

16.04.2015

Raport bieżący nr 6/2015

### **Aktualizacja Strategii rozwoju Banku Pocztowego**

Zarząd Banku Pocztowego S.A. („Bank Pocztowy”) informuje o przyjęciu „Strategii rozwoju Banku Pocztowego S.A. w latach 2015-2018. Prosto, bezpiecznie, w dobrej cenie” („Strategia”).

Zwrot z kapitału - ROE netto powyżej 12%, wzrost liczby obsługiwanych Klientów do 2,3 miliona, zwiększenie salda kredytów gotówkowych powyżej 4 mld zł oraz wzrost efektywności i osiągnięcie wskaźnika C/I poniżej 60% - to główne cele strategiczne Banku Pocztowego na koniec 2018 r.

Przyjęta przez Radę Strategia zakłada dokapitalizowanie Banku kwotą minimum 200 mln zł. Pozwoli to na szerszy rozwój sieci sprzedaży oraz szybszy wzrost akcji kredytowej (kredytów gotówkowych, hipotecznych oraz dla segmentu Mieszkalnictwa i MŚP).

Bank Pocztowy będzie bankiem wyspecjalizowanym w najprostszych produktach, procesach oraz komunikacji, oferując dobrą cenę dla najszerszej grupy Klientów z segmentu Klienta masowego. Elementem Strategii jest pełna integracja z Poczta Polska, która umożliwia świadczenie nowoczesnych usług finansowych w ramach całej Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej.

Strategia uwzględnia najważniejsze czynniki zewnętrzne mające wpływ na działanie Banku Pocztowego, tj.: zmiany w otoczeniu makroekonomicznym; rekordowo niski poziom stóp procentowych NBP ograniczający przychody odsetkowe banku oraz zmiany zachodzące w sektorze bankowym zmniejszające możliwości rozwoju w modelu małego banku uniwersalnego. Dokument uwzględnia także nową strategię Poczty Polskiej.

Adresatami oferty Banku Pocztowego są przede wszystkim dwie grupy Klientów. Pierwsza to Klienci z segmentu masowego – przede wszystkim z miejscowości do 50 tys. mieszkańców o dochodach do 3 tys. zł netto, ceniący prostą i zrozumiałą ofertę oraz dostępność placówek. Drugą grupę stanowią Klienci cyfrowi, tj. osoby w wieku 20-55 lat lub mikrofirmy, dokonujący transakcji w internecie, preferujący kontakt zdalny z bankiem. Dla tej grupy Klientów Bank będzie budował ofertę w perspektywie Strategii.

Główne elementy Strategii w obszarze oferty prostej bankowości w dobrej cenie to:

- Masowa akwizycja – Bank oferuje Klientom najprostszą i tanią ofertę. Jeden rachunek dla Klientów detalicznych i jeden dla mikrofirm, prosta oferta kredytowa, depozytowa oraz inwestycyjna wsparta unikalnymi programami lojalnościowymi.
- Uproduktywnienie bazy Klientów kredytami – Bank skupia się na wzmocnieniu zarządzania cyklem życia Klienta, w tym działań cross-sellingowych kredytów gotówkowych do Klientów wewnętrznych.
- Efektywny model operacyjny – proste, tanie i zautomatyzowane procesy w Grupie Banku.
- Pełna integracja z Grupą Poczty Polskiej poprzez efektywne wykorzystanie potencjału sieci dystrybucji Poczty Polskiej i rozwój nowoczesnej oferty produktowej we współpracy z spółkami z Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej.

Ze strategicznych kierunków rozwoju wynika 12 kluczowych inicjatyw strategicznych realizowanych przez Bank Pocztowy w trzech obszarach (oferta, pracownicy i technologia) oraz 5 kluczowych inicjatyw strategicznych realizowanych wspólnie ze spółkami z Grupy Poczty Polskiej.

Strategia została jednogłośnie zatwierdzona przez Radę Nadzorczą Banku Pocztowego.

Podstawa prawna: Załącznik Nr 4 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu "Informacje bieżące i okresowe przekazywane przez emitentów dłużnych instrumentów finansowych w alternatywnym systemie obrotu na Catalyst".