

Bank BGŻ – dane o Spółce (stan na 30 września 2011 r.)

Informacje ogólne

Bank BGŻ 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 perspektywnym 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. W maju 2011 r. Bank BGŻ zadebiutował na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Bank BGŻ oferuje szeroką gamę produktów i usług klientom indywidualnym i instytucjonalnym. Na 30 września 2011 r. depozyty klientów Banku wyniosły 20,8 mld złotych, a portfel udzielonych kredytów 26,7 mld złotych. Kredyty instytucjonalne rosły szybciej niż w sektorze bankowym. Klienci Banku mają dostęp do ogólnopolskiej sieci blisko 390 oddziałów, jak również kanałów elektronicznych i telefonicznych, a także rozwiniętej sieci bankomatów – w sumie 3858 szt. (494 własnych oraz 3 364 innych firm).

Bank jest również liderem usług bankowych dla sektora rolno-spożywczego w Polsce. W III kw. bardzo dynamicznie rosły kredyty udzielane klientom instytucjonalnym - - wzrost ogółem o 24% r/r, głównie za sprawą agro (+28% r/r).

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. Przez trzy kwartały 2011 r. Bank uruchomił 42 nowe placówki.

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 tys. 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 III kwartale 2011 r. Bank BGŻ odnotował zysk netto w wysokości 40,6 mln zł, co oznacza wzrost o 53 proc. w porównaniu do poprzedniego kwartału. Zysk netto za trzy kwartały br. wyniósł 100,9 mln zł, czyli 117 proc. więcej niż w analogicznym okresie 2010 roku.

Poprawa zysku netto została osiągnięta głównie dzięki wynikowi z tytułu odsetek, który w trzecim kwartale wzrósł o 15 proc. w porównaniu z poprzednim kwartałem. Był to efekt wzrostu akcji kredytowej zrealizowanej przy wyższym poziomie marży odsetkowej. Dodatkowym czynnikiem wspierającym dynamikę wyniku odsetkowego była poprawa marży odsetkowej na depozytach.

Jednym z istotniejszych wydarzeń w III kw. 2011 r. było zawarcie umowy zgodnie z którą Rabobank Nederland udostępni Bankowi środki w kwocie 1 008 mln CHF na okres 12 lat, celem finansowania istniejącego portfela kredytów mieszkaniowych denominowanych w CHF. Linia była uruchamiana w 18 transzach, począwszy od 29 kwietnia 2011 r. do 30 września 2011 r. Według stanu na 30 września 2011 r. Bank wykorzystał cały kredyt na łączną kwotę 1 008 mln CHF, tj. 3 607 459 tys. zł.

Działalność Banku

Lider bankowości dla sektora rolno-spożywczego w Polsce. Bank dąży, by stać się 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.

Sektorowi analitycy Banku tworzą jeden z lepszych w kraju zespół, który zajmuje się badaniami rynków rolno-spożywczych.

Uniwersalny bank lokalnych społeczności, oferujący szeroką gamę produktów i usług bankowych klientom indywidualnym i instytucjonalnym. Na 30 września 2011 r. depozyty klientów Banku wyniosły 20,8 mld złotych, a portfel udzielonych kredytów 26,7 mld złotych. W III kw. nastąpił dynamiczny, kontynuowany wzrost kredytów ogółem na poziomie 19% (r/r). Kredyty instytucjonalne rosły szybciej niż w sektorze bankowym, głównie za sprawą dynamicznego wzrostu kredytów w rachunku bieżącym dla rolników (+36% r/r) oraz dla innych klientów (+29% r/r), kredytów inwestycyjnych i obrotowych (+27% r/r), a także solidnego wzrostu kredytów preferencyjnych (+10% r/r).

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 i instytucjonalnych, to po stronie udzielonych kredytów większy udział mają klienci biznesowi, w szczególności firmy z sektora rolno-spożywczego.

Bank zajmuje silną pozycję rynkową w średnich i małych miastach, gdzie zlokalizowanych jest ok. 80% z ogólnopolskiej sieci 386 jego oddziałów. Klienci Banku mają również dostęp do elektronicznych i telefonicznych kanałów sprzedaży, a także rozwiniętej sieci bankomatów – ponad 3800 szt.

Bank wspierany jest przez Rabobank, światowego lidera w zakresie obsługi finansowej sektora rolno-spożywczego. Rabobank Nederland, większościowy akcjonariusz Banku i jeden z największych banków w Holandii, historycznie uzyskuje stabilne wyniki finansowe i jest wysoko oceniany przez agencje ratingowe. 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, udaje się osiągnąć wskaźnik kredytów niepracujących (NPL) znacznie poniżej średniej rynkowej.

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. Pierwszy kwartał 2011 r. przyniósł kontynuację pozytywnych trendów w gospodarce. Według szacunków GUS wzrost PKB w I kw. 2011 r. wyniósł 4,4% r/r wobec 4,5% r/r w IV kw. 2010 r. W dalszym ciągu motorem wzrostu był popyt krajowy, który rósł w tempie 4,5% r/r, wobec 6,3% r/r kwartał wcześniej i 2,0% r/r w I kw. 2010 r.

W latach 2004-2009 polski PKB rósł średnio 4,7% rocznie, a nasza gospodarka jako jedyna w Europie oparła się światowemu kryzysowi. Kontynuacja ożywienia gospodarczego w połączeniu ze wzrostem cen paliw, surowców przemysłowych oraz żywności w I poł. 2011 r. przełożyły się na istotny wzrost inflacji, która w końcu czerwca wyniosła 4,2% r/r, wobec 2,3% r/r w czerwcu 2010 r.

W 2011 r. wzrost napięć dotyczących stabilności strefy euro doprowadził do ograniczenia napływu kapitałów na rynki środkowoeuropejskie, skutkując jednocześnie istotnym umocnieniem franka szwajcarskiego zarówno wobec euro, jak i złotego. Krajowa waluta w I półroczu 2011 r. zanotowała natomiast istotne umocnienie w relacji do dolara amerykańskiego. Ocena perspektyw amerykańskiej gospodarki na początku 2011 r. uległa istotnemu pogorszeniu, prowadząc do odsunięcia się w czasie spodziewanego momentu podniesienia stóp procentowych przez System Rezerwy Federalnej i w konsekwencji do silnej deprecjacji dolara wobec głównych par walutowych.

Sektor bankowy dynamicznie się rozwija. Według danych KNF w okresie pierwszych sześciu miesięcy 2011 r. polski sektor bankowy wypracował zysk netto w wysokości 7 846 mln zł w porównaniu z 5 466 mln zł w analogicznym okresie 2010 r., co oznacza wzrost o 43,5% r/r.

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).

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.

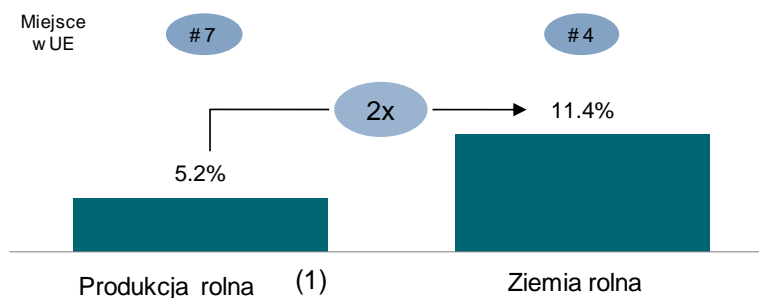
Strategia biznesowa i plany rozwoju Banku koncentrują się na:

- **Umocnieniu pozycji lidera w obsłudze segmentu rolno-spożywczego**

Produkcja żywności w Polsce od 2002 r. 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 %)



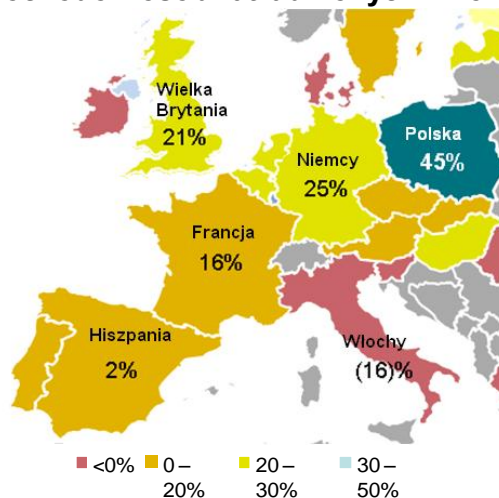
Źródło: Eurostat

(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*)⁽¹⁾



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. W ramach realizacji tej strategii przez trzy kwartały 2011 r. Bank BGŻ otworzył kolejne 42 oddziały 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 tys. 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 III kwartale 2011 r. Bank BGŻ odnotował zysk netto w wysokości 40,6 mln zł, co oznacza wzrost o 53 proc. w porównaniu do poprzedniego kwartału. Zysk netto za trzy kwartały br. wyniósł 100,9 mln zł, czyli 117 proc. więcej niż w analogicznym okresie 2010 roku.

Poprawa zysku netto została osiągnięta głównie dzięki wynikowi z tytułu odsetek, który w trzecim kwartale wzrósł o 15 proc. w porównaniu z poprzednim kwartałem. Był to efekt wzrostu akcji kredytowej zrealizowanej przy wyższym poziomie marży odsetkowej. Dodatkowym czynnikiem wspierającym dynamikę wyniku odsetkowego była poprawa marży odsetkowej na depozytach.

Od początku roku Bank BGŻ pozyskał ponad 100 tys. nowych klientów. Jest to efekt dobrych wyników sprzedaży kont osobistych oraz pakietów produktowych dla przedsiębiorstw i rolników. W III kw. Bank BGŻ otworzył 17 nowych placówek, zwiększając sieć w 2011 roku łącznie o kolejne 42. Na koniec kwartału klienci mogli korzystać z 386 oddziałów na terenie całej Polski.

Wskaźnik kosztów do dochodów poprawił się do 70 proc. w III kwartale z 78 proc. w pierwszym półroczu 2011 roku dzięki wzrostowi przychodów oraz właściwemu zarządzaniu kosztami.

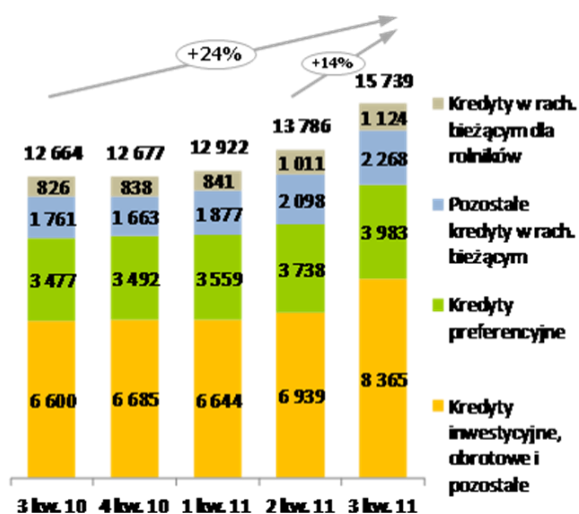
Bank kontynuował trend osiągania kosztów ryzyka poniżej średniej na rynku, ze względu na bardzo dobrą jakość kredytów dla rolników, które stanowiły 21 proc. całości portfela kredytowego.

Poprawiła się jakość portfela kredytowego. Na koniec września 2011 r. udział należności, które utraciły wartość, w portfelu brutto kredytów i pożyczek udzielonych klientom wyniósł 5,9 proc. w porównaniu z 6,3 proc. na 30 czerwca 2011 r. oraz 6,2 proc. na 30 września 2010 r.

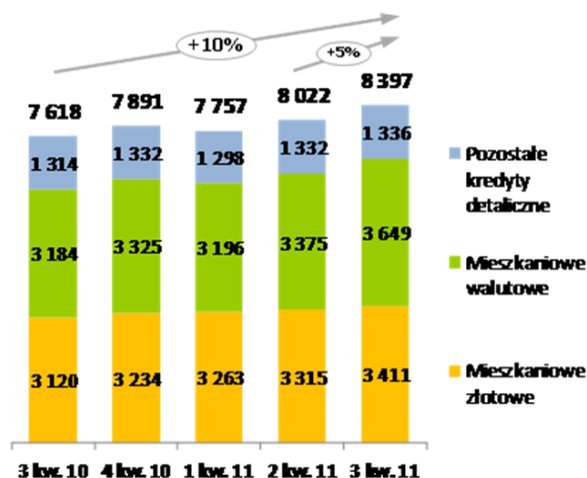
Zobowiązania wobec klientów w okresie między 30 września 2010 r. a 30 września 2011 r. wzrosły o 3 proc. do 20 832,4 mln zł. Bank BGŻ pozyskał długoterminowe finansowanie w CHF od akcjonariusza większościowego. Niższa dynamika przyrostu depozytów w stosunku do kredytów wynika także z faktu pozyskania wieloletniego finansowania w EUR od Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju.

W III 2011 r. doszło do solidnego wzrostu wolumenów – kredyty wzrosły o 11 % (kw/kw), zaś depozyty 7% (kw/kw). Bardzo dynamicznie rosły kredyty udzielane klientom instytucjonalnym – wzrost ogółem o 24% r/r, głównie za sprawą agro (+28% r/r). Bank sprzedał w III kw. 26,5 tys. kont osobistych oraz 5,2 tys. pakietów produktowych dla klientów instytucjonalnych.

Kredyty instytucjonalne (mln zł, brutto, na koniec okresu)



Kredyty detaliczne (mln zł, brutto, na koniec okresu)



Źródło: Prezentacja wyników finansowych Banku BGŻ za III kw. 2011

Wynik z tytułu odsetek wzrósł za trzy kwartały 2011 r. o 38,3% w porównaniu z trzema kwartałami 2010 r. Wzrost był stymulowany przez wzrost kredytów, wyższe marże odsetkowe na kredytach oraz niższe koszty finansowania.

Odpisy aktualizujące należności za trzy kwartały 2011 r. spadły o 21,4% w porównaniu do trzech kwartałów 2010 r., do czego przyczyniły się przede wszystkim niższe odpisy na kredyty gotówkowe dla klientów z segmentu detalicznego oraz na kredyty dla klientów z grupy małych i średnich przedsiębiorstw oraz mikro-przedsiębiorstw. W porównaniu z trzema kwartałami 2010 r. wzrosły natomiast odpisy na kredyty mieszkaniowe, które były także jednym z głównych czynników wzrostu odpisów w trzecim kwartale w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r. Innym czynnikiem kwartalnego wzrostu odpisów był ujemny wynik na odpisach na portfel klientów z grupy dużych przedsiębiorstw w porównaniu z dodatnim wynikiem na tym portfelu w drugim kwartale 2011 r., kiedy Bank uzyskał znaczącą spłatę kredytu od jednego z klientów z branży spożywczej.

Po III kw. 2011 r. aktywa ogółem Grupy BGŻ wyniosły 26 895 mln zł w porównaniu z 28 353 mln zł po pierwszym półroczu.

W III kw. 2011 r. nastąpił spadek współczynnika wypłacalności do 10,3%, co było spowodowane wzrostem portfela kredytowego w III kw., który z kolei przełożył się na wzrost wymogu kapitałowego z tytułu ryzyka kredytowego.

Podsumowanie wyników finansowych

PLN million	dane narastające			dane kwartalne			
	1-3 kw. 2011	1-3 kw. 2010	Zmiana r/r	3 kw. 2011	2 kw. 2011	1 kw. 2011	Zmiana kw/kw
Przychody razem	899,5	753,9	+19%	325,5	299,1	274,9	+9%
Koszty razem	(676,3)	(567,5)	+19%	(228,0)	(235,2)	(213,0)	-3%
Odpisy netto z tytułu utraty wartości	(108,7)	(138,3)	-21%	(55,0)	(30,5)	(23,1)	+80%
Zysk brutto	117,0	48,8	+140%	42,9	34,4	39,6	+25%
Zysk netto	100,9	46,3	+118%	40,6	26,5	33,8	+53%
Stopa zwrotu z kapitału (ROE)	5,3%	2,6%	+2,7 p,p,	6,3%	4,2%	5,4%	+2,2 p,p,
Koszty / Dochody (C/I)	75,2%	75,3%	-0,1 p,p,	70,1%	78,7%	77,5%	-8,6 p,p,
Współczynnik wypłacalności (CAR)	10,3%	11,4%	-1,1 p,p,	10,3%	11,3%	11,4%	-1,0 p,p,
Skorygowane o koszty IPO, nowych oddziałów, banku internetowego oraz projektów strategicznych							
Koszty razem, skorygowane	(611,5)	(552,4)	+11%	(204,9)	(209,5)	(197,0)	-2%

Źródło: Prezentacja wyników finansowych Banku BGŻ za III kw. 2011

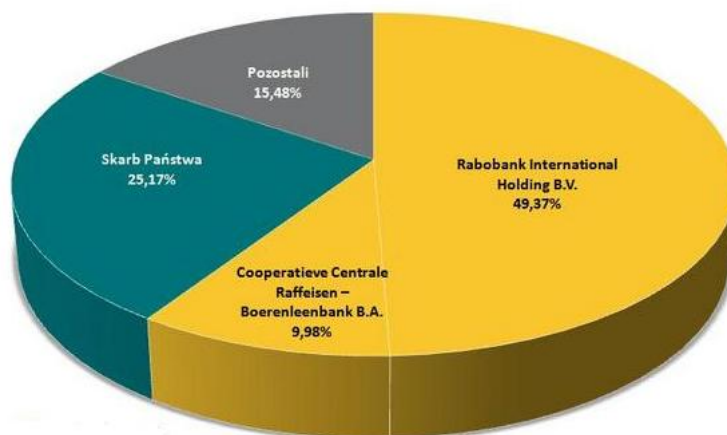
Historia i akcjonariat

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 Nederland 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 BGŻ, co zapewnia mu pozycję akcjonariusza większościowego. Skarb Państwa ma 25,17%, a pozostali akcjonariusze 15,48%.

Struktura akcjonariatu Banku BGŻ według stanu na 30 czerwca 2011 r.



Źródło: Dane Banku BGŻ