

COMUNICAT DE PRESĂ

București, 7 mai 2015

ING Bank România – rezultate solide în primul trimestru al anului 2015

ING Bank România a înregistrat în T1 2015 un profit net de 82 milioane de RON, în creștere cu 9% față de aceeași perioadă a anului anterior iar portofoliul de credite a crescut cu 12% față de T1 2014 ajungând la 11.387 milioane RON.

Cota de piață în creditare a crescut la 4,9% în 2015 de la 4,6% în T1 2014 iar cota de piață în fonduri atrase s-a ridicat la 6,1% comparativ cu 5,5% în aceeași perioadă a anului anterior.

ING Bank România rezultate solide

ING Bank România a generat în T1 2015 un profit net de 82 milioane de RON, în creștere cu 9% față de T1 2014 și venituri de 240 milioane RON, cu 17% mai mult față de T1 2014. Creșterea veniturilor a fost influențată de creșterea afacerii în special în zona clienților Retail și Mid Corporate Banking**.

Raportul costuri/venituri a înregistrat o îmbunătățire față de aceeași perioadă a anului anterior, diminuându-se la 56% în T1 2015 față de 60% în T1 2014. Această îmbunătățire se datorează faptului că evoluția pozitivă a veniturilor a depășit creșterea costurilor.

Costurile totale au înregistrat totuși o creștere de 9%, aceasta fiind generată de investițiile în tehnologie din prima perioada a anului 2015. Astfel, costurile totale în T1 2015 au ajuns la 134 milioane RON față de 123 milioane RON în aceeași perioadă a anului anterior.

Portofoliul de credite și fonduri atrase în creștere

Portofoliul de credite s-a majorat cu 12%, ajungând la 11.387 milioane RON față de 10.192 milioane RON în T1 2014, creșterea fiind influențată de dezvoltarea activității pe toate segmentele de clienți, cu o contribuție semnificativă (50%) a clienților mid corporate și IMM.

Cota de piață în creditare a crescut la 4,9% comparativ cu 4,6% în T1 2014, înregistrându-se o creștere accelerată a creditării în RON. Din total portofoliu, ponderea creditării în RON a crescut la 50% în T1 2015 față de 45% în aceeași perioadă a anului 2014.

Fondurile atrase au crescut de asemenea la 14.559 milioane RON, cu 13% mai mult față de T1 2014, evoluție datorată, în principal, creșterii înregistrate în segmentul de retail unde a crescut atât numărul clienților deponenți cât și valoarea medie a fondurilor per client.

Continuăm creșterea pe piața locală

„Am început 2015 concentrându-ne eforturile pe dezvoltarea unor produse inovatoare în zona digitală și întărirea prezenței în segmentul IMM care beneficiază acum de tot sprijinul nostru și de o abordare dedicată. De asemenea, anul 2015 a marcat o nouă etapă în strategia ING Bank pe piața locală, etapă în care clientul este direct implicat în construcția produselor bancare, oferindu-i astfel mai multă putere de decizie”, a declarat Michal Szczurek, CEO ING Bank România.

Cei mai activi clienți pe canalele digitale

În primul trimestru al anului 2015 banca a câștigat 44.000 clienți noi persoane fizice care se adaugă unui portofoliu de clienți activi atât pe canalele tradiționale cât și pe cele digitale.

Cu acest portofoliu, ING Bank rămâne cea mai digitalizată bancă din piața locală, cu cel mai mare număr de tranzacții (12 milioane tranzacții în 2014) și cele mai mari valori tranzacționate prin canalele digitale.

() Rezultate financiare consolidate ale ING Bank România, pregătite în conformitate cu International Financial Reporting Standards (IFRS) și normele ING Group pentru contabilitate managerială.*

*(**) ING Bank România oferă produse și servicii bancare tuturor categoriilor de clienți prin intermediul a trei divizii dedicate: divizia Retail Banking, dedicată clienților persoane fizice și microîntreprinderi, Mid Corporate Banking dedicată IMM-urilor și companiilor medii cu cifră de afaceri 0,5-50 milioane EUR și Commercial Banking, dedicată clienților companii mari și instituții financiare.*

ING Bank România este parte a ING Group, instituție financiară internațională de origine olandeză, care oferă servicii bancare unui număr de peste 33 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 și mici, instituții financiare, mici antreprenori și persoane fizice.

* * *

Pentru mai multe informații, vă rugăm să contactați:

Iosefina Frolu, Corporate Communication Director; T: 209 11 39; F: 222 14 01; M: 0742 292 456; E: iosefina.frolu@ing.ro

Tatiana Marin, Sr. Corporate Communication Officer; T: 209 12 56; F: 222 14 01; M: 0746 046 332; E: tatiana.marin@ing.ro