

## Dobry początek roku –ćwierć miliarda zysku Citi Handlowy

- Bank zarobił 248 mln zł w pierwszym kwartale 2014 roku
- Placówki Smart sprawdzają się i odnotowują wysokie wyniki sprzedażowe – nowe placówki Smart w Poznaniu i Wrocławiu
- Dwucyfrowy wzrost akwizycji w segmencie klientów affluent i emerging affluent
- Silna bankowość korporacyjna – wyraźny wzrost akcji kredytowej dla klientów instytucjonalnych i wzrost depozytów bieżących
- Konsekwentna kontrola kosztów – wskaźnik kosztów dochodów na poziomie 51 proc.
- Najważniejsze wskaźniki efektywnościowe na wysokim poziomie i powyżej sektora - ROE – 14 proc., ROTE – 17 proc., ROA – 1,9 proc.

*„Jestem zadowolony z wyniku pierwszego kwartału, bo kolejny raz potwierdzamy w ten sposób skuteczność naszego planu transformacji. Już w ubiegłym roku zapowiadaliśmy, że początek 2014 roku przyniesie ożywienie w segmencie kredytów dla firm, co dzisiaj wyraźnie widać w naszym wyniku. Odnotowaliśmy znaczący wzrost akcji kredytowej dla klientów instytucjonalnych. W bankowości detalicznej z kolei sprawdza się model Bankowego Ekosystemu Smart. Nowi klienci częściej odwiedzają placówki Smart niż było to w przypadku tradycyjnych oddziałów. Nasza transformacja modelu dystrybucji w kierunku kanałów elektronicznych przynosi też wyraźną poprawę wyników sprzedażowych, powiedział Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowy.*

W pierwszym kwartale 2014 roku Bank zarobił 248 mln zł. Koszty działania Banku spadły o 9 proc. do poziomu 314 mln zł. w stosunku do analogicznego okresu w roku ubiegłym. Wskaźnik kosztów do dochodów wyniósł 51 proc. co jednoznacznie potwierdza konsekwencję Banku w zakresie kontroli kosztów.

Najważniejsze wskaźniki efektywnościowe Citi Handlowy osiągnęły poziom przewyższający wyniki w sektorze. ROE uplasowało się na wysokim poziomie 14 proc., ROTE – 17 proc., ROA – 1,9 proc. Bank odnotował wyraźny wzrost kredytów. Kredyty klientów instytucjonalnych sektora niebankowego wzrosły o 5 proc. rok do roku i 8 proc. kwartał do kwartału. Pozytywna zmian widoczna jest także w wyniku kredytów klientów indywidualnych, który poprawił się o 3 proc. roku do roku i ponad 1 proc.

kwartał do kwartału. Wzrost akcji kredytowej w obszarze bankowości detalicznej to między innymi efekt wzrostu sprzedaży kredytów niezabezpieczonych, który w ujęciu rocznym wyniósł 42 proc., w kwartalnym – 15 proc. W warunkach rekordowo niskich stóp procentowych tempo spadku wyniku odsetkowego wyhamowało. Tym samym spadek wyniku odsetkowego Banku w pierwszym kwartale 2014 roku w porównaniu do analogicznego okresu w roku ubiegłym był znacznie niższy niż obniżka stóp procentowych. Wynik odsetkowy wyniósł 293 mln zł.

### **Transformacja do innowacji. Rozwój bankowości detalicznej.**

Bank konsekwentnie buduje Bankowy Ekosystem Smart, który zakłada przeniesienie koncentracji z tradycyjnej bankowości oddziałowej na nowoczesne placówki Smart, zlokalizowane w miejscach, gdzie obecnie są klienci banku, oraz wykorzystanie najnowszych technologii dla ułatwienia kontaktu z bankiem (rozwiązania mobilne i internetowe). Bank otworzył w tym kwartale kolejne placówki – we Wrocławiu i Poznaniu. Zgodnie z założeniami, efektywność sprzedażowa Smart znacznie przewyższa tę z tradycyjnych placówek – sześciokrotnie w przypadku placówki Smart w Warszawie i aż siedmiokrotnie w przypadku Katowic. Placówki Smart przyciągają też znacznie więcej nowych klientów. Udział nowych klientów odwiedzających Smart w stosunku do tych, którzy mają już relację z Bankiem to 60 proc. na koniec pierwszego kwartału tego roku. To udział pięciokrotnie wyższy niż w przypadku tradycyjnych placówek. Bank dynamicznie zwiększa też liczbę klientów w strategicznych segmentach affluent i emerging affluent. O 22 proc. rok do roku wzrosła liczba klientów Citigold, o 8 proc. rok do roku liczba posiadaczy kont CitiOne. Rośnie też sprzedaż kredytów niezabezpieczonych w bankowości detalicznej – o 42 proc. rok do roku, 15 proc. kwartał do kwartału.

### **Lider bankowości korporacyjnej i na rynkach finansowych**

Rośnie też akcja kredytowa we wszystkich segmentach klientów bankowości korporacyjnej. O 16 proc. kwartał do kwartału w segmencie SME/MME, o 5 proc. – u klientów globalnych, 6 proc. – u klientów korporacyjnych. Depozyty bieżące wzrosły o 17 proc. rok do roku, co tylko potwierdza konsekwencję Banku w zdobywaniu rachunków operacyjnych. To kolejny kwartał sukcesu Banku na rynkach finansowych. W działalności maklerskiej Bank ponownie wyprzedził swoją konkurencję o 4 punkty procentowe, jeśli chodzi o wolumen obrotów akcjami na GPW w pierwszym kwartale 2014 roku i zakończył pierwszy kwartał 13 proc. udziałem w rynku. W pierwszym kwartale tego roku Bank potwierdził też swoją niekwestionowaną pozycję lidera na rynku wymiany walutowej. Wolumen transakcji wymiany walutowej wzrósł o 16 proc. w porównaniu do pierwszego kwartału 2013 roku. Ponownie platforma CitiFX Pluse była kluczowym narzędziem dla zawierania transakcji walutowych. W pierwszym kwartale 2014 roku ponad 70 proc. transakcji wymiany walutowej zawarte było przez platformę. Sam wolumen transakcji zawieranych drogą elektroniczną wzrósł o 35 proc. w porównaniu do I kwartału 2013 roku.

Prezentacja z konferencji prasowej podsumowującej wyniki I kwartału 2014 roku dostępna jest na stronie [www.citihandlowy.pl](http://www.citihandlowy.pl) w sekcji Relacje Inwestorskie.

# # #

**Dodatkowych informacji udziela:**

Dorota Szostek-Rustecka, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 692 10 49  
E-mail: [dorota.szostekrustecka@citi.com](mailto:dorota.szostekrustecka@citi.com)

Patrycja Długolecka-Wójcik, Specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 94 16  
E-mail: [patrycja.dlugoleckawojcik@citi.com](mailto:patrycja.dlugoleckawojcik@citi.com)

Andrzej Kubisiak, Specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 690 90 52  
E-mail: [andrzej.kubisiak@citi.com](mailto:andrzej.kubisiak@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 ponad 20 tys. klientów korporacyjnych i 845 000 klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 88 oddziałów w największych miastach Polski. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Citi Handlowy 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 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).