

## IX. Obszar Bankowości Detalicznej

Model biznesowy bankowości detalicznej oparty jest na kilku markach (mBank, MultiBank oraz Private Banking), wielu kanałach dystrybucji (tradycyjne placówki, internet, telefon, telefon komórkowy). Szeroki asortyment produktów i usług Bank oferuje poprzez zintegrowaną platformę internetową. Model taki pozwala na oferowanie różnym grupom klientów usług lepiej dopasowanych do ich potrzeb i jest głównym czynnikiem wspierającym stały wzrost liczby klientów.

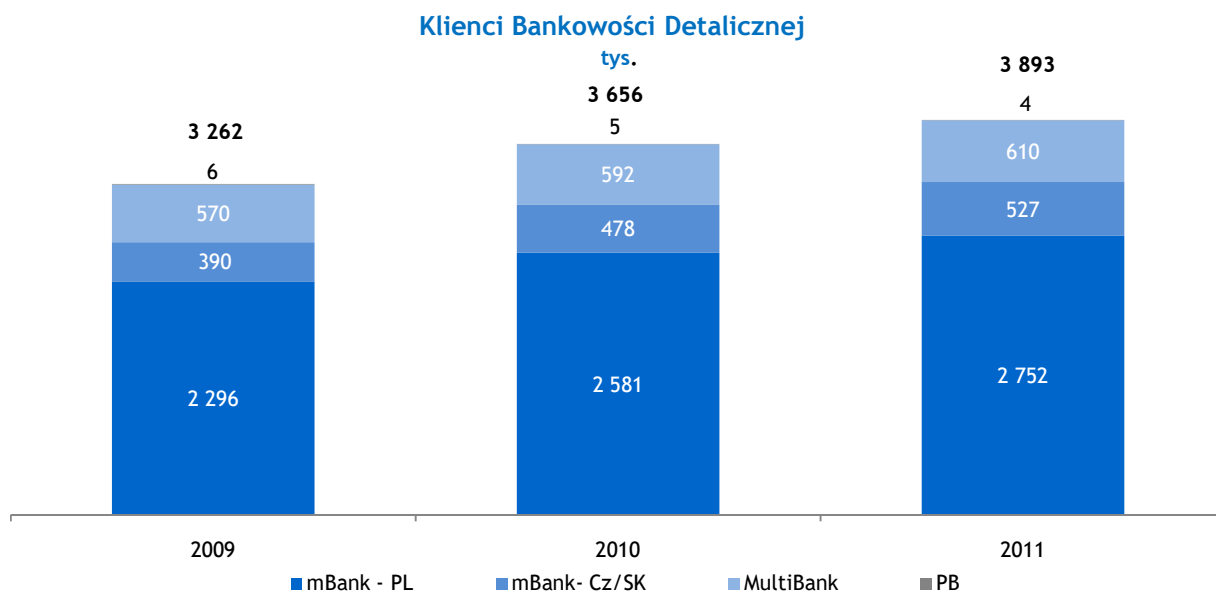
mBank i MultiBank to dwie odrębne marki w obszarze Bankowości Detalicznej w Grupie BRE Banku. Docelowi klienci mBanku to ludzie młodzi, samodzielni, poszukujący alternatywnych usług bankowych o niskich kosztach, jak również mikroprzedsiębiorstwa. MultiBank nastawiony jest na obsługę klientów zamożnych i małych firm, poszukujących spersonalizowanych usług najwyższej jakości. Do klientów Bankowości Detalicznej zaliczani są również najbardziej zamożni - klienci Private Banking. Ich łączna liczba to 4 tys. Dla najzamożniejszych, szeroką gamę produktów i strategii inwestycyjnych oferuje spółka BRE Wealth Management.

### IX.1. Klienci detaliczni

Od kilku lat Bank pozostaje rynkowym liderem w pozyskiwaniu nowych klientów detalicznych. Na koniec 2011 roku liczba klientów była o 237,0 tys. (+6,5%) wyższa w stosunku do grudnia 2010 roku, a ich liczba osiągnęła prawie 3,9 miliona.

Wykres przedstawia przyrost klientów detalicznych w ostatnich latach.

Pośród klientów obsługiwanych w Polsce są nie tylko osoby fizyczne, ale również mikroprzedsiębiorstwa. Na koniec grudnia 2011 roku było ich 409 tys., z czego 19,3 tys. (+5,0%) pozyskano w 2011 roku.



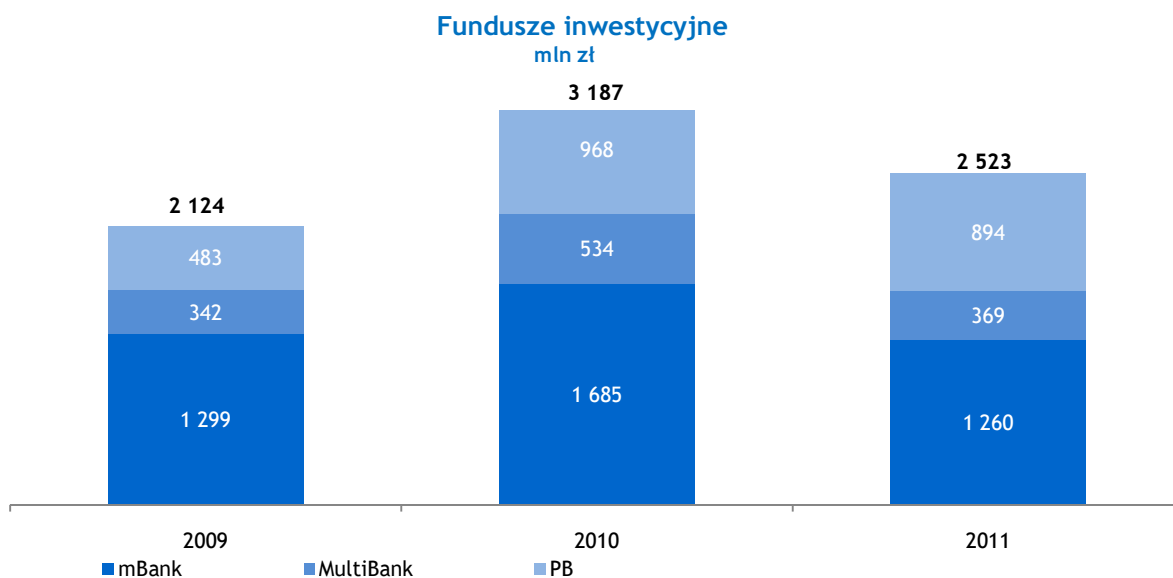
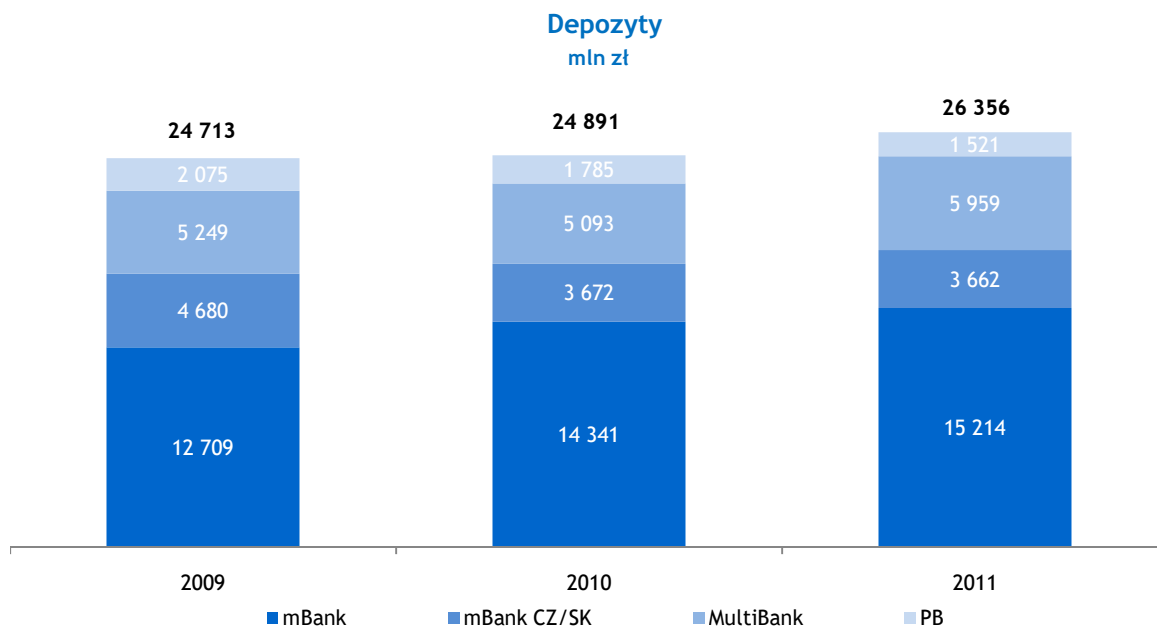
### IX.2. Oferta produktowa

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

## Depozyty i fundusze inwestycyjne

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

Poniższy wykres przedstawia szczegółowo zmiany w poziomie depozytów i środków ulokowanych w funduszach inwestycyjnych.



Na koniec grudnia 2011 roku stan depozytów bankowości detalicznej wyniósł 26 356 mln zł, o 1 153 mln zł, tj. 5,9% więcej niż na koniec 2010 roku, podczas gdy aktywa klientów w funduszach inwestycyjnych zmniejszyły się o 664 mln zł (i osiągnęły poziom 2 523 mln zł) w wyniku zarówno trudnej sytuacji na rynkach finansowych jak i stosunkowo korzystnemu oprocentowaniu depozytów oferowanego przez banki.

## Kredyty

Wartość kredytów brutto udzielonych w obszarze Bankowości Detalicznej w Polsce, Czechach i na Słowacji na koniec grudnia 2011 roku wyniosła 38 102 mln zł i w stosunku do końca 2010 roku wzrosła o 4 959 mln zł, tj. 15%.

Na koniec 2011 roku struktura kredytów detalicznych w Polsce przedstawiała się następująco:

- kredyty hipoteczne 86,4%;
- kredyty niehipoteczne 13,6%:
  - kredyty gotówkowe 4,1%;
  - linie kredytowe i overdrafty 5,6%;
  - karty kredytowe i karty obciążeniowe 2,7%;
  - pozostałe kredyty 1,2%.

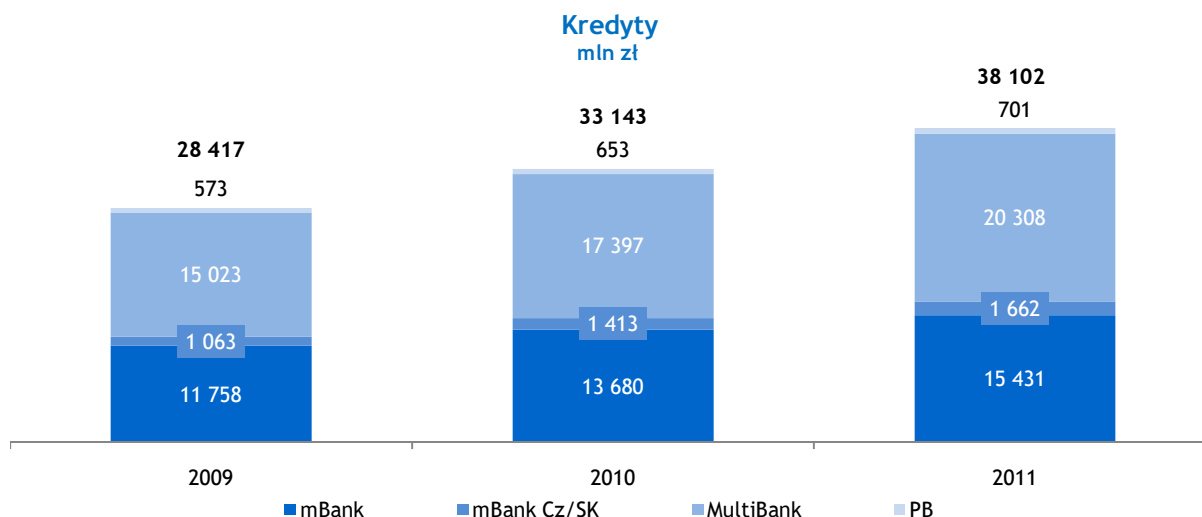
Należy podkreślić, że na wzrost wartości kredytów detalicznych w 2011 roku, wpływ miała aprecjacja franka szwajcarskiego wobec złotego o 14,8% w skali roku. Eliminując ten wpływ, portfel kredytów detalicznych byłby większy o 4,2%. Ponadto w minionym roku nastąpiło zmniejszenie wartości brutto kredytów detalicznych o 449,6 mln zł w efekcie sprzedaży części portfela kredytów detalicznych.

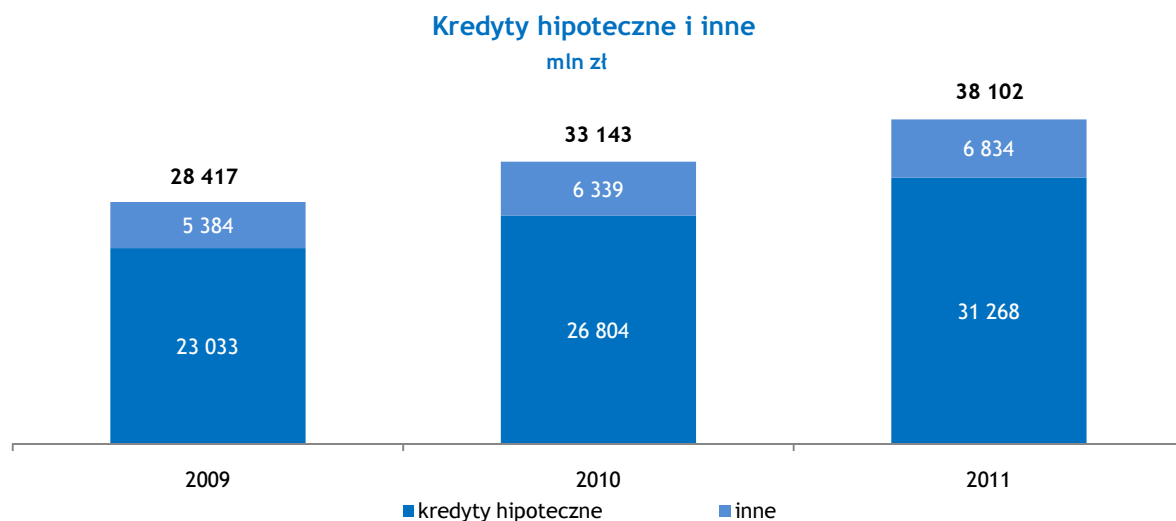
Kredyty hipoteczne dla osób fizycznych w Polsce według stanu na dzień 31 grudnia 2010 i 2011 roku charakteryzowały następujące wielkości:

Kredyty hipoteczne dla osób fizycznych	31.12.2010	31.12.2011
Wartość bilansowa (mld zł)	24,8	29,0
Średnia zapadalność (lata)	22,8	22,3
Średnia wartość (tys. zł)	278,3	306,1
Średnie LTV (%)	82,0%	85,5%
NPL	0,8%	1,2%

Portfel kredytów niehipotecznych wzrósł w 2011 roku o 495 mln zł, tj. 7,8%. Najszybciej przyrastały kredyty gotówkowe i w liniach kredytowych, w wyniku zwiększającego się korzystania przez istniejących klientów z przyznanych im limitów globalnych.

Poniższy wykres przedstawia szczegółowe zmiany w poziomie kredytów klientów detalicznych Banku:





### Karty

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

Na koniec grudnia 2011 roku liczba wydanych kart kredytowych wyniosła 630,5 tys. i była wyższa o 60,0 tys. niż rok wcześniej.

Liczba wydanych przez Bank kart debetowych na koniec grudnia 2011 roku wynosiła 3 988,3 tys. W okresie 12 miesięcy przybyło 963,5 tys. kart, tj. 31,9%.

Bank kładzie duży nacisk na innowacje i rozszerzanie zakresu oferowanych kart. Przykładem mogą być nowe inicjatywy takie jak wydanie 30 tys. przedpłaconych kart dla klubu piłkarskiego Korona Kielce czy 14 tys. kart eMoney dla uczestników największego festiwalu muzycznego w Polsce – Open'er.

### Usługi maklerskie i ubezpieczeniowe

Usługi maklerskie i ubezpieczeniowe świadczone w obszarze Bankowości Detalicznej to istotny atut w ofercie Banku dla klientów i rosnące źródło dochodów Grupy BRE Banku.

W 2011 roku rosła liczba klientów korzystających z usług maklerskich. W mBanku w ramach usługi eMakler klienci prowadzili 200,7 tys. rachunków inwestycyjnych, o 11,5 tys. więcej niż na koniec 2010 roku. W MultiBanku klienci posiadali 32,8 tys. rachunków (+1,4 tys.) prowadzonych w ramach Usługi Maklerskiej.

Dodatkowo, do oferty Domu Inwestycyjnego BRE Banku wprowadzono wszechstronną i prostą w obsłudze aplikację stworzoną dla klientów inwestujących na rynkach finansowych. Główną funkcją programu jest wyświetlanie informacji o aktualnym stanie rynku dla instrumentów notowanych na GPW. Wszystkie informacje (kursy, oferty, itp.) wyświetlane są w tabelach, których parametry można dowolnie modyfikować, można je również przedstawiać graficznie, co wspiera decyzje inwestycyjne klienta w nowoczesny i efektywny sposób. Program pozwala również na składanie zleceń kupna/sprzedaży bezpośrednio z niego.

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, 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 2011 to okres dalszego rozwoju oferty produktowej. Do nowych lub istotnie zmodyfikowanych produktów kredytowych, depozytowych i inwestycyjnych oraz działań wspierających sprzedaż zarówno w MultiBanku, jaki i w mBanku należy zaliczyć:

- wprowadzenie ekspresowego przelewu internetowego, który umożliwia przekazywanie środków pieniężnych na konto odbiorcy w innym banku w ciągu 15 minut, bez konieczności oczekiwania na kolejną międzybankową sesję rozliczeniową,
- modyfikacja regulaminu udzielania kredytów konsumpcyjnych, która umożliwia klientom zawarcie umowy w trybie telefonicznym, bez konieczności wcześniejszego podpisania ramowej umowy kredytowej,
- udostępnienie kredytu samochodowego i kredytu gotówkowego on-line w 15 minut,
- wdrożenie nowego automatycznego serwisu telefonicznego,
- rozszerzenie oferty lokat terminowych z dzienną kapitalizacją odsetek.

### **Rozszerzenie oferty MultiBanku:**

- kredyt na PIT – kredyt na preferencyjnych warunkach dla osób, które musiały dokonać dopłaty do podatku dochodowego za 2010 rok,
- kredyt samochodowy dla klientów ekskluzywnych marek Jaguar, Land Rover oraz Range Rover,
- specjalna oferta kredytowa BRE Banku dla dilerów samochodowych współpracujących z MultiBankiem na zakup samochodów od importera,
- Aktywny Portfel Funduszy PRO z regularną składką,
- rozszerzenie oferty Centrum Oszczędzania o fundusze zarządzane przez AXA TFI,
- druga subskrypcja prestiżowego produktu inwestycyjnego Allianz Platinum FIZ,
- poszerzenie portfela prestiżowych kart MultiBanku o kartę MasterCard World Signia,
- wprowadzenie do oferty kart debetowych dla firm karty MasterCard Business, wyposażonej w technologię PayPass,
- wprowadzenie karty kredytowej MasterCard Professional, która przeznaczona jest dla przedstawicieli wolnych zawodów prowadzących własną działalność gospodarczą,
- uruchomienie pilotażu bezstykowych płatności mobilnych (NFC) dla posiadaczy iPhone'ów,
- pozyskanie nowych partnerów programów rabatowych.

### **Rozszerzenie oferty mBanku w Polsce:**

- wdrożenie kredytu ratalnego na zakupy w sklepach internetowych – mBank RATY,
- udostępnienie klientom możliwości dokonywania wpłat i wypłat gotówkowych w sieci 74 oddziałów MultiBanku,
- uruchomienie subskrypcji na 8 lokat strukturyzowanych,
- Aktywny Portfel Funduszy PLUS z regularną składką,
- rozszerzenie oferty SFI o fundusze zarządzane przez AXA TFI,
- wdrożenie mPolisolokaty, gwarantującej wypłatę zysku w postaci świadczenia ubezpieczeniowego, a nie odsetek,
- uruchomienie nowej wersji serwisu internetowego, przeznaczonego dla urządzeń mobilnych – mBank light,
- uruchomienie pilotażu bezstykowych płatności mobilnych (NFC) dla posiadaczy iPhone'ów,
- wprowadzenie eKonta z darmowym Internetem mobilnym, a dla stałych klientów – zaoferowanie tabletu z dostępem do sieci,

- udostępnienie bankowej aplikacji na iPada i iPhone'a oraz telefony wyposażone w system Android.

W lutym 2012 roku już ponad 300 tys. klientów mBanku korzystało z dostępnych rozwiązań bankowości mobilnej, w tym lekkiej wersji serwisu transakcyjnego, aplikacji na iPhone'a i iPada oraz aplikacji na urządzenia wyposażone w system Android.

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

W obu krajach, analogicznie jak w Polsce, umożliwiono klientom korzystanie z usług bankowych poprzez urządzenia mobilne – iPhone i iPad, wersję bankowości internetowej, tzw. light na smartfony, przelewy z karty kredytowej. Ponadto:

- mBank w Czechach wprowadził overdraft dla klientów detalicznych i biznesowych, click loan, czyli kredyt na kliknięcie – w ramach wcześniej przyznanego limitu oraz nowy rodzaj ubezpieczenia rachunku dostępnego dla klientów indywidualnych,
- mBank na Słowacji wprowadził ubezpieczenie kart debetowych i kredytowych, a także usługę direct debit w systemie SEPA.

### **Powołanie jednostki „Client Lab”**

W 2011 roku Bank powołał jednostkę zajmującą się badaniami i rozwojem w obszarze Bankowości Detalicznej. „Client Lab” prowadzi innowacyjne projekty badawcze i wdrożeniowe w segmencie detalicznym i MSP oraz promuje głos klienta w organizacji. Departament gromadzi wiedzę o klientach i ich potrzebach z różnych źródeł: badań własnych i zewnętrznych, monitorowanie rynku krajowego i zagranicznego, analiza danych transakcyjnych klientów.

W ramach pierwszych prowadzonych projektów skoncentrowano się nad rozwojem produktów i usług w obszarach bankowości mobilnej o narastającym znaczeniu, mediów społecznościowych, nowoczesnych interfejsach użytkownika czy zintegrowanych usługach nowoczesnej bankowości internetowej.

## **IX.3. Sieć dystrybucji**

Liczba i zakres działania placówek bankowości detalicznej Banku odzwierciedlają ukierunkowanie na obszary o dużym potencjale wzrostu oraz wagę, jaką Bank przykładają 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 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 2011 roku sieć ta liczyła 97 lokalizacji (25 Centrów Finansowych, 62 mKioski i 10 mKiosków partnerskich) oraz 30 Punktów Obsługi Agencyjnej.

Liczba placówek mBanku za granicą w stosunku do końca 2010 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 135 placówek (74 Centra Usług Finansowych, 61 Placówek Partnerskich) wobec 133 na koniec 2010 roku. Placówki MultiBanku zlokalizowane są głównie w większych miastach, co jest zgodne z modelem Banku nastawionym na obsługę zamożniejszych grup klientów.

## IX.4. Spółki w obszarze Bankowości Detalicznej

### Aspiro SA

Na koniec 2011 roku Aspiro oferowało produkty 24 różnych podmiotów finansowych wliczając w to także mBank i MultiBank. Aktualnie oferta obejmuje łącznie 50 produktów, w tym między innymi: kredyty hipoteczne, kredyty gotówkowe, produkty ubezpieczeniowe, produkty inwestycyjne, leasing i faktoring.

W 2011 roku nastąpił 18% wzrost sprzedaży produktów hipotecznych BRE Banku i banków trzecich. W IV kwartale Aspiro odnotowało znaczący wzrost sprzedaży produktów ubezpieczeniowych i inwestycyjnych. Spółka utrzymywała dynamiczny rozwój sprzedaży kredytów samochodowych w salonach. Aspiro systematycznie poszerza ilość współpracujących kontrahentów, która na 31 grudnia 2011 roku wyniosła już 214 punktów dealerskich zlokalizowanych na terenie całego kraju. Rozpoczęto też aktywną współpracę z pośrednikami finansowymi w zakresie sprzedaży samochodów. Do końca 2011 roku podpisano 40 takich umów.

Spółka zamknęła 2011 rok zyskiem brutto w wysokości 10,5 mln zł wobec 7,9 mln zł rok wcześniej.

### BRE Wealth Management SA (BWM)

W 2011 roku w BWM wdrożony został nowy model biznesowy, skupiający się na ofercie związanej z doradztwem inwestycyjnym. Nowy model zakłada doradztwo w zakresie całego majątku, zarówno aktywów finansowych jak i pozafinansowych, ze szczególnym uwzględnieniem planów biznesowych klienta. Tym samym zmieniła się grupa docelowa BRE Wealth Management – aktualnie oferta kierowana jest do Klientów z aktywami powyżej 1 mln zł. Oferta doradztwa jest świadczona przez własną sieć doradczą, w której doradcy odpowiadają za strategiczną alokację aktywów klientów i pozyskiwanie nowych klientów. Od stycznia podpisanych zostało 160 umów na doradztwo inwestycyjne.

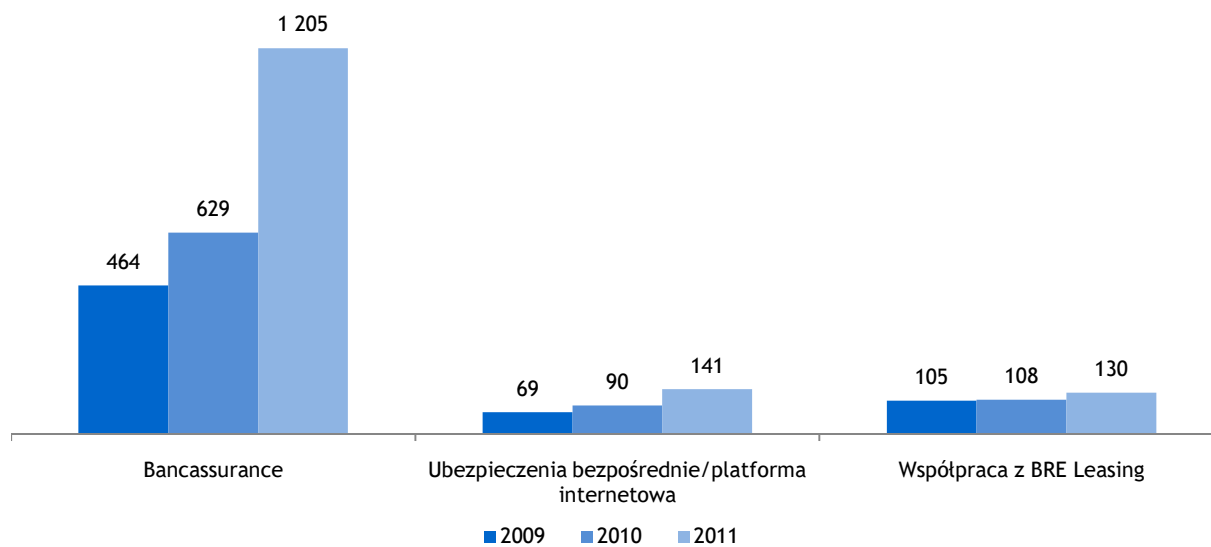
W 2011 roku w dynamiczny sposób rozwijała się usługa doradztwa w zakresie optymalizacji podatkowej. Oferta BWM poszerzona została o portfele modelowe zarządzane w formule Ubezpieczeniowych Funduszy kapitałowych, produkty III-filaru oraz polisolokaty.

Na koniec grudnia 2011 roku aktywa zarządzane przez spółkę wyniosły 3,4 mld zł, o 25% więcej w porównaniu do grudnia 2010 roku. W 2011 roku spółka wypracowała zysk brutto w wysokości 10,9 mln zł w porównaniu z 10,7 mln zł w 2010 roku.

### BRE TUiR SA i BRE Ubezpieczenia Sp. z o.o.

W 2011 roku najszybciej rozwijała się działalność bancassurance, o czym świadczy przypis składki 1 204,7 mln zł za cały rok, co jest wynikiem o 91,4% wyższym od osiągniętego w 2010 roku. Odnotowano wzrost składki od ubezpieczeń do kredytów hipotecznych i gotówkowych. Składka od produktów sprzedawanych poprzez platformę internetową wyniosła 140,8 mln zł, o 61,1% więcej niż przed rokiem. Spółka ma w ofercie własne polisy oraz ubezpieczenia innych towarzystw. Wysoką dynamikę osiągnięto również na współpracy z BRE Leasing – wartość składki wzrosła o 20,1% rok do roku i wyniosła 129,6 mln zł. Łączna wartość składki w 2011 roku wyniosła 1 475,1 mln zł, o 79% więcej niż w 2010 roku.

**BRE Ubezpieczenia - przypis składki brutto**  
mln zł



Zysk brutto spółki w ujęciu skonsolidowanym (BRE TUIR SA i BRE Ubezpieczenia sp. z o.o.) za 2011 rok wyniósł 50,5 mln zł w porównaniu z 17,2 mln zł rok wcześniej.