

TABLEAU D'ACTIVITES ET DE RESULTAT AU 30 JUIN 2009

Données en FCFA	Activité du 01/01/09 au 30/06/09 (6 mois) (1)	Activité du 01/01/08 au 30/06/08 (6 mois) (2)	Activité du 01/01/08 au 31/12/08 (12 mois) (3)	Variation en % (4)=[(1)-(2)]/(2)
1 - Produit net bancaire	12 765 775 796	10 256 409 708	22 191 095 478	24,47%
2 - Résultat courant avant impôt	7 098 664 355	5 864 010 077	8 097 571 728	21,05%

Rapport d'activité semestriel

Le premier semestre 2009 a été caractérisé par un environnement économique difficile découlant de la propagation à l'Afrique des conséquences de la crise financière internationale. La Banque Mondiale a annoncé des prévisions pessimistes de croissance économique, et une baisse sensible sur le marché mondial de la demande des matières premières en provenance de l'Afrique.

Malgré cet environnement difficile, la BANK OF AFRICA BENIN a maintenu un bon niveau d'activité caractérisé par une hausse annuelle d'environ 12% aussi bien des concours clientèle que des dépôts. Il en découle une nette amélioration du Produit net bancaire

Produit net bancaire

Le produit net bancaire au 30 juin 2009 est en progression de 24,47% par rapport à l'année précédente. Cette évolution s'explique non seulement par une bonne progression de la marge bancaire nette et du résultat des commissions, mais aussi par la croissance de 66,4% du revenu des titres de placement

Résultat courant avant impôt

Le résultat courant avant impôt au 30 juin 2009 a connu une croissance moins élevée que celle du produit net bancaire. Il résulte de l'influence de deux éléments : l'accroissement des frais généraux induit par l'extension du réseau d'agences, et les provisionnements nécessités par une politique plus rigoureuse de suivi des engagements.

Perspectives

La nouvelle politique commerciale amorcée l'année dernière, et qui est à la base des résultats obtenus se maintiendra avec la poursuite de l'extension du réseau d'agences. Une Direction de l'animation commerciale a été mise en place pour développer des stratégies visant à attirer et fidéliser la clientèle dans le cadre du plan d'action commercial annuel. Le mot d'ordre reste : maîtriser nos coûts, maîtriser nos marges. L'objectif étant de consolider la croissance amorcée l'année dernière.