

## Wstępne wyniki skonsolidowane Citi Handlowy za II kwartał 2009 roku

To kolejny kwartał konsekwentnej realizacji strategii Banku. Zgodnie ze wstępnymi szacunkami za II kwartał 2009 roku, Citi Handlowy zachowuje stabilną bazę kapitałową i znakomitą płynność. Współczynniki wypłacalności i płynności w Citi Handlowy są znacznie powyżej średniego poziomu dla banków. Dodatkowo, Bank odnotował jeden z najlepszych na rynku wskaźników kredytów do depozytów, poprawiając przy tym znacząco wynik odsetkowy. Procentuje także odpowiedzialna i długofalowa polityka kosztowa. Marża operacyjna Banku wzrastała w ostatnich dwóch kwartałach znacznie szybciej niż marża sektora. Wstępny zysk netto osiągnięty przez bank w drugim kwartale wyniósł 71,4 mln zł. Główny wpływ na spadek wyniku finansowego miały odpisy z tytułu utraty wartości związane z opcjami walutowymi oraz podwyższone rezerwy na należności kredytowe.

*Wynik II kwartału 2009 roku pokazuje, że w trudnym otoczeniu makroekonomicznym Bank pozostaje instytucją stabilną i dochodową. Wynik drugiego kwartału, był zgodny z oczekiwaniami rynku, powiedział Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowy, podczas dzisiejszej konferencji prasowej, jeśli chodzi o drugie półrocze jestem optymistą. Po pierwsze, Bank pokazał, że ma znakomitą ofertę produktów dla klientów, którzy szukają finansowania przez rynek kapitałowy. Po drugie, wprowadziliśmy wiele innowacyjnych produktów dla klientów indywidualnych, dzięki czemu nasza baza klientów systematycznie rośnie, dodał.*

Zgodnie ze wstępnymi szacunkami, na koniec II kwartału 2009 roku Bank utrzymał jeden z najwyższych na rynku wskaźnik wypłacalności, który wyniósł 13,5 proc. Stabilną pozycję Banku potwierdza także wzrost wyniku z tytułu odsetek. W II kwartale 2009 roku wyniósł on 383,6 mln zł wobec 324,6 mln zł w analogicznym okresie 2008 roku. To już kolejny kwartał, gdy Citi Handlowy odnotowuje wzrost na wyniku z tytułu odsetek, co potwierdza konsekwencję Banku w realizacji stabilnej i rozważnej polityki na rynku depozytowym. Wskaźnik kredytów do depozytów wyniósł na koniec czerwca 2009 r. 0,69 i jest to jeden z najlepszych wyników na rynku. Bank konsekwentnie realizuje także rygorystyczne podejście do kosztów. Efektywność kosztowa w ostatnich dwóch kwartałach wyraźnie wzrasta. Wskaźnik kosztów do dochodów w II kwartale 2009 roku spadł o 7 punktów procentowych, co uwidacznia się także w dynamicznym wzroście marży operacyjnej banku, która od początku kwietnia do końca czerwca wzrosła aż o 25 proc.

W drugim kwartale tego roku Bank wypracował zysk netto w wysokości 71,4 mln zł, w porównaniu do 170,1 mln zł w analogicznym okresie w roku ubiegłym. Na wynik Banku negatywnie wpłynęła wielkość utworzonych odpisów na łączną kwotę 180,5 mln zł. Zmiana stanu odpisów wiąże się m.in. koniecznością zwiększenia rezerw na poniesione, niezidentyfikowane straty w związku z pogorszeniem koniunktury na rynku

i dodatkowymi odpisami związanymi ze sprzedażą części portfela kredytów. To także efekt powiększenia się portfela kredytów i kart kredytowych oraz wzrostu udziału należności obsługiwanych nieterminowo

Ostatnie miesiące tego półrocza potwierdzają konkurencyjność oferty Citi Handlowy adresowanej do sektora publicznego. Jeszcze w czerwcu tego roku Bank podpisał umowę z miastem Białystok, na mocy której został organizatorem Programu Emisji Obligacji Miasta Białystok do łącznej kwoty 100 mln zł. Bank obsługuje proces przeprowadzania emisji obligacji, pełniąc funkcję Agenta Emisji, Dealera oraz Depozytariusza.

Dom Maklerski Banku Handlowego (DM BH) zajął pierwsze miejsce wśród domów maklerskich pod względem obrotu akcjami w pierwszym półroczu. Udział DM BH w obrotach akcjami wyniósł 12,7 proc.

Na koniec czerwca tego roku Bank pozostaje niekwestionowanym liderem rynku przedpłaconych kart płatniczych w Polsce. Na koniec I półrocza 2009 roku szacowany udział Banku w rynku wyniósł 73%. Liczba aktywnie wykorzystywanych kart w tym samym okresie przekroczyła 380 tysięcy, co stanowi ponad 35% wzrost w porównaniu do liczby aktywnych kart na koniec I półrocza 2008 roku.

Bank kontynuuje aktywne pozyskiwanie nowych klientów bankowości detalicznej przez wzbogacanie oferty o nowatorskie produkty. Jednocześnie, w okresie niskiej płynności rynku międzybankowego, w ostatnim kwartale bank przywiązywał szczególną wagę do utrzymania salda depozytowego. I tak klienci Citi Handlowy mogli skorzystać z bogatej oferty produktów oszczędnościowych, m.in. specjalnych promocji lokat terminowych. W ostatnim półroczu Citi Handlowy zadebiutował także na rynku z nowatorskim produktem lokatą TurboProcent, w której klient ma możliwość podwyższenia oprocentowania dokonując transakcji bezgotówkowych kartą debetową.

W II kwartale 2009 roku Bank wzmocnił także swoją silną pozycję na rynku kart kredytowych – na koniec II kwartału 2009 liczba wydanych kart wyniosła 1 061 000. Bank potwierdził też swoją dominującą pozycję w zakresie współpracy z partnerami w tworzeniu wspólnej oferty kart kredytowych. Udział kart partnerskich w portfelu kart kredytowych Citi Handlowy utrzymał się na wysokim poziomie 56%. Posiadacze Kart Kredytowych Citibank należą do najbardziej aktywnych zarówno pod względem liczby jak i wartości transakcji na kartę

\*\*\*

#### **Dodatkowych informacji udziela:**

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

Dorota Szostek-Rustecka, Kierownik ds. Kontaktów z Mediami, tel. (0-22) 690-1049, 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 800 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć ponad 188 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](http://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](http://www.citigroup.com).