

Warszawa, 22 sierpnia 2017 r.

Citi Handlowy dla rozwoju klientów

- **Konsekwentny wzrost biznesu klientowskiego – wzrost przychodów od klientów o 12% r./r.**
- **Wsparcie realizacji planów klientów indywidualnych i rozwoju klientów instytucjonalnych – wzrost wolumenów powyżej sektora**
- **Konsekwentny rozwój bankowości relacyjnej – karta kredytowa Citi Handlowy coraz częściej używaną kredytówką**
- **Efektywny model bankowości detalicznej – rośnie rola sprzedaży online i stabilny wzrost akwizycji w kanałach Smart**
- **Bank pierwszego wyboru dla globalnych klientów**
- **Konsekwentna polityka dywidendowa – jeden z dwóch banków, które wypłaciły dywidendę**

W drugim kwartale konsekwentnie realizowaliśmy nasze założenia wspierając inwestycje klientów instytucjonalnych oraz realizację planów klientów bankowości detalicznej. Dotarliśmy z naszym wsparciem do ponad 400 firm, co przełożyło się na oczekiwane dwucyfrowe wzrosty wolumenów. W bankowości detalicznej kontynuowaliśmy strategię rozwoju bankowości Smart. Wraz z wdrożeniem nowej platformy internetowej Citibank Online istotnie zwiększyliśmy udział sprzedaży internetowej w naszym nowoczesnym modelu dystrybucji, powiedział Sławomir S. Sikora, Prezes Citi Handlowy. Pozostajemy stabilnym bankiem dla naszych inwestorów i akcjonariuszy. Konsekwentnie realizujemy politykę dywidendową. Byliśmy jednym z dwóch banków, które wypłaciły w tym roku dywidendę.

W II kwartale 2017 roku Bank urósł w obszarze przychodów do poziomu 524 mln zł. Tym samym przychody Banku utrzymały się na podobnym poziomie jak w roku ubiegłym, po wyłączeniu wpływu jednorazowej transakcji zrealizowanej w roku 2016. W II kwartale odnotowano przy tym istotny, bo 7% wzrost sumy wyniku odsetkowego i prowizyjnego, co wpłynęło na wzrost zysku netto do poziomu 158 mln zł.

Znacząco wzrosło przy tym zaangażowanie Banku w finansowanie planów rozwoju klientów instytucjonalnych. Wolumeny kredytów instytucjonalnych na koniec II kwartału tego roku wzrosły o 14% r./r. To dynamika wzrostu ponad dwukrotnie wyższa niż średnia rynkowa. Bank intensywnie wspierał też klientów indywidualnych. Tu podobnie, wzrost kredytów detalicznych był wyższy niż w sektorze – 4% r./r. vs. 3% r./r. w sektorze bankowym.

Pierwszy nowoczesny model bankowości detalicznej

Wraz z wdrożeniem nowoczesnej platformy Citibank Online, rośnie satysfakcja klientów ze współpracy z bankiem przez internet i z wykorzystaniem kanałów mobilnych. Digital NPS, obejmujący Citibank Online, od momentu wdrożenia nowego Citibank Online wzrósł z poziomu 4% w marcu tego roku do poziomu 28%. Klienci jeszcze lepiej oceniają Citibank Online w kanałach mobilnych – tu Mobile NPS podwyższył się z poziomu 7% w marcu tego roku do 58% na zakończenie II kwartału. Jednocześnie rośnie liczba klientów korzystających z Citibank Online przez telefon – na koniec II kwartału 2017 roku liczba aktywnych użytkowników bankowości mobilnej, czyli takich, którzy raz na 30 dni skorzystali z bankowości mobilnej (aplikacja lub Citibank Online w technologii responsywnej) wyniosła ponad 112 tys., co stanowi wzrost o ok. 44% w stosunku do II kwartału 2016 roku.

Nowy system bankowości online istotnie wzmocnił też Bankowy Ekosystem Smart proponując rozwiązania, które pozwalają klientom szybko i wygodnie aplikować o nowe produkty. W rezultacie istotnie wzrosła akwizycja w kanałach internetowych - liczba kart kredytowych pozyskanych przez klientów przez Internet wzrosła o 42% r./r. Wdrożenie nowoczesnej aplikacji sprzedażowej na iPad, z której korzystają z kolei doradcy, bezpośrednio przełożyło się na wzrost sprzedaży produktów inwestycyjnych o 19% r./r.

Citi Handlowy wzmocnia też pozycję „banku numer jeden” dla swoich klientów. Wolumeny transakcji realizowanych kartą kredytową wzrosły w II kwartale tego roku o 6% r./r., w tym samym okresie wolumeny transakcji walutowych podwyższyły się o 7% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego.

Rośnie przy tym liczba klientów posiadających rachunek w Citi Handlowy – na koniec I półrocza 2017 roku wyniosła ona 459 tys. Trend wzrostowy zachowuje też portfel kart kredytowych – na koniec czerwca 2017 roku liczba kart kredytowych wyniosła 702,4 tys.

Bank pierwszego wyboru dla klientów z globalnymi aspiracjami

Citi Handlowy konsekwentnie realizuje strategię wsparcia rozwoju swoich klientów. Wolumeny klientów instytucjonalnych na koniec I półrocza 2017 roku wzrosły o 14%. Tym samym dynamika wzrostu kredytów w tym obszarze była o połowę wyższa niż w całym sektorze. Bank ze wsparciem finansowym do czerwca 2017 roku dotarł do ponad 400 firm.

Dzięki wsparciu globalnej sieci oraz zestawowi unikatowych rozwiązań technologicznych Citi Handlowy to także instytucja finansowa pierwszego wyboru dla firm międzynarodowych. Aktywa firm globalnych w portfelu Banku od początku roku wzrosły o 27%, co może sugerować zdecydowanie większy apetyt zagranicznych inwestorów na inwestowanie w Polsce. Potwierdzeniem tego może być strategiczna inwestycja o wartości 1,3 mld zł jednego z kluczowych globalnych klientów Banku z branży samochodowej. Bank pełnił w tej transakcji rolę Mandated Lead Arranger.

Citi Handlowy niezmiennie zajmuje wiodącą pozycję na rynku FX. Z ofertą ponad 130 walut pozostaje bankiem pierwszego wyboru dla klientów realizujących swój biznes w najdalszych zakątkach świata. Dla większej wygody klientów dostęp do platformy Citi FX Pulse, jak i systemu bankowości elektronicznej dla firm, CitiDirect, dostępne są za jednym logowaniem. Około 80% wszystkich transakcji wymiany walutowej realizowane jest już poprzez platformę internetową. Oferta walutowa oparta o unikatową ekspertyzę rynkową wzbogacona została także o aplikację Puls Rynku, która pozwala na szybki kontakt z dealerami oraz daje bieżący dostęp do najświeższych komentarzy rynkowych ekspertów Banku. Zgodnie z raportem "Rating&Rynek" przygotowywanym przez agencję Fitch Ratings, Bank posiadał na koniec czerwca 2017 roku 15% udziału w rynku jako organizator obligacji i certyfikatów depozytowych dla banków, co daje mu drugą pozycję spośród innych uczestników rynku;

Więcej informacji o wynikach Banku za II kwartał 2017 rok w raporcie na stronie Relacji Inwestorskich: www.citihandlowy.pl

Dodatkowych informacji udziela:

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

Agata Charuba-Chadryś, kierownik ds. kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 94 16
E-mail: agata.charubachadrys@citi.com

Patrycja Długołęcka-Wójcik, specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 90 52
E-mail: patrycja.dlugoleckawojcik@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 6,2 tys. klientów korporacyjnych i ok. 687 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 26 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.

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 www.citi.com.