

Bank blisko Ciebie – załatwisz to na poczcie

Strategia Banku Pocztowego S.A. na
lata 2026-2029

1 grudnia 2025 r.



A woman with dark hair and glasses, wearing a dark blazer over a white shirt, is looking down and slightly to the right. A man with grey hair, wearing a light blue shirt, is seen from the back/side, looking towards the woman. They appear to be in a meeting or office setting. A red banner is overlaid on the bottom left of the image.

Kontekst

1



Dobre wyniki finansowe Banku Pocztowego są punktem wyjścia do transformacji modelu biznesowego adresującego kluczowe wyzwania

Geneza

- ✓ **Poprawiająca się (od 2021r.) sytuacja finansowa i rekordowe wyniki w latach 2023 – 2025 (>180 mln zł rocznie) umożliwiają dalsze inwestycje w kolejnych latach**
- ✓ **Odbudowana sytuacja kapitałowa (Tier I 12,4% w 2021 vs. 32,5% w 1H 2025) umożliwia rozwój akcji kredytowej**
- ✓ **Systematyczne działania na rzecz ograniczenia profilu Banku do obsługi osób fizycznych (depozyty i finansowanie konsumpcyjne) ma na celu stopniowe przejście do strategii „Simple banking”**
- ✓ **Brak problemów z kredytami walutowymi umożliwia koncentrację na transformacji biznesowej**

Główne wyzwania

- **Mała skala działalności i malejąca baza klientów**
- **Spadające stopy procentowe oraz wzrost podatku CIT negatywnie wpływające na wyniki finansowe**
- **Procesy sprzedażowe i obsługowe wymagające optymalizacji celem dostosowania do standardów rynkowych oraz rosnących oczekiwań klientów**
- **Zapóźnienie technologiczne wymagające dalszych działań inwestycyjnych i transformacji**

Istnieje wiele szans na których oprzemy transformację

Szanse rynkowe



>4-krotny potencjał wzrostu wartości rynku biorąc pod uwagę poziom aktywów per capita w Polsce i UE



>64% klientów w Polsce **oczekuje kontaktu z pracownikiem w oddziale**



Wyjątkowo atrakcyjny (w skali EU) rynek *consumer finance* łączy wysokie **wzrosty sprzedaży (do +18% rocznie)** oraz stabilnie **niskie koszty ryzyka (1-3%)**



Wzrost liczby ROR na klienta (0,8 w 2015 vs. 1,1 obecnie vs. szacunek 1,3 w 2030)



Rosnący udział seniorów* w populacji (17,8% w 2012 vs. 23,8% obecnie vs. szacunek 25,1% w 2030)

Nasze szanse



Innowacyjne **produkty bankowe** (z licznymi nagrodami, w tym Złoty Bankier za „Gotówka od listonosza”)



Bezkonkurencyjny **zasięg terytorialny**, dzięki jednej z największych w Polsce sieci dystrybucji i obsługi klienta (placówki i listonosze)



Inwestycja Poczty Polskiej w budowę profesjonalnie zarządzanej sieci stref usług finansowych, jako część Strategii

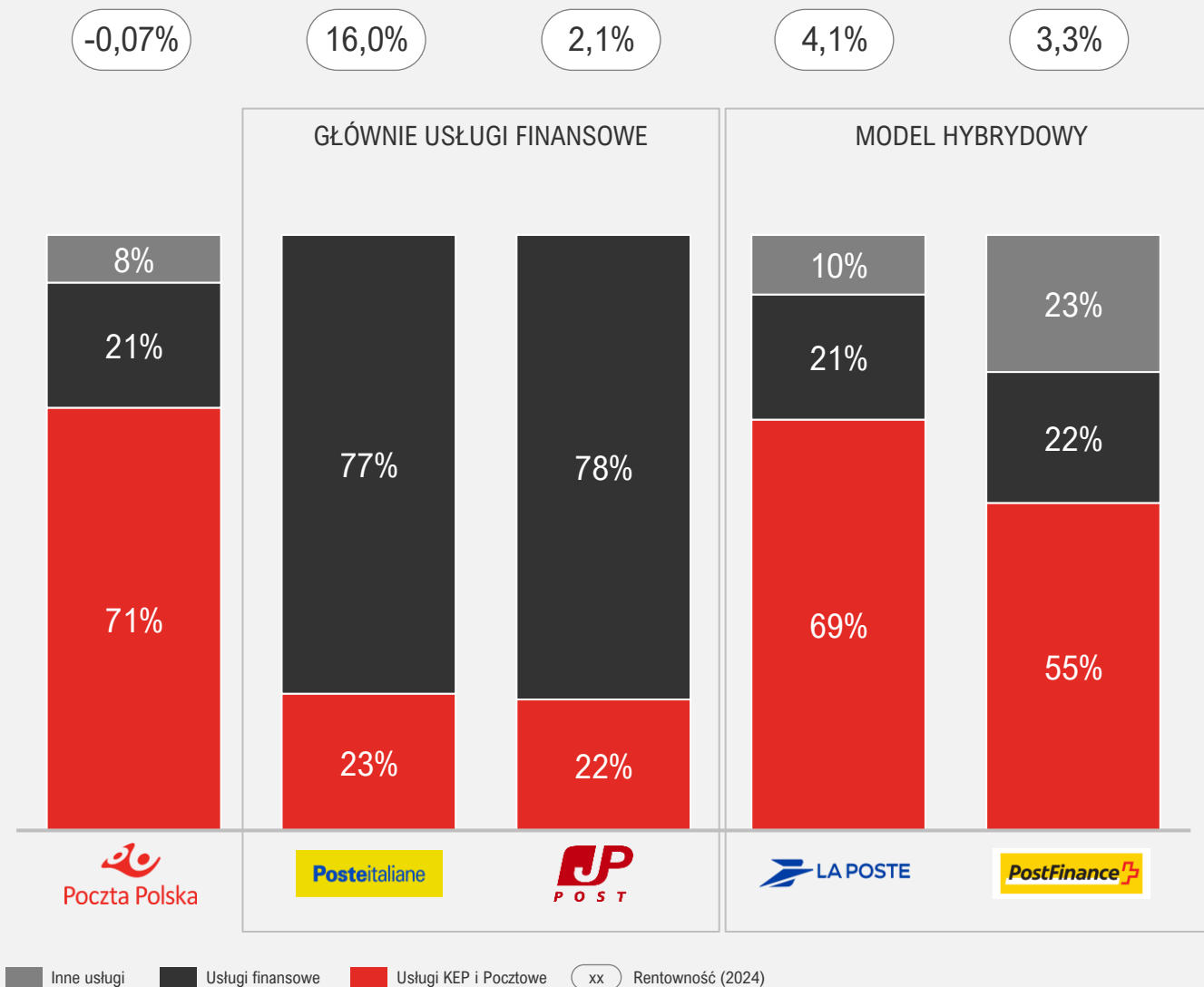


Możliwość **rozwoju sprzedaży na lokalnych rynkach**, z których inne banki wycofują obecność fizyczną swoich placówek



Wzrost wyników za sprawą **rozwoju synergii biznesowych z Poczta Polska**

Przykłady zagranicznych operatorów pocztowych pokazują, że integracja usług finansowych z usługami pocztowymi może budować stabilne źródło przychodów



Źródło: Sprawozdania finansowe Grup Pocztowych, S&P Capital IQ

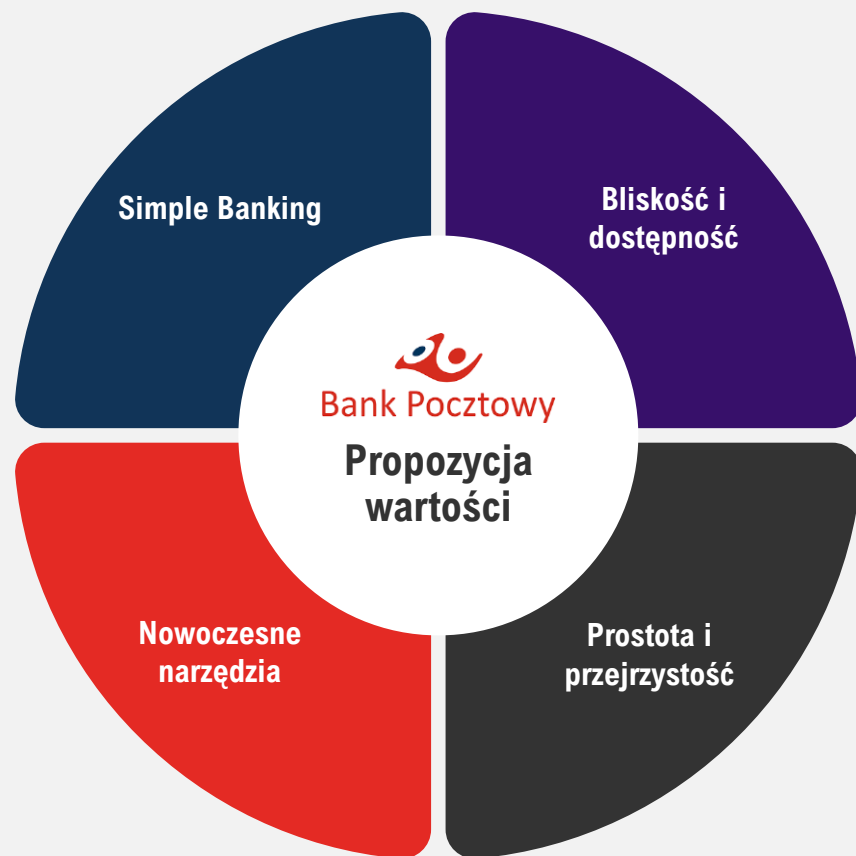
Model i cele strategiczne

2



Bank Pocztowy. Bank blisko Ciebie – załatwisz to na pocztcie

Zapewniamy klientom proste i bezpieczne usługi finansowe w placówkach Poczty Polskiej i online



Proste produkty z wartością dodaną

- **Prosta półka produktowa** oparta o podstawowe produkty bankowe (ROR z kartą, kredyty konsumpcyjne, produkty oszczędnościowe)
- Oferta **wzbogacona o wartość dodaną** usług powiązanych oferowanych przez Poczta Polską i spółki z jej Grupy Kapitałowej



Największa sieć dystrybucji w Polsce

- Dostępność usług **w jednej z największych na rynku sieci** dystrybucji w Polsce z silną obecnością na rynkach lokalnych
- **Bezpośredni kontakt i silna relacja** z klientem oparta na zaufaniu



Sprawne i przyjazne procesy

- **Szybkie i przyjazne procesy** dla klientów Grupy i jej pracowników
- Produkty i procesy oparte o zasadę **minimum formalności**
- **Jasny i zrozumiały** język komunikacji



Nowoczesne technologie

- **Rozwój kanałów cyfrowych** zapewniających klientom przyjazne procesy samoobsługi online
- **Modernizacja narzędzi** i aplikacji IT wspierających sieć sprzedaży w efektywnej obsłudze klientów

Nasze cele strategiczne to wzrost skali biznesu i poprawa efektywności, przy jednoczesnym zachowaniu bezpiecznego profilu ryzyka

Cele strategiczne

1H2025 2029

Wzrost skali biznesu

AKTYWNI
KLIENCI 0,6 mln ▶ **>1 mln**

AKTYWA
(MLD PLN) 10,5 ▶ **>28**



Rentowność i efektywność

ROE 21,3% ▶ **>15%**

C/I 54,6% ▶ **<50%**



Bezpieczny profil ryzyka

NPL 7,5% ▶ **<5%**

LR 10,1% ▶ **>6%**



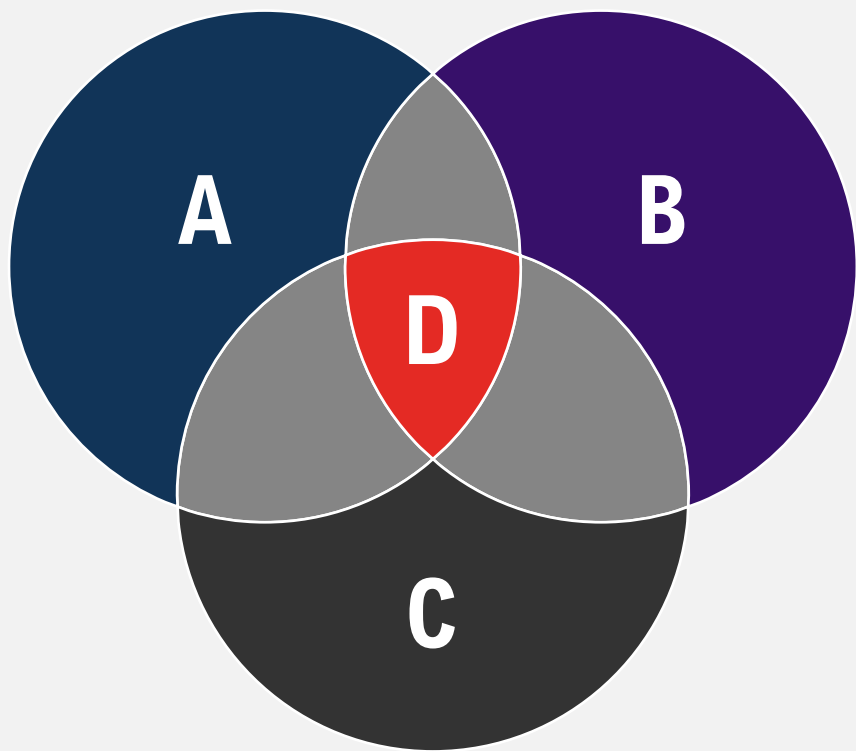
An elderly couple is smiling and looking towards a woman whose back is to the camera. They are in a kitchen with white cabinets. The woman has dark hair and glasses. The elderly woman has short white hair and is wearing a grey cardigan. The elderly man has white hair, a beard, and glasses, wearing a grey jacket over a blue shirt. They are sitting at a wooden table with papers and a calculator. A red banner is overlaid on the bottom left.

Filary strategii

3



Strategię opieramy na prostej bankowości i efektywnej sieci Poczty wspartej skutecznym marketingiem i transformacją technologiczną



A. Simple banking

Uproszczenie oferty produktowej oraz procesów, aby skutecznie je wdrożyć do rozległej sieci dystrybucji

B. Efektywna dystrybucja poprzez sieć Poczty

Przeniesienie fizycznej sieci sprzedaży do rozbudowanej i zoptymalizowanej sieci Poczty Polskiej

C. Ryzyko i ESG

Odpowiedzialne zarządzanie ryzykiem umożliwiające realizację ambitnej strategii wzrostu

D. Skalowalne i nowoczesne technologie

Wdrożenie nowoczesnych rozwiązań chmurowych oraz AI

Simple banking adresuje potrzeby klientów i pozwoli zwiększyć NPS

NOWA, UNIKALNA OFERTA

Dostosowanie oferty do potrzeb klientów (Person) GKPP

01

- Unikalna oferta (UVP) – pakietyzacja produktów i usług z wykorzystaniem oferty Poczty
- Uproszczenie półki produktowej (wygaszenie nieaktywnych / niestrategicznych produktów) oraz konwersja klientów na tożsame produkty
- Dostosowanie produktów do profili klientów

PROSTE PROCESY

Optymalizacja kluczowych procesów produktowych

02

- Uproszczenie procesów produktowych (głównie ROR i KG) poprzez redukcję etapów oraz ich automatyzację i cyfryzację, uwzględniając charakter głównych kanałów dystrybucji, szczególnie dedykowanej struktury i tzw. sieci rozległej Poczty
- Zastosowanie AI w procesach oraz upgrade technologiczny zgodnie z aktualnymi trendami liderów rynku

EFEKTYWNY X-SELL

Wykorzystanie dostępnych narzędzi i kanałów do lepszego dotarcia do klienta

03

- Rozwój i doskonalenie narzędzi wspierających x-sell (CRM)
- Budowanie ścieżek sprzedażowych zgodnych z cyklem życia klienta
- Maksymalizacja efektywności sprzedaży poprzez zaawansowaną analizę danych
- Optymalizacja procesu leadowania z wykorzystaniem potencjału sieci rozległej Poczty

KANAŁY ZDALNE

Rozwój oferty, procesów i narzędzi cyfrowych

04

- Wykorzystanie rozwiązań ePaństwa w procesach bankowych
- Nowa wersja aplikacji mobilnej z uproszczonym procesem aktywacji
- Dodanie usług/ oferty GK Poczta Polska
- Wirtualny oddział i inne nowe kanały komunikacji z Klientem



Ofertę dla klientów wzbogacimy poprzez połączenie usług Banku z produktami Poczty

Główne produkty Banku Poczowego

- ROR z kartą
- Kredyt gotówkowy
- Pożyczka na oświadczenie
- Lokata
- Rachunek oszczędnościowy



Wybrane produkty pozostałych spółek GKPP

- Obsługa gotówki
- Usługi kurierskie i paczkowe
- Usługi listowe
- Wymiana walut
- Ubezpieczenia
- Produkty codziennego użytku (retail)

Zintegrujemy usługi Poczty i Banku w jednej aplikacji mobilnej

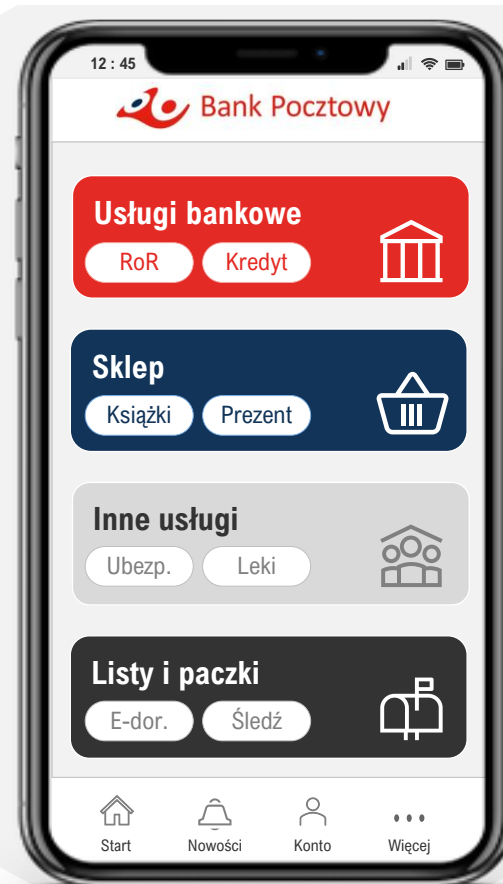
Klienci usług finansowych nie będą zależni od godzin pracy i dostępności placówki pocztowej



Dodatkowy kanał sprzedaży **zwiększy ekspozycję na obecnych klientów** i umożliwi dotarcie do szerszej grupy odbiorców



Zarządzanie przesyłkami stanie się prostsze, a klienci będą na bieżąco informowani o statusie zamówienia, poprawiając wygodę i przejrzystość



Aplikacja może zostać wzbogacona o **nowe usługi niefinansowe**, tworząc dodatkowe źródła przychodów i poszerzając ofertę



GKPP może zdecydować się na **wdrożenie sprawdzonych produktów niefinansowych**, które oferują **inne poczty na świecie**:

- Dostawa leków i pomoc seniorom,
- Sprzedaż biletów komunikacji miejskiej,
- Sprzedaż energii,
- Wywoływanie zdjęć,
- Usługi telekomunikacyjne
- Dostawa gazet

Ważnym elementem sukcesu jest transfer sieci sprzedaży i jej dalsza rozbudowa w ramach jednej z największych sieci placówek w Polsce

BUDOWA JEDNOLITEJ STRUKTURY SPRZEDAŻY USŁUG FINANSOWYCH W POCZCIE

Synergia i spójność działań

01

- Zwiększenie efektywności i skali dystrybucji usług finansowych w GKPP
- Inwestycja w dedykowaną sieć sprzedaży usług finansowych
- Jednolite zarządzanie całą siecią sprzedaży
- Większa integracja z usługami i kontekstem Poczty

ZESPÓŁ EFEKTYWNOŚCI I URUCHOMIENIA SPRZEDAŻY (ZEUS)

Spójne doświadczenia Klienta

02

- Podniesienie kompetencji sprzedażowych pracowników sieci
- Poprawa jakości obsługi Klienta, lepsze doświadczenia Klientów
- Wystandaryzowane procesy i procedury sprzedażowe

NOWOCZESNE NARZĘDZIA WSPARCIA SPRZEDAŻY

Technologiczne wsparcie narzędzi sprzedaży

03

- Jednolity CRM
- Jedna platforma sprzedażowa
- Ujednolicony system celów, raportowania i rozliczania
- Jednolite zgody marketingowe w ramach GKPP

INNOWACYJNE PODEJŚCIE DO WSPARCIA KANAŁÓW DYSTRYBUCJI

Cyfryzacja procesów sprzedażowych

04

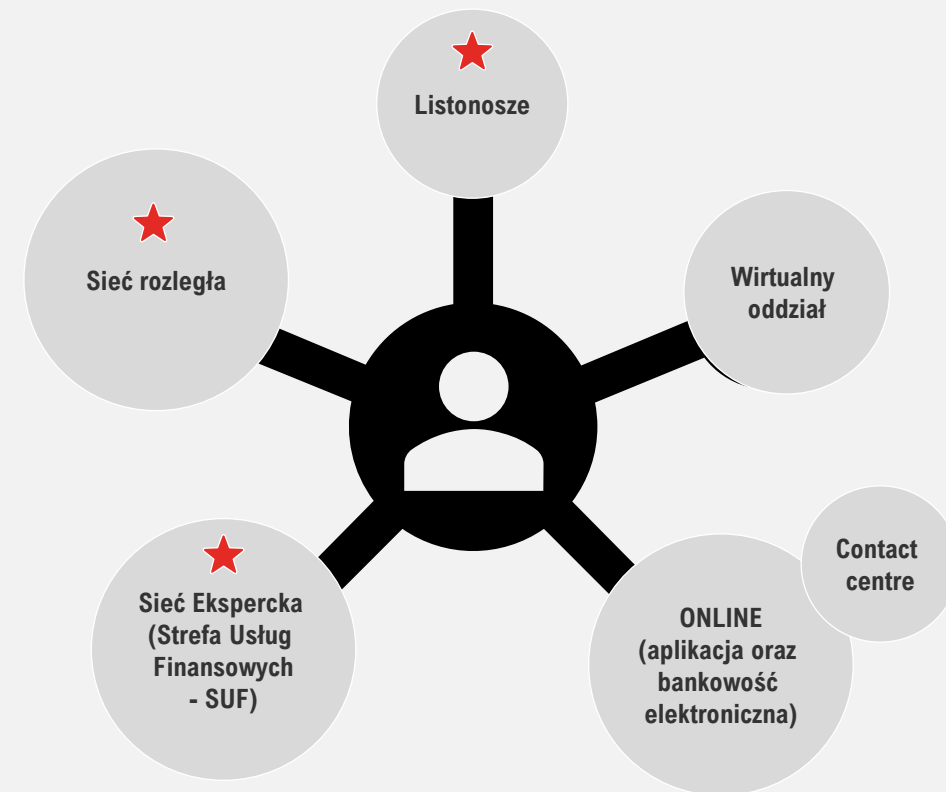
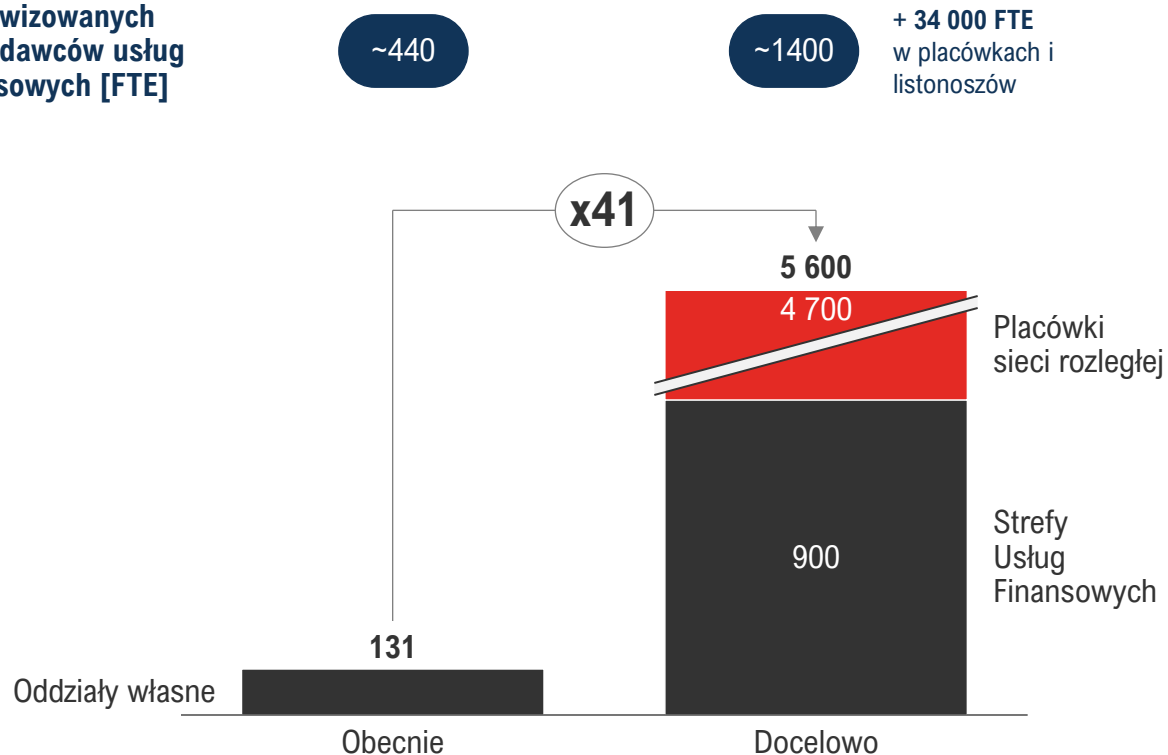
- Wdrożenie koncepcji „Mobilnego Bankowca”
- Wsparcie rozwoju kanału „Cyfrowy Pośrednik”
- Baza wiedzy oparta o rozwiązania AI
- Omnikanalowość – wzajemne wsparcie i przenikanie się kanałów dystrybucji



Wzrost skali sieci fizycznej oraz unikalny mix kanałów oznacza zwiększenie wygody klientów

Liczba placówek zaangażowanych w sprzedaż UF

Zaktywizowanych
sprzedawców usług
finansowych [FTE]



Listonosz stanie się unikalnym mobilnym ambasadorem usług finansowych zapewniającym kontakt z Klientem - dodatkowy strumień lead'ów - obsługę gotówki



Rola

- Doradztwo podstawowe (zwrócenie uwagi klientów na usługi finansowe)
- Budowanie zaufania do usług finansowych Grupy i identyfikowanie potrzeb Klientów
- Pozyskiwanie lead'ów
- Przekazywanie materiałów marketingowych
- Obserwacja i sygnalizacja ryzyka



Produkty

- ROR
- Kredyt Gotówkowy (KG)
- Wpłaty i wypłaty
- Ubezpieczenia



Wytyczne

- Skupienie się na kliencie z wysokim potencjałem (tam, gdzie jest już relacja)
- Pozyskanie nieubankowionych klientów



Wdrożymy nowe działania dla zapewnienia wzrostu efektywności zarządzania dystrybucją usług finansowych

Szkolenia z technik sprzedaży usług finansowych

Kompetencje niezbędne do skutecznego zbudowania relacji z klientem i zwiększenia konwersji



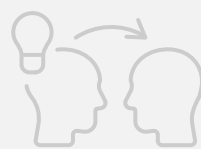
Dopasowanie wyznaczonych celów

Dopasowanie centralnie wyznaczonych celów do lokalnych warunków i wydajności poszczególnych sprzedawców w ramach mikrorynków



Coaching

Procedury pozwalające na rozpowszechnienie najlepszych praktyk sprzedaży w skali całej Sieci



Zarządzanie sprzedażą

Standaryzowany proces przeglądu wyników na poziomie placówki, Mikroregionu, Regionu oraz całej Sieci



Procesy sprzedażowe

Zoptymalizowana organizacja procesów zwiększająca skupienie pierwszej linii kontaktu z klientem na aktywnościach sprzedażowych



Narzędzia sprzedaży

Wąskie gardła procesu sprzedaży usprawnione przez odpowiednio dobrane narzędzia



Nowoczesne zarządzanie ryzykiem jest gwarantem bezpieczeństwa dla ambitnej strategii wzrostu

BUDOWA BEZPIECZNEGO PORTFELA KREDYTOWEGO

Efektywne zarządzanie jakością i procesem

01

- Nowe modele ryzyka (score, model decyzyjny) dostosowane do skali działalności
- Optymalizacja procesów kredytowych i rozbudowa mechanizmów kontrolnych
- Wdrożenie nowego systemu do obsługi prewindykacji oraz EWS

ZWIĘKSZENIE SKALI DZIAŁANIA W OBSZARZE RYZYKA OPERACYJNEGO

Optymalizacja procesów i kompetencji pracowników

02

- Rozbudowa systemów antyfraudowych
- Zautomatyzowane czynności kontrolne pod kątem monitoringu sieci sprzedaży
- Budowa nowych procesów onboarding klientów (dostosowanych do nowych kanałów)
- Modernizacja rozwiązań technologicznych AML/CFT
- Zwiększenie skali szkoleń pracowników

AKTYWNE ZARZĄDZANIE RYZYKIEM ADEKWATNOŚCI/RYNKOWYM

Zarządzanie pozycją kapitałową i stabilizacja wyniku odsetkowego

03

- Brak wypłaty dywidendy w perspektywie strategii i realizacja przeglądów śródrocznych
- Emisja obligacji kwalifikowanych
- Budowa portfela papierów opartego na obligacjach stałokuponowych
- Wzrost nominału instrumentów pochodnych



Będziemy dbali o zrównoważony rozwój budujący długookresową wartość dla Banku i interesariuszy

BANK NEUTRALNY KLIMATYCZNIE
Redukujemy nasz ślad węglowy i wspieramy w tym naszych Klientów

E

BANK RÓWNYCH SZANS
Ułatwiamy dostęp do usług finansowych, „Srebrnemu Pokoleniu”, cyfrowym nowicjuszom i cyfrowo wykluczonym. Oferujemy równe szanse pracownikom Grupy Poczta Polska, zwiększamy zaangażowanie i efektywność

S

BANK GODNY ZAUFANIA
Szczepujemy interesariuszy oraz transparentnie informujemy o działalności na rzecz zrównoważonego rozwoju

G

- **Opracowanie do Q1 2026 Planu Transformacji dotyczącego redukcji emisji CO2** i jego sukcesywna realizacja (np. ograniczenie wynajmowanej powierzchni, redukcja floty samochodowej)
- **Działania HR ukierunkowane na równość szans i rozwój**, w tym szkolenia pracowników sprzedaży w Poczcie Polskiej
- **Dbłość o prostą i dostępną ofertę oraz przekaz dla klienta ograniczające ryzyka prawne**
- **Dobór profesjonalnych i dbających o wysokie standardy dostawców produktów i usług**
- **Usprawnianie procesów zarządczych wspierających odpowiedzialne zarządzanie szanujące interesariuszy** (np. zasady przeciwdziałania szeroko pojętemu greenwashingowi, terminowa płatność faktur, rozwój procedur i pozyskiwania danych do sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju)



Obszar ¹	Cele operacyjne		2029
E	E1	1 Ograniczenie emisji CO2 zgodnie z Planem Transformacji ²	Redukcja zgodnie z opracowanym Planem Transformacji (przyjęcie 1Q 2026)
	S1	2 Zmniejszenie wskaźnika rotacji ³	<10%
S	S1	3 Zmniejszenie luki płacowej oraz zwiększenie udziału kobiet na stanowiskach Wyższej Kadry Kierowniczej ^{3 i 4}	a) <30% b) >30%
	S2	4 Rozwój kompetencji pracowników Poczty Polskiej ⁵	95%
	S4	5 Zmniejszenie liczby reklamacji ⁶	<0,1%
G	G1	6 Minimalizacja ryzyk ESG po stronie dostawców ⁷	>95%

1. Obszary ESG zdefiniowane adekwatnie do wyników analizy podwójnej istotności (DMA) przeprowadzonej w roku 2024 dla potrzeb przygotowania pierwszego sprawozdania zrównoważonego rozwoju za rok 2024 zgodnie z wymogami dyrektywy CSRD i wymaganych ujawnień ERSR; 2. Ilość emisji zakresu 1-3 (% redukcji względem roku bazowego – 2024); 3. Wskaźnik rotacji i luka płacowa nominalna (zgodnie z metodyką ERSR); 4. Udział kobiet w WKK (tzn. Rada Nadzorcza, Zarząd Banku, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy i Zastępcy dyrektorów w Centrali); 5. Odsetek pracowników sprzedażowych Poczty Polskiej przeszkolonych przez Bank 6. Udział Klientów zgłaszających reklamacje [% klientów ogółem] 7. Udział kontrahentów ogółem z podpisanym oświadczeniem ESG

Osiągniemy zwiększenie skali biznesu poprzez unowocześnienie i skalowanie naszej technologii

SKALOWANIE POJEMNOŚCI I WYDAJNOŚCI SYSTEMÓW IT BANKU

Efektywna obsługa wzrostu klientów
Banku w sieci i kanałach cyfrowych

01

- **Rozbudowa środowiska IT do obsługi** w obszarach infrastruktury, aplikacji, cyberbezpieczeństwa, zwiększenie przepustowości i pojemności infrastruktury
- **Wdrożenie nowej wersji platformy workflow** procesu kredytowego
- Analiza i POC wdrożenia nowego rozwiązania centralnego systemu bankowego
- **Integracja systemów bankowych z aplikacją Poczta+** oraz tabletem listonosza

MODERNIZACJA TECHNOLOGII I INFRASTRUKTURY

Zapewnienie i działania usług
zapewniających bezpieczne
funkcjonowanie Banku

02

- **Upgrade systemu transakcyjnego dla operacji skarbowych**
- **Migracja aplikacji kanałów zdalnych do chmury** i objęcie tych kanałów zewnętrzną ochroną anti-DDoS
- **Rozbudowa platformy płatności i rozliczeń** o kolejne procesy rozliczeniowe, umożliwiając wyłączenie niewspieranych rozwiązań w tym obszarze

AUTOMATYZACJA NARZĘDZI I PROCESÓW BACK OFFICE

Budowanie rozwiązań automatyzacji
usług bankowych i procesów
wewnętrznych (m.in. AI)

03

- **Cyfryzacja procesów wewnętrznych** – wdrożenia rozwiązań AI wspierających procesy z potencjałem do automatyzacji
- **Wdrożenie rozwiązań opartych na AI**, w tym bazy wiedzy dla sieci sprzedaży
- **Rozwój analityki danych**
- Wdrożenie **centralnego narzędzia do zarządzania portfelem projektów** m.in. alokacji zasobów, monitorowania postępu prac projektowych



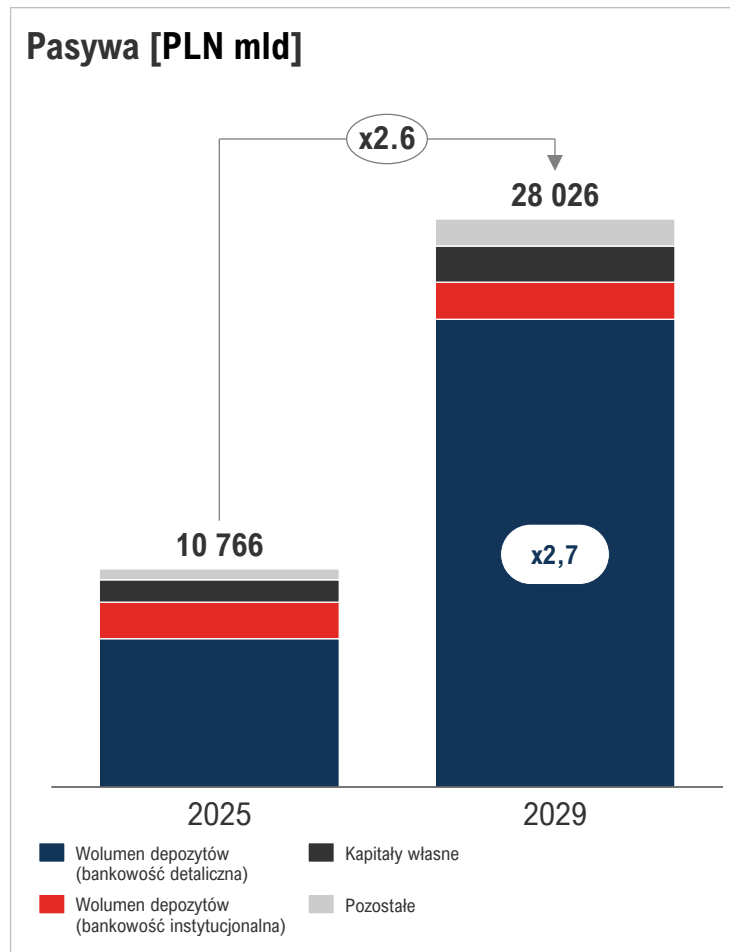
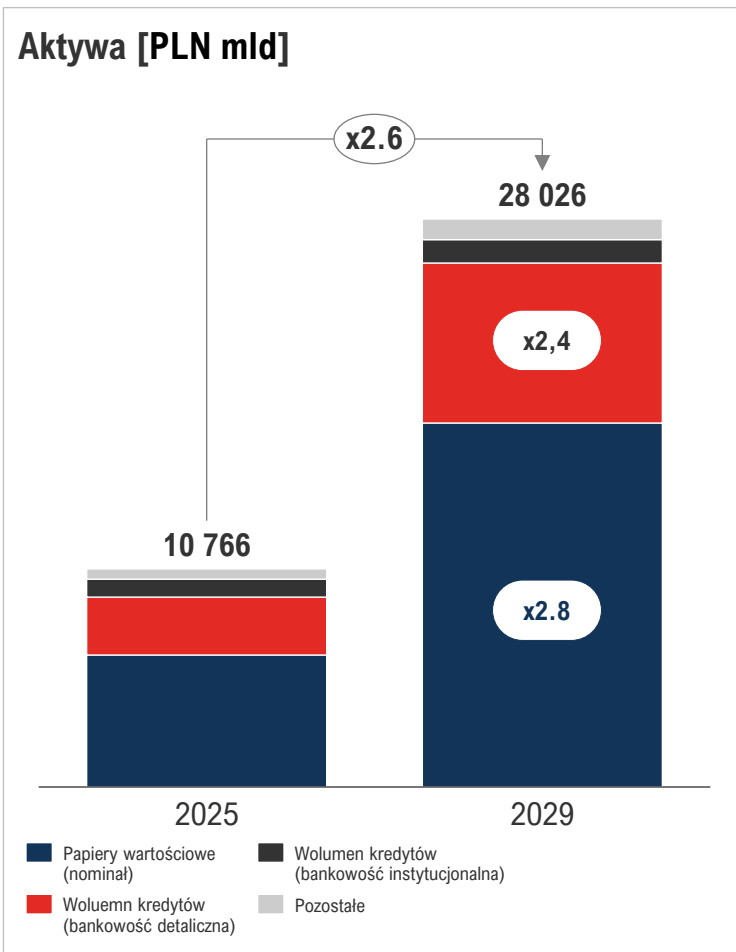
A man in a grey suit and light blue shirt is seated at a desk, looking towards a woman with long brown hair on the left and a man on the right. The background shows a modern office with large windows and a water cooler.

Projekcje finansowe

4



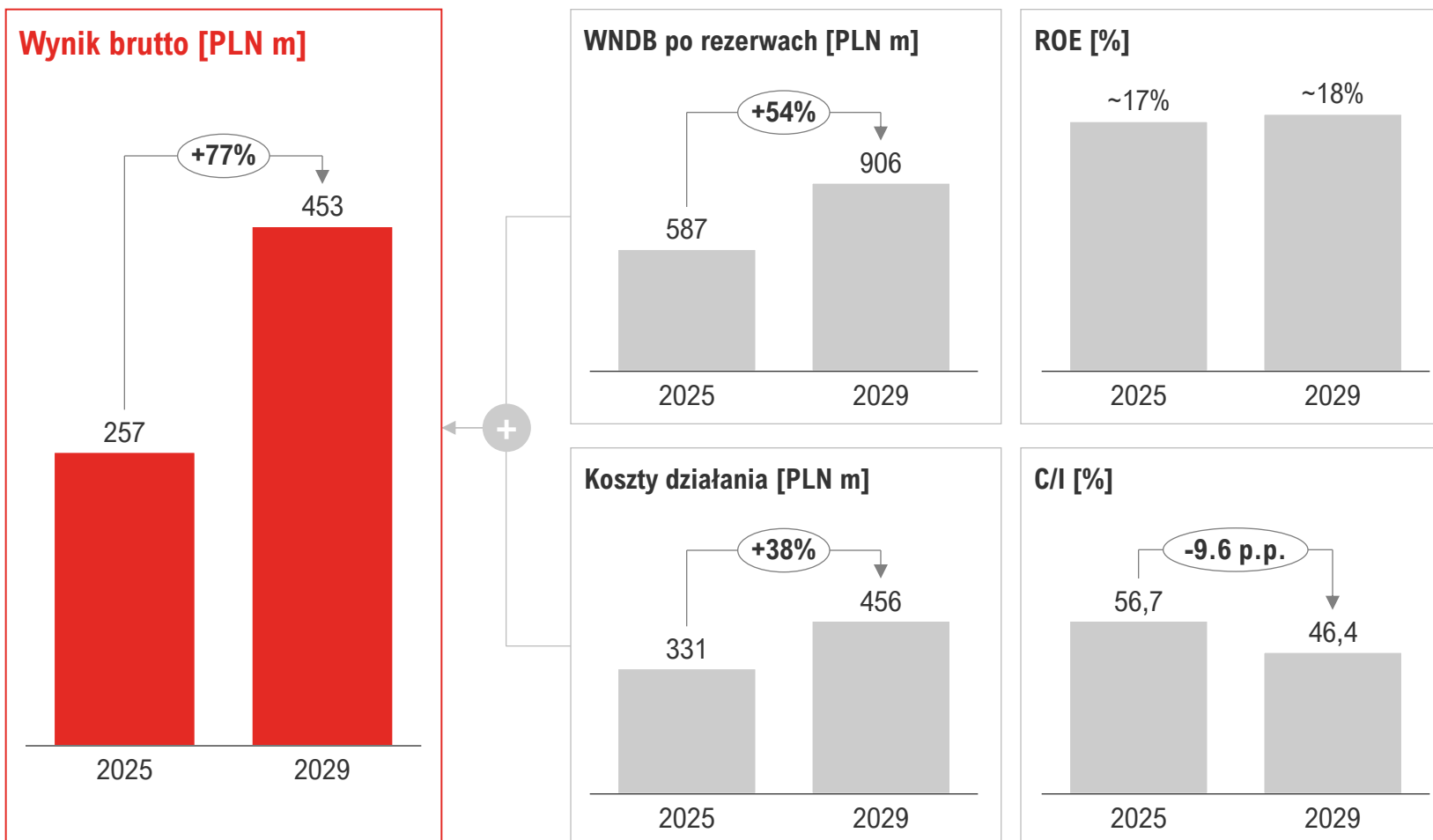
Suma bilansowa, stymulowana wzrostem depozytów, wzrośnie ponad 2,6-krotnie, pozwalając jednocześnie na wzrost kredytów



Kluczowe dźwignie

- **Zwiększona sprzedaż ROR** umożliwi wzrost salda depozytów
- **Sprzedaż kredytów w segmentach strategicznych** umożliwi wzrost salda kredytów
- **Relacja kredytów do depozytów** pozostanie stabilna
- **Bank będzie akumulował kapitał** w celu umożliwienia wzrostu sumy bilansowej i rozwoju akcji kredytowej

Pomimo negatywnego wpływu spadku stóp procentowych na marżę odsetkową, wzrost skali bilansu pozwoli na wzrost wyników Banku

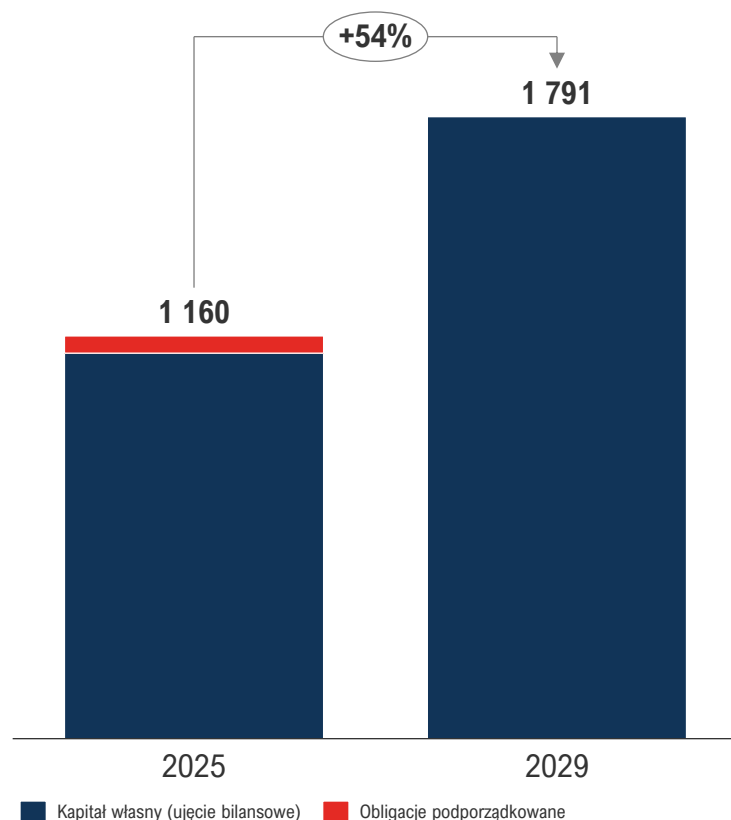


Kluczowe dźwignie

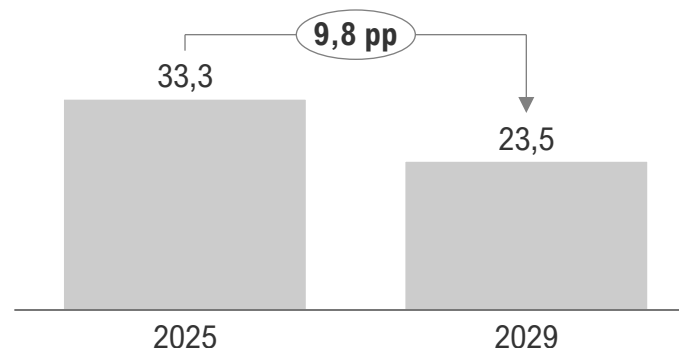
- **Optymalizacja kosztów**
- **Wzrost kosztów amortyzacji** przez inwestycje w nowe technologie
- **Wzrost WNDB napędzany wolumenem depozytów i kredytów w segmencie detalicznym**, poprzez znaczącą akwizycję nowych klientów
- **Efekt skali powoduje wzrost przychodów przy spadającej marży odsetkowej** przy niższych stopach procentowych

Dla dynamicznego wzrostu sumy bilansowej wystarczy akumulacja kapitału przy systematycznych emisjach obligacji kwalifikowanych pod MREL

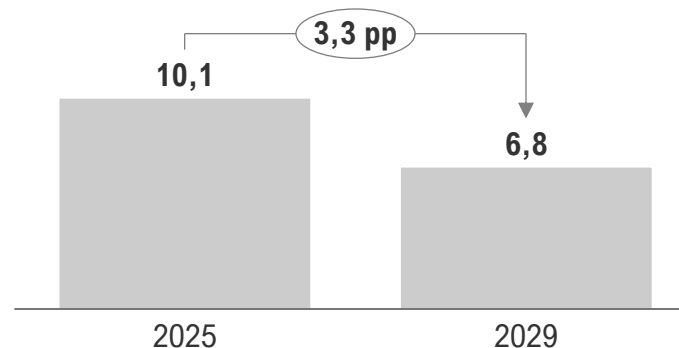
Kapitały [m PLN]



Tier I [%]



Wskaźnik dźwigni finansowej LR [%]



Kluczowe dźwignie

- Dalsza akumulacja zysku i brak wypłaty dywidendy
- Wykupienie obligacji podporządkowanych
- Emitowanie obligacji kwalifikowanych (senioralnych nieuprzywilejowanych)

Osiągniemy sukces poprzez dostosowanie modelu operacyjnej współpracy Banku z Poczta do sprawdzonych wzorców zagranicznych

- ✓ **Wysoki poziom integracji i współpraca** w zakresie usług finansowych pomiędzy spółkami w ramach Grupy Kapitałowej Poczta Polska
- ✓ **Wykorzystanie najlepszych praktyk** zagranicznych operatorów pocztowo-bankowych
- ✓ Centralny **profesjonalny model zarządzania** sprzedażą w Poczcie Polskiej
- ✓ Wykorzystanie **obecności Poczty Polskiej na lokalnych rynkach** poprzez wydzielone strefy usług finansowych
- ✓ **Transformacja technologiczna** Banku Pocztowego i Poczty Polskiej
- ✓ **Poprawa konkurencyjności oferty produktowej** – proste produkty i procesy wzbogacone o usługi dodane Poczty Polskiej i spółek Grupy

**Bank blisko Ciebie
– załatwisz to na pocście**





Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez Bank Pocztowy S.A. („Bank”) wyłącznie w celu informacyjnym.

Prezentacja nie stanowi ani oferty sprzedaży ani oferty nabycia instrumentów finansowych wyemitowanych przez Bank lub jakiegokolwiek porady lub rekomendacji w odniesieniu do instrumentów finansowych wyemitowanych przez Bank. Żadna część niniejszej Prezentacji, ani jej dystrybucja, nie mogą stanowić podstawy, i nie można się na nią powoływać, w związku z jakąkolwiek umową lub zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.

Prezentacja zawiera zapisy odnoszące się do przyszłości. Zapisy te opierają się na obecnych przewidywaniach Banku i zależą od wielu czynników, na które Bank nie ma wpływu, oraz obarczone 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. Prezentacja 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 jakikolwiek z jego przedstawicieli, podmiotów dominujących 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.

Część informacji zawartych w Prezentacji została zaczerpnięta z publicznie dostępnych źródeł, które Bank uważa za wiarygodne, niemniej Bank nie składa żadnych zapewnień co do ich precyzystości i kompletności. Informacje zawarte w niniejszej Prezentacji powinny być czytane z zastrzeżeniem oraz łącznie z innymi publicznie dostępnymi informacjami, w tym, tam gdzie znajduje to zastosowanie, z jakimikolwiek szerszymi materiałami informacyjnymi opublikowanymi przez Bank.

Informacje zawarte w niniejszej prezentacji nie podlegały niezależnej weryfikacji, oraz w każdej sytuacji mogą podlegać zmianom lub modyfikacjom. Prezentacja może zawierać informacje lub wskaźniki finansowe, które nie były przedmiotem audytu, przeglądu lub innej oceny ze strony zewnętrznego audytora.