



**STRATEGIA BANKU 2016-2018**

**ZINTEGROWANI  
DLA KLIENTA**

**Warszawa, 13 kwietnia 2016**



**BGZ BNP PARIBAS**



Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez Bank BGŻ BNP Paribas („Bank”) i nie stanowi ani oferty sprzedaży, ani zaproszenia do złożenia oferty nabycia lub objęcia papierów wartościowych lub instrumentów finansowych wyemitowanych przez Bank lub jakiegokolwiek porady lub rekomendacji w odniesieniu do papierów wartościowych lub innych instrumentów finansowych wyemitowanych przez Bank. Żadna część Prezentacji, ani fakt jej dystrybucji, nie powinny stanowić podstawy, i nie można się na nią powoływać, w związku z jakąkolwiek umową lub zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.

Niniejszy dokument zawiera stwierdzenia odnoszące się do przyszłości. Stwierdzenia te opierają się na obecnych przewidywaniach Zarządu i zależą od wielu czynników niekontrolowanych przez Bank oraz obciążone są szeregiem znanych oraz nieznanymi ryzyk, niepewności oraz innych czynników, które mogą spowodować, że faktyczne wyniki, poziom działalności bądź osiągnięcia Banku mogą istotnie odbiegać od przyszłych wyników, poziomu działalności bądź osiągnięć wyrażanych lub sugerowanych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Bank nie jest zobowiązany do aktualizowania lub publicznego ogłaszania jakichkolwiek zmian i modyfikacji w odniesieniu do jakichkolwiek twierdzeń dotyczących przyszłości zawartych w Prezentacji, ani nie planuje dokonywać takich aktualizacji lub ogłoszeń.

Niniejszy dokument nie stanowi prognozy ani szacunku wyników, w związku z tym zmiany strategii albo zmiana zamiarów Banku wywołana nieprzewidywanymi okolicznościami mającymi wpływ na strategię albo zamiary Banku, nie będą podlegały publikacji w trybie przewidzianym dla informowania o zmianach prognozy lub szacunku wyników.

Bank, ani jakiegokolwiek z jego przedstawicieli, podmiotów dominujących bądź zależnych nie będzie ponosił odpowiedzialności za jakąkolwiek szkodę wynikającą z jakiegokolwiek użycia Prezentacji lub jakichkolwiek informacji w niej zawartych lub na innej podstawie pozostającej w związku z Prezentacją.

Prezentacja nie jest przeznaczona do publikowania lub rozpowszechniania w państwach, w których taka publikacja bądź rozpowszechnianie mogą być niedozwolone zgodnie z właściwymi przepisami prawa.

Dane finansowe zaprezentowane za rok 2015 dotyczą jednostkowych danych dla Banku BGŻ BNP Paribas.



---

## Warunki makroekonomiczne i otoczenie zewnętrzne

Pozycja Banku w 2015 i aspiracje na kolejne lata

Misja, wartości oraz model biznesowy

Podsumowanie





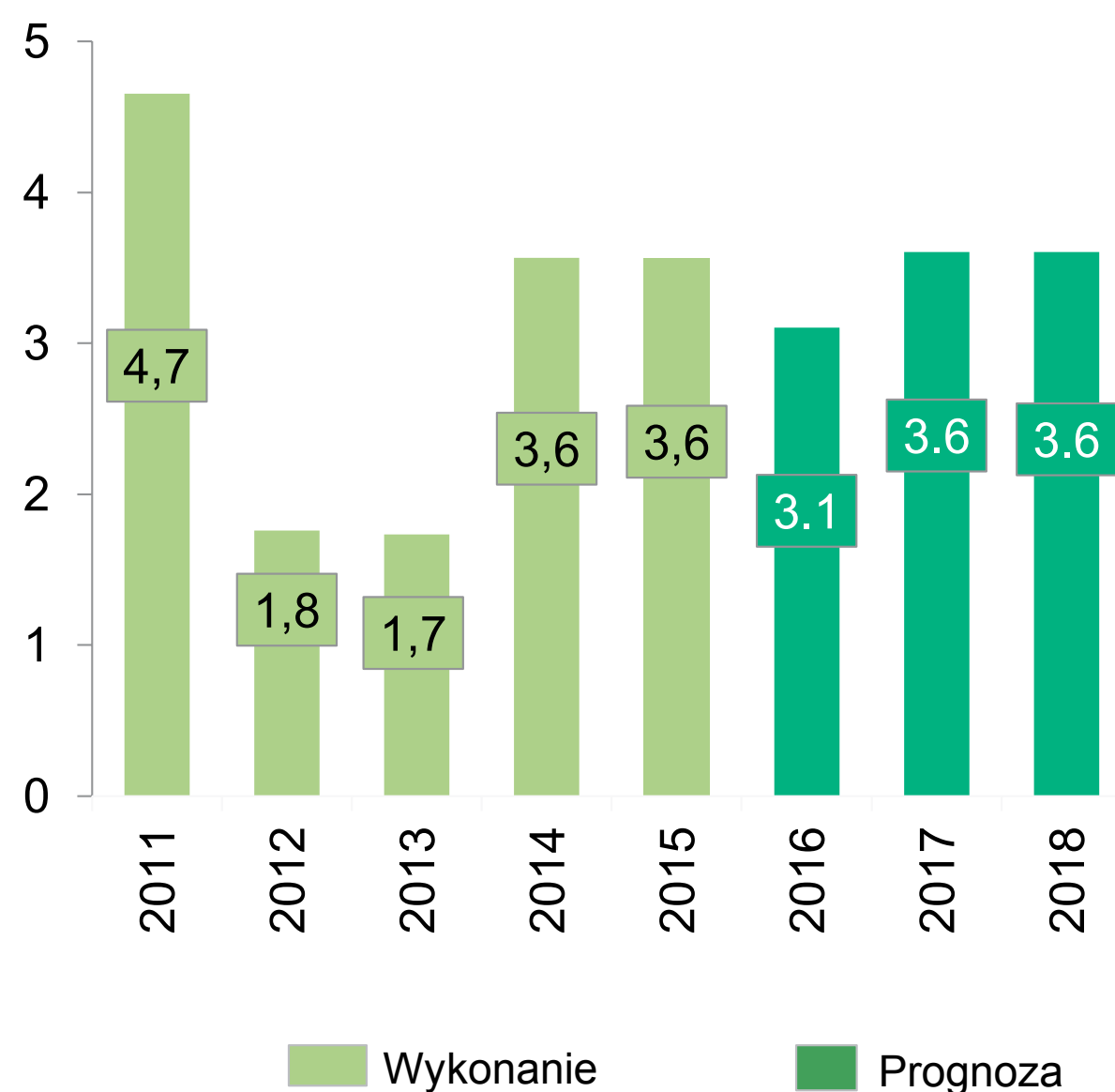
# Stabilny wzrost, spadające bezrobocie i niska inflacja...

**Stabilny wzrost gospodarczy...**

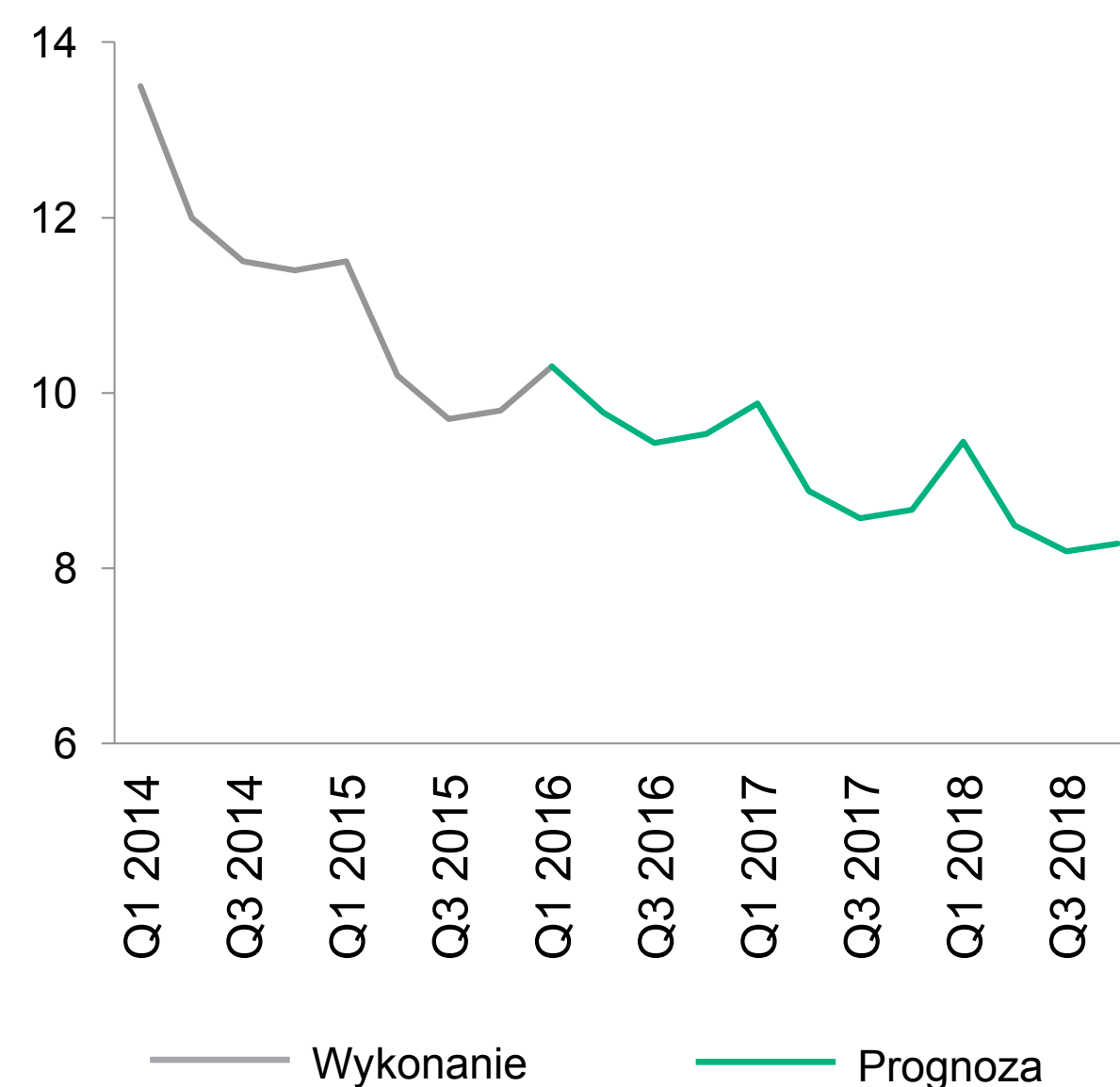
**... spadające bezrobocie...**

**... i inflacja utrzymująca się poniżej celu NBP**

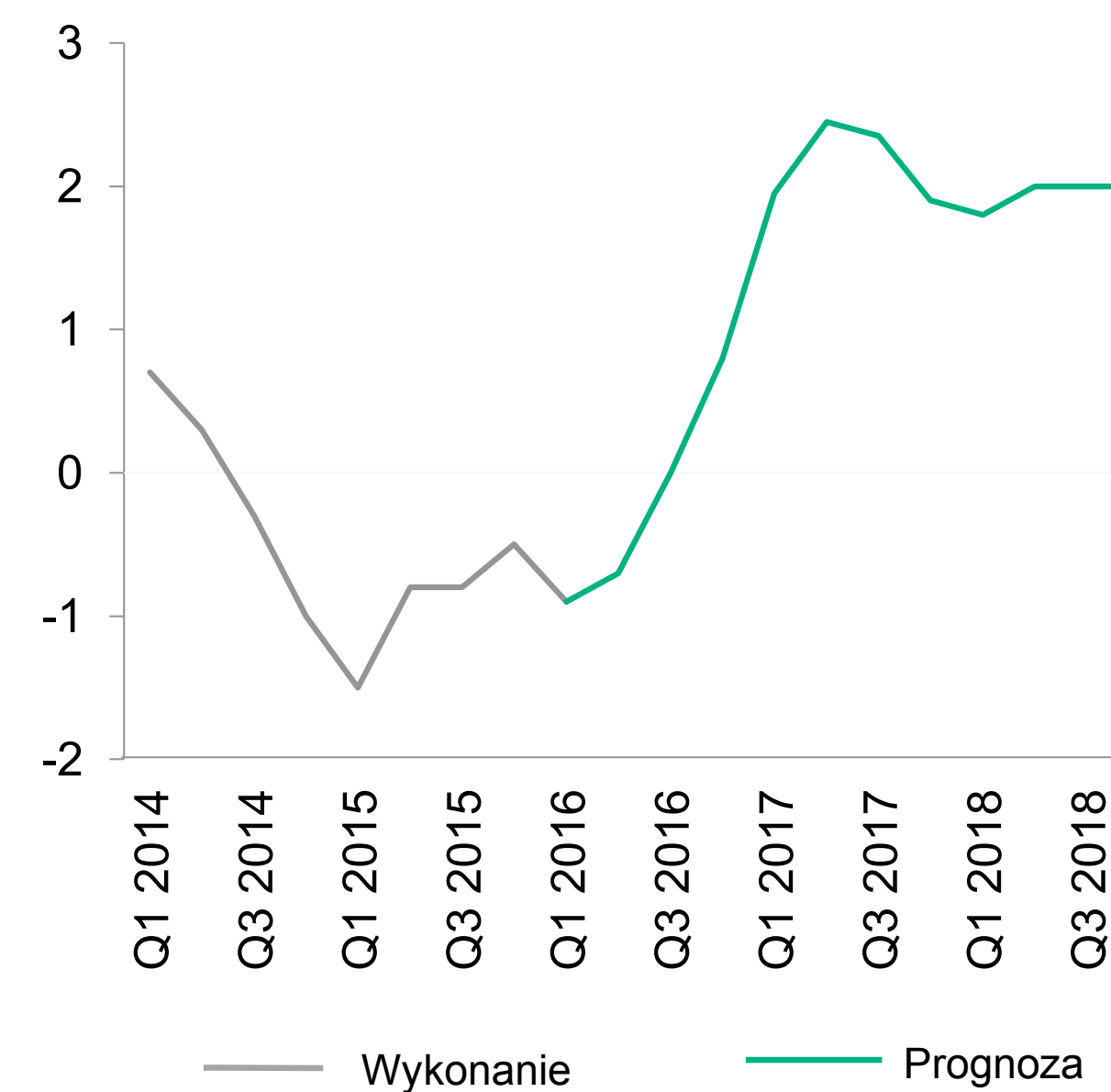
Wzrost PKB per capita (% r/r)



Stopa bezrobocia (%)



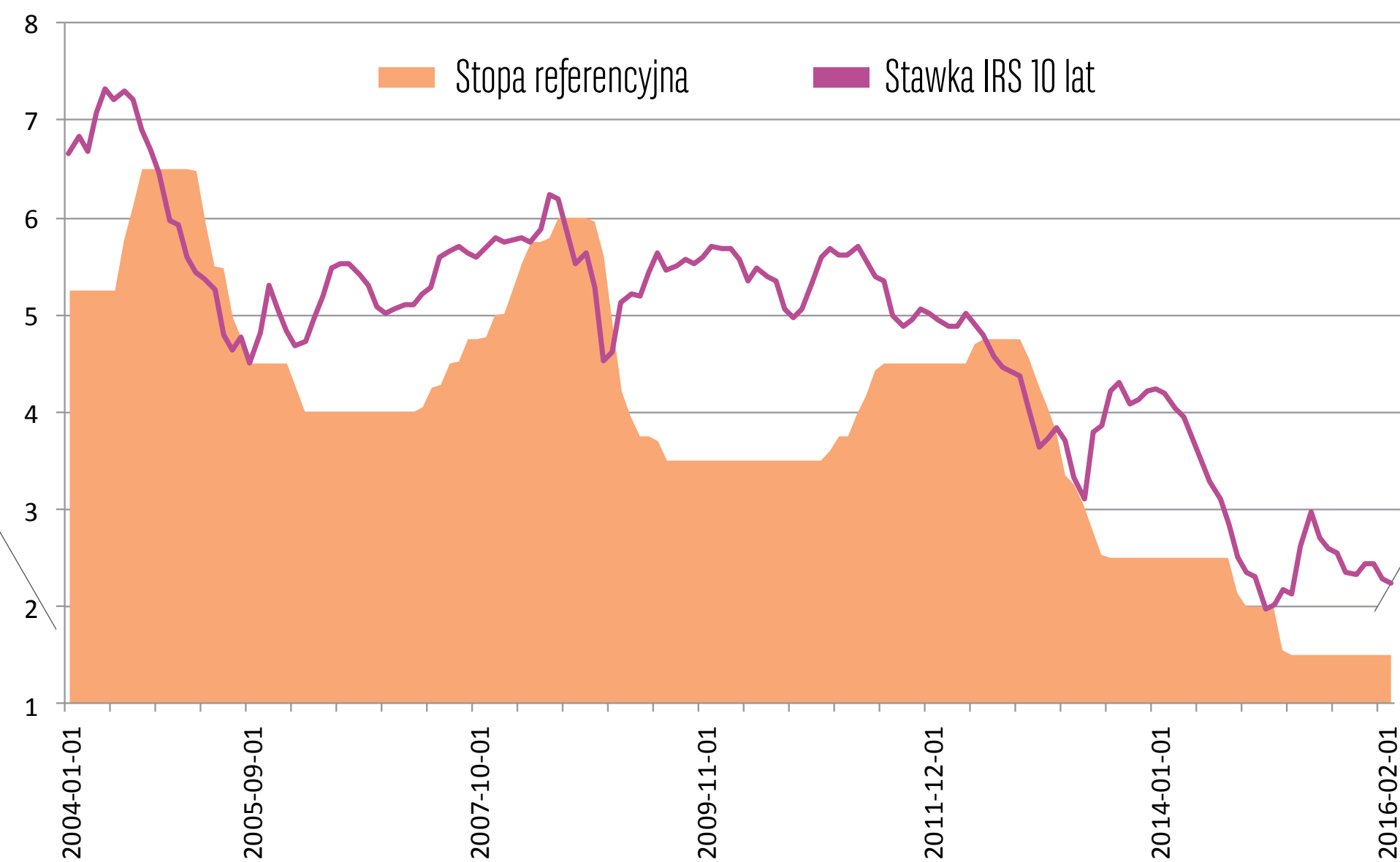
Stopa inflacji (% r/r)



**...kontekst makroekonomiczny wydaje się pozytywny.**



## Najniższe stopy procentowe w historii



## Podatek od aktywów

0,44% wartości aktywów rocznie;  
szacowany wpływ na wynik netto Banku w 2016 r. – ok. 200 mln PLN

## Podwyższone wymogi kapitałowe

Od stycznia 2016 r. minimalne współczynniki kapitałowe dla Banku:  
Tier1 - 10,78%, TCR - 13,96%

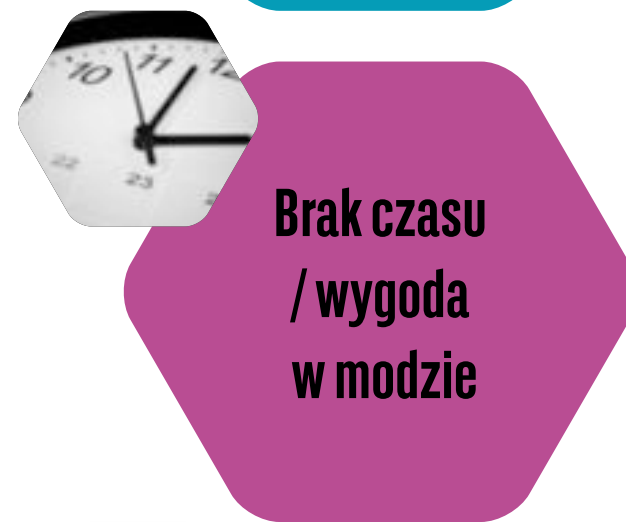
## Ustawa frankowa (potencjalnie)

Wpływ na wynik Banku trudny do oszacowania; brak ostatecznego kształtu ustawy, potencjalne dodatkowe ryzyko kosztowe





- Inwestycja w rozwój technologii i w automatyzację po zakończeniu migracji
- Możliwość szybkiej reakcji i wdrażania zmian - niezbędna transformacja działu IT



- Nacisk na bliskie relacje z klientem, skupienie się na jego potrzebach, rozwiązywanie problemów finansowych i sprawienie, że jego życie jest łatwiejsze
- Wiedza o kliencie, jako podstawa wszystkich inicjatyw produktowych
- Wygoda, jako jeden z kluczowych czynników wyróżniających



- Wykorzystanie globalnej pozycji Grupy, aby stać się bankiem pierwszego wyboru dla polskich spółek zainteresowanych ekspansją zagraniczną
- Dedykowana oferta dla podróżujących / ekspatów



- Rozwój rozwiązań pomagających klientom w wieku emerytalnym
- Pamiętanie o nowych, młodszych klientach



---

Warunki makroekonomiczne i otoczenie zewnętrzne  
**Pozycja Banku w 2015 i aspiracje na kolejne lata**  
Misja, wartości oraz model biznesowy  
Podsumowanie





### Udział w rynku na 31.12.2015 r.

Kredyty **4.89%** (vs 3.10% na 31.12.2014)

Depozyty **4.23%** (vs 3.16% na 31.12.2014)

### Udział w rynku segmentu Agro na 31.12.2015 r.

Kredyty **32.09%** (vs 29.88% na 31.12.2014)

Depozyty **12.03%** (vs 12.05% na 31.12.2014)

### 31.12.2015 r.

Zatrudnienie\* **7 588 etatów**

Klienci ogółem **2,6 mln (w tym: Bank 1,65 mln)**

Klienci Agro **72 tys.**

Oddziały\* **508**

Aktywa **65 372 mln zł**

Kapitał własny **6 268 mln zł**

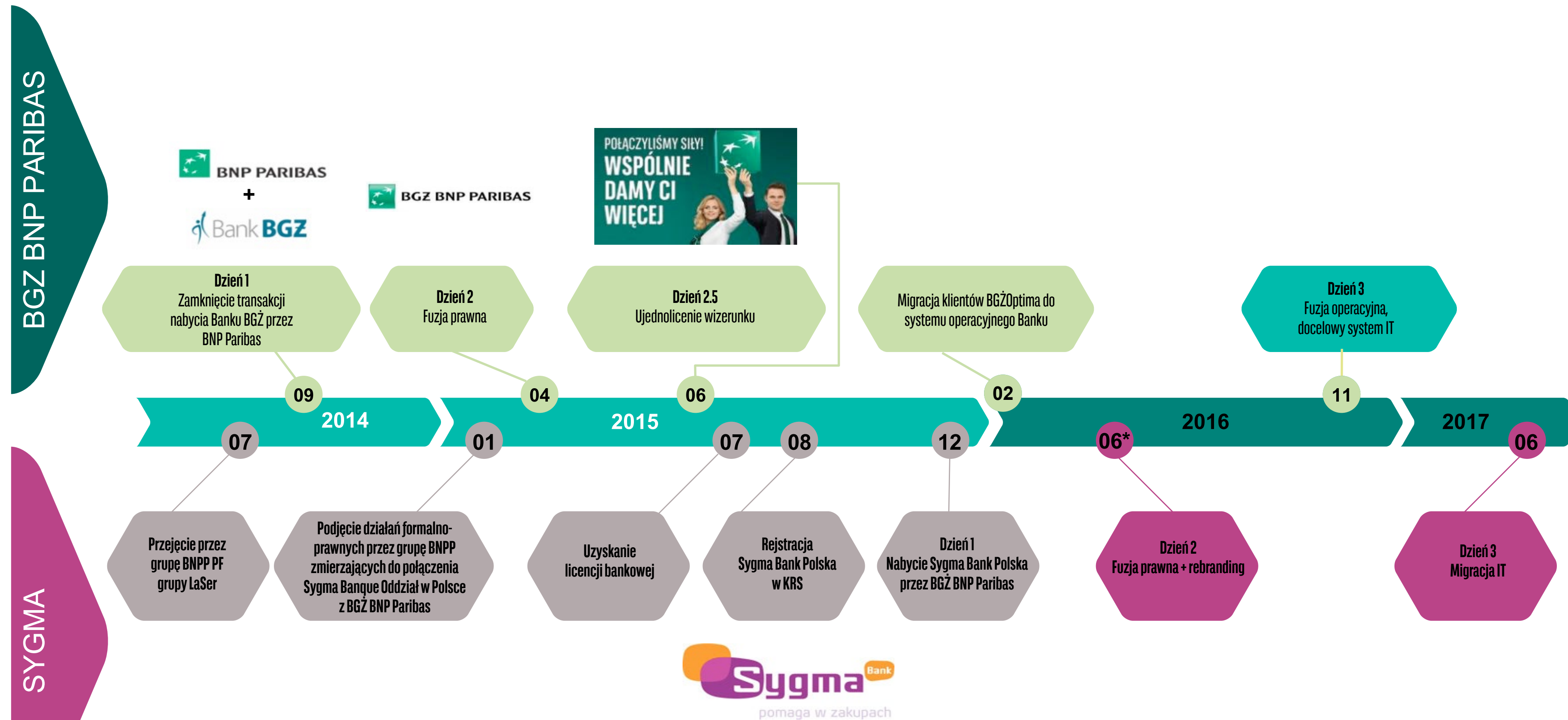
\*dane dotyczące Banku BGŻ BNP Paribas S.A.







# Zakończenie integracji Banku BGŻ z BNPP Bankiem Polska do końca 2016 r. umożliwi pełną realizację synergii w 2017 r.



**Ostatni etap integracji (migracja IT Sygma Banku) do I połowy 2017 r.**

\*do końca czerwca 2016 r. pod warunkiem uzyskania wymaganych zgód, w tym KNF



**Cztery podmioty połączone w 2 lata**

**Nieszablonowe rozwiązania IT**

**Konieczność aktualizacji w trakcie integracji**

**Ambitne cele w zakresie synergii BGŻ i BNPP realizowane zgodnie z założeniami**

- potwierdzenie szacowanego sumarycznego efektu synergii w 2017 r. w wysokości 350 mln PLN, w tym 258 mln PLN synergii kosztowych
- planowane osiągnięcie synergii związanych z połączeniem BGŻ BNPP z Sygma Bankiem Polska w 2018 r. w wysokości 86 mln PLN, w tym synergii kosztowych 31 mln PLN

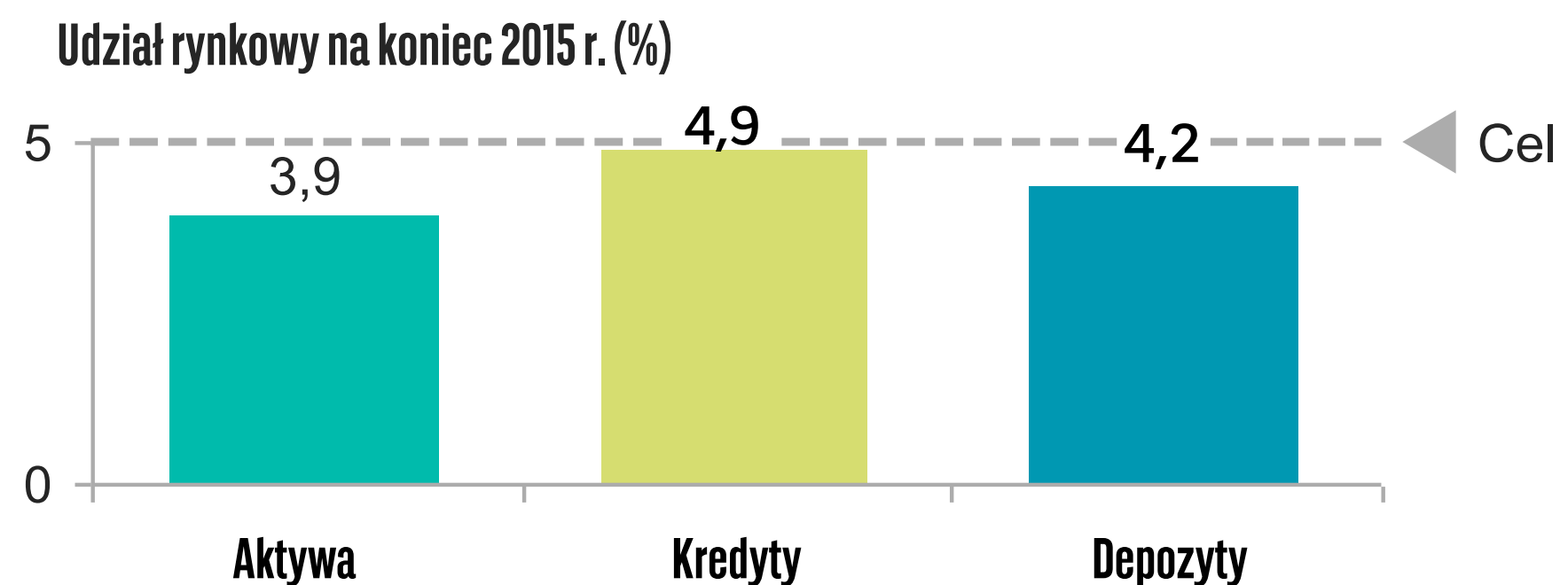
**Zakończenie integracji z Sygma Bankiem i realizacja synergii**





Naszą ambicją jest uzyskanie co najmniej 5% udziału w rynku...

~5%



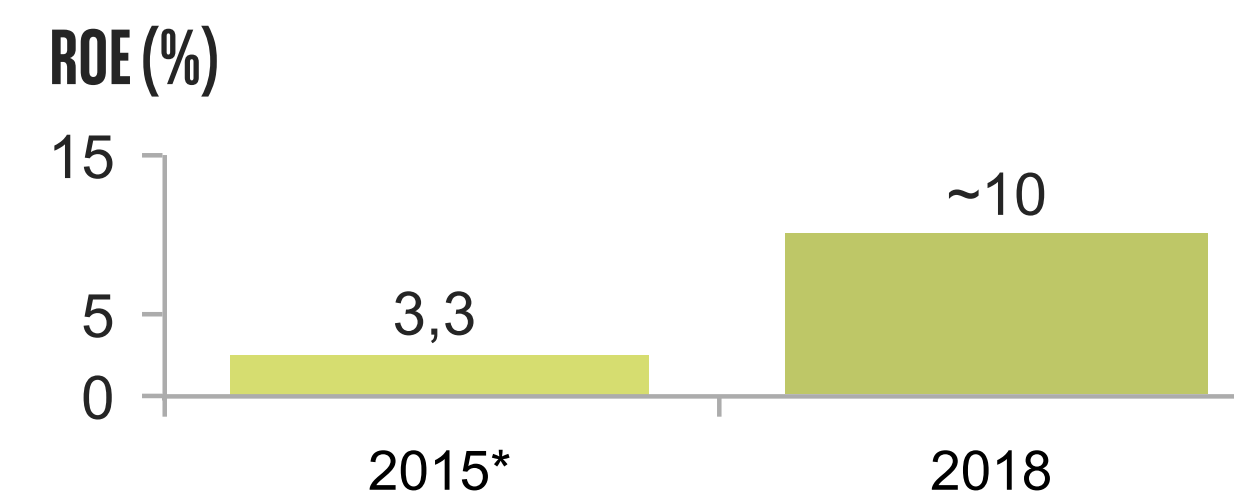
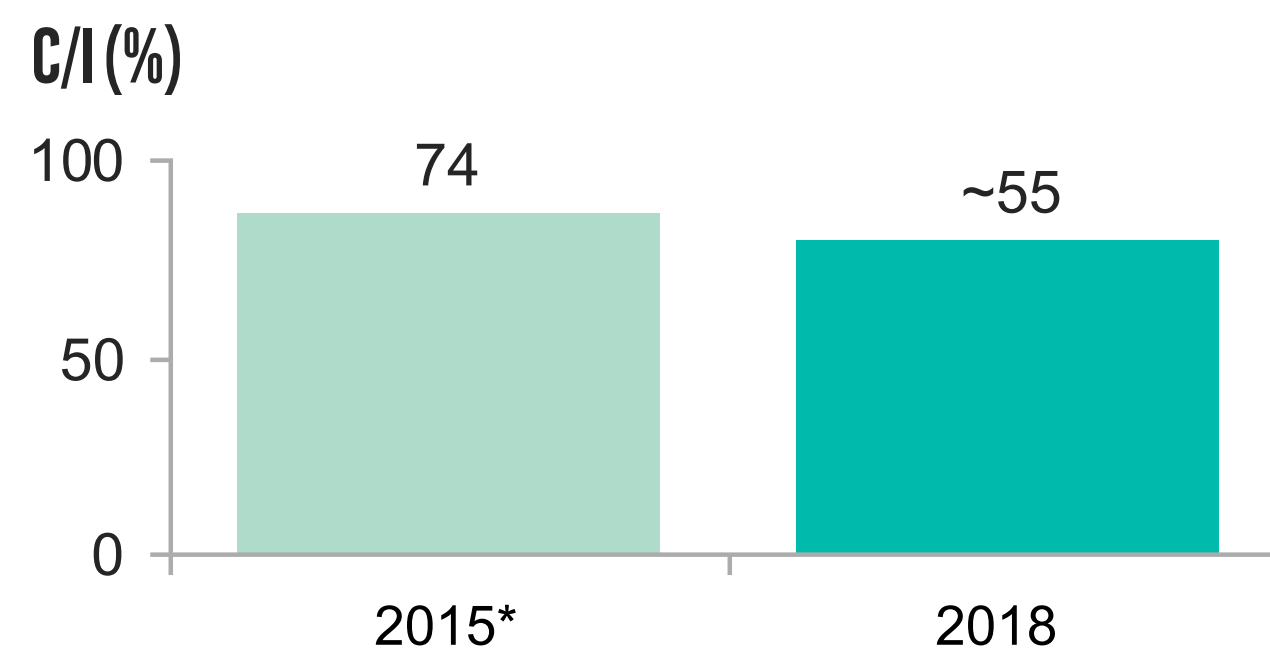
Uzyskanie wzrostu przychodów (NBI) mierzonych średnioroczną stopą wzrostu (CAGR) na poziomie 14% do 2018 r.

...obniżenie wskaźnika C/I do poziomu rynkowego

~55%

...zwiększenie ROE do poziomu zbliżonego do 10%.

~10%





---

Warunki makroekonomiczne i otoczenie zewnętrzne  
Pozycja Banku w 2015 i aspiracje na kolejne lata  
**Misja, wartości oraz model biznesowy**  
Podsumowanie





**Naszą Misją jest oferowanie  
w sposób odpowiedzialny innowacyjnych  
rozwiązań finansowych, które pomagają naszym  
klientom zmienić ich świat i będą wspierać  
lokalną gospodarkę.**

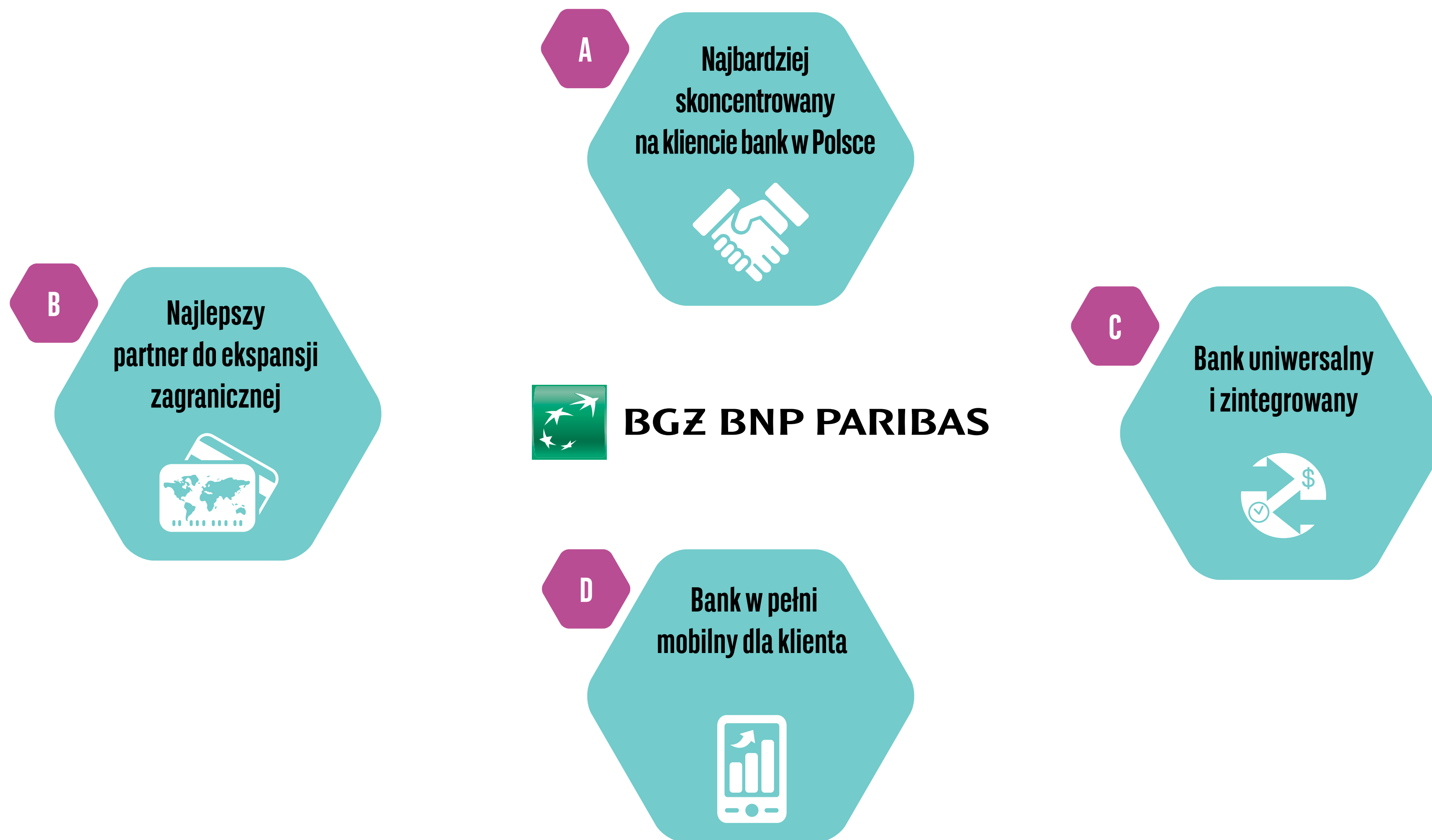




**BNP Paribas Way:** Naszymi siłami napędowymi są wartości, nad którymi stale pracujemy, i które stale rozwijamy, aby sprostać wyzwaniom i zapewnić BNP Paribas dobrą przyszłość.



Nasze silne strony są fundamentem wspólnych zasad BNP Paribas określonych przez pracowników z różnych linii biznesowych i krajów Grupy.





## Jako najbardziej skoncentrowany na kliencie Bank w Polsce chcemy...

1

### Być blisko klienta

- Budować sąsiedzkie relacje z klientami detalicznymi i MSP w małych i średnich miastach
- Dopasować rozwiązania międzynarodowej bankowości instytucjonalnej do klientów lokalnych

2

### Słuchać i rozumieć klienta, a następnie...

- Zapewnić ofertę dla każdego segmentu klienta detalicznego
- Skoncentrować się na wybranych branżach w bankowości MSP i korporacyjnej.
- Dysponować wiedzą o potrzebach i ryzykach wybranych branż

3

### ...dostarczać rozwiązania dopasowane do zmieniających się zachowań i potrzeb klientów

- Stworzyć ofertę z wykorzystaniem technologii mobilnej w każdej linii biznesowej

4

### ...oferować obsługę wysokiej jakości

- Skrócić średni czas obsługi klienta detalicznego i korporacyjnego
- Utrzymać wysoką jakość obsługi mierzoną wskaźnikiem NPS i wysoką pozycję w rankingach zewnętrznych

5

### ...dostarczać wartość klientom i odpowiedzialnie ich traktować

- Utrzymać prostą i przejrzystą politykę cenową
- Budować kulturę compliance z korzyścią dla klientów



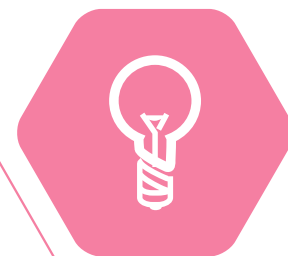


**BNP Paribas jest obecny w 75 krajach na całym świecie podczas, gdy konkurencja w wybranych regionach**



**BGŻ BNPP bankiem pierwszego wyboru dla firm skoncentrowanych na ekspansji zagranicznej:**

- Dedykowane zagraniczne centra obsługi w 5 regionach
- Produkty finansowe umożliwiające uczestnictwo w handlu międzynarodowym
- Bank, jako pośrednik łączący swoich lokalnych klientów z potencjalnymi partnerami handlowymi za granicą
- Komunikacja marketingowa podkreślająca te przewagi





**Wzrost cross-sellingu i współpracy między liniami biznesowymi w podejściu do klienta**

**Wzrost cross-sellingu produktów:**

- wewnątrz linii biznesowych (np. Private Banking, Detal)
- pomiędzy liniami biznesowymi (Korporacje, MSP, Detal)
- w działaniach z podmiotami Grupy (Arval, leasing, factoring)

**Więcej produktów przekrojowych i wspólna koncentracja na sektorach**

- Kompleksowa obsługa klienta i finansowanie łańcucha dostaw
- Dedykowana oferta dla poszczególnych branż
- Jeden właściciel biznesowy branży i oferty produktowej



- Wdrożenie nowych funkcjonalności bankowości mobilnej
- Transformacja mono-produktowych ofert Optima, iGotówka
- Optymalizacja i automatyzacja procesów back-office'owych - rozbudowa platformy informatycznej.



**W efekcie będziemy:**

- w pełni mobilnym bankiem...
- ...zaspokajającym wszystkie potrzeby dotychczasowych klientów
- ...umożliwiającą akwizycję nowych klientów - młodych i nowoczesnych



## Detal + Personal Finance (PF)

- Satysfakcja klientów i jakość kluczowym elementem celów w zakresie obsługi i procesów
- Rozwój cross-sellingu dzięki bazie klientów Sygma Bank Polska
- Rozwój prostego, samoobsługowego modelu dla klientów, obejmującego podstawowe potrzeby
- Akwizycja klientów i kont osobistych poprzez kanały elektroniczne
- Pozycja lidera w kredytach konsumenckich poprzez:
  - Bliskość z klientem i wygodę obsługi
  - Dostępność kredytu w świecie cyfrowym (np. iGotowka, kredyty e-Commerce)

## MSP + Klienci AGRO

- Podejście sektorowe (dogłębne zrozumienie potrzeb klienta i jego otoczenia)
- Współpraca z innymi liniami biznesowymi (cross-sell)
- Centra wymiany wiedzy (np. UE)
- One-stop-shop z funkcjami akceleratora eksportu
- Umacnianie pozycji lidera w sektorze rolno-spożywczym

## Klienci korporacyjni

- Ekspercka wiedza w zakresie segmentu firm międzynarodowych oraz obecnie rozwijane podejście sektorowe
- Duże wykorzystanie cross-sellingu (jeden z liderów rynku) - dzięki współpracy z liniami produktowymi (np. FX w CIB)
- Partner dla polskich firm za granicą – Polish Desks
- Rozwój oferty e-bankowości, usługi host-to-host

## Bankowość Korporacyjna i Instytucjonalna (CIB)

- Jedna platforma dla instytucji finansowych
- Nowa platforma surowcowa
- Kompleksowe rozwiązania przygotowywane we współpracy z Grupą BNP Paribas
- Wiedza ekspercka i najwyższej klasy specjaliści sektorowi





---

Warunki makroekonomiczne i otoczenie zewnętrzne  
Pozycja Banku w 2015 i aspiracje na kolejne lata  
Misja, wartości oraz model biznesowy  
**Podsumowanie**





- 

**Zakończenie integracji Banku BGŻ BNP Paribas, integracja z Sygma Bankiem i realizacja synergii**
- 

**Wzrost przychodów zgodnie ze strategią każdej linii biznesowej:**

  - koncentracja na kliencie
  - partner w ekspansji zagranicznej
  - Bank uniwersalny i zintegrowany
  - Bank w pełni mobilny dla klienta
- 

**Zaangażowanie pracowników i zmiana kultury organizacyjnej**
- 

**Aktywne zarządzanie kapitałem odpowiedzią na warunki zewnętrzne i wymagania regulacyjne**



---

**Dziękujemy za uwagę**