

Szanowni Państwo powitamy gospodarza dzisiejszego wieczoru Prezesa Zarządu PZU SA, Pawła Surówkę.

Paweł Surówka, Prezes Zarządu PZU SA:

Dobry wieczór Państwu. Bardzo serdecznie witam Państwa na kolejnym spotkaniu #nowePZU. Bardzo serdecznie witamy naszą Radę Nadzorczą, z naszym Przewodniczącym Maciejem Łopińskim na czele. Witamy zarządy naszych banków Pekao SA i Alior Banku, bardzo dziękuję, że przybyliście. Witamy naszych klientów, naszych kontrahentów i przede wszystkim witamy wszystkich naszych pracowników, którzy dzisiaj też do nas dołączyli. Bardzo serdecznie wszystkich Państwa witam. Szanowni Państwo #nowePZU to jest w skrócie połączenie dziedzictwa i doświadczenia jednej z najstarszych polskich spółek z kreatywnością i innowacyjnością, jakie dają nam nowe technologie. I chyba nie ma lepszego miejsca, które symbolizowałoby połączenie zgromadzonej przez wieki wiedzy z energią młodego pokolenia, jak Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego. Jesteśmy bardzo wdzięczni, że jako PZU możemy tutaj gościć w BUW-ie. Szanowni Państwo, w tamtym roku ogłosiliśmy wizję, w jaki sposób chcemy zmienić PZU do końca roku 2020 i wyznaczyliśmy też bardzo konkretne cele, co chcemy do tego czasu osiągnąć. Dla przypomnienia, powiedzieliśmy, że chcemy zmienić całą strukturę naszej Grupy, tak aby nie występować dłużej jako grupa spółek, które mają wspólne właściwie tylko logo, ale jako jedna spółka. Kompletnie skupiona na oczekiwaniach i potrzebach naszych klientów. Powiedzieliśmy też, że nie chcemy być tylko ubezpieczycielem, ale chcemy być realnym partnerem naszych klientów, który pozwoli im po prostu żyć lepiej, zdrowiej, bezpieczniej i wygodniej. I powiedzieliśmy, że chcemy być takim partnerem przez całe ich życie. I tak myśleć o naszej relacji z nimi, żeby na każdym etapie ich życia mieć odpowiedź na zmieniające się ich oczekiwania i potrzeby. I nazwaliśmy to #nowePZU. I ta wizja była bardzo dobrze przyjęta przez naszych inwestorów, przez naszych klientów i przez naszych pracowników. Jestem niesłychanie dumny z tego, że wielu naszych pracowników przyszło do mnie i powiedziało „Dokładnie tędy droga”. I bardzo się też cieszymy z tego, że wielu z naszych nowych pracowników, no bo przyjmowaliśmy dlatego, ponieważ chcą być częścią #nowegoPZU. Natomiast zdajemy sobie też z tego sprawę, że nasi klienci chcieliby zrozumieć lepiej, co się kryje za tym przesłaniem, chcieliby zrozumieć, jak to wpływa na ich doświadczenie z PZU, jak to wpływa na ich życie, inaczej powiedziawszy chcieliby dotknąć #nowegoPZU. I dlatego dzisiaj tutaj jesteśmy. Za chwilę moje koleżanki i koledzy z Zarządu i ja sam, przedstawimy Państwu projekty i sukcesy, jakie osiągnęliśmy przez ostatni rok. Natomiast najważniejszą częścią dzisiejszego wieczoru będzie część, która nastąpi po tych prezentacjach, kiedy wszystkich z Państwa zaprosimy do specjalnej strefy PZU w twoich rękach, która mieści się dla Państwa w holu głównym, gdzie na Państwa będą czekali nasi dyrektorzy, ci którzy są odpowiedzialni za wdrożenie wszystkich tych projektów i wszystkich tych innowacji. Po to, żeby Państwu pokazać nad czym pracowali przez ostatni rok. I przyznaję całkiem szczerze, że przez ostatnie miesiące, naprawdę najbardziej intensywnie pracowaliśmy właśnie nad tym, żeby dzisiaj wieczorem być w stanie Państwu wszystkie te projekty, które ogłosiliśmy w tamtym roku, uczynić wymierne i dotykalne, tak żeby je dać Państwu dzisiaj do ręki. A dlaczego nam tak bardzo zależy na tym, żeby być tak wręcz fizycznie obecnym w życiu naszych klientów? Dlatego, ponieważ jesteśmy przekonani, że ubezpieczenia się zmieniają, i zmieniają się dlatego, bo zmieniają się też nasi klienci. Kiedyś klienci chcieli uniknąć choroby, dzisiaj klienci chcą być zdrowi i chcą być w dobrej firmie. Kiedyś klienci oczekiwali tylko i wyłącznie odszkodowania w wypadku szkody, dzisiaj oczekują od nas, że realnie pomożemy im ze wszystkimi niedogodnościami, które powstały poprzez szkodę. Kiedyś ludzie zabierali ubezpieczenie na życie po to, żeby ich potomkowie nie mieli problemów, kiedy zabraknie ich bliskich. Dzisiaj zawierają to ubezpieczenie, żeby zapewnić swoim potomkom byt. Nasi klienci stają się

bardziej aktywni, i to znaczy, że my musimy być bardziej aktywni. Musimy im pomóc w tym, żeby mogli wziąć swoje zdrowie, swoje bezpieczeństwo, swój dobrobyt w swoje ręce. I chcemy im dzisiaj dać realne narzędzia które dokładnie im w tym pomogą. I niektóre z tych narzędzi będziemy chcieli Państwu dzisiaj przedstawić. Natomiast zanim to uczynimy, chcielibyśmy zreasumować trochę ten rok, który minął i który dzisiaj zamknęliśmy naszym raportem rocznym za 2018 rok. Tak jak powiedziałem, był to dla nas rok niesłuchanie pracowity, ale był to też, trzeba to powiedzieć, niesłuchanie dobry rok dla PZU, a jak dobry, o tym powie Państwu mój kolega z Zarządu i Dyrektor finansowy Grupy PZU, Tomasz Kulik. Gorące brawa.

Tomasz Kulik, Członek Zarządu PZU SA i PZU Życie SA:

Dobry wieczór Państwu. Szanowni Państwo, tak jak powiedział Paweł, rok 2018 to naprawdę doskonały rok dla PZU. Mówiliśmy o tym dzisiaj rano, podczas prezentacji wyników na giełdzie. Teraz chcielibyśmy pokazać Państwu, w jaki sposób wyniki Grupy wpisują się w naszą strategię i wyglądają na tle naszych ambicji na rok 2020. Naszą strategię podzieliliśmy na cele cząstkowe, takie jak ubezpieczenia, inwestycje, zdrowie czy segment bankowy. U podstaw każdego z tych segmentów jest efektywność z jednej strony kosztowa, z drugiej kapitałowa. Realizacja naszych założeń strategicznych w każdym z tych segmentów powinna przełożyć się na realizację naszego kluczowego założenia strategicznego, jakim jest oczywiście rentowność kapitałów własnych, na bardzo wysokim, ponadprzeciętnym poziomie 22%. Zobaczmy zatem, w jaki sposób nasze wyniki, które dzisiaj ogłosiliśmy, wyglądają na tle tak ambitnych celów. Zaczniemy od sprzedaży, tego, jak zmieniała się nasza pozycja rynkowa przez ostatnie 2 lata. W tym czasie bardzo mocno rosły ubezpieczenia majątkowe, realizowane z jednej strony przez polskie spółki ubezpieczeniowe, ale również przez zagraniczne podmioty zależne. Notowaliśmy tam dynamikę sprzedaży na poziomie dwucyfrowym. Tak samo mocno rosły ubezpieczenia na życie szczególnie w segmencie ochronnym, dzięki temu właśnie byliśmy w stanie realizować i bić kolejne rekordy. Najpierw w roku 2017, a później konsekwentnie w roku 2018. I oczywiście jest to dla nas z jednej strony powód do ogromnej dumy, natomiast z drugiej strony jest to też bardzo dobry punkt wyjścia na 2 kolejne lata. Ktoś mógłby powiedzieć, że łatwo jest rosnąć ponosząc i przeznaczając na wzrost rentowność. Z drugiej strony można powiedzieć, że dość łatwo jest poprawić rentowność kosztem wzrostu. Udaje nam się zaprzeczać tak postawionej tezie. Jeżeli chodzi o ubezpieczenia na życie, to cały czas bardzo mocno pracujemy nad zakresem. Odmładzamy i zmieniamy naszą ofertę starając się docierać z ryzykami z zakresu ochrony zdrowia. Dzięki temu jesteśmy w stanie realizować ponadprzeciętne marże w naszym core'owym produkcie, jakim są ubezpieczenia grupowe i indywidualnie kontynuowane, gdzie nasz ostatni rok 2018 zamknęliśmy istotnie powyżej celu strategicznego. Jeżeli chodzi natomiast o ubezpieczenia majątkowe, to cały czas pracujemy nad zaawansowanymi algorytmami wyceny i szacowania ryzyka. Właśnie one w połączeniu z dużą efektywnością kosztową oraz informacją o naszych klientach, jaką mamy w bardzo dużych bazach danych pozwala nam osiągać rentowności, które są niedostępne dla naszych konkurentów. I właśnie, Szanowni Państwo, efektywność kosztowa jest tym, co mnie jako Dyrektorowi Finansowemu leży szczególnie na sercu i celem z którym się bardzo mocno utożsamiam. Powiedzieliśmy Państwu w jaki sposób powinna wyglądać struktura kosztów, ich stosunek do przychodów tak, aby móc naszym klientom oferować najlepsze rozwiązania w atrakcyjnych cenach. Zaczynaliśmy z poziomu 8% w roku 2016, rok 2018 to kolejny krok w drodze do osiągnięcia celu strategicznego jakim jest udział kosztów w składce na poziomie 6,5%. I oczywiście możemy powiedzieć, łatwo jest oszczędzać w jednym roku, tylko często dzieje się to kosztem duszenia biznesu i jego potencjału wzrostowego i wszyscy o tym wiemy. Natomiast w PZU konsekwentnie inwestujemy w projekty strategiczne, które pozwalają nam z

jednej strony zbudować, a później utrzymać nasze przewagi konkurencyjne, przeznaczając na ten cel rocznie około 100 mln. zł. To jest Szanowni Państwo bardzo duży poziom inwestycji. I to są inwestycje, które są potwierdzane rok w rok. Jeżeli chodzi o obszar zarządzania aktywami, to rok 2018 był trudnym rokiem i wszyscy, którzy pracują w tej branży doskonale zdają sobie z tego sprawę. Z jednej strony obserwowaliśmy duże spadki na giełdzie, z drugiej strony byliśmy świadkami wydarzeń, które dość mocno wpłynęły na zaufanie klientów do różnego rodzaju form oszczędzania. Obserwowaliśmy na rynku odpływ i konwersję oszczędności na lokaty bankowe. Na tym bardzo trudnym rynku PZU konsekwentnie realizowało swoje zamierzenia strategiczne. Przede wszystkim zmieniając ofertę i odpowiadając właśnie na oczekiwania rynku. Oczekiwania rynku, który charakteryzował się dużą zmiennością. Wprowadziliśmy produkt ze 100% ochroną kapitału Sejf+, co jest o tyle unikalne, że cały czas pracujemy w środowisku bardzo niskich stóp procentowych, a ochrona kapitału kosztuje. Zbudowaliśmy, udostępniliśmy naszym klientom platformę inwestycyjną inPZU, która pozwala na oszczędzanie przy bardzo niskich kosztach zarządzania. O tym w dalszej części prezentacji opowie Paweł. Pomnożyliśmy aktywa naszych klientów w pracowniczych programach emerytalnych, ugruntowując w nich pozycję lidera rynkowego. Oferowaliśmy wreszcie nasze produkty we współpracy z bankami. Dzięki tym wszystkim działaniom aktywa naszych klientów zgromadzone w spółkach zarządzających aktywami, w całej grupie osiągnęły poziom 50 mld złotych. Natomiast wynik tego segmentu osiągnął poziom prawie 190 mln, bardzo mocno zbliżając się do naszego celu strategicznego. Kolejnym mocno rosnącym segmentem naszej strategii jest oczywiście zdrowie. PZU konsekwentnie dostarcza swoim klientom bardzo atrakcyjne produkty z tego segmentu, z segmentu ochrony zdrowia. Zwiększamy dostęp poprzez rosnącą sieć placówek, pracujemy nad własną siecią, poszerzamy zakres specjalizacji, które są dostępne w ramach oferty. W końcu gwarantujemy dostęp do usług online. To właśnie dzięki temu rośnie liczba zadowolonych klientów, która na koniec zeszłego roku osiągnęła poziom 2 mln 300 tys. klientów. Rośnie także skala działalności mierzona, przychodami, bardzo konsekwentnie zbliżając nas do celu strategicznego na poziomie 1 mld w roku 2020. I to co szczególnie cieszy, biorąc pod uwagę dość duże nakłady kapitałowe oraz duże koszty, jakie ponosimy na zbudowanie i utrzymanie, z jednej strony skali, ale z drugiej strony jakości, o czym w dalszej części opowie Roman, jak wygląda PZU Zdrowie w ramach PZU. To rosnąca rentowność tego segmentu. Zeszły rok zakończyliśmy na poziomie prawie 9%. Szanowni Państwo, w roku 2017 powiedzieliśmy, że żubr wrócił do Polski. Dzisiaj pokazaliśmy Państwu, jak dobra była to decyzja, jak dobra była to inwestycja i w jaki sposób przełożyła się ona na rentowność całej Grupy. Bardzo dobrze kontrybuował też drugi z banków, Alior, którego wynik finansowy rok do roku wzrósł o ponad 50%. Rosły aktywa naszych banków, rósł ich skonsolidowany wynik, wynik segmentu bankowego. Natomiast to co szczególnie cieszy, to to, że przy okazji, można tak powiedzieć, jesteśmy w stanie realizować dodatkowo synergii, zarówno po stronie kosztowej, jak i po stronie przychodowej, gdzie wspólnie jesteśmy beneficjentem bardzo dobrze działającej sieci sprzedaży 3 marek, PZU, Pekao oraz Alior. Przekraczamy granice. Powiedzieliśmy sobie i zakomunikowaliśmy to Państwu, że chcielibyśmy osiągnąć bardzo wysoki cel, jakim jest rentowność kapitałów na poziomie 22%. W ogłoszonych dziś wynikach, podczas ogłoszonych wyników pokazaliśmy jedno, cel ten został już osiągnięty, co stawia nas w gronie niewątpliwych liderów rynkowych i to nie tylko na polskim rynku, ale liderów światowych. Zarówno tych z branży ubezpieczeniowej, jak i firm o najwyższej kapitalizacji czy przychodach. Tych z indeksu S&P, ale również tych z rankingu Fortune 500. Przedstawiając naszą strategię w zeszłym roku powiedzieliśmy, w jaki sposób chcemy wspólnie świętować nasze zwycięstwa, nasze sukcesy. Przedstawiliśmy Państwu politykę kapitałową i dywidendową, powiedzieliśmy o tym, że dbając o pozycję kapitałową, dbając o pozycję powierzonych nam środków będziemy starali się zrobić wszystko, żeby dywidenda na akcję

rosła z roku na rok. A dzisiaj ogłoszone wyniki pokazują, że rok 2018 jest dobry nie tylko dla samej Grupy PZU, ale i dla jej akcjonariuszy. O tym, w jaki sposób wygląda bezpieczeństwo kapitałowe w Grupie PZU chciałbym, żeby opowiedział pan Maciej Rapkiewicz, nasz kolega z Zarządu, którego gorąco zapraszam na scenę.

Maciej Rapkiewicz, Członek Zarządu PZU SA i PZU Życie SA:

Dobry wieczór Państwu. Ja w Zarządzie PZU odpowiadam za zarządzanie ryzykiem. Głównym zadaniem ryzyka jest wspieranie Zarządu, nas, aby Grupa PZU pozostawała podmiotem stabilnym, bezpiecznym pod kątem finansowym, kapitałowym, jak i każdym innym. Obszar ryzyka w Grupie PZU realizuje swoje zadanie między innymi poprzez badanie wpływu określonych zdarzeń i dostarczanie informacji do Zarządu. W sytuacji, kiedy ryzyko identyfikuje, że jakieś zdarzenie niesie negatywne konsekwencje, ma dostarczać Zarządowi informacji, abyśmy podejmowali adekwatne i w odpowiednim czasie działania. Zatem, jeśli Państwo słyszycie o Brexicie, słyszycie o potencjalnym kryzysie finansowym, to miejcie pewność, że ryzyko również nad takimi tematami pracuje. Szanowni Państwo ogłaszając strategię obiecywaliśmy, że Grupa PZU, PZU będzie stabilna, będzie bezpieczna. Wydawało nam się i wydaje, jesteśmy pewni, że takim najlepszym wskaźnikiem bezpieczeństwa i stabilności finansowej jest współczynnik wypłacalności. Obiecaliśmy, że w całym okresie strategii, współczynnik ten będzie osiągał wartość powyżej 200%. W roku 2017 u nas współczynnik ten wyniósł 208%, natomiast odnosząc się do tego, co mówił mój szanowny kolega Tomek, mogę powiedzieć, że za rok 2018 współczynnik ten będzie na jeszcze wyższym poziomie, co czyni nas jeszcze bliższym realizacji celów strategicznych i stabilności, i bezpieczeństwa. W tym momencie mogę również powiedzieć, tak jak i Tomek odnosił się do określonych rezultatów na tle innych podmiotów, mogę powiedzieć, że również, jeśli chodzi o ten współczynnik świadczący o bezpieczeństwie, o stabilności, jesteśmy w ścisłej czołówce, jeśli chodzi o inne zakłady, innych europejskich ubezpieczycieli. Szanowni Państwo, ja na samym początku powiedziałem o roli ryzyka, co robi obszar ryzyka w PZU. Takim działaniem, w którym właśnie badane są określone zdarzenia, określony wpływ, są tak zwane testy stresu. Dzisiaj tych z Państwa, którzy taką tematyką są bardziej zainteresowani, odsyłam do opublikowanego w zeszłym roku sprawozdania o kondycji finansowej i wypłacalności Grupy PZU, gdzie znajdziecie Państwo pełne wyniki testów, jakie w Grupie PZU są przeprowadzane. Tutaj na tym slajdzie, jest tylko wybrana część takich testów stresu, natomiast świadczą one o tym, że w przypadku różnych scenariuszy negatywnych, czy to legislacyjnych, czy to ekonomicznych, czy to kryzysowych, Grupa PZU pozostaje na poziomach kapitałowych bardzo stabilnych i bardzo bezpiecznych. Dziękuję bardzo i zapraszam na scenę ponownie pana Pawła Surówkę.

Paweł Surówka, Prezes Zarządu PZU SA:

Bardzo dziękuję, Maćku. Szanowni Państwo, znają już Państwo nasze sukcesy na liczbach, teraz moje koleżanki i koledzy z Zarządu i ja, chcieliśmy opowiedzieć Państwu, w kilku słowach o tych projektach, które zrealizowaliśmy od ostatniego spotkania. A przecież trzeba powiedzieć, że obiecaliśmy naprawę wiele. Natomiast, jeżeli Państwo pozwolą, chciałem zacząć od jednego projektu, którego nie nazwaliśmy na ostatnim spotkaniu, zapowiedzieliśmy go tylko, jako nadchodzącą rewolucję w zakresie zarządzania aktywami. I tą rewolucją faktycznie ten projekt się okazał, a jest nim oczywiście nasza platforma inPZU. Dzień ogłoszenia inPZU był realnym trzęsieniem ziemi dla branży. Nasi konkurenci już dzień później musieli reagować, a przecież pomysł, jakim się kierowaliśmy był niesłychanie prosty, chcieliśmy stworzyć najprostszy, najtańszy i najbardziej uczciwy produkt inwestycyjny w Polsce.

Dlaczego? Ponieważ jesteśmy przekonani, że naszym zadaniem jest walczenie właśnie z tym niskim poziomem oszczędności Polski na tle większości naszych europejskich sąsiadów. W PZU wierzymy w to, że niski poziom oszczędności Polaków nie jest „winą” Polaków, ale jest też efektem brakujących odpowiednich produktów inwestycyjnych. I my postanowiliśmy te produkty stworzyć, takie, jakie chcielibyśmy je mieć sami dla siebie i dla naszych bliskich, a efekt wygląda tak.

[prezentacja wideo 0:26:03]

To jest inPZU. Szanowni Państwo, dziękuję bardzo. Mamy apetyt na więcej, tak jak to było powiedziane podczas filmu. Zaufało nam już tysiące klientów, odkąd powstało inPZU, wielu z nich inwestowało po raz pierwszy na giełdzie, i wielu z nich inwestowało naprawdę małe kwoty, chociażby te minimalne 100 zł, które wymaga inPZU. Ale i tak te sumy dały całkiem ładną liczbę, ponieważ mam przyjemność ogłosić, że do dnia dzisiejszego, w tym krótkim czasie, odkąd powstał portal inPZU zgromadził już 100 mln zł aktywów pod zarządzaniem, to jest wielki sukces naszej ekipy inPZU. Natomiast mamy apetyt na więcej. Na tym nie spoczywamy, chcemy, żeby platforma inPZU stała się naprawdę masową platformą do inwestycji i dlatego, z okazji 20 rocznicy powstania naszego TFI ogłosimy niebawem specjalną promocję, w której każda osoba, która zainwestuje co najmniej 100 zł, na naszej platformie otrzyma w podziękowaniu od Grupy PZU drugie 100. Czyli niemal natychmiastowy 100% zwrot na kapitale. Szanowni Państwo, a ponieważ powiedzieliśmy, że dzisiaj chcielibyśmy wszystkim z Państwa dać możliwość, żeby PZU wziąć w swoje ręce, chcieliśmy zacząć od Państwa. I każdy z Państwa, który w naszej strefie z pomocą naszych dyrektorów zapisze się dzisiaj, otworzy konto na inPZU, otrzyma od nas 100 zł, które Państwo mogą inwestować wg swojego wyczucia i życzymy wiele powodzenia w inwestowaniu. Serdecznie zapraszamy. Szanowni Państwo, rok temu ogłosiliśmy powstanie portalu, który jak żaden inny nie symbolizuje tego, o czym powiedziałem wcześniej, że chcemy dać realne narzędzie naszym klientom, które pozwoli im wziąć swoje życie, w swoje ręce, a tym portalem jest mojePZU. Zapowiedzieliśmy jego powstanie rok temu. Dzisiaj w swojej podstawowej wersji jest już dostępny i zapraszam wszystkich z Państwa do tego, żebyście po prostu je przetestowali i zobaczyli, jakie jest ono łatwe w obsłudze i jakie jest pomocne. Natomiast, jeżeli pozwolą Państwo na start może krótki film o tym, jak działa mojePZU.

[prezentacja wideo 0:30:16]

Szanowni Państwo, już dzisiaj mojePZU jest najbardziej rozbudowaną platformą finansowo-zdrowotną. Tak jak powiedziałem, podstawowa wersja jest możliwa już dzisiaj, natomiast będziemy stopniowo pracowali nad tym, żeby wszystkie nasze usługi i wszystkie nasze produkty były dostępne przez mojePZU i że mojePZU stanie się realnym kompasem dla naszych klientów, który pozwoli im dzień w dzień myśleć lepiej o tym, w jaki sposób chronią swój majątek, swoje zdrowie, swoje życie i swoje finanse. Ale to nie koniec. Jak widzimy dalszy rozwój mojePZU? Otóż kolejny krok dla mojePZU jest związany ze zdrowiem. Chcemy wprowadzić funkcjonalność, o której jestem przekonany, że realnie ułatwi ona życie naszym klientom. A tą funkcjonalnością będzie bezpieczne wprowadzanie i przechowywanie swoich danych medycznych. Aktualnie pracujemy z Ministerstwem Zdrowia i z naszymi placówkami nad tym, ażeby każdy klient, który sobie tego życzy miał poprzez mojePZU dostęp do swoich e-recept, swoich e-skierowań oraz wyników badań, które powstały w naszych placówkach. Jesteśmy przekonani, że jest to prawdziwe narzędzie, które pozwoli naszym klientom wziąć swoje zdrowie w swoje ręce. Gdzie nie jestem, czy w aptece, czy w podróży, czy może w nagłej potrzebie, jeżeli tego chcę mam przy sobie całą swoją dokumentację medyczną. I to ja decyduję o tym, z kim ją

konsultuję, i w jaki sposób chcę się leczyć. Uważamy, że jest to narzędzie, które pozwoli naszym klientom myśleć jeszcze bardziej świadomie o swoim zdrowiu i o swoim życiu. A skoro już mowa o zdrowiu i o życiu, czas na to, żeby zaprosić na scenę osobę, która w naszej Grupie odpowiada za jedno i za drugie, zapraszam Prezesa PZU Życie Romana Pałaca.

Roman Pałac, Prezes Zarządu PZU Życie SA:

Bardzo dziękuję, Paweł, za to ciepłe przedstawienie. Koledzy opowiadali, jak zmieniała się nasza Grupa w ciągu roku, jakie osiągnęliśmy wyniki, ja postaram się skupić na projektach, które realizowaliśmy w biznesie życiowym, zdrowotnym i jak zmieniała się nasza obsługa klienta. Bardzo się cieszę, że z tego miejsca mogę powiedzieć, że ostatnie 12 miesięcy, nie zmarnowaliśmy. Nasz udział rynkowy w biznesie życiowym wzrósł o 3 punkty procentowe i kończyliśmy rok z udziałem 38%. Ponad 2 mln 300 tys. klientów korzysta z naszych produktów zdrowotnych, to jest proszę Państwa o blisko 800 tys. więcej klientów, których zdobyliśmy w ciągu jednego roku. I co szczególnie cieszy, nasi klienci są bardzo zadowoleni. Wektor zmian w tym biznesie oparliśmy o 4 główne obszary. Po pierwsze oferta, chcemy, żeby nasza oferta była bardzo dopasowana do potrzeb klienta, po drugie zwiększenie skali dystrybucji. Po trzecie, bardzo dynamiczny rozwój obszaru zdrowotnego. I po czwarte, jakość obsługi, która jest bezkompromisowa. W ciągu ostatnich 12 miesięcy zmieniliśmy zupełnie filozofię pracy z ofertą. Nie robimy już produktów, które wydaje nam się, że klienci potrzebują, tylko wiemy, że klienci ich potrzebują, bo jesteśmy z tymi klientami w bliskim dialogu. Zmieniliśmy też naszą filozofię pracy wewnętrznej. Biznes i IT to już nie są dwa odrębne światy, to jest jeden zespół, który pracuje nad osiągnięciem jednego celu. Dzięki tej zmianie udało nam się zrewolucjonizować sposób dostarczania produktów. Kiedyś w PZU wprowadzenie nowego produktu trwało ponad 2 lata. Dziś robimy to w 6 miesięcy, a myślę, że to nie koniec i damy radę poprawić ten wynik. W ciągu jednego roku wprowadziliśmy nowe gamy produktów dla segmentu MSP i dla klientów indywidualnych. Ale to też nie koniec. Przed nami uproszczenie oferty produktowej i bardzo mocny start w nowej reformie emerytalnej, w programach PPK. Ale można mieć najlepsze produkty a i tak nikt się o nich nie dowie, jeśli nie ma się dobrej sieci sprzedaży, dlatego dla nas priorytetem było zwiększenie skali naszej dystrybucji. W ciągu roku zbudowaliśmy nowy kanał agentów wyłącznych, który jest dedykowany do segmentu MSP i do klientów indywidualnych. Zmieniliśmy proces pracy naszej sieci korporacyjnej, i coś, o czym więcej będzie mówił Roger, zbudowaliśmy sieć agentów wyłącznych uniwersalnych, którzy sprzedają zarówno biznes życiowy jak i majątkowy. Dzięki temu udało nam się zwiększyć skalę naszej nowej sprzedaży o blisko 15%. A teraz zdrowie. Jest to biznes, który rozwijamy bardzo mocno, bardzo mocno inwestujemy w ten obszar. Mówiliśmy w zeszłym roku, że naszą ambicją jest, żeby 2020 rok zakończyć skalą biznesu powyżej 1 mld zł. Jesteśmy na dobrej drodze. W zeszłym roku przychody zdrowia osiągnęły poziom 575 mln, to jest o 25% więcej niż 2017. Mamy ponad 2100 placówek partnerskich, ponad 65 placówek własnych. W zeszłym roku stworzyliśmy bardzo głęboką zmianę w zdrowiu, która integruje z jednej strony doświadczenia pacjenta w obszarze umawiania wizyt, zarządzania swoim kalendarzem wizyt, zarządzaniem badaniami, i pokazaliśmy, jaki standard oczekujemy na naszym rynku.

[prezentacja wideo 0:37:49]

W tym krótkim filmie chce Państwu pokazać, jak wygląda ścieżka pacjenta, od portalu pacjenta, który jest w pełni zintegrowany z moimPZU po doświadczenie z naszą placówką, to jest placówka flagowa, która chcemy, żeby była standardem dla całej naszej sieci. Która z jednej strony daje doświadczenie

pięknego wnętrza, ale z drugiej strony bardzo dobrej jakości naszej opieki medycznej, która jest już dziś nie do pobicia. I bardzo się cieszę, że dziś mogę ogłosić, coś, co udało nam się dzisiaj rano zakończyć, czyli akwizycję placówek z grupy FALCK. Do naszej sieci dołącza 32 nowe placówki, ponad 1100 wyspecjalizowanych pracowników, którzy dziś pracują w placówkach FALCK. Bardzo ich witamy. Witamy Was serdecznie, czekaliśmy na Was, jestem przekonany, że będziecie fantastyczną kontrybucją w naszym biznesie. Dzięki tej akwizycji nasza skala placówek własnych wzrasta o prawie 50%. Będziemy mieć prawie 100 placówek własnych. Nie mógłbym tej sekcji zakończyć, gdybym nie podziękował jednej osobie, która jest odpowiedzialna za sukces tego wszystkiego, Julicie Czyżewskiej. Julito, dziękuję Ci bardzo, bez Ciebie by tego nie było. Teraz chciałbym przejść do czegoś, co w naszej Grupie jest traktowane bezkompromisowo, jakość obsługi. Ja uważam, że to jest podstawa działalności każdej firmy ubezpieczeniowej, bo dlatego nasi klienci chcą naszych produktów, żeby czuć się bezpiecznie. PZU jest firmą, na której można polegać. My zawsze płacimy. I teraz, żeby pokazać Państwu skalę, to jest prawie 5 mln odszkodowań rocznie, co półtorej sekundy wpływa do nas nowa sprawa. Jesteśmy firmą, na której można polegać, ale też chcemy, żeby klienci w trakcie kontaktu z nami mieli poczucie, że dajemy bardzo wysoką jakość, że jesteśmy prości, intuicyjni, że rozwiązujemy bardzo szybko problemy. My mierzymy się wskaźnikiem NPS. W 2017 roku ten wskaźnik był na poziomie 20%, już wtedy najwyższy na rynku, ale postanowiliśmy, że pokonamy ten cel w 2018 roku. I to się udało. Rok 2018 kończymy z poziomem 23%. Może te 3 punkty procentowe nie wydaje się Państwu dużą zmianą, no ale jeśli spojrzymy na cały sektor, to wskaźnik NPS dla całego sektora wynosi 4%. Już dziś mamy jakość, która jest nie do pobicia przez naszych konkurentów. To wszystko nie byłoby możliwe bez bardzo głębokiej zmiany filozofii pracy naszych zespołów, uproszczenia procesów i zastosowania technologii. My patrzymy na dwa wskaźniki, które mierzymy ciągle. Pierwszy, to jaka część naszych spraw jest rozwiązywana po pierwszym kontakcie z klientem, gdzie nie ma potrzeby drugiego. Proszę zobaczyć, w biznesie życiowym, to już jest ponad 96%. W biznesie majątkowym bardzo mocno poprawiliśmy ten wskaźnik do prawie 75%, 12 punktów procentowych wzrostu. Czas obsługi w biznesie życiowym już ponad 85% spraw rozwiązujemy w ciągu 24 godzin. W biznesie majątkowym, który jest bardziej skomplikowany, w ciągu 7 dni, prawie 55%, jest jeszcze nad czym pracować. Chcemy się zmieniać, chcemy, żeby te wskaźniki jakościowe rosły. To nie będzie możliwe bez nowych technologii. Już dziś wykorzystujemy w bardzo wielu procesach automatyzację, robotyzację naszych procesów. Sztuczna inteligencja tak naprawdę już dziś jest elementem środowiska pracy. Stawiamy sobie cel, żeby w ciągu tego roku, wszystkie procesy obsługowe mogły być dostępne w moim PZU. Natomiast, co jest dla mnie szalenie ważne to, żeby środowisko pracy naszych ludzi, którzy są zaangażowani w obsługę klienta było proste, intuicyjne, żeby technologia pozwalała im poświęcać więcej czasu dla klienta, a nie obsługę czegoś, co dziś może zrobić maszyna. Chciałem Państwu pokazać, jak sztuczna inteligencja może wesprzeć prosty proces obsługi szkody komunikacyjnej.

[prezentacja wideo 0:42:19]

Bardzo Państwu dziękuję i zapraszam mojego przyjaciela i kolegę z Zarządu, Rogera Hodgkissa.

Roger Hodgkiss, Członek Zarządu PZU SA i PZU Życie SA:

Dziękuję, Roman. Co za niesamowite miejsce. To pierwszy raz w moim życiu, kiedy jestem w bibliotece. Dobry wieczór Państwu. Mówię po polsku, ale dzisiejszego wieczoru będę mówił po angielsku. Łatwiej jest mi opowiedzieć o mojej pasji w języku angielskim, a moja pasja, to moja praca, naprawdę. I moja praca i to, czym zajmuję się na co dzień w PZU. Przedstawię Państwu nasze dotychczasowe strategiczne osiągnięcia w moim obszarze, a także opowiem o tym, jak będziemy rozwijać i realizować strategię w kolejnych latach. Naprawdę mamy się czym chwalić.

Kiedy stałem tu przed Państwem w zeszłym roku, powiedziałem, w jaki sposób wykorzystamy technologię i innowacje, aby wspierać zarówno naszych klientów, jak i nasze unikalne kanały sprzedaży. Co zrobiliśmy? Poczyniliśmy duże postępy, aby poprawić doświadczenia naszych klientów w PZU. Paweł mówił wcześniej o mojej PZU i mogę powiedzieć, że to znacznie poprawia interakcje naszych klientów z PZU. To niesamowite, że nasi klienci mają dostęp do wszystkich produktów i usług PZU w jednym miejscu. Szybka kalkulacja, której działanie zaprezentowałem w zeszłym roku, jeśli pamiętacie, wykorzystuje sztuczną inteligencję i analitykę do stworzenia wyceny ubezpieczenia domów w ciągu kilku sekund i już mamy ponad 50 tysięcy wycen, które przeszły ten proces, a w tym roku spodziewamy się około 100 000 tys. kolejnych, które zostaną wykonane przy użyciu tej technologii. PZU GO, usłyszycie dużo o PZU GO później od Pawła, ale PZU GO już pomaga naszym klientom i łączy wyjątkową technologię telematyczną z unikalną propozycją pomocy, i to jest niesamowite. Jak wspominał wcześniej Roman, poczyniliśmy znaczne postępy w zakresie naszej uniwersalnej inicjatywy „Uniwersalizacja sieci sprzedaży”. Obecnie prawie 3 tysiące naszych agentów może sprzedawać zarówno produkty na żywo, jak i produkty nie na żywo, co jest świetne dla naszych klientów. Ale nie mówię tu tylko o klientach detalicznych. Nasze PZU LAB oferuje szeroki zakres innowacyjnych usług zarządzania ryzykiem dla naszych klientów korporacyjnych, o czym świadczą niektórzy nasi klienci. A teraz zobaczcie krótki film, który opowie trochę więcej o tym, co PZU LAB robi dla naszych klientów korporacyjnych.

[prezentacja wideo 0:46:50]

Tak więc PZU LAB jest świetnym narzędziem, to świetna funkcja, którą mamy w PZU, która oferuje usługi zarządzania ryzykiem naszym dużym klientom korporacyjnym i naprawdę wzmacnia relacje dużych klientów korporacyjnych z PZU. Pojawiłem się także przed Państwem w zeszłym roku i powiedziałem, że opracujemy nowe rozwiązania technologiczne i innowacyjne dla naszej wyjątkowej sieci sprzedaży. Pozwólcie, że przypomnę wam o unikalnej skali PZU. Zatrudniamy blisko 10 tysięcy agentów wyłącznych, ponad 400 oddziałów, a w Polsce zatrudniamy blisko 50 tysięcy osób, które sprzedają produkty PZU. W ciągu ostatniego roku poprawiliśmy także naszą efektywność bezpośrednią i wyniki sprzedaży online.

W zeszłym roku mówiłem o ekscytującym nowym modelu sprzedaży, w którym wykorzystaliśmy naszą bezpośrednią efektywność do obsługi naszych tradycyjnych kanałów sprzedaży. To był sukces i już przyniósł nam ponad 130 mln złotych wzrostu sprzedaży. Przekazaliśmy naszym pracownikom działu sprzedaży nowe, innowacyjne narzędzia, w tym aplikację mobilną i światowej klasy platformę CRM. Mówiłem już o uniwersalnej sieci sprzedaży, która stanowi dla nas prawdziwą różnicę dla naszych sieci sprzedaży i naszych klientów, ale ostatnia kwestia, którą chciałbym poruszyć, dotyczy naszego programu Agent 2.0, gdzie zainwestowaliśmy w naszych największych i najlepszych agentów

wyłącznych, dostosowujemy ich biura i oferujemy im lepsze szkolenia oraz wsparcie i świadczenia w naszych strukturach prowizyjnych, to był wielki sukces.

[prezentacja wideo 0:50:35]

Pracuję w ubezpieczeniach od ładnych kilku lat i muszę powiedzieć, że Kocham liczby. I wiecie co? Kocham te liczby nawet bardziej niż normalnie. W ciągu ostatnich kilku lat w PZU, w ubezpieczeniach P&C, osiągnęliśmy wielki wzrost i rentowność. Nasza sprzedaż w ubiegłym roku wyniosła 13,5 mld złotych. To 25% więcej niż dwa lata temu i 50% więcej niż trzy lata temu. A więc 50% więcej niż 3 lata temu. Jednocześnie zmniejszyliśmy wskaźnik mieszany o 8 punktów procentowych, co oznaczało spadek, jeśli chodzi o nasze stałe inwestycje i poprawę w cenach, wyborze ryzyk, zarządzaniu roszczeniami i analityce konsumenckiej. Wierzę, że naszymi łącznymi 87% jesteśmy lepsi niż wielu naszych konkurentów, zarówno lokalnych, jak i globalnych. To wspaniałe wyniki.

Powiedziałem o roku 2018, ale co z następnymi kilkoma latami? Przykro mi, bardzo przepraszam, bo będę nudny i będę się powtarzał. A Paweł prosił mnie, żebym nie był nudny, ale czasami muszę być. I dlaczego tak będzie? Ponieważ zamierzam powtórzyć niektóre z rzeczy, które już mówiłem, zawierające moje stałe spójne przesłanie, będziemy nadal koncentrować się na wykorzystaniu technologii i innowacji, aby wspierać naszych klientów i nasze wyjątkowe sieci sprzedaży, aby realizować nasze strategiczne cele.

Dla klientów oznacza to ciągłe inwestycje związane z ulepszaniem sztucznej inteligencji i analityki dużych zbiorów danych, abyśmy naprawdę byli w stanie dopasować cenę do ryzyka klienta i potrzeb klienta. Po stronie korporacyjnej, a także PZU LAB, które widzieliśmy wcześniej, udało nam się nawiązać wzajemne interesy TUW, które świetnie się spisują, obniżając większe korporacyjne ryzyka. Nasza składka w TUW w ubiegłym roku wynosiła już około 550 mln złotych, tak wielki postęp w TUW.

Promujemy rozwiązania telematyczne nie tylko w PZU GO, ale także u naszych klientów korporacyjnych, a więc możemy mówić wielu obszarach poprawy dla naszych klientów w ciągu najbliższych kilku lat.

W przypadku naszych sieci sprzedaży, znowu więcej tego samego, będziemy nadal wprowadzać innowacje i wspierać, aby zagwarantować, że zachowają one swój status lidera oraz że my sami zachowamy naszą unikalną skalę i nasz unikalny model sprzedaży, dalszy rozwój naszej światowej klasy platformy CRM. Znacznie udoskonalamy nasze platformy sprzedaży dla dealerów i naszych klientów leasingowych. Razem te dwie grupy klientów generują ponad 2 mld złotych składek dla PZU, dlatego ważne jest, abyśmy utrzymywali tę innowacyjną i nowoczesną platformę do sprzedaży za pośrednictwem tych klientów.

Agent 2.0 okazał się wielkim sukcesem, jak widzieliśmy wcześniej, ale w kolejnym etapie Agent 3.0 ujrzy dalszy rozwój na naszym kanale agentów wyłącznych. Aby zapewnić, że nasi agenci będą się liczyć w tych stale zmieniających się czasach, Teraz Ty jest naszym unikalnym programem szkoleniowym w zakresie zarządzania sprzedażą, programem wewnętrznym.

Ostatnią i bardzo ważną kwestią dla mnie, dzieląc się moim doświadczeniem, jest to, że będziemy nadal doskonalić naszą bezpośrednią efektywność, naszą bezpośrednią platformę, zarówno w PZU, jak i w LINK4 dzięki coraz prostszym produktom.

Moje podsumowanie: jeśli chodzi o liderów na rynku wierzę w skalę, innowacyjność i rentowność. Mamy jasny plan na przyszłość i utrzymamy naszą pozycję lidera. Wykorzystujemy technologię i innowacje, aby wspierać klientów i nasze wyjątkowe firmy handlowe i sieci sprzedaży. Przekształcamy się w nowePZU i możemy wskazać wiele pozytywnych i wymiernych modyfikacji, które już wprowadziliśmy. Dlaczego myślę, że dotrzemy do słowa i wywiążemy się z tego, co obiecaliśmy, że zrobimy? Wystarczy, że spojrzycie Państwo na wcześniej przedstawione liczby. Naprawdę możemy być dumni z naszego sukcesu. Dziękuję Państwu bardzo.

Małgorzata Sadurska, Członek Zarządu PZU SA i PZU Życie SA:

Dobry wieczór Państwu. Rok temu przedstawiliśmy nasze aspiracje dotyczące współpracy z bankami z naszej Grupy, z bankiem Pekao SA i z Alior Bankiem. Powiedzieliśmy, że chcemy tworzyć ekosystem, płaszczyznę do budowania wspólnych relacji z naszymi klientami. Rok 2018 był dla nas rokiem przede wszystkim pracy, wdrożeń, wdrożeń produktów, pilotaży, ale też i dużych sukcesów. We współpracy z naszymi bankami pozyskaliśmy 340 mln przypisu składki. Mamy 25 obowiązujących umów ubezpieczeniowych w ramach bancassurance. Nasze produkty oferowane są i w online, ale również i w oddziałach. Współpracujemy z firmami leasingowymi naszych banków. W obszarze assurbankingu budowaliśmy otoczenie formalno-prawne i technologiczne. Sami musieliśmy wypracować model współpracy, bo nie ma światowych dobrych wzorców, z których moglibyśmy skorzystać. Jesteśmy już po pilotażach i mamy wypracowany model oferowania produktów z bankiem Pekao. Co więcej, przeprowadziliśmy już pierwsze zdalne sprzedaży, Konta Przekorzystnego za pomocą, za pośrednictwem naszego Contact Center. Szanowni Państwo, pierwsi klienci docenili współpracę z bankiem Pekao, tym, z żubrem, lokując w nim, w krótkim czasie 44 mln zł oszczędności, i zaciągając kredyty na 62 mln zł. Synergie kosztowe realizowaliśmy głównie w obszarach IT, nieruchomości i administracji, dały one ponad 40 mln zł oszczędności. To są bardzo dobre wyniki. Co dalej? Rok 2019, rok obecny, jest dla nas kolejnym rokiem ambitnych celów. W obszarze bancassurance planujemy wdrożyć kolejne produkty tak, aby oferta bankowa w połączeniu z ofertą ubezpieczeniową, była pełna. Planujemy zwiększenie sprzedaży tych produktów, które wdrożyliśmy w roku 2018. Tutaj oczywiście liczymy na naszych partnerów, naszych kolegów, zarówno z Alior Banku i z Banku Pekao SA. Ale w obszarze assurbanking jedną z inicjatyw, z którą wiążemy szczególne nadzieje, duże nadzieje, jest uruchomienie razem z Alior Bankiem i Bancovo, platformy pożyczkowej. Przeznaczona ona będzie dla naszych klientów i będzie ona benefitem, który umożliwi w sposób intuicyjny, szybki i łatwy, bo bez zbędnych formalności otrzymanie pożyczki gotówkowej. A proces będzie wyglądał tak.

[prezentacja wideo 1:00:39]

Prawda, że interesujące? Nikt jeszcze tego nie ma. Kolejnym obszarem niezwykle ważnym dla naszej Grupy są partnerstwa strategiczne. Dla nas każdy partner jest strategiczny, wyjątkowy, dla którego tworzymy indywidualnie dopasowaną ofertę. Ofertę, która odpowiada na oczekiwania klientów. A czego oczekują klienci? Klienci oczekują przede wszystkim produktów i usług kontekstowych, prostych, a przede wszystkim przyjaznych cenowo. I to my oferujemy. Jak dobrze Państwo pamiętacie, 2 lata temu ogłosiliśmy 2 partnerstwa, 2 ważne dla nas partnerstwa. Od 11 miesięcy ubezpieczamy sprzęt RTV i AGD, opony i rowery, które można kupić za pośrednictwem Allegro. Razem z naszymi partnerami z Allegro pracujemy nad rozszerzeniem oferty. To jest dla nas wyzwanie na 2019 rok. Już 25 tys. klientów LOT-u skorzystało z kompleksowej oferty PZU. Rok 2019 jest dla nas czasem ekspansji, ekspansji ubezpieczeń, tak aby w 2019 roku być na 15 rynkach, a w 2020 roku na 25 rynkach na świecie.

Od kilku lat nawiązujemy współpracę z zakładami energetycznymi, grupami energetycznymi, oferując mające kontekstowy charakter, mikro ubezpieczenia i mikro usługi. Od 2018 roku możemy powiedzieć, że współpracujemy ze wszystkimi największymi zakładami energetycznymi i grupami energetycznymi. Efektem naszej współpracy jest to, że obecność PZU jest w 2 mln gospodarstw domowych, to nas bardzo cieszy. Szanowni Państwo, podobnie jak w zeszłym roku, tak i dzisiaj chciałabym ogłosić kolejne bardzo ważne dla nas partnerstwo. Mogę powiedzieć, że dzięki niemu będziemy, jesteście obecni na całym rynku energetycznym w Polsce. Co więcej, nasz partner dociera do 6,5 mln gospodarstw domowych. A od tygodnia, Szanowni Państwo, dlatego powiedziałam, że jesteśmy, bo od tygodnia nasze usługi są obecne w ofercie PGNiG Obrót Detaliczny. I w tym miejscu chciałabym serdecznie podziękować Prezesowi PGNiG SA Piotrowi Woźniakowi, członkowi Zarządu PGNiG SA. Maciejowi Woźniakowi, ale bardzo chciałabym podziękować Prezesowi PGNiG Obrót Detaliczny, Henrykowi Musze, za to, że wspólnie możemy realizować oczekiwania naszych klientów. Henryk, dziękuję Ci bardzo. Szanowni Państwo, sukces zależy od dobrej komunikacji, a w jaki sposób my będziemy się komunikować z naszymi klientami opowie teraz Dorota Macieja, inicjatorka projektu Prosto i kropka. Dorota, zapraszamy. Dziękuję.

Dorota Macieja, Członek Zarządu PZU Życie SA:

Dobry wieczór Państwu. Dziękuję Małgosiu, za tak miłe przedstawienie. Proszę Państwa, czy język biznesowy i firmowy może być prosty? Czy to jest w ogóle możliwe? Pisarz William Faulkner mówił nie bez złośliwości o swoim koledze Hemingwayu że on nigdy, przenigdy nie użył słowa, które zmuszałoby czytelnika do otworzenia słownika. Czyli, można. Czyli to oznacza, że wielka literatura nie potrzebuje trudnych słów, ani długich wyrazów. Ale czy język biznesowy sobie bez tego poradzi? Proszę Państwa, nie ma innej możliwości. Jeśli jakakolwiek firma usługowa chce odnieść sukces, to musi porozumiewać się zgodnie z zasadami prostego języka. A co to jest ten prosty język? To naprawdę nie jest tak, że my upraszczamy jakąś piękną polszczyznę. Nie. My odchodzimy od urzędniczej nowomowy. Staramy się zastępować kalki językowe i takie napuszone wyrazy typu „niniejszym”, „niniejszym informuję...”. Staramy się mówić do naszych klientów w sposób krótki, prosty, bo oszczędzamy ich czas, a przede wszystkim z sympatią, życzliwie. A co się dzieje, kiedy nie upraszczamy naszej terminologii? To posłuchajmy, jak próbują odczytać znaczenie ubezpieczeniowych terminów nasi klienci.

[prezentacja wideo 1:08:11]

Dlaczego pokazaliśmy Państwu ten film? Bo chcemy spełniać oczekiwania naszych klientów. Tak jak to obiecaliśmy w ubiegłym roku. To klient jest w centrum uwagi. Zmieniliśmy naszą filozofię działania i naszym zadaniem jest spełniać oczekiwania klienta. A klient oczekuje prostoty. I w tym oczekiwaniu prostoty jest oczekiwanie partnerstwa. A także poczucie bezpieczeństwa. Bo jeżeli wysyłamy pisma, które klient rozumie, to nie podejrzewa, że są tam jakieś ukryte treści, ma poczucie bezpieczeństwa. Ponadto bardzo chcemy, żeby nasi klienci mogli korzystać z naszej oferty także na urządzeniach mobilnych, już nie tylko siedząc wygodnie w fotelu przed dużym ekranem komputera, ale na całkiem małych smartfonach, aby mogli zalogować się na platformę mojePZU i tam wykupić całkiem drogą polisę, albo na platformie inPZU, o której niedawno mówił Paweł, i zainwestować swoje mniejsze lub większe oszczędności. A to oznacza, że nasz język musi być prosty, przejrzysty, jednoznaczny. Jest jeszcze jeden powód, może nie tak bardzo oczywisty, ale dla nas jasny, to patriotyzm. Jesteśmy największą firmą finansową w tej części Europy. Chcemy dbać nie tylko o teatry, o duże instytucje kultury, wspierać wystawy, koncerty, ale też zadać o język, bo kto, jeśli nie my. Kto wypracuje

nowoczesny, przyjazny ludziom język ubezpieczeniowy? Ale oczywiście, tak ja tu mi koledzy mówili, my lubimy mieć zysk finansowy. Ale my już to wiemy, prostota się opłaca. Proszę Państwa o 12 punktów procentowych zmniejszył się ruch na infolinii, w tych obszarach, w których stosujemy się do zasad prostego języka. Wzrasta też zadowolenie klienta. O 10 punktów procentowych był wyższy wskaźnik satysfakcji klienta w przypadku, gdy otrzymywał on uproszczoną komunikację. A wiadomo, zadowolenie klientów przekłada się na chęć zakupu produktów danej firmy. I chciałam jeszcze pochwalić się tym, co już udało się zrobić. Widzą Państwo starą polisę, na pewno wielu z Państwa takie ma w domach, ale już w końcu tego roku wszyscy ci, którzy ubezpieczą samochód, mieszkanie, czy podróż w PZU, otrzymają zupełnie nową polisę. I nie chodzi tylko o to, że ona ładniej wygląda, że ma inna grafikę, to jest zupełnie inna architektura informacji. Dlaczego? Bo my wypracowaliśmy tę polisę razem z klientami. To oni powiedzieli nam, których informacji potrzebują, których nie rozumieją, które są zbędne. Wiemy, że jesteśmy dopiero na początku drogi. Język jest żywy, trzeba o niego dbać codziennie. Zmieniają się oferty, zmieniają się wzywania, zmienia się świat, zmienia się też język. To jest niekończący się proces. Moim marzeniem jest, ale myślę że też marzeniem całego Zarządu i wszystkich pracowników PZU, aby do końca roku 2020, czyli w 100 lecie powstania Polskiej Dyrekcji Ubezpieczeń Wzajemnych, a ten fakt jest przyjmowany jako fakt powstania PZU w tym nowoczesnym kształcie, 100% komunikacji do klientów była prostym języku. Czasami słyszymy, że poszukiwanie prosty obraża inteligencję odbiorcy. Naszym zdaniem jest dokładnie na odwrót, to oznaka szacunku i dobrego wychowania. No bo ludzie zawsze się spieszą. PZU. To proste. Po polsku. Chciałabym jeszcze przez chwilę opowiedzieć o naszych innych zaangażowaniach społecznych, bo odpowiedzialność za język, to tylko jeden z przejawów naszej działalności. Dbamy o nasze dziedzictwo narodowe, wspieramy instytucje kultury, ale dbamy też o zdrowie Polaków, dzięki angażowaniu się w wielkie imprezy sportowe. Troszczymy się też o bezpieczeństwo dzieci. W ubiegłym roku rozdaliśmy odbłaski wszystkim uczniom klas I-III, czyli blisko 1,5 mln sztuk. Ale dziś chcielibyśmy się pochwalić zupełnie unikatowym programem, mówiliśmy o nim w ubiegłym roku, to Pomoc To Moc. To Państwo decydują, w które projekty inwestujemy nasz fundusz prewencyjny. Zapraszam, po prezentacji, do naszej strefy, gdzie pracownicy PZU odpowiedzą na wszystkie Państwa pytania, a teraz do obejrzenia filmu, w którym przedstawimy założenia i pokażemy rezultaty tego trwającego już prawie rok programu. Dziękuję bardzo.

[prezentacja wideo 1:16:05]

Paweł Surówka, Prezes Zarządu PZU SA:

Bardzo dziękuję, Doroto. Pomoc To Moc, to naprawdę świetny projekt i serdecznie zaprasza Państwa do tego, żebyście Państwo też zastanowili się, jestem przekonany, że znacie jakiś projekt, który jest godny tego, ażeby go wesprzeć. Szanowni Państwo, w ubiegłym roku, na koniec ogłosiliśmy jeden projekt, który wykraczał stanowczo ponad to, co zwykle robią ubezpieczyciele. Zamiast tylko płacić odszkodowania, zobowiązaliśmy się do tego, żeby realnie pomóc naszym klientom wtedy, kiedy tego potrzebują najbardziej, a oczywiście tym projektem był PZU GO. Nad żadnym projektem nie pracowaliśmy tak intensywnie, w tym ubiegłym roku, jak właśnie nad nim. A to dlatego, bo przekroczyliśmy kilka granic. Z jednej strony nie płacimy tylko odszkodowań, chcemy naszym klientom pomóc, ale z drugiej strony przekroczyliśmy też granicę między spółką ubezpieczeniową, a spółką technologiczną. Ponieważ nie istniały, nie znaleźliśmy takich rozwiązań technologicznych, które nas by satysfakcjonowały, które oczekiwaliśmy dla naszych klientów, postanowiliśmy je zbudować. A wyglądało to tak.

[prezentacja wideo 1:20:07]

PZU GO. Szanowni Państwo, przejechaliśmy setki tysięcy kilometrów, podczas których nie tylko byliśmy w stanie zebrać cenne dla nas wnioski, ale podczas, których wydarzyły się też naprawdę wypadki. Także dzisiaj możemy naprawdę ufnie powiedzieć PZU GO jest urządzeniem, które ratuje życie. Natomiast pracowaliśmy też bardzo mocno nie tylko nad częścią technologiczną tego urządzenia, pracowaliśmy też nad częścią komercyjną, ponieważ powiedziałem w tamtym roku, PZU GO to jest też urządzenie, które ma promować i nagradzać za bezpieczną jazdę. A przy tym stawia zupełnie nowe możliwości. Kinga i Mateusz już o tym powiedzieli w filmie, dla tych naszych klientów, którzy zdecydują się na to, żeby stać się też klubowiczami, w Klubie Pomocni, czekają nagrody takie, jak chociażby kawa na stacji Orlen, albo zniżki na paliwo, albo zniżki na myjnię, w zamian za to, że jeżdżą bezpiecznie. I ciekawe jest przy tym, jakie nowe możliwości daje PZU GO, których wcześniej nie mieliśmy. Nasza ekipa cały czas wypracowuje nowe pomysły, a chciałbym przedstawić Państwu, jak na razie mój ulubiony pomysł, który wymyślili, a jest to tzw. pomocny fotoradar. Co to jest pomocny fotoradar? Jak funkcjonuje klasyczny fotoradar wszyscy z Państwa wiedzą. Fotoradar wymierza karę za to, jeżeli kierowca jedzie nieprzepisowo na danym odcinku drogi. Pomocny fotoradar funkcjonuje dokładnie odwrotnie, daje nagrodę jeżeli kierowca jedzie przepisowo, w jakimś odcinku, w jakimś miejscu, w którym jest to szczególnie wymagane. A kto decyduje o tym, w jakim to miejscu ma być i gdzie ma stać ten fotoradar? Bardzo proste, Państwo. Jeżeli Państwo znają jakieś miejsce, jakiś odcinek drogi, na którym nam szczególnie zależy, żeby kierowcy jechali przepisowo, żeby jechali ostrożnie, być może, dlatego że w pobliżu jest przedszkole, albo szkoła, do której chodzą naszej dzieci, możecie zgłosić się do PZU z wnioskiem o to, żeby tam postawić pozytywny, pomocny fotoradar. Kluczowe przy tym jest, żebyście znaleźli inne osoby, które zrobią dokładnie to samo i wzmocnią Wasz wniosek i w momencie, kiedy w PZU otrzymamy wystarczająco wniosków, zaznaczymy, ten odcinek, na kartach, po których porusza się PZU GO, i postawimy tak zwany pomocny fotoradar i wówczas, każdy kierowca, który zbliży się do tego miejsca otrzyma komunikat, w którym poinformujemy go, że zbliża się do strefy, w której prosimy go o szczególną troskę o jazdę i informujemy go o tym, że jeżeli przejedzie ten odcinek bezpiecznie, to otrzyma dodatkową nagrodę, chociażby dodatkową kawę, albo podwójne punkty. To jest realna innowacja, która jak sądzę, nie tylko pozwoli zwiększyć bezpieczeństwo na naszych drogach, ale równocześnie pozwoli nam wszystkim myśleć bardziej świadomie o tym, jak zwiększyć bezpieczeństwo w naszym otoczeniu. Szanowni Państwo reasumując PZU GO to jest przede wszystkim urządzenie, które natychmiast przynosi ratunek w momencie wypadku. W mniej niż ułamek sekundy, w którym my otrzymujemy informacje o tym, że wypadek się zdarzył. To są równocześnie realne wymierne korzyści w zamian za bezpieczny styl jazdy, ale to jest też więcej. To jest darmowe i Nielimitowane holowanie w przypadku wypadku. Jeżeli wydarzy się wypadek, który zostanie zarejestrowany przez PZU GO nie tylko będziemy się kontaktowali z Państwem i w razie potrzeby wezwiemy służby ratunkowe, ale holujemy też samochód, niezależnie od tego, gdzie Państwo będziecie. I wszystko to będzie odstępne dla wszystkich za 139 zł rocznie. Natomiast od 2 kwietnia rozpoczynamy specjalną promocję dla naszych klientów, dla których PZU GO będzie dostępne za jedynie 49 zł rocznie. A Ci z naszych klientów, którzy zdecydują się na to, żeby zapisać się do klubu POMOCNI i przejadą pewną ilość kilometrów bezpiecznie, otrzymują rabat na odnowienie swojego ubezpieczenia, który uczyni, że efektywnie PZU GO dla nich będzie kosztował dokładnie 1 zł rocznie. I liczymy na to, że coraz więcej ludzi będzie się decydować na to, żeby jeździć z PZU GO. I oczywiście, Państwo się tego pewnie spodziewali, zaczniemy od Państwa, każdy z Państwa, który zgłosi się do naszych pracowników w strefie PZU w twoich rękach otrzyma od nas dzisiaj PZU GO. Życzymy wiele przyjemności w testowaniu tego

urządzenia i przede wszystkim życzę bezpiecznej jazdy. Szanowni Państwo zblizamy się już do tego momentu, kiedy wszystkich Państwa zaprosimy do strefy. Natomiast mamy na samym końcu jeszcze jedno szczególne ogłoszenie. Jeżeli pozwolą Państwo, chciałbym je wprowadzić małą dygresją. W ubiegłym roku, z okazji rocznicy odzyskania niepodległości przez Polskę, zaprosiliśmy wiodących liderów polskiego biznesu do Nowego Jorku, na spotkanie z amerykańskim biznesem i największymi inwestorami, gdzie pod hasłem Poland The Can-Do Nation, mówiliśmy o tym, jak w Polsce powstają inicjatywy i innowacje, które mają swoje działanie na cały świat. I to zostało dostrzeżone. Coraz więcej firm z Polski myśli coraz śmieiej o tym, żeby stać się realnie globalną firmą. I my jako największa i najbardziej stabilna grupa finansowa w tej części Europy myślimy tak samo. I jeżeli mogę uchylić rąbek tajemnicy tego, jak będą wyglądały nasze ambicje, jak już osiągniemy wszystkie te cele, o których mówił Tomek, na rok 2020, jakie będą nasze ambicje na rok 2025, to między innymi, będzie to to pytanie: W jaki sposób uczynić, żeby PZU był nie tylko championem krajowym, championem regionalnym, ale naprawdę spółką międzynarodową, nawet światową. I wielokrotnie mówiłem o tym, że jeden z obszarów, w którym chcemy to osiągnąć, to jest obszar, który jest szczególnie bliski mojemu sercu, to jest zarządzanie aktywami. Wielokrotnie w przeszłości mówiłem: PZU powinno być najlepszym i najbardziej rozpoznawalnym zarządzającym aktywami w tej części Europy, działającym na cały świat. I Szanowni Państwo jestem niesłychanie rad, że dzisiaj mogę Państwu powiedzieć, że w dniu dzisiejszym zblizyliśmy się do tego celu bardzo znacząco, ponieważ dzisiaj podpisaliśmy list intencyjny o współpracę strategiczną z jedną z największych instytucji finansowych na świecie, o których wiele osób mówi, że równocześnie jest to też najlepsza instytucja finansowa. Podpisaliśmy list intencyjny z Bankiem Goldman Sachs. Razem z Goldman Sachs będziemy pracowali właśnie w zakresie zarządzania aktywami, a ta współpraca, jestem co do tego przekonany, uczyni z PZU najbardziej rozpoznawalną spółkę inwestycyjną z tej części Europy. Ta współpraca zakłada, że z jednej strony nasi klienci będą mieli dostęp do najlepszych rozwiązań globalnych firmy Goldman Sachs, chociażby poprzez nasz portal inPZU, ale będzie to równocześnie znaczyło, że produkty Grupy PZU będą odstępne na całym świecie dla klientów Grupy Goldman Sachs. W szczególności zakłada powstanie specjalnego funduszu, który będzie inwestował w Polsce i w całym rejonie tzw. trójmorza, który będzie zarządzany przez PZU i dystrybuowany przez Goldman Sachs na całym świecie. Szanowni Państwo, to jest #nowePZU i w ten sposób krok po kroku staniemy się firmą realnie globalną. A teraz chciałem poprosić na scenę koleżanki i kolegów z Zarządu, proszę chodźcie, ponieważ jesteśmy już w tej części, w której chcieliśmy wszystkich z Państwa zaprosić do naszej strefy PZU w twoich rękach. Mieliśmy zamiar, żeby zaprosić tutaj na scenę również wszystkich dyrektorów, którym chcieliśmy podziękować, ale jak zliczyliśmy ich ilość, to tak naprawdę stwierdziliśmy, że skończyłaby nam się scena. I dlatego, z tego miejsca chcieliśmy jeszcze wykonać jedną rzecz, chcieliśmy tak naprawdę zadedykować całe to dzisiejsze wydarzenie naszym koleżankom i kolegom, naszym pracownikom, w szczególności tym dyrektorom, którzy dzień w dzień pracują nad tym, żeby wdrażać tę wizję #nowegoPZU. Bez Was, to jest banał, nie byłoby to możliwe. Wy jesteście matkami i ojcami tych wszystkich projektów, które tutaj ogłosiliśmy. Bardzo Wam wszystkim dziękujemy. Dziękuję, że wierzycie w tę wizję. I chcieliśmy również wszystkim tym, którzy są tutaj obecni, jak i wszystkim tym, którzy są w całej Polsce zadedykować ten film o naszych pracownikach i raz jeszcze bardzo dziękujemy wszystkim za to, że Państwo przybyliście i zapraszamy do strefy PZU w twoich rękach. Bardzo dziękuję.

[prezentacja wideo 1:35:35]

KONIEC