

Sporočilo za javnost

Ljubljana, 26. 2. 2010

Uspešno poslovno leto 2009 finančni krizi navkljub

Model univerzalnega bančništva se je v nestabilnih gospodarskih okoliščinah v letu 2009 izkazal kot pravilna strateška odločitev za Skupino SKB. Odras tega je stabilno poslovanje in ugodni finančni rezultati ob zaključku poslovnega leta.

Leto 2009 je Skupina SKB zaključila s čistim dobičkom v višini 20,7 milijonov EUR. Čeprav je čisti dobiček sicer 18,1% (oziroma 4,6 milijonov EUR) manjši kot v letu 2008, je treba poudariti, da je sočasno Skupina SKB povečala operativni dobiček (neto bančni prihodki zmanjšani za operativne stroške poslovanja) za 17,2% (oziroma 6,6 milijonov EUR). Nižji čisti dobiček je odraz višjih stroškov tveganj (višji za 12 milijonov EUR), kar je posledica finančne in gospodarske krize.

Ključne postavke izkaza uspeha:

Skupina SKB v mio EUR	2009	2008	Indeks
Čisti obrestni prihodki	70,9	62,6	113
Čisti neobrestni prihodki	35,1	37,1	95
- od tega čiste opravnine	29,2	28,8	102
Čisti bančni prihodki	106,1	99,7	106
Stroški	61,3	61,5	100
Operativni dobiček	44,8	38,2	117
Rezervacije in oslabitve	18,0	6,0	299
Dobiček pred davki	26,5	32,2	82
Davki	5,8	6,9	84
Dobiček po obdavčitvi	20,7	25,3	82

Poslovno leto 2009 so zaznamovali negotovi pogoji poslovanja s širitvijo finančne in gospodarske krize. Kljub temu je Skupina SKB v celotnem bančnem sistemu v letu 2009 zagotavljala petino celotne **rasti kreditov prebivalstvu**. Potrošniški krediti so se povečali za 9,4%, stanovanjski pa za 24,2%. Okrepil se je tržni delež pri kreditiranju prebivalstva (+ 80 bazičnih točk) in je konec leta znašal 9,8%. Vse leto je bilo aktivno tudi **kreditiranje pravnih oseb**, vendar se je zaradi večjih poplačil kratkoročnih okvirnih kreditov velikih podjetij v decembru 2009 (v višini kar 94 milijonov EUR) zmanjšalo stanje kreditov pravnim osebam za 4,8% (-75 milijonov EUR). Tudi pri **lizinških aktivnostih** so poplačila presegala novo sklenjene posle. Da bi nevtralizirali negativne vplive gospodarske krize in preprečili poslabšanje rezultatov in likvidnosti, je Skupina SKB sprejela **nekatero pomembne ukrepe**. S **spremenjeno politiko obrestnih mer** je začela

večati obseg zbranih depozitov daljših ročnosti, z izvajanjem različnih prodajnih aktivnosti pa je pridobila nove stranke z vpoglednimi depoziti. Tržni delež vpoglednih depozitov prebivalstva se je zato povečal za 46 bazičnih točk (na 5,5%), tržni delež dolgoročnih depozitov prebivalstva pa za 285 bazičnih točk (na 7,6%) ob koncu leta 2009. Skupina SKB si je zagotovila tudi dodatne vire financiranja pri **Evropski Centralni Banki in Evropski Investicijski Banki**, poleg znatnega že dolgoročnega financiranja s strani **matične banke Société Générale**. Skupina SKB je z dobičkonosnostjo **povečala lastni kapital** ter si tako zagotovila visoko stopnjo kapitalne ustreznosti in nove možnosti za povečanje kreditiranja v letu 2010.

V skladu z zastavljeno strategijo ter s prilagajanjem na nove razmere na trgu je Skupina SKB ustvarila za 6,4% višje **bančne prihodke**. Ključni nosilci rasti so bili obrestni produkti. Skupina SKB je z optimizacijo obrestne politike, s preudarnim upravljanjem z bilanco in z intenzivnimi poslovnimi aktivnostmi na področju kreditov in depozitov povečala **obrestne prihodke** za 13,3% (oziroma 8,3 milijone EUR).

Neobrestni prihodki so bili del prihodkov, ki so ga krizne razmere najbolj prizadele. V letu 2009 so se zmanjšali za 5,3% (oziroma 2 milijona EUR). Največji upad je Skupina SKB beležila iz naslova prodaje investicijskih skladov Société Générale Asset Management (SGAM) in iz naslova prejetih posredniških provizij od vrednostnih papirjev. Na čiste neobrestne prihodke so vplivale tudi nižje prejete dividende in manjši prihodki iz naslova prodaje kapitalskih naložb ter izvedenih finančnih instrumentov.

Skupina SKB je sledila svoji temeljni usmeritvi, to je nenehnemu razvoju in izboljševanju kakovosti storitev, kar je prispevalo k rasti **opravnin** v višini 1,6% (oziroma 0,5 milijonov EUR). Ključni nosilci rasti so, poleg produktov elektronskega bančništva, prihodki iz naslova vodenja računov in garancij podjetjem. Višji so tudi prihodki iz naslova posredovanja pri prodaji zavarovalniških produktov. Z zmanjšanjem uvožno-izvoznih aktivnosti podjetij so se zmanjšali prihodki iz plačilnega prometa, poslabšanje ekonomske situacije pa je vplivalo tudi na nižje prihodke iz kartičnega poslovanja.

K izboljšanju kakovosti bančnih storitev in lažjemu komuniciranju z 239.000 strankami je pomembno prispeval sodobni klicni center SKB TEL.

Ena ključnih strateških usmeritev je že nekaj let tudi racionalizacija stroškov, ki jo Skupina SKB v zadnjih letih uspešno izvaja. **Stroške** je v letu 2009 uspela zmanjšati za 0,4% (oz. 0,2 milijona EUR).

V letu 2009 je Skupina SKB oblikovala 18 milijonov EUR dodatnih **rezervacij in oslabitev** kot odraz poslabšanja razmer v gospodarstvu.

Cvetka Selšek in André-Marc Prudent, predsednica in podpredsednik uprave SKB, sta že na začetku leta 2009 o tem, kje so skrivnosti uspešnega poslovanja banke, dejala: »Gremo v korak s časom, smo dojemljivi za nove priložnosti, krepimo komercialne aktivnosti, povečujemo produktivnost, hkrati pa ves čas zavzeto obvladujemo obseg poslovnih stroškov ter nenehno in učinkovito izvajamo politiko upravljanja s tveganji. Skupina SKB ima vse predpogoje za uspešno poslovno prihodnost. Zaupamo v ponudbo naših produktov in storitev. Preizkusite jih. Lepo vas bo videti v katerikoli od naših 59-ih poslovalnicah po vsej Sloveniji.« Misel, ki je bila osnovno vodilo skozi vse leto 2009, se je potrdila kot pravilna usmeritev tudi v uspešno zaključnem poslovnem letu.

Kot usmeritev v prihodnje pa sta člana uprave SKB dodala: »Verjameva, da je leto 2010 lahko začetek izhoda iz svetovne gospodarske krize. Vendar se bo to dogajalo počasi. Skupina SKB bo v okviru Skupine Société Générale usmerila vse sile v nadaljnje izboljšanje kvalitete storitev, ki jih nudimo prebivalstvu, zasebnikom, majhnim, srednje velikim in velikim podjetjem. S posojili želimo podpirati perspektivne gospodarske subjekte. Pripravljeni smo se spopadati z današnjimi poslovnimi izzivi in s svojimi strankami graditi boljši jutri za vse.«