

Warszawa, 15 maja 2006 r.

Informacja prasowa

Znakomity kwartał Grupy Kapitałowej Banku Handlowego

- Skonsolidowany zysk netto Grupy wyższy o 70% w stosunku do analogicznego okresu 2005 r.
- 187% wzrost zysku brutto Sektora Detalicznego
- 64% wzrost zysku brutto Segmentu Bankowości Komercyjnej i Inwestycyjnej
- Znakomite przychody ze sprzedaży produktów inwestycyjnych
- Systematyczny rozwój CitiFinancial

Pierwszy kwartał Grupa Kapitałowa Banku Handlowego zakończyła skonsolidowanym zyskiem netto w wysokości 236 mln zł, czyli o 70% wyższym w stosunku do analogicznego okresu 2005 r. To znakomity wynik nawet bez uwzględnienia wpływów z transakcji jednorazowych. Zysk brutto w raportowanym okresie wyniósł 303 mln zł i był aż o 81,8% wyższy w stosunku do I kwartału ubiegłego roku. Zysk brutto Sektora Detalicznego był aż o 187% wyższy niż w analogicznym okresie 2005 r. Bank może pochwalić się najbardziej zróżnicowaną i najszerszą ofertą produktów inwestycyjnych; przychody z tych produktów prawie o 80% przewyższyły przychody w tym samym okresie 2005 r.

– *Nasza strategia rozwoju Banku przynosi już swoje efekty, o czym świadczy systematyczny wzrost wyników. Umacniamy swoją pozycję w Bankowości Korporacyjnej i Inwestycyjnej; z drugiej strony bardzo intensywnie rozwijamy ofertę dla klientów indywidualnych. Drugi kwartał 2006 to produkty, produkty i jeszcze raz produkty – jak zawsze prestiżowe i nowoczesne* – powiedział Sławomir S. Sikora, Prezes Zarządu Banku Handlowego w Warszawie SA.

Znaczący wpływ na zysk netto Grupy osiągnięty w pierwszych miesiącach br. miały transakcje sprzedaży: Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych Banku Handlowego S.A. i Handlowy Zarządzanie Aktywami S.A., udziałów w jednostce stowarzyszonej Handlowy Heller S.A. oraz zorganizowanej części Banku prowadzącej działalność w zakresie rozliczeń transakcji kartowych w ramach Sektora Bankowości Detalicznej. Ponadto, Grupa odnotowała wzrost przychodów operacyjnych o 3 mln zł w stosunku do I kwartału ubiegłego roku, które obejmowały wynik z tytułu odsetek i prowizji, wynik na instrumentach finansowych, wynik z pozycji wymiany oraz wynik na pozostałych przychodach i kosztach operacyjnych.

Początek roku okazał się tradycyjnie bardzo dobry dla **Bankowości Korporacyjnej i Inwestycyjnej**; segment odnotował 247 mln zł zysku brutto – wynik o 64% wyższy od I kwartału 2005 r. Segment wypracował stabilny wynik na działalności skarbcowej dzięki aktywnej sprzedaży produktów dla klientów.

W styczniu w ramach poszerzenia grupy docelowej klientów opracowana została zindywidualizowana oferta unijna skierowana do klientów Pionu Małych Przedsiębiorstw.

Bank intensyfikował także swoje działania w zakresie **bankowości transakcyjnej**, a w szczególności **cash management**. W marcu przygotowana została nowa metoda naliczania opłat za przelewy krajowe wychodzące. Nowy model rozszerza ofertę produktową ale i pozwala zaproponować atrakcyjne stawki opłat dla klientów Banku. Citibank Handlowy w pierwszych kwartałach tego roku finalizował swoje prace związane z nowym i nieoferowanym dotąd przez żaden Bank rozwiązaniem zarządzania opłatami sądowymi, kaucjami oraz innymi rodzajami masowych wpłat. **Microwpłaty** są innowacyjnym produktem przeznaczonym dla podmiotów, które przyjmują „w depozyt” wadła, kaucje oraz inne masowe wpłaty i są zobowiązane do ich zwrotu danemu podmiotowi po określonym czasie wraz z naliczonymi odsetkami.

W styczniu Bank wydał **pierwszą w Polsce i Europie przedpłaconą Kartę Stypendialną**, a liczba wydanych w analizowanym okresie kart przedpłaconych wzrosła o 40% (w stosunku do wydanych w I kw. 2005 r.) i wyniosła na koniec marca 156 tys. Przedpłacone Karty Zasiłkowe i Stypendialne otrzymały nagrodę drugiego stopnia za najbardziej innowacyjny produkt 2005 roku w sektorze korporacyjnym w Europie (Most Innovative European Corporate Product of 2005). Nagroda przyznawana jest przez European Payments Consulting Association (EPCA) oraz European Card Review (ECR).

W I kwartale Bank umacniał swoją pozycję na **rynku walutowych instrumentów pochodnych** we wszystkich produktach i segmentach. Transakcje walutowe w dalszym ciągu stanowią solidną bazę pod względem zysków i wolumenów dla bardziej zaawansowanych produktów skarbowych. Dodatkowo, wprowadzona została platforma internetowa, umożliwiająca klientom zawieranie transakcji na tym rynku poprzez stronę internetową. Bank utrzymał rolę animatora rynku w obszarze wszystkich produktów będących w obrocie na polskim rynku. Wysoki wolumen transakcji na polskich obligacjach i instrumentów pochodnych na stopę procentową, przy jednoczesnej bardzo znaczącej aktywności jako animatora polskiego rynku walutowego, potwierdziły znaczącą rolę Banku w zachowaniu płynności rynku i stabilności systemu finansowego.

Początek roku okazał się bardzo dobry dla bankowości detalicznej; **Sektor Detaliczny** wypracował w I kwartale 2006 roku 50 mln zł zysku brutto, czyli aż o 187 % wyższy niż w analogicznym okresie 2005 r. Szczególnie satysfakcjonujące są przychody z **produktów inwestycyjnych**, które aż o 79% przewyższyły zyski z analogicznego okresu 2005 r. Wynik ten to efekt sprzedaży jednostek uczestnictwa polskich i zagranicznych funduszy inwestycyjnych, produktów ubezpieczeniowo-inwestycyjnych oraz produktów strukturyzowanych. W I kwartale 2006 roku Bank przeprowadził 9 subskrypcji Lokat Inwestycyjnych Citibank oraz 11 subskrypcji Obligacji Strukturyzowanych. Wyjątkowo dobry wynik to także rezultat polityki, którą Bank stosuje w obszarze produktów inwestycyjnych i zarządzania aktywami. Filozofia modelu biznesowego zakłada dostarczenie klientom produktów towarzystw, których fundusze oferują najwyższą wartość, pod względem zwrotów, transparentności i kompetencji w zarządzaniu. Przychody z **produktów ubezpieczeniowych** w I kwartale 2006 roku przewyższyły ubiegłoroczne (I kw. 2005 r.) o 36%.

Łączna liczba wydanych na koniec marca **kart kredytowych** wyniosła 595 tys. Bank pozostaje liderem na rynku kart pod względem innowacyjności produktu, ale i wartości i liczby transakcji dokonywanych jego kartami kredytowymi. Citibank Handlowy pierwszy w Polsce wprowadzał m.in. pierwszą kartę kredytową akceptowaną na całym świecie, kartę ze zdjęciem i podpisem posiadacza, możliwość wydania kart dodatkowych, korzystanie ze zniżek w punktach handlowo-usługowych przy płatności kartą. W tym roku z kolei Citibank Handlowy jako pierwszy na rynku zaproponował posiadaczom swoich kart „kredyt w karcie na telefon”. Klienci mają możliwość znacznego podniesienia limitu kredytowego na karcie i zlecić jego natychmiastowe przelanie na wskazane przez siebie konto osobiste. Możliwość dokonania transferu środków mają również posiadacze Kart Kredytowych Citibank, którzy mają swoje konta osobiste w innych bankach. Nowa propozycja jest tym bardziej interesująca, że kwota powstałego w ten sposób zadłużenia zostaje rozłożona na równe raty (max. 60 rat) w Planie Spłat Ratalnych "Komfort" na warunkach dogodnych dla klienta.

Pierwsze miesiące okazały się pomyślne dla **CitiFinancial**; segment w I kw. odnotował ponad 6 mln zł zysku brutto, wobec -1,5 mln zł straty w I kwartale 2005 r. Pomimo wejścia w życie ustawy ograniczającej maksymalne oprocentowanie kredytów, segment osiągnął wynik odsetkowy w wysokości 38 mln zł (81% wzrost w stosunku do I kwartału 2005 r.). Wzrost wyniku odsetkowego jest pochodną wzrostu portfela kredytowego, który w tym samym okresie zwiększył się o 83%. Wynik z tytułu prowizji w analizowanym okresie wyniósł 3 mln zł i zanotował wysoki, bo aż 208% wzrost w stosunku do analogicznego okresu roku 2005. Od marca 2005 r. liczba placówek CitiFinancial wzrosła o 31 i na koniec I kw. wynosi 71 placówek. Aż dziewięć z nich zostało otwartych w marcu 2006 roku.

###

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.