

25 marca 2021

## Nowa Strategia Grupy PZU na lata 2021-2024

Duży wzrost na wszystkich kluczowych rynkach, rekordowe wyniki przy wysokiej wypłacalności i rentowności oraz regularnej dywidendzie, nowa oferta kompleksowych usług, pozycja lidera zielonej transformacji na rynku finansowym w Polsce – to najważniejsze cele wskazane w nowej Strategii Grupy PZU na najbliższe cztery lata, przedstawionej 25 marca br.

– Nasza oferta będzie najlepszą odpowiedzią na wszystkie najważniejsze potrzeby bardzo wymagających dziś klientów, na każdym etapie ich życia prywatnego i zawodowego. Istotne korzyści dla nich i naszych akcjonariuszy wypracujemy w sposób zrównoważony, stabilny i odpowiedzialny społecznie i ekologicznie – zapowiada dr hab. Beata Kozłowska-Chyła, prezes PZU SA.

### Szybki i bezpieczny wzrost

Model biznesowy Grupy PZU okazał się bardzo odporny na kryzys wywołany przez COVID-19, o czym świadczą [wyniki osiągnięte w roku 2020](#). W najbliższych latach zamierzamy skorzystać z istotnego odbicia gospodarczego, spodziewanego po wyhamowaniu pandemii. Dziś, średnio co trzecia złotówka wydawana w naszym kraju na polisy majątkowe i życiowe trafia do Grupy PZU. Jako lider rynku ubezpieczeń życiowych i majątkowych chcemy dalej rosnąć i **zwiększyć składkę przypisaną brutto do 26 mld zł w 2024 r., czyli o blisko 10 proc.** w porównaniu do minionego roku. Warto odnotować, że szybki wzrost zakłada m.in. nasze TUV PZUW, numer jeden na rynku ubezpieczeń wzajemnych, które ma ambicję zwiększenia przypisu składki brutto w tym okresie o ok. 62 proc. - do 1 mld zł.

Biorąc pod uwagę znacznie zwiększone przez pandemię potrzeby Polaków w zakresie bezpieczeństwa medycznego i finansowego, Grupa PZU zapowiada bardzo dynamiczny rozwój na rynkach prywatnej opieki zdrowotnej i inwestycyjnym. W ciągu czterech lat **PZU Zdrowie ma zwiększyć przychody o prawie 80 proc. – do 1,7 mld zł**, przeistaczając się w kompleksowego doradcę klienta i dostawcę pełnego zakresu usług związanych ze zdrowym trybem życia, opieką medyczną i leczeniem. **Aktywa zarządzane przez Grupę, głównie TFI PZU, mają wzrosnąć do 60 mld zł, czyli o blisko 82 proc.** Planujemy skupić się zwłaszcza na produktach regularnego oszczędzania oraz pasywnych, minimalizując ryzyko i koszty po stronie klientów.

– *Najważniejsze, że te wzrosty osiągniemy przy zachowaniu bardzo bezpiecznego poziomu współczynnika wypłacalności na poziomie nie niższym niż 200 proc. oraz znacznie zwiększając rentowność naszego biznesu. W całym okresie wskazanym w Strategii **zwrot z kapitału wzrośnie o 6,5 pkt. proc. - do 17,4 proc. w roku 2024*** – podkreśla Tomasz Kulik, członek zarządu PZU i dyrektor finansowy Grupy. Między innymi dzięki temu, docelowo w roku 2024 planowany **zysk netto Grupy PZU wzrośnie o blisko 79 proc.** w porównaniu do roku 2020 - **do poziomu 3,4 mld zł, najwyższego od czasu rozpoczęcia notowań akcji PZU SA na GPW w Warszawie.** Chcemy być atrakcyjni dla akcjonariuszy i należycie zadbać o ich interes, dlatego będziemy regularnie dzielić się z nimi zyskiem. Zgodnie ze [Strategią](#), **corocznie na**

**wypłatę dywidendy przeznaczymy od minimum 50 proc. do 100 proc. skonsolidowanego zysku netto** Grupy PZU. Ewentualne pozostawienie części zysku będzie warunkowane potrzebami związanymi z rozwojem organicznym (do 20 proc.) lub fuzjami i przejęciami wynikającymi ze Strategii (do 30 proc.).

## **Zielony lider i przewodnik**

Nowy i mocno zaznaczony w Strategii obszar to ESG (środowisko – *environment*, społeczna odpowiedzialność – *social responsibility* i ład korporacyjny – *corporate governance*). **Priorytetem dla całej Grupy i miarą jej sukcesu będzie wypracowywanie korzyści dla akcjonariuszy i klientów w sposób zrównoważony i odpowiedzialny.** Wiemy jak istotne dla teraźniejszości i przyszłości zjawiska rozgrywają się dziś w tle pandemii – od zmian klimatu przez starzenie się społeczeństw po zawrotne tempo rewolucji technologicznej. Dlatego czynniki ESG wdramy bardzo szeroko: w sposobie funkcjonowania samej Grupy, oferowanych przez nas produktach, relacjach z otoczeniem.

Zaczęliśmy od siebie, podejmując już wcześniej starania o ograniczenie własnej emisji gazów cieplarnianych, w tym CO<sub>2</sub>. Jednym z największych jej źródeł w naszym przypadku jest energia elektryczna, dlatego PZU SA i PZU Życie SA zdecydowały o zakupie jej większości ze źródeł odnawialnych. **Do 2024 staniemy się neutralni klimatycznie**, czyli będziemy zużywać mniej energii i czerpać ją w pełni z OZE, redukując odpowiednio pozostałe emisje własne, a tam gdzie będzie to niemożliwe – będziemy je rekompensować. Ograniczymy przy tym zużycie innych zasobów w bieżącej działalności: wody, papieru, paliw. W dalszej perspektywie, **do roku 2030, chcemy jeszcze mocniej zmniejszyć własny ślad węglowy (m.in. poprzez systematyczną rozbudowę floty aut hybrydowych i elektrycznych) oraz rozpocząć redukcję emisji w całym w łańcuchu współpracujących z nami podmiotów.** Chcemy, aby do roku 2040 neutralni klimatycznie stali się nasi dostawcy i inni partnerzy, a do roku 2050 również nasi klienci ubezpieczeniowi i inwestycyjni.

Jako odpowiedzialny lider chcemy pomagać przedsiębiorstwom dostosowującym się do niskoemisyjnej gospodarki. Naszym celem jest, aby w ciągu czterech lat co najmniej **55 proc. największych korporacyjnych klientów ubezpieczeniowych PZU zostało poddanych analizie pod kątem czynników ESG.** Będziemy ich zachęcać do wypracowania planów dojścia do neutralności klimatycznej i redukowania śladu węglowego.

*- Poprzez własny dobry przykład oraz ofertę chcemy stać się promotorem zielonej transformacji wśród naszych kontrahentów, klientów i partnerów społecznych. Będziemy dla nich przewodnikiem w skutecznym i bezpiecznym przeprowadzeniu tej wielkiej zmiany – wyjaśnia prezes PZU SA.* Elementem tego będzie odpowiednia oferta ubezpieczeniowa, wspierająca m.in. niskoemisyjny transport, przyjazne środowisku instalacje fotowoltaiczne, pompy ciepła, małe i wielkie elektrownie wiatrowe, a także usługi doradcze i audyty dla klientów przeprowadzających dekarbonizację. W okresie realizacji Strategii **o 500 mln zł zwiększymy zaangażowanie Grupy PZU w inwestycje wspierające transformację klimatyczno-energetyczną, w tym farmy wiatrowe.** Rozszerzymy ofertę naszych funduszy inwestycyjnych o te oparte na ESG, opracujemy też długofalową strategię rozwoju zrównoważonego portfela, konsekwentnie zwiększając nasze inwestycje w zielone sektory.

## **Nowoczesne ekosystemy produktowo-usługowe**

Jak podkreślono podczas [konferencji online](#) prezentującej nową Strategię, Grupa PZU chce być dostawcą całościowych rozwiązań, które pomogą klientom prowadzić zdrowe życie i zrównoważony biznes, zapewnią opiekę medyczną rodzinie lub pracownikom, ochronią majątek i pomogą go pomnażać, dadzą poczucie stabilizacji i należytego zadbania o bliskich bez względu na to, co przyniesie przyszłość. Przykładem takiego „ekosystemu” jest obszar zdrowia, w ramach którego zaproponujemy usługi z zakresu **od zdrowego odżywiania się i aktywności ruchowej, przez ofertę badań profilaktycznych, po pełną opiekę medyczną** – w formie ubezpieczeń, abonamentów lub jednorazowych płatnych świadczeń. Będziemy doskonalić telekonsultacje i zdalne monitorowanie stanu pacjentów oraz leczenie domowe, zapewniając zarazem wszystkim chętnym szybki dostęp bezpośredni do lekarzy w stale rozwijanej i integrowanej sieci własnych placówek PZU Zdrowie.

Mając świadomość zmian demograficznych i ich znaczenia, przygotowujemy **wyjątkową propozycję dla seniorów**. Będzie ona obejmowała: ubezpieczenia odpowiadające ich oczekiwaniom co do zakresu oraz kanałów sprzedaży i obsługi, usługi medyczne ze szczególnym uwzględnieniem zdalnej opieki w domu i leczenia sanatoryjnego, specjalne, bezpieczne produkty bankowe i inwestycyjne, a także pakiet usług wspierających seniorów w codziennym życiu i aktywnościach wspólnotowych – od pomocy w dojeździe do lekarza, dostarczeniu leków, zorganizowaniu fizjoterapii, po naprawy domowe czy uczestnictwo w zajęciach sportowych i kursach.

Wkrótce stworzymy też **zintegrowany ekosystem pozapłacowych benefitów pracowniczych**, atrakcyjny zarówno dla klientów korporacyjnych, jak i indywidualnych. Znajdą się w nim m.in. **pakiety ubezpieczeniowe i zdrowotne, karty i abonamenty sportowo-rekreacyjne PZU Sport, łatwe i dogodne pożyczki z PZU Cash, poszerzone w przyszłości o produkty hipoteczne**, system zniżek zakupowych u partnerów.

Innym przykładem kompleksowego podejścia, które odciąża i wspiera obecnych i przyszłych klientów, będzie nasza **nowa platforma dla kierowców**. W jednym miejscu uzyskają oni: wsparcie przy zakupie i finansowaniu albo sprzedaży samochodu, jego ubezpieczeniu, serwisowaniu, wyborze warsztatu i przeprowadzeniu koniecznych napraw, pomoc w razie awarii albo wypadku, pomoc prawną.

Jednocześnie utrzymamy skuteczny model uzupełniających się marek, produktów i kanałów dystrybucji w ofercie dla kierowców. Planujemy **ponad 22-procentowy wzrost składki przypisanej brutto Link4, do 1,3 mld zł w roku 2024**. Udział Link4 w krajowym rynku komunikacyjnego OC wzrośnie do ponad 6 proc., a w całym rynku majątkowym – do ok. 3 proc.

Nie rezygnujemy też z rozwijania wysoce wyspecjalizowanych programów dla klientów korporacyjnych, jak choćby „Bezpieczny majątek”, w ramach którego PZU LAB zapewni przedsiębiorcom doradztwo i rozwiązania technologiczne ograniczające ryzyko wystąpienia lub zmniejszające rozmiar szkód (np. pożaru zakładu).

## **Siła synergii**

Realizując Strategię 2021-2024 **w pełni wykorzystamy potencjał wynikający z synergii podmiotów Grupy PZU, zwłaszcza we współpracy z Bankiem Pekao SA i Alior Bankiem SA.**

Rozszerzymy ofertę ubezpieczeń sprzedawanych w bankach, powiązanych z ich produktami oraz samodzielnych, m.in. polis komunikacyjnych, zdrowotnych, podróży. Wypełniliśmy wcześniejszą obietnicę osiągnięcia 1 mld zł przychodów ze współpracy z ww. bankami z Grupy PZU. Obecna Strategia zakłada, że do 2024 r. skumulowana **składka przypisana brutto ze współpracy z Pekao i Aliorem wzrośnie o 200 proc. – do ok. 3 mld zł**. Z kolei produkty bankowe będą integralnym elementem ekosystemów tworzonych dla klientów filaru ubezpieczeniowego i oferowanych we wszystkich kanałach dystrybucji PZU. W ramach *assurbanking* rozwijane będą też nowe rozwiązania, jak wspomniana oferta finansowych benefitów Cash, system szybkiej wypłaty odszkodowań BLIK-iem na telefon itp.

Przewidujemy, że po trudnym, naznaczonym pandemią roku 2020, nowymi regulacjami sektorowymi, historycznie niskimi stopami procentowymi i tym samym spadkiem przychodów odsetkowych, a także odpisami z tytułu trwałej utraty wartości aktywów, w okresie Strategii sytuacja banków znacznie się poprawi. Rentowność ich działalności własnej wzrośnie, a **kontrybucja Banku Pekao i Alior Banku do wyniku netto całej Grupy PZU wzrośnie aż siedmiokrotnie – do 0,8 mld zł za cztery lata**.

### **Elastyczna sprzedaż i obsługa**

Dziś, rynek klientów tworzą różne pokolenia – od wkraczającego w dorosłość cyfrowego „Pokolenia Z”, po coraz liczniejszych seniorów. Musimy być elastyczni, by dostosować się do oczekiwań i modelu ich aktywności życiowej, dlatego wdrożymy nową wizję projektowania produktów i ich dystrybucji.

Grupa PZU już dziś chce rozwijać silną pozycję we wszystkich kanałach sprzedaży: ma ponad 400 oddziałów, 1500 biur agentów, współpracuje z wieloma multiagencjami, brokerami i 7 bankami, a także liderami rosnącego rynku e-handlu i dostawcami energii. W sumie w tej sieci pracuje ponad 70 tys. sprzedawców. Bardzo intensywnie rozwijamy kanał digital w postaci **platformy mojePZU, z której korzysta już ponad 1,5 mln klientów**. Wdrażając nową Strategię chcemy, żeby klient mógł dowolnie kształtować poszczególne etapy i przebieg całego procesu zakupu. Umożliwi mu to **mnożość dostępnych kanałów dystrybucji i swoboda poruszania się między nimi**. Na przykład – klient może otrzymać informację o produkcie podczas spotkania z agentem, poznać szczegóły i dodatkowe możliwości odwiedzając placówkę, zakup dokończyć internetowo poprzez mojePZU – albo zupełnie inaczej.

*- Chcemy przeznaczać corocznie 100 mln zł na inwestycje m.in. w cyfryzację, lepsze wykorzystanie ogromu wiedzy o kliencie, jaką pozyskujemy z różnych źródeł, wdrożenie zintegrowanego systemu CRM, głęboką analizę oczekiwań i poziomu zadowolenia klientów ze wszystkich kontaktów z nami – mówi Tomasz Kulik. Zapewni to klientom PZU najlepsze doświadczenie niezależnie od tego, z jakich kanałów kontaktu, zakupu czy obsługi skorzystają i na jakim etapie.*

Pozostaniemy liderem branży we współpracy z innowacyjnymi start-upami i we wdrażaniu nowoczesnych technologii, które usprawniają działanie Grupy PZU, wspierają naszych pracowników i agentów, a klientom ułatwiają poruszanie się w złożonym świecie finansów. Chcemy m.in. znacząco zwiększyć udział obsługi szkód i realizacji świadczeń bez udziału człowieka po stronie PZU. **Szerzej wykorzystamy sztuczną inteligencję (AI)**

**i zrobotyzowane algorytmy do zautomatyzowania procesów** np. oceny zakresu uszkodzeń, zaproponowania i wycenienia sposobu naprawy, wyszukiwania najlepszych dostawców danej usługi, odczytywania i weryfikacji informacji z różnych dokumentów, anonimizacji zdjęć i innych danych klientów, segregacji korespondencji elektronicznej.

## **Prymat w regionie**

Grupa PZU jest obecnie największym podmiotem ubezpieczeniowo-bankowym w Europie Środkowo-Wschodniej. Jest obecna w 5 krajach i ma aktywa sięgające 380 mld zł, tj. większe od PKB dziesięciu spośród państw Unii Europejskiej. Mamy 22 mln unikalnych klientów w Polsce, gdzie jesteśmy niekwestionowanym numerem jeden rynku ubezpieczeniowego, wiceliderem na rynkach bankowym i inwestycyjnym, a także trzecim i najszybciej rozwijającym się graczem na rynku opieki zdrowotnej. W krótkim czasie zdobyliśmy też mocną pozycję w czołówce ubezpieczycieli na rynkach litewskim, łotewskim, estońskim i ukraińskim. Przyjęta Strategia zakłada, że w ciągu najbliższych lat **utrzymamy co najmniej 8-procentowy udział składki przypisanej brutto z rynków zagranicznych w całym, rosnącym przypisie Grupy PZU**. Chcemy zachować pozycję lidera ubezpieczeń majątkowych na Litwie i Łotwie i wejść do pierwszej trójki w Estonii. Naszym celem jest też pozycja na podium w ubezpieczeniach życiowych na Litwie i Ukrainie.

Będziemy monitorować rynki zagraniczne pod kątem potencjalnych akwizycji. Interesują nas perspektywiczne firmy z Europy Środkowo-Wschodniej, działające przynajmniej w jednym z kluczowych dla Grupy PZU segmentów i należące do jego liderów w danym kraju. Nie wykluczamy też przejęć w Polsce, w tym atrakcyjnych z naszej perspektywy podmiotów z rynku funduszy inwestycyjnych.

*- Grupa PZU to już dziś historia sukcesu. Ale dla nas to dopiero punkt wyjścia. Realizacja Strategii Grupy PZU na lata 2021-2024 przeniesie nas na inny, wyższy poziom - biznesowy, technologiczny, społeczny, ekologiczny. Zapewnimy istotne korzyści naszym akcjonariuszom i całemu otoczeniu –*  
podsumowuje dr hab. Beata Kozłowska-Chyła, prezes PZU SA.