

## X. Obszar Bankowości Detalicznej

Model biznesu bankowości detalicznej w 2012 roku oparty był na kilku markach (mBank, MultiBank oraz Private Banking), ale począwszy od początku 2012 roku mBank i MultiBank prezentowane są jako „Bankowość Detaliczna w Polsce”.

Historycznie, grupę docelową mBanku stanowili ludzie młodzi, samodzielni, poszukujący alternatywnych usług bankowych o niskich kosztach, jak również mikroprzedsiębiorstwa. MultiBank nastawiony był na obsługę klientów zamożnych i małych firm, poszukujących spersonalizowanych usług najwyższej jakości. Obecnie BRE Bank prowadzi proces ujednolicenia oferty produktów i usług, tak aby zaspokojone zostały potrzeby poszczególnych segmentów klientów detalicznych w ramach jednej marki bankowości detalicznej pod szyldem „mBank” (więcej informacji o rebrandingu w rozdziale „Strategia Grupy BRE Banku na lata 2012-2016 i jej realizacja”).

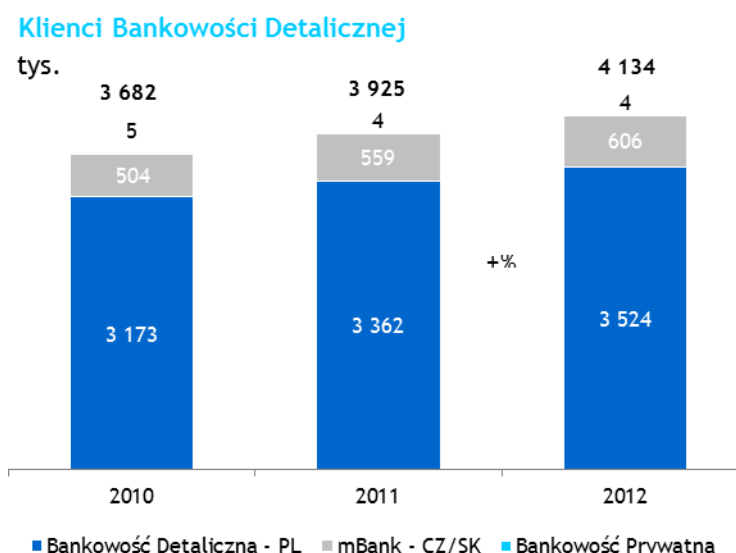
Co więcej, najbardziej zamożnym klientom oferowana jest szeroka gama produktów i strategii inwestycyjnych poprzez spółkę BRE Wealth Management.

Szeroki asortyment produktów i usług oferowany jest poprzez zintegrowaną platformę internetową. Model taki pozwala na oferowanie różnym segmentom klientów usług lepiej dopasowanych do ich potrzeb i jest głównym czynnikiem wspierającym stały wzrost liczby klientów.

### X.1. Klienci detaliczni

Od kilku lat BRE Bank pozostaje rynkowym liderem w pozyskiwaniu nowych klientów detalicznych. Na koniec 2012 roku liczba klientów była wyższa o 209,4 tys. (+5,3%) w stosunku do grudnia 2011 roku, a ich liczba osiągnęła ponad 4,1 miliona.

Wykres przedstawia przyrost liczby klientów detalicznych w ostatnich latach.



Pośród klientów obsługiwanych w Polsce są nie tylko osoby fizyczne, ale również mikroprzedsiębiorstwa. Na koniec grudnia 2012 roku było ich 426 tys., z czego 16,3 tys. (+4,0%) pozyskano w 2012 roku.

## X.2. Oferta produktowa

Dane przedstawione w rozdziale X.2. oparte są na wewnętrznej informacji zarządczej BRE Banku.

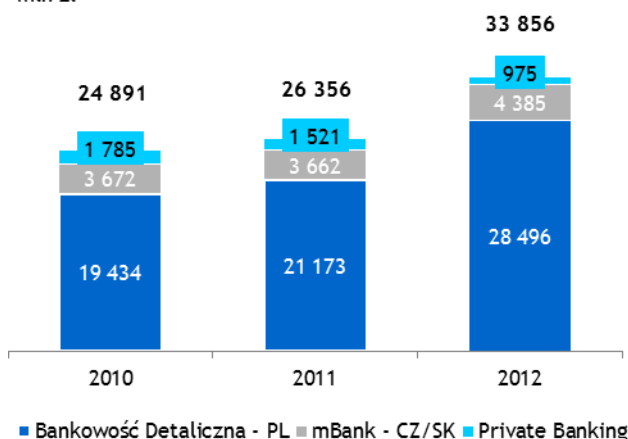
### Depozyty i fundusze inwestycyjne

Poprzez „supermarket funduszy” klienci BRE Banku mogą nabywać zarówno jednostki krajowych jak i zagranicznych funduszy inwestycyjnych, a także produkty finansowe dopasowane do indywidualnych kryteriów inwestycyjnych, oferowane przez zewnętrznych dostawców.

Poniższe wykresy przedstawiają w sposób szczegółowy zmiany w poziomie depozytów i środków ulokowanych w funduszach inwestycyjnych.

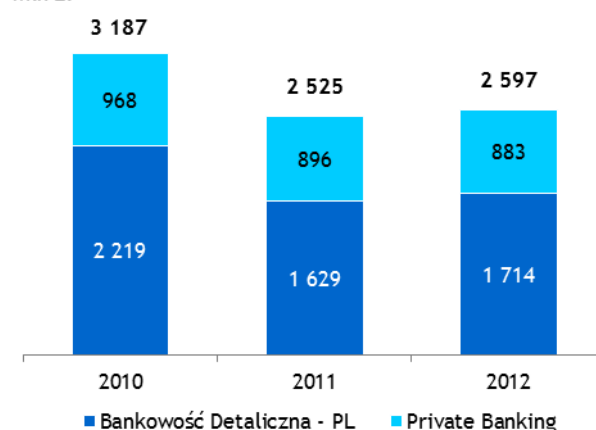
#### Depozyty

mln zł



#### Fundusze inwestycyjne

mln zł



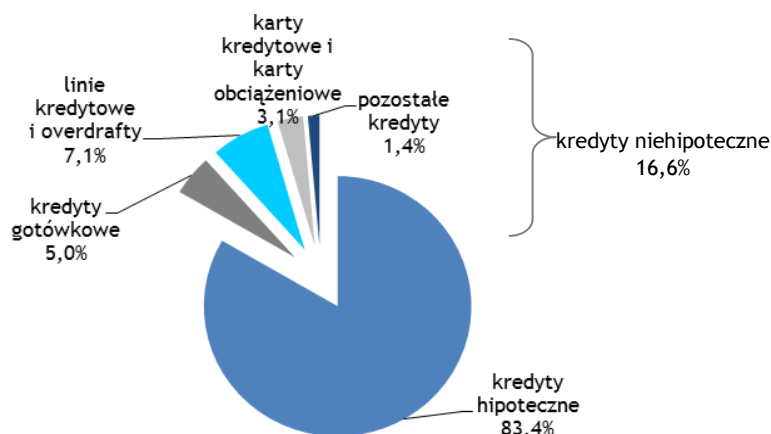
Na koniec grudnia 2012 roku stan depozytów bankowości detalicznej wyniósł 33 856 mln zł, o 7,5 mld zł, tj. 28,5% więcej niż na koniec 2011 roku, natomiast aktywa klientów w funduszach inwestycyjnych zwiększyły się o 72 mln zł (i osiągnęły poziom 2 597 mln zł).

### Kredyty

Wartość kredytów brutto udzielonych w obszarze Bankowości Detalicznej w Polsce, Czechach i na Słowacji na koniec grudnia 2012 roku wyniosła 37 266 mln zł i w stosunku do końca 2011 roku zmalała o 830 mln zł, tj. 2,2%.

Na koniec 2012 roku struktura kredytów detalicznych w Polsce przedstawiała się następująco:

#### Struktura kredytów detalicznych w Polsce



Kredyty hipoteczne dla osób fizycznych w Polsce według stanu na dzień 31 grudnia 2011 i 2012 roku charakteryzowały następujące wielkości:

Kredyty hipoteczne dla osób fizycznych	31.12.2011	31.12.2012
Wartość bilansowa (mld zł)	29,0	27,2
Średnia zapadalność (lata)	22,3	21,6
Średnia wartość (tys. zł)	306,9	280,9
Średnie LTV (%)	86,3%	79,4%
NPL	1,2%	1,8%

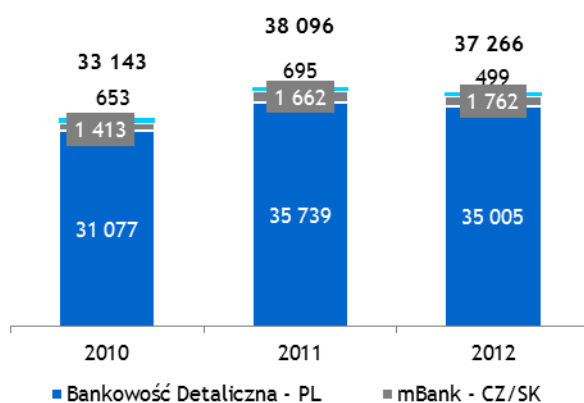
Portfel kredytów niehipotecznych wzrósł w 2012 roku o 1 073 mln zł, tj. 14,9%. Najszybciej przyrastały kredyty gotówkowe i w liniach kredytowych, w wyniku rosnącego korzystania przez istniejących klientów z przyznanych im limitów globalnych.

Wzrost wskaźnika NPL dla kredytów hipotecznych w 2012 roku spowodowany był zmniejszeniem portfela kredytów hipotecznych oraz naturalnym procesem jego starzenia.

Poniższe wykresy przedstawiają szczegółowe zmiany w poziomie kredytów klientów detalicznych BRE Banku:

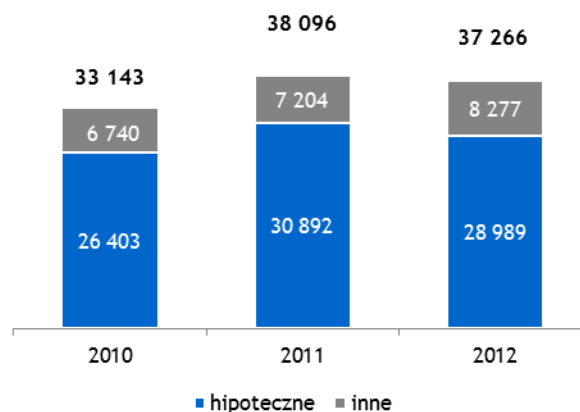
#### Kredyty

mln zł



#### Kredyty hipoteczne i inne

mln zł



#### Karty

BRE Bank utrzymuje wysoką dynamikę w zakresie emisji kart, zarówno kredytowych, jak i debetowych, wspartą popytem ze strony dotychczasowych i nowych klientów.

Na koniec grudnia 2012 roku liczba wydanych kart kredytowych wyniosła 701,9 tys. i była wyższa o 71,4 tys. niż rok wcześniej.

Liczba wydanych przez BRE Bank kart debetowych na koniec grudnia 2012 roku wyniosła 4 783,5 tys. W okresie 12 miesięcy przybyło 793,3 tys. kart, tj. 19,9%.

BRE Bank kładzie duży nacisk na innowacje i rozszerzanie zakresu oferowanych kart. Przykładem mogą być nowe inicjatywy związane z kartami płatniczymi (debetowymi i przedpłaconymi), pełniącymi kilka funkcji (np. Bydgoska Karta Miejska będąca biletem okresowym oraz elektronicznym portfelem).

#### Usługi maklerskie i ubezpieczeniowe

W 2012 roku liczba klientów korzystających z usług maklerskich była stabilna. W mBanku w ramach usługi eMakler klienci prowadzili 202,1 tys. rachunków inwestycyjnych, o 1,5 tys. więcej niż na koniec 2011 roku.

W MultiBanku klienci posiadali 32,2 tys. rachunków, tj. 0,6 tys. mniej niż w 2011 roku, prowadzonych w ramach Usługi Maklerskiej.

Dodatkowo, Dom Inwestycyjny BRE Banku udostępnił klientom jedną z najnowocześniejszych na rynku platform do inwestowania na rynku Forex – BRE Forex ECN. Kwotowania dostarczane są nie przez brokera, lecz przez banki, które wyznaczają oferty kupna i sprzedaży par walutowych. Korzystając z BRE Forex ECN klienci mogą inwestować nie tylko w waluty, ale również w kontrakty terminowe. DI BRE oferuje zawieranie transakcji na instrumentach opartych na 17 najważniejszych europejskich i światowych indeksach (w tym WIG20), towarach oraz obligacjach rządowych. BRE Forex ECN, oprócz tradycyjnej platformy transakcyjnej obsługiwanej przez komputery osobiste, jest dostępny również na urządzeniach mobilnych z systemami iOS oraz Android.

Sprzedaż ubezpieczeń (komunikacyjnych, turystycznych, ubezpieczeń nieruchomości) odbywa się w ramach Centrum Ubezpieczeń w MultiBanku oraz przez moduł mUbezpieczenia w mBanku (w tym szczególnie popularny Supermarket Ubezpieczeń Samochodowych). Prowadzi ją również spółka BRE Ubezpieczenia TUIR. Oprócz klasycznych ubezpieczeń, oferuje ona produkty bancassurance (ubezpieczenie kredytów hipotecznych, kredytów gotówkowych i samochodowych, pakiety ubezpieczeń powiązane z kartą kredytową i rachunkiem bieżącym) cieszące się dużym zainteresowaniem klientów.

### **Rozwój oferty Bankowości Detalicznej**

Kontynuacja dynamicznego wzrostu liczby klientów detalicznych to efekt stałego rozwoju oferty i innowacji nakierowanych na potrzeby klientów. Rok 2012 nie był pod tym względem wyjątkowy. Do nowych lub istotnie zmodyfikowanych produktów kredytowych, depozytowych i inwestycyjnych oraz działań wspierających sprzedaż w segmencie Bankowości Detalicznej należy zaliczyć:

- rozszerzenie oferty depozytowej o produkty regularnego oszczędzania (mSaver, MultiSaver),
- wdrożenie karty Miles and More z pakietem ubezpieczeń Travel,
- partnerstwo strategiczne z BMW w zakresie kredytowania zakupu nowych samochodów,
- płatności NFC na szeroką skalę we współpracy z T-mobile i Orange,
- wdrożenie rachunku dedykowanego studentom - eKONTO dla młodych z bezpłatnymi wypłatami z bankomatów przez rok, bezpłatną kartą w postaci breloka, dedykowanym programem zniżek w szkołach językowych i bezpłatnym pendrive'm za korzystanie z karty,
- NML on-line - całkowicie zdalny proces kredytowy dla klientów zewnętrznych (indywidualnych i mikroprzedsiębiorstw) w obszarze kredytów niehipotecznych w mBanku i MultiBanku,
- wprowadzenie procesu otwierania rachunków dla mikroprzedsiębiorstw on-line - w ciągu 15 minut Klient uzyskuje dostęp do w pełni aktywnego rachunku bez wychodzenia z domu i podpisywania umowy – wszystkie niezbędne dokumenty Klient potwierdza hasłem sms,
- połączenie procesu otwarcia firmy i rachunku bankowego – w trakcie otwierania działalności gospodarczej przez Internet, klient może od razu stworzyć firmowy rachunek bankowy on-line w ramach jednego przyjaznego procesu,
- wprowadzenie pakietów branżowych: Pakiet Handel i Usługi – połączenie usług bankowych i terminali POS w jednej cenie dla klienta, pakiet dla firm prowadzących pełną księgowość – umożliwienie otwierania rachunków dla firm z nowego segmentu,
- wprowadzenie możliwości obsługi Klientów mBanku przez Ekspertów MultiBanku w placówkach (indywidualnych i mikroprzedsiębiorstw);

- rozszerzenie oferty kart o:
  - karty World MasterCard (kredytowe i debetowe),
  - naklejkę Master Card Debit, przeznaczoną do płatności zbliżeniowych,
  - Bydgoską Kartę mBanku – połączenie karty miejskiej i płatniczej do eKonta i izzyKonta,
  - kartę przedpłaconą mBanku.

### **Rozszerzenie oferty mBanku w Czechach i na Słowacji**

- wprowadzenie karty zbliżeniowej VISA,
- rozszerzenie oferty kredytów niehipotecyjnych, m.in. Kredyt na Kliknięcie na Słowacji i kredyt w rachunku bieżącym jako podstawowe produkty niehipotecyjne dla nowych klientów na obu rynkach.

## **X.3. Sieć dystrybucji**

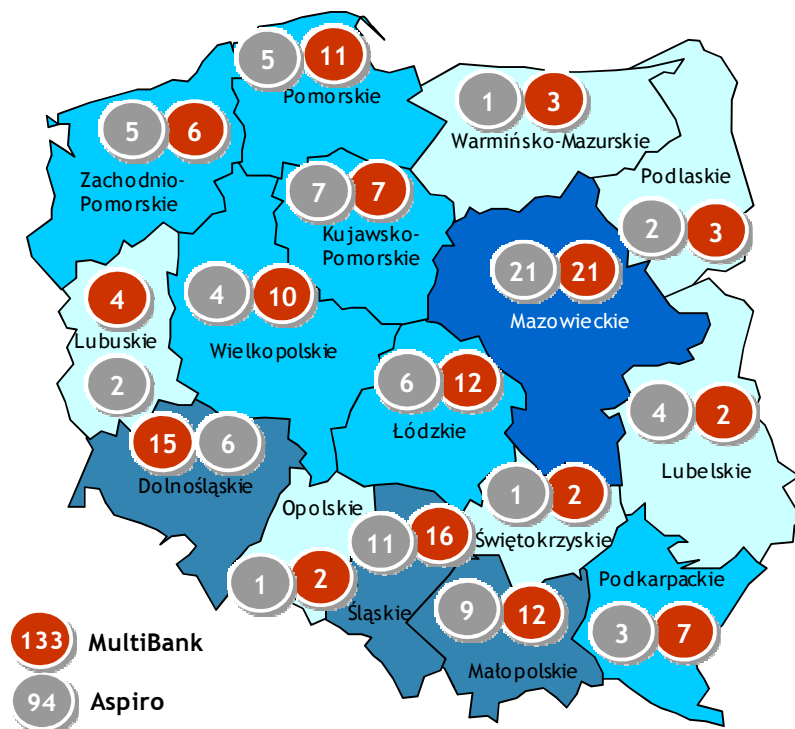
Liczba i zakres działania tradycyjnych placówek bankowości detalicznej BRE Banku odzwierciedlają ukierunkowanie na obszary o dużym potencjale wzrostu oraz wagę, jaką BRE Bank przykłada do rozwoju innych kanałów dystrybucji, takich jak internet i bankowość telefoniczna. Rozwój wielu kanałów dostępu do bankowości ma wpływ na stale rosnącą liczbę klientów i wspiera tradycyjne kanały dystrybucji BRE Banku.

Od lipca 2009 roku sieć dystrybucji mBanku w Polsce zarządzana jest przez spółkę zależną Aspiro, oferującą szeroką gamę produktów Grupy i podmiotów zewnętrznych. Na koniec grudnia 2012 roku sieć ta liczyła 94 lokalizacji (26 Centrów Finansowych, 62 mKioski i 6 mKiosków partnerskich) oraz 29 Punktów Obsługi Agencyjnej.

Liczba placówek mBanku za granicą w stosunku do końca 2011 roku nie uległa zmianie. W Czechach wynosi ona 26 (obecnie działa tam 17 mKiosków i 9 Centrów Finansowych), natomiast na Słowacji 9 (5 mKiosków i 4 Centra Finansowe).

MultiBank działa poprzez 133 placówek (71 Centrów Usług Finansowych, 62 Placówek Partnerskich) wobec 135 na koniec 2011 roku. Placówki MultiBanku zlokalizowane są głównie w większych miastach, co jest zgodne z modelem biznesu nastawionym na obsługę zamożniejszego segmentu klientów.

Poniższa mapka przedstawia placówki mBanku i MultiBanku w Polsce:



## X.4. Spółki w obszarze Bankowości Detalicznej

### Aspiro SA

Na koniec 2012 roku Aspiro oferowało produkty 28 różnych podmiotów finansowych, w tym również produkty mBanku i MultiBanku. Aktualnie oferta obejmuje łącznie 58 produktów, w tym między innymi: kredyty hipoteczne, kredyty gotówkowe, produkty ubezpieczeniowe, produkty inwestycyjne, leasing i faktoring.

W 2012 roku nastąpił ponad 73,8% wzrost sprzedaży w obszarze kredytów gotówkowych oraz ponad 182,7% wzrost sprzedaży produktów inwestycyjnych.

W obszarze kredytów samochodowych wzrost sprzedaży wyniósł 46,4%. Spółka, pomimo kryzysu na rynku samochodowym, odnotowała stabilny wzrost udziału w rynku, tj. 9,1% (w porównaniu do 7,8% w 2011 roku). Wynika to w głównej mierze z wzmocnienia pozycji w segmencie aut luksusowych, jak również z kontynuacji, wspólnie z MultiBankiem, akcji promocyjnych skierowanych szczególnie do klientów nabywających nowe samochody.

W 2012 roku, w związku z pogorszeniem sytuacji na rynku jak również zmianą polityki BRE Banku w zakresie produktów hipotecznych, Aspiro odnotowała spadek sprzedaży tych produktów o 25,0% rok do roku.

Spółka zamknęła 2012 rok stratą brutto w wysokości 1,6 mln zł wobec zysku brutto w wysokości 10,5 mln zł rok wcześniej. Na spadek wyniku finansowego największy wpływ miały koszty związane z reorganizacją spółki (rozpoczęcie restrukturyzacji sieci sprzedaży oraz wyższe koszty amortyzacji).

### BRE Wealth Management SA (BWM)

W 2012 roku spółka istotnie rozwinęła nowy model biznesu, wdrożony w 2011 roku, skupiający się na ofercie związanej z doradztwem inwestycyjnym. Nastąpił wzrost aktywności doradczej (w 2012 roku przygotowanych zostało ponad 2 tys. rekomendacji) oraz wzrost liczby klientów objętych tą usługą.

W 2012 roku strategię zarządzane przez BRE Wealth Management przyniosły wysokie zwroty z inwestycji. Na koniec 2012 roku aktywa zarządzane przez spółkę wyniosły 3,7 mld zł i były wyższe o 300 mln zł, tj. 9,0% w porównaniu do grudnia 2011 roku.

W 2012 roku spółka wypracowała zysk brutto w wysokości 10,0 mln zł wobec 11,0 mln zł w roku 2011.

### **BRE TUIR SA i BRE Ubezpieczenia Sp. z o.o.**

W zakresie biznesu direct odnotowano w 2012 roku wzrost składki o 8,9% do poziomu 153 mln zł w porównaniu z 2011 rokiem. W obszarze bancassurance składka wyniosła 236 mln zł (z wyłączeniem produktów inwestycyjnych), co oznacza 2,2% spadek w stosunku do 2011 roku. Odnotowany spadek jest rezultatem spadku sprzedaży kredytów hipotecznych mBanku i MultiBanku oraz pogarszającego się biznesu w zakresie ubezpieczania niskiego wkładu własnego. Na współpracy z BRE Leasing odnotowano zmniejszenie składki o około 11% do 116 mln zł w konsekwencji spadku wartości mienia przekazanego w leasing oraz pogorszenia wskaźników penetracji.

W 2012 roku oferta produktowa została rozszerzona o nowe produkty ubezpieczeń turystycznych, m.in. o ubezpieczenie turystyczne dla klientów indywidualnych na telefony i urządzenia mobilne.

Grupa BRE Ubezpieczenia wypracowała wynik brutto w wysokości 58,6 mln zł, co oznacza wzrost o 5,1 mln zł wobec 2011 roku. Poprawa wyniku była możliwa dzięki uzyskaniu dużego wolumenu składki inwestycyjnej w I półroczu 2012 roku w obszarze bancassurance, ostrożnym założeniom w budżecie sprzedaży ubezpieczeń niskiego wkładu własnego oraz poprawie wyceny portfela zarządzanego na zlecenie przez BRE Wealth Management. Na wynik wpływ miała również restrykcyjna polityka kosztowa, zwłaszcza w zakresie przeprowadzanych kampanii reklamowych.

Po reorganizacji przeprowadzonej w połowie 2012 roku, BRE Ubezpieczenia TUIR SA, BRE Ubezpieczenia Sp. z o.o. oraz BRE Agent Ubezpieczeniowy Sp. z o.o. wchodzi w skład grupy kapitałowej Aspiro SA.