

Innowacje na potrzeby Klienta Bank Handlowy w Warszawie S.A. rozwija sektor bankowości detalicznej

- **Po trzech kwartałach Bank Handlowy wypracował 80% zysku za 2005 r!**
- **188% wzrost zysku brutto Sektora Bankowości Detalicznej**
- **190 nowych Klientów w Pionie Bankowości Przedsiębiorstw w trzecim kwartale br.**
- **39% wzrost CitiFinancial**
- **35% wzrosły użytkownicy bankowości internetowej w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.**

Zysk brutto Grupy za trzy kwartały 2006 roku wyniósł 625 mln zł w porównaniu z 632 mln zł zysku brutto w analogicznym okresie 2005 r. Skonsolidowany zysk netto w ujęciu narastającym wyniósł 485 mln zł w porównaniu z 497 mln zł zysku netto w tym samym okresie roku poprzedniego.

O 188% w trzecim kwartale wzrósł zysk brutto Sektora Bankowości Detalicznej.

Bardzo dobrymi wynikami może pochwalić się Sektor Bankowości Detalicznej. W trzecim kwartale zanotował zysk brutto w kwocie 37 mln zł, co stanowi 188% wzrost w stosunku do analogicznego okresu roku 2005.

Miniony kwartał okazał się pomyślny dla Pionu Kart Kredytowych. Z tytułu Planu Spłat Ratalnych Komfort łączne należności posiadaczy Kart Kredytowych Citibank przekroczyły w III kwartale 2006 roku kwotę 250 mln zł. Wynik ten to m.in. efekt rekordowej sprzedaży unikalnej oferty na rynku – kredytu gotówkowego w karcie kredytowej. Należności Klientów z tego tytułu osiągnęły 100 mln zł. Citibank Handlowy pozostaje liderem rynku kart kredytowych – ma najwyższą na rynku wartość transakcji dokonanych kartami kredytowymi, a jego karty są najczęściej używane. Citibank Handlowy to również lider innowacji. Jako pierwszy wprowadził kartę akceptowaną na całym świecie, kartę ze zdjęciem i podpisem posiadacza, karty dodatkowe, zniżki w punktach handlowo-usługowych przy płatności kartą; karty partnerskie, karta dla kobiet, obsługę karty przez telefon (CitiPhone) i Internet.

W minionym kwartale Bank kontynuował dobrą sprzedaż produktów inwestycyjnych – zorganizował 20 subskrypcji obligacji strukturyzowanych w różnych walutach i powiązanych z różnymi zmiennymi rynkowymi (indeksy giełdowe, Indeks S&P oraz Citigroup - Rising Stars, cenami towarów raz kursami walut). Bank od początku oferuje produkty inwestycyjne w ramach „otwartej architektury” i ma najbardziej

zróżnicowaną ofertę produktów inwestycyjnych. Jako jedyny dystrybuuje zagraniczne fundusze inwestycyjnych Legg Mason Inc. w tym fundusze funduszy CitiChoice MultiManager Funds.

Liczba użytkowników, którzy przynajmniej raz skorzystali z **Citibank Online**, na koniec III kwartału 2006 roku przekroczyła 416 tys. i tym samym wzrosła o 35% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Liczba transakcji wykonywanych poprzez Internet stanowiła we wrześniu ponad 80% ogółu transakcji finansowych Pionu Bankowości Detalicznej.

Dobłą passę tradycyjnie kontynuował CitiFinancial. Wynik odsetkowy tego segmentu wyniósł 43 mln zł (39% wzrost w stosunku do III kw. 2005 r.). Wzrost wyniku odsetkowego jest pochodną wzrostu portfela kredytowego, który w tym samym okresie powiększył się o 57%. Wynik z tytułu prowizji od udzielonych kredytów, obejmujący także przychody z tytułu ubezpieczeń, w III kw. 2006 roku wyniósł 5,4 mln zł i zanotował 141% wzrost w stosunku do analogicznego okresu 2005 roku.

141 mln zł zysku brutto (wobec 212 mln zł w analogicznym okresie 2005 r.) odnotował w trzecim kwartale **Sektor Bankowości Komercyjnej i Inwestycyjnej**. Głównym powodem różnicy był wysoki wynik w obszarze sprzedaży produktów skarbcowych osiągnięty w III kwartale 2005 roku.

Miniony kwartał okazał się pomyślny dla rozwoju **produktów kartowych**. Liczba wydanych kart biznes wyniosła 15,3 tys., co stanowi 14% wzrost w stosunku do liczby kart wydanych na dzień 30 września 2005 roku. O 47% (w stosunku do analogicznego okresu) wzrosła liczba kart przedpłaconych.

Trzeci kwartał przyniósł zakończenie dwóch istotnych procesów w **Pionie Bankowości Przedsiębiorstw**: zmiany Programu Kredytowego i reorganizacji modelu współpracy z klientami. Nowy Program Kredytowy dla sektora SME przygotowany został z myślą o klientach o rocznych obrotach na poziomie: 8 – 75 mln zł a jego najważniejsze elementy to: usprawnienie procedur kredytowych i szybkość obsługi. Pierwszym efektem tych zmian jest 190 nowych Klientów w trzecim kwartale br.

Łączna wartość obrotów na rynku akcji zrealizowanych za pośrednictwem Domu Maklerskiego BH wyniosła 5,32 mld złotych (piąta pozycja na rynku biur maklerskich), a udział w rynku wzrastał na przestrzeni kwartału z 7,3% w lipcu do 8,9% we wrześniu 2006 roku.

Od początku roku Handlowy-Leasing Sp. z o.o. – spółka zależna Banku – podpisała umowy na kwotę 310,6 mln zł. W porównaniu z analogicznym okresem roku 2005 spółka odnotowała 60% wzrost wartości netto aktywów oddanych w leasing. Wartość netto aktywów oddanych w leasing w III kwartale 2006 roku wyniosła 148,3 mln zł.

###

Dodatkowych informacji udziela:

Paweł Zegarłowicz, Dyrektor Biura Prasowego Banku, tel. (22) 657 70 84

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 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.