanych przez bank znacząco się polepszyła się.

Innowacyjność Citi Handlowy

Miniony rok Citi Handlowy zamyka na pozycji silnego gracza bankowości inwestycyjnej. Bank pośredniczył w transakcjach takich liderów rynku jak PGE, PGNiG, Legg Mason, Ruch S.A., Nepentes S.A. czy Azoty Tarnów. W październiku Citi Handlowy był jednym z koordynatorów sprzedaży oraz prowadzących księgę popytu dla Ministerstwa Skarbu Państwa przy realizacji sprzedaży 10 procent akcji Polskiej Grupy Energetycznej. Bank pozostaje także jednym z czterech biur, które przygotowywały prywatyzację Giełdy Papierów Wartościowych.

Sukces realizacji strategii potwierdzają też innowacyjne rozwiązania wprowadzone do oferty dla klientów indywidualnych i korporacyjnych.

W 2010 roku bank wprowadził na rynek nową platformę wymiany walut CitiFX Pulse. To internetowa platforma kolejnej generacji, która pozwala na zawieranie transakcji wymiany walutowej online po cenach rynkowych. Narzędzie to zapewnia szybki i bezpieczny dostęp do 49 par walut, umożliwiając tym samym lokowanie środków finansowych oraz zarządzanie pozycją walutową. Zaledwie 2 kroki wystarczą klientom do samodzielnego zrealizowania transakcji. Samo księgowanie w nowej platformie odbywa się w 30 sekund.

W II kwartale minionego roku bank przedstawił serwis Citi Mobile. Tym samym, bank dostosował swój internetowy system transakcyjny do przeglądarek telefonów komórkowych. Serwis Citi Mobile został stworzony wspólnie z internautami i użytkownikami serwisu www.mojamobilnabankowosc.pl.

Bank jako pierwszy na polskim rynku wprowadził do swoich oddziałów rewolucyjną technologię, dzięki której nowi klienci Citi Handlowy mogą uzyskać zbliżeniową kartę debetową do konta w zaledwie 2 minuty. Tyle trwa proces wyprodukowania i wydania spersonalizowanej karty podczas wizyty w oddziale. „Od ręki” klienci banku mogą także otrzymać Kartę Kredytową Citibank. Czas oczekiwania na kartę od momentu złożenia wniosku do chwili otrzymania standardowej karty wynosi jedyne 20 minut. To rekordowy wynik na rynku.

Citi Handlowy, jako pierwszy i nadal jedyny Bank w Polsce, opracował i wdrożył technologię połączenia funkcjonalności karty miejskiej i bankowej karty płatniczej. Dzięki opanowaniu tej technologii, Bank 4-go października wydał pierwszą w Polsce Miejską Kartę Płatniczą. To tradycyjna karta, na której klienci banku mogą kodować imienne bilety długookresowe. Oprócz wygody użytkownika jednej karty, posiadacze nowej karty uzyskują także dodatkowe korzyści – tańsze o 10% lub 20% przejazdy komunikacją miejską. W ciągu miesiąca bank wydał 2 tysiące tego typu plastików.

Prezentacja z konferencji prasowej podsumowującej wyniki III kwartału dostępna jest na www.citihandlowy.pl w sekcji Biuro Prasowe.

###

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 1 mln 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 www.citi.com.