

Wyniki II kwartału

Pierwsze półrocze tego roku Citi Handlowy zamyka wynikiem ponad 332 mln zł. Bank zgodnie z zapowiedziami po pierwszym półroczu może pochwalić się istotnym wzrostem liczby kont osobistych oraz wartości depozytów bieżących. Konsekwentnie od czterech kwartałów rosną w Citi Handlowy kredyty korporacyjne. O 20% wzrosło też saldo produktów hipotecznych banku. Jakość portfela kredytowego znacznie się poprawia. Wysokie inwestycje w akwizycję przynoszą już pierwsze efekty w obszarze kart kredytowych. Sprzedaż kart w II kwartale była o 50% wyższa niż średnio w 4 ostatnich kwartałach. W drugim półroczu bank będzie kontynuował proces zwiększania wolumenów kredytowych – tak po stronie detalicznej jak i korporacyjnej. Istotnie zwiększy przy tym liczbę kont osobistych oraz kart kredytowych.

W II kwartale 2011 roku Citi Handlowy wypracował skonsolidowany zysk netto w wysokości 151,4 mln zł, co oznacza spadek o 24% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego. Niższy wynik minionego kwartału związany jest przede wszystkim z niższym rezultatem w obszarze działalności skarbcowej (spadek o 59% rok do roku) oraz niższym wynikiem odsetkowym (spadek o 7% rok do roku). Bank zachowuje przy tym silną bazą kapitałową. Współczynnik wypłacalności na koniec czerwca 2011 roku wyniósł 17,96%.

Jeśli chodzi o politykę kosztową Banku to bank zgodnie z zapowiedzią utrzymuje koszty w przedziale od 350 do 370 mln zł. W porównaniu do drugiego kwartału roku ubiegłego, w drugim kwartale 2011 wzrosły koszty działania wraz z amortyzacją o 17,6 mln zł, tj. 5%. Na wzrost kosztów szczególny wpływ miały wyższe koszty dystrybucji produktów bankowych, związane przede wszystkim z aktywną akwizycją kart kredytowych.

Wraz z poprawą jakości portfela kredytowego – odpisy netto na utratę wartości aktywów finansowych w II kwartale wyniosły 15,4 mln zł wobec odpisów netto w II kwartale 2010 roku w wysokości 88,8 mln zł – Bank czwarty kwartał z kolei odnotowuje wzrost kredytów korporacyjnych. Saldo produktów hipotecznych w tym samym okresie wzrosło o 20% do poziomu 431 mln zł. Bank zapowiada dalszy wzrost sprzedaży kredytów hipotecznych.

Rośnie sprzedaż kart kredytowych w Citi Handlowy. W pierwszym półroczu bank zainwestował w rozwój sieci akwizycji kart kredytowych, czego pierwsze efekty widoczne są już na zakończenie czerwca. Bank pozyskał ponad 30 tys. kart kredytowych i zapowiada, że do końca roku liczba nowych kart kredytowych zwiększy się o niemal 50 tys. Za pozyskaniem nowych posiadaczy kart kredytowych stać mają tegoroczne nowości w ofercie banku: lifestylowa Karta Kredytowa Citibank Mastercard World, prestiżowa Karta Kredytowa Citibank MasterCard® World Signia Ultime i partnerska karta stworzona wspólnie z liniami lotniczymi WizzAir. Citi Handlowy zajmuje przy tym pierwsze miejsce na rynku kart kredytowych pod względem wartości transakcji dokonywanych kartami kredytowymi (22% udziału) oraz pod względem wartości (wielkości zadłużenia) portfela kart kredytowych - 16% udziału w rynku.

Rośnie też liczba rachunków dla klientów indywidualnych w Citi Handlowy. Bank podtrzymuje deklarację, że do końca tego roku pozyska 100 tys. kont. Pierwsze półrocze zamyka wynikiem 57 tys. nowo pozyskanych kont osobistych. Wzrostom tym sprzyjać ma ekspansja banku na rynku miejskich kart płatniczych. Bank ze swoimi innowacyjnym produktem zintegrowanej karty miejskiej i płatniczej wszedł właśnie do kolejnych miast – po Warszawie, Wrocławiu, z Miejskiej Karty Płatniczej korzystać teraz mogą mieszkańcy Trójmiasta. Wraz z liczbą posiadaczy konta osobistego rośnie też liczba klientów korzystających z innowacyjnego narzędzia Citi Mobile. Od maja 2010 do lipca 2011 z aplikacji skorzystało już ponad 47 tys. osób. Do końca roku liczba ta zwiększyć się ma do poziomu 65 tysięcy.

Drugie półrocze w bankowości korporacyjnej realizowane będzie pod hasłem „zwiększenia wolumenów i udziału banku w największych transakcjach na rynku kapitałowym”. Tylko w II kwartale 2011 roku Bank zrealizował dwie kluczowe transakcje dla Skarbu Państwa: Pierwotną Ofertę Publiczną (IPO) Jastrzębskiej Spółki Węglowej S.A. oraz Pierwotną Ofertę Publiczną Banku Gospodarki Żywnościowej S.A. Wprowadzenie na giełdę Jastrzębskiej Spółki Węglowej to największa w Polsce i jedna z trzech największych tego typu transakcji w Europie pod względem wartości sprzedanych akcji.

Bank zamierza także umocnić swoją pozycję na rynku usług faktoringowych. Dziś Citi Handlowy zwiększając w pierwszym półroczu obroty faktoringowe o 123 % (I kwartał 2011/ I kwartał 2010) plasuje się na 5 piątej pozycji wśród wszystkich instytucji faktoringowych. Na koniec roku bank chce się znaleźć w pierwszej trójce największych faktorów pod względem obrotu.

Bank niezmiennie duży nacisk kładzie na wysoką jakość obsługi i nieustannie wdraża inicjatywy na rzecz jej poprawy. NPS dla CitiPhone wyniósł na koniec czerwca 2011 69,2% dla jakości obsługi w Oddziałach 45,7%. W przypadku CitiService, obsługującego przedsiębiorców, NPS na koniec II kwartału wyniósł 60,9%.

Prezentacja z konferencji prasowej podsumowującej wyniki II kwartału dostępna jest na stronie www.citihandlowy.pl w sekcji Biuro Prasowe/Materiały dla mediów.

#

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 965 000 klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 153 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 or www.citi.com.