

ING România 3Q18 – Focusul pe digital aduce creșterea investițiilor și mai multe produse instant

- Baza de clienți activi a crescut cu 14% față de anul trecut, la 1,25 milioane de clienți. ING Bank România a rămas cea mai recomandată bancă de către clienții săi (numărul 1 Net-Promoter Score).
- Două noi lansări în acest trimestru, ING Pay și ING SRLeu (creditare instant pentru IMM-uri), iar creditul online de nevoi personale a fost extins cu opțiunea de refinanțare.
- Evoluția comercială pozitivă continuă. Portofoliul de credite a crescut cu 17% față de anul trecut, în timp ce volumul depozitelor a crescut cu 18%.

ING Bank România marchează rezultate financiare foarte bune în al treilea trimestru din an, raportând o creștere semnificativă a numărului de clienți și a volumelor bilanțiere, facilitată de gama variată de servicii și produse.

Numărul **clienților activi** a crescut cu 155.000 în ultimele 12 luni, ajungând la 1,25 milioane. 126.000 mai mulți clienți își încasează **veniturile recurente** într-un cont al băncii, cu 19% mai mult față de T3 2017, un ritm mai alert decât ritmul de creștere al clienților activi, care a fost de 14%.

Cota de piață pe segmentul creditelor acordate a crescut cu 0,9% față de anul trecut, ajungând la **9,8%**. **Nivelul creditelor acordate a crescut la 24.6 miliarde** în al treilea trimestru, o creștere de 17% în ultimele 12 luni. Distribuția creditării rămâne echilibrată între segmentul companiilor (43%) și cel al persoanelor fizice (57%). Soldul creditelor acordate întreprinderilor mici și mijlocii a crescut cu 23% față de anul trecut, susținut de lansarea unui nou produs de creditare, ING SRLeu, lansat în iunie. În segmentul persoanelor fizice, creditul de nevoi personale disponibil online a fost extins și cu opțiunea de refinanțare.

Rata creditelor neperformante a scăzut până la 3%, cu 0,2% mai puțin față de anul anterior, și mult sub media pieței.

Cota de piață în segmentul depozitelor atrase a ajuns la 9% susținută de creșteri atât pe segmentul persoanelor fizice, cât și pentru clienții companii. Valoarea depozitelor a crescut cu 4,6 miliarde lei, cu 18% mai mult față de acum 12 luni, până la 29,6 miliarde lei.

Profitul brut cumulat pe cele trei trimestre este la nivelul de 603 milioane lei, cu 31% mai mult comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. Creșterea organică puternică, dată de volume și tranzacții mai mari, a dus la venituri majorate cu 28%, depășind 1,35 miliarde lei în primele nouă luni ale anului.

Costurile operaționale au crescut cu 23%, la 656 milioane lei, influențate de costurile de personal, mutarea băncii în noul sediu și investiții în digitalizare. **Costurile de risc** au crescut cu 48%, o dată cu creșterea și diversificarea portofoliului, dar și în urma implementării IFRS9 din ianuarie 2018, ajungând la un total de 96 milioane lei. **Profitul net** a ajuns astfel la 529 milioane lei.

Anul viitor, ING Bank România va sărbători 25 de ani de la înființare. În această perioadă, banca a crescut organic la mai mult de 1,25 milioane de clienți activi, clasându-se pe poziția a șasea în sectorul bancar local după criteriul volumelor de active. Nu am fi putut atinge aceste rezultate fără colegii noștri și fără încrederea și susținerea clienților, cărora le mulțumim.

*ING a promovat în tot acest timp modele de produse și servicii simple, accesibile și corecte, relevante pentru clienți, și a fost un partener activ în susținerea economiei românești. După ce acum aproape 15 ani am introdus conceptul de SelfBank și platforma de internet banking ING HomeBank, schimbăm acum perspectiva bankingului concentrându-ne pe online și mobil. Recentele lansări ING Business, ING Pay și ING SRLeu susțin strategia digitală bazată pe o experiență diferențiată. **Michał Szczurek, CEO ING Bank România***

Creștere digitală exponențială

Fiecare nou trimestru aduce noi recorduri în materie de trafic și volum de tranzacții în ING Home'Bank. Astfel, comparativ cu acum trei luni, numărul logărilor a crescut cu 12% și numărul tranzacțiilor cu 5%. Comparând cele 9 luni cu aceeași perioadă a anului trecut, cei doi indicatori au crescut cu 64%, respectiv cu 33%. Per ansamblu, ING Home'Bank avea la finalul lunii septembrie 680.000 clienți activi, 55% dintre aceștia folosind aplicația de mobil.

După lansarea creditului de nevoi personale online de anul trecut, ING a actualizat produsul cu opțiunea refinanțării creditelor direct din Home'Bank, ca o soluție complementară la oferta inițială.

Preferința pentru servicii instant și disponibile pe telefon este vizibilă și în rata rapidă de adopție a serviciului **ING Pay**. Opțiunea permite plata cu telefonul, lansată în iulie, are deja peste 1 million de tranzacții realizate.

Al treilea trimestru din 2018 a însemnat pentru ING și revenirea pe **piața locală de capital**, prin intermedierea unei emisiuni de obligațiuni emise de IIS la cota Bursei de Valori București, plasament gestionat împreună cu BT Capital Partners S.A. și BRD - Groupe Société Générale S.A.

Anunțată prima dată în luna februarie a acestui an, ING Business, platforma omni-channel de internet banking pentru clienții de **Mid-Corporate Banking**, a fost actualizată cu noi funcționalități. ING Business atinge acum obiectivul tri-dimensional, oferind nu doar componenta de tranzacționare, cât și cea de self-service și canalul direct și personalizat de comunicare. Funcționalitățile vor deveni vizibile clienților gradual, pe parcursul următoarelor luni.

Clienții ING își doresc produse simple, rapide și sigure, iar noutățile lansate anul acesta și rata rapidă de adopție a acestora ne validează strategia. În această vară, ING a lansat un credit instant destinat micro-companiilor, **ING SRLeu**, disponibil în oricare office ING, care a devenit deja opțiunea folosită pentru 50% din creditele noi acordate instant.

Activitatea băncii a fost influențată puternic în acest trimestru și de **noul model operațional** implementat de la 1 noiembrie. ING Bank România a devenit prima bancă locală ce operează fără casierii și ghișee, birourile teritoriale fiind destinate produselor mai complexe, consultanței oferite de angajați, precum și derularea operațiunilor de tip self-service.

Rezultatele ING Group

ING Group continuă să raporteze creșteri în numărul de clienți și volumul de creditare. Numărul de clienți care au ING ca bancă principală a crescut cu 200.000 în al treilea semestru al acestui an, ajungând la un total de 12.2 milioane; numărul total de clienți din segmentul de retail a ajuns la 38 milioane. Valoarea netă a împrumuturilor a crescut cu 6.8 miliarde euro, în timp ce creșterea netă a depozitelor a fost 3.4 miliarde euro. ING a raportat un profit net de 776 milioane euro în al treilea trimestru din 2018.

Mai multe informații referitoare la rezultatele ING Group pot fi găsite [aici](#)

Notă: Rezultate financiare consolidate pentru ING Bank România, aliniate reglementărilor IFRS9 de la 1 ianuarie 2018 și și normele ING Group pentru contabilitate managerială.

ING

ING Bank România este parte a ING Group, instituție financiară internațională globală, care oferă servicii bancare unui număr de peste 37 de milioane de clienți individuali, companii sau instituții din peste 40 de țări. Înființată în 1994, ING Bank România este în prezent o bancă universală, oferind produse și servicii tuturor categoriilor de clienți – companii mari, medii și mici, instituții financiare, mici antreprenori și persoane fizice.

Misiunea ING este aceea de a-i susține pe oameni să fie cu un pas înainte, în viață și în afaceri.



Pentru mai multe detalii contactați:

Silvia Jalea

External Corporate Communication Coordinator

M: 0745 509 822

silvia.jalea@ing.com