

Grupa mBanku - wprowadzenie

Najbardziej udany wzrost organiczny w Polsce



listopad 2014

Grupa mBanku w pigułce

Ogólne informacje

- Utworzony w 1986 r., **mBank** (pierwotnie BRE – Bank Rozwoju Eksportu) **jest czwartym bankiem uniwersalnym w Polsce** pod względem wielkości aktywów i kredytów oraz piątym według bazy depozytowej na koniec września 2014 r.
- Obsługuje **prawie 4 miliony klientów detalicznych** i 17 390 klientów korporacyjnych **w Polsce** oraz ponad 700 tys. klientów w Czechach i na Słowacji
- mBank zajmuje **wiodącą pozycję** w bankowości detalicznej, korporacyjnej, segmencie MSP, private banking, leasingu, faktoringu, finansowaniu nieruchomości komercyjnych, działalności maklerskiej, corporate finance i doradztwie w zakresie rynków kapitałowych oraz dystrybucji ubezpieczeń
- Notowany na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 1992 r. z **kapitalizacją ok. 4,9 mld EUR**; spółka indeksu WIG-20 od jego powstania w 1994 r.
- Dobrze skapitalizowany bank o **zrównoważonym profilu finansowania** oraz proporcji działalności pomiędzy segmentem detalicznym i korporacyjnym
- Ratingi 'A' od Fitch i 'BBB+' od Standard & Poor's
- Strategiczny akcjonariusz, niemiecki Commerzbank, posiada 69,6% udziału w mBanku

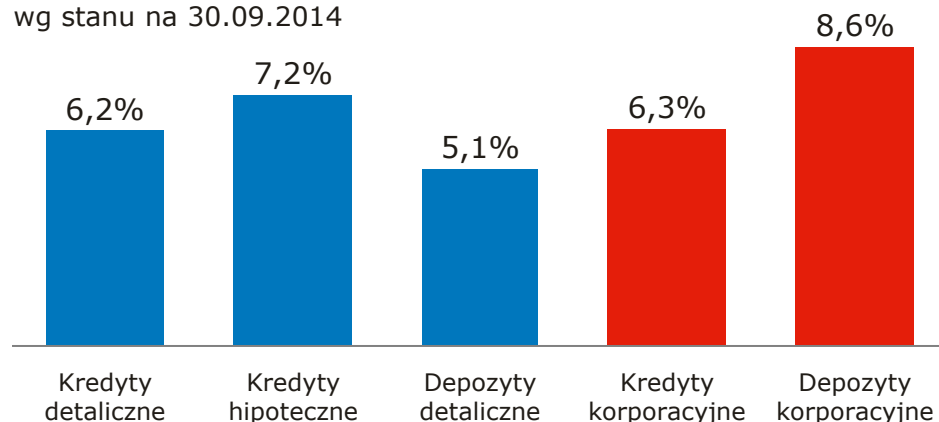
Kluczowe dane finansowe (mln zł)

	2011	2012	2013	9M 2014
Kredyty netto	67 852	66 947	68 210	71 958
Aktywa ogółem	98 876	102 145	104 283	117 327
Depozyty	54 244	57 984	61 674	69 564
Kapitały	8 073	9 619	10 256	10 780
Dochody ogółem	3 521	3 571	3 674	2 999
Zysk netto	1 135	1 197	1 206	978
Koszty/Dochody	47,7%	46,5%	45,7%	44,2%
Koszty ryzyka (bp)	60	66	70	76
ROE netto	16,4%	14,6%	13,1%	13,4%
Core Tier 1	9,6%	13,0%	14,2%	13,1%
CAR	15,0%	18,7%	19,4%	15,6%
Wskaźnik NPL	4,7%	5,2%	6,3%*	6,3%*
Wskaźnik pokrycia	72,7%	69,6%	53,6%*	58,1%*

* Od IV kw./13 obowiązuje zmodyfikowana metodologia rozpoznawania kredytów z utratą wartości w obszarze detalicznym

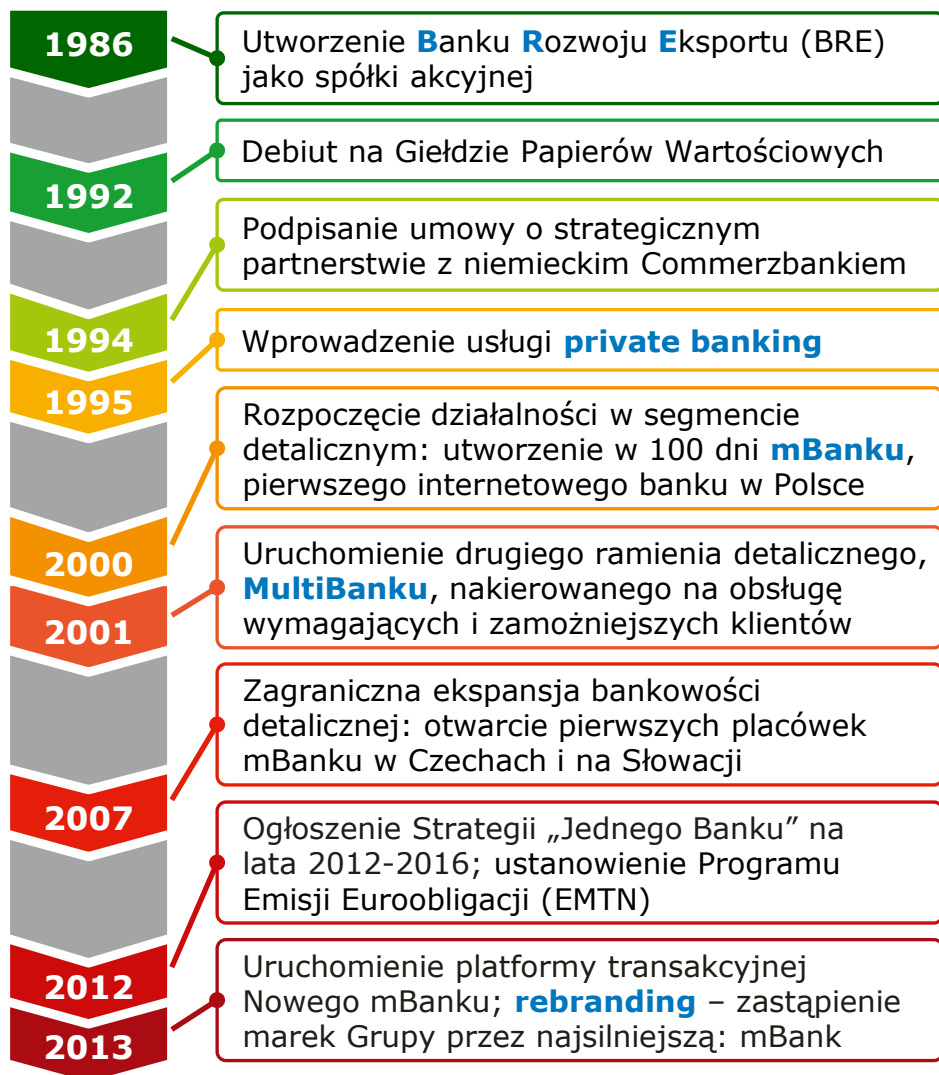
Udziały rynkowe Grupy mBanku

wg stanu na 30.09.2014



Od wyspecjalizowanego banku korporacyjnego do dużego banku uniwersalnego

Zarys historii



Kluczowe linie biznesowe – III kw. 2014

Bankowość Detaliczna

Szeroka gama nowoczesnych usług finansowych dla klientów rynku masowego, zamożnych i private banking oraz przedsiębiorców



Polska

Czechy i
Słowacja

4 565 tys. klientów

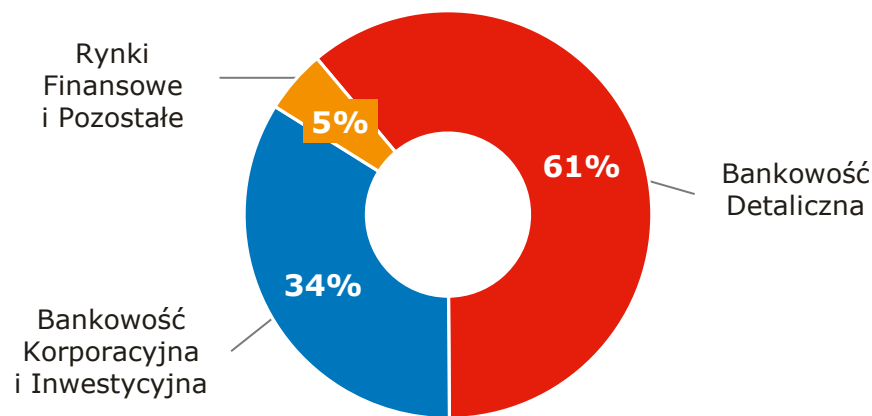
Korporacje i Rynki Finansowe

Kompleksowa oferta:

- Bankowość dla firm
- Platforma transakcyjna
- Bankowość inwestycyjna
- Usługi maklerskie
- Leasing
- Faktoring

17 390 klientów

Struktura przychodów Grupy mBanku – 9M 2014

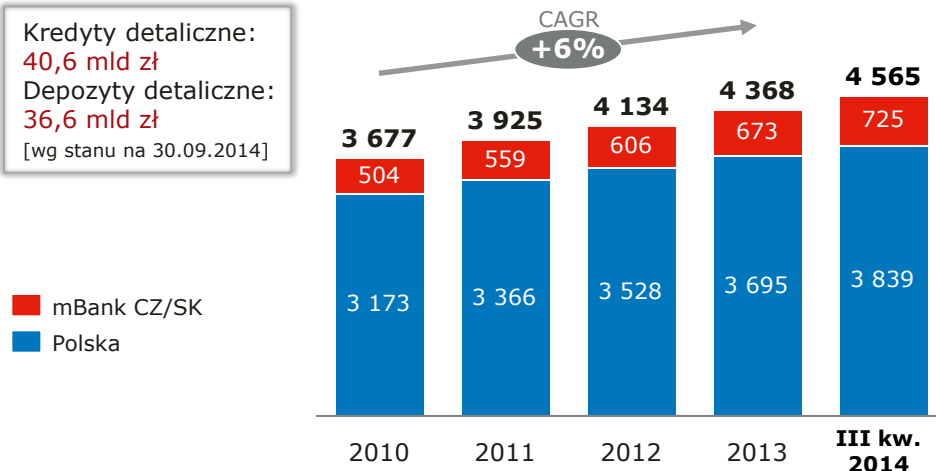


Dochody ogółem: 2 999,3 mln zł

Największa rozwinięta w sposób organiczny bankowość detaliczna w Polsce

Liczba klientów detalicznych (tys.)

Kredyty detaliczne:
40,6 mld zł
Depozyty detaliczne:
36,6 mld zł
[wg stanu na 30.09.2014]



Kluczowe zalety bankowości detalicznej

Uruchomienie platformy transakcyjnej **Nowego mBanku** z ponad 200 nowymi funkcjami i usprawnieniami: najnowocześniejszy interfejs użytkownika, CRM w czasie rzeczywistym, program rabatowy mOkazje, expert online, płatności peer-to-peer, mNawigacja Finansowa

4 VI 2013



Dwukrotnie wyróżniony nagrodą "Best of Show" za projekt Nowego mBanku

Nowy mBank uznany za najbardziej przełomową innowację na świecie



Pozycja mBanku w bankowości internetowej i mobilnej wg stanu na 30.06.2014

Liczba klientów z dostępem do bankowości internetowej	3,33 mln	#2
Liczba użytkowników bankowości mobilnej	0,77 mln	#1
Udział w rachunkach klientów indywidualnych	9,7%	#4



W lutym 2014 r. mBank wprowadził **nową aplikację mobilną** pozwalającą klientom na łatwy dostęp do rachunków, kart, kredytów, lokat, ubezpieczeń, notowań akcji i kursów walut oraz portfela inwestycyjnego.

Źródło: Report PRNews.pl

Zadowolenie klientów potwierdzone nagrodami

„Przyjazny bank Newsweeka”

- Druga pozycja w kategoriach „Bank internetowy” oraz „Bankowość mobilna” w 2014
- Trzecie miejsce wśród banków tradycyjnych oferujących najwyższą jakość obsługi



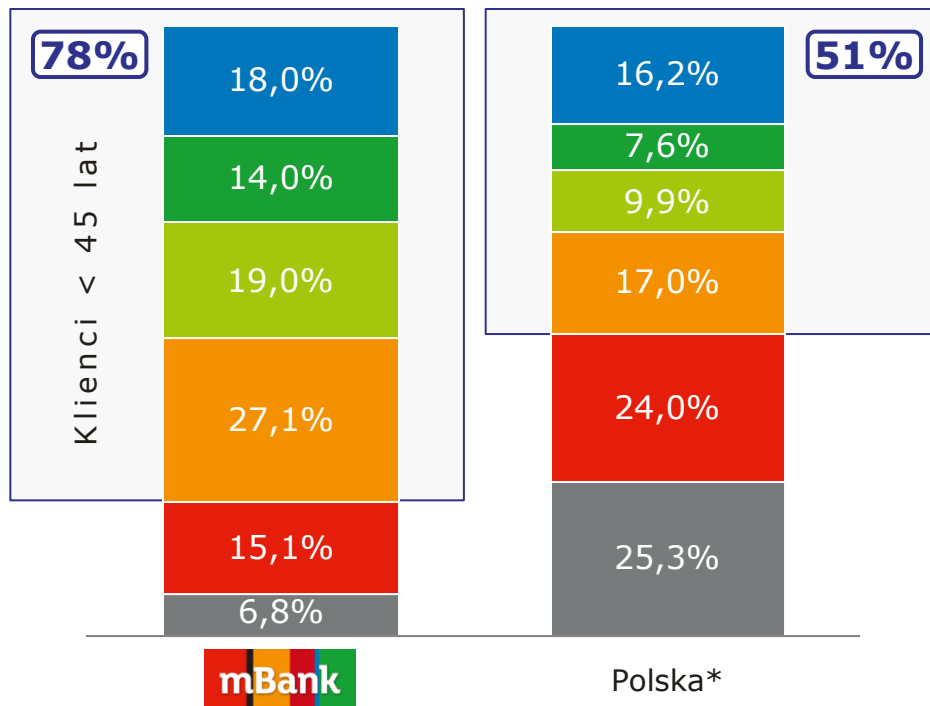
"Najlepsza bankowość prywatna w Polsce"



Pierwsza pozycja w latach 2012, 2013 i 2014 w rankingu TNS Polska i Pulsu Biznesu „Jakość na bank”

Korzystny profil demograficzny klientów detalicznych mBanku

Struktura wieku klientów mBanku

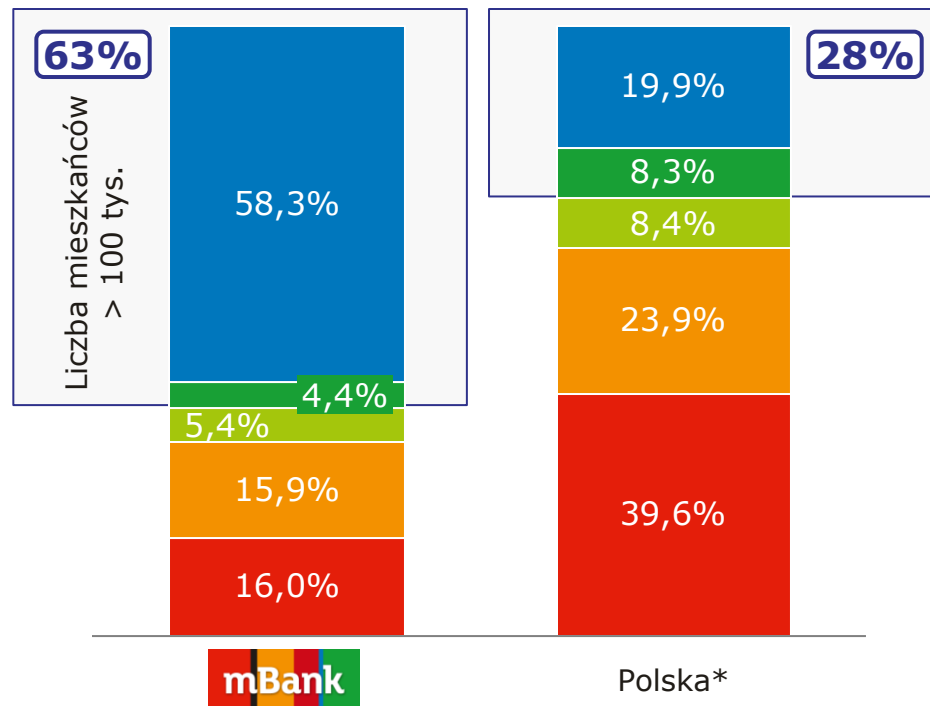


■ poniżej 26 ■ < 30 ; 35) ■ < 45 ; 60)
■ < 26 ; 30) ■ < 35 ; 45) ■ 60 i więcej

- Baza klientów detalicznych reprezentuje atrakcyjny profil demograficzny, obejmujący młodszą populację
- Z 60% pomiędzy 26-44 rokiem życia, klienci mBanku posiadają większy potencjał do cross-selling'u w porównaniu z ogółem dojrzałej populacji Polski (34%)

* Rozkład populacji Polski z wyłączeniem osób poniżej 15 roku życia

Rozkład klientów mBanku według miejsca zamieszkania



■ powyżej 200 tys. ■ < 50 ; 100) tys. ■ wieś
■ < 100 ; 200) tys. ■ poniżej 50 tys.

- Większość klientów mBanku mieszka na obszarach zurbanizowanych i w miastach pow. 100 tys. mieszkańców
- Taka charakterystyka sprawia, że klienci mBanku są mniej zagrożeni bezrobociem, jak również uzasadnia model działalności z niewielką liczbą oddziałów

* Rozkład całej populacji Polski

Źródło: Obliczenia na podstawie wewnętrznych statystyk detalicznych mBanku na koniec I kw./14 oraz danych Głównego Urzędu Statystycznego na 31.12.2013.

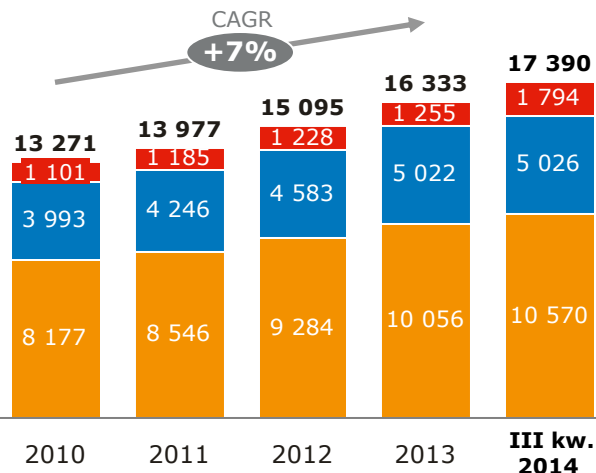
Silna pozycja i najwyższe kompetencje w bankowości korporacyjnej

Liczba klientów korporacyjnych

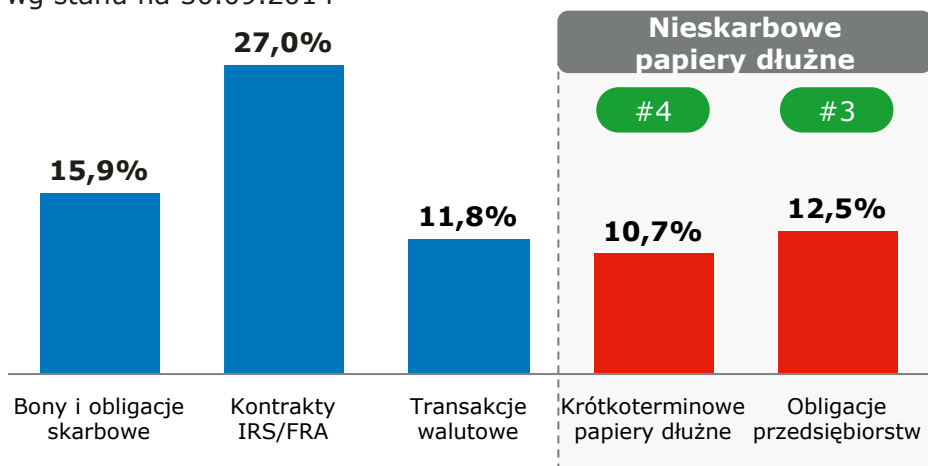
Kredyty korporacji:
31,5 mld zł
Depozyty korporacji:
31,6 mld zł
[wg stanu na 30.09.2014]

Podział klientów:

- K1 – roczne obroty powyżej 500 mln zł i nie-bankowe instytucje finansowe
- K2 – roczne obroty od 30 mln zł do 500 mln zł
- K3 – roczne obroty poniżej 30 mln zł



Udziały rynkowe mBanku w bankowości inwestycyjnej wg stanu na 30.09.2014



Kluczowe zalety bankowości korporacyjnej

- Zintegrowana bankowość korporacyjna i inwestycyjna, z kompleksową ofertą produktową, zakotwiczoną w bankowości transakcyjnej
- Długoletnie doświadczenie w obsłudze klientów korporacyjnych przewagą konkurencyjną mBanku
- Technologicznie zaawansowany CRM
- Unikatowy sektorowy model pokrycia dla dużych korporacji
- Model geograficznej bliskości dla mniejszych przedsiębiorstw



Wybrane wyróżnienia międzynarodowe

"Najlepszy dostawca platformy wymiany walut w Polsce 2014"



"Najlepszy bank w zakresie finansowania handlu w Polsce 2014"



"The Best Corporate/Institutional Internet Bank in Poland 2014" w konkursie "World's Best Internet Banks" w regionie CEE



Pełny zakres oferty dopełniany przez Spółki Grupy mBanku

Przegląd najważniejszych Spółek Grupy mBanku

Bank Hipoteczny

założony w 1999 r.

wyspecjalizowany bank hipoteczny
i największy emitent listów zastawnych
na polskim rynku

- Wartość nominalna wyemitowanych listów zastawnych: **2,8 mld zł**
- Listy zastawne wyemitowane w 2014: **500 mln zł i 70,5 mln euro**

Leasing

założony w 1991 r.

oferuje leasing finansowy i operacyjny
samochodów osobowych, ciężarowych,
maszyn i nieruchomości

- Umowy leasingowe po 9M/14:
2 260 mln zł
- Udział w rynku: **7,3%**, pozycja: 3.

Faktoring

założony w 1995 r.

oferuje faktoring krajowy
i eksportowy z regresem i bez
oraz gwarancje importowe

- Umowy faktoringowe po 9M/14:
6 277 mln zł
- Udział w rynku: **7,7%**, pozycja: 7.

Wealth Management

założone w 2000 r.

usługi zarządzania majątkiem,
w tym planowanie finansowe,
podatkowe i doradztwo inwestycyjne
oraz zarządzanie portfelami papierów
wartościowych na zlecenie

- Aktywa pod zarządzaniem na koniec
III kw./14: **5,0 mld zł**

Dom Maklerski

założony w 1991 r.

oferuje pełny zakres usług i produktów
dla inwestorów instytucjonalnych i
indywidualnych oraz emitentów

- Udziały rynkowe po 9M/14:
akcje – 3,7%, obligacje – 2,8%,
futures – 18,5%, opcje – 19,5%
- Liczba rachunków: **293,3 tys.**

BRE Ubezpieczenia

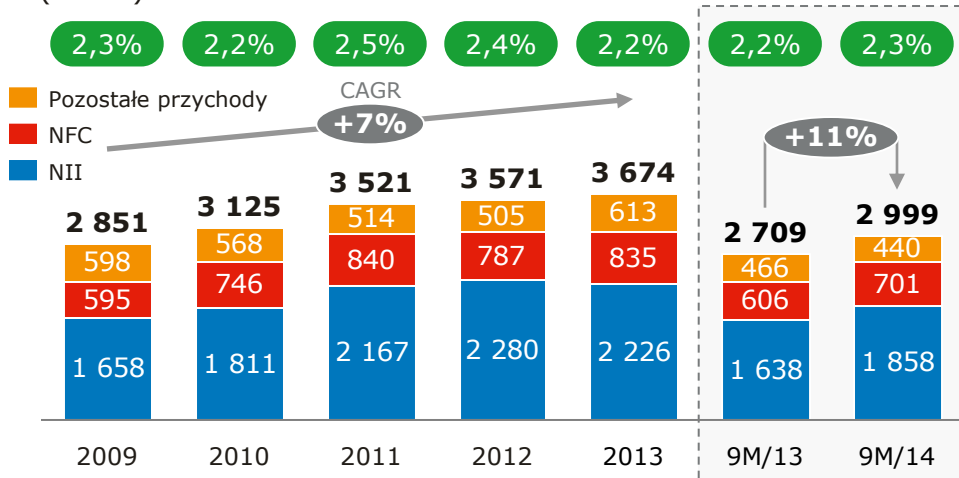
założone w 2006 r.

wyspecjalizowane w ubezpieczeniach
majątkowych (w tym samochodu,
podróży, domu) oraz bancassurance
dla instytucji finansowych

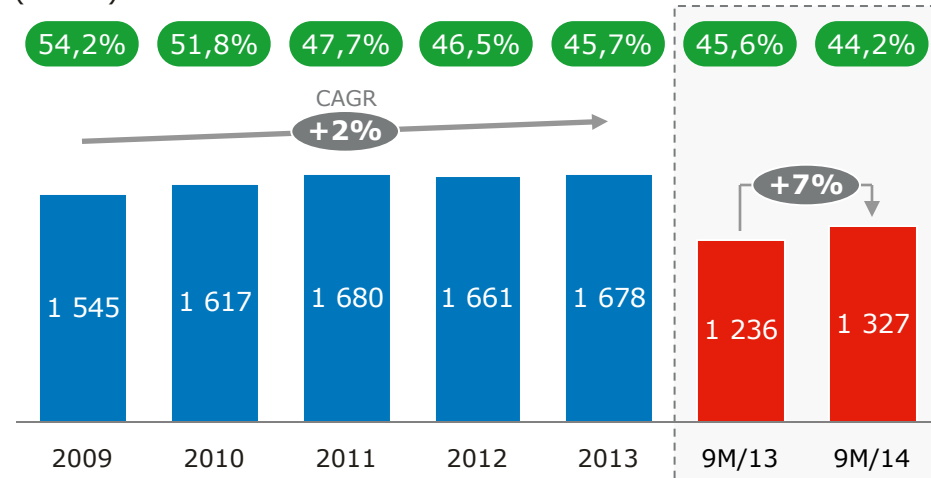
- Przypis składki brutto po 9M/14:
1 208 mln zł, z czego 1 024 mln zł
w obszarze bancassurance

Wysoce efektywna platforma bankowa podstawą solidnych wyników finansowych

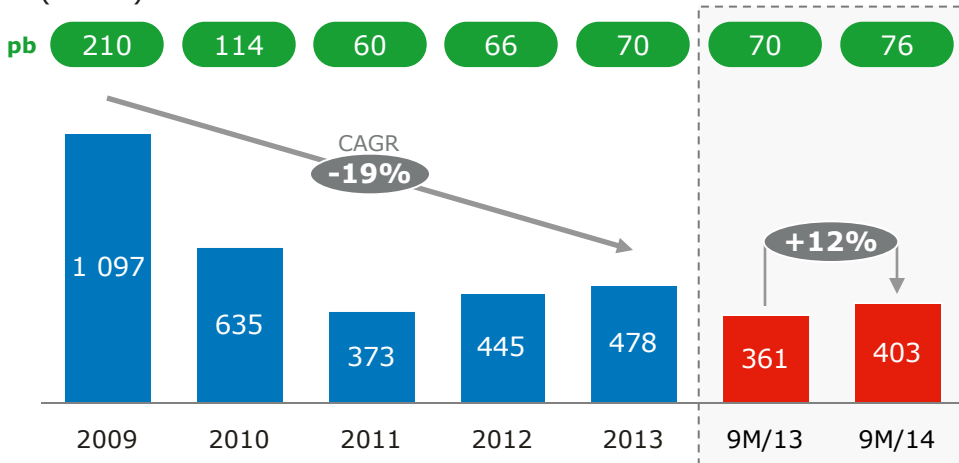
Dochody ogółem i marża (mln zł)



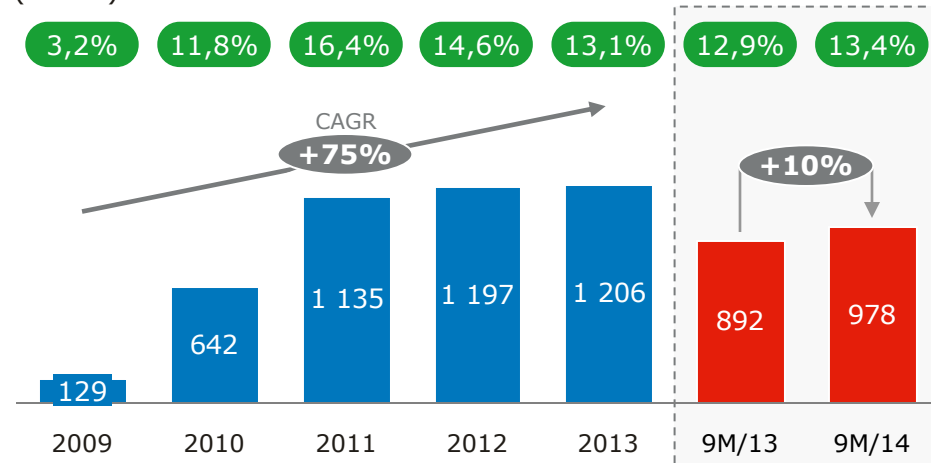
Koszty ogółem i wskaźnik C/I (mln zł)



Odpisy netto na kredyty i koszty ryzyka (mln zł)



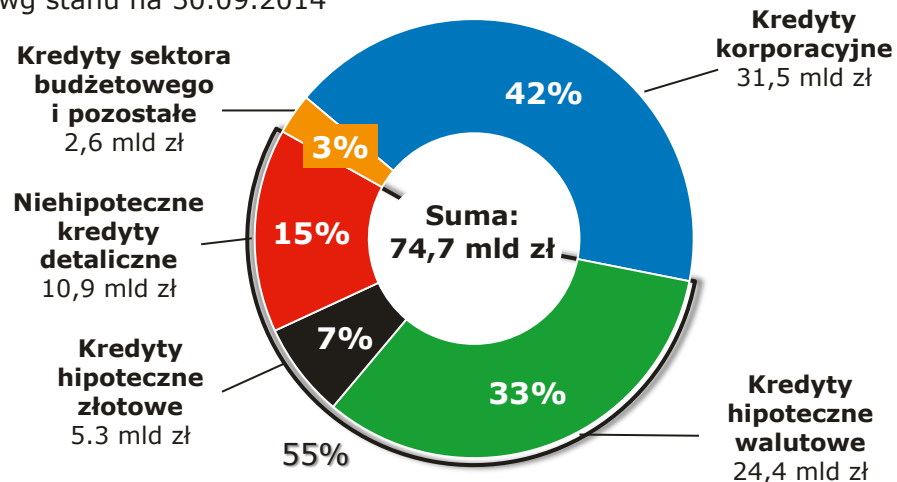
Zysk netto i zwrot na kapitale (ROE) (mln zł)



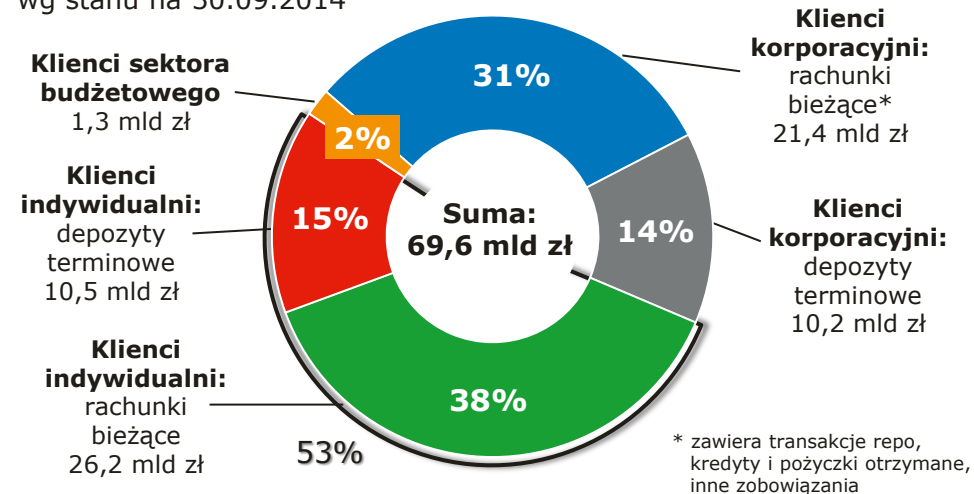
Uwaga: Wyniki za 2012 r. zostały przekształcone w związku z dostosowaniem księgowania przychodów z działalności bancassurance zgodnie z wytycznymi KNF.

Dobrze zrównoważony model biznesowy odzwierciedlony w strukturze wolumenów

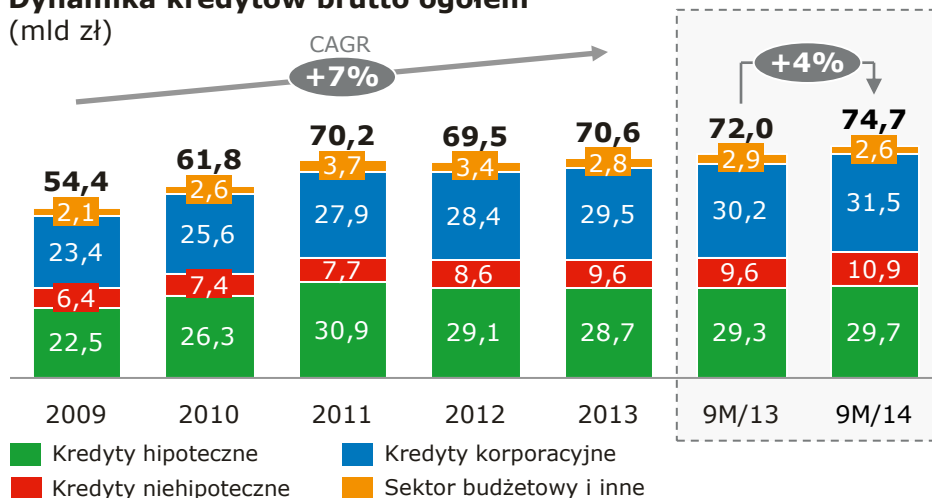
Struktura kredytów brutto Grupy mBanku
wg stanu na 30.09.2014



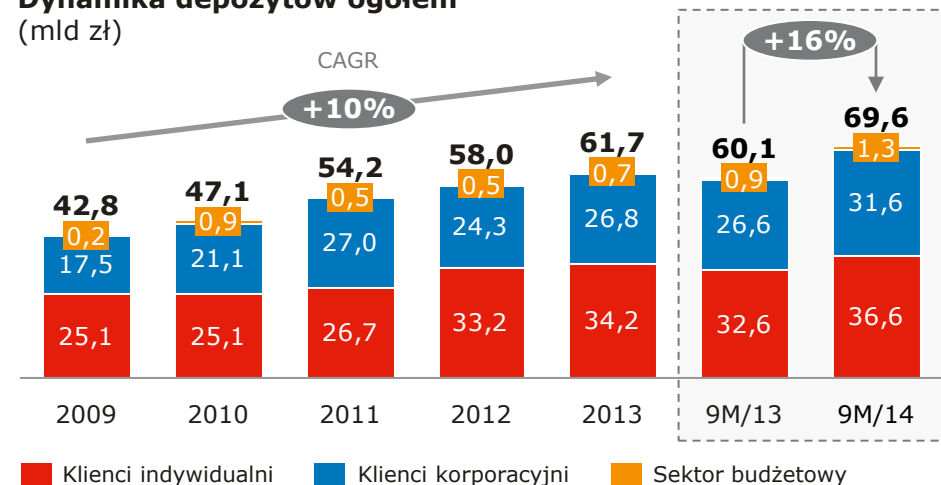
Struktura depozytów Grupy mBanku
wg stanu na 30.09.2014



Dynamika kredytów brutto ogółem
(mld zł)



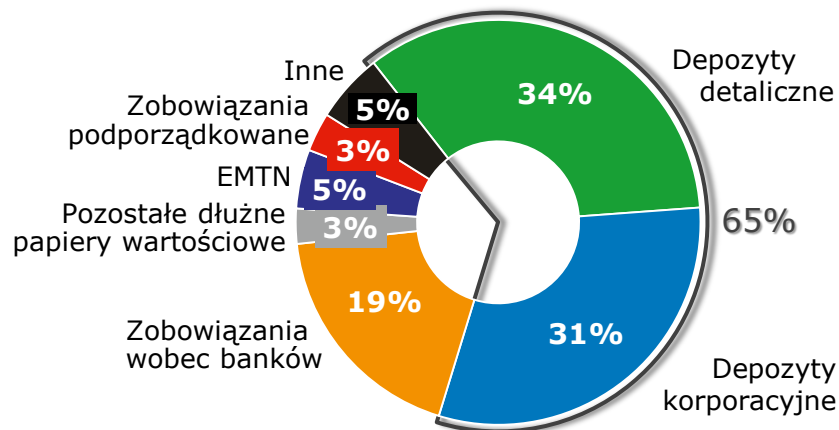
Dynamika depozytów ogółem
(mld zł)



Uwaga: Wyniki za 2012 r. zostały przekształcone w związku z dostosowaniem księgowania przychodów z działalności bancassurance zgodnie z wytycznymi KNF.

Zdywersyfikowana baza finansowania i silna baza kapitałowa

Struktura finansowania Grupy mBanku
wg stanu na 30.09.2014



Ratingi mBanku

Fitch	
Rating długotermin.	A
Rating krótkotermin.	F1
Standard & Poor's	
Rating kredytowy długotermin.	BBB+
Rating kredytowy krótkotermin.	A-2

Główne emisje instrumentów dłużnych

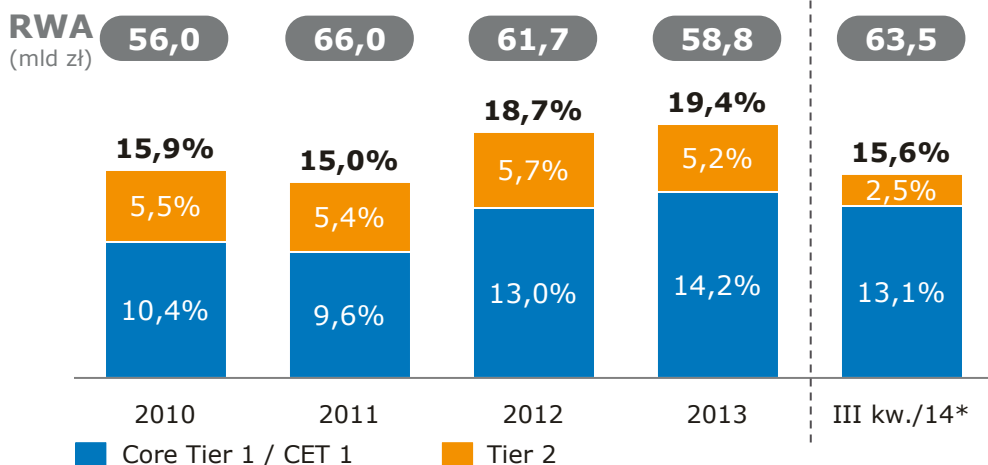
Dług niezabezpieczony w ramach programu EMTN

Wielkość	Data emisji	Tenor	Kupon
500 mln EUR	12-10-2012	3,0 Y	2,75%
200 mln CHF	08-10-2013	5,0 Y	2,50%
500 mln CZK	06-12-2013	5,0 Y	2,32%
500 mln EUR	01-04-2014	5,0 Y	2,375%

Dług podporządkowany (Tier II)

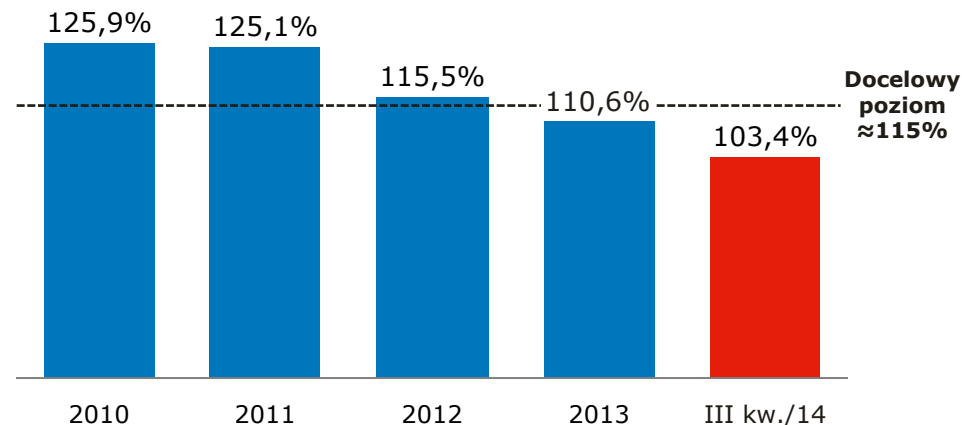
Wielkość	Data emisji	Tenor	Kupon
500 mln PLN	03-12-2013	10,0 Y	WIBOR 6M + 225 pb

Wskaźniki kapitałowe Grupy mBanku



* Od końca marca 2014 r. wskaźniki kapitałowe są obliczane według zasad opartych na Bazylei III

Wskaźnik kredyty/depozyty Grupy mBanku



Strategia Grupy mBanku na lata 2012-2016

Kluczowe elementy Strategii

Dalszy rozwój i wdrażanie koncepcji „Jednego Banku”

- **Trwający rebranding Grupy** w celu skupienia całej działalności detalicznej w ramach **strategii „Jednego banku”** oraz reorganizacja bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej w „jedną” zintegrowaną ofertę dla klienta
- Nowa koncepcja **„Jednej sieci”**, aby dostosować się do zmieniającego się zachowania klientów i zwiększyć dostępność sieci oddziałów
- Pozycjonowanie mBanku jako synonimu i ikony **bankowości mobilnej**
- Osiągnięcie i utrzymanie pozycji **najbardziej wygodnego banku transakcyjnego w Polsce**

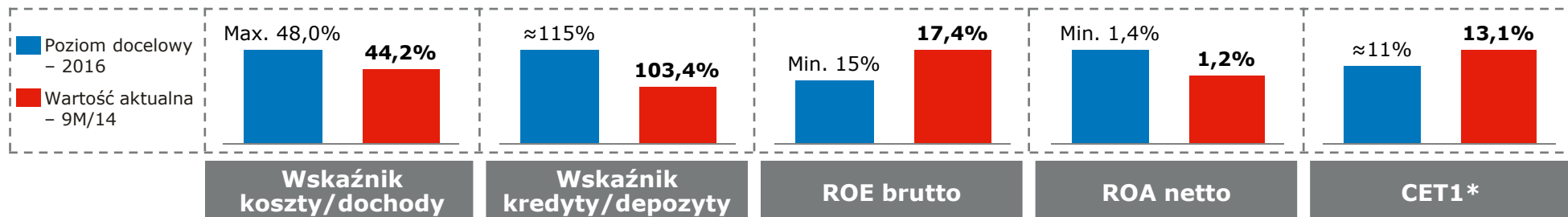
Selektywne wykorzystanie atrakcyjnych możliwości rozwoju w obydwu segmentach działalności

- **Bankowość detaliczna:** zwiększona akwizycja klientów poprzez platformę **„Nowego mBanku”**; wzrost działalności kredytowej o bardziej atrakcyjnej relacji ryzyka do zwrotu i wyższej marży; zapewnienie stabilnej i adekwatnej bazy depozytowej w oparciu o transakcyjność
- **Bankowość korporacyjna:** **zwiększenie akcji kredytowej** oraz zintegrowana oferta bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej **dla małych i średnich przedsiębiorstw**; dalszy wzrost liczby klientów we wszystkich segmentach

Aktywne zarządzanie bilansem i ciągła poprawa rentowności

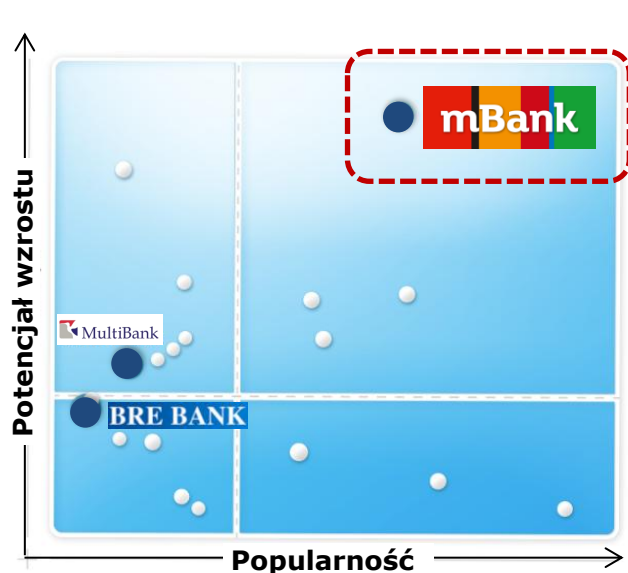
- **Dalszy nacisk na pozyskiwanie zdywersyfikowanego i atrakcyjnego cenowo finansowania**, w tym poprzez nowy program emisji listów zastawnych przez mBank Hipoteczny
- **Poprawa rentowności aktywów** dzięki zmianie struktury kredytów i spadkowi udziału portfela walutowego
- **Strategiczne cele finansowe na lata 2012-2016 praktycznie osiągnięte.** Nacisk na utrzymanie odpowiedniej kapitalizacji, ścisła kontrola kosztów, zrównoważony wzrost działalności i poprawa zwrotu dla akcjonariuszy, w tym przez wypłaty dywidendy (>50%)

2012-2016 strategiczne cele finansowe – prawie już osiągnięte



* Poziom docelowy według podejścia AIRB opartego na Bazylei II, wartość aktualna wskaźnika według zasad opartych na Bazylei III

Rebranding: mBank – suma wszystkich mocnych stron



- **mBank** zwyciężył w lokalnej klasyfikacji globalnego rankingu marek Value-D firmy Millward Brown
 - **#1** wśród instytucji finansowych i przed takimi popularnymi markami jak Tyskie czy Play
 - Żadna instytucja finansowa w innym kraju nie zdobyła pierwszej pozycji w rankingu

mBank

MultiBank

BRE BANK SA

Wzór dla nowoczesnej, wygodnej i przyjaznej **bankowości detalicznej**

Wielokrotnie nagradzana platforma **dla wymagających zamożnych klientów**, którzy cenią wysoką jakość usług i indywidualne doradztwo

Pełny zakres najwyższej jakości usług **dla klientów korporacyjnych i private banking**

wprowadzenie
25 XI 2013

Wszystkie marki w jednym miejscu pod wspólnym szyldem

mBank