



Comunicat de presă
Sibiu, 10 august 2009

Rezultate financiare bune si cota de piata de peste 1% la finele semestrului I 2009

Principalele poziții bilanțiere ale BCC au înregistrat, în primele șase luni ale anului în curs, următoarele valori:

- Mii RON -

Indicatori	31.12.2008	30.06.2009
Casa, disponibilități la bănci centrale	610.028	639.988
Creanțe asupra instituțiilor de credit	79.485	36.554
Creanțe asupra clientelei	1.336.761	1.342.510
Titluri si asimilate	108.104	1.111.471
Active imobilizate	120.195	117.255
Alte active	9.547	10.139
Total active	2.287.695	3.297.918
Datorii privind instituțiile de credit	162.702	960.929
Datorii privind clientela	1.799.405	2.023.262
Alte pasive	10.168	8.293
Capitaluri proprii	237.977	246.286
Total pasive	2.287.695	3.297.918

Totodată, în ceea ce privește nivelul veniturilor și cel al cheltuielilor, comparativ cu perioada similară a anului precedent, s-a înregistrat următoarea evoluție:

- Mii RON -

Indicatori	30.06.2008	30.06.2009
Dobânzi de primit și venituri asimilate	98.351	146.207
Dobânzi de plătit și cheltuieli asimilate	61.328	125.393
Venituri din comisioane	37.228	31.995
Cheltuieli cu comisioane	1.675	1.729
Venituri totale	268.915	308.739
Cheltuieli totale	265.025	300.419
Profit brut	3.891	8.320
Profit net	3.388	8.309

Politicele și strategiile bine structurate și implementate, gândite în contextul rationalizării costurilor își arată roadele. O atitudine calculată, care a cuantificat atent riscurile și oportunitățile de câștig este linia de acțiune ideală pentru a fi adoptată în condițiile actuale ale pietelor.

Pe seama creșterii cu 44% a volumului activelor bancii, comparativ cu nivelul înregistrat la finele anului trecut, creșterea cotei de piață peste pragul de 1% întărește încrederea clienților în brandul BCC.

Directorul General al Bancii Comerciale Carpatica, Nicolai Hoanta, referindu-se la situația financiară a bancii la 30.06.2009, precizează: „Rezultatele bune obținute în semestrul I 2009 în condițiile în care criza economico-financiară (Marea Criza Financiară Mondială) s-a manifestat din plin în economia românească, pot fi puse pe seama mai multor factori:



- in primul rand sunt o rezultanta a masurilor energice luate inca din 2008 si care au vizat toate laturile activitatii bancii;

- in al doilea rand, ele au venit pe fondul cresterii activelor bancare (cota de piata a bancii este in crestere) si diversificarea plasamentelor. Trebuie adaugat ca aceste rezultate bune sunt acompaniate de un volum de provizioane in crestere cu 21% fata de perioada similara din 2008, care sunt menite sa asigure o buna protectie la socurile posibile ce pot aparea din zona economiei reale.

Optimisti, dar realisti, asteptam ca semestrul II sa constituie o provocare importanta in conditiile in care semnale de revenire a economiei, nu numai ca refuza sa apara, ci din contra, se pare, va fi un semestru cu o contractie puternica a economiei.

In aceste conditii, sprijinirea clientilor nostri in depasirea perioadei prelungite de recesiune este o prioritate strategica.”

Banca Comercială Carpatica
Directia Marketing – Departamentul Marketing si Relatii Publice
www.carpatica.ro