

Magdalena Komaracka

Witam Państwa serdecznie na konferencji poświęconej wynikom Grupy PZU za pierwsze półrocze 2024 roku i za drugi kwartał 2024 roku.

Prezentację poprowadzą pan Artur Olech, Prezes Zarządu PZU S.A., pan Jarosław Mastalerz, Prezes Zarządu PZU Życie oraz pan Tomasz Kulik, Członek Zarządu PZU i PZU Życie, CFO Grupy PZU. Panie Prezesie, oddaję głos. Dziękuję.

Artur Olech

Dzień dobry Państwu, chciałem Państwa serdecznie przywitać na naszym cyklicznym spotkaniu po zamknięciu drugiego kwartału. Będziemy prezentować wyniki kwartalne oraz wyniki za całe półrocze. To jest nasza w tym składzie druga konferencja, no ale pierwsza w sytuacji, kiedy już jesteśmy tak naprawdę w pełni, bo po zgodach KNF-u, osobami odpowiedzialnymi za biznes ubezpieczeniowy i za grupę kapitałową PZUSA, więc jest trochę oczywiście tremy, ale myślę, że sobie jakoś poradzimy z tym wyzwaniem. Na początek chciałbym przedstawić główne figury, główne liczby, które charakteryzują wyniki Grupy. Przede wszystkim przychody ze sprzedaży w ujęciu przychodów ubezpieczeń to ponad...14,3 miliarda złotych. To jest około 10% jego wzrostu, 1 miliard 300 milionów powyżej danych z ubiegłego roku, to analogiczny okres. Spółka zanotowała bardzo dobrą rentowność na poziomie 2,4 miliarda złotych. To jest wynik, który pokazuje, że ten zwrot na kapitale jest sporo powyżej 17%. Do tego wyniku bardzo istotna kontrybucja miała miejsce ze strony banków, które wykorzystały też czas wysokich stóp procentowych, ale też takiej poprawy operacyjnej działalności, ale nasze banki już te wyniki też prezentowały. Pozycja kapitałowa grup jest bardzo mocna, to jest na poziomie skonsolidowanym prawie 230%, ale na poziomie jednostkowym, co jest też podstawą do wypłaty dywidendy, to jest prawie 240%. Jak Państwo doskonale wiecie, jest to wynik istotnie powyżej tego, co dzisiaj prezentują firmy europejskie, z którymi się porównujemy, czyli ten poziom dwustu, dwustu kilkunastu procent. Tak że ta mocna, silna pozycja kapitałowa grupy jest najbardziej tutaj potwierdzona. Dywidenda, którą w najbliższych tygodniach będziemy wypłacać za ubiegły rok w kwocie 4,34, Państwo to już te liczby znacie, 9% stopa dywidendy, to też plasuje nas dość wysoko, jeśli chodzi o naszych kolegów, naszych konkurentów. Jak przejdziemy do takiej informacji o wynikach, co na to się złożyło, gdzie były elementy lepsze, gdzie są większe wyzwania, to oczywiście o bankach mówiłem i to będzie

pewnie za chwilę też krótko informowane, ale tak naprawdę ten efekt związany z troszkę niższym wynikiem niż w analogicznym okresie ubiegłego roku wynika przede wszystkim w sytuacji na biznesie ubezpieczeniowym i przede wszystkim tym, co się wydarzyło w drugim kwartale, czyli tak naprawdę tych zjawisk pogodowych, które głównie dotyczyły ubezpieczeń rolnych i ubezpieczeń majątkowych, ale to są rzeczy, które w analogicznym okresie ubiegłego roku nie miały takiego wpływu. Do tego pogorszenia również w jakimś sensie na biznesie ubezpieczeniowym też przyczyniły się sytuacja na ubezpieczeniach komunikacyjnych, ale mniej więcej w dwóch trzecich tego wyniku to jest kwestia pogodówki, że tak powiem, tych zjawisk atmosferycznych. Komunikacja to mniej więcej jedna trzecia, tam szczegółowe informacje prześlemy w późniejszej części. Natomiast ważne jest to, że też widzimy tutaj już pewien trend rynkowy, jeżeli chodzi o bezpieczeństwo komunikacyjne, który jeszcze nie jest odzwierciedlony w wynikach, bo taka jest natura tego biznesu. Ten biznes, wynik tego, co robimy dzisiaj, jest odłożony w czasie. To jest bardziej kwestia końcówki roku, a tak naprawdę przyszłego roku, że powinniśmy to zaobserwować. Więc gdybyśmy ten efekt wyjęli, to ten wynik byłby bardzo podobny do tego, co było w ubiegłym roku w tym samym okresie. Bardzo dobry wynik na portfelu inwestycyjnym, to 1 miliard 230 milionów złotych versus 1 miliard, trochę ponad 1 miliard 200 w ubiegłym okresie. Wysoka marża operacyjna 22,1 to lepiej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. I wskaźnik mieszany, który taka podstawa do liczenia i oceny efektywności biznesu majątkowego, to 92,5%, ale tak jak tutaj pokazujemy ponad 2,5% to jest efekt przede wszystkim tych zjawisk atmosferycznych i wpływu na ubezpieczenia i troszeczkę jeszcze tematów ubezpieczeń komunikacyjnych. Rzeczy, które Państwo na pewno odnotowaliście, ale które się wydarzyły po prezentacji naszych wyników za I kwartał, to ta silna pozycja Grupy została też potwierdzona, a nawet poprawiona, jeśli chodzi o rating, bo tutaj też outlook z pozycji stabilnej na poziom pozytywny, więc to też się wydarzyło w II kwartale, warto sobie o tym przypomnieć. No i ten wskaźnik rzeczywiście wypłacalności jest jednym z najwyższych na cele średnie i europejskie. Tak jak powiedziałem, ta średnia, o ile ja pamiętam, to jest takie...mniej więcej 213, trochę powyżej 210%. Więc tutaj Grupa jest rzeczywiście dobrze skapitalizowana i z bardzo solidnym zapleczem finansowym. Zanim przejdziemy do szczegółowych omówienia wyników chciałbym powiedzieć kilka zdań na temat tego, co zrobiliśmy i co się wydarzyło też w tym kwartale... są takie biznesowe wyniki te solidne wyniki i ten wzrost sprzedaży to jest przede wszystkim rosnąca rola ubezpieczeń pozakomunikacyjnych, ubezpieczeń majątkowych, za chwilę będzie szczerzej o tym powiedziane,

głównie w segmentach takich korporacyjnych. Tutaj istotnie wyszliśmy powyżej rynku. Poprawienie, poprawa i bardzo dobra marża z ubezpieczeń na życie - o tym będzie też Jarek chwilę mówił i widzimy też dynamiczny wzrost, jeśli chodzi o segment filar zdrowie, chociaż tutaj tak naprawdę jest jeszcze daleko od naszych aspiracji będziemy ten obszar traktowali jako potencjał do wzrostu ale te liczby rzeczywiście tutaj cieszą i napawają pewnością że myślę że będziemy mogli tą naszą pozycję tutaj dalej umacniać, jeżeli chodzi, czy zwiększać w tym obszarze i gonić te firmy, te obszary, które są troszeczkę przed nami, jeśli chodzi o bezpośrednio zdrowotne. Wzmocnienia menedżerskie i kompetencyjne. Te trzy miesiące, trzy plus, bo to troszkę dłużej od kwietnia tutaj jesteśmy, to było dużo zmian na poziomie spółek, też o tym trochę mówiliśmy wcześniej, że po kilku tygodniach bardzo dużo osób zmieniliśmy, były spektakularne powroty, są spektakularne powroty. Ja się bardzo cieszę też z tej informacji, którą Państwo pewnie otrzymaliście wczoraj, czyli decyzji dotyczącej wyłonienia w konkursie pana Tomka Szatarkowskiego, osoby o naprawdę niekwestionowanej wiedzy, umiejętnościach, jeśli chodzi o kluczowy dla ubezpieczeń proces, czyli proces likwidacji szkód. To jest 70% bilansu, to jest kluczowy obszar, jeśli chodzi o też generowanie wartości w naszym core'owym biznesie. I to, że Tomek jakby wyrasta z PZU, tutaj się, że tak powiem, rozwinął, ale też zobaczył wiele rzeczy poza Grupą i wraca na miejsce, z którego wiele lat temu odszedł, czyli osoby odpowiadającej za proces likwidacji szkód, bo już był w Zarządzie, jak Państwo wiecie. Myślę, że to jest dobry sygnał zarówno do rynku, jak i też do organizacji, że ta organizacja tych ludzi, którzy tutaj się wykształcili też ma zdolność do przyciągania tych najlepszych ludzi z rynku. Kolejna sprawa, która jest taka u nas wewnątrz w organizacji dość gorąca, która ma poprawić pewne rzeczy, pewne procesy, to jest ten nowy model operacyjny, nad którym pracujemy, ale nad którym już nie pracujemy, tylko zaczniemy go wdrażać. Myślę, że w przyszłym miesiącu pierwsze w formule pilotażu obszary zostaną ułożone, w formule biznes unitów, czyli takich miejsc, w których to nie jest nic takiego nowego, bardziej jako są skonstruowane, czyli miejsc, które my podzielimy i zogniskujemy, u nas to się nazywa biura, ale powiedzmy obszary biznesowe wokół homogenicznych dla tego obszaru Klientów, produktów, procesów obsługowych, tak aby był szybszy proces decyzyjny, aby ludzie mieli wewnątrz większy wpływ na to, co robią i odpowiadali tak naprawdę za PNL i za marżę, którą generują. Dziś ona jest tak bardzo rozproszona... więc to chcemy zrobić. To będzie pierwsze kilka miejsc, ale myślę, że do końca roku ten taki nazwijmy to docelowy model chcemy wprowadzić. To będzie ewolucja, jeśli chodzi o proces.

Ta organizacja wymaga pewnej ewolucji, ale to będzie rewolucja, jeśli chodzi o sposób podejścia,

sposób myślenia, więc chcielibyśmy te rzeczy tutaj połączyć. Ważna rzecz to jest też temat, który był dla nas bardzo istotny, jeżeli chodzi o też procesy związane z wyborem osób do banków. Sprawujemy nadzór nad dwoma bankami, bardzo ważnymi z punktu widzenia też wyniku naszej Grupy, ale też systemowo ważnymi dla sektora bankowego w Polsce i w ogóle dla polskiej gospodarki, więc myślę, że udało nam się...trochę się nad tym napracowaliśmy, ale ściągnąć też osoby o bardzo różnym doświadczeniu, mocnym doświadczeniu rynkowym od pewnego, powiedziałbym, seniority, takiego spojrzenia na dużym poziomie dojrzałości i takiej pewności menedżerskiej, poprzez osoby, które mają taki bardzo mocny track record, jeśli chodzi o procesy cyfrowe. Myślę o jednym i drugim banku.

Tak że Państwo, myślę, że rynek to też dobrze odebrał, mam nadzieję, że dobrze odebrał, jeśli chodzi o te nasze wybory personalne, na które na pewno my mieliśmy tutaj też istotny wpływ. Ja, jako osoba odpowiadająca za Radę Nadzorczą, czy kierująca pracami Rady Nadzorczej PKO S.A., Jarek w Aliorze. Więc to był też bardzo ważny dla nas moment, bo to jest też kwestia potem budowania relacji i też tworzenia pewnego ekosystemu do współpracy z bankami. Następną ważną kwestią, którą chciałem powiedzieć, gdzie jesteśmy, intensywne prace nad strategią trwają, ale pewne komponenty, które będą w tej strategii, które na pewno muszą się znaleźć, czyli model operacyjny, współpraca z bankami, to one się tam odzwierciedlą, tam będą podejmowane wszelkie w ramach tego procesu kierunkowo pewne decyzje, w którym kierunku zmierzamy, ale jakby te wszystkie rzeczy już dzisiaj są bardzo zaawansowane po naszej stronie. Wzmocnienie fundamentów tego core biznesu, o tym troszeczkę mówiłem. Tego jeszcze w wynikach nie widać, ale widzimy już pewne trendy rynkowe związane np. z rozwojem średnich składek na ubezpieczeniach komunikacyjnych. Myślę, że ten trend... będziemy się starali go dobrze wykorzystać także z punktu widzenia naszej pozycji cenowej i naszych udziałów rynkowych. Oraz kwestia, która jest niebagatelna, to są te wszystkie synergie w ramach naszej Grupy. Przede wszystkim to są też kwestie pewnych synergii kosztowych, tu mówię głównie o części ubezpieczeniowej, ale to są też kwestie biznesowe, to są kwestie współpracy modeli, czy bank assurance'owych czy assure bankingowych. Myślę, że w tym nowym układzie też to będzie kolejny impuls do tego, żeby też w kolejnych latach jeszcze lepiej te relacje wykorzystać. Zanim też oddam głos kolegom, to kilka zdań na temat tej majątkowej strony naszego biznesu, czyli ubezpieczeń komunikacyjnych, pozakomunikacyjnych, jak Państwo widzicie, jeżeli w rozumieniu składki przypisanej, składki przypisanej brutto, ta dynamika, ten wzrost to jest prawie 15%, szczególnie te pozakomunikacyjne, myślę, że to jest istotnie powyżej rynku, bo na 20% wzrost, stosujemy, że to

jest 1,6% lepiej niż punkt odniesienia. Bardzo jest też istotne w tym wszystkim, że w tym najbardziej takim trudnym, wymagającym od strony technicznej i wynikowej, bo tam był tamten rok, to kwestia wysokiej inflacji, jest płaskich cen, ale coś, co jest już tylko po naszej stronie, trochę niezależne od rynku, to jest ta efektywność sprzedaży produktów Autocasco i innych driver'ów do ubezpieczenia AC. I tak jak widzimy, że w przypadku ubezpieczeń komunikacyjnych OC ten wzrost 10,4% to jest głównie wzrost na poziomie średniej składki niż liczby ryzyk, tak jak w przypadku Autocasco to jest tylko kwestia i składek, ale też i liczby ryzyk. To znaczy, że lepiej udaje się naszym Klientów przekonać, żeby obok tego podstawowego produktu obowiązkowego kupowali też nasz produkt dobrowolny, co myślę, że jest bardzo ważne. Oddam Jarkowi głos, by trochę się pochwalił życiem. Naszym życiem.

Jarosław Mastalerz

Tak, to dziękuję Państwu bardzo. Dziękuję Panu Prezesowi za oddanie głosu.

No, PZU Życie to taka stabilna część naszego biznesu, więc tutaj z jednej strony oczywiście nie ma być może aż tak spektakularnych wzrostów, jakie możemy sobie zobaczyć w innych obszarach, typu tam bank assurance, czy będziemy mówić za chwilę o zdrowiu, ale mówiąc wprost z naszą pozycją rynkową, każdy procent ma znaczenie i ja osobiście uważam, że wzrost w sytuacji, kiedy ma się taką dużą pozycję rynkową, szczególnie w ubezpieczeniach grupowych, to jest duży sukces, bo bardzo wielu graczy gdzieś tam na świecie z takimi udziałami w rynku z reguły ma nawet problem z tym, żeby obronić tak naprawdę to, co ma, szczególnie w sytuacji silnej konkurencji. Jak Państwo widzą, my od roku 2022 wróciliśmy na trajektorię wzrostu po wielu latach, gdzie ta składka, mówiąc wprost, jak widzą Państwo, stała raczej w miejscu. Nie ukrywamy, że jest to wynik sprzedaży ubezpieczeń grupowych, ale zdrowotnych. To jest ten taki driver naszego wzrostu w tych okresach. Jak Państwo widzą, nie jest to wzrost chwilowy, bo po 23, 24 pokazuje, że jesteśmy w stanie na tą trajektorię wzrostu z tymi dodatkowymi produktami, klauzulami wrócić. Przypis wkładki PZO do użycie to oczywiście według polskich standardów...oczywiście przełożenie tego na sprawozdania MSSF-owe, które Państwo oglądacie, jest różne, bo oczywiście produkty inwestycyjne, szczególnie produkty inwestycyjne jednorazowo, krótkoterminowe, ta składka w ogóle gdzieś tam będzie wam znikąca. No, ale w takim formacie to raportujemy, w takim formacie możecie porównywać nas do konkurencji. Więc oczywiście tradycyjnie odpowiemy, że ta fluktuacja wynika z głównie produktów inwestycyjnych, jednorazowych. Jesteśmy w miarę

stabilnie w stanie lekko, ale zawsze rosnąc w produktach ochronnych, w produktach inwestycyjnych okresowych. Nasza strategia w zakresie ubezpieczeń indywidualnych, jak widzicie tradycyjnie jest bardzo konserwatywna. I takim najważniejszym driverem jest to, że jesteśmy gotowi poświęcić tutaj wzrost, jeżeli nie jesteśmy w stanie dostarczyć Klientowi wartości. PZU zawsze stało na stanowisku, że... szczególnie, co się potwierdziło po kryzysie, który mieliśmy ileś tam lat temu, że w tym segmencie najważniejsza jest transparentność, wartość dla Klienta produktów, które oferujemy. W związku z tym w pewnych takich segmentach, nie mówię, że ktoś inny oferuje produkty nietransparentne i niedobre dla Klientów, ale my tu jesteśmy ultrakonserwatywni. Zobaczcie, też w nową strategię będziemy komunikowali już wkrótce, więc mam nadzieję, że odrobina cierpliwości że możemy liczyć na odrobinę cierpliwości po Waszej stronie. Mamy pewne pomysły, jak możemy tutaj w tych pozycjach życiowych rosnąć, aczkolwiek biorąc pod uwagę, że tak jak ja przynajmniej rozumiem, ten nasz profil, jesteśmy firmą dywidendową, a nie growth, no to też to nie będą takie obszary, które od razu przyniosą dywidendy, no ale no musimy rosnąć, żeby wam te dywidendy w przyszłości jakby cały czas zabezpieczać, tak, no bo inaczej, inaczej byśmy mieli spółką dywidendową, która no jakby no nie daje perspektywy, tylko że te dywidendy będą stabilne i no w sensowny sposób rosnące oczywiście. Następny slajd bym prosił. Teraz, a bo to dostałem tutaj od Prezesa sterowanie...PZU Zdrowie. My raczej tutaj raportujemy to od tej strony KPI-owej, pokazujemy jakie te czynniki powodują, że możemy się pochwalić, że mamy te wzrosty. Przychody oczywiście widzicie w tych milionach, które się pojawiają w ubezpieczeniach grupowych w dużej części, bo tamtym driverem jest składka zdrowotna. Same przychody, jak widzicie, to już blisko 1 miliard złotych. W tym tempie naprawdę zbliżamy się do lidera rynkowego. Oczywiście tam troszkę nam brakuje. Nie wiemy do końca ile, bo to raportowanie Luxmedu oczywiście jest w takim dużym opóźnieniu cyklu rocznego. Możemy się porównywać tylko do tych firm, które podzielą się tymi informacjami na bieżąco, ale tak prognozując i robiąc pewnego rodzaju ekstrapolację, to widać, że gonimy. Nadal bardzo duża, spora część dochodów zdrowia jest nie tylko z ubezpieczeń czy z abonamentów, których też troszeczkę tam sprzedajemy, ale także z usług jednorazowych, czyli widać, że jest tu też pewnego rodzaju takie potwierdzenie jakości tych podmiotów, no bo oprócz tego, że one oczywiście likwidują szkody z ubezpieczeń i pakietów zdrowotnych, które sprzedaliśmy, no to także przyciągają ludzi, którzy są gotowi przyjść i zapłacić za wizytę. Takie wskaźniki efektywnościowe, widać wyraźnie, że liczba konsultacji telemedycznych mimo wszystko po tym peaku takim covidowym spada. Spodziewaliśmy się, że to

będzie efekt raczej właśnie rosnący, że już się trochę wszyscy przyzwyczaili do tej telemedycyny, ale widać, że potrzebujemy my, jako też społeczeństwo trochę więcej czasu, żeby zaabsorbować taką innowację, jaką jest mimo wszystko nie chodzenie do zawsze do tego lekarza, ale rośnie ilość wizyt umówionych online. Też widać wyraźnie, że te nasze kanały obsługowe także sprzyjają temu, żeby już jednak nie korzystać i nie obciążać też kosztowo tradycyjnych miejsc typu infolinia czy bezpośrednio już placówka. Dobra, to następnym. Tak. I teraz tak, składka przypisana z bank assurance, no tu szczególnie jesteśmy dumni z dwóch rzeczy. Pierwszą to Państwo widzicie - wyraźny wzrost ubezpieczeń majątkowych i pozostałych ubezpieczeń osobowych.

Oczywiście, jesteśmy zależni od wolumenów kredytowych, które sprzedają oba nasze partnerskie banki. No to wynika z tego, że tam to ubezpieczenie, które jest oferowane jest ubezpieczeniem typu embedded, czyli nasz sukces, no mimo wszystko jest pochodną sukcesu podmiotów, z którymi pracujemy i ich akcji kredytowej. No tutaj od tego jakby nie uciekniemy. Za to widać wyraźnie, mimo pewnych lęków związanych ze zmianą regulacji, różnych rzeczy, że nie tylko nie mamy spadku przychodów i składki, ale także ta składka rośnie. Mamy też, jesteśmy dumni ze sprzedaży ubezpieczeń na życie i inwestycyjnych, prawda, to jest ten bładniebieski pasek. To są już produkty bardziej stand-alone'owe, które pokazują, że udaje nam się też przekonać pracowników placówek, opiekunów Klienta, że jest to wartościowy produkt, że warto jakby to kupować, warto też sprzedawać produkt z systematycznym oszczędzaniem. To jest bardzo ważne, bo jednak po tych dużych kryzysach z poprzednich dekad, to jednak to TFI tak trochę wyrosło na to miejsce, gdzie tam się inwestuje, ale nigdy nie zdobyło pozycji w regularnych oszczędnościach, więc odbudowuje się trochę ten jednak rynek. Szczególnie, jak już wcześniej mówiliśmy, może nie aż tak bardzo to widać w naszych wynikach w tej linii, jak raportujemy sprzedaż ubezpieczeń indywidualnych, bardziej to widać w kanale bankowym. Istotny przyrost, 94 miliony składki więcej niż w poprzednim kwartale i rok do roku też - zaokrąglając te 100 milionów złotych więcej. Aktywa pod zarządzeniem w spółkach Grupy PZU, no widzicie Państwo bardzo duży przyrost. No oczywiście PTE, no to wiadomo, że to jest jakby bardziej jakby przepływów i cash flow, ale TFI bardzo ładnie 33,5%, także bardzo ładnie rośnie ta część w PKO S.A. Jak państwo na to zwrócić uwagę, to oczywiście jakbyśmy popatrzyli na to łącznie, no to i PZU TFI i TFI PKO S.A., no już tak mocno konstytuuje takiego przynajmniej drugiego walczącego o pierwszeństwo gracza z PKO BP. No, Alior oczywiście, no 100% jesteśmy bardzo dumni. To nie jest duża operacja, ale ona sobie dobrze funkcjonuje, zaraz była sobie jakby swoją gdzieś tam nisze, na tym etapie to jest całkiem niezły wynik. PZU i PZU Życie wprowadzają nowe inicjatywy produktowe. To ja może powiem

krótko tylko o ubezpieczeniach na życie i oddam z powrotem pilota Prezesowi. No to PZU Perspektywa na przyszłość. Ponownie informujemy, czy dzielimy się informacjami o tych nowych inicjatywach produktowych. To jest cały czas systematyczna praca, żeby poprawiać funkcjonowanie, taką przyjazność dla Klienta, też transparentność, ale też wygodę jeżeli chodzi o produkty ubezpieczeń indywidualnych, ubezpieczenia grupowych, cały czas patrzymy na to, żeby usprawniać proces przystępowania. Proszę pamiętać, że my jednak sprzedajemy dzisiaj produkt typu P, czyli płacony przez pracownika, czyli przy tego, że sprzedaje się w jakiejś firmie, to jeszcze trzeba przekonać pracowników, żeby przystąpili, a po odejściu też trzeba przekonywać pracowników, żeby chcieli kontynuować. Więc ten proces sprzedażowy jest wieloetapowy. Nie wystarczy jakby przekonać firmę w odróżnieniu od programów, których płaci pracodawca. Artur, jeżeli możesz, czy Tomek, jeżeli chodzi... Dziękuję.

Tomasz Kulik

Jeżeli chodzi natomiast o produkty majątkowe, to przede wszystkim w tym kwartale platforma dla Klientów Korporacyjnych Cargo. To co staramy się robić sukcesywnie od dłuższego czasu to wciągać klientów w proces zarówno sprzedażowy, jak i obsługowy, jak i szkodowy, więc tak samo w tym przypadku samodzielne wystawianie polisy ubezpieczenia mienia w transporcie oraz dodatkowych produktów z uproszczoną oceną ryzyka. Produkt w związku z tym dostępny jest 24 na 7. Jeżeli Państwo mają ciekawość: <https://mojafirma.pzu.pl>. Zapraszamy. Jeżeli chodzi o segment masowy to przede wszystkim Gospodarstwo Rolne Plus. To jest dobrowolne ubezpieczenie budynków rolnych, do tego ubezpieczenia obowiązkowego, kilka dodatkowych funkcji, przede wszystkim awaria urządzeń, agregatów prądotwórczych, dodatkowe odszkodowanie z tytułu szkód spowodowanych rażącym niedbalstwem. To, co jest też istotne i o czym coraz częściej mówimy, to to, że w naszych core'owych procesach zaczynamy wbudowywać elementy związane ze sztuczną inteligencją po to, aby jeszcze lepiej, jeszcze szybciej, jeszcze sprawniej pewne rzeczy realizować. To, co jest istotne, to to, że dzisiaj dzięki temu nasze procesy taryfikacyjne, czyli sól ubezpieczeń, zbudowane przy okazji niektórych z funkcji właśnie bazujących na sztucznej inteligencji pozwalają nam na jeszcze lepsze dopasowanie profilu ryzyka do ceny, a w związku z tym powodują, że nasza pozycja konkurencyjna dzięki temu rośnie. Państwo doskonale wiedzą, jak istotne jest dobre odwzorowanie ryzyka poprzez ten parametr ceny. Z drugiej strony już nie na prototypie, a na dużej skali dość duża masa, jeżeli chodzi o

likwidację szkód. Wartość 9 miliardów procesowana już częściowo właśnie przy wykorzystaniu tych dodatkowych funkcjonalności. Podobnie jak w przypadku Klientów Korporacyjnych staramy się naszych klientów wciągać w procesy po to, żeby oni czuli sprawczość. To jest istotne dla Klientów, widzimy to na co dzień. Widzimy dzięki temu nie tylko to, że rośnie przywiązanie, ale i satysfakcja z procesów, w których sam Klient czy jest w stanie praktycznie sobie likwidować szkodę, czy bardzo szybko sięgać po te pokrycia, które go interesują. Z drugiej strony mocne cały czas kontakty i udziały w programach akceleryjnych, współpraca ze startupami w oparciu o technologie partnerów zewnętrznych przy wykorzystaniu bazy PZU i skali jesteśmy w stanie właśnie budować przewagi konkurencyjne, co jest super istotne dla nas zarówno z punktu widzenia przychodowego, jak i kosztowego.

Artur Olech

Zanim Tomek przejdzie jeszcze do danych finansowych i przejdziemy przez tutaj szczegółowe informacje i pytania, to ja bym jeszcze dodał następującą rzecz. Tutaj ten II kwartał, bo to jest kontynuacja wielu projektów, rzeczy, które w spółce miały już miejsce i to tylko pokazuje, jak dużo wiedzy, jak dużo bardzo dobrych rozwiązań wewnętrznie zostało wypracowanych. Te, które widzieliście Państwo, one w większości dotyczyły kwestii produktowych, czyli zachęcenia Klienta do zakupu ubezpieczenia. Tam też jest spora praca i rozwiązania przygotowane z wykorzystaniem AI i nie tylko w zakresie poprawy naszych procesów szybkości, które po prostu będą wpływać i wpływają już na nasze cost ratio, co możecie Państwo zobaczyć. To, co rozpoczęliśmy też w tym kwartale, czego tutaj jeszcze nie ma, bo być nie mogło, a co zrobiliśmy, to jest to, że PZU musi być liderem rynku nie w wyniku market share'u, który dzisiaj nas na ten naturalny sposób pokazuje, tylko liderem, który wyznacza pewne standardy, pewne trendy i również dba o jakość tego rynku. I my na przykład taką rzecz zrobiliśmy, to znaczy przystąpiliśmy, bo do tej pory PZU nie było w bazie UFG dotyczących fraudów. Zamknięte było na własny ekosystem. My mamy bardzo dużo rynku, ale ciągle tylko 30. Przez to my nie dzielimy się danymi, ale też rynek się z nami tymi danymi nie dzieli. Więc tutaj mając pewność, że my potrafimy nad nimi dobrze pracować, a myślę, że potrafimy, chcemy to oczywiście zmienić, to zmieniliśmy taką decyzję w ostatnich tygodniach podjęliśmy i powinniśmy takie elementy, które są standardem czy oczywistością, na przykład w bankowości, no żebyśmy w różnych ubezpieczeniach w naszym segmencie były, bo to są rzeczy

absolutnie nie konkurencyjne, tylko wspólne. I PZU tutaj ma sporo do przedstawienia, ale ma też bardzo dużo do zyskania, co powinno też wpływać na jakość biznesu, który pozyskujemy. I to jest jedna ważna rzecz. A druga też istotna jest to, że tam jest sporo innowacji wewnętrznych, ale też różnych projektów startupowych, pracy z firmami, które tutaj są bardziej takie zwinne w wielu obszarach. I te rzeczy się działy w spółce. To, co chcemy odważnie teraz zrobić, będzie widoczne z pewnością w naszych wynikach, to jest kwestia takiego już jakby, nie tyle, że praktycznego wykorzystania, ale zwodowania tych rozwiązań na nasz ekosystem, bo tam, gdzie to się tak naprawdę sprawdzi, no to to, czym my akurat dysponujemy, to jest... to jest baza Klientów, to są Klienci, na których rzeczywiście w rozsądny sposób należy te rzeczy wprowadzać. A druga kwestia to jest też nasza pozycja kapitałowa czy możliwości wspierania i inwestowania w tego typu rozwiązania trochę bardziej odważnie. Ale to jest już temat troszeczkę inny, który zarówno będzie powodował, że te inicjatywy będą po prostu mogły lepiej funkcjonować, dawać nam jakiś przychód z punktu widzenia tego, co, jaka będzie kiedyś wycena, czy wartość tych startupów, ale też faktycznie pozwalała przy naszym wsparciu kapitałowym realizować i jakby skalować te rozwiązania u nas i poza. Tu widzę i tu widzimy element zmiany, co będzie odzwierciedlone w szczegółach dzisiaj tylko, co sygnalizuje w w naszej strategii, ale też w konkretnym działaniu. Pierwszym takim konkretem jest to, że my dzisiaj również na tym rynku, to co powiedziałem o przystąpieniu do bazy antyfraudowej UFG, to jest coś, co się wydarzyło w ostatnich powiedzmy tygodniach czy dniach.

Tomasz Kulik

Bardzo dziękuję.

Zatem krótkie podsumowanie wyników, a następnie informacja dotycząca poszczególnych segmentów. To, co cieszę, o czym już częściowo mówiliśmy, to wzrost dynamiki przychodów mierzonych nie składką przepisaną, a przychodami brutto z ubezpieczeń w tym nowym standardzie, które rok do roku rosną o ponad 10%, co jest wynikiem zarówno mocnego otwarcia tego roku, jak i bardzo wysokich dynamik, które obserwowaliśmy w drugiej połowie zeszłego roku. Na uwagę przede wszystkim zasługuje biznes majątkowy tutaj po stronie segmentu masowego, dwucyfrowe dynamiki ponad 10%, jeszcze wyższe w segmencie korporacyjnym, majątkowym, ponad 17% wzrosty rok do roku. Ubezpieczenia indywidualne ochronne prawie 14%, nieco wolniej, ale przy bardzo dużej skali grupówka IIK - 6%, to wszystko przekłada się na dwucyfrowe

wzrosty, jeżeli chodzi o przychody brutto z ubezpieczeń. Ze względu na to, że w coraz większym stopniu w tym przyroście partycypują ubezpieczenia majątkowe, ubezpieczenia majątkowe korporacyjne, gdzie procent cesji, wielkości ryzyka jest duży, dzielimy się tym ryzykiem z reasekuratorem. Rosną też koszty właśnie pokrycia reasekuracyjnego, a w związku z tym w nieco niższym stopniu niż przychody brutto rosną przychody po udziale reasekuratora, czyli z jednej strony rosnący portfel, który jest reasekurowany, z drugiej strony wzrost realnych kosztów tej reasekuracji. Jeżeli popatrzymy sobie na koszty usług ubezpieczenia, to tutaj przede wszystkim dwa elementy w II kwartale zagrały. Pierwszy to szkody w segmencie zarówno masowym, jak i korporacyjnym, pozakomunikacyjne. Wszyscy pamiętamy czerwiec, kwiecień. To były te miesiące, które charakteryzowały się dość istotnym natężeniem zjawisk masowych, o charakterze takim pogodowym, czyli ulewne deszcze, grady czy wichury.

One były odpowiedzialne w II kwartale za ponad 200 milionów dodatkowego kosztu, który widzieliśmy w formie odszkodowań wypłaconych świadczeń w tych dwóch segmentach właśnie po stronie pozakomunikacyjnej. W komunikacji wiemy, mamy wyzwania. Wyniki w komunikacji w drugim kwartale są zbliżone do pierwszego. Nie tylko nie obserwujemy już dalszej deterioracji tych wyników, natomiast z punktu widzenia szkodowości, szczególnie na produktach masowych, ta szkodowość w OC komunikacyjnym jest niższa o 2 punkty procentowe w stosunku do I kwartału tego roku. Jeżeli chodzi o koszty akwizycji, koszty administracyjne, to to, co cieszy, to to, że one charakteryzują się w tym okresie niższą dynamiką wzrostu, niższą niż przychody z usług, a w związku z tym one co do zasady stanowią mniejszy procent wskaźnika mieszanego, w związku z tym kontrybuują pozytywnie do marżowości w obu segmentach, zarówno w segmencie masowym, jak i korporacyjnym.

Niestety, biorąc pod uwagę charakterystykę standardu, my musieliśmy w tym okresie, w konsekwencji tych wysokich odszkodowań świadczeń również rozpoznać dodatkowy komponent straty, którego przyrost rok do roku był na kwotę około 150 mln zł, zarówno w produktach komunikacyjnych, jak i pozakomunikacyjnych. Biorąc pod uwagę przychody finansowe netto, czyli z jednej strony odwrócenie dyskonta, z drugiej strony przychody z działalności lokacyjnej na portfelach, których głównym celem jest zabezpieczenie zobowiązań ubezpieczeniowych, kończymy pierwsze półrocze, a właściwie II kwartał z wynikiem 714. To jest wynik odrobinę gorszy niż wynik I kwartału.

No i z tych względów, o których powiedziałem gorszy od analogicznego okresu roku poprzedniego, który charakteryzował się dość dobrymi przebiegami właśnie po stronie poza

komunikacji, szczególnie ten rok pod mocną presją. Nakładając na to kontrybucje ze strony segmentu bankowego, który w tym roku jest pod dość mocną presją, jeżeli chodzi o wakacje kredytowe, kończymy II kwartał z wynikiem netto przypisanym właścicielom jednostki dominującej na poziomie niecałego 1 miliarda dwustu milionów. To jest poziom zbliżony, minimalnie mniejszy do I kwartału i z tych względów, o których już mówiliśmy, nieco mniejszy niż II kwartał zeszłego roku. Co się wydarzyło w poszczególnych segmentach?

Jeżeli chodzi o segment masowy, to mieliśmy tutaj do czynienia z dość mocnymi wzrostami, szczególnie jeżeli chodzi o pozakomunikację. Duży wpływ sprzedaży produktów PZU Dom w ramach w ogóle odświeżonego rozwiązania, rozwiązania, które promuje dodatkowe sumy ubezpieczenia i pokrycia, kwotując je w takim dygresywnym modelu, także zachęcając do pełnego ubezpieczenia i nie tworzenia tej luki ubezpieczeniowej w przypadku Klientów zainteresowanych tym rozwiązaniem. Podobnie PZU Firma i MSP. To wszystko powodowało, że w tym segmencie rośliśmy 16% rok do roku. Mocna również sytuacja jeżeli chodzi o AC - dynamika na poziomie dwucyfrowym 12% po stronie OC, portfel płasko, wzrosty głównie poprzez parametry ceny. Tak jak już o tym mówiliśmy, niestety w tej sytuacji dość solidnych wzrostów, jeżeli chodzi o przychody, towarzyszą również dość duże wzrosty, jeżeli chodzi o koszty usług, ubezpieczenia, gdzie mamy do czynienia zarówno z niższym uwolnieniem nadwyżki rezerw szkodowych z poprzednich lat, jak i wyższymi zobowiązaniami z tytułu szkód bieżącego roku po stronie komunikacyjnej i pozakomunikacyjnej. Pozakomunikacyjnej ten element zjawisk pogodowych szacujemy w tym segmencie na kwotę blisko 200 milionów złotych. To co cieszy, tak jak wspomniałem, to malejący udział kosztów. Kosztów zarówno administracyjnych, jak i kosztów dystrybucji, co jest dobrą informacją, szczególnie biorąc pod uwagę inflację, wzrost cen, w tym wzrosty i presję płacową. To wszystko wpływa na dość duży spadek wyniku operacyjnego w tym segmencie rok do roku. Jeżeli chodzi o kolejny element, który jest bardzo istotny i chcielibyśmy mu poświęcić dwa słowa, to jest to, jak widzimy zmiany w tym naszym największym produkcie w ubezpieczeniach majątkowych, czyli w komunikacji, co się dzieje z ceną, co się dzieje z częstościami. Tak jak Państwo widzicie, dobra informacja jest taka, że zarówno w produkcie AC od długiego czasu, ale również w produkcie OC my obserwujemy wzrosty ceny. W II kwartale OC to jest ponad 7%. Niestety to nie są wzrosty dzisiaj, które są skorelowane z inflacją szkodową, której głównym elementem jest utrzymujący się wzrost częstości szkód, pomimo tego, że nadal pracujemy w rozwiązaniach hybrydowych, który przekłada się właśnie na te dodatkowe koszty, o których mówiliśmy. To, co my zauważamy coraz częściej, to oprócz tego, że wraca ruch, to dość dużą korelację, jeżeli chodzi

o zmiany pogody i zmiany częstości, w tym znaczeniu, że nie im gorsza pogoda, tym większa częstość, a im większe wahania pogodowe, tym większa jest częstość, co przekłada się właśnie na rentowność w tym segmencie. Być może jest to taka sytuacja, w której tak samo jak to ma miejsce w ubezpieczeniach pozakomunikacyjnych, w ubezpieczeniach komunikacyjnych, powinniśmy zacząć rozważać również kwotowanie tego elementu pogodowego, który wpływa na rentowność w tych produktach.

Artur Olech

Mam nadzieję, że ten trend będzie jakoś tam kontynuowany. Będziemy dopiero wiedzieć w wynikach, bo natura tego biznesu jest taka, że rzeczywiście dopiero to jest odłożone w czasie. Więc myślę, że tutaj też współpracy też pryingowej po naszej stronie, by to odpowiednio wykorzystać, ale te warunki od tej strony przynajmniej wydają się dość lepsze, niż jeszcze kilka miesięcy temu, choć jeszcze nie odzwierciedlone w wynikach.

Tomasz Kulik

Bardzo dziękuję. Jeżeli chodzi o segment korporacyjny, tutaj bardzo dynamiczny wzrost przychodów z ubezpieczeń, ponad 17%, głównie w pozakomunikacji. To jest prawie 29% dynamiki przychodów mierzonych amortyzacją zobowiązań ubezpieczeniowych w tym nowym standardzie. Drugim takim obszarem wzrostu to jest Autocasco. Tutaj dynamiki nieco mniejsze, 7%. Jeżeli chodzi o C, tak jak Państwo widzicie, absolutnie brak wzrostu.

To nie jest dzisiaj moment na bardzo dynamiczne wzrosty w tym segmencie, w tym produkcie. Podobnie jak w przypadku ubezpieczeń masowych, segmentu masowego, rosną nam koszty usług ubezpieczenia z dynamikami powyżej tych obserwowanych, jeżeli chodzi o przychody, co przekłada się na spadek wyniku operacyjnego o prawie 22%. Natomiast w tym momencie chciałbym zwrócić Państwa uwagę na pewną nieporównywalność pomiędzy dwoma kwartałami, drugim tego roku i zeszłego. My w zeszłym roku, w II kwartale mieliśmy bardzo, bardzo niskie wskaźniki mieszane w pozakomunikacji - niecałe 34%, co było pochodną pewnego jednorazowego zdarzenia, związane z rozwiązaniem rezerwy bez wypłaty z gwarancji kontraktowej, wpływ na wynik i na rentowność segmentu ponad 60 milionów. W tym kwartale takiego zdarzenia nie ma, co w oczywisty sposób wpłynęło na wyniki. Natomiast można i trzeba

stwierdzić, że te poziomy dzisiejsze w pozakomunikacji są bardziej reprezentatywne i obserwowane w długim horyzoncie czasowym niż to, z czym mieliśmy do czynienia w zeszłym roku. Po stronie ubezpieczeń grupowych i indywidualnie kontynuowanych wzrost 6%, przy spadającym udziale uwolnienia marży kontraktowej oraz wzrostowi przychodów na pokrycie oczekiwanych odszkodowań i świadczeń, szczególnie po stronie ryzyk zdrowotnych, więc to są wyzwania, z którymi dzisiaj po stronie życiowej w tym segmencie się borykamy. Natomiast jednocześnie obserwujemy dość dużą poprawę, jeżeli chodzi o rentowność. Za chwilę pokażemy to na szczegółach. Poprawę, jeżeli chodzi o rentowność ryzyk ochronnych, szczególnie jeżeli chodzi o to podstawowe ryzyko czyli ryzyko związane ze śmiertelnością w konsekwencji bardzo istotnie spadających statystyk na całej populacji to nie jest tylko kwestia charakterystyczna dla portfela PZU. Koszty usług ubezpieczenia inaczej niż po stronie majątkowej rosną w bardzo umiarkowany sposób. Rok do roku to jest 2,3%, co przekłada się na wzrost wyniku operacyjnego i wzrost kontrybucji tego segmentu, przy marży na tym właśnie core'owym produkcie na poziomie ponad 26% w II kwartale. Jeżeli chodzi o pandemię a szkodowość w segmencie ubezpieczeń grupowych indywidualnie kontynuowanych. Tak jak Państwo widzicie, jesteśmy w dość szczególnej sytuacji, gdzie kolejny kwartał pokazujemy liczbę zgonów na poziomie niższym niż w ostatnim reprezentatywnym okresie, jakim był rok 2019, czyli rok przed covidowy. To jest ważne dlatego, że z jednej strony to wpływa na nasze wyniki tu i teraz, ale z drugiej strony też wpływa na to, w jaki sposób my musimy myśleć o price'owaniu tego biznesu w kontekście tego, że żyjemy po prostu dłużej. Tak jak Państwo widzicie, oprócz tego, że my jesteśmy na poziomach niższych niż w zeszłym roku, niższych niż w tym okresie reprezentatywnym, co wpływa na rentowność w tym produkcie, to naszym wyzwaniem, tak jak wspomniałem wcześniej, pozostają produkty zdrowotne, których wysoka utylizacja przełożyła się negatywnie na wyniki w tym segmencie, podnosząc szkodowość o 1,2 punkta procentowego. Natomiast z kolei te ryzyka zgonowe były tym obszarem, który poprawiał je w tym samym czasie, offsetując te negatywne informacje z produktów zdrowotnych o 2,5 punktu procentowego. Jeżeli chodzi o ubezpieczenia indywidualne ochronne, to przede wszystkim zwracamy uwagę na dość duży przyrost uwolnienia marży kontraktowej rok do roku. To jest wzrost 15%, jeżeli chodzi o amortyzację CSM. To jest wprost efekt rozwoju, poprawy rentowności w kanale bankowym. rosnącej również składki na pokrycie kosztów szkód i świadczeń oraz kosztów obsługi. Podobnie, jeżeli chodzi o trendy, jak w przypadku grupówki IIK, niższa dynamika po stronie kosztów powoduje, że rosną wyniki operacyjne

i rośnie kontrybucja tego segmentu do wyniku skonsolidowanego. Informacja bardzo istotna z punktu widzenia życiowego. Rosnąca sprzedaż i dosprzedaż do istniejącego portfela przekłada się na wzrost marży kontraktowej do rozpoznania w przyszłych okresach, zarówno jeżeli chodzi o ubezpieczenia grupowe, indywidualnie kontynuowane, jak i indywidualne ochronne, co jest bardzo dobrą informacją w kontekście tego, z jaką skalą się mierzymy i z jakim portfelem się mierzymy - doskonale wiemy, że jest to portfel bardzo dojrzały, szczególnie po stronie ubezpieczeń grupowych IIK i dzisiaj bardzo mocno pracujemy nad odmłodzeniem tego portfela, tak żebyśmy mogli nie tylko go utrzymać, ale budować wartość, która jest widoczna w sprawozdaniu właśnie przez pryzmat rosnącego CSM. Wynik z działalności inwestycyjnej, tutaj kilka istotnych informacji. Przede wszystkim nic się nie zmienia praktycznie jeżeli chodzi o strukturę portfela, ona jest cały czas bardzo bezpieczna, oparta o instrumenty dłużne i uważamy, że to jest ten moment w czasie, w którym ta struktura dość dobrze odpowiada tym wyzwaniom, z którymi się mierzymy.

Mieszana z wszystkich strategii oraz wszystkich rodzajów aktywów rentowność tego portfela na poziomie 4,6 w drugim kwartale. Rośnie wynik odsetkowy, lepsza wycena instrumentów dłużnych rok do roku, poprawa wyniku jeżeli chodzi o strategię akcyjne, kapitałowe, private equity. To było to, co lepiej performowało rok do roku w II kwartale, szczególnie jeżeli chodzi o fundusze technologiczne. Natomiast to, co z kolei ciągnęło nas nieco w dół, to niższe wyniki portfela nieruchomości w kontekście przeceny w segmencie biurowym, wpływ 72 milionów na wyniki II kwartału w tej strategii oraz niższy przychód z tytułu punktów swapowych od walutowych instrumentów zabezpieczających. Również w tym kwartale pokazywaliśmy w tej części pozostałe efekt odwrócenia przejściowych różnic kursowych, z którymi mieliśmy do czynienia w pierwszym kwartale w kontekście wyceny w oparciu o operaty szacunkowe. Jeżeli chodzi o wypłacalność, to cały czas obserwujemy bardzo wysokie poziomy, natomiast w stosunku do końca roku w zauważalny sposób rośnie konsumpcja kapitału, jeżeli chodzi o ten bazowy współczynnik kapitałowy, w największej mierze ze względu na wyższą ekspozycję na ryzyka katastroficzne w konsekwencji zmiany portfela, w konsekwencji budowania ekspozycji w coraz większym stopniu opartej na produktach pozakomunikacyjnych w segmencie korporacyjnym. Podsumowanie tego, gdzie jesteśmy pół roku przed końcem horyzontu bieżącej strategii, strategii 2021-2024, jeżeli chodzi o realizację poszczególnych jej KPI-ów. Przychody z ubezpieczeń brutto 51% realizacji, przy wzroście rok do roku po I półroczu prawie 10%. Przychody filaru zdrowie 54% realizacji tego celu w

ostatnim roku strategii, przy wzroście przychodów na poziomie przekraczającym 21%. Przy wysokiej wypłacalności z zyskiem netto, pomimo tego, że spadającym, realizującym ponad 50, prawie 57% wartości tego targetu. Ja tylko przypomnę, kiedy ta strategia była publikowana, później ona była aktualizowana w kontekście nowego standardu. To był okres charakteryzujący się dość dużą zmiennością i niepewnością, która wpływała na szacunki. Dzisiaj wydaje się, że będziemy w stanie do końca roku z tych obligacji się bardzo w taki sposób pozytywny pokazać, że one zostały zrealizowane.

Oczywiście, jeżeli chodzi o kontrybucje ze strony segmentu bankowego, to ona jest też istotnie wyższa w stosunku do tego, o czym myśleliśmy przy tej strategii, a w związku z tym segment bankowy jest tym, który mocniej wpływa na realizację tych podstawowych KPI-ów.

Aktywa pod zarządzaniem już dzisiaj powyżej tego bardzo wyśrubowanego, jak wtedy wydawało się wszystkim, celu. 60 miliardów aktywów w zarządzaniu, przy rentowności kapitałów własnych skorygowanych o to, na co nie mamy wpływu, a co jest związane z ekonomią, czyli stóp, które wpływają na wycenę zobowiązań ubezpieczeniowych, a przechodzą przez OCI na poziomie 17,4 punktu procentowego. I tu bym postawił chyba pauzę i przekazał głos Prezesowi.

Artur Olech

Szanowni Państwo, tak podsumowując, zanim przejdziemy do sesji pytań, to do kilku rzeczy chciałbym się tutaj odnieść. Przede wszystkim ten okres, ten II kwartał... rzeczywiście zostaliśmy dotknięci pewnymi aspektami związanymi z warunkami pogodowymi, które rzeczywiście nie miały miejsca w ubiegłym roku. Więc to jest główny element, dla którego ten wynik jest niższy niż to, co było prezentowane rok temu. Ale warto też zwrócić uwagę, że w tych obszarach, na których ten nasz wpływ jest stosunkowo istotny, czyli w kwestii sprzedaży, także rentowności, ubezpieczeń pozakomunikacyjnych, także element kosztowy, widać tutaj pewien element już pewnych symptomów, powiedziałbym poprawy. To są rzeczy, na które rzeczywiście bym zwrócił uwagę. Po drugie, to co jest też wymaganiem, obiektywnie pewnym problemem rynku, jeśli chodzi o core business, czyli ubezpieczenia komunikacyjne. My widzimy też ten pozytywny trend rynkowy, ale i nasze wyniki w postaci wzrostu w OC komunikacyjnym powyżej 10% to jest myślę, że coś, co też może napawać pewnym optymizmem i pokazywać, że na tle rynku, który my szacujemy, że wzrost w średniej składce około 7%, to jest bardzo dobry wynik. Ważne jest to, że budujemy też solidne podstawy w ramach strategii do wejścia w kolejny rok, to jest kwestia przed nami. Myślę, że te

zasadnicze elementy zmian, zmian też osobowych, wyposażenie, czy jakby zaproszenie do współpracy bezpośrednio w części ubezpieczeniowej, jak i w bankach, które są bardzo istotne do naszego wyniku, bardzo dobrych menedżerów. Myślę, że to jest też temat, który będzie nam dawał tutaj dobre podstawy do wbudowania wielu synergii, wielu dobrych rozwiązań dla akcjonariuszy PZU S.A.

Dziękuję bardzo.

Magdalena Komaracka

Zapraszamy do zadawania pytań. Może ktoś z sali miałby ochotę zadać pytanie?

Kamil Stolarski

Dzień dobry, Kamil Stolarski z Santander Banku. Mam trzy pytania takie. Najbardziej to mnie interesuje, na jakim etapie są Państwo, jeśli chodzi o rozważanie roli banków w strategii PZU, czy cokolwiek... bo jak pamiętam poprzednią konferencję, to ja zrozumiałem komentarz, że ten model PZU z bankami jest bardzo niestandardowy, a dzisiaj słyszymy dużo o tych synergjach. Więc pytanie: czy chcieli Państwo skomentować?

Artur Olech

Tak jak powiedziałem, finalnie to, w którym kierunku będziemy zmierzać, ogłosimy w strategii. Tak że tutaj z różnych względów nie będę mógł powiedzieć, w którym sobie zmierzamy. Natomiast ten czas, który spędziliśmy te ostatnie dwa, pół, trzy miesiące, To był też czas na to, aby wejść w bardzo mocny dialog, pierwszy wewnętrzny, żeby się zastanowić i zobaczyć, jakie tu były różne plany, pomysły. Jest pewne doświadczenie, jest wiedza u nas dotycząca tego, jak ten proces wyglądał i my starannie tą pracę wykonaliśmy, ale zrobiliśmy jeszcze jedną rzecz, to znaczy bardzo starannie porozmawialiśmy, to było dziesiątki spotkań także z osobami, które są naszymi akcjonariuszami, którzy nas obserwują i słuchaliśmy różnego rodzaju opinii na ten temat, bo nasi akcjonariusze mają też na to swoje zdanie różne, opinie, różne zdania, więc to co zaprezentujemy

będzie też elementem, który ma na celu doprowadzenie do sytuacji, w której będziemy optymalizować wartość dla akcjonariuszy PZU S.A. z zachowaniem wartości naszych aktywów. To jest, myślę, że podstawowa taka wytyczna i będziemy się tutaj kierować wyłącznie elementem ekonomicznym i takim, powiedziałbym, biznesowym.

Jarostaw Mastalerz

Ja tylko chciałbym dodać, że trzeba pamiętać, że strategia to jest bardziej pokazanie państwu kierunków, w których będą szły nasze decyzje strategiczne. Ale sama strategia to de facto także jest przygotowanie fundamentu, żeby móc realizować. Więc chciałbym, żebyście Państwo, jeżeli oczywiście może żeście zauważyli, że bardzo wiele rzeczy, jeżeli chodzi o strategię bankową, dzieje się w tym czasie. Dlatego, że oczywiście, żeby realizować strategię, to trzeba mieć kim tą strategię realizować. Więc nie przesądając o tym, czy nasze decyzje strategiczne będą takie, czy inne, to praca, która została wykonana w zakresie zbudowania bardzo kompetentnych, przygotowanych na każdy scenariusz zarządów, to jest też część realizacji strategii. Więc chciałbym tylko Państwu pokazać, że to nie jest tak, że my czekamy na jakąś strategię, którą ogłosimy, że będziemy dyskutowali gdzieś tam w końcowych miesiącach roku i dopiero wtedy się weźmiemy do pracy. Tylko ta praca jest wykonywana. To czego jeszcze nie ma, to też sposób komunikowania różnego rodzaju decyzji strategicznych, czy to będzie wariant A, B czy C, no to to jest przedmiotem oczywistym, myślę, że z oczywistych dla Państwa powodów, myślenia, analizowania. Ale to, że dochody i zwiększenie dochodów i wartości aktywów bankowych w grupie PZU jest naszym celem strategicznym, no to Państwo mam nadzieję, że widzicie, że w tych miesiącach ta strategia jest realizowana. To nie jest tak, że my czekamy albo coś tam robimy i znaczy na ten moment, w którym tam coś ogłosimy i dopiero się weźmiemy do pracy, tylko ta praca jest naprawdę wykonywana. Ja wiem, że państwu się może wydawać, że to są te same zarządy, to jest tylko proces rekrutacji, ale ja powiem szczerze, że w mojej historii życia nie miałem okazji brać udziału w procesie, gdzie wymienia się cały Zarząd praktycznie w perspektywie kilku miesięcy i trzeba wybudować kompetentne zespoły, no bo nie wystarczy potem do państwa przyjść za dwa miesiące powiedzieć zrobimy to i tamto a wy nas zapytacie a kto to zrobi tak no więc mam nadzieję że widzicie że ten fundament takich oczywiście możliwości, jakie mieliśmy w tym czasie, przy różnych tam, Państwo też jesteście świadomi pewnych ograniczeń, no to ta ława fundamentowa, ona jest, tak jak powiem sobie brzydtko, tak przyzwoicie wylana. To, czy

oczywiście powstanie na tym taki dom, czy inny, no to już rzeczywiście będziemy sobie dyskutować tam trochę za kilka miesięcy, ale nie będziemy zaczynać de facto od szukania działki, powiem szczerze, już z taką analogią budowlaną w tym kwietniu.

Kamil StolarSKI

Mam jeszcze dwa pytania a propos tego drugiego kwartału. Pierwsze, gratuluję wyniku w Życiu, bo on jest fenomenalny, te 509 milionów. Jak sobie popatrzyłem, no to na pewno najlepszy wynik od kiedy jest IFRS 17, ale też patrząc w historię, no to jest tak, podobny wynik był w 2016 roku, wtedy były rozwiązywane rezerwy na ten trwały uszczerbek. No ja do końca nie rozumiem tego fenomenu. Nawet jak popatrzyłem sobie na tą 2,5 punktu procentowego niższą śmiertelność, jakbym sobie założył, że to się przekłada na szkody, to jest jakieś 40 milionów dodaje potencjalnie do wyniku. I moje pytanie jest takie, no jakby rozumiem te problemy w majątku, ale dlaczego mamy teraz w tym momencie do czynienia drugi kwartał z rzędu, bo w pierwszym kwartale ta negatywna sezonowość była niewielka, a teraz jest super wynik i pytanie, z czego wynika ta siła wyników w grupówce?

Jarosław Mastalerz

Ja bardzo Państwa gorąco zachęcam do patrzenia na to przez pryzmat mimo wszystko tego MSSF-u nowego, bo tak naprawdę zysk, taki, który Państwo widzicie, PNL-owy, który jest bardzo ważny z perspektywy oczywiście patrzenia na grupę PZU jako na grupę, no i profil trochę taki inwestycyjny, dywidendowy, to chciałbym, żebyście też zwrócili uwagę, że spółki życiowe generalnie są bardzo mocno wyceniane przez pryzmat wartości tego portfela i zdolności do generowania nowego jakby biznesu. Tak większość...

Kamil StolarSKI

Ja patrzyłem bardziej z perspektywy dywidendy, więc mnie zyski najbardziej interesują.

Jarosław Mastalerz

Rozumiem. Tylko, że jeżeli mamy dzisiaj portfel, na którym jesteśmy, to odchylenie na wyniku życiowym w przyszłym roku może wynikać tylko, że przyjęliśmy niewłaściwe założenia. Ponieważ mamy relatywnie konserwatywne założenia, co do szczególnie śmiertelności, no to de facto nawet uwalniamy większe zyski, niż jesteśmy w stanie ekstrapolować. Ja po prostu, znaczy tak mniej więcej z dokładnością, skoryguj mnie Tomku, ale niedużą, my możemy przewidzieć większość zysków w przyszłym roku, no bo to jest jak instrument finansowy... życiówka, czyli mamy portfel kontraktów i one uwolnią ileś zysków.

To po prostu zwyczajnie nastąpi. I teraz pytanie, ile będzie tego zysku? Czy będzie dokładnie, dla co powiemy? No to będzie tak, jeżeli śmiertelność założyliśmy prawidłowo, to będzie dokładnie, dla co powiemy. Jeżeli się okaże, że ta śmiertelność jest troszkę lepsza, to uwolnimy więcej. Ale te parametry nie zmieniają. My je monitorujemy, nasi aktuariusze monitorują je dziesiątki lat. I jak się nie pojawi jakaś pandemia, nie wiem, cokolwiek innego,

no to dzisiaj ja jakby te uwalniania z portfela życiowego w formie zysku i w związku z tym w 100% dywidendy do majątku, ja mogę, mówiąc wprost, tak przewidywać. Więc to, na co się patrzy, to jest to, czy ja tam obcinam ten portfel, tak jak Państwo... możemy się cofnąć, Tomku, do tego MSSF-owego... Cofamy się, tak, strategia... Na tym to będzie można widać.

Tu akurat nie mamy tego łącznie, tylko mamy to osobno. Więc jak Państwo patrzycie na grupówkę i na uwolnienie tego CSM, czyli tam 308 milionów, no to powiem wprost, no to co mieliśmy w planie, to jest te 308 milionów i zmiana założeń 41, czyli byliśmy zbyt konserwatywni o 41 milionów. Ja mogę z taką dokładnością o te 41 milionów, które Państwo widzicie. I z reguły jest tak, że jesteśmy zbyt konserwatywni. Ja mogę przewidzieć Państwu, ile my wygenerujemy, ile dywidendy wypłacimy w przyszłym roku. Dlatego największym i najważniejszym elementem spółki życiowych jest nasza zdolność do odbudowywania tego co uwolniliśmy czyli utrzymania tej naszej zdolności dywidendowej w kolejnych latach, czyli bardzo ważne jest te 220 milionów i 102 miliony, no bo ja mogę panu generować dokładnie to samo nie mając tych 220 milionów tylko w pewnym momencie ta kasa zacznie się kończyć, bo portret zacznie wygasać. Dlatego większość wycen, w odróżnieniu od spółek majątkowych, spółek życiowych, my przez tą konglomeratyzację i jakby przenikanie się tych bilansów być może nie jesteśmy najłatwiejszym, że tak się wyrażę, zwierzęciem dla Państwa do analizowania tego w sposób, ale za moich starych czasów to po

prostu spółka życiowa,

W sposób oczywiście bardzo prosty, była wyceniana typu wartość portfela, wartość netto aktywów na W, no bo to są aktywa monetarne, plus zawsze się uważało, że jak dystrybucję trzeba było sprzedać na kawałki, to trzy razy wartość nowego biznesu. Możemy mówić, że to teoretycznie, ale w UK tak firmy były rozdzielane i sprzedawane. I to jest ta wartość. |

I z perspektywy dzisiaj tego, co mamy w spółce życiowej, wartości portfela, na W i tak dalej, to ta spółka, oczywiście nie wiemy dokładnie na ile państwo oceniacie ten komponent, prawda, w wycenie akcji PZU, ale tak się wydaje mocno niedoszacowana, bo jak tylko popatrzymy nad tą zdolnością do generowania dywidendy, to spółka, która nie rośnie i nie generuje nowego biznesu, w perspektywie 3-4 lat życiowa oczywiście, no generalnie będzie generowała te same dywidendy co ta, która rośnie. Czyli ten wzrost i zdolność do odbudowy portfela, no to jest ta różnica na wycenie...której takie mam tylko, oczywiście takie moje, jest jakby taka moja perspektywa, że ona nie do końca jakby, jesteśmy w stanie Państwa przekonać, że ta wartość ekstra w tej wartości akcji PZU jest.

Kamil Stolarlski

Ostatnie pytanie ode mnie. To mamy drugi kwartał z rzędu straty w OC i czy te trendy, które Państwo widzą na rynku są wystarczające, żeby zakładać, że jesteśmy na chwilę przed tym, jakby przed zielonym kolorem w OC?

Artur Olech

Trudno mi powiedzieć, jak się do końca zachowa rynek, ale widać ten dobry, pozytywny trend. I myślę, że świadomość tego, patrząc na wyniki szeroko rynku i tego, co słyszymy, różnych sytuacji, które miały miejsce w ostatnim czasie, bardziej lub mniej spektakularnych, także mniejszych graczy, którzy tu się pojawili i po prostu już jakby są dotknięci pewnymi kłopotami, to pokazuje, że takie strategie cenowe, które powodują agresywne wejście, które oczywiście mają jakiś pośredni wpływ na to, co się dzieje na szerokim rynku, one bardzo szybko się kończą. Wydaje mi się, że tutaj możemy być przekonani o tym, że myślę, że ta świadomość rynkowa jest przynajmniej ja mam taką nadzieję. My obserwujemy, że ten trend jest bardzo konkurencyjny rynek. Jest stopniowy. Wydaje mi się, że w momencie, w którym również klienci będą widzieć jakość procesów obsługi i

świadczeń, które powinniśmy się jako branża bardzo mocno pochylić, pewną transparentność, to też będą, myślę, że akceptować ten trend, bo trzeba sobie powiedzieć, że też te ceny ubezpieczeń w Polsce są jeszcze daleko, daleko niższe niż to, co jest średnia nawet w krajach o podobnym poziomie rozwoju gospodarczego, a ważne jest też to, że nasza sytuacja jest następująca, że samochody, którymi jeździmy, są takie same jak średnia w Europie. Więc tutaj ten space jest jeszcze pewnie bardzo duży. Jak powiedziałem, rynek jest oczywiście bardzo konkurencyjny. To, co dzisiaj zobaczyliśmy w tych cenach i to, co my widzimy dzisiaj w średniej wkładce, to zobaczymy w wynikach końca roku, przełomu roku, no bo taka jest natura, ta składka się zarabia. My dzisiaj, wyniki nasze są konsekwencją sytuacji sprzedaży naszego portfela z ubiegłego roku. Otwarcie mówiąc i inflacji szkód, bo po prostu szkody się zgłaszają, a biznes już sprzedaliśmy właściwie rok temu, bo składki są roczne.

Mężczyzna 1

Chciałbym kontynuować troszeczkę tutaj kwestie cen komunikacyjnych w ubezpieczeniu. Ponieważ widać, że jakby sama szkodowość jest tutaj na podobnym poziomie, czy nie było zmiennie, ale tak ten koszt szkodowości jest znacznie wyższy. Czy możecie powiedzieć trochę o elastyczności tutaj ustalenia cen w komunikacyjnych polisach na teraz? Czy jest tutaj jakiś problem właśnie mocnego podnoszenia cen? Jak w ogóle tutaj wygląda elastyczność, konkurencja w tym aspekcie? I jak wy do tego teraz zamierzacie też podchodzić? Bo ten trend widać, że jest taki spokojny. Na przykład w 2015 roku mogły być wzrosty znacznie wyższe, a tutaj widać, że ten trend jest spokojny. Czy możecie coś więcej powiedzieć, co jest związane właśnie z tym?

Artur Olech

Trudno to porównywać z tym piętnastym rokiem, bo tam na piętnasty rok, Państwo widzieliście, to był po absolutnej katastrofie. Tam był chyba miliard strat na rynku, więc to było po prostu odbicie. To na szczęście taka sytuacja w Polsce nie miała miejsca.

Natomiast też jesteśmy w innym miejscu pod względem kosztów likwidacji szkód dzisiaj, bo ta inflacja szkód, części zamiennych, kosztów robocizny jest taka, jaka jest inflacja była w ubiegłych latach na rynku, czyli dwucyfrowa. To co nas tutaj rynek ratowało to była kwestia niższej częstości związanej z infrastrukturą, czy punktami karnymi itd. Więc odpowiadając tak już wprost na Pana

pytanie to jest bardzo mocno konkurencyjny rynek i tutaj należy we właściwy sposób do tych klientów docierać. To, co my widzimy i co chcielibyśmy zrobić, PZU konsoliduje się. Wynik to jest suma naszych działalności, ale też Link4. I tutaj jest to dużo lepszy wynik, a u nas dużo gorszy, jeżeli chodzi o kwestię tutaj naszej spółki, spółki córki, tam jest wymagany pewien program, powiedzmy, istotnych zmian i ono się dzieje, ale co jest istotne tutaj, co jest ważne, my również chcemy trafić do takich segmentów Klientów i trafiamy, którzy w naturalny sposób mają wyższą cenę, młodych Klientów, Klientów, którzy poszukują różnych cen, ale oni sobie cenią też wygodę, prawda, on są bardzo wrażliwi cenowo, Ale oni z różnych względów, ponieważ jest to po prostu inna cena ze względu na to, jak aktuariusze, jak underwriters wycenią. Myślę, że my tutaj powinniśmy odzyskać to, co jest po naszej stronie, czyli taki, powiedziałbym, timingowy underwriting, pricing. Tamte zmiany są chyba jeszcze wyższe. Powinniśmy w tych segmentach być, które pozwalają osiągać wyższe składki, ale ci Klienci też płacić za pewien proces, pewną wygodę. Więc tutaj wtedy ci Klienci, tacy bardziej mobilni, oni za wygodę są w stanie zapłacić troszeczkę. Wygodę w procesie zakupowym, potem ewentualnie obsługowym. Muszą zapłacić więcej.

Mężczyzna 1

Ja tak po prostu mówiąc rozumiem, że po prostu jest troszeczkę też konkurencja, jest ten rynek taki konkurencyjny, że takie podwyższenia cen nie mogą być teraz jakby takie agresywne podwyższenia. Musi być ten trend taki zachowany raczej spokojny.

Artur Olech

Znaczący my musimy, jesteście, musimy też obserwować i patrzymy jak się tutaj zachowuje. Mamy swoje jakieś, antycypujemy pewne rzeczy, ale tutaj takie z punktu widzenia grupy, czy z punktu widzenia tak jakby samego PZU, my rzeczywiście nie możemy tego abstrahować. My te ruchy robimy, szczególnie na tych segmentach bardzo nierentownych. Nie mówię tylko o Klientach indywidualnych, ale też Klientach flotowych, bo przecież to są też biznesy, które się robi na zasadzie wyceny, ale też na zasadzie B2B, prawda? Czyli tutaj robimy takie przeglądy portfela i wtedy, kiedy mamy takie sytuacje, to tam możemy iść bardziej agresywnie. W przypadku Klienta na szerokim rynku, klienta indywidualnego, tutaj bardzo mocno konkurujemy wręcz w trybie

dziennym z tym, co się dzieje na rynku i po prostu reagujemy. Jak jest miejsce, to staramy się ten momentum rynkowe wykorzystać.

Mężczyzna 1

Ostatnie pytania, bo po strategii powiedzieliście, że ten IV kwartał, to na ostatniej chyba konferencji wynikowej już było i pewnie tutaj patrząc, że wtedy dopiero tutaj się utworzył nowy zarząd, czy po tym czasie teraz przewidujecie, że może to się przedłużyć tutaj w publikowaniu tej strategii, czy raczej wszystko idzie zgodnie z planem i tam pewnie przy wynikach tego trzeciego kwartału możecie coś pokazać, bo już tak jest, to raczej pewniejszy niż mniej.

Artur Olech

Nie, my trzymamy się tego, co powiedzieliśmy i tak jak to chcemy tutaj wprowadzić jako standard, mówimy, co robimy, a mówimy to, co możemy powiedzieć i robimy to, co mówimy.

Tak jak mówiłem o kwestiach związanych na przykład z strukturą organizacyjną, zamknięciem pewnych rzeczy, powiedzieliśmy, że chcemy zrobić profesjonalne zarządy, profesjonalne zarządy finansowe, czy zaprosić różnych menedżerów, a naprawdę konkurencja w tych procesach była, mieliśmy fenomenalne osoby do wyboru, żeby do tych zaprosić, zaprosić ich do współpracy. To dotyczy, mogę to tak bez jakichś tam tajemnic specjalnie mówimy, w procesie jednym banku i drugim naprawdę mieliśmy bardzo dobrych ludzi, którzy chcieli podjąć się tego wyzwania. No musieliśmy wybrać jakąś tam grupę osób, bo to nie da się wszystkich chętnie byśmy część też zagospodarowali może w inny sposób.

A druga rzecz jest taka, że też te zasadnicze rzeczy też robimy tutaj w części ubezpieczeniowej. Jarek mówił o tej części bankowej, ale też potwierdzę to. Ta praca nad strategią to nie jest dokument, który ktoś tam nam napisze. My zapraszamy różne osoby.

Ta praca nad strategią wiąże się z tym, że my pewne streamy dotykamy i jesteśmy bardzo zaawansowani, czy w kwestii np. rozmowy o bankach, o które pan pytał, czy... to jest naprawdę bardzo zaawansowane prace, analizy, różne kwestie, czy na przykład sprawy związane z ubezpieczeniami komunikacyjnymi. Zabraliśmy się na te rzeczy, które są najważniejsze, które wszyscy oczekujecie. First things first, brzydko mówiąc.

Więc to jest jedna rzecz i to jest coś istotne. Też pracą na strategię jest ten dobór osób, które już się

to włączają, bo sama strategia jako dokument jest pusta, jeżeli nie będą to wykonały osoby, które też będą dzieliły z nami pewne kierunki, jakiegokolwiek one tam będą.

Więc to jest też istotne i w tym sensie ta praca jest zaawansowana. A powstanie dokumentu, czy zaprezentowanie państwu tego, ja się jakby tutaj nie obawiam, no zrobimy to, chociaż tego czasu jest oczywiście mało, do końca roku jakiś komunikat będzie.

Jarosław Mastalerz

I też mam nadzieję, że Państwo też widzicie, że my się też wsłuchujemy, no przynajmniej wsłuchujemy się w to, co piszecie, prawda? I w to, co jakby słuchamy też inwestorów, jakby nie tylko w Polsce, ale także nie tylko analityków, ale także inwestorów bezpośrednio.

No PZU dzisiaj jest...ja sobie pozwolę na takie zdanie, bo to jest moje zdanie osobiste, postrzegamy wszystko jako spółka dywidendowa. Oczywiście ten wzrost jest potrzebny, ale najważniejsza jest stabilność dywidendy. I teraz może Państwo tego jakby wprost nie widzicie, no ale dzisiaj Prezes Artur powiedział, robimy biznes unity.

I tak może to przemknęło. Generalnie dzisiaj macie organizację, w której Członkowie Zarządu podzieleni są funkcjonalnie, ktoś odpowiada za sprzedaż, za produkty, za IT, a na koniec za to, co generuje tę dywidendę, czyli na koniec zysk, który tam przywieziemy, odpowiedzialni są Prezesowie. W momencie, kiedy wchodzi biznes unity, największa zmiana jest taka, że już nie mamy tych menedżerów przypisanych do funkcji, którą trzeba tę funkcję oczywiście też zarządzać, trzeba sprzedać, trzeba zrobić produkty, tylko podzielimy ten już bardzo skomplikowany dosyć konglomerat na ileś spójnych obszarów, gdzie każdy członek zarządu, który będzie miał ten konkretny biznes unit, przyjmuje odpowiedzialność

PNL-ową, tak? Czyli ma z jednej strony bardzo duży wpływ, bo i ma i produkty, i sprzedaż, i ma wpływ na koszty, które tam są, ale zamiast mieć dwie osoby, które na koniec wpinają wam ten zysk i mają dać wam komfort, co do wypłaty dywidendy, cały Zarząd, oczywiście nie za całość, ale za bardzo takie istotne, duże, spójne komponenty, każdy z nich będzie też odpowiedzialny za dowieszenie swojej części zysku i danie capacity na zrobienie dywidendy.

To samo dotyczy naszych aktywów, także w tym banków. Jeżeli my jesteśmy dywidendowi, to też oczekujemy, że nasze aktywa będą dywidendowe. Nie będzie tam miksów takich, że tutaj a coś tak. Jak my jesteśmy dywidendowi, to jest wasze oczekiwanie. Też nie ma co ukrywać, że Skarb Państwa też jest inwestorem dywidendowym w swojej strukturze. No to my też musimy zrobić ten

streamlining i organizację ustawić po zyski i dywidendowość wewnątrz w sposób organizacyjny, a także dać jasny guidance wszystkim naszym Zarządom, w które zainwestowaliśmy w tych spółkach, że my też oczekujemy istotnej kontrybucji do tego, co my mamy wykontrybuować. I to nie znaczy, że nie będziemy finansować wzrostu, że nie będziemy pokazywać wam tego wzrostu, wręcz będziemy podkreślać tak, żeby z tego new business value, no to będziemy tylko płacić tą dywidendę, ale w pewnym momencie do czasu, więc ta nasza wartość powinna być troszkę większa, skoro generujemy, więc pokażemy te momenty growthu, bo oczywiście one też są według mnie istotne, ale ten zysk i dywidenda, także through the cycle, czyli niezależnie od tego, czy tam stopy i tak dalej, to będzie core naszego takiego organizowania się w ramach tej strategii. I nie tylko od strony, że tam powiemy, a coś tam, coś tam, tylko właśnie budowania Zarządu, dobierania ludzi, organizowania tych ludzi do konkretnie wykonania tego zadania.

Magdalena Komaracka

Czy są jeszcze jakieś pytania? Nie widzę. To może przeczytam kilka pytań z Internetu.

Pozwoliłam sobie je pogrupować. Pierwsze dwa pytania dotyczą tam komunikacji.

I tutaj jest prośba od IPOPEMY o rozwinięcie stwierdzenia Pana Prezesa o poprawie w segmencie komunikacyjnym. Czy będzie bardziej widoczny w wynikach w końcówce 24, czy bardziej w 25?

Artur Olech

To zależy od dalszego trendu. Myślę, że myślę, że i jedno i drugie, ale ten czas i w przypadku, kiedy ten trend będzie się utrzymywał, na co tutaj liczymy, co widzimy, to wydaje mi się, że tutaj my powinniśmy to zobaczyć. Natura tego biznesu jest taka, że ona jest oczywiście rozłożona w czasie i to, co dzisiaj, dzisiejsza sprzedana polisa, to właśnie prorata, powiedzmy, w połowie nam będzie kontrybowała w przyszłym roku, ale to, co sprzedamy już za powiedzmy miesiąc, no to już w większości, bo to będzie /12, będzie kontrybowała w kolejnym roku, czyli jeżeli będziemy na tym trochę lepszym rynku pewne rzeczy sprzedawać, to tym bardziej one będą kontrybuować do kolejnych wyników.

Tak powinno być przynajmniej matematycznie. A jak będzie, no to jeszcze wiele rzeczy jest zmiennych. Też sprawa ubezpieczeń komunikacyjny, to jest nie tylko kwestia ceny, sprawa

ubezpieczeń komunikacyjny, myślę, że to kilkadziesiąt milionów złotych, tutaj widać, dotknęła również kwestia zdarzeń pogodowych, prawda? Związanych z CASCO, potopieniami, gradem i tak dalej. Więc tutaj są takie momenty. Ale generalnie technicznie powinno być to widoczne dużo lepiej w przyszłym roku.

Magdalena Komaracka

Drugie pytanie dotyczące komunikacji od HSBC o nasze oczekiwania dotyczące wzrost cen w CASCO i w OC w najbliższych 12 miesiącach.

Artur Olech

No ja tak nie mogę na to pytanie tak wprost odpowiedzieć. Mamy jakieś oczekiwania. Myślę, że zakładam, że tak jak my mając określoną przewagę kosztową, związaną z rozproszeniem ryzyka. Widzimy to, że to jest biznes pod pewną presją. Tak myślę, że tak odpowiem, tak myślę, że firmy, które mają dużo mniejszy bilans, dużo mniejsze możliwości, widzą to jeszcze bardziej i po prostu zakładam, że nie mniej racjonalni menedżerowie są w tych firmach, którzy obserwują to, co się dzieje, więc to jest moje oczekiwanie, jeśli chodzi o rozwój cen na rynku.

Magdalena Komaracka

Przechodzimy jeszcze do pozakomunikacji. Tu są dwa bardzo podobne pytania od IPOPEMY i od TRIGONA. Na ile jednorazowo możemy traktować negatywny wpływ zdarzeń pogodowych w drugim kwartale? Czy w lipcu i sierpniu również występowały podobne zjawiska pogodowe, które potencjalnie mogą wpłynąć na wyniki segmentu ubezpieczeń pozakomunikacyjnych w trzecim kwartale?

Artur Olech

Państwo obserwujecie, pewne zdarzenia mają miejsce, ale to też są pewne elementy pozytywne. Dzisiaj mi to jeszcze trudno powiedzieć. Jakież dane już powiedzmy lipcowe mamy, sierpniowych

jeszcze nie. Więc to jest zdecydowanie przedwcześnie. A poza tym kwartał się jeszcze nie skończył. Trudno mi mówić o wynikach kolejnego kwartału w trakcie jego trwania. To z pewnością tego jeszcze powiedzieć nie mogę, ale tutaj absolutnie starannie tą sytuację monitorujemy, także z punktu widzenia też generowania wartości w tym roku, w tym kwartale, w tym kwartale, to ten no przed nami jeszcze chyba.

Dobrze jak liczę to kwartał to jeszcze sierpień i wrzesień chyba.

Jarosław Mastalerz

Ja chciałbym tylko dodać do tego co powiedział Prezes, że ponieważ tutaj bardzo dużo było jednak no wszystko tych akcentów zysk, ale też dywidendy, znaczy pewne zjawiska pod tytułem właśnie te podtopienia i tak dalej, one oczywiście wpływają na zysk danego roku, no ale po to jest baza kapitałowa takiej organizacji jak nasza. Żeby nie tylko oczywiście, żebyśmy byli bezpiecznie skapitalizowani, ale żeby też utrzymać określoną też politykę dywidendową. Na to też jakby ta baza kapitałowa jest też przygotowywana.

Czasem mamy takie pytania, czemu utrzymujemy takie nadwyżki albo coś innego.

No czasem też... Nie chcę powiedzieć, że to akurat jest dokładnie to, co jakby tutaj, nie będę podejmował żadnych deklaracji, no ale po to czasem się utrzymuje te bufory, że jak jest trochę gorszy rok, no to PNL-owo, no to się mimo wszystko tą politykę dywidendową utrzymuje na poziomie stabilnym, tak, no bo to dla Państwa, czy dla bardzo wielu inwestorów jest ważne, to jest, że oczywiście nawet jeżeli jest pewnego rodzaju volatility, bo musi być w ubezpieczeniach, no to jest taka jakby charakterystyka, że są lepsze lata i gorsze lata, no to ta część wybuforowana także daje buforowanie co do pewności utrzymania określonych cash flow z dywidendy.

Artur Olech

Jeszcze o tych zjawiskach pogodowych powiem, bo oczywiście my widzimy zjawiska pogodowe, które się zmieniają i my to mamy po pierwsze uwzględnione w naszych modelach, w naszych programach reasekuracyjnych. To, co jest trudniejsze do przewidzenia, właściwie niemożliwe, to jest ta ich taka chwilowa amplituda, ale także miejsce po prostu. Nie mówię, że trzeba mieć szczęście trochę, ale inaczej wynika zjawisko pogodowe, które się dzieje, jeżeli ono dotyka, powiedzmy, nie wiem, terenów pozamiejskich, inaczej jak to samo zjawisko pogodowe dotyczy

terenów miejskich. No to skala wpływu na element szkodowy. One gdzieś tam się, to co tutaj pokazujemy w wynikach, no one w tamtym roku, w tym czasie, no ich nie było, no. Więc to nie znaczy, że nie były i dwa lata temu, bo pewnie jak tam popatrzymy, może w innym miesiącu gdzieś tam były. Więc to takie rozłożone w czasie, w czasie one pewnie są i one są priceowane, ale ten moment, te chwilowe jakby elementy mogą wpływać i tak nas też tam przy tej naszej skali o te powiedzmy kilkadziesiąt, kilkaset milionów w danym kwartale dotknąć. Stąd to ma wpływ na ten wynik.

Magdalena Komaracka

Mam jeszcze dwa pytania dotyczące życia. Jedno z nich od HSBC odnosi się do wypowiedzi wcześniejszej pana Prezesa. Pytanie brzmi, jeśli biznes będzie zachowywał się zgodnie z naszymi planami, to czy możemy oczekiwać, że marża w grupowych i indywidualnie kontynuowanych ubezpieczeniach pozostanie powyżej 20% w dłuższym terminie?

Jarosław Mastalerz

Tak jak powiedziałem, to jest tak, że jak Państwo widzicie, to jest większość zysków, które widzicie, jeżeli patrzycie na to rzeczywiście w takiej formie PNL-owej, tak, czyli patrzymy składka, szkody i tak patrzymy na tą marżę, no to ta marża ona jest, jakby mówiąc wprost, już zaszyta i ja mogę powiedzieć, że modelowo oczywiście tak będzie. I teraz co się może wydarzyć, że ona taka nie będzie. No musiałyby się zachwiać bardzo poważnie założenia.

Część tych założeń takich jak stopa odejścia, poziomy kosztów i tak dalej mamy pod kontrolą, więc to jest to, czym będziemy zażądali. Na pewno w sposobie, jakim będziemy zarządzać, to raczej spodziewamy się nawet pozytywnego efektu, a na pewno nie negatywnego. To, co do czego nie mamy możliwości w długim terminie dania Państwu gwarancji, to jest oczywiście stopa śmiertelności. Tylko jak Państwo widzicie, oprócz sytuacji covidowej, dlatego też raportujemy, założenia naszych aktuariuszów są konserwatywne, czyli z reguły, oprócz tych kilku lat, możemy uznać, że regułą jest to, że te założenia są realizowane z pozytywnym odchyleniem. I to możemy sobie popatrzeć 20 lat w tył i tak jest. Więc jeżeli nie zdarzy się jakieś zjawisko, którego... Jak to powiedział tak jeden z słynnych generałów, I'm not afraid of known unknowns, I'm afraid of unknown unknowns, no to jak się jakieś unknown nie zdarzy, typu, no teraz już mówimy, że

pandemia to jest unknown, bo się zdarzyło za naszego życia, ale jeszcze parę lat temu byśmy uważali, że takiego scenariusza nie ma, jeżeli coś takiego się nie zdarzy, to tak, tak, możemy tak założyć, że taka PNL-owa marża, będzie utrzymana, bo my nowy biznes piszemy na takie marże i to, co mamy już w portfelu i uwalniamy, mamy na takich marżach, tak? Więc musiałoby dojść do jakiegoś naprawdę bardzo dużego zaburzenia, przygodowości na tym podstawowym naszym komponencie, czyli na śmiertelności. No, a dzięki opiece zdrowotnej, różnymi innymi rzeczami, no nasza śmiertelność dzięki Bogu, no jakby się, znaczy... śmiertelność się poprawia. I to jest akurat ten moment, w którym my się cieszymy i Klienci też się cieszą, że tych szkód nie mają.

Magdalena Komaracka

I drugie pytanie. Jaki jest jeszcze potencjał repricingu portfela ubezpieczeń życiowych i taryfikacji?

Jarosław Mastalerz

Proszę Państwa, jeżeli chodzi o retaryfikację ubezpieczeń, to potencjał jest zależny od tego, o jakiej części w ubezpieczeniach mówimy. Jeżeli mówimy o tych ubezpieczeniach, które dzisiaj mamy sprzedane, to tam to, o co walczymy, to jest tak zwana obieralność indeksacji. No bo jeżeli Państwo się ubezpieczy na życie, to my zakładamy, że się za coś ubezpieczacie, ale indeksujemy słowem ubezpieczenia, w związku z tym indeksujemy składkę. Więc takie, że tak się wyrażę, nie ma repricingu, jest po prostu podążanie za pewnym modelem indeksacji. Oczywiście, indeksacja jest dobrowolna, nieobowiązkowa, więc ta nasza walka, o to, żeby przekonywać ludzi, no polega na tym, że jeżeli ktoś się ubezpieczył na 100 tysięcy, a w międzyczasie była 20% inflacja, no to żeby mieć to samo, to się ubezpiecz na 120 tysięcy. Oczywiście podwyżki składek o te 20% i inne rzeczy, szczególnie w sytuacji, kiedy jest dużo różnych potrzeb, które walczą o te nasze pieniądze w warunkach inflacji, no to jest jakby praca nad tym, żeby powiedzieć, że jeżeli ktoś zabezpieczył rodzinę na pewien zestaw ewentualności, które kosztują 100 tysięcy, no to teraz my go zachęcamy, tak mamy zbudowane kontrakty, żeby on nie zrezygnował z tego, że teraz będzie ubezpieczony na 120 tysięcy, no bo to, czego ta rodzina potrzebowała, dzisiaj kosztuje 120 tysięcy. W związku z tym tam nie ma czegoś takiego, jak taki wprost repricing. Repricing odbywa się na ubezpieczeniach zdrowotnych. Ubezpieczenia zdrowotne akurat w naszym przypadku my je realizujemy w spółce ubezpieczeń życiowych, na przykład tutaj nie wiem, analitycy z HSBC mogą

iść do tego nieprzyzwyczajeni, bo w bardzo wielu organizacjach jest to ubezpieczenie majątkowe, one mają charakterystykę majątkową, czyli jeżeli ubezpieczamy się na rok i mamy wzrost kosztów, bo lekarz bierze więcej pieniędzy

i tak dalej, no to macie Państwo taką bardziej charakterystykę ubezpieczeń majątkowych, no my musimy wrócić i powiedzieć, no tak samo jak mówimy, że naprawa samochodu kosztuje więcej, tak samo wizyta u lekarzy, nie wiem, badanie USG kosztuje więcej, I to są kontrakty repriceowane, które my repriceujemy co roku. No to znam się udało zrobić, no to jednak mimo wszystko odrobić tą inflację kosztów medycznych. I teraz jak będzie wyglądała dalsza, dalszy repricing. Nie będzie zależało od tego też jak będzie podążała inflacja medyczna.

No ona też zależy od tego jak będzie podążała inflacja, no bo największym komponentem oczywiście są ludzie. Jak lekarz będzie musiał zapłacić za energię więcej pieniędzy, to też będzie musiał więcej zarobić. Ten repricing zawsze się odbywa i jego się zawsze udaje robić, więc on w długim terminie nie waży na wynikach. To, co państwo czasami obserwujecie, to są takie zaburzenia, że nie zawsze... jest to w bardzo wielu różnych biznesach. Zawsze można koszt wytworzenia produktu od razu przerzucić w cenie na Klienta w warunkach takich, że tak się wyrażę, konkurencyjnych. Ale w długim terminie nikt nie ma tańszych lekarzy, nikt nie ma tańszych USG, więc rynek dochodzi do konsensusu.

I to dużo szybciej, muszę Państwu powiedzieć, niż obserwuję przy ubezpieczeniach komunikacyjnych. No bo tutaj racjonalność tych, mówiąc wprost, czterech podmiotów, które dzielą między siebie rynek, no wydaje mi się cenowo o wiele, przynajmniej tak jak obserwuję przez te kilka miesięcy, jest o wiele bardziej racjonalna niż obserwuję na przykład u niektórych naszych, szczególnie małych konkurentów w zakresie ubezpieczeń komunikacyjnych. Tu jednak są cztery podmioty określonej skali, które muszą zarabiać pieniądze. To nie ma kogoś, kto wchodzi i mówi, a to teraz tylko wzrost, wzrost, wzrost, wzrost, a o rentowność się zaczną martwić później, tak? A na razie chcę kupić od inwestorów sobie parę lat, bo jeszcze teraz sprzedam się wzrostem. To nie ma new entrance na rynku medycznym, ale nadal jest to rynek konkurencyjny. Ale nie bałbym się o coś więcej niż takie krótkoterminowe rozpiętości między szybkością, w jakiej możemy przekonać naszych klientów, że jest drożej.

Magdalena Komaracka

Pytanie o portfel inwestycyjny od TIRGONA. Ile w portfelu nieruchomości stanowią biura?

Tomasz Kulik

Portfel inwestycyjny, jeżeli chodzi o w ogóle jego strukturę, jest dość mocno przeważony na logistykę. To jest ponad 60-65%. Pozostała część jest dzielona mniej więcej po połowie między handel i biura.

Magdalena Komaracka

Jeśli chodzi o koszty, tutaj pytanie od IPOPEMY. Czy jednorazowa dynamika kosztów w administracyjnych ubezpieczeniach jest do utrzymania i czy był przegląd wynagrodzeń w pierwszej połowie 2024 roku?

Artur Olech

O wynagrodzeniach Ty chcesz powiedzieć, czy ja?

Tomasz Kulik

Proszę.

Artur Olech

Przeгляд jest robiony, wydaje mi się, w taki formalny sposób po zakończeniu roku, bo był zrobiony wcześniej. To, co my zrobiliśmy w II kwartale, to dokonaliśmy przyznania określonych środków, które zostały przekazane do dyspozycji menedżerów, aby nagrodzić osoby, które lepiej się przyczyniły do wyniku i mniej nagrodzić te, które się mniej przyczyniły. Tak to powiem.

Magdalena Komaracka

I pytanie o akwizycję. Jaki jest nasz apetyt na wzrost poza Polską, organicznie i przez akwizycję?

Artur Olech

My przyglądamy się i jesteśmy otwarci na różnego rodzaju tematy, które mogą się pojawić i na pewno będziemy w nich starali się brać udział, ale to, jak chcemy rosnąć poza Polską, to jest nie tylko model taki klasyczny, mnejowy, czyli kupowanie firm, to jest również w pewnych lekkich rozwiązaniach, lekkich modelach, gdzie wykorzystujemy nasz bilans na bazie freedom of service, na bazie różnych możliwości, aby z konkurencyjnym, digitalowym, bo taki jest w Polsce procesem, trafić na rynki zagraniczne. Takie wielkie firmy podobne do nas, mniejsze, większe w różnych modelach operacyjnych to robią. Drugi temat, nad którym pracujemy i też pozyskujemy talenty do tego, z Polski i z zagranicy być może, to jest kwestia też wykorzystania naszego bilansu i bycia aktywnym na rynku reasekuracyjnym. To też jest rodzaj wyjścia poza Polskę. Czasami warto być już poza granicami w takim modelu, który nie absorbuje tyle kapitału i tylu środków i dopiero na bazie tych doświadczeń, kiedy się troszkę zrozumie ten rynek, ma się jego ekspertyzę, widzi się, czy się nad tym zarabia, dopiero wtedy ten browar kupować, parafrazując to słynne stwierdzenie po skosztowaniu tego piwa, że jest warte, aby browar kupić.

Jarosław Mastalerz

Proszę pamiętać o tym, że my naprawdę się bardzo mocno wsłuchujemy w głos państwa, ale także bezpośredni głos naszych inwestorów. No i byliśmy w Stanach i tak dalej, rozmawialiśmy z różnymi grupami akcjonariuszy. No i my też, tak przynajmniej jak to rozumiemy, spółka dywidendowa oczywiście może myśleć o akwizycjach pod warunkiem, że będzie to jakby skala i szybkość doprowadzenia do rentowności określonego biznesu w taki sposób, że jakby nie zaciąży na porządku i regularności naszych dywidend. Jeżeli Państwo kiedyś zmienicie model i powiecie, ok, to możecie tam nie płacić dywidendy przez jakiś czas, my tu będziemy chodzić na zakupy, no to być może by się mogło to zmienić, ale my się wsłuchujemy naprawdę, co mówicie, więc takie przejścia są możliwe, jeżeli będziemy widzieć obiekty, które

generalnie będą w stanie bardzo szybko zacząć kontrybuować do tego naszego cash flowu, także dywidendowego, tak żeby ta dywidenda po prostu była zawsze stabilna i nie zagrożona.

Magdalena Komaracka

Tak, dziękuję bardzo.

Artur Olech

Dziękujemy bardzo Państwu za to spotkanie i jedno zdanie chciałem, bo jest bardzo istotny dialog, nasza dostępność, rozmowa z Państwem w takim formacie, w różnych innych formatach. To było, to my to robimy i chciałbym, żebyście Państwo te rzeczy uwzględnili jakby i przyjęli ze sobą do jakby jakoś tam ocenili. Druga rzecz bardzo jest ważna, że nie składamy jakichś takich deklaracji, jakichś overpromise, ale te rzeczy, które w tym czasie krótkim nam się, które dokonaliśmy, te, które jak spojrzycie, te, które miały się wydarzyć, to one są rzeczywiście, one są dzisiaj realizowane. Mówiliśmy o kadrach, mówiliśmy o zmianie modelu, wprowadzenie i zajmowanie się od razu tymi tematami, które są ważne, duże, które ogniskują uwagę naszych inwestorów, o których opinię, wiarygodność, ocenę zabiegamy.

Dziękuję bardzo za poświęcony czas. Dobrego dnia. Dziękujemy.