

ING România - 22% creșterea creditării în 2016 și 1 milion de clienți activi

ING România anunță o creștere comercială solidă, în baza eforturilor constante de a dezvolta serviciile digitale și de a îmbunătăți experiența oferită clienților

- Portofoliul de credite al băncii a ajuns la 17,6 miliarde RON la finalul anului 2016, o creștere de 22%, în timp ce piața a fost relativ stabilă (+1%).
- Fondurile atrase au ajuns la 22,3 miliarde RON, cu 20% mai mult decât la finalul lui 2015.

Pragul istoric de 1 milion de clienți individuali activi atins

- Preocuparea pentru îmbunătățirea experienței a atras în 2016 peste 270.000 noi clienți individuali.
- Și în segmentul IMM a fost depășit un prag, acela de 10.000 de clienți.

Profitul brut al ING România a ajuns la 565 milioane RON, cu 44% mai mult față de 2015

- O creștere consolidată a venitului cu 299 milioane RON în 2016, atingând pragul de 1.3 miliarde RON.
- Profitul brut a crescut puternic în 2016, în principal datorită creșterii generale a activității și a veniturilor excepționale obținute din vânzarea acțiunilor Visa.

O balanță echilibrată între depozite și credite

Creditarea a crescut cu 3,1 miliarde RON, totalizând **17,6 miliarde RON** la sfârșitul anului 2016. Această creștere de 22% a dus **cota de piață în creditare** a ING România la **7,7%**, de la 6,3% în 2015. Creditarea în lei a fost principalul motor de creștere, ajungând la un total de 11,7 miliarde RON, cu 37% mai mult decât anul anterior. Creditarea pentru persoane fizice a crescut cu 36%, ajungând la 9,1 miliarde RON. Pe piața împrumuturilor pentru companii, ING a fost a doua mare bancă în împrumuturi sindicalizate, cu cinci mandate de Aranjor Principal (Lead Arranger). Împrumuturile pentru IMM-uri au crescut cu 50% comparativ cu anul anterior.

Volumul depozitelor a continuat să crească, **fondurile atrase** ridicându-se la **22,3 miliarde RON** la finalul anului trecut, cu 20% mai mult comparativ cu decembrie 2015. În consecință, **cota de piață în fonduri atrase** a ING a ajuns la **7,7%**, de la 6,9% în 2015.

Rezultate solide

Veniturile ING Bank au ajuns la 1,2 miliarde RON, cu 29% mai mult, în baza creșterii afacerii, a numărului de clienți și a activității acestora, dar și datorită veniturilor excepționale obținute din vânzarea acțiunilor Visa (123 milioane RON). În 2016, ING România a anunțat un **profit brut de 565 milioane RON**, cu 44% mai mult decât anul anterior.

În 2016, costurile au crescut la 665 milioane RON, cu 16% mai mult față de anul trecut, fiind în principal influențate de creșterea afacerii, a investițiilor în infrastructura IT, în dezvoltarea de aplicații, costurile cu noi angajați și costurile de reglementare. **Costurile de risc** au crescut la **92 milioane RON**, de la 55 milioane RON în 2015, însă într-un profil de risc bine controlat; **rata creditelor neperformante** a continuat să scadă, ajungând la **3,6%** în 2016, de la 4,3% în 2015. **Raportul cost/venituri (C/I)** a scăzut la **50%**.

„În 2016, am văzut rezultatele muncii noastre. Sunt mândru în mod deosebit de faptul că am atins pragul istoric de 1 milion de clienți individuali activi. La această realizare a contribuit semnificativ digitalizarea produselor și serviciilor oferite, care au devenit astfel mai simple și mai potrivite profilului clienților tot mai autonomi ai ING”, a declarat **Michal Szczurek, CEO ING Bank România**.

1 milion de clienți individuali activi

ING România a reușit să ajungă la un milion de clienți individuali activi datorită inovațiilor în mediul digital și preocupării continue de a îmbunătăți experiența pe care aceștia o au cu banca. Pe parcursul anului 2016, ING România a atras 270.000 clienți noi, cu 21% mai mult față de anul precedent. Peste 69.000 clienți au folosit ING ca bancă principală, cu 25% mai mult comparativ cu 2015 (clienți care au venituri recurente în ING și dețin cel puțin încă un produs bancar). Și în segmentul IMM, ING a depășit un prag, acela de 10.000 de clienți, cu 23% mai mult decât în 2015.

Progrese în domeniul digital

În ultimul trimestru al 2016, ING a făcut posibilă achiziția online de noi produse prin intermediul **ING Home'Bank**. Clienții ING pot achiziționa **credite de nevoi personale** sau **fonduri mutuale** direct de pe telefonul mobil sau computer, în aproximativ 10 minute, fără a fi necesară vizita la bancă. Până la sfârșitul anului, peste 400 clienți au cumpărat online credite de nevoi personale, în valoare totală de 5 milioane RON. Portofoliul de **fonduri mutuale** disponibil online are trei tipuri de fonduri, pentru nevoi și profiluri diferite: ING Conservator, ING Moderat și ING Dinamic. În ultimele trei luni ale 2016, peste 1.200 clienți au cumpărat online fonduri mutuale, reprezentând 15% din totalul tranzacțiilor cu acest produs.

Numărul de tranzacții prin aplicația pentru telefonul mobil a crescut în mod accelerat în ultimul trimestru al 2016 astfel încât, până la sfârșitul anului, a egalat numărul tranzacțiilor prin aplicația pentru desktop. Iar pentru a face mai ușoară utilizarea aplicației pentru mobil, au fost lansate în 2017 opțiunea de a alege un nume de utilizator personalizat și autentificarea prin amprentă digitală.

Alte inovații

Anul 2016 a adus și lansarea unui nou serviciu de **plăți mobile prin POS**. Printr-un proiect dezvoltat cu GoSwift și MasterCard, ING România a introdus ING mPOS, ce permite comercianților mici, mijlocii și mari să accepte plăți cu cardul oriunde s-ar afla. Tranzacțiile sunt efectuate folosind dispozitive mobile, telefoane inteligente sau tablete, conectate la un cititor de carduri, operațiune ce criptează datele astfel încât informațiile personale să rămână confidențiale.

ING România a lansat **ING Point** - un nou canal de distribuție ce oferă acces instant la majoritatea produselor bancare. În urma unui proiect pilot, implementat în București și în Iași, rețeaua ING Point a fost extinsă la 8 unități, în centre comerciale din toată țara, deservind până la sfârșitul anului peste 1.500 clienți.

Implicare în societate

În 2016, ING România a continuat să susțină investițiile în societate, cu 6,3 milioane RON dedicați soluționării unor probleme sociale sau dezvoltării de proiecte în domenii relevante pentru grupurile de interes ale băncii. ING a lansat două noi proiecte: unul în zona de educație financiară (**Banometru** - 200 de persoane au fost ajutate să scape de datorii și să își gestioneze mai bine bugetul personal sau al familiei) și unul în zona antreprenorială (**Startarium** - 7.000 de utilizatori online au folosit platforma educațională pentru a învăța cum pot începe și dezvolta o afacere). În zona dezvoltării urbane, ING a continuat să susțină **Urbanuada** - o competiție de proiecte pentru a face viața mai bună în orașe - proiectele realizate în 2016 având peste 350.000 de beneficiari. O premieră pentru ING a fost introducerea opțiunii de donație în ING



Home'Bank, prin intermediul căreia, în trei luni de campanie, 3.700 de clienți au donat în total 110.000 RON pentru susținerea adăpostului de noapte Odessa, pentru oamenii străzii.

Rezultatele ING Group

ING Group a raportat anul trecut un profit net de 4.976 milioane EUR, în creștere cu 18% față de 2015. Performanța a fost influențată de o creștere comercială solidă, cu marje foarte bune și costuri de risc în scădere, în ciuda costurilor de reglementare mai ridicate. Randamentul capitalului (ROE) a crescut la 12%, comparativ cu 11% în 2015.

Mai multe informații privind rezultatele financiare ale ING Group sunt disponibile în comunicatul de presă publicat [aici](#).

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

Pentru mai multe detalii contactați:

Iosefina Frolu
Corporate Communication Director
T: 021 209 11 39; M: 0742 292 456;
iosefina.frolu@ing.ro

Silvia Jalea
Senior Corporate Communication Specialist
T: 021 209 30 76; M: 0745 509 822;
silvia.jalea@ing.ro

ING

ING Bank România este parte a ING Group, instituție financiară internațională globală, care oferă servicii bancare unui număr de peste 34 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.

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