

Raport bieżący nr 21/2012

Aktualizacja Strategii Banku Poczтового na lata 2012-2015 i zamierzenia na 2013 rok

W nawiązaniu do raportu bieżącego nr 3/2012 z dnia 20.02.2012 r. Zarząd Banku Poczowego S.A. („Bank”) informuje o aktualizacji „Strategii rozwoju Banku Poczowego w latach 2012-2015” („Strategia”).

Bank Pocztowy chce być w 2015 r. masowym bankiem detalicznym dla klientów indywidualnych z ofertą dla mikro i małych przedsiębiorstw, oferującym proste i zrozumiałe produkty bankowe.

Kluczowe cele strategiczne na lata 2012-2015 to:

- 3 mln klientów detalicznych i mikroprzedsiębiorstw do końca 2015 r.,
- skonsolidowany wskaźnik ROE netto na poziomie 14% w 2015 r.,
- kontynuacja strategicznego partnerstwa z Poczcią Polską,
- zwiększenie poziomu kapitałów własnych Banku.

Realizacja Strategii pozwoli m.in. na osiągnięcie bardzo ambitnego celu strategicznego, jakim jest obsługa 3 mln klientów detalicznych i mikroprzedsiębiorstw na koniec 2015 r. (1,24 mln na koniec września 2012 r.).

Cel ten ma zostać osiągnięty m.in. poprzez następujące działania:

- (i) dalszą szybką rozbudowę sieci sprzedaży i osiągnięcie 1.000 – 360 Mikrooddziałów i 640 Pocztowych Stref Finansowych – dedykowanych placówek do sprzedaży produktów bankowo-ubezpieczeniowych w sieci Banku i Poczty Polskiej (na koniec września br. Bank posiadał już 181 Mikrooddziałów). Ta podstawowa sieć będzie wspierana przez sprzedaż i obsługę klientów w pozostałych placówkach Banku i Poczty Polskiej, a także coraz istotniejsze nowoczesne kanały, takie jak WWW, call center i kanały mobilne;
- (ii) szybkie pozyskiwanie klientów poprzez oferowanie atrakcyjnego rachunku bieżącego z opcją bezpłatnych przelewów. Jest to usługa kierowana w szczególności do osób korzystających z tradycyjnych usług finansowych świadczonych przez Poczcią Polską;
- (iii) aktywizację sieci sprzedaży Poczty Polskiej;
- (iv) silne działania akwizycyjne skierowane do osób wykluczonych finansowo;
- (v) działania rozwojowe w obszarze mikroprzedsiębiorstw.

Celem strategicznym Banku jest również zwiększenie rentowności i osiągnięcie w 2015 r. wskaźnika ROE netto na poziomie 14%. Będzie to możliwe m.in. dzięki zwiększeniu przychodów, koncentracji na najbardziej rentownych produktach, optymalizacji struktury zatrudnienia i płac, ograniczeniu skali działalności linii biznesowych o niższej efektywności i ścisłej kontroli kosztów działania.

Istotnym elementem w Strategii jest kontynuacja strategicznego partnerstwa z Poczcią Polską. Jest ono realizowane m.in. poprzez synergie w zarządzaniu sprzedażą i wydzielenie pionu usług finansowych w Grupie Poczty Polskiej oraz rozwój systemu IT i nowych technologii.

Dalszy rozwój Banku będzie wymagał podwyższenia kapitałów własnych. W związku z brakiem dokapitalizowania w roku bieżącym, podstawowym źródłem wzmocnienia kapitałowego w latach 2012-2015 będzie akumulacja wypracowanego zysku netto. Strategia zakłada, że Bank nadal będzie dążył do podniesienia kapitałów własnych w drodze dokapitalizowania (np. w formie IPO lub dokapitalizowania przez akcjonariuszy). Sposób oraz termin ewentualnego dokapitalizowania będą uzależnione od sprzyjającej sytuacji rynkowej i decyzji akcjonariuszy.

15.11.2012

Powodem aktualizacji Strategii jest brak realizacji planowanego dokapitalizowania Banku. Z tego m.in. powodu Bank będzie koncentrował się na sprzedaży najbardziej rentownych produktów z punktu widzenia obciążenia kapitału.

W obszarze kredytów detalicznych celem Banku jest zwiększenie sprzedaży kredytów gotówkowych i ograniczenie poziomu sprzedaży kredytów hipotecznych. W obszarze bankowości instytucjonalnej Bank planuje koncentrację na rozwoju oferty dla mikro- i małych przedsiębiorstw. Dokonana zostanie zmiana w strukturze portfela kredytów korporacyjnych, gdzie nastąpi zwiększenie poziomu finansowania dla mikroprzedsiębiorstw, kosztem niższego kredytowania jednostek samorządu terytorialnego. Bank zamierza również utrzymywać atrakcyjną ofertę i tempo rozwoju w grupie klientów segmentu mieszkalnictwa.

Zamierzenia Banku Pocztowego na 2013 rok to:

- pozyskanie ok. pół miliona nowych klientów,
- otwarcie ok. 400 tysięcy ROR-ów,
- 300 funkcjonujących Mikrooddziałów,
- dalsza poprawa efektywności.

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".