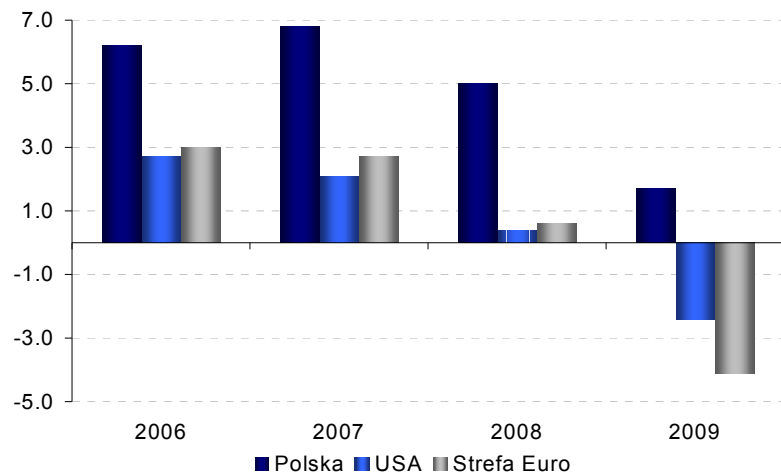




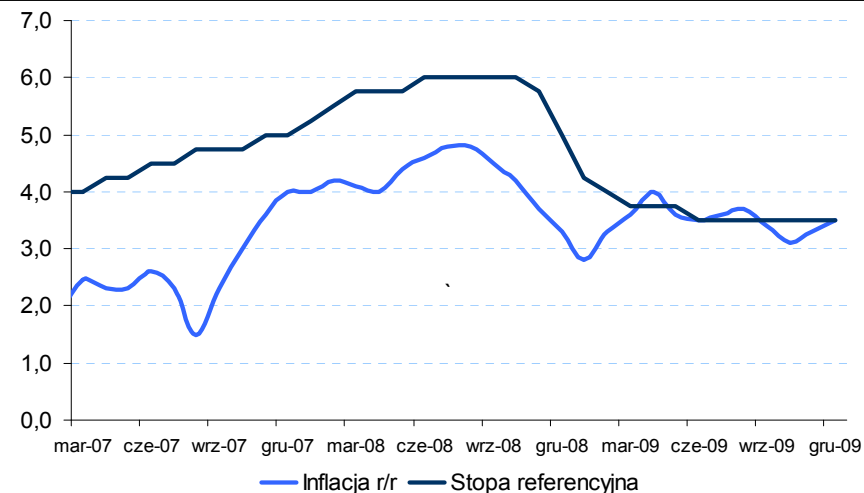
BANK HANDLOWY W WARSZAWIE S.A.
Wyniki skonsolidowane za 2009 rok

Sytuacja makroekonomiczna w 2009 r.

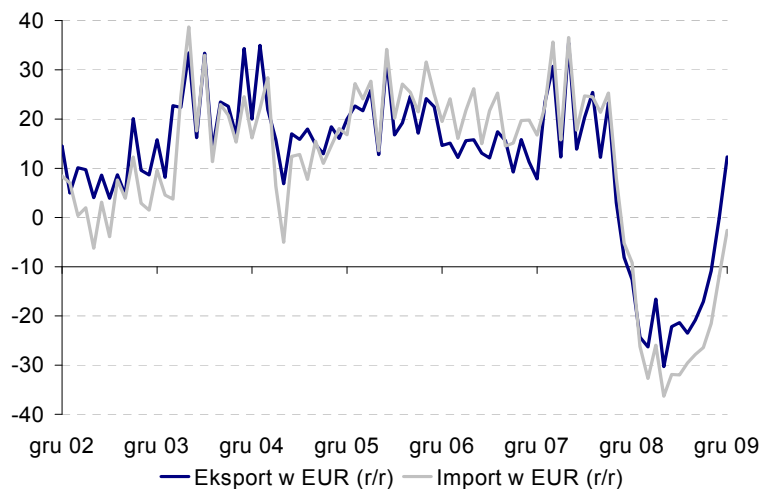
Polska jako jedyny kraj w Unii Europejskiej osiągnęła wzrost PKB w 2009 roku



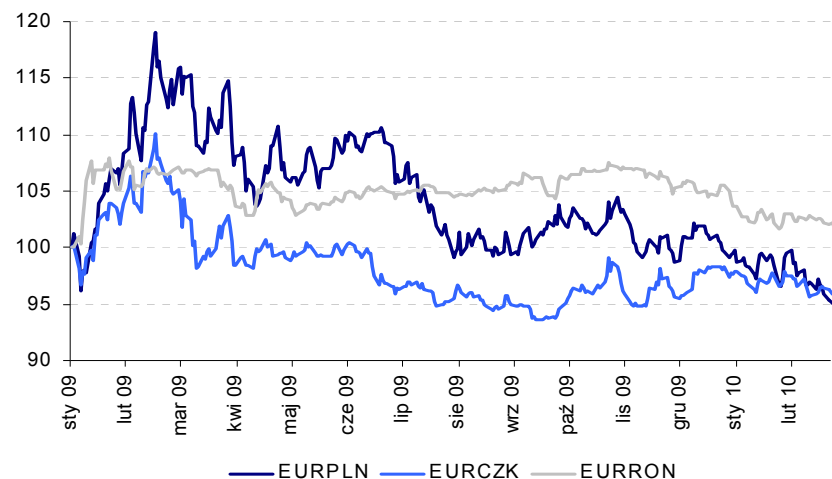
Realne stopy procentowe w pobliżu 0%



Odbicie w handlu zagranicznym po okresie znacznego wyhamowania w pierwszej połowie roku



Mocniejszy złoty dzięki poprawie globalnego sentymentu oraz solidnym fundamentom polskiej gospodarki

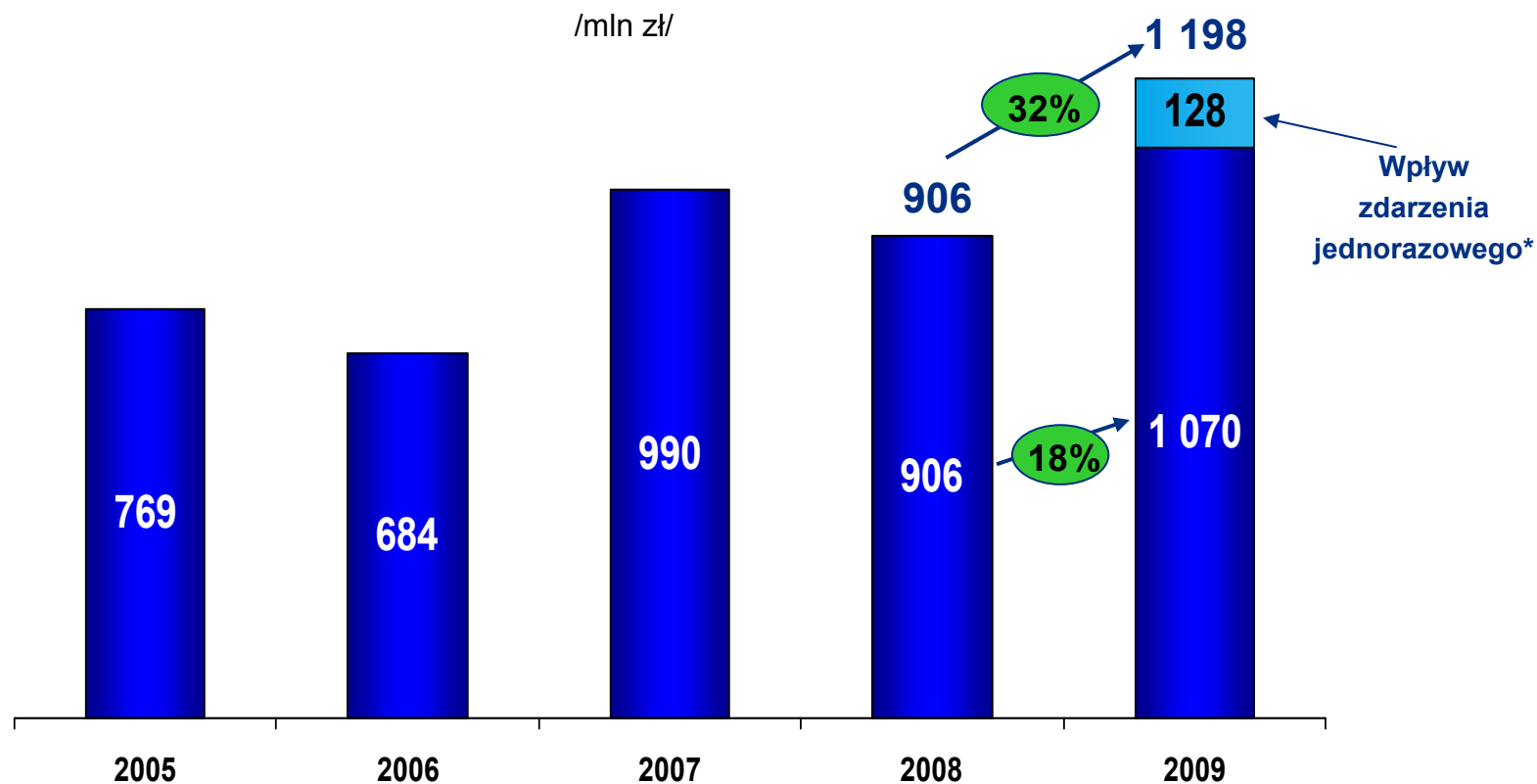


Citi Handlowy odporny na spowolnienie

- **wyraźne pogorszenie otoczenia rynkowego:**
 - spadek wzrostu PKB z 5,0% w 2008 r. do 1,7% w 2009 r.
 - spadek obrotów handlu zagranicznego (eksport -18% r/r, import -26% r/r)
 - wzrost stopy bezrobocia z 9,5% na koniec 2008 r. do 11,9% na koniec 2009 r.
 - spadek stóp procentowych średnio o ok. 200 pb w 2009 r. w porównaniu do 2008 r.
- **znaczący wzrost zysku operacyjnego: +32% r/r, +292 mln PLN (+18%, +164 mln PLN z wył. VAT)**
 - wzrost przychodów o 7% r/r (+175 mln PLN) za sprawą:
 - silnego wyniku odsetkowego (+10% r/r, +140 mln PLN) dzięki rosnącej marży odsetkowej
 - poprawy wyniku na działalności skarbcowej (+10% r/r, +31 mln PLN)
 - spadek kosztów o 8% r/r (-117 mln PLN)
 - poprawa efektywności kosztowej (C/I na poziomie 54%)
- **wzrost ryzyka kredytowego - wzrost odpisów netto o 260 mln PLN (bez FXO)**
- **negatywny wpływ opcji walutowych na wyniki Banku: 239 mln PLN w 2009 r. z tendencją spadkową**
- **silna pozycja kapitałowa i płynnościowa Banku:**
 - CAR na poziomie 16,7%
 - wskaźnik kredyty/depozyty na poziomie 58%
- **koncentracja na rozwoju relacji z klientem**

Znaczący wzrost wyniku operacyjnego w 2009 r.

Wynik operacyjny powyżej 1 mld zł w 2009 r.



Wzrost przychodów

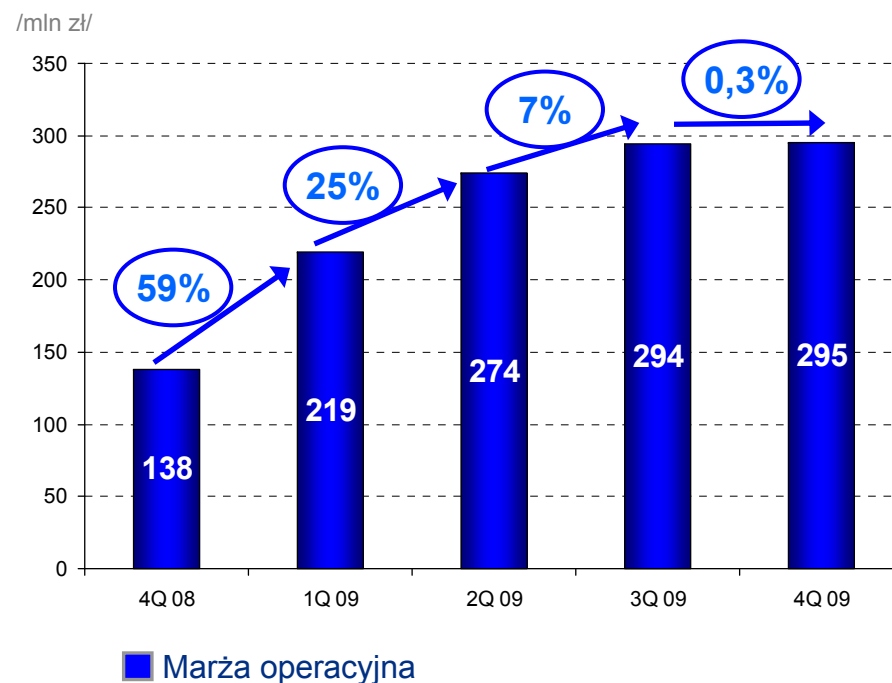
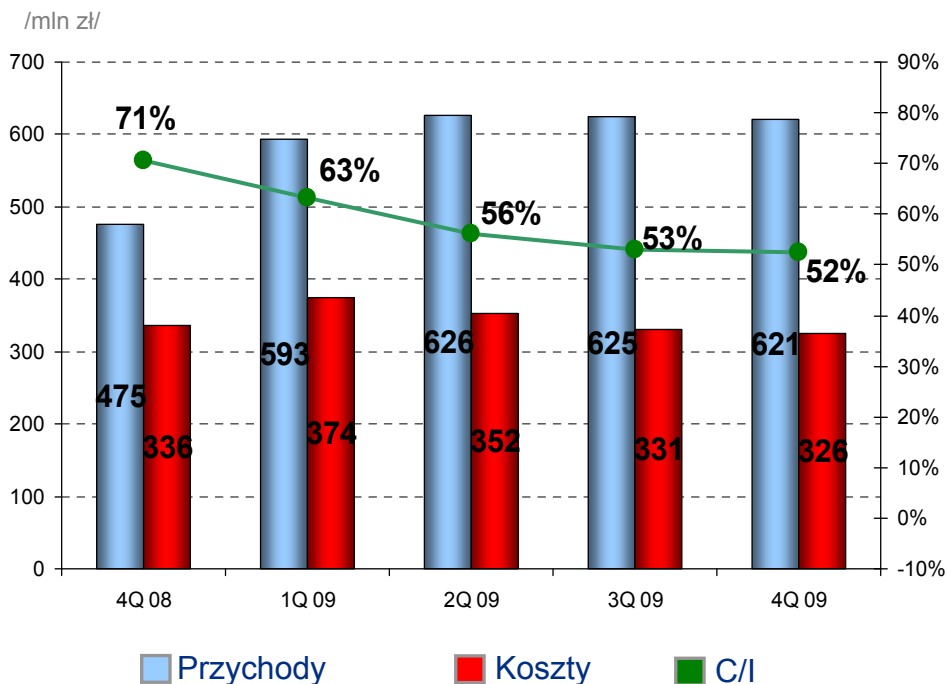
- wzrost wyniku z tytułu odsetek (możliwy m.in. dzięki znakomitej płynności)
- poprawa wyniku na działalności skarbcowej

Spadek kosztów

Poprawa efektywności kosztowej (spadek wskaźnika C/I o 9 p.p.)

*Zdarzenie jednorazowe – wpływ korekt rozliczeń podatku Vat.

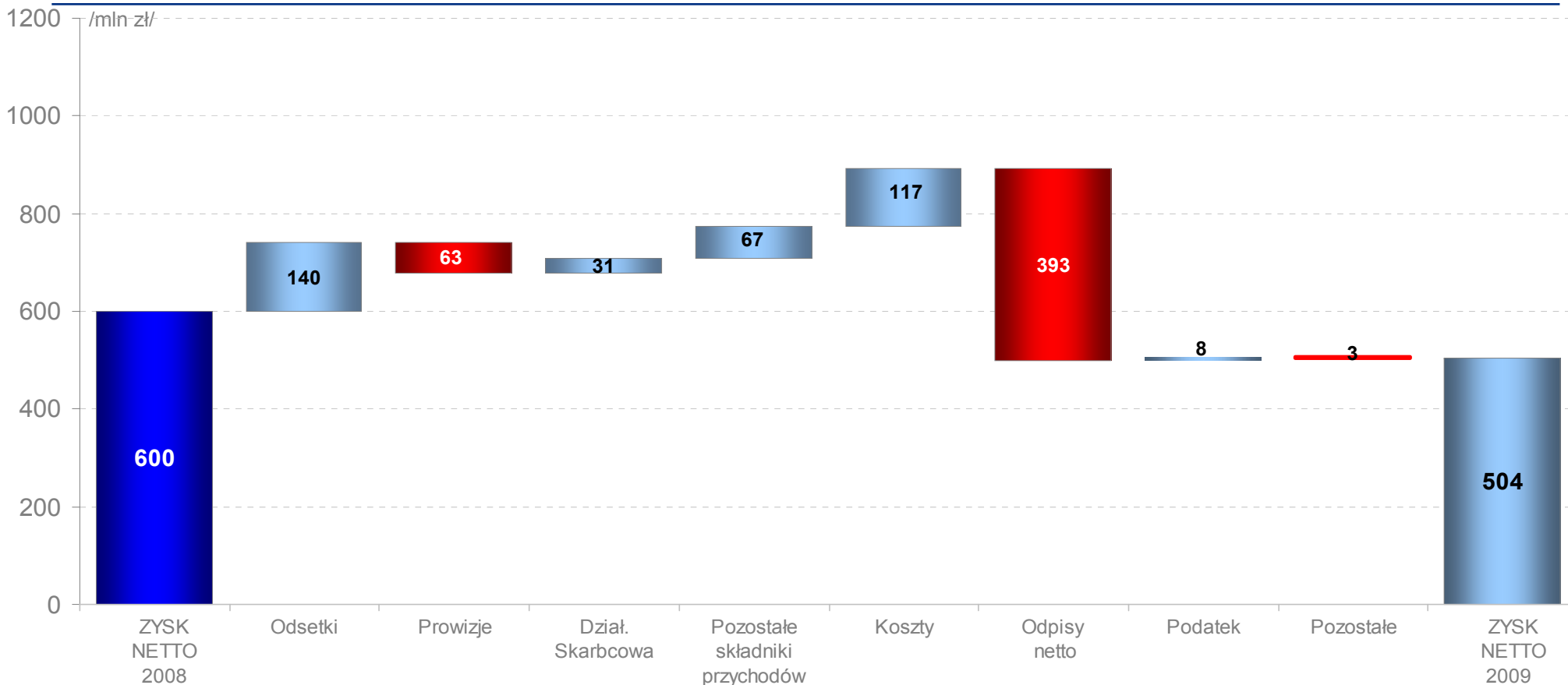
Wzrost wyniku operacyjnego



Wzrost wyniku operacyjnego w 2009 r. (bez uwzględnienia zdarzenia jednorazowego-pozytywny wpływ zwrotu VAT w III kwartale) dzięki stabilnym przychodom i malejącym kosztom

Wynik operacyjny = przychody - koszty

Zysk netto 2009 r. w odniesieniu do 2008 r.



↑ 10%
(2009/2008)
Wynik z tytułu odsetek

sektor -5%

↓ 10%
(2009/2008)
Wynik z tytułu prowizji

sektor +9%

↑ 31 mln
(2009/2008)
Działalność skarbcowa

↓ 8%
(2009/2008)
Koszty i amortyzacja

sektor +1%

↑ 393 mln
(2009/2008)
Odpisy netto

citi handlowy

Wynik z tytułu odsetek i marża odsetkowa



50%

(2009/2008)

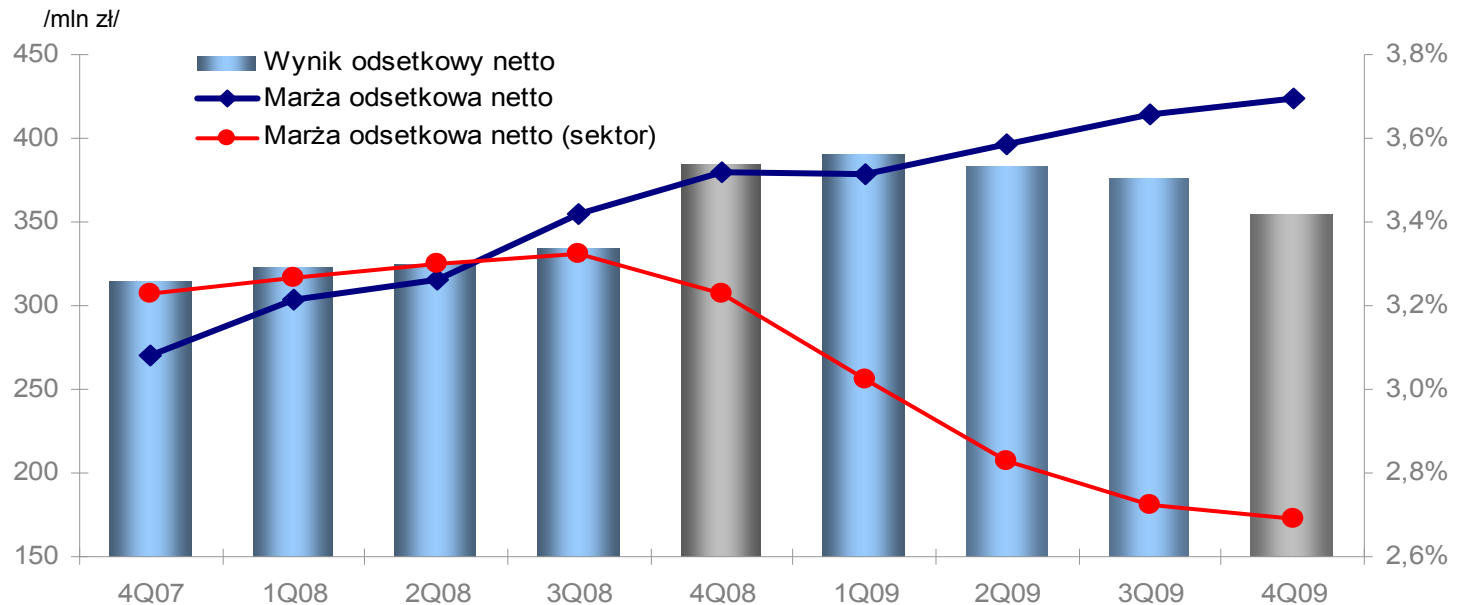
Przychody od portfela dłużnych papierów wartościowych



41%

(2009/2008)

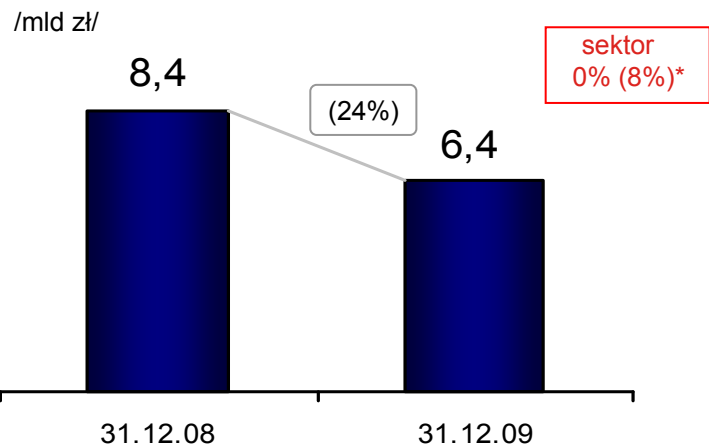
Koszty depozytów – sektor niefinansowy



Marża odsetkowa netto = suma wyników odsetkowych z 4 kwartałów do średnich aktywów z 4 kwartałów

Kredyty dla sektora niefinansowego

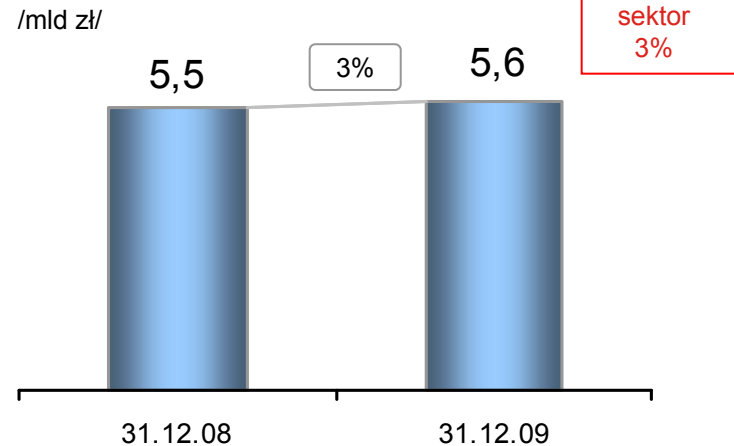
Kredyty korporacyjne



Kredyty korporacyjne, łącznie z kredytami dla sektora publicznego oraz jednostek samorządowych

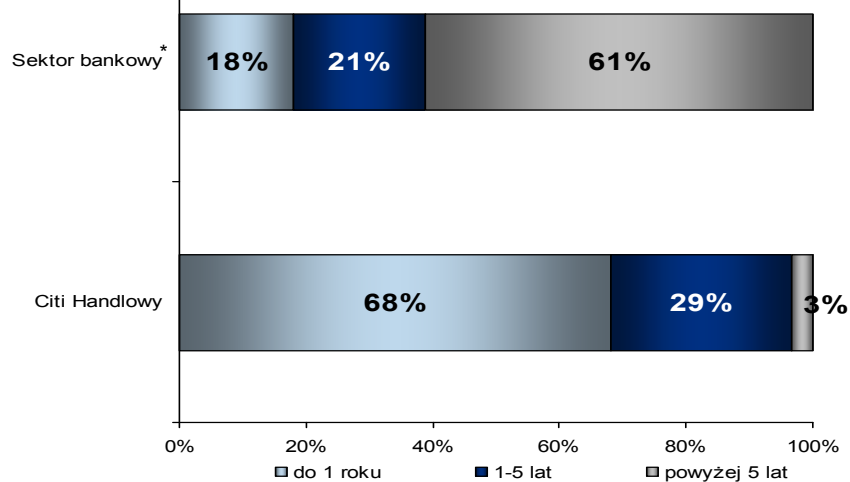
* Kredyty korporacyjne wyliczając sektor publiczny oraz jednostki samorządowe

Kredyty detaliczne



*bez kredytów hipotecznych

Kredyty dla sektora niefinansowego - struktura wg okresów kredytowania



Depozyty sektora niefinansowego

Depozyty korporacyjne

/mld zł/

14,4

14,2

(15%)

1%

31.12.08

31.12.09

■ bieżące ■ terminowe

Depozyty detaliczne

/mld zł/

5,5

6,3

(22%)

43%

31.12.08

31.12.09

■ bieżące ■ terminowe

Udziały Banku w rynku depozytów bieżących

	2008	2009
Korporacyjne	13,1	13,0
Detaliczne	2,7	2,9

Zmiana	2009/2008	Rynek 2009/2008
bieżące	1%	4%
terminowe	(15%)	12%
Ogółem	(2%)	3%

Zmiana	2009/2008	Rynek 2009/2008
bieżące	43%	24%
terminowe	(22%)	(6%)
Ogółem	16%	5%

Poprawa wyniku prowizyjnego w ujęciu kwartalnym

Wynik z tytułu opłat i prowizji



26%

(2009/2008)

**Produkty inwestycyjne
i ubezpieczeniowe**



9%

(4Q09/3Q09)

**Produkty inwestycyjne
i ubezpieczeniowe**

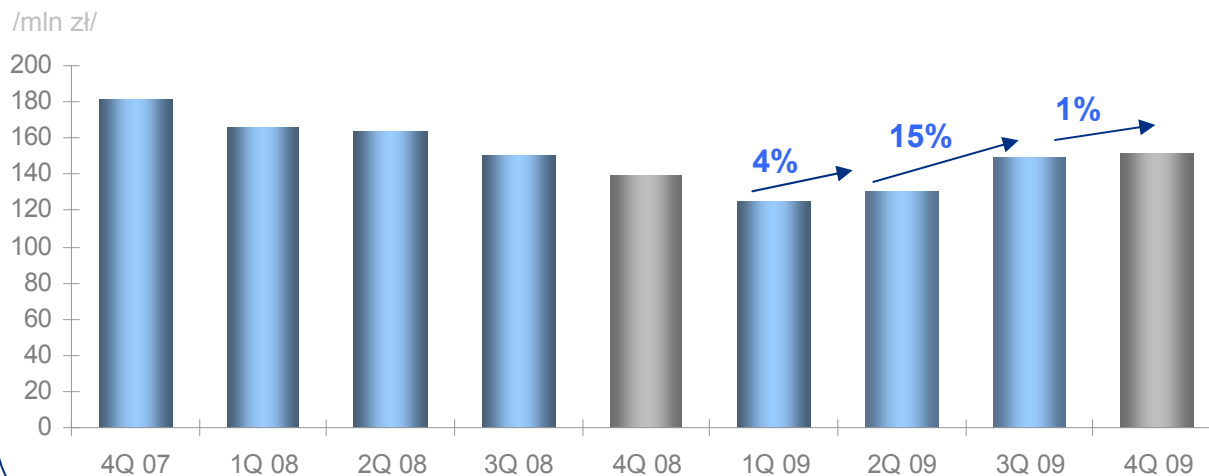


5%

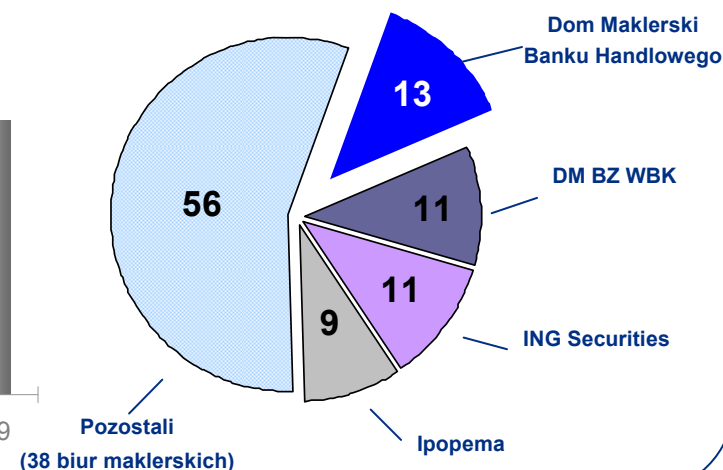
(4Q09/3Q09)

Karty płatnicze i kredytowe

Wzrost wyniku prowizyjnego w 3 kwartałach 2009 roku



Udział DMBH w obrotach akcjami na GPW w 2009 (%)



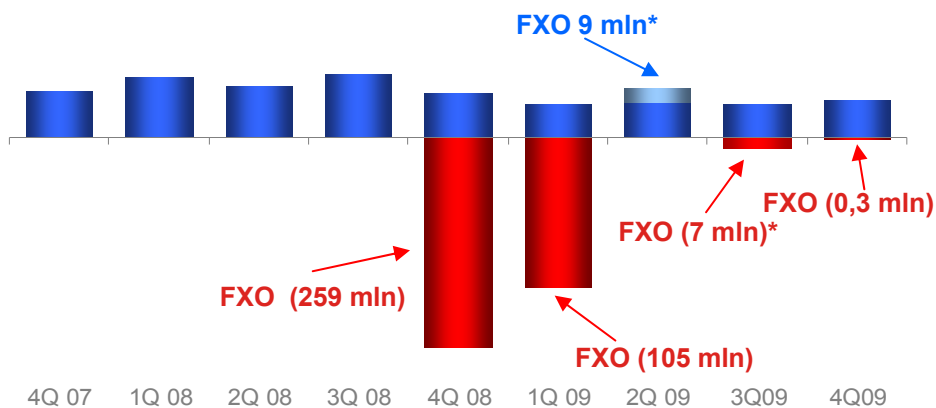
Poprawa wyniku na działalności skarbcowej

Działalność skarbcowa



Działalność klientowska

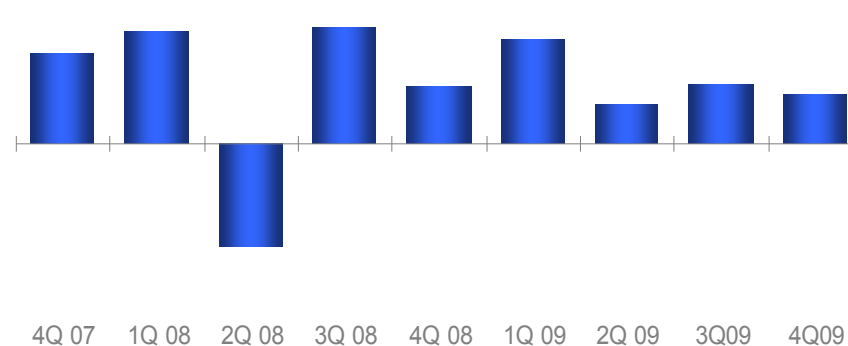
Wynik na działalności klientowskiej



*Z uwzględnieniem zabezpieczeń transakcji opcyjnych

Zarządzanie pozycją własną

Wynik na zarządzaniu pozycją własną



Dane pro-forma, skale na wykresach są nieporównywalne

Poprawa efektywności kosztowej

2009 / 2008

Spadek kosztów o 8%

sektor
+1%

Spadek wskaźnika C/I o 9 p.p. do poziomu 54%

sektor
- 0,1 p.p.

4Q 2009 / 4Q 2008

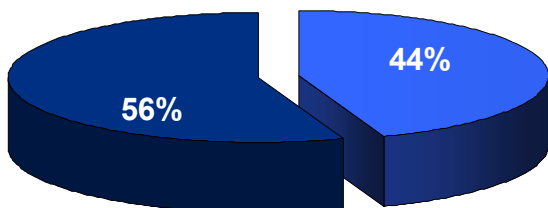
Spadek kosztów o 3%

sektor
-5%

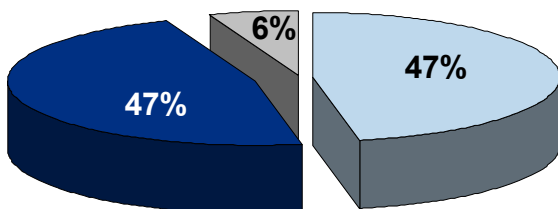
Spadek wskaźnika C/I o 18 p.p.) do poziomu 52%

sektor
- 8 p.p.

Struktura kosztów w 2009 r.



■ Bankowość Detaliczna ■ Bankowość Korporacyjna



■ Ogólno-administracyjne ■ Pracownicze ■ Amortyzacja

Koszty / Przychody (C/I)		
	2008	2009
Bankowość Korporacyjna	56%	44%
Bankowość Detaliczna	69%	72%
Total	62%	54%

Bankowość Detaliczna:

Racjonalizacja wydatków marketingowych, optymalizacja sieci oddziałów oraz systemu motywacyjnego sprzedaży

Bankowość Korporacyjna:

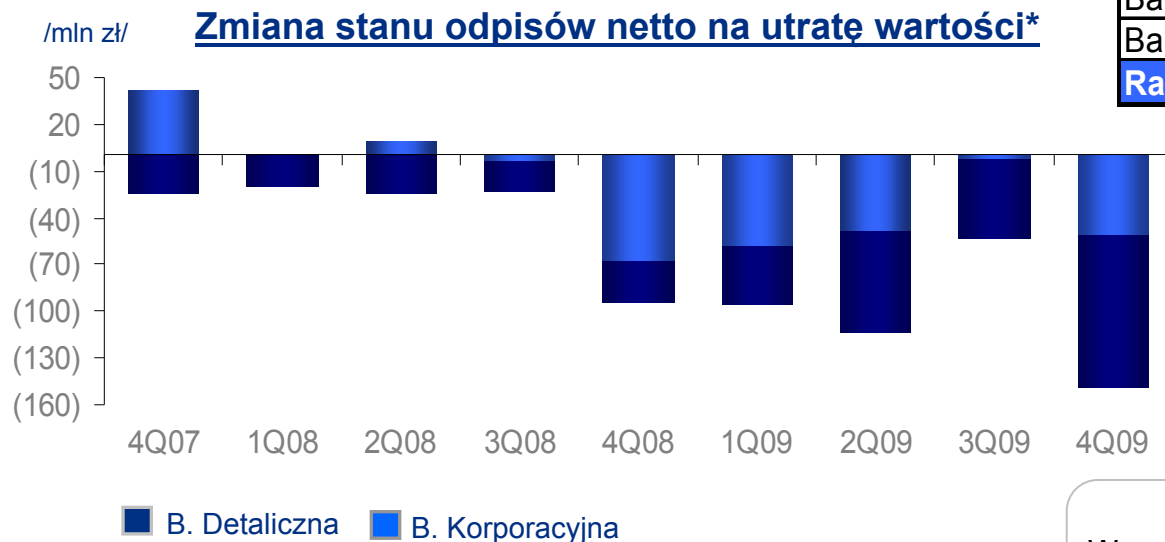
Spadek amortyzacji, niższe koszty transakcyjne oraz pracownicze

Wzrost ryzyka kredytowego w 2009 r.

Zmiana stanu odpisów netto na utratę wartości*



Odpisy netto		
	2008	2009
Bankowość Korporacyjna	(61,4)	(159,0)
Bankowość Detaliczna	(89,5)	(251,5)
Razem	(150,9)	(410,5)



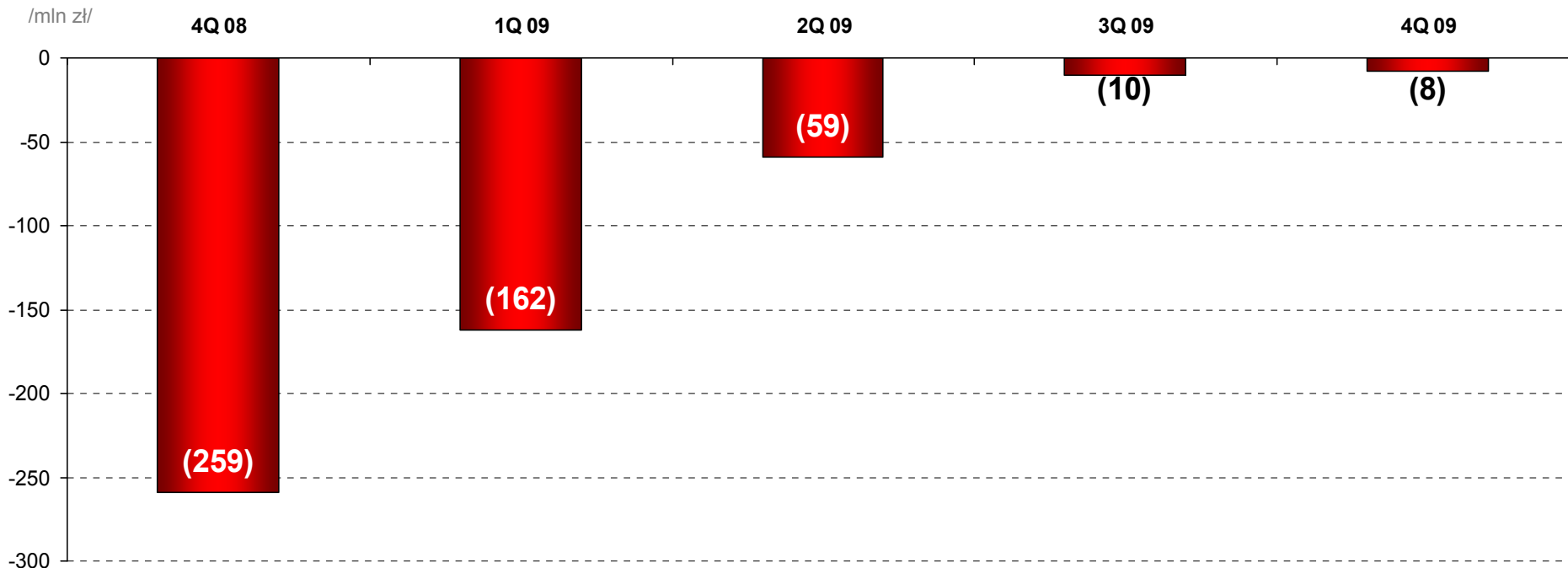
Bankowość Detaliczna:
Wyższe ryzyko portfeli kart kredytowych i kredytów konsumpcyjnych

Bankowość Korporacyjna:
Wzrost ryzyka kredytowego w związku ze spowolnieniem gospodarki oraz pogorszeniem koniunktury

* bez opcji walutowych

Wpływ korekt opcji walutowych (FXO) na wyniki Banku w 2009 r.

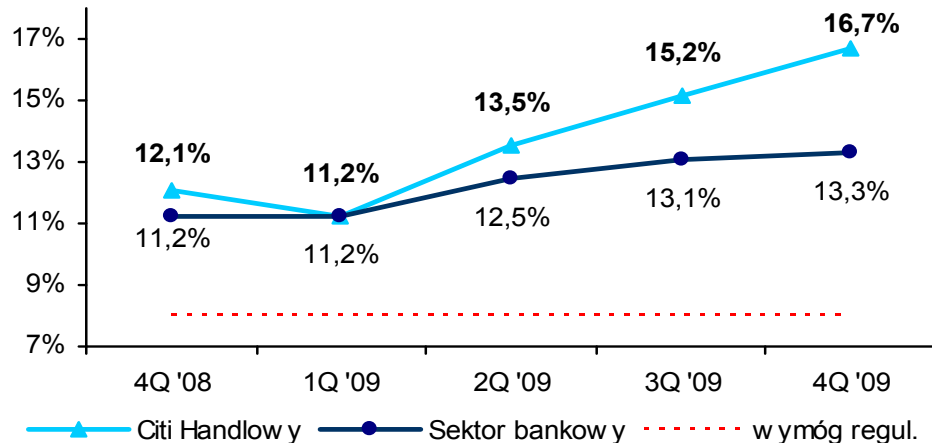
Wpływ opcji walutowych na wyniki



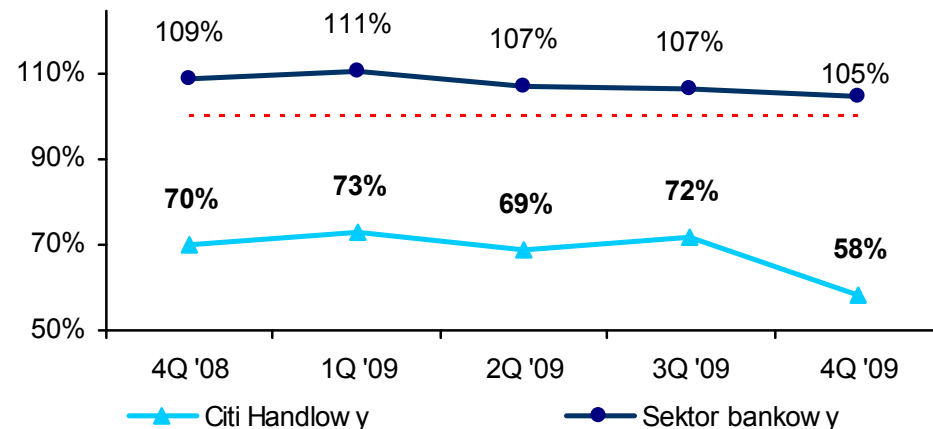
Negatywny wpływ opcji walutowych na wyniki zmniejszał się w kolejnych kwartałach 2009 r.

Doskonałe fundamenty do wzrostu

Silna pozycja kapitałowa (CAR)



Dobra płynność (Kredyty/Depozyty)



- Citi Handlowy posiada stabilną bazę kapitałową
- Współczynnik wypłacalności wynosił 16,7% i znajdował się znacznie powyżej średniego poziomu dla banków
- Wskaźnik kredytów do depozytów dla Citi Handlowy wynosił na koniec IV kwartału 2009 r. 0,58 i jest jednym z najlepszych na rynku

Strategia Citi Handlowy na lata 2010-2012

4 filary strategii Citi Handlowy na lata 2010-2012:

1. Segmentacja klientów

Oparta o wzorce zachowań oraz zakres współpracy z bankiem.

2. Model biznesowy

Zwiększanie zakresu współpracy z klientem oraz koncentracja na punktach kontaktu klienta z bankiem i kanałach zdalnych. Dopasowanie oferty do oczekiwań i preferencji klientów.

3. Jakość i Innowacyjność

*Najwyższa na rynku satysfakcja klientów. Standardy jakościowe dla poszczególnych grup klientów.
Parametry jakościowe w systemach motywacyjnych dla pracowników.
Lider innowacji dla klientów banków.*

4. Efektywność

	2009	2012	Sektor bankowy 2009
ROE	9%	>20%	9%
ROA	1,3%	>2,5%	0,8%
Koszty / Przychody	53%	<50%	55%
Kredyty / Depozyty	58%	<100%	105%

Segmentacja klientów oparta o cross-sell i wzorce zachowań

Bankowość detaliczna

Bankowość korporacyjna

> 3 głównych produktów

> 3 produktów

> 1,5 mln zł aktywa zdeponowane w Banku

Przychód firmy > 1,5 mld zł

GOLD SELECT

PLATINUM

3 główne produkty

3 produkty

>12 tys. zł kwota wpływu na rachunek lub
aktywa zdeponowane w banku >200 tys. zł

Przychód firmy > 300 mln zł

GOLD

GOLD

2 główne produkty

2 produkty

> 2,5 tys. zł netto miesięcznie lub
4 tys. zł na gospodarstwo domowe

Przychód firmy > 20 mln zł

BLUE

BLUE

Klienci z 1 produktem
wyodrębnieni bez
względu na powyższe
kryteria

Klienci z 1 produktem
wyodrębnieni bez
względu na powyższe
kryteria

WHITE

66%

51%

Udział liczby klientów w segmencie

WHITE

**Aktywny cross-sell w celu poprawy
efektywności i rentowności współpracy**

Nowa Strategia Banku na lata 2010-2012

Poprawa efektywności

- **Przychody:** dwucyfrowy średnioroczny wzrost w latach 2010-2012
- **Koszty:** jednocyfrowy średnioroczny wzrost w latach 2010-2012
- **Dodatnia dźwignia operacyjna** w latach 2010-2012

Kierunki wzrostu

- **Segmenty Blue i Gold** motorami wzrostu przychodów Bankowości Przedsiębiorstw i Bankowości Detalicznej
- **Kredyty** (CAGR '10-'12):
 - dla przedsiębiorstw: (9%)
 - dla osób fizycznych: (14%)
- **Depozyty bieżące przedsiębiorstw** (CAGR '10-'12: 30%) oraz **faktoring** (CAGR '10-'12: 31%)

Innowacje

- **10% przyrostu zysku brutto generowane z innowacji**
- **Wdrożenie bankowości mobilnej** dla klientów indywidualnych
- Uruchomienie **wydawania kart** debetowych i kredytowych **bezpośrednio w oddziale**

Zastrzeżenie

Niniejsza Prezentacja została przygotowana wyłącznie na potrzeby informacyjne.

Niniejsza Prezentacja w zakresie przedstawionej strategii obejmującej dane odnoszące się do przyszłości ma charakter wyłącznie informacyjny i nie może być traktowana jako oferta lub rekomendacja do zawierania jakichkolwiek transakcji dotyczących w szczególności papierów wartościowych Banku. Bank nie będzie ponosił odpowiedzialności za skutki decyzji podjętych na podstawie lub w oparciu o informacje zawarte w niniejszym Prezentacji.

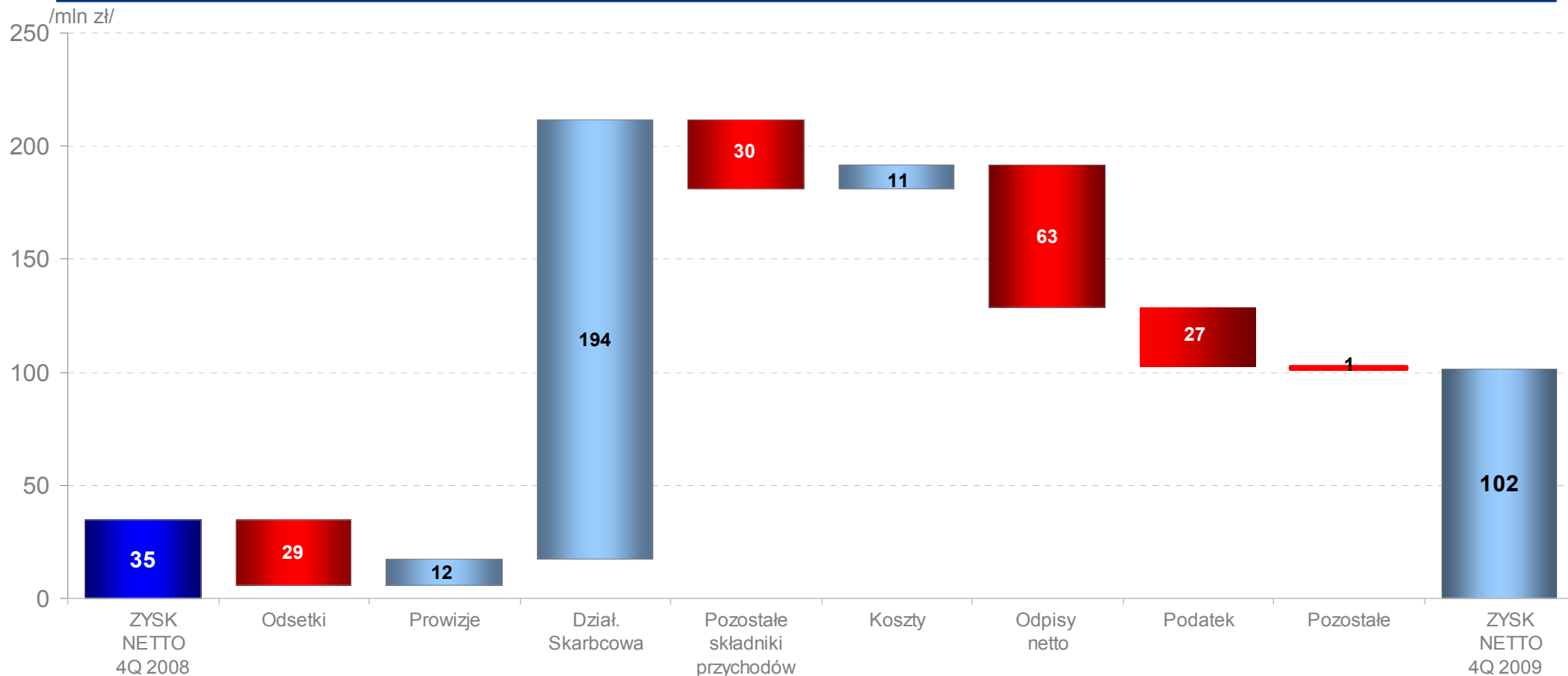
Informacje zawarte w Prezentacji mogą podlegać zmianom. Publikowanie przez Bank danych zawartych w Prezentacji nie stanowi naruszenia przepisów prawa obowiązujących spółki, których akcje są notowane na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Nie należy uznawać informacji znajdujących się w niniejszej Prezentacji za oświadczenie czy zapewnienie jakiegokolwiek rodzaju składane przez Bank lub osoby działające w imieniu Banku. Bank ani osoby działające w imieniu Banku nie ponoszą pod żadnym względem odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody, jakie mogą powstać w związku z wykorzystaniem informacji zawartych w niniejszej Prezentacji.

Bank nie ma obowiązku przekazywania do publicznej wiadomości aktualizacji i zmian informacji znajdujących się w niniejszej Prezentacji.

Załącznik

Zysk netto za 4Q 2009 r w odniesieniu do 4Q 2008 r. (pro-forma)



sektor
-3%



sektor
+16%



sektor
-5%

