

## ***Rok ekspansji z poprawą wyników w Citibank Handlowy***

- **Zysk netto za 2006 rok na poziomie 657 mln zł**
- **Wzrost wyniku netto w 4 kw. 2006 wobec 4 kw. 2005**
- **Wzrost zysku brutto sektora detalicznego o 203% w stosunku do 4 kw. roku 2005**
- **Liczba wydanych kart biznes wzrosła o 20%**

Grupa kapitałowa Banku Handlowego w Warszawie S.A. zamknęła rok 2006 zyskiem netto na poziomie 657 mln zł, co oznacza wzrost o 38 mln zł w stosunku do roku poprzedniego. Zysk brutto za 2006 roku wyniósł 832 mln zł, i wzrósł o 36 mln zł w stosunku do roku 2005.

Zysk netto za 4 kwartał 2006 roku wyniósł 168 mln zł i wzrósł o 49 mln zł – co stanowi wzrost o 40,9% - w porównaniu do zysku netto w tym samym okresie roku ubiegłego. Zysk brutto za 4 kwartał br. wyniósł 204 mln zł i wzrósł o 43 mln zł w porównaniu z 4 kwartałem ur.

**Segment Bankowości Komercyjnej i Inwestycyjnej.** W 4 kwartale 2006 roku segment Bankowości Komercyjnej i Inwestycyjnej odnotował 146 mln zł zysku brutto wobec 141 mln zł w analogicznym okresie 2005 roku. Jednocześnie koszty tego segmentu wyniosły 177 mln zł, co stanowi spadek o 18 mln zł. (9% w stosunku do 4 kw. 2005 r.). Ponadto segment zanotował w 4 kwartale 2006 roku 5 mln zł odpisów netto na utratę wartości kredytów. W odpowiednim okresie roku 2005 zanotowano zmniejszenie odpisów netto w kwocie 11 mln zł.

Bank umocnił pozycję lidera w obsłudze gotówkowej hipermarketów i firm produkcyjno-handlowych, jak również na rynku identyfikacji wpłat masowych.

W obszarze **bankowości elektronicznej** w 4 kwartale nastąpiło skrócenie czasu implementacji systemu internetowego CitiDirect z 5 do 2 dni. Zmiana ta umożliwiła szybsze korzystanie z usług bankowych.

**Produkty kartowe.** W IV kwartale 2006 roku liczba wydanych przez Bank kart biznes wzrosła o 20% w stosunku do IV kwartału 2005 roku. Bank wydał w sumie ponad 1200 nowych kart biznes w tym okresie. Z kolei liczba wydanych kart przedpłaconych na koniec IV kwartału 2006 roku była wyższa o 48% w stosunku do końca IV kwartału 2005 roku i wyniosła ponad 226 tys. kart. Bank umocnił dzięki temu pozycję lidera na rynku kart przedpłaconych.

**Bankowość korporacyjna i inwestycyjna oraz bankowość przedsiębiorstw.** W IV kwartale 2006 roku Bank skupiał się na zacieśnianiu współpracy z dotychczasowymi klientami, rozwijał też współpracę z nowymi dynamicznie rozwijającymi się firmami w kraju i zagranicą.

Wspierając działalność przedsiębiorstw, Bank udzielał finansowania samodzielnie, a także aranżował i uczestniczył w największych kredytach konsorcjalnych. Do najważniejszych transakcji IV kwartału 2006 roku należało finansowanie PKN Orlen, umożliwiające realizację przejęcia litewskiej rafinerii Możejki.

Ponadto Bank Handlowy w Warszawie S.A. był czołowym bankiem w Polsce pod względem wartości emisji w dystrybucji krótkoterminowych papierów dłużnych z udziałem w rynku wynoszącym około 16% (dane wg biuletynu Fitch Ratings 29.12.2006r.). Obsługiwał w tym czasie 28 programów emisji. Dzięki innowacyjnym produktom i usługom Bank pozostaje liderem w obszarze finansowania przedsiębiorstw.

Pion Bankowości Przedsiębiorstw odnotował w IV kwartale 2006 roku wyjątkowo dobry wynik w obszarze akwizycji nowych klientów. Liczba nowych klientów systematycznie rosła, osiągając w grudniu liczbę 163, a w całym IV kwartale 2006 roku 363 nowych klientów. Wynik ten został osiągnięty m.in. dzięki przebudowie modelu obsługi i akwizycji klientów.

**Dom Maklerski Banku Handlowego SA. („DMBH”).** DMBH skończył 2006 rok 11% udziałem w całości obrotu zrealizowanego przez wszystkie domy maklerskie na rynku. W 4 kwartale 2006 roku Dom Maklerski Banku Handlowego SA. pośredniczył w 9% transakcji akcjami na rynku wtórnym. Istotnym czynnikiem wewnętrznym, który wpłynął na pozycję DMBH była wymiana zespołu sprzedażowego – specjalizującego się w obsłudze dużych klientów instytucjonalnych.

**Sektor Bankowości Detalicznej.** W I kwartale 2006 roku, sektor ten zanotował zysk brutto w kwocie 53 mln zł, co stanowi 203% wzrost w stosunku do analogicznego okresu roku 2005.

Wynik odsetkowy w 4 kwartale 2006 roku wyniósł 107 mln zł i był o 3% wyższy w porównaniu z 4 kwartałem 2005 roku. Głównym motorem wzrostu było zwiększenie portfela kart kredytowych i kredytów.

Wynik z tytułu prowizji wyniósł 89 mln zł, co stanowi 44% wzrost w stosunku do analogicznego okresu roku 2005. Wynik ten został osiągnięty dzięki znaczącemu wzrostowi sprzedaży produktów ubezpieczeniowych i inwestycyjnych.

Liczba wydanych kart kredytowych wyniosła na koniec 2006 roku prawie 663 tysiące, co stanowi 14% wzrost w stosunku do tego samego okresu w ubiegłym roku. Bank pozostał liderem rynku pod względem wartości dokonywanych transakcji oraz salda zadłużenia klientów. Karty kredytowe pozostały również najczęściej używanymi kartami na rynku, co dało Bankowi ok. 25% udział w rynku.

4 kwartał 2006 roku stał pod znakiem nowości. Pod koniec 4 kwartału ur. Bank wprowadził do oferty kartę kredytową dla studentów oraz kartę dodatkową dla młodzieży.

W obszarze rachunków bankowych pod koniec 2006 roku Bank wprowadził do oferty konto internetowe - CitiOne Direct. Natomiast w zakresie depozytów Bank zaoferował wysoko oprocentowaną trzymiesięczną lokatę złotową o rocznej stopie 11%.

W 4 kwartale 2006 roku segment **CitiFinancial** odnotował zysk brutto w kwocie 6 mln zł, wobec 3 mln zysku brutto w 4 kwartale 2005 roku. Wynik z tytułu prowizji od udzielanych kredytów, obejmujący także przychody z tytułu ubezpieczeń w 4 kwartale 2006 roku wyniósł 5 mln zł i zanotował 57% wzrost w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Pod koniec 2006 r. sieć CitiFinancial liczyła 99 oddziałów i była wyższa o 38 placówek w stosunku do końca roku 2005. Sieć kontynuowała strategię tworzenia mniejszych i tańszych placówek. Na dzień 31 grudnia ur. CitiFinancial dysponował 12 takimi punktami sprzedaży.

Sieć Banku wynosiła na koniec grudnia 236 jednostek, na które składały się: 111 placówek CitiFinancial, 86 oddziałów Sektora Bankowości Detalicznej, 39 oddziałów i filii Sektora Bankowości Korporacyjnej. Liczba placówek korporacyjnych nie zmieniła się w IV kwartale 2006 roku i wynosiła 39.

\*\*\*

**Bank Handlowy w Warszawie S.A.** 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.

**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.

###

Dodatkowych informacji udziela: Paweł Zegarłowicz, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 657 72 97