

## Bank BGŻ – informacja o Spółce

**Bank BGŻ S.A. („Bank”, „Spółka”) jest bankiem uniwersalnym, liderem bankowości dla sektora rolno-spożywczego w Polsce. Placówki Banku zlokalizowane są przede wszystkim w małych i średnich miastach, liczących do 150 tys. mieszkańców. Strategia Banku zakłada m.in. intensywny rozwój sieci oddziałów, umacnianie pozycji na perspektywicznym i wzrostowym rynku bankowości dla sektora rolno-spożywczego oraz uruchomienie bankowości internetowej. Większościowym akcjonariuszem Banku BGŻ jest Grupa Rabobank, światowy lider w zakresie obsługi finansowej sektora rolno-spożywczego.**

Bank BGŻ oferuje szeroką gamę produktów i usług klientom indywidualnym i instytucjonalnym. Na koniec 2010 r. depozyty klientów Banku wyniosły 21,1 mld złotych, a portfel udzielonych kredytów 20,6 mld złotych, co uplasowało go na 11 pozycji w Polsce. Klienci Banku mają dostęp do ogólnopolskiej sieci 364 oddziałów (stan na 12 kwietnia 2011 r.), jak również kanałów elektronicznych i telefonicznych, a także rozwiniętej sieci bankomatów - ponad 480 własnych oraz 3 200 innych firm.

Bank jest również liderem usług bankowych dla sektora rolno-spożywczego w Polsce. Na koniec 2010 r. klienci z sektora rolno-spożywczego stanowili 53% wszystkich klientów Banku.

Model biznesowy Banku skupia się na lokalnych społecznościach. Ok. 80% z ogólnopolskiej sieci jego oddziałów zlokalizowanych jest w małych i średnich miastach – segmencie rynku o dobrych perspektywach wzrostu zapotrzebowania na usługi finansowe i jednocześnie stosunkowo mniejszej konkurencji ze strony dużych banków komercyjnych.

Strategia Banku oparta jest m.in. o program szybkiego wzrostu sieci oddziałów w małych i średnich miastach. Do 2012 r. ich liczba ma się podwoić w stosunku do roku 2007, do 420 placówek. Po otwarciu w 2010 r. 61 oddziałów, w latach 2011-2012 sieć ma zostać poszerzona o kolejnych 75.

Strategicznymi segmentami rynku pozostają dla Banku klienci zatrudnieni w sektorze rolno-spożywczym. Dalszy wzrost efektywności mają zapewnić m.in. rozwój oferty produktów charakteryzujących się wysokimi marżami (w tym inwestycyjnych, skarbowych, ubezpieczeniowych, leasingowych i factoringowych), a także wykorzystanie istniejącej bazy około 900 000 klientów do zaoferowania atrakcyjnych, dotychczas niewykorzystywanych przez nich produktów (cross-selling).

Strategiczne plany Banku zakładają również uruchomienie i rozwinięcie bankowości internetowej, która powinna zapewnić atrakcyjne źródło depozytów oraz w dłuższym czasie zwiększyć poziom finansowania Banku.

W 2010 r. zysk netto Banku wyniósł 112 mln złotych, co oznacza wzrost o 11,6% w porównaniu z 2009 r. Wynik z działalności bankowej osiągnął natomiast poziom 1 024 mln złotych (wzrost o 9,8% w porównaniu z poprzednim rokiem). Złożyły się na niego przede wszystkim wynik z tytułu odsetek w wysokości 604 mln złotych (wzrost o 30,7% w porównaniu z 2009 r.) oraz z tytułu opłat i prowizji w kwocie 272 mln złotych (wzrost o 9,7% w porównaniu z 2009 r.). Na wypracowany w ubiegłym roku zysk netto wpływ miał m.in. prowadzony program inwestycyjny – nakłady wyniosły ponad 105 mln złotych i były związane przede wszystkim z rozbudową sieci oddziałów i wdrożeniem nowoczesnych rozwiązań informatycznych.

## Działalność Banku

**Lider bankowości dla sektora rolno-spożywczego w Polsce.** W 2010 r. klienci sektora rolno-spożywczego stanowili 53% wszystkich klientów instytucjonalnych Banku. Wartość zaciągniętych przez nich kredytów to ok. 7,9 mld złotych. Na połowę tej kwoty złożyły się kredyty preferencyjne, w których Bank osiąga udział rynkowy na poziomie 29%. Sektorowi analitycy Banku tworzą prawdopodobnie najlepszy w kraju zespół, który zajmuje się badaniami rynków rolno-spożywczych.

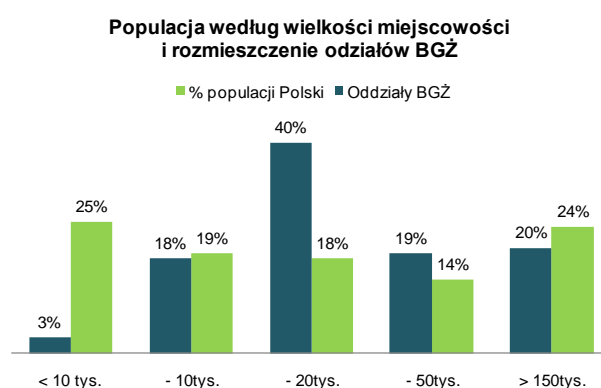
Bank jest obecnie i chce pozostać w przyszłości lokalnym partnerem dla rolników oraz przedsiębiorców działających w sektorze rolno-spożywczym. Zarówno wartość kredytów udzielanych klientom z tego segmentu, jak i otrzymywanych depozytów dynamicznie rosła w ostatnich latach. Bank oczekuje kontynuacji tego pozytywnego trendu i wzrostu rentowności w tym obszarze.

**Uniwersalny bank lokalnych społeczności, oferujący szeroką gamę produktów i usług bankowych klientom indywidualnym i instytucjonalnym.** Na koniec 2010 r. depozyty klientów Banku wyniosły 21,1 mld złotych, a portfel udzielonych kredytów 20,6 mld złotych. Uplasowało to Bank na 11 pozycji w Polsce, z udziałem rynkowym wynoszącym odpowiednio 3,0% i 2,7%.

Dwie podstawowe grupy, do których Bank kieruje swoją ofertę to klienci indywidualni oraz instytucjonalni, w tym szczególnie silną grupą są przedsiębiorstwa z sektora rolno-spożywczego. O ile depozyty są zapewnione równomiernie przez klientów indywidualnych (54%) i instytucjonalnych (pozostałe 46%), to po stronie udzielonych kredytów większy udział mają klienci biznesowi (61%), w szczególności firmy z sektora rolno-spożywczego (39%).

**Bank zajmuje silną pozycję rynkową w średnich i małych miastach, gdzie zlokalizowanych jest ok. 80% z ogólnopolskiej sieci ponad 364 jego oddziałów** (stan na 12 kwietnia 2011 r.). Klienci Banku mają również dostęp do elektronicznych i telefonicznych kanałów sprzedaży, a także rozwiniętej sieci bankomatów – ponad 480 własnych oraz ok. 3 200 innych firm.

**Placówki rozmieszczone głównie w małych i średnich miastach**



Źródło: Dane spółki, GUS (dane na czerwiec 2010).

**Bank wspierany jest przez Rabobank, światowego lidera w zakresie obsługi finansowej sektora rolno-spożywczego.** Rabobank, większościowy akcjonariusz Banku i jeden z największych banków w Holandii, historycznie uzyskuje stabilne wyniki finansowe i jest wysoko oceniany przez agencje ratingowe (AAA). Rabobank wspomaga Bank BGŻ, udostępniając ekspertyzę sektorową, a także wiedzę i doświadczenie operacyjne. Ważną częścią kultury

Rabobanku, realizowaną również przez Bank BGŻ, jest rozważne zarządzanie ryzykiem. Dzięki przyjęciu najlepszych praktyk w tym zakresie, wskaźnik kredytów niepracujących (NPL) osiągnął poziom 6,4% w 2010 r., czyli znacząco poniżej średniej rynkowej wynoszącej 8,6% (wg KNF).

## Otoczenie rynkowe

**Polska – duża i wzrostowa gospodarka, ze słabo nasyconym rynkiem usług bankowych.** Polska jest największą gospodarką Europy Środkowo-Wschodniej z populacją liczącą ok. 38 mln ludności i PKB wynoszącym 1 413 mld PLN w 2010 r. (w cenach bieżących wg GUS). W latach 2004-2009 polski PKB rósł średnio 4,7% rocznie, a nasza gospodarka jako jedyna w Europie oparła się światowemu kryzysowi. Sektor bankowy dynamicznie się rozwija. W latach 2008-2010 wolumen kredytów udzielonych podmiotom sektora niefinansowego wzrósł o 18%, a depozytów pochodzących od tych podmiotów o 26% (wg KNF). Polski rynek bankowy jest słabo nasycony, a porównanie z rynkami krajów rozwiniętych wskazuje na znaczny potencjał wzrostu. Stosunek sumy aktywów banków do PKB w 2009 r. wyniósł w Polsce 83%, czyli znacznie poniżej unijnej średniej wynoszącej 337%.

### Polska a UE: potencjał wzrostu rynku usług bankowych



Źródło: Europejska Federacja Bankowa (EBF), Narodowy Bank Polski oraz Komisja Nadzoru Finansowego

**Sektor rolno-spożywczy – rosące zapotrzebowanie na finansowanie.** Z powodu sezonowości sektor rolniczy jest z zasady strukturalnym kredytobiorcą netto - charakteryzuje się wysokim zapotrzebowaniem na kapitał obrotowy, które zwykle finansowane jest długiem, na przykład w formie 'linii kredytowej'. Bank oferuje bieżące finansowanie w formie produktu zabezpieczonego hipoteką na gruntach rolnych - 'Agro-Ekspres'. Inwestycje w sektorze rolno-spożywczym wspiera natomiast system kredytów z dopłatami państwa udzielanymi do oprocentowania (kredyty preferencyjne) i kredytów związanych z projektami współfinansowanymi przez UE (kredyty strukturalne). W 2010 r. Bank osiągnął w tych produktach odpowiednio 29% i 13% udziału w rynku.

**Poza największymi miastami mieszka 76% Polaków – ich dochody rosną, a placówek bankowych jest tam relatywnie mało.** Popyt na usługi bankowe w małych i średnich miastach pozostaje niezaspokojony, a Bank może zaoferować na tych obszarach relatywnie lepiej, zdaniem Zarządu Banku, rozwiniętą sieć oraz ofertę produktową. Podczas gdy w większych miastach na każde 10 tys. osób przypada około 6 placówek bankowych, to w małych i średnich miastach na taką samą liczbę osób przypada ich prawie dwukrotnie mniej.

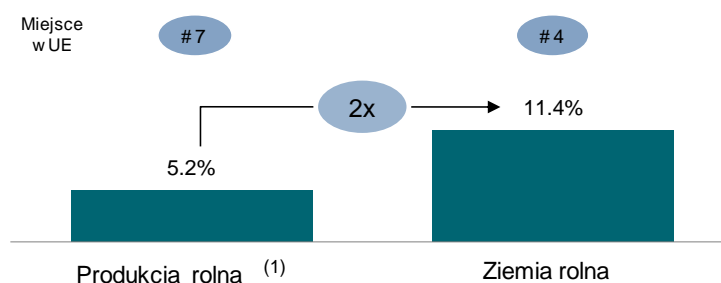
## Strategia biznesowa i plany rozwoju Banku koncentrują się na:

- Umocnieniu pozycji lidera w obsłudze segmentu rolno-spożywczego

Produkcja rolna w Polsce od 2002 r. systematycznie rośnie szybciej niż PKB, a sektor rolno-spożywczy ma w nim znaczący, bo ok. 7% udział (wg Eurostat, 2007 r.). Choć aż 11% ziemi rolnej Unii Europejskiej znajduje się w Polsce, to nasz kraj produkuje zaledwie 5% europejskich surowców rolnych. Oznacza to, że przy wzroście efektywności możliwe jest nawet podwojenie obecnego poziomu produkcji. W kolejnych latach nieunikniona na naszym rynku będzie konsolidacja i modernizacja gospodarstw rolnych, co spowoduje znaczący wzrost zapotrzebowania na finansowanie i w konsekwencji na produkty bankowe.

### Rolnictwo to w Polsce duży rynek o znacznej dynamice wzrostu

#### Udział Polski w areale ziemi uprawnej i produkcji rolnej Europy (2009, dane w %)



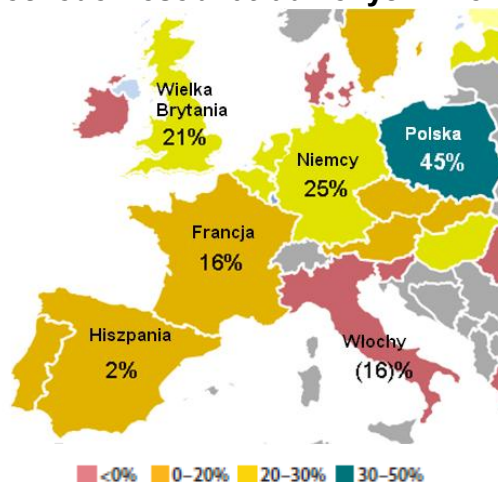
Źródło: Eurostat

(1) na podstawie rynkowej wartości produkcji rolnej

W miarę modernizacji i wzrostu efektywności polskiego rolnictwa, dochody klientów Banku zatrudnionych w tym sektorze gospodarki wzrosną. W ciągu ostatnich 5 lat średnie dochody rolników podwoiły się, choć nadal odbiegają od przeciętnego poziomu w Unii Europejskiej.

### Dochody w Polskim rolnictwie od kilku lat systematycznie rosną

#### Wzrost dochodów osób zatrudnionych w rolnictwie (2005–2010\*)<sup>(1)</sup>



Źródło: Eurostat

(1) W cenach z 2005 r.

\* Prognoza na dzień 28 marca 2011 r.

- **Rozwoju sieci oddziałów w małych i średnich miastach**

Bank zamierza zwiększać przychody, docierając do coraz większej liczby klientów zlokalizowanych w małych i średnich miastach, gdzie istnieje duży potencjał rozwoju i jednocześnie stosunkowo mniejsza konkurencja ze strony innych dużych banków komercyjnych. Do końca 2012 r. Bank planuje podwoić liczbę placówek w stosunku do roku 2007, do poziomu ponad 420 oddziałów. W ramach realizacji tej strategii w 2010 r. Bank BGŻ otworzył kolejne 61 oddziałów oraz wdrożył nowoczesne rozwiązania informatyczne.

- **Pozyskiwaniu nowych klientów i oferowaniu produktów bankowych przynoszących wyższe marże**

W kolejnych latach Bank zamierza nie tylko utrzymać obecną bazę około 900 000 klientów, ale także pozyskiwać nowych, dzięki oferowaniu atrakcyjnych produktów, które charakteryzują się wysokimi marżami i nie wymagają dużego zaangażowania kapitału Banku. We wszystkich kluczowych dla Banku segmentach klientów: detalicznym, MSP (małych i średnich przedsiębiorstw) i mikroprzedsiębiorstw, Bank od kilku lat obserwuje wzrost popytu na obsługę i finansowanie transakcji, produkty inwestycyjne, skarbowe, ubezpieczeniowe czy leasingowe. Bank BGŻ zamierza oferować te produkty swoim nowym i dotychczasowym klientom.

- **Stworzeniu i rozwinięciu internetowej bankowości bezpośredniej**

Dostrzegając wzrastające zapotrzebowanie na usługi internetowej bankowości bezpośredniej w Polsce, w tym w szczególności produkty oszczędnościowe i inwestycyjne, Bank zamierza wprowadzić je do swojej oferty. W dłuższym okresie mogą one zapewnić atrakcyjne źródło depozytów oraz zwiększyć poziom finansowania Banku.

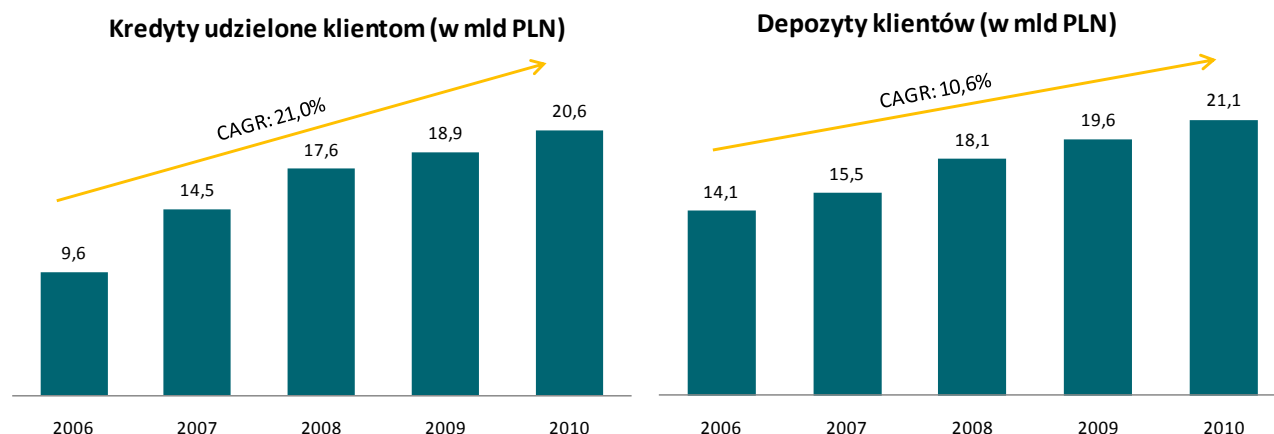
- **Wzroście efektywności poprzez motywację kadry, automatyzację procesów i kontrolę kosztów**

Bank BGŻ stale podnosi efektywność funkcjonowania oddziałów i usprawnia proces sprzedaży, który w przyszłości ulegnie dalszej poprawie dzięki wdrożeniu systemu wspierającego zarządzanie relacjami z klientami (CRM). System motywacyjny wiąże się z realizacją jasno określonych celów na poziomie poszczególnych oddziałów. Jednocześnie Bank ściśle kontroluje koszty, które w ostatnich latach pozostawały na stałym poziomie (rosły średnio jedynie o 0,2% w latach 2006-2010). Dodatkowo, koszt obsługi klientów powinien zmniejszyć się w wyniku automatyzacji, dzięki wykorzystaniu alternatywnych kanałów dystrybucji (Internet, telefon) oraz aplikacji informatycznych wspomagających procesy decyzji kredytowych.

## **Wyniki finansowe**

W ciągu ostatnich 5 lat wartość kredytów udzielonych klientom podwoiła się i wyniosła 20,6 mld złotych na koniec 2010 r. Depozyty klientów – stanowiące główne źródło finansowania działalności Banku – rosły w ostatnich 5 latach średnio o 10% rocznie i pochodziły mniej więcej w połowie od klientów indywidualnych i instytucjonalnych.

## Stabilny wzrost portfela kredytów i depozytów



Źródło: Skonsolidowane sprawozdania finansowe Banku BGŻ

W 2010 r. zysk netto Banku wyniósł 112 mln złotych, co oznacza wzrost o 11,6% w porównaniu z 2009 r. Wynik z działalności bankowej osiągnął natomiast poziom 1 024 mln złotych (wzrost o 9,8% w porównaniu z poprzednim rokiem). Złożyły się na niego przede wszystkim wynik z tytułu odsetek w wysokości 604 mln złotych (wzrost o 30,7% w porównaniu z 2009 r.) oraz z tytułu opłat i prowizji w kwocie 272 mln złotych (wzrost o 9,7% w porównaniu z 2009 r.). Koszty administracyjne rosły wolniej niż wynik z działalności bankowej i w 2010 r. wyniosły 714 mln złotych (wzrost o 5,9% w porównaniu z 2009 r.).

Na wypracowany w ubiegłym roku zysk netto wpływ miał m.in. prowadzony program inwestycyjny – nakłady wyniosły ponad 105 mln złotych i były związane przede wszystkim z rozbudową sieci oddziałów i wdrożeniem nowoczesnych rozwiązań informatycznych.

### Wybrane dane finansowe

(w mln zł otych)	2009	2010	% (r-d-r)
Wynik z tytułu odsetek	462	604	31%
Wynik z tytułu opłat i prowizji	248	272	10%
<b>Wynik z działalności bankowej</b>	<b>933</b>	<b>1024</b>	<b>10%</b>
Odpisy netto z tytułu utraty wartości kredytów i pożyczek	-107	-134	25%
Ogólne koszty administracyjne	-674	-714	6%
<b>Zysk brutto</b>	<b>117</b>	<b>127</b>	<b>9%</b>
Marża odsetkowa netto%	1,90%	2,30%	
Współczynnik wypłacalności%	11,60%	11,10%	
Koszty/Dochody	77%	75%	
ROE	4,30%	4,60%	
<b>Kredyty i pożyczki brutto</b>	<b>18 900</b>	<b>20 568</b>	<b>9%</b>
Udział kredytów z rozpoznaną utratą wartości	5,80%	6,40%	
<b>Depozyty</b>	<b>19 599</b>	<b>21 052</b>	<b>7%</b>
Kredyty/Depozyty	93%	94%	

Źródło: Skonsolidowane sprawozdania finansowe Banku BGŻ

## Historia i akcjonariat

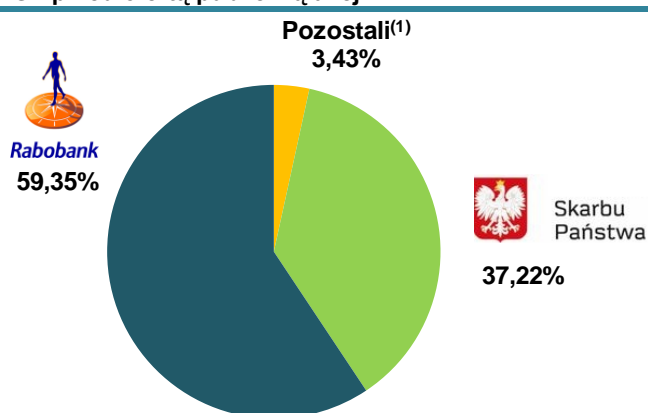
Korzenie Banku sięgają 1919 r., kiedy został założony Bank Rolny. Sam Bank powstał natomiast w 1975 r., jako bank państwowo-spółdzielczy zrzeszający 1 663 banki spółdzielcze. Jego głównym zadaniem było świadczenie usług finansowych oraz udzielanie kredytów dla rolnictwa, przemysłu spożywczego oraz leśnictwa. W 1994 r. został przekształcony w spółkę akcyjną. Skarb

Państwa otrzymał 65,9% akcji w kapitale zakładowym, a pozostałe 34,1% znalazło się w posiadaniu banków spółdzielczych. W 2002 r. przyjęto nową strategię rozwoju jako uniwersalnego banku. W 2004 r. akcjonariuszami mniejszościowymi zostały EBOiR (15%) oraz, za pośrednictwem spółki zależnej RIH, Rabobank Nederland (13,8%).

Sam Rabobank wywodzi się z dwóch spółdzielczych banków rolnych, założonych w XIX wieku przez holenderskich rolników w ramach samopomocy sąsiedzkiej. Rabobank nadal należy do 141 lokalnych holenderskich banków spółdzielczych. Rabobank International ma placówki w 48 krajach od Dalekiego Wschodu i Australii po obie Ameryki, gdzie zajmuje się zarówno bankowością detaliczną, jak i finansowaniem agrobiznesu.

Obecnie Rabobank posiada 25 601 279 akcji stanowiących 59,35% kapitału zakładowego Banku, co zapewnia mu pozycję akcjonariusza większościowego. Skarb Państwa ma 37,22% akcji. Resztę (w sumie 3,43% akcji) posiadają obecni i byli pracownicy i 154 banki spółdzielcze.

#### Struktura akcjonariatu Banku BGŻ przed ofertą publiczną akcji



Źródło: Dane Banku BGŻ

(1) 154 banków spółdzielczych, byli i obecni pracownicy BGŻ oraz banków spółdzielczych

*Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i w żadnym wypadku nie powinien stanowić podstawy do podejmowania decyzji o nabyciu papierów wartościowych spółki Bank Gospodarki Żywnościowej S.A. (Bank). Jedynym prawnie wiążącym dokumentem o ofercie publicznej papierów wartościowych Banku w Polsce (Oferta) i Banku jest prospekt emisyjny Banku (Prospekt) przygotowany w związku z Ofertą i dopuszczeniem oraz wprowadzeniem papierów wartościowych Banku do obrotu na GPW. Prospekt po zatwierdzeniu przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 28 kwietnia 2011 r. został opublikowany i jest dostępny na stronie internetowej Banku ([www.bgz.pl](http://www.bgz.pl)) oraz na stronie internetowej Domu Maklerskiego PKO Banku Polskiego ([www.dm.pkobp.pl](http://www.dm.pkobp.pl)).*