

Paweł Surówka, Prezes Zarządu, CEO Grupy PZU:

Witam serdecznie na prezentacji wyników finansowych Grupy PZU za rok 2018 i za czwarty kwartał 2018 roku. Rozpocniemy od głównych osiągnięć Grupy w tym roku, potem przejdziemy poprzez poszczególne segmenty, a następnie skupimy się na tym, jak jesteśmy względem Strategii. Więc, tradycyjnie oczywiście, dzisiaj przed Państwem Roman Pałac, czyli Prezes PZU Życie, oraz Tomasz Kulik, Dyrektor Finansowy i Członek Zarządu PZU SA, oraz Paweł Surówka, Prezes PZU. Więc tak, idąc przez główne osiągnięcia naszej Grupy, chcielibyśmy zwrócić Państwa uwagę na fakt, że jest to sprzedażowo najmocniejszy rok w naszej historii, mierzony przypisem składki. I był to też najlepszy kwartał, jeżeli patrzymy na czwarty kwartał. Jeżeli chodzi o przypis składki, to jest nie tylko coś, co jest dla nas powodem do dumy, to jest też przede wszystkim poziom, który stanowi o naszej sile w przyszłości. Jest też bardzo dobrym fundamentem dla dalszego rozwoju spółki i z tego powodu nas to niesłychanie cieszy. Pokazuje to też, że produkty Grupy PZU są atrakcyjne i konkurencyjne, również na tle wszystkich ruchów, które odnotowujemy na rynku. Więc przyspieszenie mamy dynamiki i przyrostu składki 5% rok do roku, jeżeli patrzymy na sam czwarty kwartał. Jest to też tempo wyższe niż sam rynek. W segmencie ubezpieczeń majątkowych odnotowaliśmy dwucyfrowy wzrost i mamy nadal bardzo stabilny poziom przypisu składki w ubezpieczeniach grupowych i indywidualnej kontynuacji. W trzecim kwartale odnotowaliśmy też wzrost udziałów rynku w ubezpieczeniach komunikacyjnych do poziomu 37,5%, przede wszystkim też w segmencie AC. Odnotowaliśmy też wyższą sprzedaż w segmencie zdrowotnym, o 53% wzrost rok do roku. Wynik finansowy i rentowność naszej Grupy - bardzo silna, całościowy wskaźnik mieszany na poziomie 86,6%. To jest znacznie lepiej od zakładanego poziomu określonego przez nas Strategii i to, o tym wspomnę za chwilę, mimo szkodowości w segmencie korporacyjnym w ubezpieczeniach majątkowych, które miały bardziej jednorazowy charakter. Zanotowaliśmy bardzo niski wskaźnik mieszany w segmencie masowym - 84,2%. Marża operacyjna w ubezpieczeniach życiowych bardzo wysoka, ponad 22%. To wszystko przełożyło się na rekordową składkę 23 470 mln za cały rok, wynik skonsolidowany 5 386 mln, natomiast przypadający jednostce dominującej - 3,2 mld. To jest najwyższy poziom od pięciu lat. I przekłada się to na marżę operacyjną i rentowności na kapitale 22,1%, całościowy wskaźnik mieszany 86,6%. Ponadto zanotowaliśmy bardzo wysoki wskaźnik wypłacalności. I już teraz można powiedzieć, że jest to taki poziom, który pozwala nam ufnie myśleć o naszym zobowiązaniu wobec naszych inwestorów, że będziemy dążyli do tego, żeby dywidenda liczona wskaźnikiem DPS rosła rok do roku. I myślę, że dzisiaj można powiedzieć, że to zobowiązanie wobec naszych akcjonariuszy jest niezagrożone, biorąc pod uwagę te wyniki, które dzisiaj mamy. Jeżeli patrzymy na cały rynek majątkowy, tutaj udział w rynku nasz bez reasekuracji czynnej - 34,8%, z reasekuracją czynną - 35,9%. To jest nieco poniżej poziomu, który postawiliśmy sobie w Strategii, który wynosił 38%. Niemniej jednak dalej w takim przedziale, który dla nas jest satysfakcjonujący i pozwala nam mocno kontrolować rentowność naszych produktów. Równocześnie odnotowaliśmy wzrost naszego udziału w ubezpieczeniach komunikacyjnych, który teraz jest na poziomie 37,3%. Tak jak powiedziałem, przy bardzo dobrej rentowności, udział Grupy PZU w całym wyniku technicznym całego rynku to jest ponad 55%. Jeżeli spojrzeć na same ubezpieczenia komunikacyjne, tutaj odnotowaliśmy pewien spadek dynamiki. Ja bym powiedział testowania poziomu cenowego na rynku. I widzimy, że z spowolniły niektóre próby obniżenia tej ceny. Co więcej, widzimy też niektóre tendencje odwrotnego kierunku. Pod tym względem mamy wrażenie, że sytuacja jest pod kontrolą i ten poziom rentowności, który dzisiaj widzimy, powinien być do utrzymania w przyszłości. Widzimy też, chociażby dzisiaj pojawiły się artykuły, że niektórzy z tych graczy, którzy dość mocno pchali jak gdyby

te spadki cenowe na naszym rynku, dzisiaj mają problemy chociażby właśnie z powodu stosunkowo niskich świadczeń w zakresie likwidacji szkód. To jest też coś, co dostrzegają nasi klienci. Wydaje mi się, że to spowoduje, że ludzie znowu będą wiedzieli ubezpieczenia komunikacyjne jako produkt, który daje też pewne świadczenia w zamian, a nie liczy się tylko cena. I uważamy, że to są rzeczy, które co do zasady są dla nas bardzo pozytywne. Równocześnie w dalszym ciągu utrzymujemy bardzo dobry wskaźnik mieszany w ubezpieczeniach komunikacyjnych, na poziomie 92%. To jest również efekt coraz lepszych umiejętności *pricingowych*, coraz większej frekwencji zmian, a równocześnie też aplikacji większej ilości kryteriów i wdrożenia innowacyjnych rozwiązań jeżeli chodzi o kwestie taryfowe. Również zadziałała pewna dyscyplina z naszej strony, jeżeli chodzi o to, w jakich kanałach się chcemy dystrybuować. Trochę mniej tutaj akcentowaliśmy kanały leasingu i dealerskie, które po prostu w naszym domniemaniu w tym momencie są trochę mniej atrakcyjne cenowo. Jeżeli patrzymy na ubezpieczenia majątkowe pozostałe, niekomunikacyjne, to w segmencie masowym mamy w dalszym ciągu bardzo mocną marżę - 72%. Nieco inaczej jest to w segmencie korporacyjnym. Tutaj w szczególności mieliśmy kilka dużych szkód w reasekuracji czynnej, które natomiast miały charakter jednorazowy. Tutaj wskaźnik mieszany nam wskoczył na 89%, to też było pokłosiem wzrostu rezerwy rentownej na podmioty medyczne. Natomiast, tak jak powiedziałem, jest to wydaje nam się jednorazowy skok i podjęliśmy też odpowiednie kroki, żeby tego typu skoki szkodowości się nie powtórzyły w przyszłości, pod tym względem nie chcielibyśmy Państwa przyzwyczajać do tego poziomu. Tyle jak na razie, jeżeli chodzi o sam rynek majątkowy. W tym momencie poproszę Romana Pałaca, żeby nas przeprowadził przez rynek życiowy, a następnie przejdziemy przez koszty i same wyniki.

Roman Pałac, Prezes Zarządu PZU Życie:

Przechodząc do rynku ubezpieczeń życiowych, jak Państwo sami doskonale wiecie, on ma zupełnie inną charakterystykę niż rynek majątkowy. Tutaj dynamiki były dla całego rynku raczej negatywne. PZU zachowywało się na tym rynku bardzo dobrze. Patrząc na cały nasz udział w rynku ubezpieczeń życiowych, to w ciągu roku zwiększyliśmy go o 3 punkty procentowe. Od trzeciego kwartału są dostępne dane dla całego rynku, więc do tego się odnosimy. Wzrósł nam udział rynkowy o 3 punkty procentowe, do 38% prawie. I w tych głównych liniach produktowych, na których nam najbardziej zależy, czyli ze składką okresową i ubezpieczeń ochronnych, mieliśmy odpowiednio prawie 46% i 64% rynku, więc widzicie Państwo, że nasza skala tutaj relatywna rośnie. Odnosząc się jeszcze do wyniku technicznego, to w 2018 roku mieliśmy bardzo dobre wyniki. Mieliśmy ponad 50% wyniku dla całego sektora. Przechodząc do głównej naszej grupy ubezpieczeń, czyli ubezpieczeń życiowych grupowych i indywidualnie kontynuowanych, realizowaliśmy to, o czym już wam wielokrotnie mówiliśmy, że takie będzie nasze podejście, czyli bardzo zachowawcza praca z portfelem. Mniejsze nastawienie na dynamiczny rozwój, a bardziej na szukanie rentowności w tym portfelu. Praca z klientami nad dodawaniem dodatkowych produktów, zwiększaniem naszego udziału biznesu zdrowotnego. Wszystkie te elementy zaczynają bardzo dobrze działać. Na dziś mamy już ponad 1 mln 800 tys. aktywnych umów, czyli to jest bardzo dynamiczny rozwój rok do roku. Dodatkowo dosprzedawaliśmy do portfela ubezpieczeń grupowych nowe dodatki. Tutaj dodatki zwłaszcza rehabilitacyjne, ortopedyczne cieszyły się dużym powodzeniem w całym 2018 roku. I to wszystko przełożyło się na bardzo wysoką rentowność tego kawałka biznesu, cały rok powyżej 22% marży. Przypomnę, że postawiliśmy sobie cel strategiczny >20%, w tym momencie mamy 22%, więc duży sukces jako spółka odnotowaliśmy w 2018 roku w tym kawałku biznesu. Przechodząc do ubezpieczeń życiowych indywidualnych, chciałbym zwrócić Państwa uwagę na dwa elementy. Z jednej strony bardzo dobrze

zachowywały nam się ubezpieczenia ochronne ze składką regularną. I tutaj widzimy, że ostatnie dwa kwartały roku to jest dynamiczny wzrost, zwłaszcza czwarty kwartał. Przekroczyliśmy 139 mln w tym kawałku biznesu, czyli porównując czwarty kwartał 2017 roku, praktycznie 40% wzrost. Tutaj z jednej strony to jest efekt pracy naszych kanałów sprzedaży. Zbudowaliśmy nowy kanał sprzedaży agencyjnej, który jest dedykowany do segmentu indywidualnego i ten kanał zaczyna już bardzo ładnie kontrybuować. Z drugiej strony bardzo dobra współpraca z naszymi bankami w grupie, zarówno Alior jak i Pekao w czwartym kwartale rozpoczęły sprzedaż ubezpieczeń ochronnych do swoich produktów kredytowych i to się przełożyło na dobry wolumen. Czyli bardzo pozytywny trend w obszarze ochronnym. Patrząc natomiast na część inwestycyjną, zwłaszcza produkty inwestycyjne ze składką jednorazową, to tutaj niestety negatywny trend, rok do roku mocne spadki, odczuwalne dla całego rynku. Tutaj Państwo sami doskonale wiecie, że przeszły rok był wyjątkowy. Zarówno atmosfera wokół inwestycji w tego typu produkty była słaba, nie do końca też dobre wyniki giełdy. I to się przełożyło na dość mocne spadki. Natomiast jakby podsumowując już tę część, my jesteśmy z tego biznesu bardzo zadowoleni, zwłaszcza, że marżowość tego kawałka dla nas rośnie. To jest głównie spowodowane tym, że my stawiamy mocno na rozwój ubezpieczeń ochronnych. I to jest coś, co zaczyna już procentować w naszych wynikach. Może jeszcze dwa słowa na temat naszego biznesu zdrowotnego i potem już oddam głos Tomkowi, który przeprowadzi Państwa przez naszą część inwestycyjną. Jak Państwo wiecie, rozwój biznesu zdrowotnego to jest jeden z naszych podstawowych elementów strategicznych. Planujemy do końca 2020 roku przekroczyć miliard, dziś jest to już znaczący biznes w naszym portfelu. Operacyjnie mamy 60 własnych placówek, ale współpracujemy z ponad 2 tysiącami. Mamy ponad 1300 lekarzy, którzy z nami współpracują i mamy najwyższą jakość na rynku, jest to potwierdzone przez wszystkie zewnętrzne badania. Jeśli chodzi o skalę tego biznesu, to obserwowaliśmy kontynuację mocnych wzrostów z poprzednich lat. 2018 rok zamknęliśmy wynikiem 575 milionów i ponad 2 mln 300 tys. aktywnych polis. Tylko komentarz do tej liczby: tutaj pokazujemy 2 mln 300 tys. aktywnych polis, w biznesie życiowym mamy 1 mln 800 tysięcy. Wynika to z tego, że nasz biznes zdrowotny traktujemy jako uniwersalny produkt, który nie tylko sprzedajemy poprzez nasze kontrakty życiowe. Ale też jest to aktywnie rozwijane w części majątkowej, jak i bezpośrednich abonamentów, które są dostępne dla naszych placówek. Także dynamiczny wzrost. Jesteśmy bardzo zadowoleni z tego, co udało nam się osiągnąć w 2018 roku w biznesie zdrowotnym. I jeśli dzisiaj odwiedzicie nas wieczorem na prezentacji podsumowania Strategii, to myślę, że czeka na Was parę niespodzianek, które do 2018 roku się nie odnoszą, ale są ciekawą zapowiedzią tego, co się będzie działo w roku 2019.

Tomasz Kulik, Członek Zarządu, CFO Grupy PZU:

Szanowni Państwo, tak jak wspomniał wstępnie Roman, rok 2018 w obszarze zarządzania aktywami to był trudny rok, obserwowaliśmy przeceny na giełdzie. Z drugiej strony miały miejsce wydarzenia, które dość istotnie wpłynęły na zaufanie klientów do wszelkich form oszczędności, może poza lokatami bankowymi. To, co widzieliśmy, to odpływ oszczędności właśnie do banków. Jeżeli chodzi o PZU, to sytuacja wyglądała tutaj zupełnie inaczej: my byliśmy w stanie cały czas budować nasz portfel. Przede wszystkim pracownicze programy emerytalne. To, co jest podstawą naszych oszczędności po stronie TFI, to są programy regularnego oszczędzania i to jest bardzo ważne. W związku z tym skala umorzeń po naszej stronie była znakomicie mniejsza, natomiast spadek aktywów spowodowany był tylko i wyłącznie rynkowymi przecenami. Z drugiej strony bardzo konsekwentnie realizowaliśmy strategię. Po stronie produktowej, tak jak mówiliśmy, nowy produkt „Sejf+”, czyli produkt ze stuprocentową gwarancją kapitału. Pomimo tego, że jesteśmy w środowisku trwale

utrzymujących się niskich stóp, a gwarancja kosztuje, to jesteśmy w stanie odpowiadać na zapotrzebowanie rynku i oczekiwania naszych klientów. Z drugiej strony nowa platforma oszczędnościowa, która cieszy się dużym powodzeniem, gdzie ilość rejestrów rośnie i ilość oszczędności rośnie. Więcej na ten temat chcielibyśmy powiedzieć dzisiaj wieczorem, także serdecznie zapraszamy. Jeżeli chodzi o współpracę z bankami, to kolejny powód do dumy. Rosną oszczędności naszych klientów w programach oszczędnościowych, rośnie sprzedaż naszych polis ochronnych, zarówno po stronie życiowej, jak i po stronie majątkowej. W części oczywiście to są dodatki do produktów bankowych, ale to, co cieszy przede wszystkim, to to, że dzisiaj nasi partnerzy po stronie bankowej są w stanie dystrybuować te produkty *stand alone*, czyli w oderwaniu od ich *core'owej* działalności, co świadczy o tym, że nasza marka i w ogóle dystrybucja tych trzech marek jest bardzo silną siecią sprzedaży. Z drugiej strony oczywiście ze wzajemnością staramy się sprzedawać konta bankowe, a naszych klientów odsyłamy z likwidacją szkód do naszych partnerów po stronie banków. Także te relacje są nawiązywane obopólnie. Jeżeli chodzi o podsumowanie wyników finansowych, to ja jeszcze raz powtórzę to od czego Prezes zaczął. Najsilniejszy kwartał, jeżeli chodzi o składkę przypisaną, najsilniejszy rok, najsilniejszy drugi rok, to znaczy drugi rok z rzędu biliśmy rekordy jeśli chodzi o sprzedaż, liczone składką przypisaną brutto. Natomiast co się działo w czwartym kwartale? Przede wszystkim to, co bardzo nas cieszy, to rośnie sprzedaż ubezpieczeń majątkowych niekomunikacyjnych. Ich udział w naszym portfelu też rośnie. Dlaczego to jest dobra informacja? Dlatego, że to znaczy, że tych aktywów, które podlegają ubezpieczeniu cały czas na rynku jest dość sporo, jesteśmy w stanie o nie skutecznie zabiegać i walczyć. A jak Państwo spojrzycie sobie, my jesteśmy też w stanie na tych ubezpieczeniach realizować nieco wyższe marże niż na ubezpieczeniach komunikacyjnych, które podlegają pewnej cykliczności w czasie. Z drugiej strony po stronie komunikacyjnej, to co miało miejsce w zeszłym roku, to po stronie masowej - przeceny. Zarówno kwartał do kwartału, jak i rok do roku jesteśmy płasko, także byliśmy w stanie zachować poziom sprzedaży liczonej składką. Po stronie korporacyjnej duże wzrosty, zarówno OC jak i AC. Z jednej strony to jest wolumen, z drugiej strony to są korekty cenowe pozytywne, nie tylko u nas, ale na całym rynku. I to jest odpowiedź na te rzeczy, które wynikają z rentowności. Rośniemy też, jeżeli chodzi o korporacje po stronie majątkowej, sprzedając bezpośrednio jako PZU i wykorzystując do tego dość istotnie również kanał dystrybucji, jakim jest TUW. Dynamika tego ostatniego rok do roku to jest ponad 40%, także ta dystrybucja naprawdę działa i czwarty kwartał bardzo, bardzo mocny. Po stronie ubezpieczeń na życie rośniemy w ochronie, rośniemy w składce regularnej. To, co trochę gorzej się zachowywało, to oczywiście ubezpieczenia ze składką indywidualną, ubezpieczenia inwestycyjne, ale o tym mówiliśmy już w przypadku zarządzania aktywami. Nasze operacje zagraniczne bardzo, bardzo mocno do góry, zarówno rok do roku, kwartał do kwartału, dwucyfrowe dynamiki, co cieszy i co powoduje, że czwarty kwartał był najsilniejszym w historii PZU. Jeżeli popatrzymy sobie na nasze wyniki, to o składce powiedzieliśmy. Jeżeli chodzi o likwidację szkód i szkodowość, to można powiedzieć dwie rzeczy. Po stronie życiowej szkodowość spadła, rentowności rosną i to jest fajny prognostyk do tego, w jaki sposób wchodzimy w rok 2019. To też pokazuje, że rzeczy na których się skupiamy, jeżeli chodzi o odmładzanie oferty, o pracę nad zakresem, przynoszą wymierne korzyści. Po stronie majątkowej w miarę stabilnie, jeżeli chodzi o portfel masowy. Jeżeli chodzi o portfel korporacyjny, rok do roku jak i kwartał do kwartału, nieco gorzej, szczególnie po stronie ubezpieczeń niekomunikacyjnych, pozostałych majątkowych i osobowych, ze względu na kilka jednostkowych szkód, które wydarzyły się poza polskim rynkiem w reasekuracji czynnej od naszych podmiotów zagranicznych. Przychody z działalności lokacyjnej, czwarty kwartał na portfelu głównym, najwyższy wynik w trakcie roku. Tutaj byliśmy beneficjentami rosnącego portfela obligacji

wycenianych do rynku, który bardzo pozytywnie się zachował w czwartym kwartale. Jego ponadprzeciętny zysk został trochę skorygowany przez instrumenty dłużne, szczególnie te, które są z rynków wschodzących, gdzie w czwartym kwartale następowały przeceny. To, co cieszy, to to, że, raz jeszcze, czwarty kwartał, portfel główny, najwyższy kwartalny wynik. Rok do roku rośniemy o ponad 100 mln w tym obszarze. Rosną nam koszty dystrybucji, natomiast one rosną nie dlatego, że wydarzyło się coś nieoczekiwanego, tylko one rosną w ślad za zmieniającą się strukturą portfela. Tak jak wspominałem, rośnie udział ubezpieczeń pozakomunikacyjnych, które charakteryzują się wyższymi kosztami dystrybucji, często dystrybuowane są przez brokerów, gdzie te koszty brokerażu są na poziomie 20% czasami 20%+. Z drugiej strony ograniczyliśmy stopień automatycznych wznowień, po to żeby jeszcze bardziej pracować nad utrzymaniem portfela. Także dzisiaj nasi klienci, którzy wznawiają, są w pewien sposób animowani przez naszych doradców i agentów, którym płacimy prowizję po to, żeby jakość tego portfela, żeby relacja z tym klientem była jak najdłuższa. Jeżeli chodzi o koszty administracyjne, to tutaj również urosliśmy w czwartym kwartale, natomiast z jednej strony jest to efekt sezonowości co powinno martwić. Natomiast to, co oczywiście cieszy, to spadek kosztów rok do roku, i to, że zbliżamy się w skali urocznionej do tego celu strategicznego, jakim jest udział kosztów w składce na poziomie 6,5%. Biorąc pod uwagę i dodając do tego udział banków i sektora bankowego, na porównywalność oczywiście wpływa Pekao. Ja przypomnę, w 2017 roku mieliśmy to aktywo i tę inwestycję przez pół roku, także to jest jeden element wzrostu. Drugi element wzrostu to dobra kontrybucja, rosnący wynik po stronie Aliora. Alior urosł jeżeli chodzi o wynik ponad 50% rok do roku. To bardzo dobrze procentuje i przekłada się na rentowność całej Grupy. Podstawowe wskaźniki rentowności na biznesie ubezpieczeniowym, cały czas powyżej Strategii, powyżej naszych celów długoterminowych. I to jest znowu bardzo dobra informacja na wejście w rok 2019. Przy kontrolowanych kosztach i efektywności kosztowej, tak jak wspominałem na tym poziomie praktycznie zbieżnym z celem strategicznym. To, co robimy to przede wszystkim automatyzacja procesów. Większe skupienie IT wewnątrz organizacji, mniej kosztów ponosimy ze względu na *outsourcing* pewnych usług na zewnątrz. Pomimo wzrostów w obszarze kosztów osobowych, nasze koszty administracyjne, ich udział rok do roku, nie tylko poprawił się względem składki, ale także zmniejszył się w wartościach bezwzględnych. To jest naprawdę bardzo, bardzo duże osiągnięcie. Jeżeli chodzi o wynik z działalności lokacyjnej, to tu już chyba wszystko powiedzieliśmy. Z jednej strony w roku 2018 był poddany dość dużej presji ze względu na zachowania na rynkach akcyjnych. Duże przeceny, szczególnie w pierwszym i trzecim kwartale. Czwarty kwartał to bardzo dobre rentowności polskich obligacji, ten portfel postanowiliśmy jeszcze bardziej wzmocnić, także jego udział w puli aktywów wzrósł. To, co również robiliśmy w czwartym kwartale, to staraliśmy się zmienić trochę naszą strategię lokacyjną. Zrezygnować z selekcji aktywów na rzecz kupowania pozycji, która jest jak najbardziej dopasowana do pasywów. I trzymania jej do momentu, jeżeli cokolwiek się stanie w przypadku jakości takiego papieru, tudzież dojdzie do zapadalności. W związku z tym, coraz większą część portfela jesteśmy w stanie uniezależnić od krótkoterminowych wahań i zmian nastrojów na rynkach, zarówno akcyjnych, jak i dłużnych. To, co działo się w czwartym kwartale, a właściwie w trzecim, bo jeżeli chodzi o nasz poziom wypłacalności, to my te informacje publikujemy z kwartalnym opóźnieniem. To przede wszystkim pokazuje to możliwość generowania wysokich wyników ekonomicznych. To nie są wyniki papierowe, to nie są wyniki księgowe, to są wyniki ekonomiczne, które zostały zrealizowane w trzecim kwartale, wzrost o 1,3 mln, przy spadającej kapitałochłonności. Z jednej strony spowodowanej przez biznes majątkowy, gdzie w bardzo dobry sposób zachowała się reasekuracja. Z drugiej strony ograniczenie naszej ekspozycji kredytowej, ekspozycji walutowej. Oraz, z trzeciej strony, ryzyko niewypłacalności kontrahenta, które

wpłynęło na obniżenie wymogu kapitałowego, w związku z tym na koniec czwartego kwartału wskaźnik S2 na poziomie ponadprzeciętnym 245%.

Paweł Surówka, Prezes Zarządu, CEO Grupy PZU:

Bardzo dziękuję, Tomku. Więc reasumując, tak jak powiedzieliśmy, dla nas bardzo dobry rok. Jeszcze krótko wspomnę o tych wskaźnikach, które wyznaczyliśmy sobie w ramach strategii „Nowe PZU do końca roku 2020”. W skrócie, tak jak już wspomniałem, 34,8% udziału w rynku, to jest poniżej naszych ambicji. Niemniej jednak w dalszym ciągu jest to poziom dla nas satysfakcjonujący i taki, który pozwolił nam odpowiednio postawić na rentowność. Tutaj ten poziom potencjalnie też może urosnąć w przyszłości. Niemniej jednak dla nas najważniejszy jest całościowy wynik techniczny z tego obszaru. I tutaj, jak Państwo widzą, na poziomie wskaźnika mieszanego mamy znacznie lepszy wynik niż zakładaliśmy - 86,6% *versus* 92% planowanych. Jeżeli chodzi o udział kosztów, to uważamy, że ten poziom 6,5% jest do osiągnięcia przez nas i liczymy na to, że to uczynimy. Jeżeli chodzi o liczbę klientów PZU Życie, jesteśmy lekko poniżej 11 milionów, które sobie założyliśmy jako strategiczny punkt. Niemniej jednak, jak już wielokrotnie mówiliśmy, dochodzi oczywiście do fenomenu, w którym wiele osób nam wychodzi z portfela z powodu wieku i jest to wyzwaniem sprzedaży po stronie sprzedaży PZU Życia, żeby zaoffsetować ten fenomen odpowiednią nową sprzedażą i widać już efekty też restrukturyzacji działu sprzedaży i naszych agentów życiowych, które prowadzi PZU Życie pod przywództwem Romana. Tutaj również widać bardzo mocny nacisk na utrzymanie rentowności i marżowości tych produktów, ponad 22%, czyli znacznie lepiej niż zakładano w naszej Strategii. Oczywiście wskaźnik wypłacalności dziś o wiele wyższy niż te 200% założone. Niemniej jednak jesteśmy przed dywidendą, więc ta liczba pewnie nie pozostanie długo na tym poziomie, ale w dalszym ciągu bezpiecznie powyżej 200%. W segmencie inwestycji można by powiedzieć, że jesteśmy jeszcze oddaleni od poziomu 65 miliardów, które sobie wyznaczyliśmy. Widzimy to i podjęliśmy konkretne kroki, żeby tutaj zmienić dynamikę naszego wzrostu. Ogłosimy to dzisiaj wieczorem, więc bardzo gorąco zapraszam do tego, żeby też nas dzisiaj odwiedzić. Ten obszar będzie jednym z obszarów, w którym będziemy chcieli ogłosić coś naprawdę nowego dla PZU. W zdrowiu jesteśmy ufni, że utrzymamy i osiągniemy ten cel, przy równocześnie wysokiej satysfakcji naszych klientów, więc nie poświęcając jakoś naszego *core’owego* produktu, jakim jest po prostu dobra obsługa klientów. W zakresie banków oczywiście mamy fenomeny zewnętrzne, takie jak niższe niż spodziewane stopy procentowe oraz wyższe składki do BFG. Niemniej jednak wynik finansowy Grupy dobrze kontrybuuje do całościowego wyniku spółki i mamy nadzieję, że też w dalszym ciągu będzie pozytywnie kontrybuował dla realizacji naszego celu. Całościowo na zwrocie z kapitału przeskoczyliśmy już 22%, które ogłosiliśmy w 2017 roku. Był to, i to wielu z Państwa też odnotowało, bardzo ambitny cel z perspektywy tamtego roku, tym większa jest zatem nasza satysfakcja, że udało nam się go osiągnąć już w tym roku. Realizacja Strategii, tutaj normalnie przeszedłbym do omówienia pokrótce tych projektów, które udało nam się wdrożyć zarówno przez cały rok, jak i w ostatnim kwartale, natomiast nie chciałbym zdradzić wszystkiego i też odjąć Państwu motywacji do tego, żeby nas dzisiaj odwiedzić. Więc poprzestaną chyba tylko na tym, żeby raz jeszcze serdecznie wszystkich z Państwa zaprosić, dzisiaj godzina 19, Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego. Będziemy zarówno chcieli podsumować ten rok, opowiedzieć trochę o tych projektach, ale co więcej dać Państwu możliwość, żeby tak trochę bardziej wziąć do ręki te wszystkie rozwiązania, nad którymi pracowaliśmy, żebyście też Państwo mogli nie tylko wierzyć nam na słowo i patrzeć na nasze prezentacje, ale też samemu sprawdzić, na ile te produkty realnie mają przyszłość. A równocześnie, tak jak powiedziałem, podzielimy się też niektórymi rzeczami, które będą dość dobrze rokowały na

przyszłość. Więc na tym punkcie chyba chciałbym zakończyć część prezentacyjną i jesteśmy oczywiście otwarci na pytania zarówno z sali, jak i tutaj przez Internet.

Łukasz Jańczak, IPOPEMA Securities:

Ja mam dwa pytania, jedno odnośnie jeszcze czwartego kwartału. Mianowicie, jak Państwo oceniają, jak w tym czwartym kwartale mocny przypis składki w segmencie majątkowym był trochę pod wpływem tych zmian w leasingu, które weszły na początku tego roku. I drugie pytanie: jak Państwo oceniają szkodowość, którą PZU może zaraportować w tym roku w porównaniu do tej dość niskiej szkodowości w roku 2018. Oczywiście wyłączając kwestie nieprzewidywalne.

Tomasz Kulik, Członek Zarządu, CFO Grupy PZU:

Przede wszystkim to, co jest ważne w ramach sprzedaży czwartego kwartału, i jeszcze raz chciałbym to podkreślić, to zwiększony udział sprzedaży ubezpieczeń pozakomunikacyjnych. Natomiast jeżeli chodzi o komunikację, to cały zeszły rok był trochę niereprezentatywny. Mieliśmy najwyższą sprzedaż nowych samochodów, najwyższy indywidualny import, do tego pod koniec roku, pojawiły się zmiany dotyczące leasingu i wszystkie te wydarzenia były motorem napędowym dla sprzedaży ubezpieczeń komunikacyjnych. W związku z tym po stronie korporacyjnej dwucyfrowe wzrosty, zarówno rok do roku, kwartał do kwartału. Po stronie indywidualnej płasko, przy mocno spadającym rynku, bo to naprawdę należy podkreślić. I teraz wchodzimy w rok 2019 z sytuacją, w której mamy wrażenie, że ta przestrzeń na dalsze obniżki po stronie masowej się wyczerpała, bo w zeszłym, czyli w czwartym kwartale obserwowaliśmy ruchy korygujące do góry, jeżeli chodzi o naszych konkurentów. W związku z tym my też mówiliśmy o tym, że będziemy na początku tego roku chcieli skorygować nasze ceny w odpowiedzi na to, co się dzieje na rynku. Jesteśmy zatem pozytywni, jeżeli chodzi o 2019 rok i składkę, mniej w komunikacji. Komunikacja będzie trochę pod presją tego dużego wolumenu z zeszłego roku. Natomiast w pozakomunikacji wydaje mi się, że jest przestrzeń dla dalszych wzrostów.

Paweł Surówka, Prezes Zarządu, CEO Grupy PZU:

Jeżeli chodzi o pytanie jeszcze raz o szkodowość, myślę, że to, co możemy powiedzieć, to, jak już też zwróciłem na to uwagę, te jednorazowe zdarzenia, które miały miejsce w segmencie korporacyjnym. To były właśnie te szkody po części też zagraniczne. I tutaj podjęliśmy też odpowiednie działania, żeby trochę ochronić nas od takiego mocniejszego impaktu. Więc to oczywiście nie ochroni nas od tego, żeby mieć ewentualne skoki w szkodowości, ale akurat jeżeli chodzi o ten jeden skok, który teraz odnotowaliśmy w czwartym kwartale, to też wyciągnęliśmy odpowiednie wnioski. Więc dlatego podkreślamy trochę tak ten element jednorazowy tego wydarzenia.

Pytanie:

Ja chciałbym wrócić do slajdu 22 i chciałbym prosić o komentarz. Do wyniku netto na działalności inwestycyjnej, pozostałe.

Tomasz Kulik, Członek Zarządu, CFO Grupy PZU:

Na tę pozycję składają się tak naprawdę trzy duże ruchy. Pierwszy jest związany z dość szczególną sytuacją, jeżeli chodzi o nasz portfel nieruchomości inwestycyjnych, który jest wyceniany w walucie dwa razy w roku. To znaczy na koniec roku i na koniec półrocza. W każdym pierwszym i trzecim

kwartale, w sytuacji, w której kurs po jakim operaty szacunkowe są przygotowywane zmienia się, musi zostać skorygowany ze względu na to, że te aktywa pozostają wycenione po tym kursie, pomimo tego, że następuje ich rynkowa korekta. Mieliśmy z taką sytuacją doczynienia w trzecim kwartale, gdzie euro rosło, w związku z tym byliśmy przejściowym beneficjentem papierowych, księgowych zysków, które zostały odwrócone w czwartym kwartale ze względu na to, że znowu była wycena operatami. W trzecim kwartale to było ponad 50 milionów, w czwartym kwartale to było odwrócenie 50 milionów delta ponad sto, to jedna część tej różnicy. Druga część to jest zupełnie inna sezonowość odpisów aktualizujących nasze należności ubezpieczeniowe, które również znajdują się w tej pozycji, a które w czwartym kwartale zamknęły się kwotą przyrostu około 65-67 milionów złotych. W zeszłym roku, w 2017, nasze modele, które odzwierciedlały jakość i nasze doświadczenia ze ściągalnością składki były aktualizowane na koniec drugiego kwartału, w związku z tym tam, jak Państwo zobaczą, są odpowiednie wzrosty na koniec właśnie drugiego kwartału. W związku z tym można powiedzieć tak: nie zmienia się jeżeli chodzi o profil ryzyka, ryzyka ściągalności składki nic w tym obszarze. Rośnie z jednej strony cały portfel, który jest bazą, a z drugiej strony to kiedy założenia naszego modelu zostały zaktualizowane. Czyli 65-67 milionów to są odpisy na złe długi. I pewna sezonowość, która w roku 2017 wyglądała inaczej. Trzeci duży komponent, to jest przecena na naszych nieruchomościach, ale tych, które użytkujemy do celów działalności.

Michał Kuzawiński, J.P. Morgan:

Ja mam pytanie o cele strategiczne. Widać, że niektóre kluczowe cele, tak jak Państwo powiedzieli, zostały już osiągnięte i przebite. Czy można więc oczekiwać, że zostaną te cele podrasowane w dzisiejszym przeglądzie Strategii.

Paweł Surówka, Prezes Zarządu, CEO Grupy PZU:

Jeżeli chodzi o wskaźniki, czyli tę część, którą akurat prezentowałem, my w dalszym ciągu podtrzymujemy, że osiągnięcie tych wskaźników jest bardzo ambitnym celem. Oczywiście począwszy od samego ROE, który plasuje nas, o czym też będziemy też dzisiaj mówili, w absolutnej czołówce spółek finansowych, i to chyba na całym świecie. Tak samo jak udział w rynku, sprzedaż zdrowotna, aktywa pod zarządzaniem, liczba klientów życiowych. Uważamy, że osiągnięcie tych wszystkich wskaźników będzie wymagało dużego skupienia z całej Grupy i będzie też realnym sukcesem. W tym momencie skupiamy przede wszystkim na tym, jak chcemy podnieść poziom ambicji dla całej Grupy PZU w perspektywie 2025. I myślę, że dzisiaj będziemy też mówili o kilku elementach, które właśnie będą budowały fundament na nasze cele właśnie w tej dłuższej perspektywie. Pod tym względem będziemy też pokazywali, w jaki sposób chcemy dalej się rozwijać. Uważam, że realizacja tych KPI'ów, które zaanonsowaliśmy na rok 2020 jest dzisiaj bardzo ambitnym celem.

Michał Kuzawiński, J.P. Morgan:

Mam też drugie pytanie, bardziej szczegółowe, o segment majątkowy. Bo widać, że o ile cel wskaźnika mieszanego został już przebity, że tak powiem, to udziały rynkowe nie. I one spadły też rok do roku. Jak kluczowy jest ten element waszej Strategii? Czy biorąc pod uwagę, że ten wskaźnik mieszany daje Wam trochę zapasu, jesteście skłonni powalczyć trochę odważniej o klienta, też w segmencie komunikacyjnym?

Paweł Surówka, Prezes Zarządu, CEO Grupy PZU:

Tak. Tutaj oczywiście to jest nasz wybór, ale to jest oczywiście też element rynkowy. Dla nas oczywiście jest, że to też są pewnego rodzaju cykle i mikrocykle. Jest to element poszerzania portfela, a potem znowu jest element optymalizacji tego portfela i też jak gdyby pozyskiwania ryzyka. Potem też pozbycie się niektórych ryzyk. Wszystko to jak długo się odbywa powiedzmy w pewnym przedziale, który nam się wydaje jest odpowiedni dla Grupy PZU, jest z naszego punktu widzenia takim powiedzmy naszym *comfort zone*. My dzisiaj jesteśmy w tym *comfort zone*. Pewnie trochę na tym niższym przedziale i pewnie dlatego, ponieważ tak jak komunikowaliśmy to otwarcie też podczas ostatnich spotkań, widzieliśmy jak gdyby pewne działania konkurentów, którzy walczyli o to, żeby tego klienta nam odebrać. Wydaje mi się, że ci klienci powoli wracają. Mieliśmy też nowych graczy, którzy przede wszystkim atakowali ceną. Ale te rzeczy dość często mają krótkie nogi i mam wrażenie, że w tym momencie cały rynek albo hamuje, albo znowu odwraca dynamikę cenową, co powinno sprawić, że niektórzy klienci do nas wrócą. Więc te 38% to była pewna skala ambicji i my w dalszym ciągu uważamy, że to jest coś, co jest osiągalne. Natomiast oczywiście też jest dla nas to, że tak naprawdę miarą jest wynik techniczny w tym całym obszarze, więc w pewnym sensie nasz udział pomnożony przez rentowność i tutaj ochrona rentowności będzie dla nas tym priorytetem, jak długo jesteśmy w tych widełkach, które dla nas są strategicznie do przyjęcia. Tak jak powiedziałem, ten udział rynkowy, jego ciężko zafiksować. Jednak jest to taki produkt, który w dużej mierze... ten *stickiness* nie jest ten sam we wszystkich kanałach. Mam nadzieję, że odpowiedziałem na pytanie.

Michał Kuzawiński, J.P. Morgan:

Dziękuję.

Paweł Surówka, Prezes Zarządu, CEO Grupy PZU:

Jeśli nie ma już więcej pytań, to chciałbym podziękować wszystkim pracownikom za taki fantastyczny rok, i podziękować Państwu, że po części też jesteście naszymi akcjonariuszami. Dziękuję bardzo.

KONIEC