

# Grupa mBanku - wprowadzenie

Najbardziej udany wzrost organiczny w Polsce



Listopad 2015

# Grupa mBanku w pigułce

## Ogólne informacje

- Utworzony w 1986 r., mBank (pierwotnie BRE – Bank Rozwoju Eksportu) **jest czwartym bankiem uniwersalnym w Polsce** pod względem aktywów i kredytów oraz piątym według bazy depozytowej na koniec września 2015 r.
- Obsługuje **4,2 miliona klientów detalicznych** i 19 086 klientów korporacyjnych **w Polsce** oraz ponad 800 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. 4,0 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 'BBB-' od Fitch i 'BBB' od Standard & Poor's
- Strategiczny akcjonariusz, niemiecki Commerzbank, posiada 69,5% udziału w mBanku

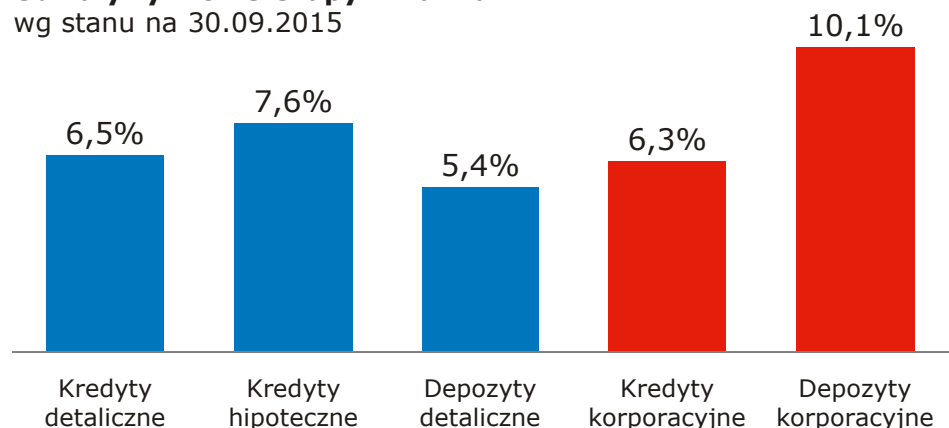
## Kluczowe dane finansowe (mln zł)

	2012	2013	2014	9M/15
Kredyty netto	66 947	68 210	74 582	79 407
Aktywa ogółem	102 145	104 283	117 986	125 750
Depozyty	57 984	61 674	72 422	78 546
Kapitały	9 619	10 256	11 073	11 923
Dochody ogółem	3 571	3 674	3 939	2 983
<b>Zysk netto</b>	<b>1 197</b>	<b>1 206</b>	<b>1 287</b>	<b>992</b>
Koszty/Dochody	46,5%	45,7%	44,9%	47,0%
Koszty ryzyka (bp)	66	70	72	55
ROE netto	14,6%	13,1%	13,1%	12,1%
Współczynnik CET 1	13,0%	14,2%	12,2%	14,1%
TCR	18,7%	19,4%	14,7%	17,0%
Wskaźnik NPL	5,2%	6,3%*	6,3%*	5,9%*
Wskaźnik pokrycia	69,6%	53,6%*	57,2%*	62,6%*

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

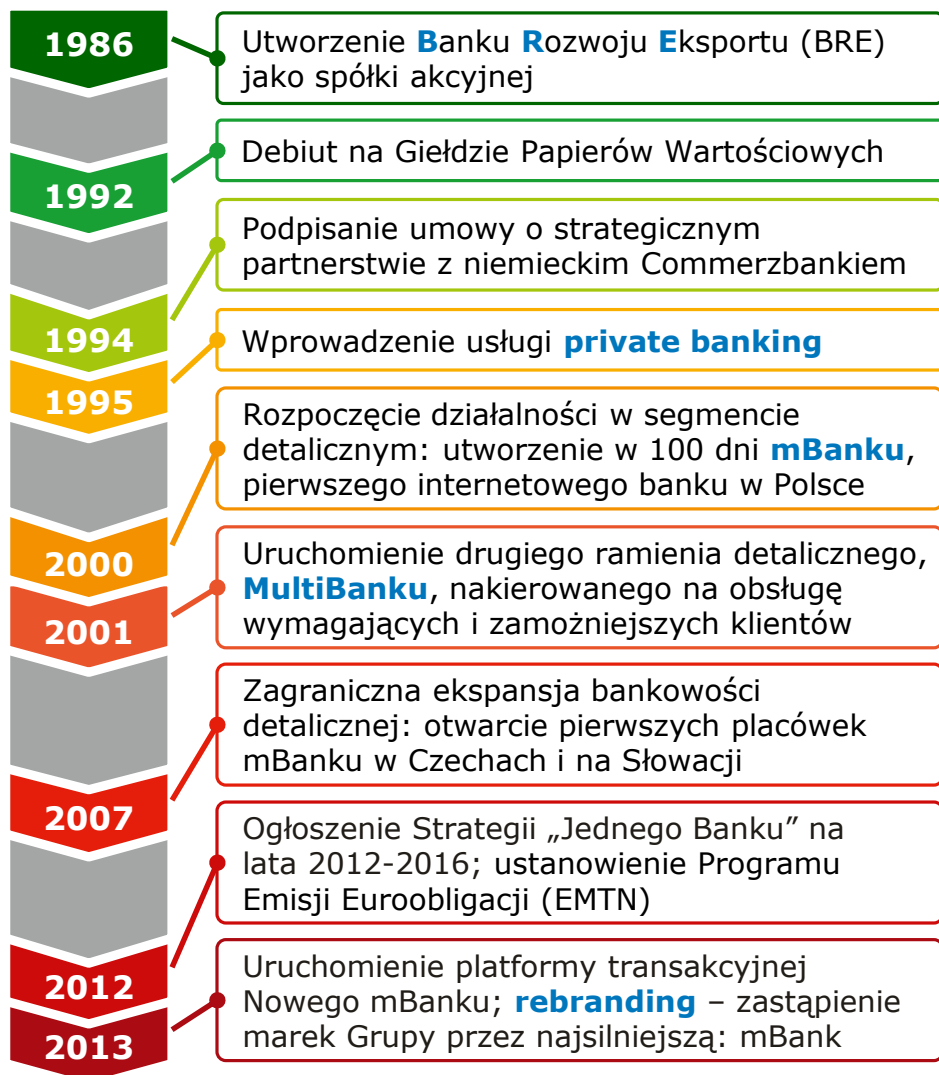
## Udziały rynkowe Grupy mBanku

wg stanu na 30.09.2015



# Od wyspecjalizowanego banku korporacyjnego do dużego banku uniwersalnego

## Zarys historii



## Kluczowe linie biznesowe – 9M 2015

### Bankowość Detaliczna

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



Polska

Czechy i Słowacja

5 054 tys. klientów

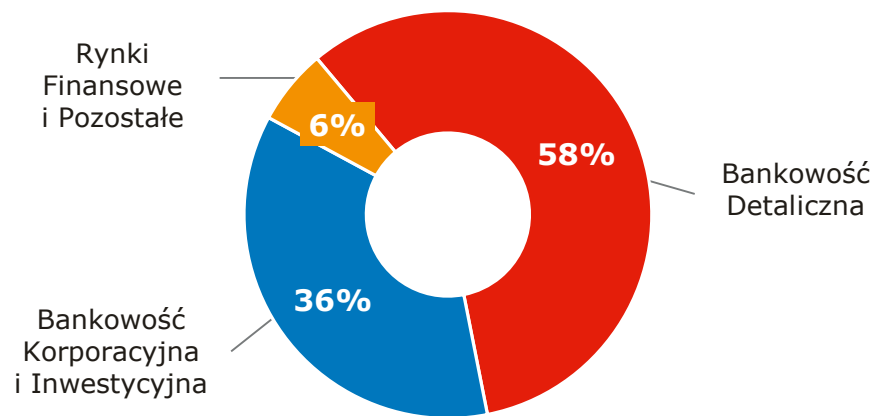
### Korporacje i Rynki Finansowe

Kompleksowa oferta:

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

19 086 klientów

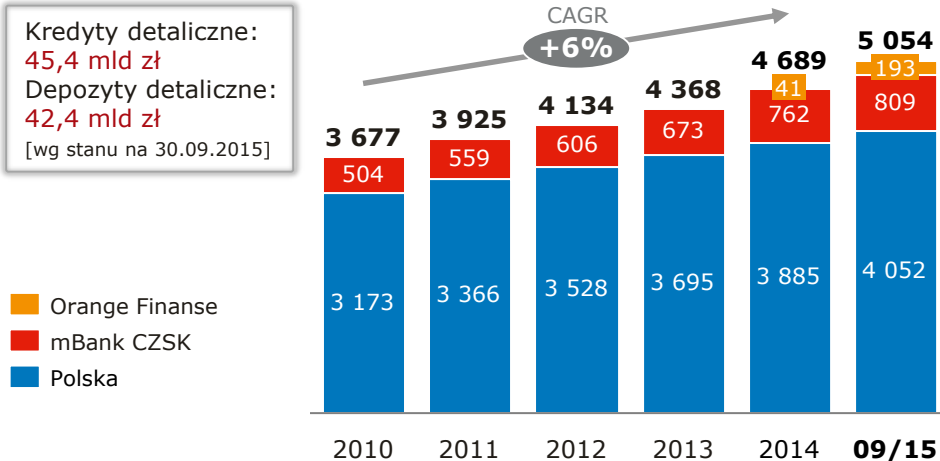
## Struktura przychodów Grupy mBanku – 2014



Dochody ogółem: 3 939 mln zł

# Największa rozwinięta w sposób organiczny bankowość detaliczna w Polsce

## Liczba klientów detalicznych (tys.)



## 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 30.06.2015

Liczba klientów z dostępem do bankowości internetowej	<b>3,67 mln</b>	<b>#2</b>
Liczba użytkowników bankowości mobilnej	<b>1,00 mln</b>	<b>#1</b>
Udział w rachunkach klientów indywidualnych	<b>10,2%</b>	<b>#3</b>



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



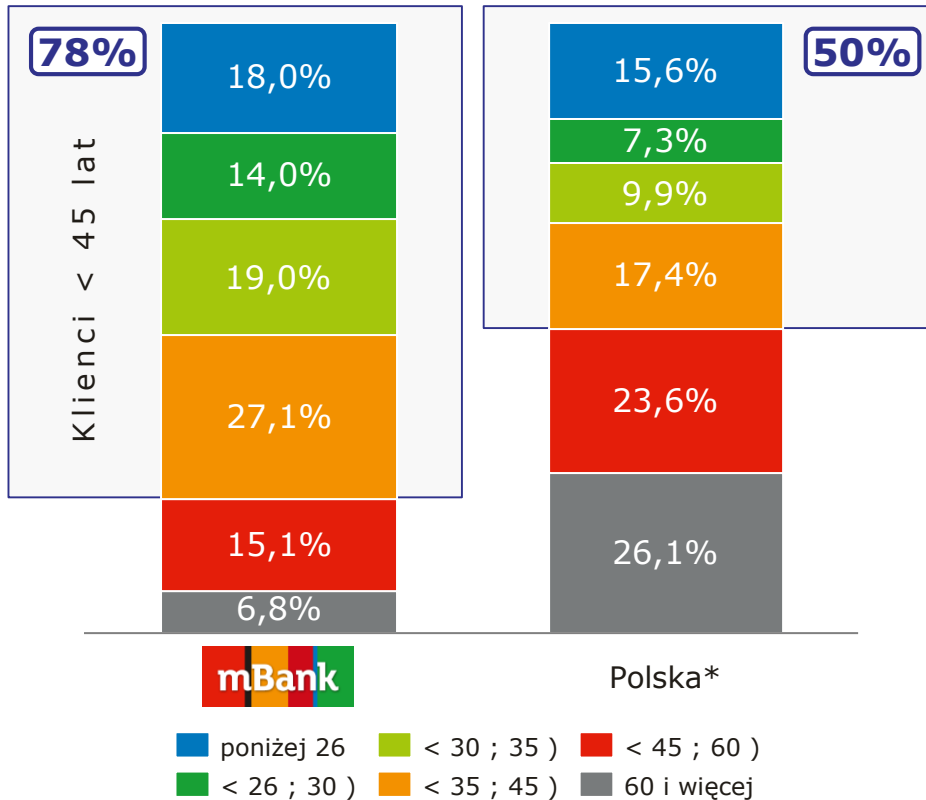
"Najlepsza bankowość prywatna w Polsce"



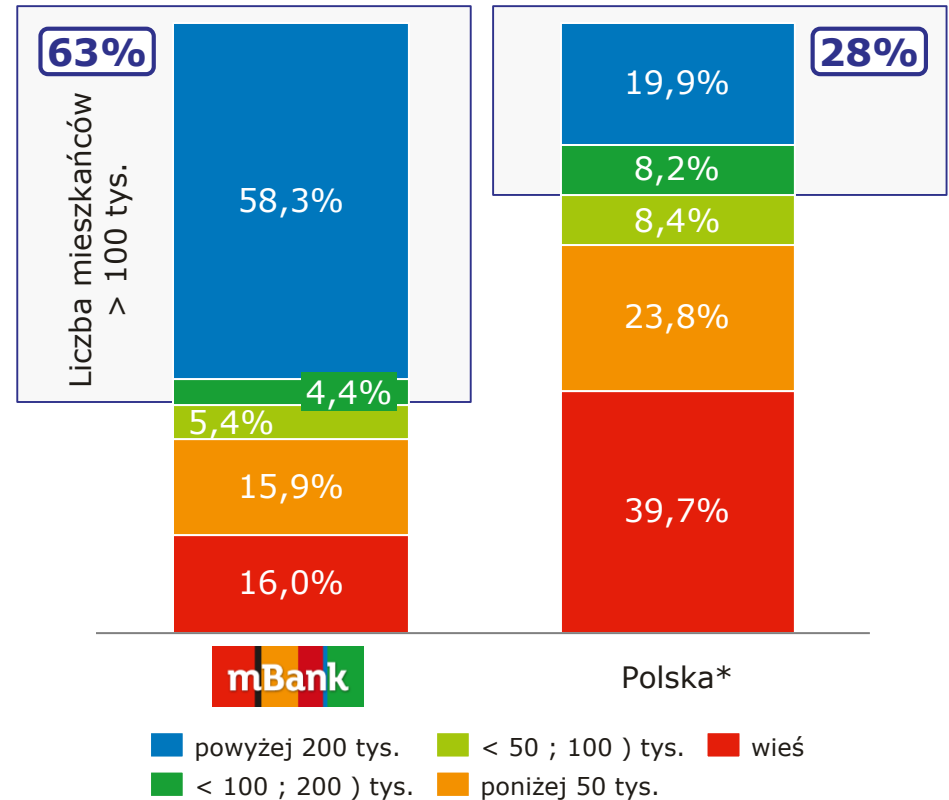
Pierwsza pozycja w latach 2012, 2013 i 2014 w rankingu TNS Polska i Pulsu Biznesu „Jakość na bank”

# Korzystny profil demograficzny klientów detalicznych mBanku

## Struktura wiekowa klientów mBanku



## Rozkład klientów mBanku według miejsca zamieszkania



- 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%)

- 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 populacji Polski z wyłączeniem osób poniżej 15 roku życia

\* Rozkład całej populacji Polski

Źródło: Obliczenia na podstawie wewnętrznych statystyk detalicznych mBanku na koniec I kw./14 oraz danych Głównego Urzędu Statystycznego na 31.12.2014.

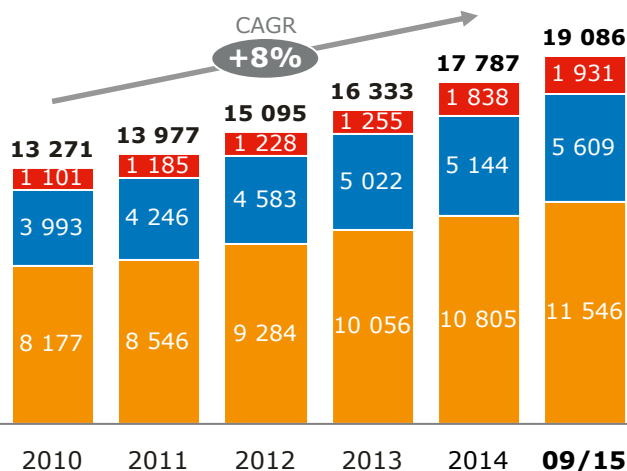
# Silna pozycja i najwyższe kompetencje w bankowości korporacyjnej

## Liczba klientów korporacyjnych

Kredyty korporacji:  
35,0 mld zł  
Depozyty korporacji:  
34,9 mld zł  
[wg stanu na 30.09.2015]

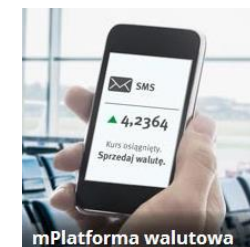
Podział klientów:

- 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

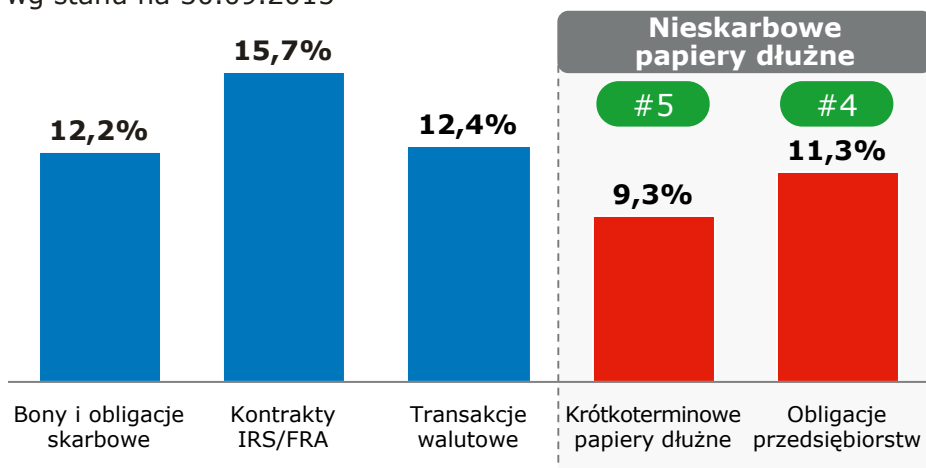


## Kluczowe zalety bankowości korporacyjnej

- 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



## Udziały rynkowe mBanku w bankowości inwestycyjnej wg stanu na 30.09.2015



## Wybrane wyróżnienia międzynarodowe

"Najlepszy dostawca platformy wymiany walut w Polsce 2015"

"Najlepszy dostawca usług w zakresie cash management w Polsce 2015"

GLOBAL FINANCE

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

GLOBAL FINANCE

# Pełny zakres oferty dopełniany przez Spółki Grupy mBanku

## Przegląd najważniejszych Spółek Grupy mBanku

### Bank Hipoteczny

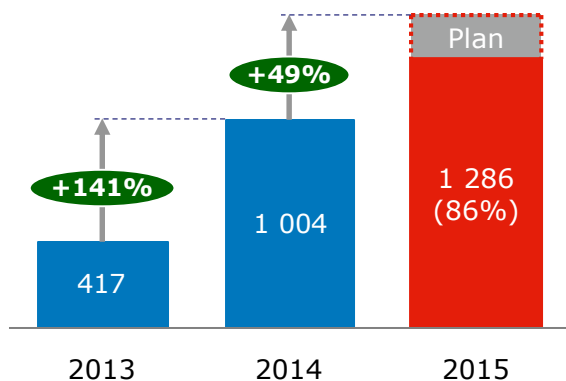
założony w 1999 r.

wyspecjalizowany bank hipoteczny i największy emitent listów zastawnych na polskim rynku

- Wartość nominalna wyemitowanych listów zastawnych: **3,9 mld zł**
- Listy zastawne wyemitowane w 2015: **950 mln zł** i **81 mln euro**

Emisje listów zastawnych (mln zł)

Cel 2015:  
**1,5 mld zł**



### Leasing

założony w 1991 r.

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

- Umowy leasingowe po 9M/15: 2 680 mln zł (+19% YoY)
- Udział w rynku: **7,5%**, pozycja: 5.

### Faktoring

założony w 1995 r.

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

- Umowy faktoringowe po 9M/15: 7 505 mln zł (+20% YoY)
- Udział w rynku: **7,8%**, 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./15: **5,2 mld zł**

### Dom Maklerski

założony w 1991 r.

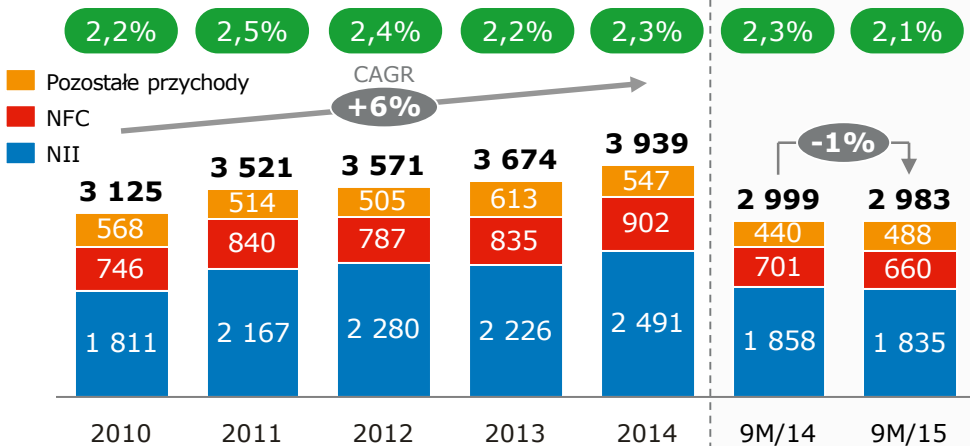
oferuje pełny zakres usług i produktów dla inwestorów instytucjonalnych i indywidualnych oraz emitentów

- Udziały rynkowe po 9M/15: akcje – 5,1%, obligacje – 7,3%, futures – 16,7%, opcje – 14,0%
- Liczba rachunków: **295,9 tys.**

# Wysoce efektywna platforma bankowa podstawą solidnych wyników finansowych

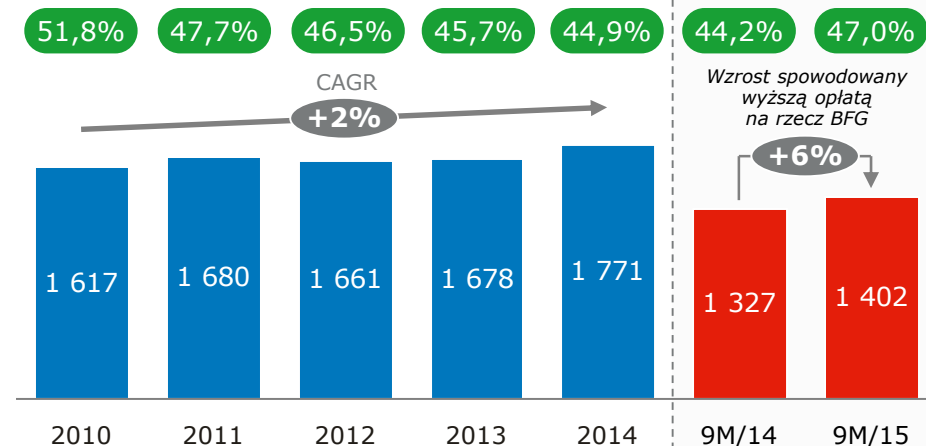
## Dochody ogółem i marża

(mln zł)



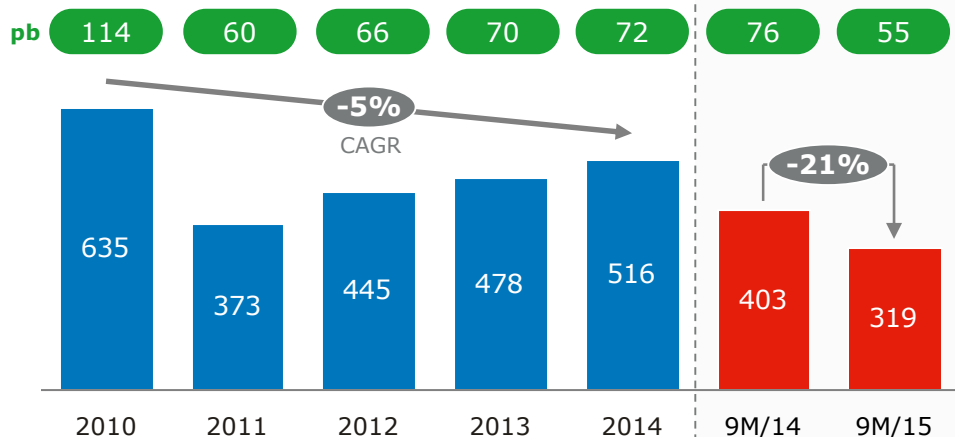
## Koszty ogółem i wskaźnik C/I

(mln zł)



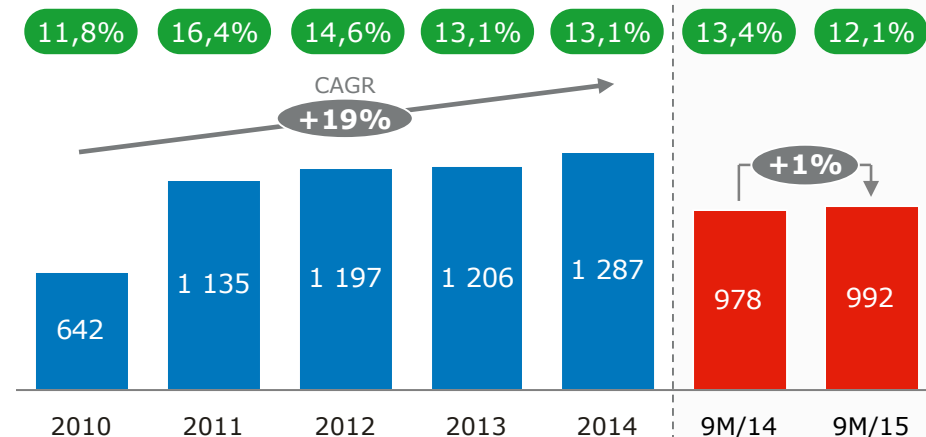
## Odpisy netto na kredyty i koszty ryzyka

(mln zł)



## Zysk netto i zwrot na kapitale (ROE)

(mln zł)

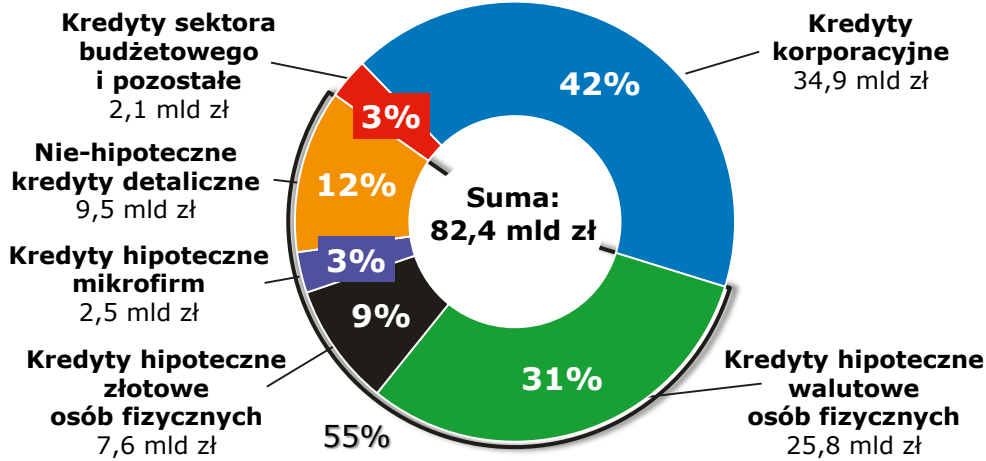




# Dobrze zrównoważony model biznesowy odzwierciedlony w strukturze wolumenów

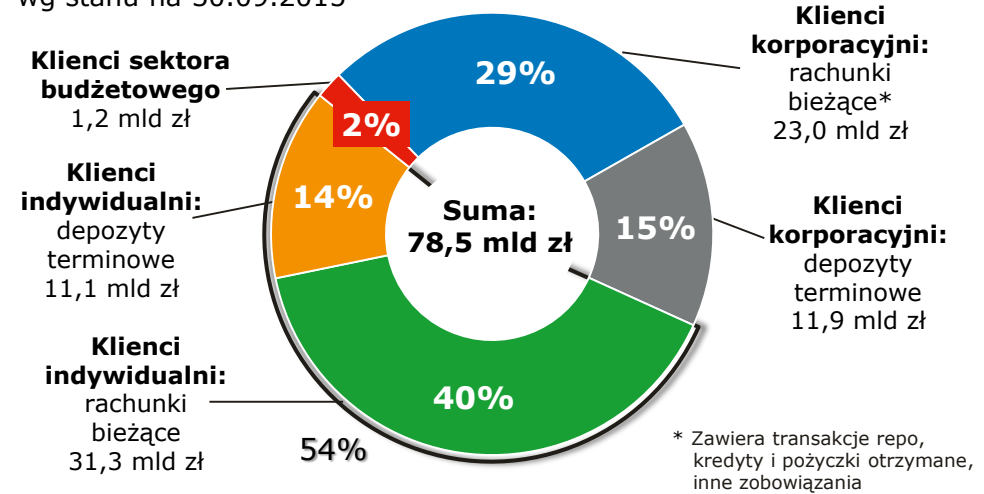
## Struktura kredytów brutto Grupy mBanku

wg stanu na 30.09.2015



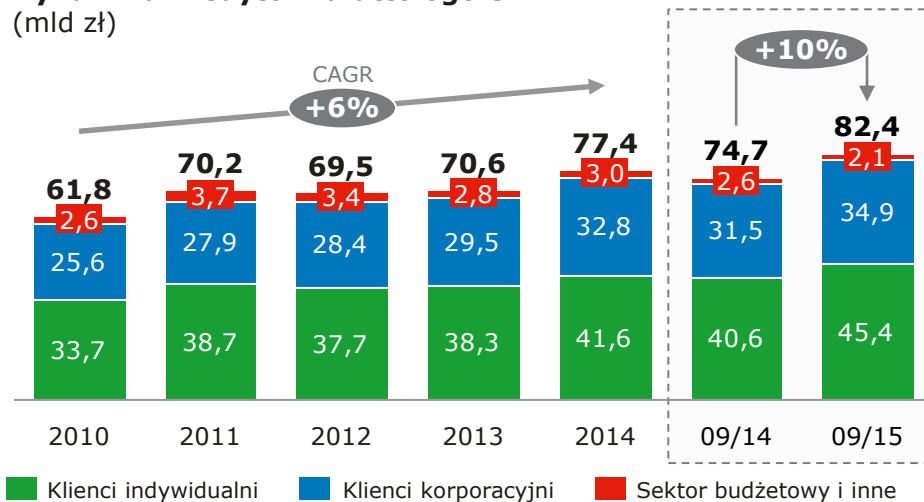
## Struktura depozytów Grupy mBanku

wg stanu na 30.09.2015



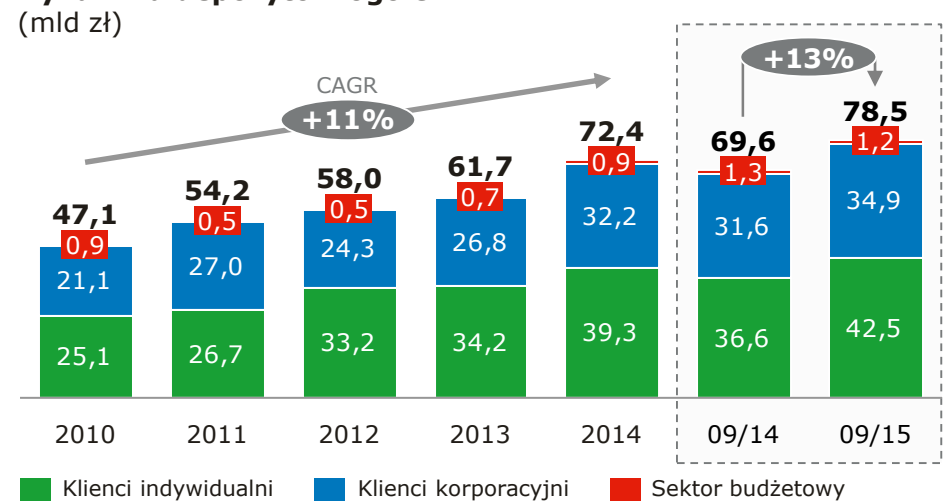
## Dynamika kredytów brutto ogółem

(mld zł)



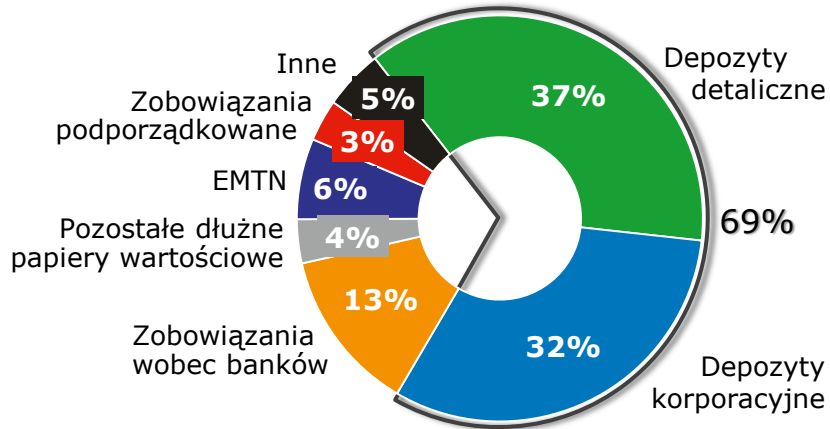
## Dynamika depozytów ogółem

(mld zł)



# Zdywersyfikowana baza finansowania i silna baza kapitałowa

**Struktura finansowania Grupy mBanku**  
wg stanu na 30.09.2015



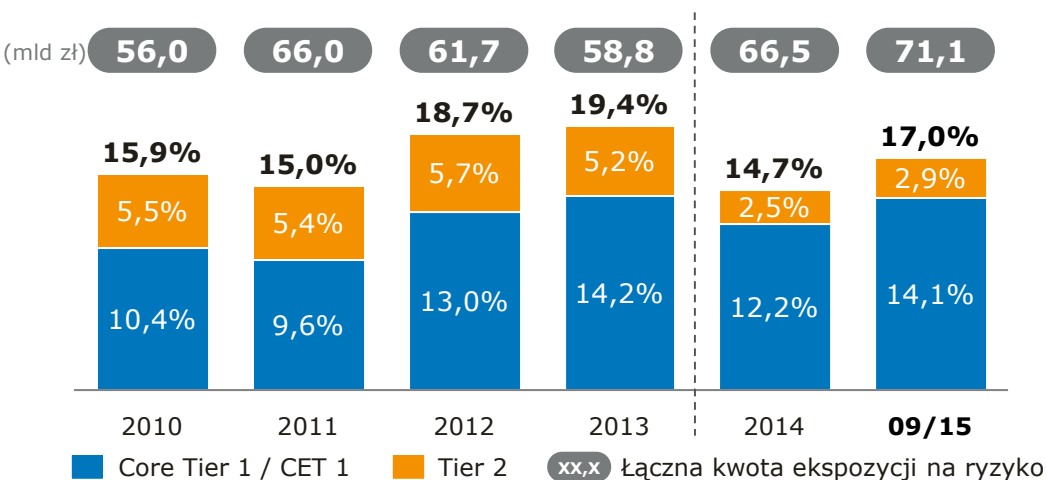
**Ratingi mBanku**

Fitch	
Rating długotermin.	<b>BBB-</b>
Rating krótkotermin.	<b>F3</b>
Standard & Poor's	
Rating kredytowy długotermin.	<b>BBB</b>
Rating kredytowy krótkotermin.	<b>A-2</b>

**Główne emisje instrumentów dłużnych**

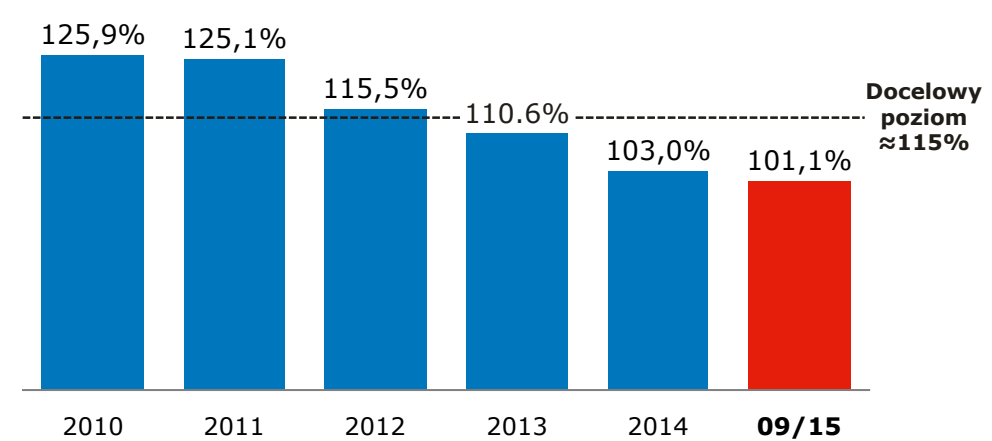
Wielkość	Data emisji	Tenor	Kupon
<b>Dług niezabezpieczony w ramach programu EMTN</b>			
200 mln CHF	08-10-2013	5,0 Y	2,500%
500 mln CZK	06-12-2013	5,0 Y	2,320%
500 mln EUR	01-04-2014	<b>5,0 Y</b>	<b>2,375%</b>
500 mln EUR	26-11-2014	<b>7,0 Y</b>	<b>2,000%</b>
<b>Dług podporządkowany (Tier II)</b>			
500 mln PLN	03-12-2013	10,0 Y	WIBOR 6M + 225 bps
750 mln PLN	17-12-2014	10,1 Y	WIBOR 6M + 210 bps

**Wskaźniki kapitałowe Grupy mBanku**



Uwaga: 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”

- **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**

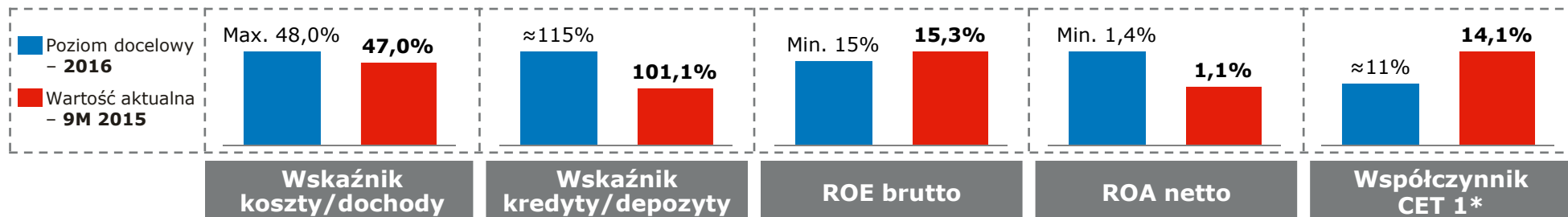
### Selektywne wykorzystanie atrakcyjnych możliwości rozwoju w obydwu segmentach działalności

- **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