

Warszawa, 1 marca 2006 r.

Informacja prasowa

Rekordowy rok Grupy Kapitałowej Banku Handlowego

- Zysk netto po czterech kwartałach wyższy o prawie 23%
- Wzrost przychodu Banku znacznie wyższy niż wzrost całego sektora
- Wyraźna poprawa najważniejszych wskaźników
- Pozytywna dźwignia operacyjna – wzrost przychodów z działalności operacyjnej szybszy o 6,8% od wzrostu kosztów
- 3- krotny wzrost segmentu CitiFinancial
- I miejsce dla Domu Maklerskiego Banku Handlowego w obrocie akcjami
- Ponad milion wydanych kart płatniczych!

Grupa Kapitałowa Banku Handlowego zamknęła 2005 rok zyskiem netto na poziomie 608 mln zł, czyli 22,9% wyższym niż rok wcześniej i odnotowała wyraźną poprawę najważniejszych wskaźników. Zysk operacyjny Grupy za 2005 rok wzrósł o 11,4%, dzięki znaczącemu wzrostowi wyniku na działalności skarbcowej i 9,2% wzrostowi wyniku z tytułu prowizji. Za cztery kwartały 2005 r. Grupa Kapitałowa Banku Handlowego wypracowała bardzo dobry zysk brutto w wysokości 792 mln zł, czyli o 27,3% wyższy niż rok wcześniej. Grupa osiągnęła rekordowe wyniki, mimo iż nie objęły one jeszcze zysków z transakcji sprzedaży podmiotów zależnych.

Tylko w ostatnim kwartale 2005 r. Grupa osiągnęła zysk brutto na poziomie 160 mln zł w porównaniu z 143 mln zł zysku brutto w tym samym okresie roku ubiegłego.

Bank utrzymał pozycję lidera w na rynku kart kredytowych i umocnił na rynku kart przedpłaconych; na koniec roku mógł się pochwalić ponad milionem wydanych kart płatniczych.

Czwarty kwartał zamknął bardzo pomyślny rok dla Grupy Kapitałowej Banku; znaczący wzrost dochodów po raz kolejny osiągnęły kluczowe segmenty.

Ubiegły rok był udany dla **Bankowości Korporacyjnej i Inwestycyjnej**, która odnotowała wzrost przychodów przy znaczącym ograniczeniu kosztów. W IV kwartale 2005 roku segment Bankowości Komercyjnej i Inwestycyjnej odnotował 129 mln zł zysku brutto – o 11,6% wynik wyższy od analogicznego okresu roku ubiegłego. Sektor ten był inicjatorem i koordynatorem kilku ważnych, pionierskich dla rynku polskiego transakcji takich jak: obsługa emisji obligacji rządowych (5 mld euro), pierwsza w Europie Środkowej emisja obligacji przychodowych dla spółki wodociągowej miasta Bydgoszcz oraz kredyt konsorcjalny dla PGNiG (900 mln euro).

Satysfakcjonującymi wynikami może pochwalić się zwłaszcza **Pion Skarbu**. Szczególnie dobre rezultaty osiągnięte zostały w handlu opcjami walutowymi, dobrze prosperował również handel walutami z klientami. Ponadto, w IV kwartale 2005 roku na wysokim poziomie kształtowały się obroty z inwestorami na rynku instrumentów dłużnych. W IV kwartale 2005 roku udało się utrzymać wysoki, około 25% udział

na rynku opcji walutowych, 22% udział na inwestorskim rynku instrumentów dłużnych oraz 25% udział na klientowskim rynku walut.

W całym 2005 roku Bank umacniał swoją pozycję w obszarze **bankowości transakcyjnej** wzbogacając ofertę o innowacyjne produkty, m.in.: kartę przedpłaconą dla instytucji publicznych, produkty finansowania handlu i rachunek powierniczy dla Klientów instytucjonalnych. W ostatnim kwartale 2005 roku Bank rozszerzał swoją ofertę w zakresie produktów zarządzania gotówką wprowadzając nowe struktury zarządzania płynnością dla grup kapitałowych w ramach rozwiązań typu „cash pooling” w walutach obcych. W listopadzie 2005 roku produkt SpeedCollect Plus uzyskał prestiżową nagrodę przyznaną przez The Banking Technology Magazine w kategorii: „Best business/corporate banking achievement for 2005”. W czwartym kwartale Bank podpisał pierwszą umowę o wydanie kart stypendialnych dla Wyższej Szkoły Administracji Publicznej w Białymstoku, a tym samym wprowadził na rynek polski pierwszą kartę przedpłaconą skierowaną do studentów.

W odpowiedzi na potrzeby Klientów ubiegających się o wsparcie ze środków UE Bank wprowadził w 2005 r. pakiet „Europa Przedsiębiorstw” i rozpoczął aktywne pozyskiwanie Klientów z sektora publicznego. W październiku 2005 roku Bank w ramach umowy podpisanej z Kreditanstalt für Wiederaufbau („KfW”) na refinansowanie kredytów dla małych i średnich przedsiębiorstw otrzymał dotację z Komisji Europejskiej na kwotę 1,15 mln EUR. W grudniu ubiegłego roku Bank wydał ponad 40 promes bankowych do działania skierowanego na inwestycje dla małych i średnich przedsiębiorstw na łączną kwotę 19 mln USD.

Bank Handlowy wzmacniał w 2005 roku swoją pozycję konkurencyjną w zakresie obsługi firm, ale także wykazywał się dużą aktywnością w wybranych obszarach **bankowości detalicznej**. W IV kwartale Segment ten wypracował 27 mln zł zysku brutto, notując 7 % wzrost w stosunku do analogicznego okresu roku 2004. Wynik z tytułu odsetek wyniósł w IV kwartale 2005 roku 110 mln zł i pomimo zmniejszenia oprocentowania kart kredytowych oraz spadków stóp procentowych w ciągu roku, był o 6% wyższy niż w analogicznym kwartale 2004 roku. Do wzrostu wyniku przyczyniły się wysokie przychody odsetkowe od kredytów gotówkowych, jak również efektywne zarządzanie marżą na depozytach.

Bank Handlowy utrzymał wiodącą pozycję w sektorze **kart kredytowych**. Na dzień 31 grudnia 2005 roku liczba wydanych kart kredytowych wyniosła 580 tys. (12% wzrost w stosunku do tego samego okresu w ubiegłym roku). W czerwcu Bank Handlowy wprowadził znaczące zmiany w ofercie kart kredytowych, których celem było zachęcenie klientów do aktywnego i bardziej efektywnego korzystania z możliwości, jakie dają Karty Kredytowe Citibank. Dotychczasowa oferta uzupełniona została o najbardziej prestiżowy produkt, Kartę Kredytową Citibank Platinum; zmianie uległo oprocentowanie wszystkich kart.

W IV kwartale 2005 roku Bank osiągnął bardzo dobre wyniki sprzedaży **Kredytu Citibank**. Głównymi czynnikami wspomagającym sprzedaż były promocje cenowe kredytu oraz wzrastający popyt na produkty kredytowe. Bank kontynuował także akcje promocyjne w związku z poszerzeniem rynku docelowego w segmencie CitiGold w zakresie rachunków osobistych i prowadził działania mające na celu zwiększenie bazy depozytowej wśród klientów detalicznych.

Liczba użytkowników, którzy korzystali z **Citibank Online**, na koniec IV kwartału 2005 roku wzrosła o 43% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Liczba transakcji wykonywanych poprzez

Citibank Online stanowiła w grudniu ponad 82% ogółu transakcji finansowych Pionu Bankowości Detalicznej. Zwiększając dostępność swoich produktów Bank kontynuował także rozbudowę i reorganizację sieci placówek. Sieć Banku zwiększyła się o 21 placówek w stosunku do IV kwartału 2004 roku i wynosiła na koniec IV kwartału 2005 roku 188 placówek.

Dynamiczny rozwój konsekwentnie kontynuował segment **CitiFinacial**, który w 2005 r. podwoił swój udział w przychodach Banku. Tylko w IV kwartale 2005 roku segment ten odnotował ponad 3 mln zł zysku brutto, co stanowiło ponad 3-krotny wzrost w stosunku do IV kwartału 2004 roku. Równocześnie koszty Segmentu wzrosły w IV kwartale 2005 roku o 73%, co było efektem dynamicznej rozbudowy sieci dystrybucji. W IV kwartale 2005 roku CitiFinacial powiększyła się o 5 kolejnych placówek i osiągnęła na koniec roku łączną liczbę 61 oddziałów. W czasie tak dynamicznej fazy inwestycji, podkreślić należy fakt wysokiej pozytywnej dźwigni operacyjnej segmentu, rozumianej jako różnica przyrostu przychodów do kosztów. Oferta CitiFinacial rozszerzona została w ubiegłym roku o nowość rynkową pożyczki zabezpieczone hipoteką.

Do udanych zaliczyć może rok 2005 **Dom Maklerski Banku Handlowego SA**, który w warunkach rosnącej konkurencji od lat utrzymuje pierwszą pozycję na rynku usług maklerskich. W IV kwartale 2005 roku Dom Maklerski Banku Handlowego S.A. pośredniczył w 16,3% transakcji akcjami na rynku wtórnym. W tym okresie wartość obrotów wygenerowanych za pośrednictwem DM BH na rynku akcji na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. wyniosła 8 893 mln zł (wzrost o 6,1% w stosunku do IV kwartału 2004 roku). W IV kwartale 2005 roku DMBH wprowadził do obrotu na GPW pierwszy na rynku polskim instrument nominowany i rozliczany w USD - obligacje Citibank N.A. (instrumenty o rating 2A), wymienne na akcje Banku o wartości 435,6 mln USD.

Miniony rok okazał się przełomowy dla **spółek leasingowych Banku Handlowego**. Wartość zawieranych transakcji leasingowych wzrosła o ok. 50% w stosunku do roku 2004; 2005 rok spółki zamknęły kwotą ponad 300 mln złotych nowo zawartych umów. Najlepsze wyniki spółki leasingowe osiągnęły w ostatnim kwartale 2005 roku. Wartość aktywów oddanych w leasing w IV kwartale 2005 roku wyniosła 125 mln zł i była o 131% wyższa od wartości aktywów oddanych w leasing w analogicznym okresie 2004 roku.

2005 rok dla Grupy Banku Handlowego był udany nie tylko ze względu na rekordowe wyniki finansowe. Firma z powodzeniem realizowała swoją misję społecznej odpowiedzialności. Zainicjowany w ubiegłym roku wspólnie z NBP i Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości ogólnopolski program edukacji ekonomicznej "Moje Finanse" w ciągu 2 lat obejmie 260 tys. uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Za powołany w czerwcu ubiegłego roku Program Wolontariatu Pracowniczego, w którym już dziś aktywnie uczestniczy kilkuset wolontariuszy Bank odebrał w grudniu 2005 roku główną nagrodę w konkursie „Barwy Wolontariatu” za najlepszy program wolontariatu pracowniczego.

###

Dodatkowych informacji udziela:

Iwona Jaworska, Rzecznik Prasowy Banku, tel. (22) 657 70 84

Bank Handlowy w Warszawie SA to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citibank 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 m.in. 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.citibankhandlowy.pl.

Citigroup (NYSE:C) to największa 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.