

2006

Wyniki za 2 kwartał 2006

Warszawa, 10 sierpnia 2006



ING  BANK ŚLĄSKI

Informacja dla inwestorów

Niektóre oświadczenia zawarte w niniejszej informacji prasowej mają charakter przewidywań i prognoz na przyszłość. Tego rodzaju oświadczenia opierają się na aktualnych poglądach i założeniach Zarządu Banku i uwzględniają znane i nieznane rodzaje ryzyka oraz pewien poziom niepewności. Rzeczywiste wyniki, osiągnięcia i wydarzenia mogą się istotnie różnić od danych zawartych w niniejszych oświadczeniach ze względu na takie elementy, jak: (I) ogólne warunki gospodarcze, (II) wyniki rynków finansowych (III) częstotliwość i szkodowość przypadków strat objętych ubezpieczeniem, (IV) poziom i tendencje w zakresie wskaźnika śmiertelności i zachorowalności, (V) poziom utrzymywania się określonych uwarunkowań, (VI) poziom stóp procentowych, (VII) kursy walutowe, (VIII) ogólne czynniki konkurencyjne, (IX) zmiany w ustawach i przepisach, oraz (X) zmiany w polityce rządu i/ lub władz ustawowych. ING Bank Śląski nie przyjmuje na siebie obowiązku aktualizacji jakichkolwiek informacji o charakterze spekulacji na przyszłość zawartych w niniejszej informacji prasowej.

Zmiany w składzie Rady Nadzorczej i Zarządu ING Banku Śląskiego

- W dniu 27 kwietnia 2006r. WZA przyjęło do wiadomości rezygnację Pana Andrzeja Wróblewskiego z funkcji Przewodniczącego Rady Nadzorczej, Pana Jerzego Rokity z funkcji Sekretarza Rady Nadzorczej, oraz Panów Lecha Węclewskiego i Hansa van der Noordaa z funkcji Członków Rady Nadzorczej. Jednocześnie do Rady Nadzorczej powołani zostali Panowie: Ralph Hamers, Jerzy Hausner, Mirosław Kośmider i Wojciech Popiołek.

Rada Nadzorcza (stan na 30 czerwca 2006):



**Anna
Fornalczyk**

Przewodnicząca



**Eli
Leenaars**

Wiceprzewodniczący



**Wojciech
Popiołek**

Sekretarz



**Ralph
Hamers**



**Jerzy
Hausner**



**Mirosław
Kośmider**



**Marc van der
Ploeg**



**Igno van
Waesberghe**

- W dniu 5 lipca 2006 r.:
 - Pan Krzysztof Brejda złożył rezygnację z pełnionej funkcji Wiceprezesa Zarządu Banku z ważnością od 5 lipca 2006 r.
 - Pan Grzegorz Cywiński złożył rezygnację z pełnionej funkcji Wiceprezesa Zarządu Banku z ważnością od 1 sierpnia 2006 r.
 - Pan Don Koch złożył rezygnację z pełnionej funkcji Wiceprezesa Zarządu Banku z ważnością od 1 sierpnia 2006 r.
 - Równocześnie Rada Nadzorcza powołała z dniem 1 sierpnia 2006 r.: Pana Mirosława Bodę na stanowisko Wiceprezesa Zarządu Banku oraz Panią Marlies van Elst na stanowisko Wiceprezesa Zarządu Banku.

Zarząd (stan na 1 sierpnia 2006):



**Brunon
Bartkiewicz**

Prezes



**Mirosław
Boda**

Wiceprezes



**Ian
Clyne**

Wiceprezes



**Marlies van
Elst**

Wiceprezes



**Ben van de
Vrie**

Wiceprezes



**Michał
Szczurek**

Wiceprezes



**Maciej
Węgrzyński**

Wiceprezes

Wyniki ING Banku Śląskiego za 2 kwartały 2006

- wzrost podstawowych wielkości

w mln zł

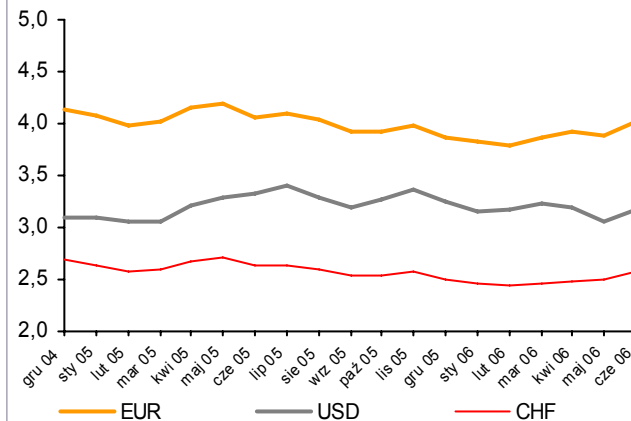
		1poł. 2005	1poł. 2006	zmiana
Wynik z tytułu odsetek	↗	327,4	447,6	+ 36,7%
Wynik z tytułu prowizji	↗	253,3	304,6	+ 20,3%
Wynik na działaln. podstawowej	↗	842,4	890,4	+ 5,7%
Zysk brutto	↗	329,5	403,5	+ 22,5%
Zysk netto	↗	258,2	332,1	+ 28,6%
Suma bilansowa	↗	38 578	43 120	+ 11,8%
Kapitały własne	↗	3 322	3 390	+ 2,0%
ROA (%)	↗	1,3	1,5	+ 15,4%
ROE (%)	↗	16,9	21,7	+ 28,4%
Wskaźnik rentowności (%) *	↗	27,0	34,8	+ 28,9%
Zysk na 1 akcję zwykłą	↗	19,85	25,52	+ 28,6%

Otoczenie makroekonomiczne

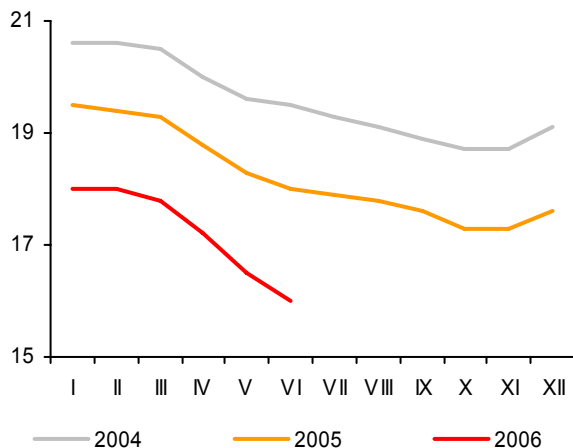
- wyraźny wzrost gospodarczy

- Wzrost PKB na poziomie około 5%, głównie za sprawą rosnącego popytu krajowego.
- Mimo pewnego przyspieszenia wzrostu cen w II kwartale, nadal niska inflacja. W czerwcu 2006 roku ceny o 0,8% wyższe niż przed rokiem. Wskaźniki inflacji bazowej wskazują na brak presji inflacyjnej.
- Poprawa sytuacji dochodowej społeczeństwa na skutek wzrostu liczby zatrudnionych i nie notowanego od kilku lat wzrostu płac.
- Kursy walut i sytuacja na rynku akcji i obligacji pod wpływem sytuacji na rynkach globalnych: odpływ inwestorów z rynków wschodzących w wyniku wzrostu stóp w USA i strefie euro.
- Spadek stóp procentowych (o 0,5 p.p. w ciągu I półrocza) – przewidywania o utrzymaniu stóp na niezmiennym poziomie do końca 2006 roku.

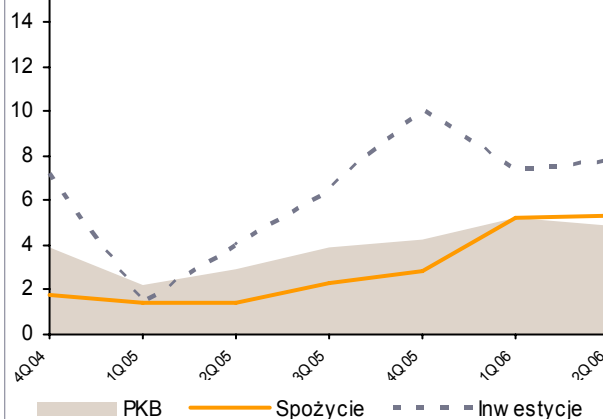
Kursy walutowe



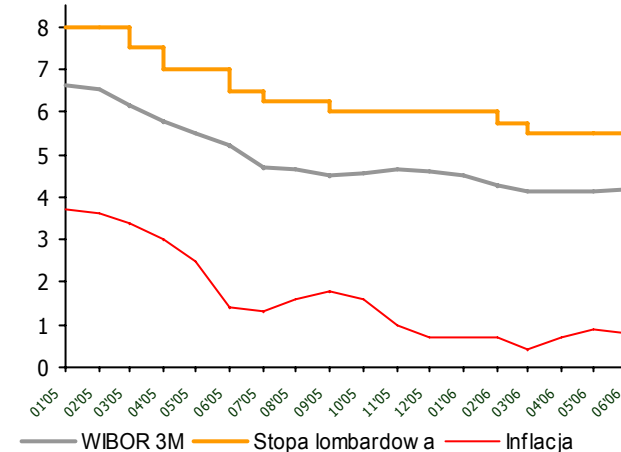
Stopa bezrobocia (%)



Wzrost PKB, spożycia i inwestycji (%)



Podstawowe stopy % i inflacja (%)

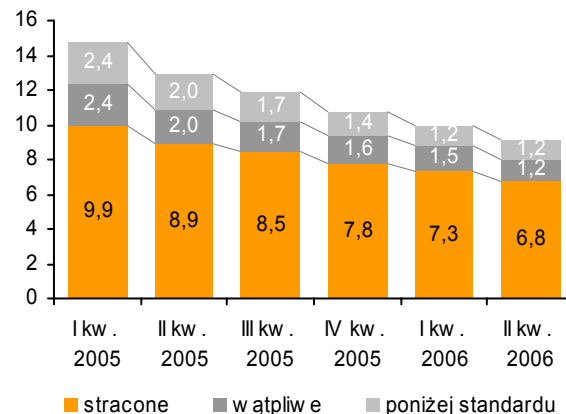


Sektor bankowy w 2006 roku

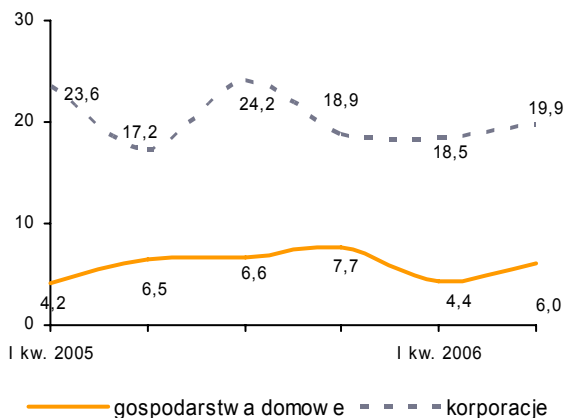
- kontynuacja korzystnych trendów z poprzedniego roku

- Wzrost aktywności – w czerwcu 2006 roku aktywa sektora o 9,2% wyższe niż rok wcześniej:
 - gospodarstwa domowe – utrzymanie wysokiego tempa wzrostu akcji kredytowej (głównie za sprawą przyrostu walutowych kredytów mieszkaniowych) i umiarkowany wzrost depozytów na rachunkach bankowych
 - klienci instytucjonalni – ograniczone tempo wzrostu akcji kredytowej z uwagi na fakt posiadania znacznych zasobów środków własnych w związku z dobrymi wynikami finansowymi w 2005 roku
- Dobre wyniki finansowe sektora bankowego – w I półroczu 2006 roku zysk netto około 5,8 mld zł wobec 4,6 mld zł w analogicznym okresie poprzedniego roku
- Wydanie Rekomendacji S dotyczącej dobrych praktyk w zakresie kredytów zabezpieczonych hipotecznie

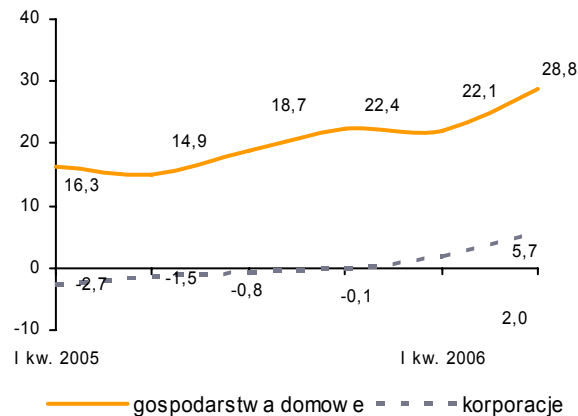
Udział należności zagrożonych w %



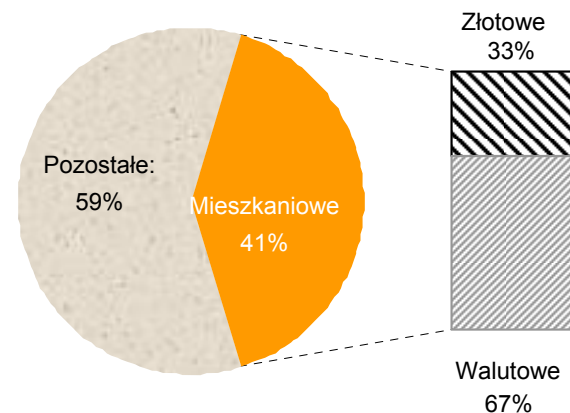
Dynamika depozytów (r/r) w %



Dynamika kredytów (r/r) w %

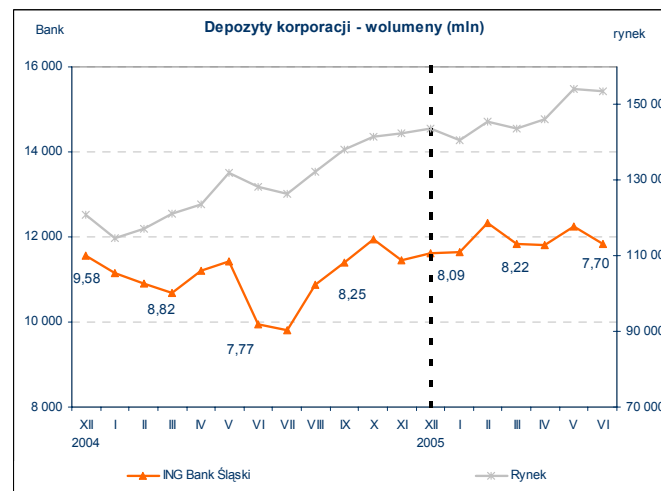
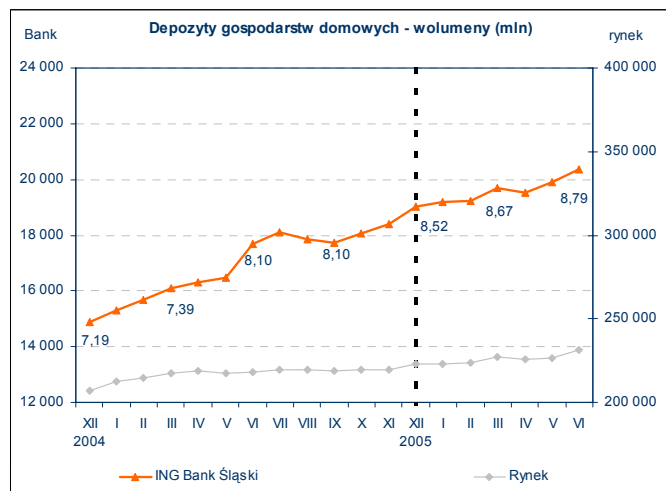
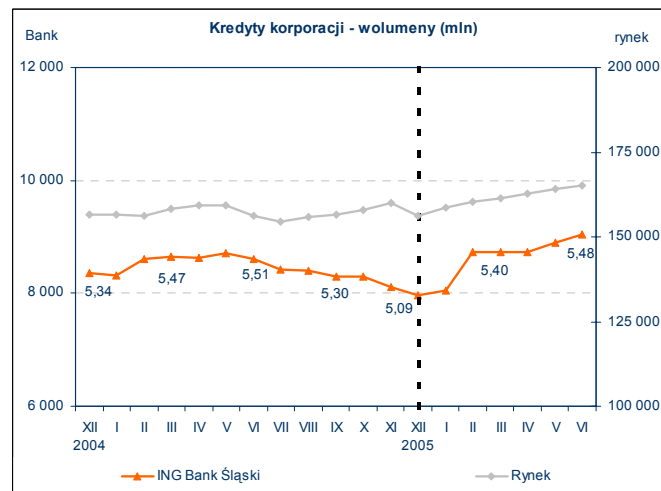
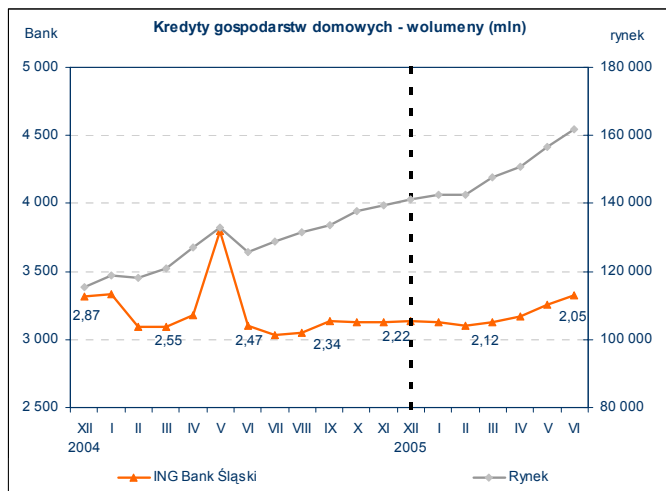


Kredyty gospodarstw domowych



Pozycja rynkowa ING Banku Śląskiego

- dalsze umocnienie pozycji na rynku depozytów gospodarstw domowych oraz poprawa pozycji na rynku klientów korporacyjnych



Bankowość Detaliczna

- wyróżniająca się oferta produktowa

Projekty

- Pilotażowy projekt uruchomienia 2 placówek Banku działających na zasadzie franczyzy (Poznań oraz Gniezno)
- Zakończenie z końcem czerwca projektu Bankowość Prywatna 2006. Od września 2005r. do czerwca 2006 r. zbudowano 29 Centrów Bankowości Prywatnej – specjalnych punktów obsługi zamożnego klienta
- Wdrożenie nowych zasad kalkulacji zdolności kredytowej dla klientów detalicznych

Oferta

- Sukces oferty oszczędnościowej (OKO), wspartej ogólnopolskimi kampaniami marketingowymi
- Nowa karta debetowa - uruchomienie oferty polegającej na możliwości zaprojektowania własnej karty
- Nowe produkty inwestycyjne: lokata „Multiasset”, fundusz z lokatą oraz inwestycyjny fundusz parasolowy (ING Parasol SFIO - przenosząc pieniądze pomiędzy subfunduszami Klient korzysta z udogodnień podatkowych)
- Bezpłatne przelewy dokonywane za pośrednictwem Internetu i automatycznego systemu telefonicznego

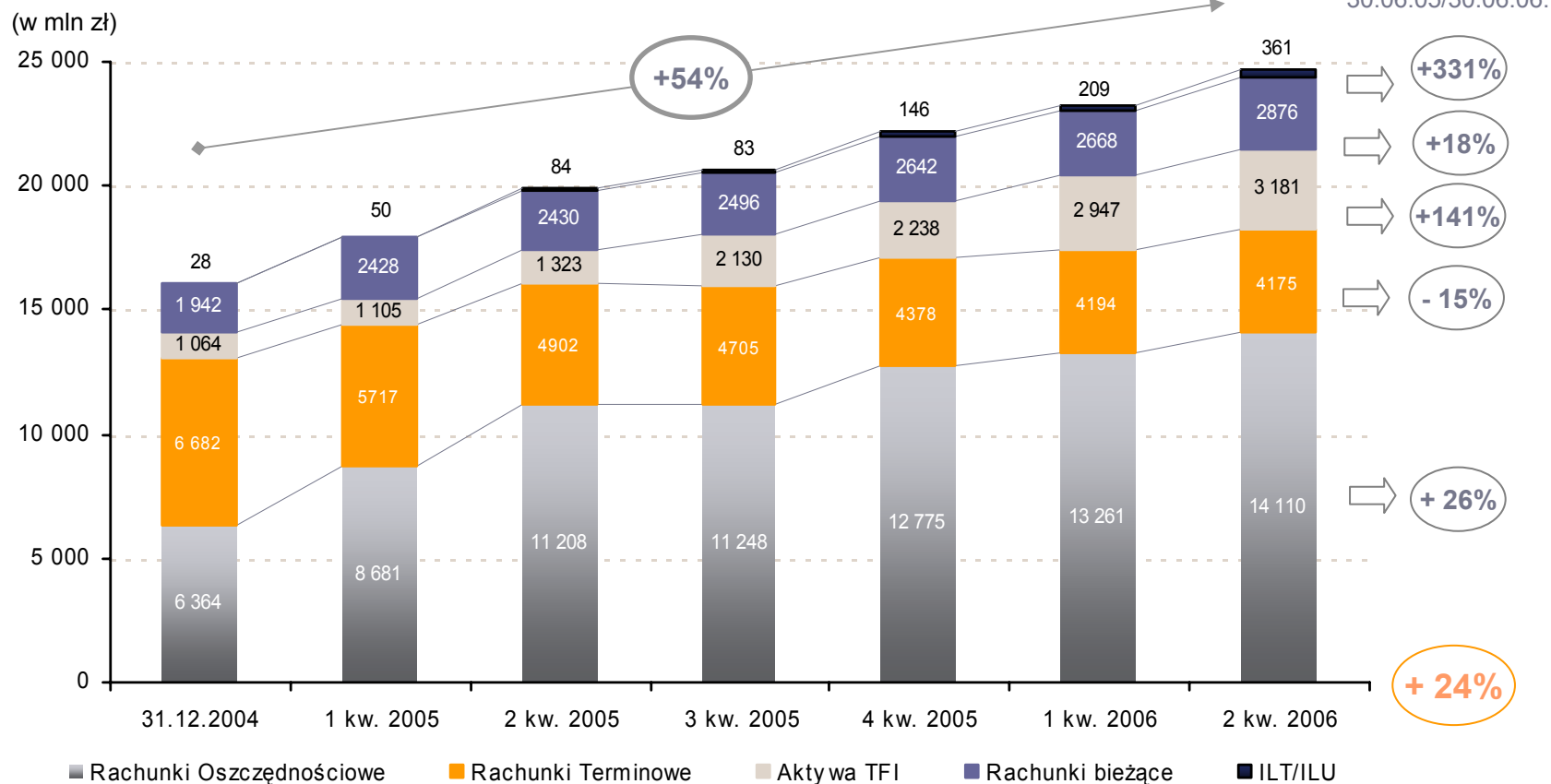
Promocje

- Kampania promocyjna OKO „Pieniądze kochają procenty”
- Kampania Konta z Lwem dla małych firm: „Bank dla firm, którym się dobrze kręci”
- Ogólnopolska kampania promocyjna złotych kredytów hipotecznych: „Przyrzekamy kredyt hipoteczny na dobrych warunkach”
- Akcja reklamowa kart płatniczych Visa ING Banku Śląskiego (w tym kart biznesowych): „Pokochaj codzienne zakupy kartą Visa”
- Promocja pożyczek: „wiosennej” oraz „letniej”
- Kampania foto-karty

Pozyskiwanie funduszy od Klientów detalicznych

- dalsze umocnienie pozycji w segmencie

Portfel funduszy pozyskanych od klientów detalicznych:



ING Bank Śląski najlepszy w oszczędzaniu

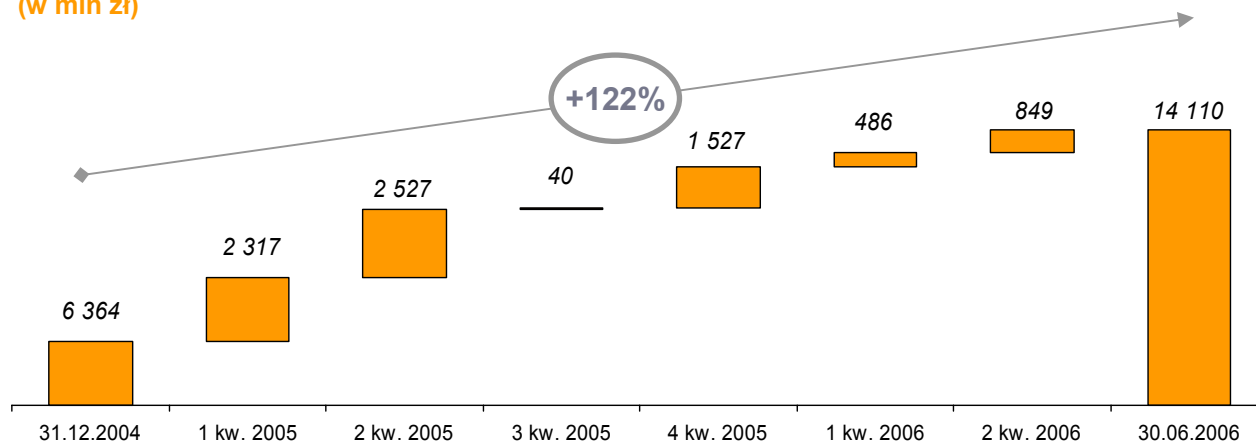
- efekty kampanii Otwartego Konta Oszczędnościowego „Pieniądze kochają procenty”

**ING Bank Śląski
liderem
na rynku
w pozyskiwaniu
depozytów:**

- Wzrost wartości portfela Otwartego Konta Oszczędnościowego do poziomu 14,1 mld zł na koniec czerwca 2006 w porównaniu z 11,2 mld zł na koniec czerwca 2005. Oznacza to wzrost o 2,9 mld zł czyli o 26%
- Wzrost wartości portfela efektem prowadzenia na szeroką skalę działań marketingowych:
 - 23 czerwca zakończono kampanię promocyjną OKO „Pieniądze kochają procenty”
 - 30 czerwca zakończono kampanię KONTA Z LWEM dla małych firm ZYSK „Bank dla firm, którym się dobrze kręci”
- ING Bank Śląski wyróżniony w rankingu miesięcznika BANK: doceniono mocną pozycję na rynku depozytów i dobry wynik finansowy (trzecia pozycja w rankingu)



Rachunki Oszczędnościowe gospodarstw domowych i małych firm: (w mln zł)



Produkty strukturyzowane

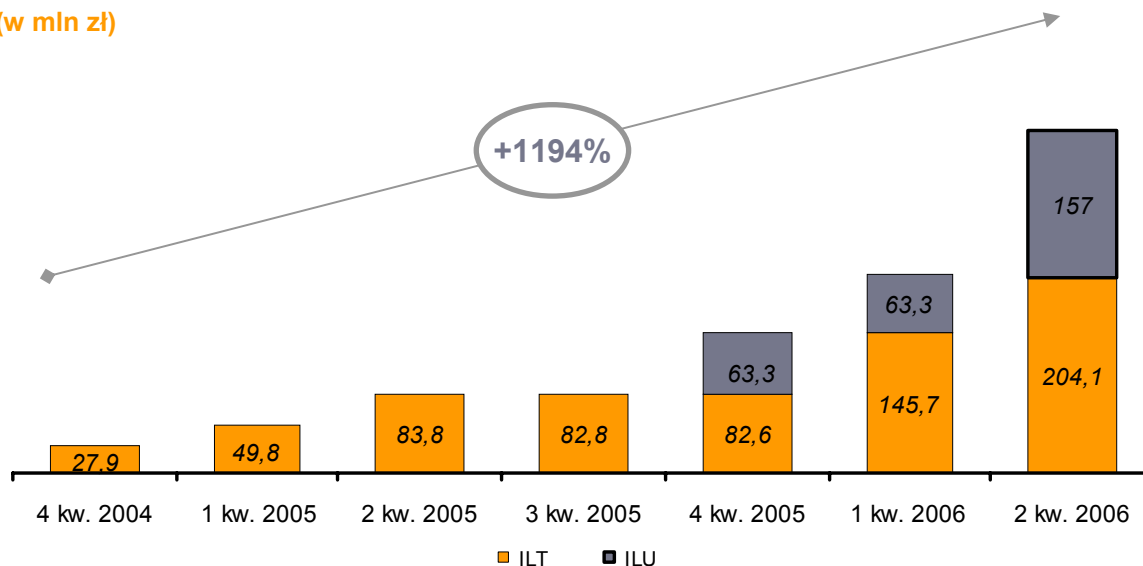
- „W ING Banku wiemy, jak skutecznie pomnażać kapitał”

**Produkty inwestycyjne
jako alternatywa
dla bardziej
aktywnych Klientów**

- ING Bank oferuje usługi finansowe, wypracowane w ramach międzynarodowej Grupy ING i sprawdzone na rynkach zagranicznych: produkty strukturyzowane (ILT, ILU), fundusze inwestycyjne otwarte (FIO), lokaty dwuwalutowe oraz usługi zarządzania portfelem
- Sukces produktów strukturyzowanych takich jak Inwestycyjna Lokata Terminowa oraz Inwestycyjna Lokata Ubezpieczeniowa, których dochodowość w nowatorski sposób uzależniona jest od parametrów rynku walutowego oraz giełdowego. 26 czerwca 2006 zakończono subskrypcję najnowszej ILU „Multiassets”, umożliwiającej dostęp do szerokiego rynku akcji największych spółek notowanych na światowych giełdach bez konieczności otwierania rachunku maklerskiego
- Wzrost wolumenu ILT/ILU w ciągu 2 kwartałów 2006 o 215 mln zł – niemal dwukrotnie więcej niż w całym 2005 roku

Wolumen ILT i ILU:

(w mln zł)



Fundusze Inwestycyjne

- światowe inwestycje w zasięgu ręki

Fundusze TFI-
Co je wyróżnia?

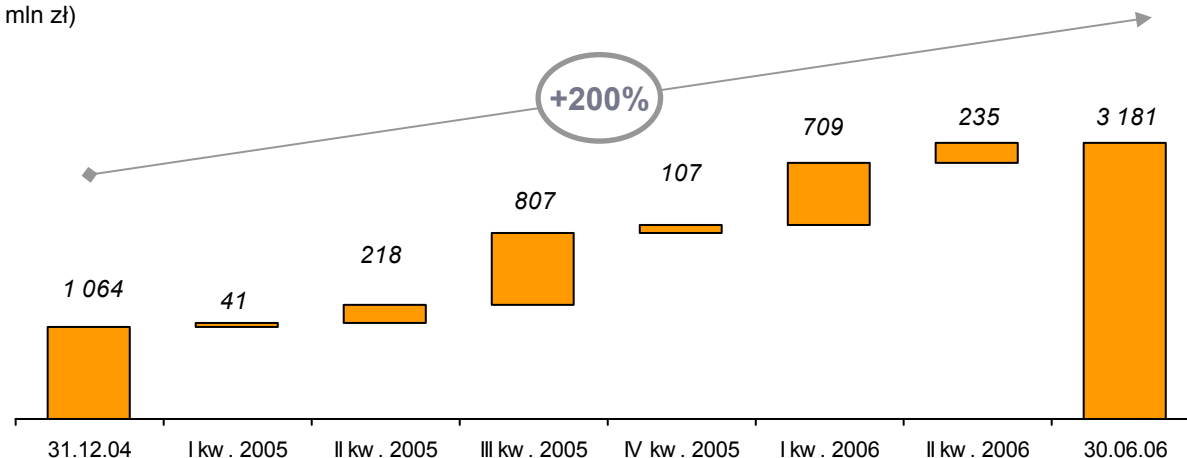
- ING TFI odnotowało wzrost aktywów Funduszy Inwestycyjnych ING do poziomu 8,3 mld zł
- Nowoczesna, atrakcyjna i pełna zyskowych produktów oferta – ING TFI jako jeden z pierwszych na polskim rynku wprowadził do oferty inwestycyjny fundusz parasolowy ING Parasol SFIO, który spotkał się z dużym zainteresowaniem inwestorów. 31 lipca 2006 aktywa nowego funduszu osiągnęły poziom 793,4 mln zł
- W ciągu 2 kwartałów 2006 aktywa funduszy inwestycyjnych dystrybuowanych przez Grupę ING Banku Śląskiego wzrosły o 944 mln zł. Dla porównania w całym 2005 roku nastąpił wzrost wartości portfela o 1,2 mld zł.

Z parasolem
najskuteczniej
zbierasz zyski



Aktywa funduszy inwestycyjnych dystrybuowanych przez Grupę ING Banku Śląskiego*:

(w mln zł)



* Aktywa funduszy segmentu detalicznego

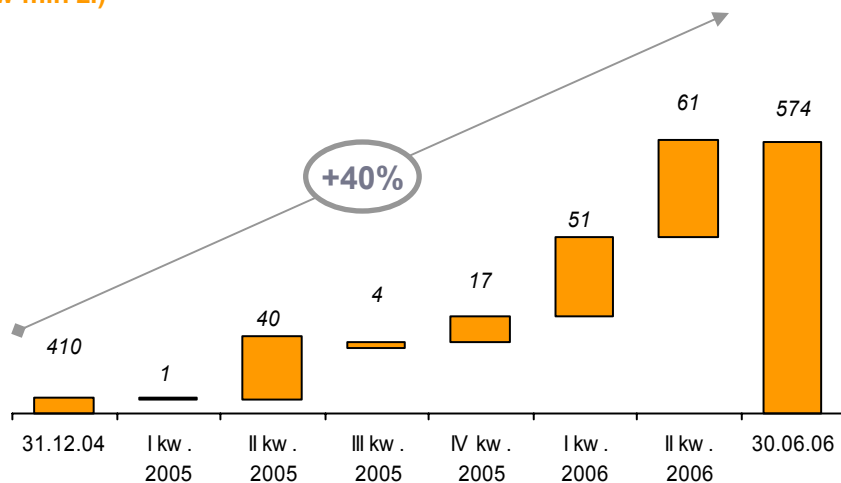
Kredyty segmentu małych firm

- wyraźne oznaki wzrostu

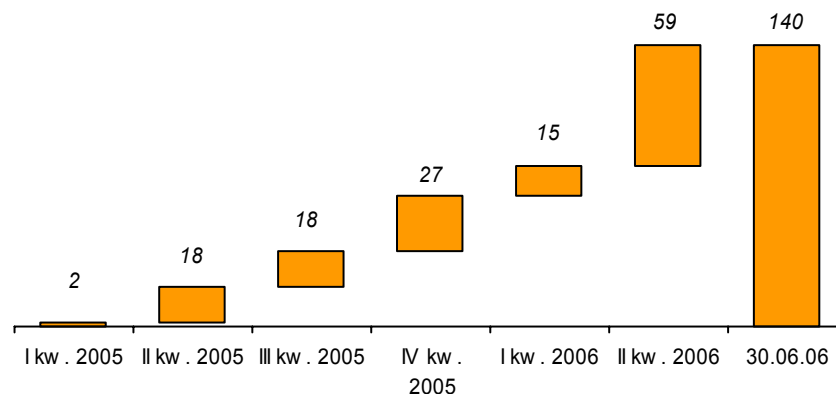
**Zwiększenie aktywności
na rynku
kredytów
małych firm:**

- Dynamiczny wzrost zaangażowania kredytowego w segmencie małych firm obserwowany od początku 2006 r.
- W ciągu 2 kwartałów 2006 zaangażowanie kredytowe w segmencie wzrosło o 112 mln zł, co oznacza ponad 100% wzrost w stosunku do całego roku 2005 (52 mln zł)
- Widoczny wzrost wartości portfela pożyczek pieniężnych – podwojenie wolumenu w pierwszej połowie 2006

Wolumen kredytów ogółem klientów segmentu małych firm:
(w mln zł)



Wolumen pożyczek gotówkowych małych firm:
(w mln zł)



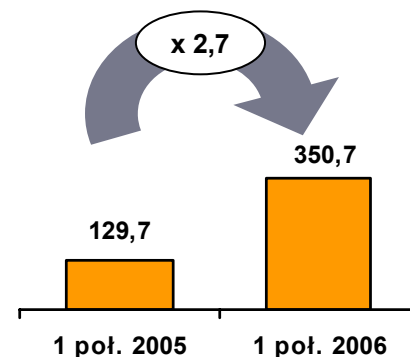
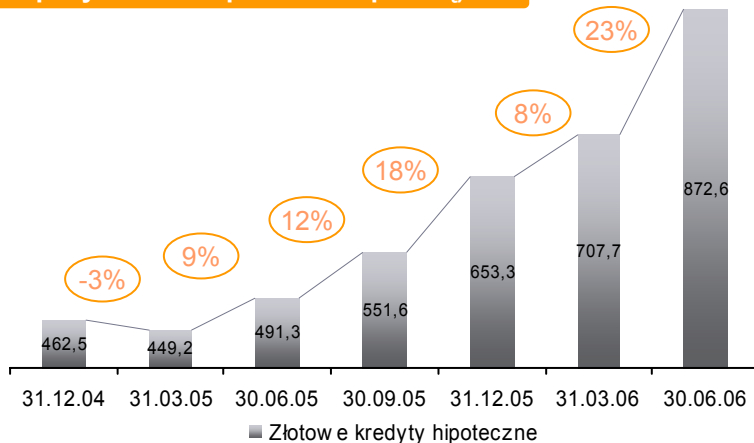
Złotowe kredyty hipoteczne

- rekordowa sprzedaż kredytów hipotecznych

**Rekordowa
sprzedaż
produktów
hipotecznych
w 2Q 2006:**

- Uelastycznienie oferty Banku oraz dostosowanie jej do potrzeb klientów i obecnej sytuacji na rynku: możliwość finansowania do 100% inwestycji, nowe zasady wyliczania zdolności kredytowej
- Efekty kampanii „Przyrzekamy kredyt hipoteczny na dobrych warunkach”: zaangażowanie w złotówkowych kredytach hipotecznych osiągnęło 872,6 mln zł, co w porównaniu z końcem czerwca 2005 oznacza wzrost o 78%
- Pozyskanie nowych klientów zainteresowanych atrakcyjną ofertą kredytów hipotecznych w złotych polskich – sprzedaż kredytów hipotecznych w 1pół. 2006 osiągnęła wynik 350,7 mln zł czyli blisko 3-krotnie wyższy niż w 1pół. 2005

**Złotowe kredyty hipoteczne w mln zł
(w tym pożyczki zabezpieczone hipoteką):**



**Sprzedaż – wartość udzielonych
kredytów w mln zł**

Rozwój kanałów dystrybucji

Kanały Dystrybucji

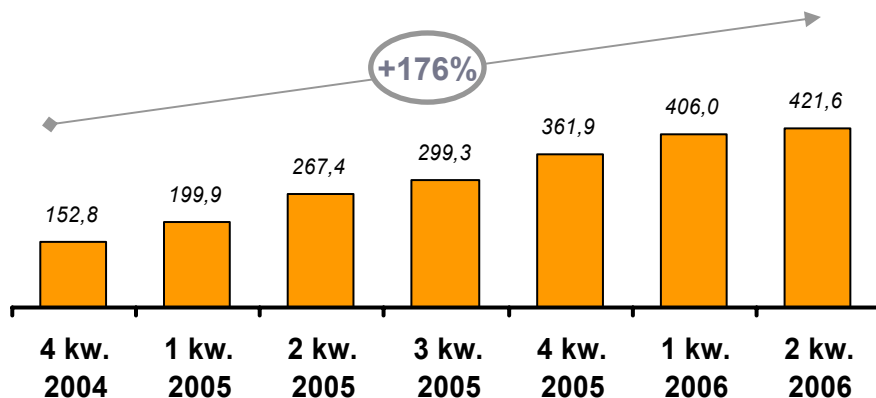
- Wzrost liczby klientów z dostępem do bankowości internetowej do 421,6 tys.
- Wzrost liczby klientów dokonujących transakcji za pomocą wiadomości tekstowych SMS do 106,5 tys.

- Liczba oddziałów: 332
- Liczba bankomatów: 563
- Pilotażowe placówki franczyzowe: Poznań oraz Gniezno
- 29 Centrów Bankowości Prywatnej



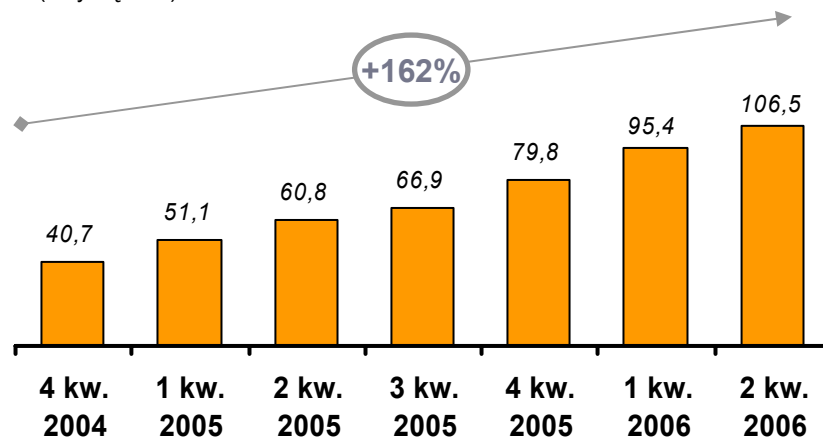
Liczba klientów detalicznych z dostępem do bankowości internetowej:

(w tysiącach)



Liczba klientów SMS:

(w tysiącach)



Sieć franczyzowa

- nowa jakość w Banku

Cele Projektu:

- Placówka samoobsługowa bez manualnych operacji gotówkowych
- Nastawienie na doradztwo i sprzedaż produktów bankowych oraz ubezpieczeniowych
- Przejrzysta forma architektoniczna placówek
- W kolejnych kwartałach bank planuje utworzenie co najmniej 50 takich placówek

Nowoczesny design nowoutworzonych placówek:



Bankowość Korporacyjna

- doskonalenie procesów oraz optymalizacja struktur sprzedaży

Projekty

- Program Korporacji 2006 – powołanie 13 Wydziałów Wsparcia Obsługi Klientów Korporacyjnych.
- Nowy projekt szkoleniowy mający na celu zwiększenie sprzedaży produktów Rynków Finansowych w Korporacyjnej Sieci Sprzedaży
- Pilotaż nowej polityki w zakresie limitów oraz produktów RF

Oferta

- Rozszerzenie oferty produktów strukturalnych dla klientów korporacyjnych poprzez wprowadzenie produktu Dual Currency Deposit
- Udoskonalanie i rozszerzanie oferty z zakresu finansowania aktywów we współpracy ze spółkami grupy ING:
 - Leasing (ING Lease i ING Car Lease)
 - Faktoring (ING Commercial Finance)
 - Finansowanie nieruchomości (Śląski Bank Hipoteczny)
- Atrakcyjna oferta finansowania bieżącego dla firm

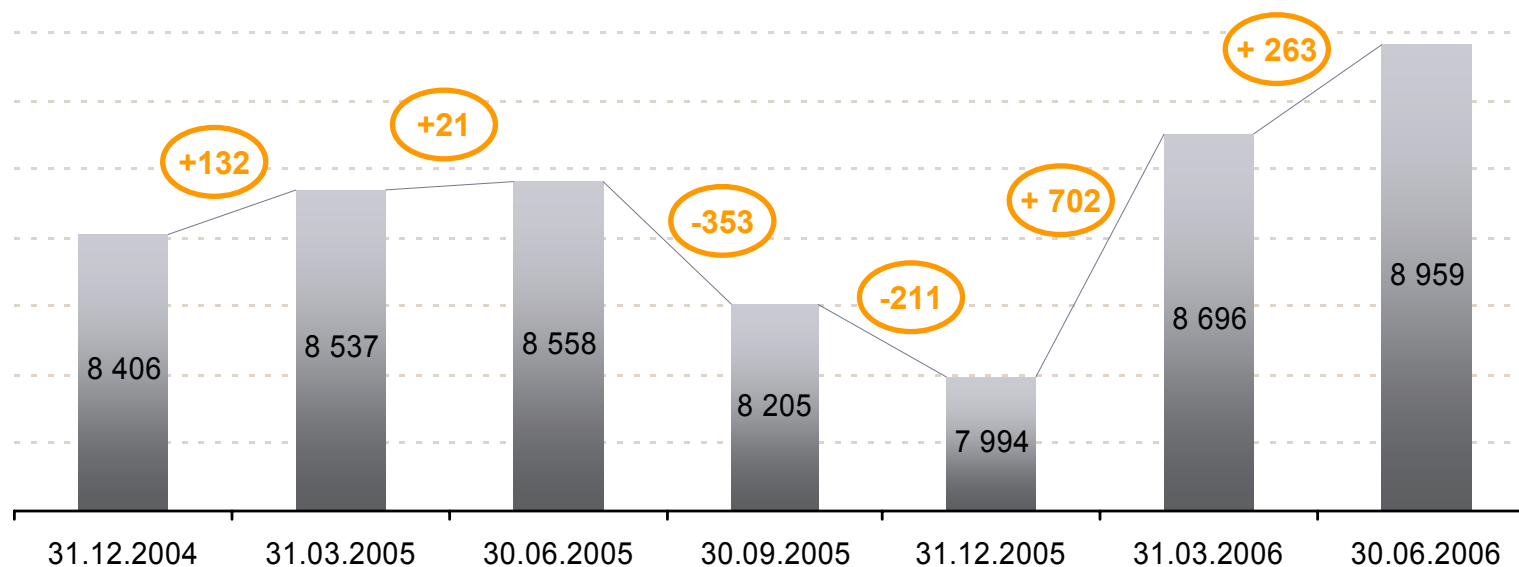
Promocje

- Kampania prasowa finansowania bieżącego dla firm promująca następujące produkty:
 - Długoterminowy kredyt obrotowy
 - Kredyt bieżący zabezpieczony wekslem
 - Faktoring
- Kampania promocyjna oferty dla średnich firm: „Do rozmowy o interesach potrzeba partnera, który słucha uważnie”
- Akcja promująca ofertę leasingową w Centrach Bankowości Korporacyjnej

Wzrost akcji kredytowej

- rewitalizacja akcji kredytowej

Kredyty korporacji w mln zł:

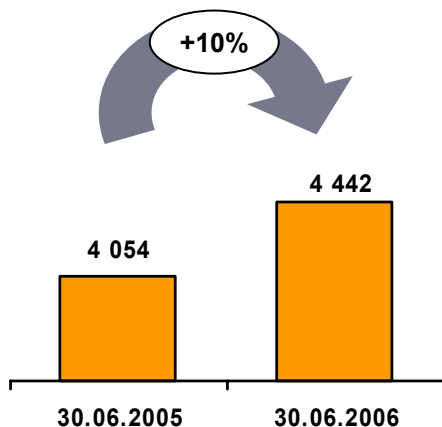


- Wzrost wolumenu kredytów korporacji ogółem o 965 mln zł w porównaniu do końca 2005 roku oraz o 401 mln zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku
- W pierwszej połowie 2006 portfel kredytów korporacji ogółem wzrósł o ok. 965 mln zł, w tym samym okresie 2005 roku nastąpił przyrost wolumenu o 153 mln zł
- Odbudowa portfela w segmencie dużych i średnich firm

Wzrost dochodów w segmencie dużych i średnich firm

Zaangażowanie kredytowe segmentu dużych i średnich firm:

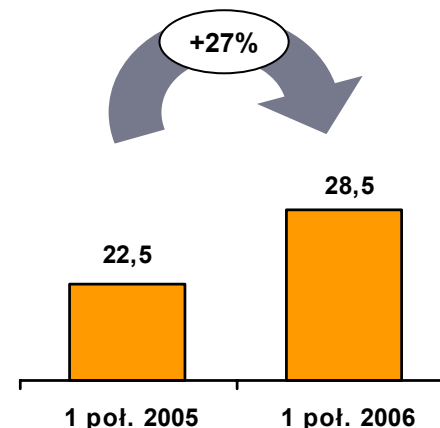
dane w mln zł



- Odbudowa portfela w segmencie dużych i średnich firm

Dochody ze sprzedaży instrumentów RF w segmencie dużych i średnich firm:

dane w mln zł



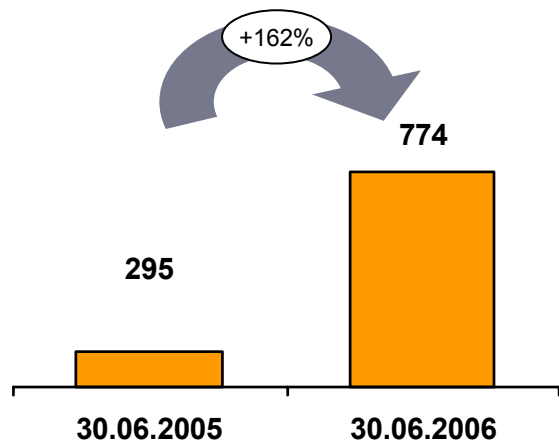
- Wzrost dochodów w segmencie dużych i średnich firm na skutek aktywnej sprzedaży produktów Rynków Finansowych przez sieć placówek banku

Rozwój bankowości elektronicznej dla przedsiębiorstw

- wygoda dla klientów i redukcja kosztów obsługi transakcji

Liczba transakcji INGBankOnline:

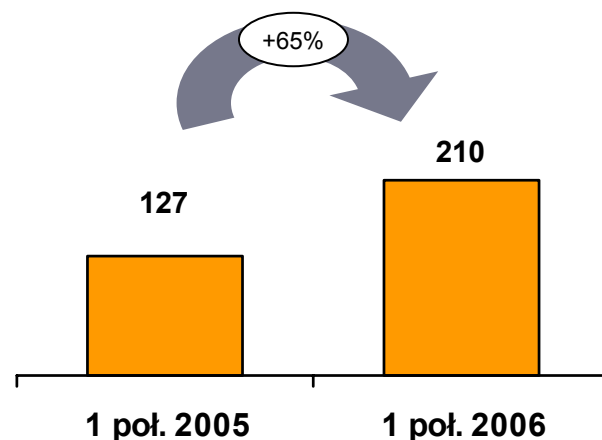
(w tys. transakcji)



- Liczba transakcji dokonanych za pośrednictwem INGBankOnline na dzień 30.06.2006 ponad 2,6 – krotnie wyższa w porównaniu ze stanem na 30.06.2005

Liczba instalacji SIMP (system obsługi transakcji masowych)

(w szt.)



- Szybki wzrost liczby klientów korzystających z aplikacji, zwłaszcza w segmencie dużych i średnich firm (wzrost o 70%)
- Dwukrotny wzrost liczby transakcji w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku

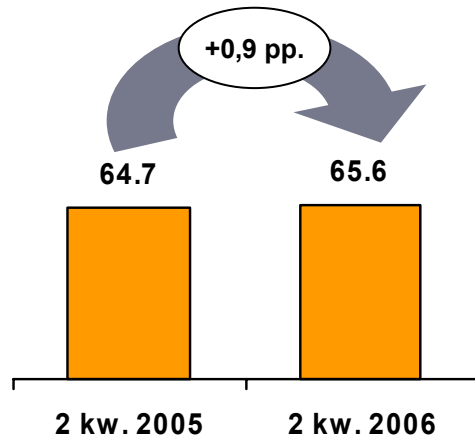
Wyniki ING Banku Śląskiego za 2 kwartały 2006

- wzrost podstawowych wielkości

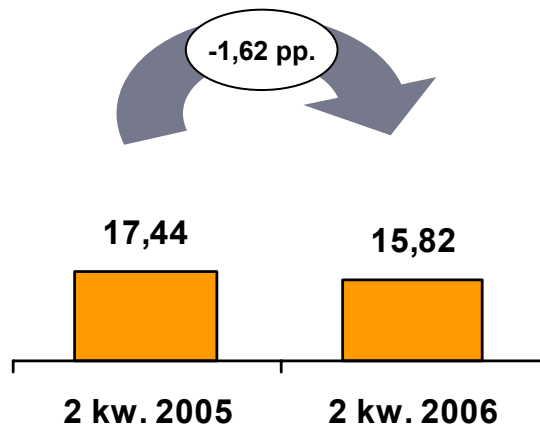
w mln zł

		1 poł. 2005	1 poł. 2006	zmiana
Wynik na działaln. bankowej	↗	842,4	890,4	+ 5,7%
Zysk brutto	↗	329,5	403,5	+ 22,5%
Zysk netto	↗	258,2	332,1	+ 28,6%
Suma bilansowa	↗	38 578	43 120	+ 11,8%
Kapitały własne	↗	3 322	3 390	+ 2,0%
ROA (%)	↗	1,3	1,5	+ 15,4%

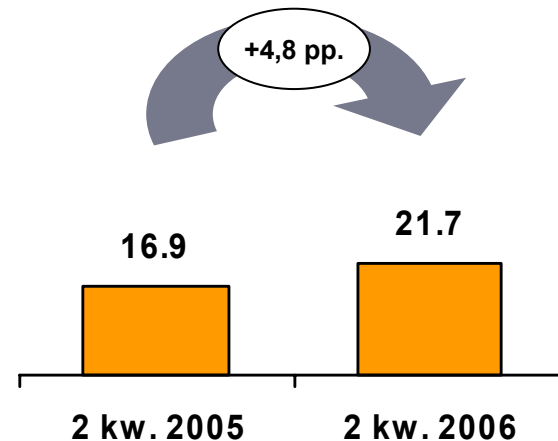
Współczynnik koszty/przychody (%):



Współczynnik wypłacalności (%):



ROE (%):



Wyniki ING Banku Śląskiego za 2 kwartały 2006

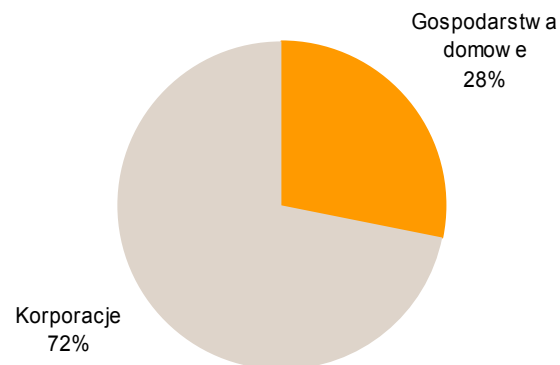
- Struktura bilansu

Bilans skonsolidowany (netto)

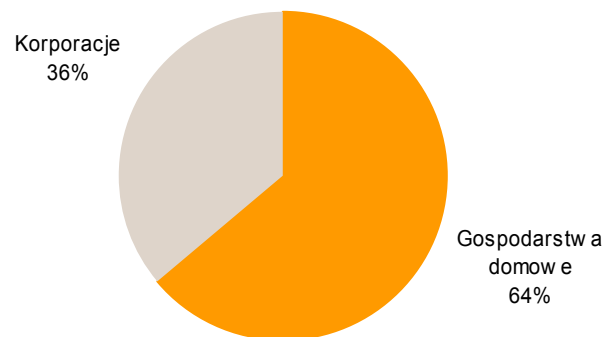
w milionach zł	2 kw. 2005	koniec roku 2005	2 kw. 2006
AKTYWA OGÓŁEM	38 578	42 127	43 120
Kasa, środki w Banku Centralnym	1 063	1 176	1 152
Lokaty w innych bankach oraz kredyty i pożyczki udzielone innym bankom	9 581	12 574	11 270
Aktywa finansowe wyceniane do wartości godziwej przez rachunek zysków i strat	7 414	6 155	5 836
Inwestycyjne aktywa finansowe	8 886	10 923	12 221
Kredyty i pożyczki udzielone klientom	10 179	9 903	11 243
Pozostałe aktywa i rozliczenia międzyokresowe	1 457	1 396	1 397
PASYWA OGÓŁEM	38 578	42 127	43 120
Zobowiązania wobec Banku Centralnego i innych banków	3 099	1 329	1 945
Zobowiązania finansowe wyceniane do wartości godziwej przez rachunek zysków i strat	1 527	3 686	3 864
Zobowiązania wobec klientów	29 560	32 824	33 063
Kapitały własne	3 322	3 549	3 390
Pozostałe pasywa i rozliczenia międzyokresowe	1 070	740	858

Kapitały własne (bez wyniku netto roku bieżącego)	3 063	2 999	3 058
Suma bilansowa	38 578	42 127	43 120
ROA	1,3%	1,3%	1,5%
ROE	16,9%	18,3%	21,7%
Wskaźnik koszty/dochody (C/I)	64,7%	65,6%	65,6%
Współczynnik wypłacalności	17,44%	18,60%	15,82%

Struktura kredytów i innych należności brutto od klientów Grupy ING Banku Śląskiego S.A.:



Struktura depozytów Grupy ING Banku Śląskiego S.A.:



Wyniki ING Banku Śląskiego

- segmentacja wyników

Rachunek wyników ING Banku Śląskiego (układ analityczny, skonsolidowany):

w mln zł	6M 2005	12M 2005	6M 2006	Różnica 6M 2005 / 6M 2006	
Bankowość Detaliczna	390,5	805,9	467,6	77,1	119,8%
Bankowość Korporacyjna	289,7	579,8	292,5	2,8	101,0%
Operacje własne	183,1	322,5	138,9	-44,1	75,9%
<i>Działalność handlowa na własny rachunek</i>	71,0	115,5	64,2	-6,9	90,3%
ALCO	112,0	207,0	74,8	-37,2	66,8%
Wynik na działalności bankowej	863,3	1 708,2	899,1	35,8	104,1%
Koszty ogółem, w tym:	558,3	1 120,3	589,5	31,2	105,6%
Koszty osobowe	265,2	516,6	279,2	14,1	105,3%
Koszty restrukturyzacji zatrudnienia	0,0	11,3	0,0	0,0	x
Koszty marketingu	26,3	54,9	26,2	-0,1	99,5%
Amortyzacja	62,8	128,3	69,2	6,4	110,3%
Suma innych kosztów operacyjnych	204,0	409,3	214,9	10,8	105,3%
Wynik przed kosztami ryzyka	305,0	587,9	309,6	4,6	101,5%
Saldo rezerw	24,5	118,0	94,0	69,5	383,3%
Wynik brutto	329,5	705,8	403,5	74,1	122,5%
CIT	-63,9	-139,4	-68,3	-4,3	106,8%
Wynik netto	265,5	566,4	335,3	69,7	126,3%
- przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	258,2	549,5	332,1	73,8	128,6%
- przypadający na udziały mniejszości	7,3	17,0	3,2	-4,1	44,0%

Wyniki ING Banku Śląskiego

- rok 2005 i 2006 w ujęciu kwartalnym

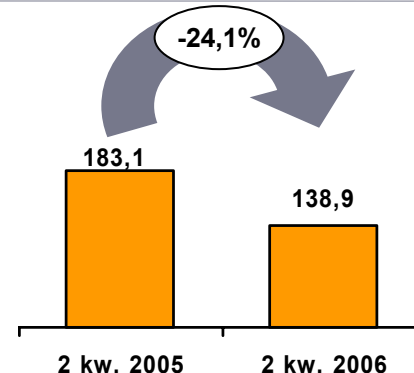
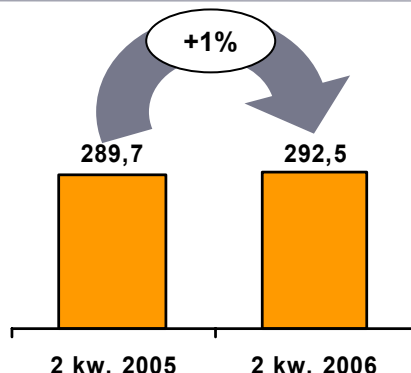
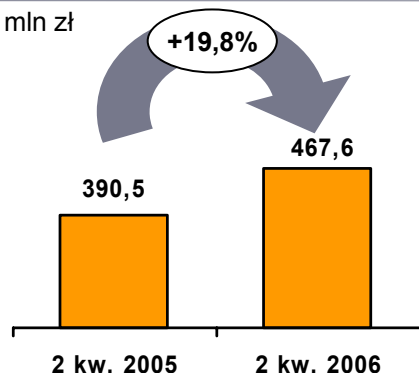
Kwartałny rachunek wyników ING Banku Śląskiego (układ analityczny, skonsolidowany):

w mln zł	IQ 2005	IIQ 2005	IIIQ 2005	IVQ 2005	IQ 2006	IIQ 2006
Bankowość Detaliczna	197,2	193,2	202,0	213,5	225,4	242,3
Bankowość Korporacyjna	151,3	138,4	144,2	145,9	141,4	151,1
Operacje własne	84,3	98,8	68,2	71,2	82,5	56,5
<i>Działalność handlowa na własny rachunek</i>	39,0	32,0	25,4	19,0	44,6	19,6
<i>ALCO</i>	45,2	66,8	42,8	52,2	37,9	36,9
Wynik na działalności bankowej	432,8	430,4	414,4	430,5	449,2	449,8
Koszty ogółem, w tym:	276,1	282,2	266,9	295,1	297,7	291,8
Koszty osobowe	133,6	131,5	125,5	125,9	139,8	139,4
Koszty restrukturyzacji zatrudnienia	0,0	0,0	0,0	11,3	0,0	0,0
Koszty marketingu	10,7	15,6	15,1	13,5	11,8	14,4
Amortyzacja	31,4	31,3	32,9	32,6	36,6	32,6
Suma innych kosztów operacyjnych	100,4	103,6	93,4	111,8	109,4	105,4
Wynik przed kosztami ryzyka	156,7	148,3	147,5	135,4	151,5	158,1
Saldo rezerw	16,7	7,8	46,7	46,7	47,5	46,5
Wynik brutto*	173,4	156,1	194,2	182,1	199,0	204,5
CIT	-34,3	-29,7	-34,5	-41,0	-35,3	-33,0
Wynik netto	139,1	126,4	159,7	141,2	163,8	171,5
- przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	135,7	122,6	160,0	131,3	162,4	169,7
- przypadający na udziały mniejszości	3,5	3,8	-0,2	9,9	1,4	1,8

Dochody ING Banku Śląskiego

- bankowość detaliczna głównym motorem wzrostu banku

dane w mln zł



Bankowość Detaliczna:

- Wzrost dochodów od depozytów i funduszy powierniczych - strategia depozytowa doceniona przez rynek
- Wyższe dochody z działalności kredytowej - kredyty kartowe
- Wzrost dochodów z tytułu działalności na rynku kapitałowym (usługi maklerskie)
- Wzrost dochodów ze sprzedaży produktów Rynków Finansowych dla klientów segmentu detalicznego
- Korzystna wycena 20% udziałów w NN PTE

Bankowość Korporacyjna:

- Spadek dochodów od kredytów w segmencie klientów strategicznych - efekt ostrej konkurencji marżowej; w segmentach dużych i średnich firm odbudowa portfela i stabilizacja dochodów
- Niższe dochody od depozytów - obniżka marż na skutek spadku stóp procentowych
- Wzrost dochodów ze sprzedaży produktów Rynków Finansowych (segmenty dużych i średnich firm)
- Wyższe dochody z działalności powierniczej i brokerskiej (rynk kapitałowe)

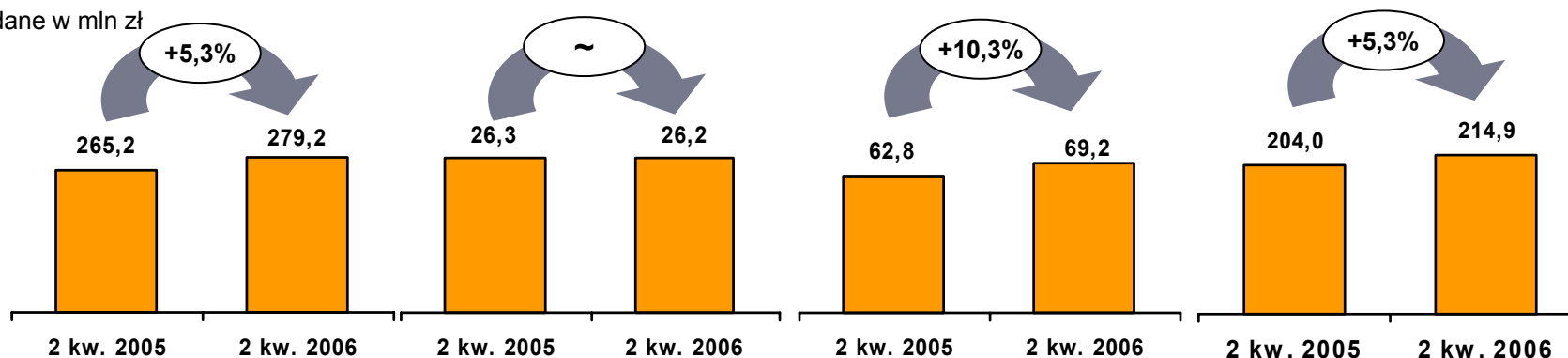
Operacje własne:

- Niższe dochody od funduszy własnych na skutek spadku stóp procentowych
- Spadek dochodów z działalności handlowej na własny rachunek Rynków Finansowych
- Dochody z aktualizacji wyceny nieruchomości inwestycyjnej
- Dodatni wynik transakcji hedgingowej związanej z kosztami Banku ponoszonymi w walutach obcych

Koszty ING Banku Śląskiego

- wzrost kosztów w wyniku restrukturyzacji zaplecza operacyjnego i większego wsparcia sprzedaży

dane w mln zł



Koszty osobowe:

- Dobre wyniki Banku osiągnięte po 2 kwartałach 2006 zostały uwzględnione w systemie motywacyjnym
- Indeksacja wynagrodzeń
- Przesunięcie w czasie efektów restrukturyzacji zatrudnienia

Koszty marketingu:

- Konsekwentna polityka wspierania działań sprzedażowych przy utrzymaniu kosztów marketingu na poziomie analogicznego okresu roku poprzedniego
- Wzrost znajomości marki * ING Banku Śląskiego z 78% w maju 2005 do 80% w kwietniu 2006

* znajomość wspomagana

Amortyzacja:

- Wzrost amortyzacji z tytułu zrealizowanych projektów (głównie inwestycje w zakresie infrastruktury IT Sieci Sprzedaży i Centrali Banku, zmiana wizualizacji oddziałów)

Pozostałe koszty:

Główne czynniki wzrostu:

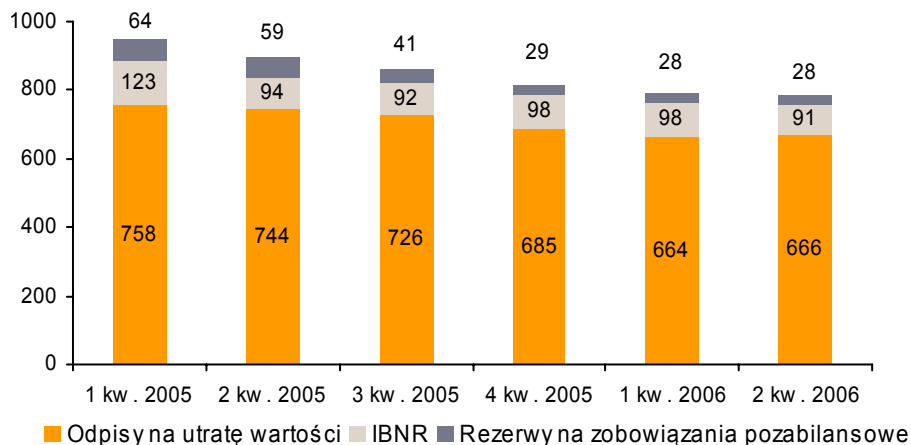
- Proces dostosowywania Banku do wymogów Ustawy Sarbanes-Oxley (Projekt SOX)
- Realizacja projektów poprawy efektywności obsługi (Detal 2006, Korporacje 2006)
- Niższy od zeszłorocznego zwrotu podatku VAT

Obniżenie kosztów z tytułu likwidacji szkody przez ubezpieczyciela w ramach polisy ubezpieczenia od odpowiedzialności zawodowej

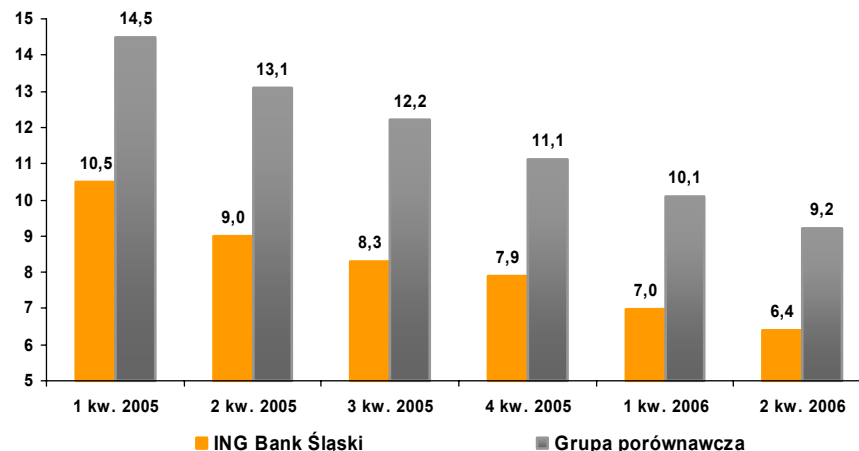
Jakość portfela kredytowego

- stopniowy spadek wolumenu rezerw

Odpisy na utratę wartości (w mln):



Udział należności nieregularnych w odniesieniu do grupy porównawczej (w %)



Odpisy na utratę wartości w II kwartale 2006:

w milionach zł	Grupa razem	Zaangażowanie bilansowe		Zobowiązania warunkowe		Odzyskania z należności spisanych
		Utrata wartości	IBNR	Rezerwa	Rezerwa IBNR	
Działalność detaliczna	12,8	-10,4	6,2	0,5	-1,0	17,5
Działalność korporacyjna	80,9	41,6	0,8	2,5	-0,1	36,1
OGÓŁEM	93,8	31,2	7,0	3,0	-1,1	53,6