

List Przewodniczącej Rady Nadzorczej mBanku S.A. do Akcjonariuszy

Szanowni Akcjonariusze,

W roku 2021 wiele wyzwań, przed którymi stanęły zarządy i rady nadzorcze, było podobnych do tych z roku 2020, z uwagi na nieustępującą pandemię COVID-19, której towarzyszy utrzymująca się niepewność. Jak wiemy, pandemia radykalnie wymusiła przyspieszenie wykorzystania technologii, zmieniając to, jak ludzie pracują a konsumenci kupują. Przyczyniła się przez to do tworzenia nowych biznesów i niszczenia innych. Nigdy wcześniej innowacyjne firmy, które chcą dostosować się do nowego wymagającego otoczenia, nie miały tak łatwego dostępu do kapitału. Ale COVID-19 pogłębił również erozję zaufania do wielu instytucji i zaostrzył polaryzację w społeczeństwie. W efekcie, relacje między bankiem, jego klientami, i pracownikami, a także wzajemne oczekiwania są redefiniowane.

W niełatwym otoczeniu zewnętrznym wyniki operacyjne Grupy mBanku w 2021 roku były bardzo dobre. Wysoka dynamika wolumenów biznesowych przełożyła się na poprawę udziałów rynkowych w strategicznych segmentach, w szczególności w kredytach mieszkaniowych i depozytach detalicznych. Wspierała również rozwój przychodów, które wzrosły o ponad 4% w porównaniu z 2020 rokiem do historycznie rekordowego poziomu 6,1 mld zł. Dzięki podwyżkom stóp procentowych, zapoczątkowanym w październiku, udało się osiągnąć wyższy wynik odsetkowy. Tendencję wzrostową kontynuował także wynik prowizyjny, który zwiększył się aż o 25%. Te trendy, w połączeniu z dobrą dyscypliną kosztową, pozwoliły na dalszą poprawę efektywności i obniżenie relacji koszty/dochody do 40%. Nastąpiła normalizacja kosztów ryzyka, po dużych rezerwach na oczekiwane straty kredytowe utworzonych na początku pandemii. Najlepszą ilustracją tego, jak sprawnie działa podstawowy biznes Grupy mBanku, stanowi fakt, że jej zysk netto po wyłączeniu segmentu walutowych kredytów hipotecznych wyniósłby 1,6 mld zł i byłby istotnie wyższy od porównywalnej wielkości sprzed roku.

Jednak, decyzja o zwiększeniu kosztów ryzyka prawnego związanego z tym portfelem do prawie 2,8 mld zł w całym 2021 roku skutkowałą odnotowaniem na poziomie skonsolidowanym straty w wysokości 1,2 mld zł. Pomimo negatywnego rezultatu, współczynniki kapitałowe i płynnościowe pozostały na bezpiecznym poziomie, a bufor wobec wymogów regulacyjnych pozwala bankowi dalejrosnąć i realizować nową strategię.

Rada Nadzorcza przyjęła nową strategię mBanku "Od ikony mobilności, do ikony możliwości" na lata 2021-2025. Ma ona na celu wykorzystanie naszych obecnych przewag konkurencyjnych, dostosowanie się do nowego otoczenia i zaradzenie słabościom. W rezultacie ma zapewnić, że bank nadal będzie plasował się wśród najlepszych instytucji finansowych w Polsce i jednocześnie osiągnie lepszą wycenę, stając się jeszcze bardziej atrakcyjnym dla dotychczasowych akcjonariuszy i inwestorów. W strategii skoncentrujemy się na 5 obszarach: Bankowość detaliczna, Segment e-commerce, Bankowość korporacyjna, Technologia, bezpieczeństwo i dane oraz Pracownicy i kultura organizacyjna.

W części detalicznej, bank chce być partnerem dla klientów na całe życie. Swoje wysiłki skoncentruje na precyzyjnym zrozumieniu ich potrzeb oraz zmieniających się preferencji, aby trafnie odzwierciedlać je w ofercie. Jednocześnie mBank będzie zwiększać udział w obsłudze segmentu e-commerce. Już dziś ma w nim mocną pozycję, która będzie solidną bazą do dalszego rozwoju. To oznacza wsparcie internetowych sprzedawców, zarówno w bankowości detalicznej, jak i korporacyjnej (segment małych i średnich przedsiębiorstw). Korporacje obsługiwane przez mBank dostaną najlepszą na rynku bankowość elektroniczną i mobilną, opartą na samoobsłudze w kanałach zdalnych. Do 2025 roku 90 proc. klientów będzie podpisywać umowy elektronicznie.

Chcąc towarzyszyć swoim klientom na różnych etapach życia będziemy dalej upowszechniać cyfrową obsługę i sprzedaż. Dlatego, kluczowe pozostaje cyberbezpieczeństwo, wprowadzanie nowych technologii i dalsza automatyzacja i digitalizacja, a w warstwie biznesowej – efektywność i ostrożne zarządzanie ryzykiem.

Ważną, integralną częścią nowej strategii mBanku jest agenda ESG, związana z czynnikami środowiskowymi, społecznymi i ładu korporacyjnego. To kompleksowe zagadnienie: biznesowe, regulacyjne, dotyczące środowiska pracy, kultury organizacyjnej, relacji z klientami i partnerami biznesowymi. Zaczyna ona odgrywać coraz większą rolę, a w perspektywie tej strategii może się stać jednym z najważniejszych kryteriów oceny banku przez inwestorów, pracowników i klientów, których transformację będziemy wspierać. mBank chce być liderem zrównoważonej bankowości. Obok największych na świecie instytucji finansowych, mBank jako pierwsza i jedyna polska grupa finansowa jest sygnatariuszem Zasad odpowiedzialnej bankowości pod auspicjami UNEP FI. Zdajemy sobie sprawę, że włączanie kwestii środowiskowych, społecznych i zarządzania (ESG) do strategii korporacyjnej stało się ostatnio koniecznością biznesową. Wymogi regulacyjne, naciski konsumentów i inwestorów, ale także pragnienie oszczędności kosztów i zwiększonej wydajności sprawiły, że zrównoważony rozwój ma kluczowe znaczenie dla sukcesu biznesowego. mBank będzie dalej wspierał firmy, które podejmują wysiłki w celu zmniejszenia śladu węglowego lub radykalnej transformacji modeli biznesowych, aby uzyskać przewagę konkurencyjną i minimalizować wpływ na środowisko naturalne.

Rok 2021 to drugi rok kadencji Rady Nadzorczej, która wyróżnia się wszechstronnym, dostosowanym do nadrzędnego celu banku, i zróżnicowanym składem. Zyskało to uznanie na arenie międzynarodowej oraz przez inwestorów instytucjonalnych - mBank został wskazany jako dobry przykład spółki, upowszechniającej kulturę różnorodności i partycypacji. Mamy świadomość, że przed bankiem jeszcze dużo pracy na rzecz różnorodności, ale wyróżnienia, które otrzymujemy utwierdzają nas w przekonaniu, że idziemy w dobrym kierunku.

Na zakończenie, pragnę w imieniu całej Rady Nadzorczej podziękować Zarządowi oraz pracownikom mBanku za efektywną współpracę, a Wam, drodzy Akcjonariusze, za okazane zaufanie. Mam nadzieję, że obecny rok pozwoli realizować potencjał Grupy mBanku i jej pracowników w ramach nowej strategii "Od ikony mobilności, do ikony możliwości". Realizacja często rozbieżnych interesów wielu grup interesariuszy banku nie jest łatwa w coraz bardziej spolaryzowanym świecie. Dlatego ważniejsze niż kiedykolwiek jest to, aby mBank skupił się na długoterminowej perspektywie i ambitnych celach określonych w nowej strategii. Jestem przekonana, że zapewni to trwałe zyski akcjonariuszom i zrównoważony rozwój banku dla pozostałych grup interesariuszy: klientów, pracowników i regulatorów.

Prof. Agnieszka Słomka-Gołębiowska
Przewodnicząca Rady Nadzorczej