



WYŻSZA KULTURA BANKOWOŚCI

NIE PODLEGA ROZPOWSZECHNIANIU NA TERYTORIUM STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI,
KANADY, AUSTRALII ORAZ JAPONII.

Warszawa, listopad 2012 roku

Alior Bank S.A. – informacje o Spółce

Alior Bank („Bank”, „Spółka”) jest dynamicznie rozwijającym się bankiem uniwersalnym, liderem pod względem innowacyjności i liczby pozyskiwanych klientów w Polsce – tylko przez trzy kwartały 2012 roku otworzył blisko 369 tysięcy nowych rachunków (w PLN). Pozycję tę osiągnął dzięki stworzeniu w krótkim czasie trzeciej co do wielkości¹ sieci dystrybucji w Polsce, nowoczesnej bankowości online oraz mobilnej, a także systematycznie wzbogacanej ofercie nowatorskich produktów, wyznaczających nowe standardy polskiej bankowości.

Alior Bank rozpoczął działalność w listopadzie 2008 r. jako bank nowego typu – łączący zasady tradycyjnej bankowości z innowacyjnymi produktami. Jako nowy gracz na rynku, skupił się na szybkim poszerzaniu skali działalności i pozyskiwaniu klientów. Jego strategia od początku opierała się na nowatorskich produktach i wysokich standardach obsługi klientów.

W ciągu niespełna czterech lat działalności Alior Bank stworzył trzecią co do wielkości sieć dystrybucji w Polsce pod względem liczby placówek - na koniec września 2012 r. było ich już ponad 680, w tym 209 oddziałów własnych, 410 placówek partnerskich oraz 65 mini oddziałów pod marką Alior Bank Express. Produkty Banku są także oferowane w sieci 3,228 placówek pośredników finansowych.

Alior Bank wykorzystuje ponadto kanały dystrybucji oparte na nowoczesnej platformie informatycznej, obejmującej bankowość online, bankowość wirtualną, centra obsługi telefonicznej i bankowość mobilną. Uruchomiony w czerwcu 2012 r. wirtualny oddział Alior Banku, który działa pod marką Alior Sync, jest pierwszym w Polsce bankiem internetowym nowej generacji. Innowacyjność tego projektu została dostrzeżona na arenie międzynarodowej – Alior Sync, jako pierwszy bank w Polsce otrzymał prestiżową nagrodę w konkursie „Global Banking Innovation Awards” w kategorii „przełomowe rozwiązanie”, w której wyróżniane są innowacje redefiniujące rynek usług bankowych na świecie.

Alior Bank jest liderem na polskim rynku pod względem pozyskiwania klientów. W 2011 roku otworzył 336 tysięcy nowych rachunków bieżących (w PLN), a przez trzy kwartały 2012 r. kolejne blisko 369 tysięcy rachunków (w PLN). Liczba klientów Banku wzrosła tym samym do około 1,36 mln na koniec września 2012 roku.

Po trzech kwartałach 2012 r. skonsolidowany wynik odsetkowy Banku wzrósł do 518 mln zł i był o 45% wyższy niż przed rokiem. Wynik z tytułu opłat i prowizji za pierwszych dziewięć miesięcy br. osiągnął 334 mln zł, co oznacza wzrost o 57% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r. Zysk netto na koniec września 2012 roku wyniósł 222,9 mln zł i był prawie 3-krotnie wyższy niż po trzech kwartałach 2011 roku.

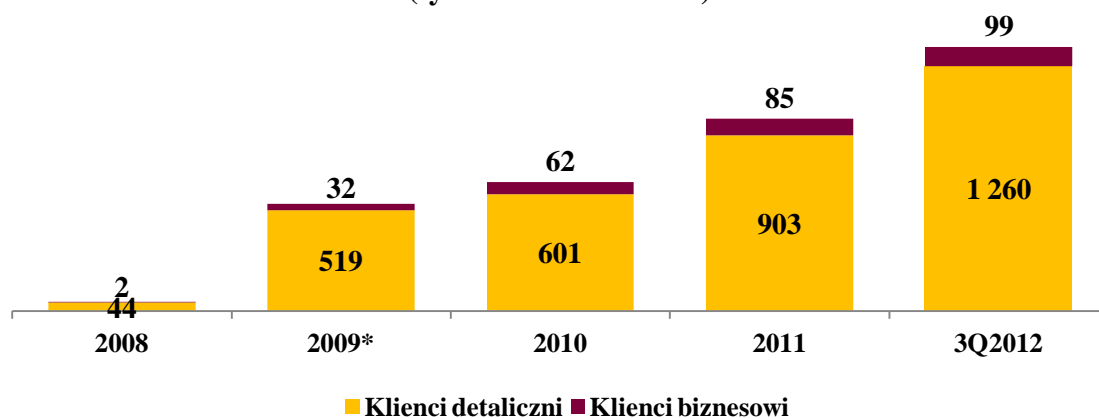
Kadrze menedżerskiej Alior Banku, posiadającej wieloletnie doświadczenie w sektorze usług bankowych, przewodzi prezes zarządu Wojciech Sobieraj, któremu miesięcznik Forbes od trzech lat przyznaje tytuł „Lidera Biznesu” w Polsce. Kluczowi menedżerowie są związani z Alior Bankiem od momentu jego powstania.

¹ Na koniec 3 kwartału 2012 roku

Działalność

Alior Bank jest bankiem uniwersalnym, który oferuje innowacyjne produkty i usługi przeznaczone dla klientów detalicznych i biznesowych. **Na koniec września 2012 roku Alior Bank obsługiwał około 1,36 mln klientów**, w tym około 99 tys. klientów biznesowych oraz około 1,26 mln klientów detalicznych. Przez pierwsze trzy kwartały 2012 roku do grona klientów Alior Banku dołączało średnio blisko 2 tysiące osób dziennie.

Liczba klientów Alior Banku
(tys. na koniec okresu)

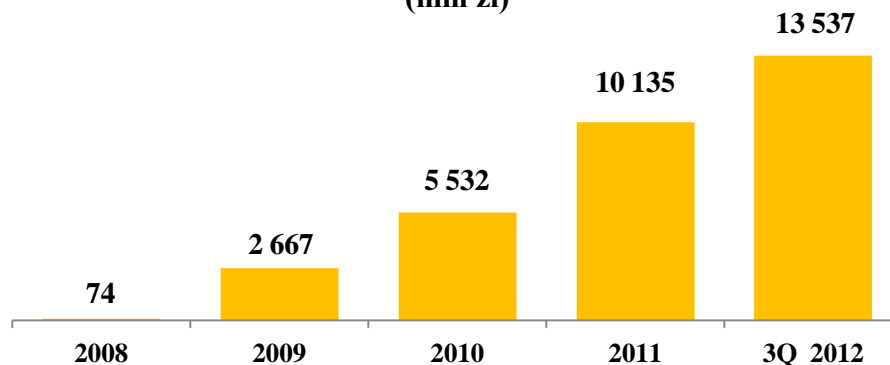


* z uwzględnieniem 265 tys. klientów, którzy przeszli do Alior Banku w wyniku nabycia przez Bank portfela kredytów i wierzytelności z tytułu kart kredytowych HSBC Polska.

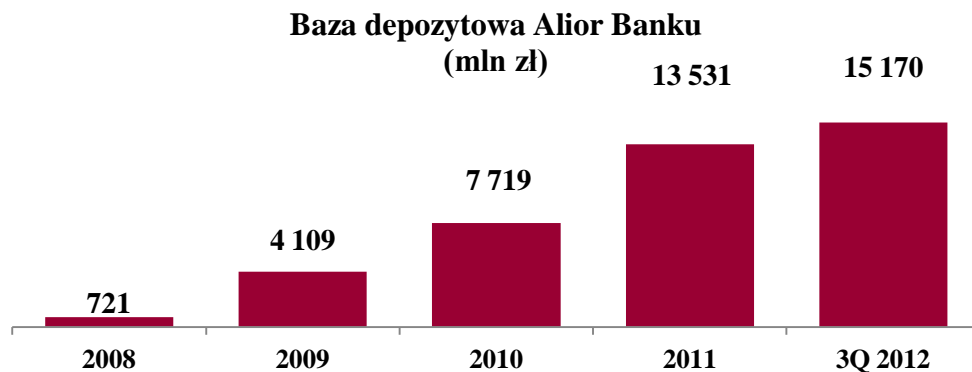
Źródło: Alior Bank

Łączny wolumen zgromadzonych przez Alior Bank depozytów na koniec września 2012 roku wyniósł niemal 15,2 mld zł, zaś wartość kredytów netto przekroczyła 13,5 mld zł. Oznacza to wzrost odpowiednio o 12% i 34% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 roku.

Portfel kredytów Alior Banku
(mln zł)



Źródło: Skonsolidowane sprawozdania finansowe Alior Banku zamieszczone w prospekcie emisyjnym



Źródło: Skonsolidowane sprawozdania finansowe Alior Banku zamieszczone w prospekcie emisyjnym

Bank prowadzi działalność za pośrednictwem **nowoczesnej, wielokanałowej sieci dystrybucji** obejmującej²:

- **209 własnych oddziałów** zlokalizowanych w głównych miastach Polski i oferujących pełen zakres produktów i usług Banku (w tym sześć oddziałów *private banking*, znajdujących się w Warszawie, Katowicach, Poznaniu, Krakowie, Gdańsku i Wrocławiu),
- **410 placówek partnerskich** prowadzonych w ramach outsourcingowej umowy agencyjnej pod marką Alior Bank, znajdujących się w mniejszych miastach oraz w szczególnych lokalizacjach w głównych miastach,
- **65 mini oddziałów** pod marką Alior Bank Express,
- **sieć 3.228 placówek pośredników finansowych** oferujących produkty Banku,
- **bankowość online, centra telefoniczne oraz bankowość mobilną** – w 2011 roku 86,7% wszystkich transakcji realizowanych przez klientów Banku przeprowadzono poprzez kanały dystrybucji wykorzystujące nowoczesną technologię. Platforma bankowa do płatności internetowych, jest natomiast aktywnie wykorzystywana w każdym miesiącu przez ponad 70% klientów Banku.

Innowacyjne produkty i usługi. Od początku swojej działalności Alior Bank przez cały czas wprowadza innowacyjne, niespotykane dotąd na polskim rynku bankowym, zaawansowane technologicznie produkty i usługi. Dzięki nowoczesnej platformie informatycznej, opracowywanie i wdrażanie nowych produktów, usług i kanałów sprzedaży jest możliwe w krótkim czasie, przy niskich kosztach i stosunkowo niskim ryzyku operacyjnym.

Alior Bank jako pierwszy w Polsce, już w listopadzie 2008 roku, oferował klientom rachunki bieżące z bezpłatnym dostępem do bankomatów w Polsce i na świecie oraz lokatami overnight. Z kolei małym i średnim przedsiębiorstwom Bank zaoferował innowacyjny rachunek zarabiający (klient otrzymuje wynagrodzenie, jeżeli średnie saldo na rachunku przekroczy określony próg), a także zintegrowane rachunki – bieżący i maklerski. Wśród innych innowacyjnych produktów Alior Banku należy wspomnieć o platformie obrotu walutami dla klientów indywidualnych Alior Trader – narzędziu do bezpośredniej obsługi transakcji na rynku walutowym z największymi globalnymi bankami.

W lipcu 2011 r. Bank wprowadził do swojej oferty usługę „Rachunki bez Opłat”, pozwalającą na regulowanie opłat za comiesięczne rachunki w jego oddziałach bez prowizji. Inicjatywa ta znacząco przyczyniła się do pozyskania przez Alior Bank w 2011 roku 325 tys. nowych klientów. Po sukcesie usługi „Rachunki bez opłat”, Alior Bank jako pierwszy w sektorze bankowym wprowadził rozwiązanie, które gwarantuje klientom obniżenie wysokości comiesięcznych rachunków za podstawowe usługi o minimum 10%.

² Stan na 30 września 2012 r.



WYŻSZA KULTURA BANKOWOŚCI

Alior Bank udostępnił także, jako pierwszy na rynku, bankowy Kantor Walutowy online, z którego usług mogą korzystać klienci indywidualni, osoby prowadzące własną działalność gospodarczą oraz firmy. W ciągu dwóch miesięcy z nowej usługi skorzystało blisko 14 tys. klientów, którzy wykonali 33 tys. transakcji. W trzecim kwartale 2012 roku Bank zaoferował również klientom rozwiązania z zakresu asset management z szeroką paletą strategii inwestycyjnych oraz pełnym dostępem do indywidualnego rachunku przez internet.

Prawdziwym przełomem w polskiej bankowości było pojawienie się Alior Sync, pierwszego wirtualnego banku nowej generacji, dostępnego z dowolnego miejsca na świecie przez 7 dni w tygodniu, 24 godziny na dobę. W Wirtualnym Oddziale w trakcie rozmowy wideo klienci mogą obserwować na ekranie komputera interaktywną wizualizację ofert oraz dokonywać transakcji. W Alior Sync można załatwić za pośrednictwem Internetu wszystkie te sprawy, które dotychczas realizowane były tylko w tradycyjnym oddziale. Alior Sync, jako jeden z pierwszych banków na świecie, umożliwia klientom realizację przelewów na portalu Facebook.

Innowacyjność Alior Sync została dostrzeżona na arenie międzynarodowej. Jako pierwszy bank w Polsce otrzymał prestiżową nagrodę w konkursie „Global Banking Innovation Awards” w kategorii „przełomowe rozwiązanie”, w której wyróżniane są innowacje redefiniujące rynek usług bankowych na świecie.

Strategia rozwoju

Strategia Alior Banku zakłada podwojenie w średnim terminie udziału w polskim sektorze bankowym poprzez zwiększenie udziału w rynku we wszystkich segmentach detalicznych oraz w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw. Po trzech kwartałach 2012 r. udział ten był szacowany na 2,1% dla depozytów i 1,7% dla kredytów³.

Założeniem strategicznym Banku jest **uzyskiwanie około 2/3 wartości przyszłych przychodów dzięki pogłębianiu relacji z dotychczasowymi klientami** poprzez między innymi *cross-selling* (sprzedaż większej liczby produktów jednemu klientowi) oraz pozyskaniu nowych klientów dzięki istniejącej sieci dystrybucji. Bank zamierza również systematycznie rozszerzać swoją ofertę o kolejne innowacyjne produkty, które, obok dbałości o wysoką jakość obsługi klientów, są zachętą do zmiany dotychczasowego banku i wyboru Alior Banku jako głównego dostawcy usług bankowych. Już obecnie Alior Bank jest oceniany jako jeden z najlepszych banków detalicznych w Polsce – w rankingu „Przyjazny bank” tygodnika Newsweek został zaliczony do grona najlepszych banków (drugie miejsce w 2011 r., pierwsze miejsce w 2010 r. i 2009 r.), a około 30% nowych klientów detalicznych zdecydowało się na otwarcie rachunku w Alior Banku w wyniku rekomendacji znajomego lub członka rodziny.

1/3 wartości przyszłych przychodów Banku powinno natomiast pochodzić z nowych produktów i kanałów dystrybucji. Są to:

- *Alior Sync – wirtualny bank nowej generacji.* Celem Alior Sync, uruchomionego 15 czerwca 2012 roku, jest pozyskanie 800 tysięcy klientów do 2016 roku. Przy czym tylko do 30 września br. z jego usług skorzystało ponad 87 000 klientów, którzy zdeponowali w Banku kwotę około 225,3 mln zł.

³ Wrzesień 2012: Depozyty rynek (NBP): 683 782 mln , Alior 15 170 mln, udział 2,1%

Wrzesień 2012: Kredyty brutto rynek (NBP) 811 484 mln, Alior 14 043 mln, udział 1,7% (zastosowanie kwot brutto ze względu na porównywalność do danych o rynku)



WYŻSZA KULTURA BANKOWOŚCI

- *Alior Bank Express – mini oddziały blisko klienta.* Zostały stworzone z myślą o rynku masowym, gdzie szybka obsługa i dostęp do prostych produktów blisko miejsca zamieszkania i miejsc, gdzie klienci robią zakupy, jest szczególnie doceniany. Do końca 2013 roku Bank planuje powiększenie sieci mini oddziałów z 65⁴ o kolejne do 215. Od marca 2012 r. do końca września 2012 r. placówki pozyskały łącznie ponad 19 tys. klientów, którzy zdeponowali w Banku 54,6 mln zł oraz zaciągnęli kredyty i pożyczki w wysokości 33,2 mln zł.
- *Consumer finance.* Bank zamierza nadal rozwijać działalność w zakresie pożyczek konsumenckich we współpracy z największymi sieciami detalicznymi i sklepami internetowymi.

W kolejnych latach Alior Bank będzie uważnie śledził możliwość inwestycji w spółki świadczące usługi finansowe w Polsce, które mogłyby uzupełnić jego ofertę. Jednak na chwilę obecną nie zidentyfikowano potencjalnych celów akwizycyjnych.

Wyniki finansowe i inwestycje

W 2011 r. przychody netto z działalności operacyjnej Alior Banku wyniosły 994,5 mln zł, czyli o 72% więcej niż w 2010 r. Na pozycję tę złożyły się głównie: wynik z tytułu odsetek w wysokości 494,9 mln zł (wzrost o 62% w porównaniu z rokiem 2010) oraz wynik z tytułu opłat i prowizji w wysokości 340,4 mln zł (+113,5,% rok do roku). **W 2011 r. Alior Bank wypracował zysk netto w wysokości 152,2 mln zł, a wskaźnik zwrotu z kapitału własnego (ROE) wyniósł 14,6%.** Dla porównania, pierwotne założenia na 2011 r. obejmowały osiągnięcie zysku netto w wysokości 100 mln zł oraz wskaźnika ROE na poziomie 11%.

Alior Bank odnotował znaczący przyrost wyników także po trzech kwartałach 2012 roku. Skonsolidowany zysk netto wyniósł ponad 222,9 mln zł i był niemal 3-krotnie wyższy od osiągniętego w porównywalnym okresie 2011 r. Wynik odsetkowy Banku wyniósł po trzech kwartałach 2012 r. 518 mln zł i był o 45% wyższy niż przed rokiem. Wynik z tytułu prowizji i odsetek za 9 miesięcy 2012 roku osiągnął 334 mln zł, co oznacza wzrost o 57% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r.

Na koniec września wolumen depozytów Banku wyniósł 15,2 mld zł, a wartość udzielonych kredytów wyniosła 13,5 mld zł. Wolumen depozytów Banku utrzymuje się na poziomie przewyższającym saldo kredytów udzielonych przez Bank. Portfel kredytowy Banku jest zdywersyfikowany pod względem produktowym oraz segmentowym. W wyniku ostrożnej polityki, w Alior Banku wskaźnik kredytów zagrożonych był istotnie niższy w porównaniu do średnich wielkości w polskim sektorze bankowym (wg danych KNF).

W poniższej tabeli zaprezentowano skonsolidowane wyniki finansowe Alior Banku po trzech kwartałach 2012 r. (dane niezbadane), jak również, w celach porównawczych, przedstawiono skonsolidowane wyniki finansowe za lata 2009-2011 (dane zbadane) oraz po trzech kwartałach 2011 r.

Wyniki finansowe Alior Banku od 2009 r. (mln zł)

	2009	2010	2011	3Q 2011	3Q 2012
Wynik z tytułu odsetek	103,7	305,6	494,9	356,9	517,8
Wynik z tytułu opłat i prowizji	41,0	159,5	340,4	212,6	333,6
Przychody netto z działalności operacyjnej	180,3	579,0	994,5	680	1 025
Koszty działania	(473,7)	(560,8)	(639,6)	(465,3)	(571,5)

⁴ Stan na 30 września 2012 roku



WYŻSZA KULTURA BANKOWOŚCI

Wynik z odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości	(39,0)	(141,3)	(189,1)	(132,6)	(192,6)
Zysk (strata) brutto	(332,4)	(123,1)	165,8	82,4	260,6
Zysk (strata) netto	(271,3)	(104,0)	152,2	80,9	222,9

Źródło: Skonsolidowane sprawozdania finansowe Alior Banku zamieszczone w prospekcie emisyjnym

We wcześniejszych latach Bank koncentrował się na budowie sieci dystrybucji, rozwijaniu infrastruktury informatycznej oraz rekrutacji pracowników, a także na wprowadzaniu na rynek nowych produktów i pozyskiwaniu klientów. Wiązało się to z ponoszeniem zwiększonych kosztów administracyjnych przy ograniczonym wolumenie transakcji generujących zyski operacyjne. W efekcie w latach 2009 i 2010 Alior Bank poniósł stratę, przy czym była ona zgodna z przyjętą strategią. Wrzesień 2010 roku był pierwszym miesiącem, w którym Alior Bank odnotował zysk netto. Udało mu się zatem osiągnąć próg rentowności już w 22. miesiącu działalności, czyli 7 miesięcy wcześniej niż założono w biznes planie.

Większość nakładów inwestycyjnych związanych z rozwojem infrastruktury biznesowej, w tym sieci oddziałów, innych kanałów dystrybucji oraz infrastruktury informatycznej, została już poniesiona w latach 2008-2011 (wyniosły 481,5 mln zł). W przyszłości poziom nakładów inwestycyjnych Alior Banku będzie dotyczyć przede wszystkim kosztów wprowadzania nowych produktów i wymiany elementów istniejącej infrastruktury.

Inwestycje Banku zaplanowane na 2012 rok koncentrują się na segmencie klientów detalicznych i są związane z rozwojem sieci mini oddziałów Alior Bank Express oraz placówek partnerskich, a także uruchomieniu wirtualnego banku Alior Sync. Przewidywana wartość nakładów inwestycyjnych Banku w 2012 r. wyniesie 88 mln zł, są one finansowane głównie z własnych środków Banku.

Historia i akcjonariat

Koncepcja Alior Banku zrodziła się w 2007 roku, a jej autorami byli obecni członkowie wyższej kadry menedżerskiej banku z unikalnym doświadczeniem w polskim sektorze bankowym. Wśród nich są eksperci, którzy z powodzeniem rozwijali Bank BPH, dzięki czemu stał się jednym z trzech największych banków w Polsce.

Idea Alior Banku zakładała maksymalne wykorzystanie potencjału polskiego rynku, wynikającego z:

- **przedsiębiorczej populacji** (prawie 4 miliony przedsiębiorstw) dobrze znającej technologię informatyczną (5. miejsce w Europie pod względem liczby użytkowników portalu Facebook),
- **zdominowania polskiego sektora bankowego przez banki o przestarzałych modelach działalności**, gdzie na innowacje kładziono niewielki nacisk lub przez banki kontrolowane przez zagraniczne podmioty, w których decyzje strategiczne podejmowane były głównie poza Polską,
- **wciąż niewielkiej penetracji usług bankowych w porównaniu z innymi krajami UE** - na koniec 2007 r. wskaźnik kredytów udzielonych przez sektor bankowy do PKB w Polsce wynosił zaledwie 38% wobec średniej unijnej na poziomie 139%.

Po pozyskaniu inwestora gotowego do wniesienia kapitału w wysokości 1,5 mld zł na założenie banku, powołano zespół doświadczonych na polskim rynku bankierów i przystąpiono do opracowania szczegółowej strategii dla nowego banku. **Alior Bank wystartował 17 listopada 2008 roku z 40 oddziałami i 1.000 pracowników.**

Większościowym akcjonariuszem Alior Banku jest Grupa Carlo Tassara. Spółka została założona w Breno we Włoszech w 1938 roku, a jej głównym akcjonariuszem jest posiadająca polskie korzenie



WYŻSZA KULTURA BANKOWOŚCI

rodzina Zaleskich z Francji. Od 1996 roku Carlo Tassara prowadzi strategiczne inwestycje w europejskie spółki giełdowe z sektora finansowego, metalurgicznego oraz energetycznego. Grupę Carlo Tassara reprezentuje Helene Zaleski, pełniąca funkcję Przewodniczącej Rady Nadzorczej Alior Banku.



* Carlo Tassara S.p.A. posiada swoje akcje poprzez następujące spółki zależne: Alior Lux S.a r. l. & Co. S.C.A., Alis S.A. oraz Alior Polska sp. z o.o.

** Nie są to podmioty należące do grupy Carlo Tassara

NBS Communications:

Piotr Wojtaszek, pwojtaszek@nbs.com.pl; kom. 500 202 355

*Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i w żadnym wypadku nie stanowi oferty ani zaproszenia do nabycia lub subskrypcji akcji Alior Banku S.A. („**Bank**”). Jedyne prawnie wiążącym dokumentem zawierającym informacje o Banku, ofercie publicznej papierów wartościowych Banku oraz o ich dopuszczeniu i wprowadzeniu do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. jest prospekt emisyjny, który został zatwierdzony przez Komisję Nadzoru Finansowego oraz udostępniony do publicznej wiadomości na stronie internetowej Banku (www.aliorbank.pl), jak również na stronie internetowej IPOPEMA Securities S.A. (www.ipopema.pl).*

*Niniejszy materiał nie jest przeznaczony do rozpowszechniania, bezpośrednio albo pośrednio, na terytorium albo do Stanów Zjednoczonych Ameryki albo w innych państwach, w których publiczne rozpowszechnianie informacji zawartych w niniejszym materiale może podlegać ograniczeniom lub być zakazane przez prawo. Papiery wartościowe, o których mowa w niniejszym materiale, nie zostały i nie zostaną zarejestrowane na podstawie Amerykańskiej Ustawy o Papierach Wartościowych z 1933 r. ze zmianami (ang. U.S. Securities Act of 1933, „**Amerykańska Ustawa o Papierach Wartościowych**”) i nie mogą być oferowane ani zbywane na terytorium Stanów Zjednoczonych Ameryki za wyjątkiem transakcji nie podlegających obowiązkowi rejestracyjnemu przewidzianemu w Amerykańskiej Ustawie o Papierach Wartościowych lub na podstawie wyjątku od takiego obowiązku rejestracyjnego.*