



Bank Polski

*„PKO Bank Polski.
Codziennie Najlepszy”*

Prezentacja strategii PKO Banku Polskiego
Warszawa, dnia 3 kwietnia 2013 r.



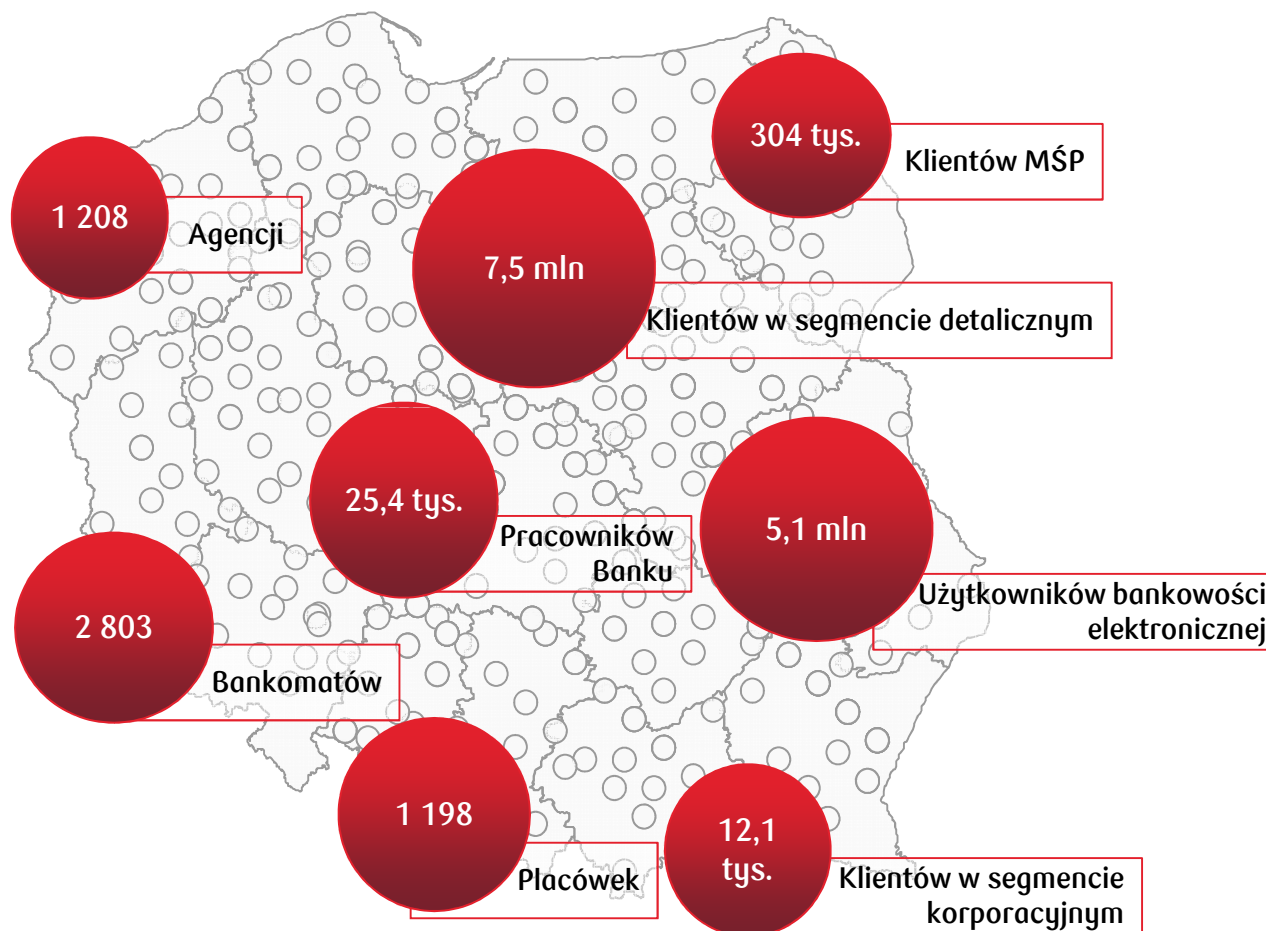
Bank Polski

- Wizja rozwoju i cele strategiczne
- Otoczenie konkurencyjne
- Inicjatywy strategiczne
- Akwizycje i alianse
- Polityka dywidendy
- Podsumowanie

PKO Bank Polski jest zdecydowanym liderem polskiej bankowości



Bank Polski



- Pozycja wyjściowa PKO Banku Polskiego do realizacji strategii na lata 2013 - 2015 jest dobra

- Bank posiada wysoką dochodowość i efektywność oraz silną pozycję kapitałową i płynnościową

- W 2013 roku szczególnym wyzwaniem jest spowolnienie gospodarcze i środowisko niższych stóp procentowych oraz koszty ryzyka wymagające obniżenia

- Od II połowy 2013 r. oczekiwane stopniowe przyspieszenie wzrostu gospodarczego w Polsce

Wizja rozwoju i wartości PKO Banku Polskiego



Bank Polski

Wizja rozwoju Banku



Wartości Banku

Wiarygodność

Satysfakcja
Klienta

Ciągłe
doskonalenie

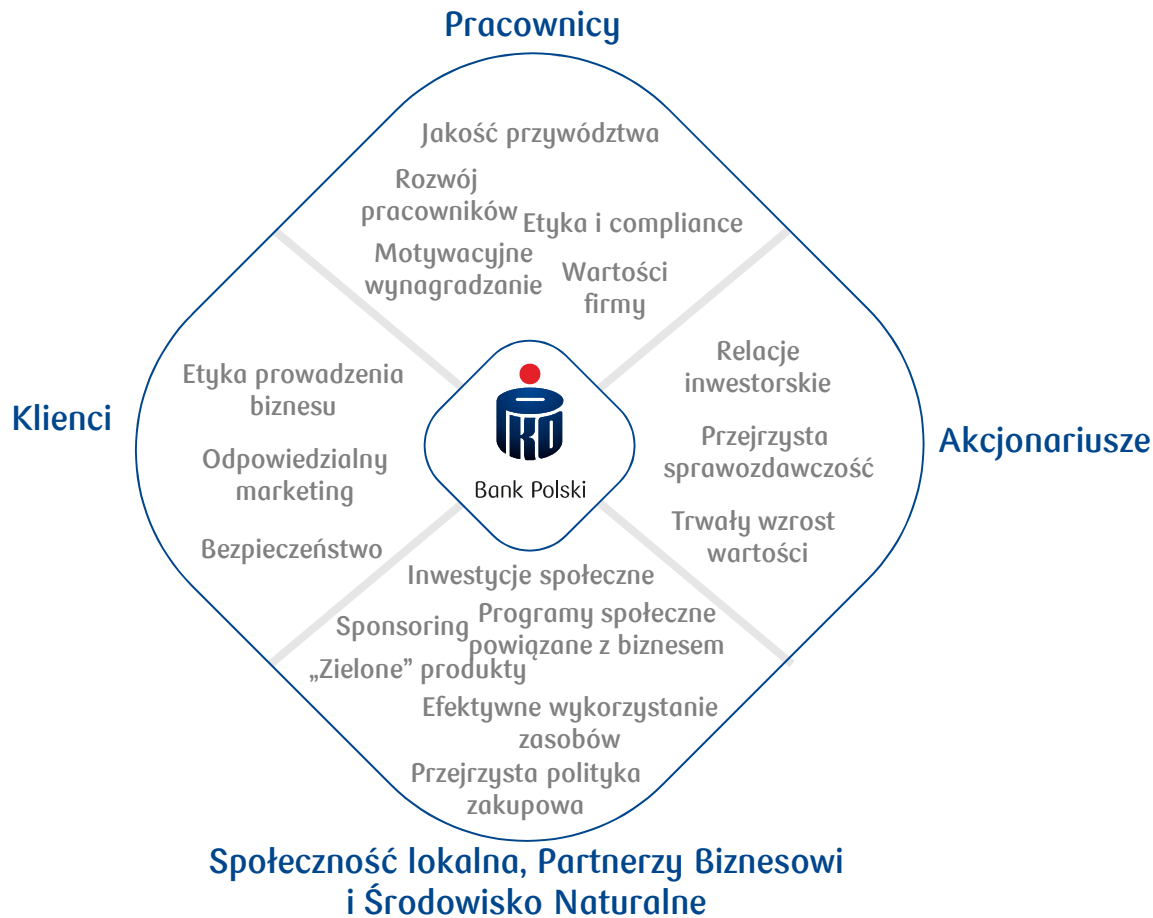
Przedsiębiorczość

- Kultura organizacyjna Banku jest kształtowana przez wspólne Wartości, wspierające realizację strategicznej Misji i Wizji rozwoju
- Bazą rozwoju PKO Banku Polskiego jest nowe DNA organizacji, opartej o wysokiej jakości kapitał ludzki oraz ukierunkowanie na wzrost efektywności, wiarygodność, satysfakcję Klienta i ciągły rozwój.

Zasady społecznej odpowiedzialności PKO Banku Polskiego



Bank Polski



- PKO Bank Polski jest instytucją społecznie odpowiedzialną. Kontynuuje zrównoważony rozwój, koncentruje się na zaspokajaniu potrzeb interesariuszy, z którymi buduje długofalowe relacje
- Społeczna odpowiedzialność biznesu realizowana jest we wszystkich obszarach jako zobowiązanie wobec Klientów, Akcjonariuszy, Pracowników, Partnerów Biznesowych oraz Społeczeństwa i Środowiska Naturalnego
- Bank prowadzi także działalność charytatywną za pośrednictwem Fundacji PKO Banku Polskiego (hasło fundacji: „Dobro procentuje”). Do najważniejszych obszarów programowych Fundacji PKO Banku Polskiego należą Edukacja, Nadzieja, Zdrowie i Ekologia

Nowoczesny wizerunek PKO Banku Polskiego



Bank Polski



Bank Polski



Fundacja



- Strategia zakłada umocnienie pozycji marki PKO Banku Polskiego jako marki o najwyższej wartości w polskim sektorze bankowym
- Szacowana aktualna wartość marki wynosi około 3,7 mld złotych
- Mocne strony marki to polski charakter, bezpieczeństwo, zaufanie i przyjazność oraz siła finansowa
- Inicjatywy strategiczne ukierunkowane na poprawę wartości oferty dla Klientów oraz umocnienie marki w następujących obszarach: profesjonalizm i elastyczność obsługi, nowoczesna oferta produktów, innowacyjność i mobilne technologie oraz standardy placówek

Kluczowe dźwignie strategiczne



Cele strategiczne PKO Banku Polskiego do 2015 roku



Cel strategiczny¹ do 2015 roku (średnioterminowy)

Zwrot z kapitału

- ROE powyżej 15%

Efektywność

- C/I poniżej 45%

Apetyt na ryzyko

- Umiarkowany przy koszcie ryzyka na poziomie 1,20 pkt. proc. (100-120 pb w długim terminie)

Wzrost i Udziały rynkowe

- Lider we wszystkich istotnych segmentach rynku
 - Udział w rynku kredytów na poziomie 17%
 - Udział w rynku depozytów na poziomie 18%

Satysfakcja Klientów

- Wskaźnik utraty Klientów indywidualnych (*churn rate*²) poniżej średniej w sektorze

Adekwatność kapitałowa

- CAR powyżej 12% oraz Core Tier 1 powyżej 11%

Płynność

- L/D poniżej 98%
- NSFR dążący do 100% (powyżej 100% w długim terminie)

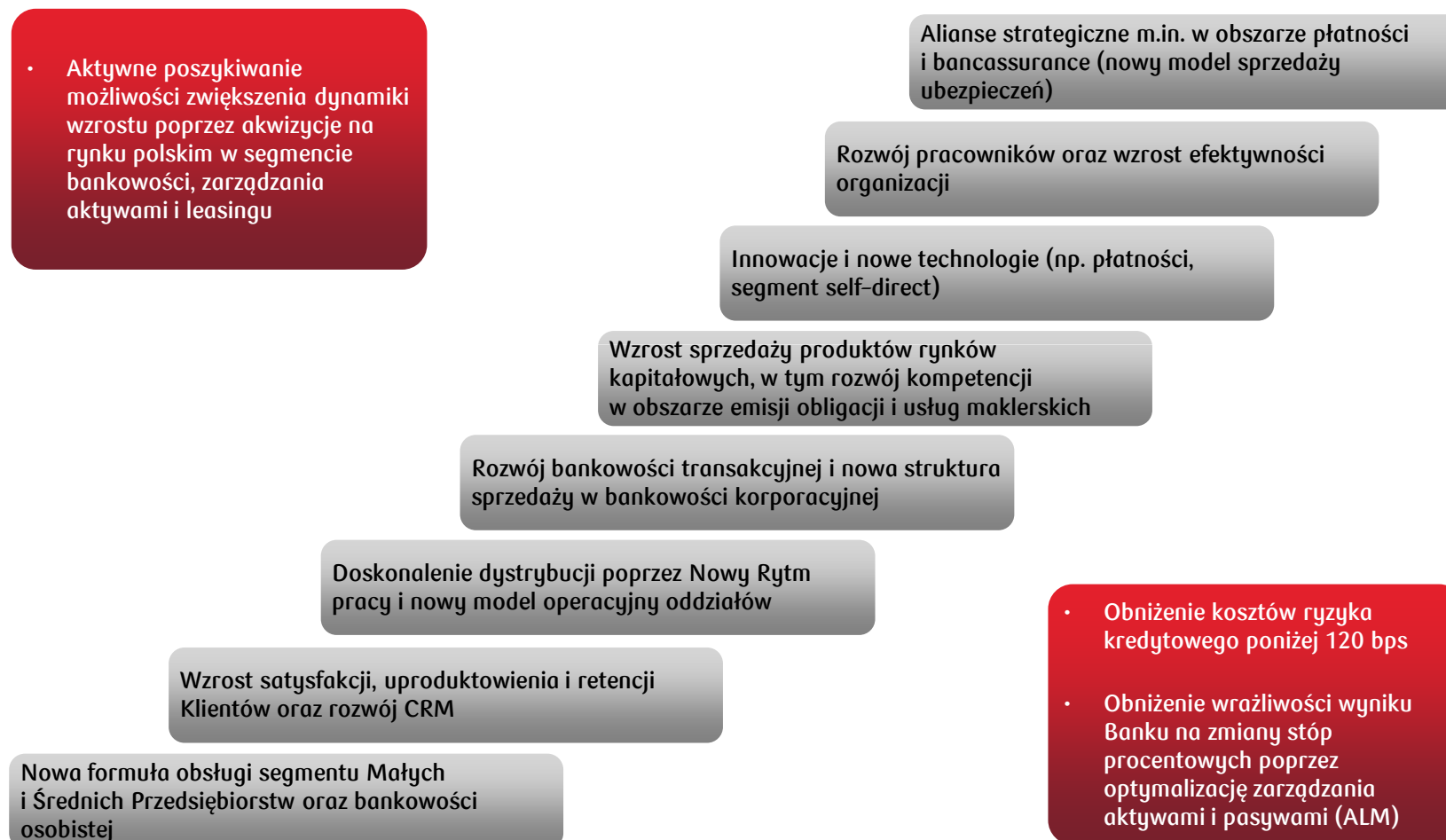
¹ Wskaźnik ROE, C/I, CAR, Core Tier1 na poziomie jednostkowym i skonsolidowanym

² Wskaźnik utraty klientów indywidualnych określający udział liczby utraconych klientów w stosunku do bazy aktywnych klientów

Głównie inicjatywy strategiczne do 2015 roku



Bank Polski





Bank Polski

- Wizja rozwoju i cele strategiczne
- **Otoczenie konkurencyjne**
- Inicjatywy strategiczne
- Akwizycje i alianse
- Polityka dywidendy
- Podsumowanie

Długoterminowe wyzwania rozwojowe powodują transformację sektora bankowego na świecie



Bank Polski

Wybrane długoterminowe trendy ogólnogospodarcze

Rewolucja internetowa

Rozwój segmentu self-direct, przesyt informacji, decyzje oparte na emocjach

“Big Data”

Umiejętność wykorzystania dużej liczby informacji o Kliencie kluczowym czynnikiem konkurencji

Nierównowaga w gospodarce światowej

Nierównowaga bilansów konsumentów i krajów, wzrost interwencjonizmu, niskie stopy procentowe i ekspansja monetarna, wzrost w oparciu o kapitał ludzki

Zmiany demograficzne

Ryzyko stabilności finansów publicznych, spadek potencjału wzrostu gospodarczego w długim terminie

Sektor bankowy podlega szybkiej transformacji

Wybrane długoterminowe trendy w sektorze bankowym

Spowolnienie wzrostu

Załamanie 25-letniego trendu kreacji pieniądza, delewarowanie, środowisko niższych stóp wzrostu i zwrotu przy wzroście ryzyka

Trudności w dostępie do finansowania

Wzrost kosztu finansowania na rynkach hurtowych, powrót do tradycyjnych źródeł finansowania, trudności w pozyskaniu kapitału celem spełnienia wymogów regulacyjnych

Rozbudowane regulacje

Trwały spadek dochodowości sektora bankowego, ukierunkowanie na ochronę interesu Klientów (szersze gwarancje depozytów, bancassurance)

Dezintermediacja

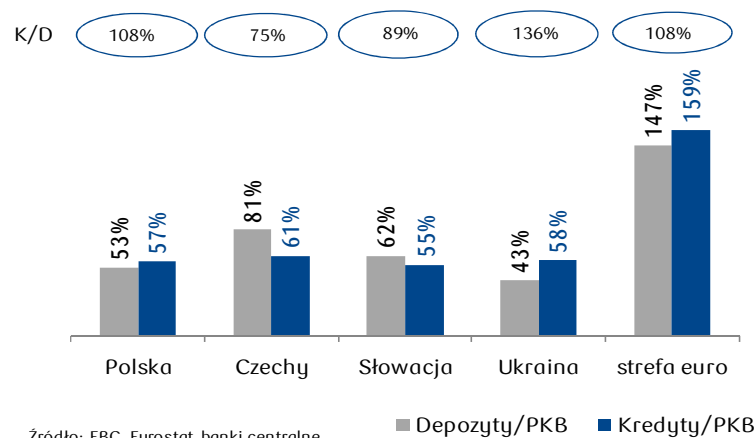
Walka instytucji niebankowych na rynku płatności i consumer finance, rozwój rynku dłużnych papierów wartościowych

Polski sektor bankowy posiada nadal atrakcyjny potencjał wzrostu

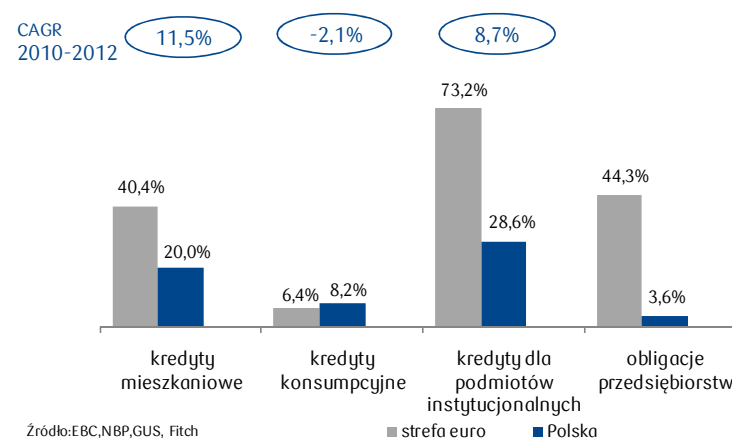


Bank Polski

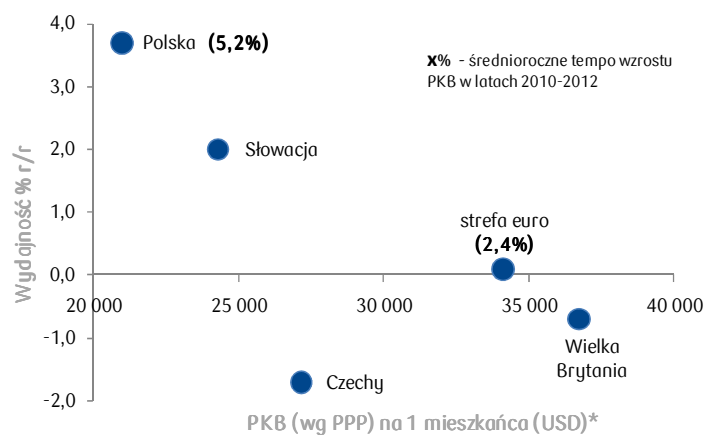
Kredyty, depozyty (2012)



% PKB: kredyty, obligacje korporacyjne

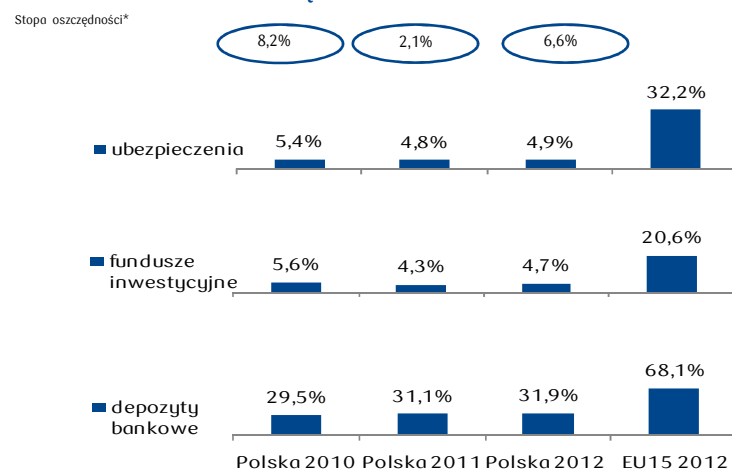


Wydajność, dochodowość gospodarek



Źródło: Eurostat, IMF (dane na koniec 2012 r.); *szacunki IMF, październik 2012 r.

% PKB: struktura oszczędności



Strategia PKO Banku Polskiego uwzględnia długoterminową perspektywę rozwoju polskiego sektora bankowego



Bank Polski

Sektor bankowy

- 1 Spadek wzrostu PKB, ale dalszy wzrost aktywów bankowych w relacji do PKB – wzrost Wolumenów o ~5-6 %, a zysków o ~4-5% rocznie do 2020 r
- 2 Presja na marże i niższy koszt ryzyka
- 3 Spadek finansowania od banków-matek i dalsza konsolidacja w poszukiwaniu dochodowości
- 4 Presja na dochodowość i dynamikę wzrostu sektora bankowego wynikająca z nowych regulacji

Klienci

- 5 Starzenie się społeczeństwa i wzrost penetracji usług finansowych wśród 10 mln nieubankowionych Polaków. Większość zasobów finansowych wśród klientów 40+
- 6 Wzrost znaczenia klientów z sektora MŚP i klientów zamożnych
- 7 Polacy szybko adaptują nowe rozwiązania finansowe i technologiczne (wzrost transakcji bezgotówkowych, rozwój self-direct, spadek transakcji w oddziale)

Produkty i usługi

- 8 Duży potencjał wzrostu płatności elektronicznych (np. płatności mobilne)
- 9 Wzrost popytu na produkty inwestycyjne, oszczędnościowe i ubezpieczeniowe
- 10 Dalszy rozwój kredytów hipotecznych, ale kluczowe dla rentowności produktu będą marże i umiejętności odsprzedaży innych produktów i usług
- 11 Finansowanie (poza regulacjami) istotnym czynnikiem ograniczającym wzrost wolumenów kredytowych
- 12 W bankowości korporacyjnej wzrost emisji dłużnych papierów wartościowych (wpływ norm Bazylei III)

Kanały dystrybucji

- 13 Oddziały głównym kanałem sprzedażowym produktów bankowych, przy wzroście znaczenia dostępu wielokanałowego. Zmniejszenie roli placówek bankowych w obsłudze transakcji - presja na koszty, kapilaryzacja sieci, niewielki spadek zatrudnienia
- 14 Szybkie przyswajanie elektronicznych kanałów przez młode pokolenie, ale wciąż dla dochodowości kluczowy pozostanie segment 40+
- 15 Dystrybucja usług bankowych w obszarach wiejskich

Średnioterminowe prognozy makroekonomiczne



Bank Polski

Prognozy makroekonomiczne

W procentach

	2012	2013P	2014P	2015P	CAGR(%)	
					2010-2012	2013-2015
Realny wzrost PKB	2,0	1,6	2,6	3,4	3,4	2,5
Inwestycje (wzrost realny)	0,6	(3,8)	7,6	7,0	3,0	4,2
Konsumpcja prywatna (wzrost realny)	0,5	1,1	2,3	2,6	2,1	2,2
Nominalny wzrost PKB	4,8	5,1	5,1	5,2	5,9	5,1
	2012	2013P	2014P	2015P	Średnia (%)	
					2010-2012	2013-2015
Inflacja CPI ¹	3,7	1,5	2,5	2,5	3,5	2,2
Bezrobocie	10,1	11,0	10,8	10,1	9,7	10,6
WIBOR 3M	4,11	3,35	3,45	4,00	4,3	3,6
PLN/EUR	4,1	3,9	3,8	3,8	4,2	3,8

¹ Prognozy inflacji i stóp procentowych bazują na założeniu utrzymania podwyższonej stawki VAT w latach 2014-2015. Ewentualny spadek stawki VAT o 1 p.p. może istotnie przełożyć się na spadek inflacji i powodować utrzymanie się niższego poziomu stóp procentowych w okresie prognozy.

- PKO Bank Polski prognozuje przyspieszenie wzrostu gospodarczego w Polsce począwszy od II półrocza 2013 r. przy założeniu stabilizacji sytuacji gospodarczej w strefie Euro w perspektywie najbliższych 2 lat
- Główne dźwignie wzrostu to poprawa konsumpcji prywatnej w efekcie spadku stóp procentowych i inflacji, przyspieszenie inwestycji publicznych w 2014 r., pozytywny wpływ funduszy UE i przyspieszenie akcji kredytowej
- Oczekuje się, że stopy procentowe pozostaną na stabilnym i niskim poziomie co najmniej do połowy 2014 r.

Średnioterminowe prognozy rynkowe



Bank Polski

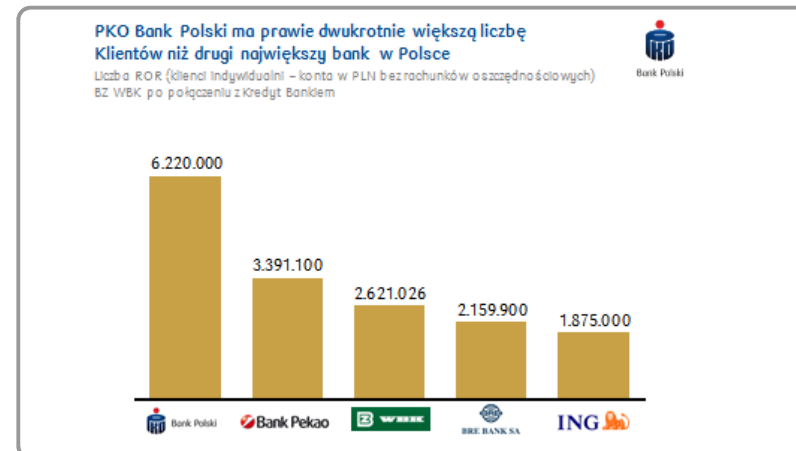
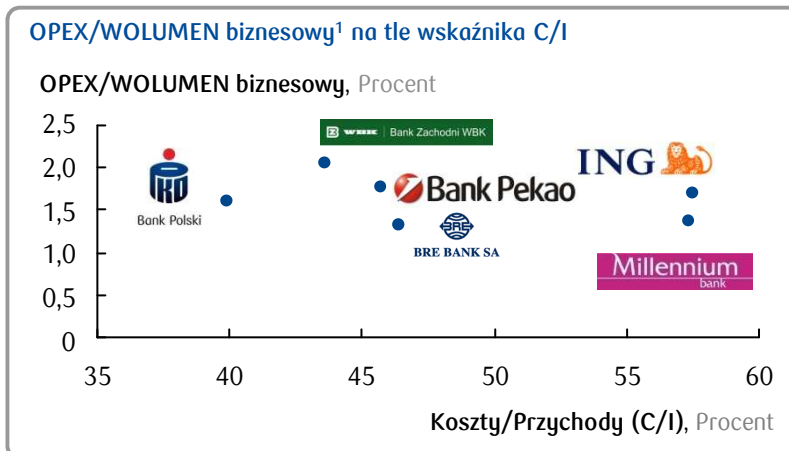
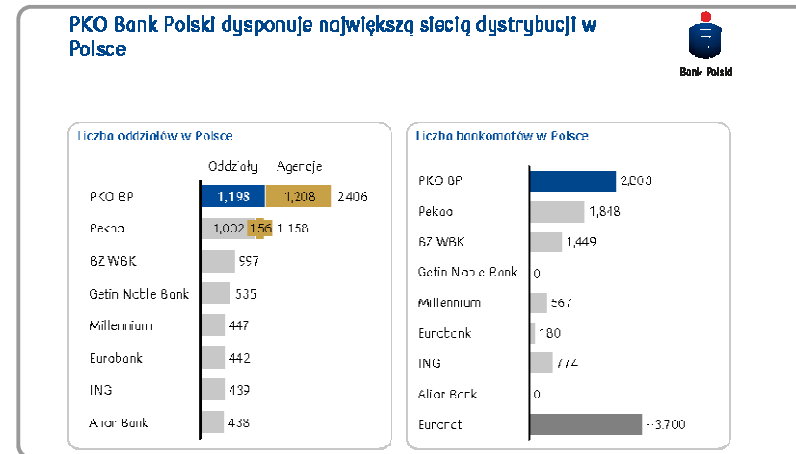
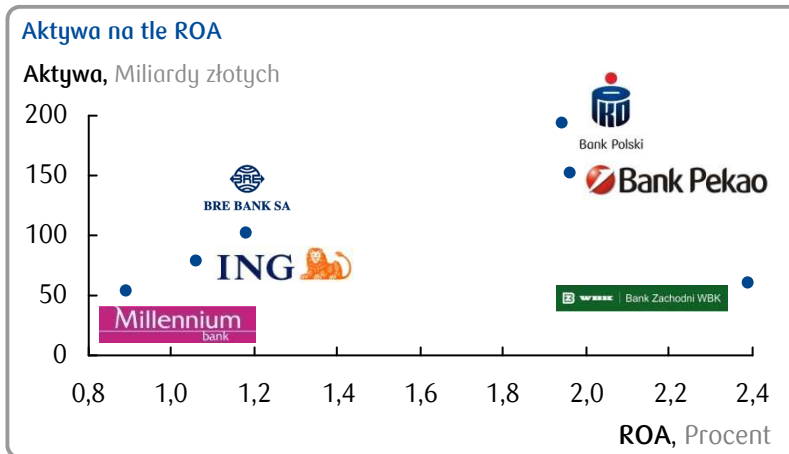
Prognozy rynkowe Skorygowane o FX	CAGR (%)		Całkowity wzrost rynku	
	2010-2012	2013-2015	2010-2012	2013-2015
Kredyty	7,6	5,8	24,4	18,5
Konsumpcyjne i pozostałe	-2,1	5,4	-6,1	16,9
Mieszaniowe	11,5	4,5	38,8	14,0
• złotowe	23,7	10,5	89,1	34,9
• walutowe	1,7	-3,8	5,3	-11,0
Podmiotów instytucjonalnych	8,7	6,8	28,5	21,7
Depozyty	8,5	5,6	27,8	17,7
Osób prywatnych	10,7	6,2	35,5	19,8
Podmiotów instytucjonalnych	5,9	4,8	18,8	15,0
Fundusze inwestycyjne	15,1	8,4	52,3	27,3

- PKO Bank Polski oczekuje spadku dynamiki rynku do 2015 roku o blisko 30% w porównaniu do lat 2010 - 2012
- W efekcie niższych stóp procentowych zakładane jest ożywienie rynku kredytowego w latach 2014 i 2015, w tym odwrócenie negatywnego trendu w consumer finance
- Oczekiwana jest stabilna sytuacja płynnościowa w sektorze - dynamika depozytów powinna być zbliżona do kredytów, powodując utrzymanie się wskaźnika Kredyty/Depozyty w sektorze na poziomie poniżej 110%
- Banki będą także w rosnącym zakresie finansowały się długoterminowymi depozytami i obligacjami

Silna pozycja konkurencyjna PKO Banku Polskiego według głównych parametrów finansowych w 2012 r.



Bank Polski



¹ Suma kredytów i pożyczek udzielonych klientom oraz zobowiązań wobec klientów na koniec 4 kwartału 2012 r.

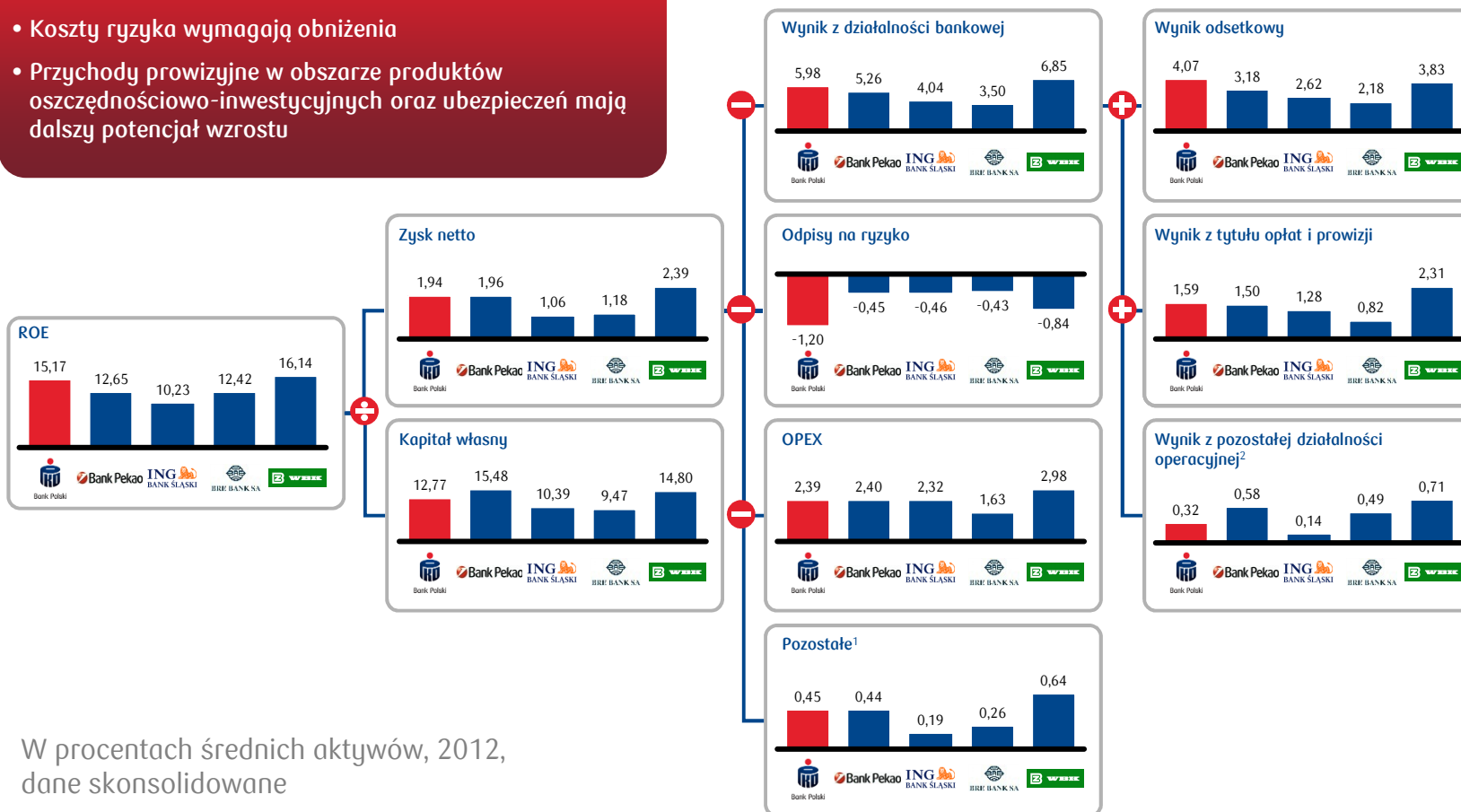
² Liczba oddziałów, agencji, bankomatów i ROR dla PKO Banku Polskiego na koniec 2012 roku, dla pozostałych banków dane najbardziej aktualne

Dekompozycja ROE dla PKO Banku Polskiego potwierdza wysoką efektywność Banku



Bank Polski

- Wysokie ROE oraz źródła wyników wskazują na wysoką efektywność Banku pod względem struktury przychodów, marż, kosztów i zarządzania kapitałem
- Koszty ryzyka wymagają obniżenia
- Przychody prowizyjne w obszarze produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych oraz ubezpieczeń mają dalszy potencjał wzrostu



W procentach średnich aktywów, 2012, dane skonsolidowane

¹ Wraz z pozostałymi przychodami/kosztami nieoperacyjnymi, podatkami, oraz zyskami i stratami udziałowców niesprawujących kontroli
² Wraz z wynikiem na operacjach rynkowych oraz pozostałymi przychodami netto

Istniejące silne przewagi konkurencyjne Banku



Bank Polski

Najlepsza marka

- Najlepiej rozpoznawalna marka w polskim sektorze bankowym – rozpoznawalność wspomagana 94% oraz jako pierwsza marka, która przychodzi klientowi na myśl 25% (TOP of Mind)
- Najlepszy wskaźnik konwersji klienta świadomego marki, na klienta który spróbował usług Banku

Największa baza klientów

- Największa baza klientów detalicznych (7,5 mln), w tym silna pozycja w perspektywicznych segmentach klienta zamożnego (330 tys. klientów) oraz MŚP (304 tys. klientów)
- W bankowości korporacyjnej 12,1 tys. klientów, w tym wysoka penetracja w segmencie klientów strategicznych oraz samorządów (JST)

Największa sieć dystrybucji

- Największa sieć dystrybucji – ok. 1,2 tys. oddziałów oraz ok. 1,2 tys. agencji
- Największa bankowa sieć ok. 2,8 tys. bankomatów oraz dostęp do rozbudowanej sieci akceptacji
- Największa platforma bankowości elektronicznej iPKO i Inteligo z ok. 4,5 mln użytkowników

Siła kapitałowa

- Wysoka rentowność kapitałów własnych (ROE powyżej 16%) pozwala na generowanie wysokiego kapitału i umożliwia wzrost kredytowania, wypłatę stabilnej dywidendy i finansowanie potencjalnych akwizycji
- Jedna z niższych dźwigni finansowych w sektorze daje dalszy potencjał optymalizacji struktury kapitałów i wzrost ROE poprzez emisję długu podporządkowanego oraz wdrożenie IRB

Stabilna baza finansowania

- Bezpieczna i stabilna struktura finansowania oparta w 90% o depozyty klientów, w większości detalicznych
- Wysoka ocena wiarygodności finansowej (rating inwestycyjny A-), umożliwiający dostęp do finansowania na polskim i międzynarodowym rynku obligacji, umożliwiający dywersyfikację źródeł finansowania oraz spełnienie wymogów nowych regulacji (współczynnik NSFR)

Wysoka wydajność kosztowa

- Bank jest w najniższym kwartyle na krzywej kosztów (OPEX/wolumen) banków w Europie Centralnej i Wschodniej oraz jest liderem polskiego sektora bankowego według wskaźnika Koszty/Przychody
- Bank wykorzystuje korzyści skali oraz dyscyplinę kosztową (w ostatnich latach wzrost efektywności na pracownika o 30%)

Budowane długoterminowe przewagi konkurencyjne



Bank Polski

Doskonałość dystrybucyjna

- Wzrost jakości obsługi dopasowanej do potrzeb segmentów klientów oraz wykorzystanie informacji o klientach (CRM, 360 stp customer view) celem poszerzenia relacji (*up-sell, cross-sell*) z klientami
- Podniesienie jakości sieci placówek (wizerunek, procesy, zasięg) oraz agencji (placówki partnerskie)
- Zwiększenie wskaźnika satysfakcji/lojalności klientów oraz retencji
- Doskonalenie zdalnych kanałów dystrybucji – iPKO, Inteligo, call-center sprzedażowe

Dopasowana do segmentów oferta produktów

- Doskonalenie oferty produktowej dopasowanej do potrzeb kluczowych segmentów klientów oraz wykorzystanie informacji o klientach (CRM, 360 stp customer view) celem wzrostu wartości klientów
- Rozwój oferty ubezpieczeń i produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych (zarządzanie w cyklu życia klienta)
- Poprawa propozycji wartości dla klientów detalicznych poprzez doskonalenie oferty produktowej, podnoszenie jakości obsługi i zachowanie konkurencyjności cenowej (*value for money*, a nie lider cenowy)

Innowacje i płatności

- Zwiększenie innowacyjności w zakresie nowych rozwiązań finansowych (produkty, kanały sprzedaży)
- Wzmocnienie relacji z klientami i wzrost przychodów poprzez innowacyjne rozwiązania płatnicze (mobilne płatności, oferta kart)

Efektywne zarządzanie ryzykiem

- Zapewnienie poziomu kosztów ryzyka zgodnego ze strategicznym apetytem na ryzyko (poniżej 120 bps)
- Poprawa procesów kredytowych ukierunkowana na szybkość procesów kredytowych (obniżenie odwrotnej selekcji i wzrost jakości obsługi) oraz politykę cenową uzależnioną od profilu ryzyka (*risk-based pricing*)

Inteligentna informacja zarządcza

- Wdrożenie Systemu Informacji Zarządczej (MIS) budującego przewagę konkurencyjną w zakresie ilości danych o klientach i produktach oraz efektywności organizacji
- System motywacyjny spójny z celami strategicznymi Banku

Efektywny ALM

- Optymalizacja strategii zarządzania aktywami i pasywami celem obniżenia ryzyka zmienności wyników finansowych i zapewnienia konkurencyjności cenowej oferty Banku
- Zapewnienie długoterminowej konkurencyjności Banku wobec nowych norm kapitałowych i płynnościowych wprowadzanych w ramach Bazylei III (pakiet CRD IV)



Bank Polski

- Wizja rozwoju i cele strategiczne
- Otoczenie konkurencyjne
- Inicjatywy strategiczne
- Akwizycje i alianse
- Polityka dywidendy
- Podsumowanie

Długoterminowe dźwignie strategiczne przekładają się na 11 dźwigni dla obszarów w planie strategicznym do 2015 roku



Bank Polski

Dźwignie strategiczne dla obszarów biznesowych



Inicjatywy strategiczne w bankowości detalicznej



Bank Polski

Dźwignia	Opis	Cele / programy strategiczne
1 Kliento-centryczność	<ul style="list-style-type: none">Wykorzystanie wiedzy o Kliencie dla podniesienia jakości obsługi i wartości klientów Banku – działania skierowane na rozwój i utrzymanie obecnych klientów	<ul style="list-style-type: none">Wzrost wartości aktywnych KlientówPoprawa retencji i aktywizacja bazyWdrożenie modelu obsługi priorytetowych segmentów i selektywna akwizycja
2 Doskonałość dystrybucyjna	<ul style="list-style-type: none">Poprawa efektywności dystrybucjiModernizacja i optymalizacja sieci fizycznej (oddziały i agencje)Rozwój kanałów bezpośrednichPoprawa umiejętności sprzedażowych i efektywności sprzedaży	<ul style="list-style-type: none">Doskonalenie efektywności dystrybucji w sieci oddziałów i agencjiZwiększenie wykorzystania kanałów bezpośrednich
3 Innowacyjność i dywersyfikacja przychodów	<ul style="list-style-type: none">Wdrożenie modelu zarządzania portfelem innowacjiRozwój strumieni przychodów pozaodsetkowych	<ul style="list-style-type: none">Rozwój produktów ubezpieczeniowych i inwestycyjno-oszczędnościowychInnowacyjnośćRozwój obsługi segmentu self-direct

Inicjatywy strategiczne w bankowości korporacyjnej



Bank Polski

Dźwignia	Opis	Cele / programy strategiczne
1 Bankowość relacyjna i segmentowy model obsługi	<ul style="list-style-type: none">• Rozwój wartości relacji poprzez wdrożenie ulepszonej strategii segmentowej, struktury dystrybucji i polityki cenowej oraz rozwój kompetencji, wykorzystując pełen potencjał bazy Klientów i produktów Banku.• Dyscyplina jakości portfela kredytowego i efektywność alokacji kapitału.	<ul style="list-style-type: none">• Wzrost efektywności relacji z Klientami• Doskonalenie kompetencji• Wdrożenie zaawansowanej polityki cenowej
2 Bankowość transakcyjna	<ul style="list-style-type: none">• Rozwój bankowości transakcyjnej poprzez rozwój rozwiązań płatności masowych, poszerzenie oferty produktowej, poprawę jakości obsługi klienta oraz usprawnienie procesów	<ul style="list-style-type: none">• Rozwój produktów bankowości transakcyjnej• Poprawa jakości obsługi• Optymalizacja procesów

Inicjatywy strategiczne w bankowości inwestycyjnej



Bank Polski

Dźwignia	Opis	Cele / programy strategiczne
1 Zintegrowany model sprzedaży – rynki kapitałowe i finansowanie strukturyzowane	<ul style="list-style-type: none">• Rozwój usług bankowości inwestycyjnej poprzez wdrożenie modelu sprzedaży krzyżowej oraz rozwój produktów	<ul style="list-style-type: none">• Zintegrowany model sprzedaży produktów bankowości inwestycyjnej• Rozwój platform transakcyjnych• Rozwój usług DCM
2 Optymalizacja zarządzania aktywami i pasywami (ALM)	<ul style="list-style-type: none">• Bezpieczne i efektywne zarządzanie płynnością Banku, poprawa zarządzania ryzykiem stopy procentowej oraz rozwój finansowania długoterminowego• Rozwój Grupy Kapitałowej Banku	<ul style="list-style-type: none">• Wzrost efektywności ALM• Finansowanie długoterminowe• Zintegrowany model grupy kapitałowej

Inicjatywy strategiczne w obszarze ryzyka



Bank Polski

Dźwignia	Opis	Cele / programy strategiczne
Optymalizacja zarządzania ryzykiem	<ul style="list-style-type: none">• Obniżenie kosztów ryzyka kredytowego poprzez dostosowanie systemu motywacyjnego przez wprowadzenie elementów ryzyka do MbO oraz wykorzystanie RAROC, usprawnienie procesu ryzyka kredytowego, wprowadzenie polityki cenowej uzależnionej od profilu ryzyka klienta (risk based pricing) w celu zwiększenia marż po ryzyku kredytowym, wdrożenie mechanizmów IRB oraz zwiększenie stopy odzysku• PKO Bank Polski ma duże możliwości poprawy kosztów ryzyka. Obecny koszt ryzyka (1,4% w porównaniu z 0,8% dla grupy porównawczej) pokazuje, że istnieje potencjał ograniczenia kosztów ryzyka w najbliższych 3 latach	<ul style="list-style-type: none">• Wdrożenie Risk Reward jako elementu oceny jednostek biznesowych• Usprawnienie procesu oceny ryzyka kredytowego• Risk based pricing• Wdrożenie IRB• Zwiększenie stopy odzysku

Inicjatywy strategiczne w obszarze organizacji, IT i finansów



Bank Polski

Dźwignia	Opis	Cele / programy strategiczne
1 Obszar IT i operacji zaawansowane, wydajne i bezpieczne technologie oraz efektywne procesy operacyjne	<ul style="list-style-type: none">• Konieczność dostosowania się do zmieniającego się otoczenia IT oraz wsparcia biznesów w rozwoju nowych produktów• Zapewnienie warunków dla dalszego bezpiecznego rozwoju działalności biznesowej Banku• Dalszy wzrost efektywności jednostek operacyjnych celem podniesienia jakości	<ul style="list-style-type: none">• Rozwój architektury funkcjonalnej Systemu Informatycznego Banku umożliwiający efektywną realizację priorytetowych potrzeb biznesowych• Zapewnienie ciągłości biznesowej oraz wsparcia infrastruktury IT• Doskonałość Procesowa Operacji
2 Obszar organizacji rozwój przez wzrost zaangażowania i wspólne wartości	<ul style="list-style-type: none">• Zwiększenie efektywności organizacji oraz wartości kapitału ludzkiego• Umocnienie kultury korporacyjnej otwartej na zmiany• Pozyskanie najlepszych pracowników oraz utrzymanie pozycji jako najlepszego pracodawcy w sektorze bankowym• Uczynienie Banku organizacją otwartą na współpracę wewnętrzną oraz umiejącą dzielić się wiedzą	<ul style="list-style-type: none">• Zwiększenie wartości kapitału ludzkiego• Zwiększenie efektywności organizacji• Umocnienie kultury korporacyjnej otwartej na zmiany i opartej o wartości Banku
3 Obszar finansów Efektywne zarządzanie finansowe	<ul style="list-style-type: none">• Wzrost efektywności zarządzania finansami poprzez ciągłe doskonalenie inteligencji organizacji, wprowadzenie nowych metod zarządzania bilansem Banku oraz ciągły nacisk na optymalizację kosztów• Konieczność ciągłej optymalizacji kosztów• Wdrożenie nowych rozwiązań wpływających na zwiększenie efektywności organizacji m.in. MbO oraz Nowej Hurtowni Danych	<ul style="list-style-type: none">• Doskonalenie inteligencji organizacji• Strategia zarządzania bilansem Banku• Optymalizacja wydatków• Zintegrowany model rachunkowości i podatków



Bank Polski

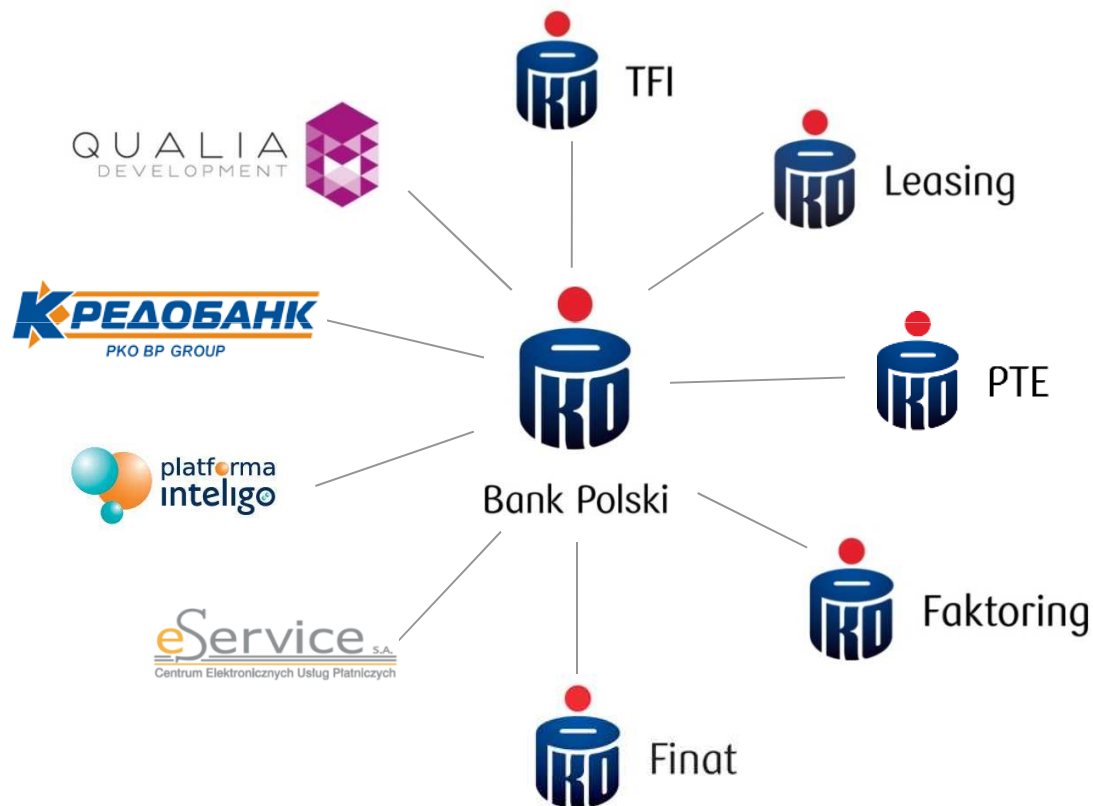
- Wizja rozwoju i cele strategiczne
- Otoczenie konkurencyjne
- Inicjatywy strategiczne
- Akwizycje i alianse
- Polityka dywidendy
- Podsumowanie

PKO Bank Polski będzie rozwijał zintegrowany model Grupy Kapitałowej



Bank Polski

Bank planuje sprzedaż spółek niezwiązanych z podstawową działalnością (np. Qualia), ostrożny rozwój Kredobank, integrację obszaru bankowości elektronicznej (Inteligo) oraz potencjalny rozwój poprzez aliance w obszarze płatności (eService)



Fabryki produktowe dla których Bank zapewnia wsparcie operacyjne i kapitałowe oraz dystrybucję

Akwizycje stanowią dodatkową dźwignię strategiczną rozwoju PKO Banku Polskiego



Bank Polski

Przejęcia krajowe

- Możliwość uzyskania efektów synergii
- Wzmocnienie pozycji na rynku krajowym
- Dobry czas na akwizycję z uwagi na spowolnienie dynamiki wzrostu rynku oraz kłopoty zagranicznych właścicieli banków

Podejście aktywne

- „Zarezerwowanie” kapitału
- Aktywny monitoring rynku
- Potencjalne cele akwizycji to głównie małe i średniej wielkości banki

Przejęcia zagraniczne

- Poszukiwanie wzrostu na szybciej rosnących rynkach i dywersyfikacja geograficzna
- Możliwość korzystania z międzynarodowych doświadczeń i kompetencji
- Dostęp do finansowania w walutach

Podejście oportunistyczne

- Identyfikacja ogólnych kierunków akwizycji – kraje Europy Centralnej
- Monitoring i „uczenie się” rynków
- Potencjalne cele akwizycji będą zależeć od sytuacji właścicieli banków oraz oceny atrakcyjności inwestycji

Alianse strategiczne mogą być efektywną kapitałowo i operacyjnie dźwignią rozwoju Banku

Zakładany zakres współpracy strategicznej	
1 Ubezpieczyciele	<ul style="list-style-type: none">Nowy model bancassurance
2 Sieci handlowe	<ul style="list-style-type: none">Obsługa płatności POS (sieć fizyczna/Internet)Oferowanie finansowania ratalnego (sieć fizyczna/Internet)Karty kredytowe co-branded
3 ZUS, firmy energetyczne i telekomunikacyjne	<ul style="list-style-type: none">Obsługa masowych płatności rachunkówWykorzystanie bazy klientów do sprzedaży produktów finansowych
4 Handel internetowy	<ul style="list-style-type: none">Wspólny program lojalnościowyOferowanie finansowania ratalnego
5 Agenci rozliczeniowi	<ul style="list-style-type: none">Budowa alternatywnej sieci obsługi alternatywnych płatności mobilnychAlians strategiczny w zakresie payment processing
6 Inne banki	<ul style="list-style-type: none">Potencjał przejęcia/zwiększenia udziału w innych bankachBudowa alternatywnej sieci obsługi alternatywnych płatności mobilnych
7 Inne	<ul style="list-style-type: none">Karty kredytowe i debetowe co-branded oferujące zniżki (na biletach lotniczych, paliwie, dla studentów, osób posługujących się komunikacją publiczną)



Bank Polski

- Wizja rozwoju i cele strategiczne
- Otoczenie konkurencyjne
- Inicjatywy strategiczne
- Akwizycje i alianse
- **Polityka dywidendy**
- Podsumowanie

Dynamiczny wzrost wyników finansowych



Bank Polski

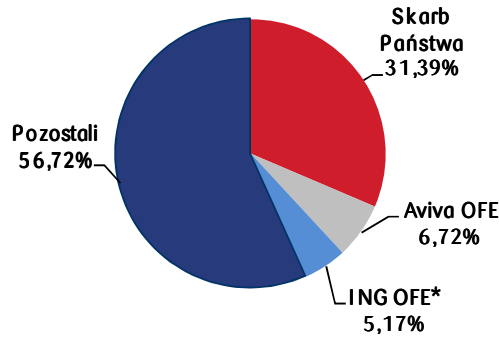
Wyniki finansowe PKO Banku Polskiego od IPO Dane skonsolidowane, PLN mld	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	CAGR (%) 2005 – 2012
	Aktywa	86,0	91,6	102,0	108,5	134,6	156,5	169,7	190,7	193,5
Kredyty brutto	42,2	49,2	60,4	78,8	104,0	120,5	135,5	147,3	150,7	17,2
Zobowiązania wobec klientów	73,1	76,7	83,5	86,6	102,9	125,1	133,0	146,5	146,2	9,1
Kapitały własne	8,9	8,8	10,2	12,0	14,0	20,4	21,4	22,8	24,7	13,7
WNDB	6,0	6,5	6,5	7,7	9,4	8,9	10,2	11,1	11,6	8,6
Ogólne koszty administracyjne	3,9	4,2	3,8	4,0	4,3	4,2	4,2	4,4	4,6	2,0
Wynik z tyt. odpisów aktualizujących	-0,2	-0,2	0	-0,1	-1,1	-1,7	-1,9	-1,9	-2,3	35,7
Zysk netto	1,5	1,7	2,1	2,9	3,1	2,3	3,2	3,8	3,7	12,1
%	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Marża odsetkowa	b.d.	4,4	4,4	4,9	5,8	3,9	4,4	4,6	4,5	
Koszty ryzyka	b.d.	-0,4	0,0	-0,2	-1,1	-1,4	-1,4	-1,3	-1,4	
Marża odsetkowa po kosztach ryzyka	b.d.	4,0	4,4	4,7	4,7	2,5	3,0	3,3	3,1	
C/I	66,2	64,4	58,5	52,5	45,8	47,9	41,7	39,6	39,9	
ROE	b.d.	19,7	22,7	26,2	24,0	14,8	14,9	17,5	15,9	
ROA	b.d.	2,0	2,2	2,8	2,6	1,6	2,0	2,1	2,0	
CAR	18,4	13,9	11,8	12,0	11,3	14,8	12,5	12,4	13,1	
Core Tier 1	b.d.	b.d.	11,6	10,2	9,9	13,5	11,3	11,2	12,0	
L/D	54,8	61,1	70,5	88,3	98,2	93,2	98,3	96,7	98,4	

Trwały wzrost wartości dla Akcjonariuszy

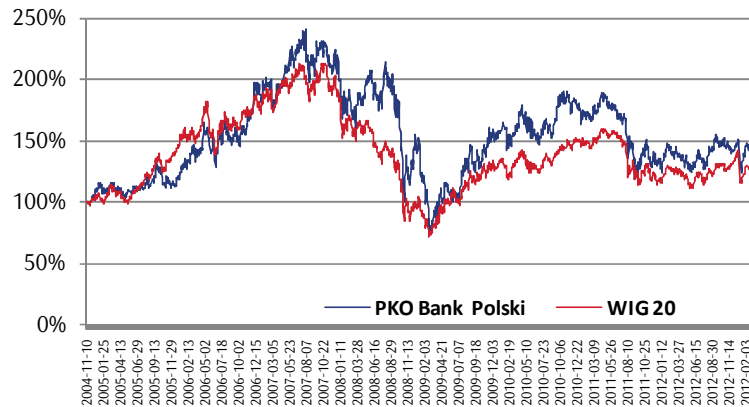


Bank Polski

Struktura akcjonariatu na dzień 29.01.2013 r.



Zmiana kursu akcji PKO Banku Polskiego na tle WIG 20 od IPO (10.11.2004)



*) Stan posiadania akcji na dzień 24 lipca 2012 r., raportowany przez ING OFE po przekroczeniu progu 5% udziału w głosach na WZ PKO Banku Polskiego

Kurs akcji	PLN 34,55
Wartość rynkowa	PLN 43,1 mld
Free float	68,6%
Udział w WIG 20	15,0%
Udział w WIG	10,0%
Udział w MSCI Poland	16,5%
C/Z (2012)	11,5 x
C/WK (2012)	1,8 x
Całkowita stopa zwrotu od IPO	11% pa.
Wzrost zysku na 1 akcję od IPO	18% CAGR
Rating kredytowy (długoterminowy)	Moody's: A2 Standard&Poor's: A-

Dane rynkowe wg stanu na dzień 29.03.2013

Stabilna polityka dywidendy i trwały wzrost wartości (TSR)



Bank Polski

Całkowita stopa zwrotu (TSR) z akcji Banku od debiutu na giełdzie wyniosła 10,5% średniorocznie

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Zysk netto W milionach PLN	1.511	1.677	2.047	2.720	2.881	2.432	3.311	3.954	3.593
Dywidenda W milionach PLN	1.000	800	980	1.090	1.000	2.375	2.475	1.588	x
Stopa wypłaty dywidendy W procentach	66	48	48	40	35	98	75	40	x
Dywidenda na 1 akcję PLN	1,0	0,8	1,0	1,1	1,0	1,9	2,0	1,3	x
Stopa dywidendy na dzień D W procentach	3,6	2,1	1,7	2,2	2,9	4,2	5,5	3,9	x
Liczba akcji ogółem W milionach	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.250	1.250	1.250	1.250
Cena 1 akcji PLN, kurs na koniec roku	28	29	47	53	36	38	43	32	37
Całkowita stopa zwrotu (TSR) W procentach, narastająco od IPO	13	22	99	126	61	75	105	67	92

Polityka dywidendy

- Stabilne realizowanie wypłat dywidend w długim terminie z zachowaniem zasady ostrożnego zarządzania bankiem
- Optymalne kształtowanie struktury kapitałowej Banku i Grupy Kapitałowej z uwzględnieniem zwrotu z kapitału i jego kosztu, potrzeb kapitałowych związanych z rozwojem przy zapewnieniu odpowiedniego poziomu współczynników adekwatności kapitałowej
- Rekomendowanie w przyszłości Walnemu Zgromadzeniu podejmowania uchwał w sprawie wypłaty dywidendy w kwocie przewyższającej przyjęte wymogi kapitałowe¹ wskazane poniżej (z zachowaniem odpowiedniego bufora kapitałowego)
 - CAR powyżej 12%
 - TIER 1 powyżej 9%
- Wypłata dywidendy zależy dodatkowo od spełnienia wymogów KNF i jest obecnie limitowana do 75% zysku netto

1) Minimalne wskaźniki adekwatności kapitałowej powinny uwzględniać stress-test
Uwaga: zysk netto dla wyniku jednostkowego Banku



Bank Polski

- Wizja rozwoju i cele strategiczne
- Otoczenie konkurencyjne
- Inicjatywy strategiczne
- Akwizycje i alianse
- Polityka dywidendy
- Podsumowanie



1

Stabilny rynek o atrakcyjnym potencjale wzrostu

CAR powyżej 14%, L/D ~ 108%, Oczekiwany długoterminowy wzrost kredytów i depozytów powyżej 6 % rocznie, Sektor spełniający w zdecydowanej większości normy Bazylei III

2

Lider we wszystkich segmentach rynku i silna marka

Kredyty i depozyty powyżej 16%, Rynek detaliczny powyżej 20%, Rynek korporacyjny powyżej 14%, Potencjał wzrostu nieorganicznego, Najbardziej wartościowa marka Banku z 90-letnią tradycją

3

Silne kompetencje i doświadczony zespół

Doświadczony zespół menadżerski, Zmiana DNA Banku (rozwój kompetencji, dynamizm i innowacyjność), Wiodący pracodawca w sektorze

4

Wysoka efektywność organizacji

ROE ~ 16%, ROA ~ 2%, Dyscyplina kosztowa (C/I poniżej 40%, OPEX/Wolumeny biznesowe poniżej konkurencji), Automatyzacja i centralizacja procesów

5

Nowoczesna infrastruktura technologiczna

Nowa i skalowalna platforma technologiczna, rozwój CRM i data mining, rozwinięte kanały elektroniczne iPKO i Inteligo, call center nr 1 w Polsce, nowe standardy płatności mobilnych IKO

6

Silna pozycja kapitałowa i płynnościowa

Core Tier 1 ~ 12%, CAR ~ 13%, Kredyty/Stabilne źródła finansowania ~ 90%, Rating kredytowy na poziomie Polski, Dostęp do krajowego i międzynarodowego rynku obligacji

7

Trwały wzrost wartości i atrakcyjna polityka dywidend

Największy Bank w Europie Centralnej pod względem wartości, Największa spółka na GPW w Warszawie, Średnioroczny zwrot z akcji od IPO powyżej 11% (TSR), Średni współczynnik wypłaty dywidendy ~55%, Średnia stopa dywidendy ~ 3,4%, a w ostatnich 3 latach ~ 4,6%



Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez Powszechną Kasę Oszczędności Bank Polski S.A. („PKO BP S.A.”, „Bank”) wyłącznie w celu informacyjnym na potrzeby klientów i akcjonariuszy Banku oraz analityków rynku i w żadnym przypadku nie może być traktowana jako proponowanie nabycia papierów wartościowych, oferta, zaproszenie czy zachęta do złożenia oferty nabycia, dokonania inwestycji lub przeprowadzenia transakcji dotyczących takich papierów wartościowych lub rekomendacja do zawierania jakichkolwiek transakcji, w szczególności dotyczących papierów wartościowych Banku. Informacje zawarte w Prezentacji pochodzą z ogólnie dostępnych i zdaniem Banku wiarygodnych źródeł. PKO BP S.A. nie może jednak zagwarantować ich prawdziwości ani zupełności. PKO BP S.A. nie ponosi odpowiedzialności za skutki decyzji podjętych na podstawie lub w oparciu o informacje zawarte w niniejszej Prezentacji. Informacje zawarte w Prezentacji nie były poddane niezależnej weryfikacji i w każdym wypadku mogą podlegać zmianom. Publikowanie przez PKO BP S.A. danych zawartych w Prezentacji nie stanowi naruszenia przepisów prawa obowiązujących spółki, których akcje są notowane na rynku regulowanym, w szczególności na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Informacje w niej zawarte zostały przekazane do publicznej wiadomości przez PKO BP S.A. w ramach raportów bieżących lub okresowych, albo stanowią ich uzupełnienie, nie dając jednocześnie podstawy do przekazywania ich w ramach wypełniania przez Bank jako spółkę publiczną obowiązków informacyjnych.

W żadnym wypadku nie należy uznawać informacji znajdujących się w niniejszej Prezentacji za wyraźne lub dorozumiane oświadczenie czy zapewnienie jakiegokolwiek rodzaju składane przez Bank lub osoby działające w imieniu Banku. Ponadto, ani Bank, ani osoby działające w imieniu Banku nie ponoszą pod żadnym względem odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody, jakie mogą powstać, wskutek niedbalstwa czy z innej przyczyny, w związku z wykorzystaniem niniejszej Prezentacji lub jakichkolwiek informacji w niej zawartych, ani za szkody, które mogą powstać w inny sposób w związku z informacjami stanowiącymi część niniejszej Prezentacji.

Co do zasady, Bank nie ma obowiązku przekazywania do publicznej wiadomości aktualizacji i zmian informacji, danych oraz oświadczeń znajdujących się w niniejszej Prezentacji na wypadek zmiany strategii albo zamiarów Banku lub wystąpienia nieprzewidzianych faktów lub okoliczności, które będą miały wpływ na tę strategię lub zamiary Banku, chyba że obowiązek taki wynika z przepisów prawa.

Niniejsza Prezentacja zawiera informacje dotyczące sektora bankowego w Polsce, w tym także informacje na temat udziału PKO BP S.A. oraz innych banków w rynku. Z wyjątkiem danych, które zostały wskazane jako dane pochodzące wyłącznie z danego źródła, informacje rynkowe, o których mowa powyżej, zostały sporządzone w oparciu o dane pochodzące od osób trzecich, które zostały wskazane w niniejszym dokumencie, oraz zawierają dane szacunkowe, oceny, korekty i opinie oparte na doświadczeniu Banku i jego znajomości sektora, w którym Bank prowadzi działalność. Ponieważ informacje rynkowe, o których mowa powyżej, zostały w części przygotowane w oparciu o dane szacunkowe, oceny, korekty i opinie oraz nie zostały zweryfikowane przez niezależne podmioty, informacje te mają do pewnego stopnia charakter subiektywny, z wyjątkiem informacji, które zostały oznaczone jako informacje pochodzące od osób trzecich ze wskazanego źródła. Domniemywa się, że takie dane szacunkowe, oceny, korekty i opinie są oparte na uzasadnionych podstawach oraz że przygotowane informacje rynkowe należy odzwierciedlać sytuację w sektorze bankowym oraz na rynkach, na których Bank prowadzi działalność. Nie ma jednak pewności, że takie dane szacunkowe, oceny, korekty i opinie są najważniejszą podstawą do wyciągania wniosków dotyczących informacji rynkowych, ani że informacje rynkowe pochodzące z innych źródeł nie będą różnić się w istotny sposób od informacji rynkowych zawartych w niniejszej Prezentacji.

Bank zwraca uwagę, że jedynym wiarygodnym źródłem danych na temat sytuacji PKO BP S.A., prognoz, zdarzeń dotyczących Banku, jego wyników finansowych oraz wskaźników są raporty bieżące i okresowe przekazywane przez PKO BP S.A. w ramach wykonywania obowiązków informacyjnych wynikających z prawa polskiego.

Niniejsza prezentacja nie podlega rozpowszechnianiu, bezpośrednio czy pośrednio, na terytorium albo do Stanów Zjednoczonych Ameryki, Australii, Kanady oraz Japonii.