

# PKO BANK POLSKI

## Rynek

PKO Bank Polski jest największym uniwersalnym bankiem komercyjnym w Polsce.

Od lat pozostaje niekwestionowanym liderem na rynku bankowości detalicznej i kredytów mieszkaniowych oraz jednym z kluczowych graczy na rynku korporacyjnym. O czołowej pozycji PKO Banku Polskiego w obsłudze klientów detalicznych świadczy 33% udziału w rynku depozytów oraz prowadzenie 37% rachunków oszczędnościowo-rozliczeniowych. Udział banku w obszarze kredytów konsumpcyjnych udzielonych polskim rodzinom wynosi 20%, a w domenie kredytów mieszkaniowych 29%. PKO Bank Polski zajmuje także pierwszą pozycję wśród wydawców kart bankowych, którą zapewnia mu ponad 5,1 mln kart wydanych do połowy 2004 roku, stanowiących 34% udziału w rynku. Bank jest również ważnym partnerem dla klientów korporacyjnych – prowadzi 25% rachunków dla małych i średnich przedsiębiorstw oraz posiada ponad 20% udziału w rynku usług oferowanych gminom, powiatom i województwom. Zajmuje ponadto pierwszą pozycję pod względem zorganizowanych emisji obligacji komunalnych.

## Osiągnięcia

Bank prowadzi działalność pod marką PKO Bank Polski od wielu lat, a marka ta jest jedną z nielicznych na polskim rynku, która była rozpoznawalna na długo przed transformacją ustrojową w Polsce. Jak wynika z badań firmy Pentor, w 2003 roku znajomość spontaniczna marki PKO Bank Polski wynosiła 81%, a znajomość wspomagana 95%. Dodatkowo Bank jest największym bankiem w Polsce z większościami udziałem polskiego kapitału, co ma pozytywny wpływ na jego postrzeganie przez klientów. Co roku PKO Bank Polski otrzymuje liczne nagrody i wyróżnienia. W 2004 roku były to m.in.:

- Nagroda Gospodarcza Prezydenta RP w kategorii „instytucja finansowa” – za uzyskane w 2003 roku wyniki, które plasują Bank na pozycji lidera w systemie bankowym w Polsce oraz w uznaniu dla działalności sponsoringowej i charytatywnej;
- Drugi Diament do złotej statuetki Lidera Polskiego Biznesu przyznany przez Business Centre Club;
- Bank Przyjazny dla Przedsiębiorców – godło promocyjne przyznane w kategorii banków komercyjnych w V edycji konkursu organizowanego przez Krajową Izbę Gospodarczą, Polsko-Amerykańską Fundację Doradztwa dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw oraz Warszawski Instytut Bankowości;
- Bank Dostępny – tytuł nadany oddziałom Banku w konkursie Stowarzyszenia Otwarte Drzwi i Narodowego Banku Polskiego. Nagrodzono placówki przygotowane ze szczególną dbałością do obsługi osób niepełnosprawnych i starszych;
- Medal Europejski – dla usługi Organizacja Emisji Obligacji Komunalnych, przyznany w VIII edycji konkursu organizowanego przez Business Centre Club;
- Europrodukt – w VI edycji konkursu organizowanego pod patronatem Premiera Rzeczypospolitej Polskiej PKO Bank Polski otrzymał nagrody za następujące produkty i usługi: – partnerską kartę kredytową PKO VITAY, – zestaw dla organizacji non-profit WSPÓLNY CEI,

– błękitną kartę kredytową PKO Banku Polskiego, – SUPERKREDYT, – kredyt wielowalutowy;

- Alicja – nagrodę miesięcznika Twój Styl Bank otrzymał za kartę Inteligo VISA Electron z Sercem;
- Mecenasa Kultury 2001 i 2002 – przyznany przez Ministra Kultury za działania na rzecz wspierania promocji i kultury polskiej;
- Mecenasa Sportu – tytuł przyznany przez redakcję Przeglądu Sportowego, organizatora Plebiscytu na 10 Najlepszych Sportowców Roku, w uznaniu dla działań Banku w obszarze sponsoringu sportowego, w tym dla wspierania polskiej reprezentacji olimpijskiej oraz reprezentacji Polski we florecie kobiet;
- tytuł Studencki Bank – uzyskany w plebiscycie Studencki Produkt Roku, przeprowadzonym przez Platformę Mediową Point Group, wydawcę magazynu Dłaczego;
- Pracodawca Roku 2003 – w przeprowadzonym przez AIESEC badaniu na najatrakcyjniejszego pracodawcę ubiegłego roku Bank zajął czwarte miejsce, plasując się za TP SA, Nestlé i PricewaterhouseCoopers. W tegorocznej klasyfikacji Bank okazał się również optymalnym pracodawcą wśród instytucji finansowych.



## Historia

Historia Banku PKO BP sięga początków II Rzeczypospolitej. 8 lutego 1919 roku na podstawie dekretu Naczelnika Państwa, Józefa Piłsudskiego, powstała Poczta Kasa Oszczędnościowa, która była państwową instytucją obrotu pieniężnego podlegającą Ministrowi Poczty i Telegrafów.

W okresie przedwojennym Poczta Kasa Oszczędności gromadziła wkłady oszczędnościowe na około 3,5 mln książeczekach, udzielała kredytów, prowadziła obrót czekowy oraz przekazywała z zagranicą. Ponadto w 1927 roku Poczta Kasa Oszczędności objęła patronat nad Szkołami Kasami Oszczędnościowymi. W zakresie działalności inwestycyjnej Kasa współfinansowała wiele z bardzo ważnych inwestycji dwudziestolecia międzywojennego.

Podczas wojny Poczta Kasa Oszczędności poniosła ogromne straty, dotyczące zarówno dokumentów, jak i majątku. Odrodziła się dzięki inicjatywie pracowników w 1945 roku.

W wyniku powojennej reformy bankowej w 1948 roku zlikwidowano dotychczasową Poczta Kasa Oszczędności, a utworzono nowy bank państwowy – Powszechną Kasę Oszczędności, która rozpoczęła działalność 1 stycznia 1950 roku. Mimo zmiany nazwy nie została zerwana ciągłość tradycji. Symbolicznym łącznikiem były dobrze pamiętane przez opinię publiczną literki skrótu: PKO.

W 1975 roku Powszechna Kasa Oszczędności została włączona w struktury NBP, co wiązało się również z przejściem przez NBP jej majątku. W 1982 roku pojawiły się prawne przesłanki odrodzenia Powszechnej Kasy Oszczędności, tj. jej wydzielenia ze struktury NBP, jednakże nastąpiło to dopiero 5 lat później. Zgodnie z nadanym statutem, Powszechna Kasa Oszczędności – bank państwowy został bankiem oszczędnościowo-kredytowym oraz dewizowym, obsługującym osoby fizyczne i prawne, jednostki gospodarki uspołecznionej oraz nieuspołecznionej.

Transformacja ustrojowa oraz reformy gospodarcze z 1989 roku stworzyły nowe szanse rozwojowe dla PKO – banku państwowego. W 1992 roku został mu nadany nowy statut, zgodnie z którym Bank został uniwersalnym bankiem komercyjnym, obsługującym osoby fizyczne i prawne oraz inne podmioty będące osobami krajowymi i zagranicznymi. W 1993 roku powołano pierwszą w historii Banku Radę Nadzorczą, funkcjonującą na zasadach podobnych do spółek prawa handlowego. Lata 1993–1998 to okres wielkiej modernizacji technologicznej i strukturalnej w Banku, polegającej m.in. na regionalizacji Banku, utworzeniu 13 oddziałów regionalnych w 1994 roku i zmianach organizacyjnych.

W latach 1999–2003 Bank realizował Program Naprawczy, mający na celu wypracowanie stabilnych podstaw rozwoju, umożliwiających jego bezpieczne i efektywne funkcjonowanie.

Osiągnięcie przez Bank korzystniejszych niż zakładano w Programie Naprawczym wyników finansowych było rezultatem nie tylko uzyskanej pomocy zewnętrznej, ale przede wszystkim wzmocnienia własnych działań naprawczych i rozwojowych.

12 kwietnia 2000 roku dokonano przekształcenia PKO BP w jednoosobową spółkę akcyjną Skarbu Państwa.

## Produkt

PKO Bank Polski jest instytucją finansową o szczególnym znaczeniu dla polskiej gospodarki. Posiada największą sieć sprzedaży – prawie 1,3 tys. placówek, a klienci detaliczni mogą korzystać także z blisko 3 tys. agencji. Jednocześnie Bank rozwija alternatywne kanały dystrybucji – instaluje nowe bankomaty, których liczba wynosi już blisko 1,8 tys., uruchamia terminale samoobsługowe oraz automaty kasjerskie.

Dzięki należącemu do Banku od 2002 roku internetowemu kontu Inteligo, PKO Bank Polski zajmuje ważne miejsce w polskiej bankowości internetowej. Od połowy listopada 2004 roku Bank oferuje blisko 6 mln swoich klientów usługi bankowości elektronicznej pod nową marką PKO Inteligo.

Podstawową działalnością Banku jest świadczenie usług w zakresie bankowości detalicznej, korporacyjnej oraz finansowania nieruchomości. Oferta obejmuje m.in.: rachunki, karty płatnicze, lokaty i książeczki, bankowość elektroniczną, kredyty konsumpcyjne, mieszkaniowe, zarządzanie aktywami.

Grupa PKO Bank Polski świadczy także inne specjalistyczne usługi i oferuje produkty finansowe, takie jak: fundusze emerytalne, produkty leasingowe, jednostki funduszy inwestycyjnych czy elektroniczne usługi płatnicze w dziedzinie kart bankowych. PKO Bank Polski wraz z jednostkami zależnymi zapewnia kompleksową ofertę produktów i usług finansowych. PKO Bank Polski posiada ponad ponad 66% udziałów w Kredyt Banku Ukraina i 25% w Banku Pocztaowym.

## Ostatnie wydarzenia

Na jesieni 2004 roku przeprowadzona została oferta publicznej sprzedaży 38,5% akcji PKO Banku Polskiego na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Debiut giełdowy akcji Banku odbył się 10 listopada. W dniu debiutu wzrost kursu akcji Banku wyniósł 19,51%, a przy okazji pobity został rekord wielkości obrotów akcjami jednej spółki oraz całej giełdy. Dzięki uzyskaniu statusu spółki publicznej, funkcjonowanie PKO Banku Polskiego będzie dla akcjonariuszy i analityków bardziej przejrzyste.

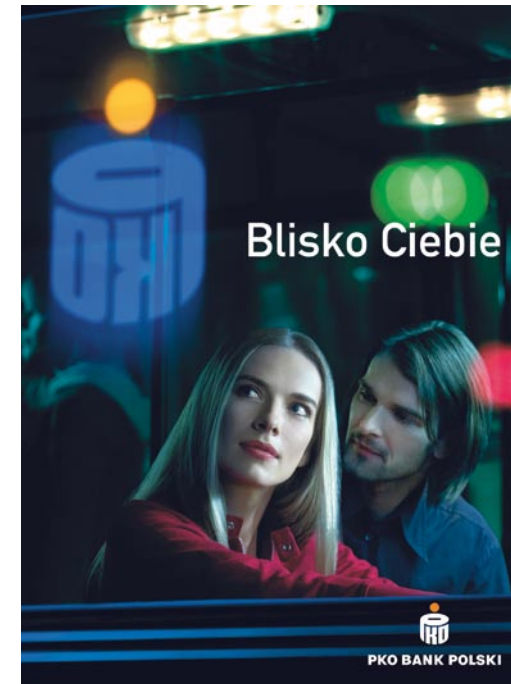
Od listopada 2004 roku PKO Bank Polski umożliwił blisko 6 mln swoich klientów indywidualnych oraz przedsiębiorstw dostęp do rachunków za pośrednictwem serwisu internetowego oraz telefonicznego. Staje się tym samym bankiem otwartym przez 24 godziny na dobę i dostępnym za pośrednictwem internetu i telefonu z każdego miejsca na świecie. PKO Inteligo to nowa marka bankowości elektronicznej, będąca połączeniem wiarygodności i bezpieczeństwa marki PKO Bank Polski z nowoczesnością i zaawansowaniem technologicznym kojarzonymi z marką Inteligo. Są to nowoczesne i bezpieczne usługi dedykowane wszystkim posiadaczom rachunków z grupy Superkonto (Superkonto, Superkonto Student, Superkonto Graffiti, Złote Konto, Rachunek Platinium) oraz posiadaczom rachunków typu Partner (Biznes Partner, Medyk Partner, Agro Partner). W ich skład wchodzi: serwis internetowy, całodobowy serwis telefoniczny, na który z kolei składają się automatyczny serwis telefoniczny (IVR) oraz obsługa poprzez konsultanta.

## Promocja

Od 1999 do 2002 roku PKO BP kreowany był jako bank z dużymi tradycjami dla przeciętnego obywatela. Niestety te tradycje kojarzono również z opóźnieniem technologicznym i kolejkami. Od ponad dwóch lat prowadzona jest rewitalizacja wizerunku, zrezygnowano m.in. z sylwetki pana Kowalskiego, ale pozostawiono koncepcję graficzną, która odzwierciedla hasło: „PKO Bank Polski Blisko Ciebie”. Podstawowym elementem promocji są ludzie – klienci Banku, dla których PKO Bank Polski jest bankiem pierwszego wyboru. Zaczęto także intensywniej wykorzystywać oddziały Banku jako nośnik reklamy zewnętrznej – zmieniane są przede wszystkim witryny placówek.

W 2002 roku PKO Bank Polski przeprowadził zakrojoną na szeroką skalę kampanię reklamową konta Inteligo w prasie (w głównych dziennikach ogólnopolskich i tygodnikach), internecie i na billboardach (w ośmiu największych miastach Polski) pod hasłem „Wybierz wygodę”. Kampania podkreślała wygodę i oszczędność czasu, jaką niesie ze sobą korzystanie z konta Inteligo.

Z kolei na jesieni 2004 roku PKO Bank Polski przeprowadził kampanię promocyjną w prasie, telewizji, na billboardach i w internecie, w związku z przewidzianym na listopad debiutem giełdowym banku. Pierwszym etapem była szeroka kampania wizerunkowa pod hasłem „PKO Bank Polski Blisko Ciebie”. Drugim etapem było marketingowe i PR-owe wsparcie programu Lokaty Prywatyzacyjnej, skierowanego głównie do klientów



Banku, zaś w trzecim zachęcano potencjalnych inwestorów indywidualnych do zapisów na akcje w biurach maklerskich. Zarówno sprzedaż Lokat Prywatyzacyjnych, jak i zapisy na akcje zakończyły się ogromnym sukcesem – Bank zyskał ponad 200 tys. indywidualnych akcjonariuszy.

Oprócz reklamy bezpośredniej Bank prowadzi działalność sponsoringową, która jest równie skutecznym narzędziem marketingowym. PKO Bank Polski bierze udział w wielkich przedsięwzięciach ogólnopolskich i w inicjatywach społeczności lokalnych. Patronuje wydarzeniom kulturalnym i sportowym, inicjatywom edukacyjnym, kampaniom społecznym. Od 2003 roku działania sponsorskie Banku koncentrują się na trzech programach: PKO Bank Polski Kulturze Narodowej; PKO Bank Polski Blisko Ciebie; PKO Bank Polski Reprezentacji Olimpijskiej.

Program PKO Bank Polski Kulturze Narodowej zainaugurowano w 2001 roku, a obejmuje on współpracę z muzeami narodowymi i zespołami filharmonicznymi w całym kraju. Do najbardziej znanych wydarzeń 2004 roku należą: wystawa „Modny świat XVIII wieku” w Muzeum Narodowym w Warszawie, wystawa sztuki japońskiej „Tajemnice Orientu. Sztuka zdobienia laką” w Muzeum Narodowym we Wrocławiu oraz koncert urodzinowy Krzysztofa Pendereckiego w Filharmonii Narodowej w Warszawie.

PKO Bank Polski Blisko Ciebie to program edukacji ekonomicznej oraz tzw. sponsoring społeczny. W 2003 roku Bank współpracował z wyższymi uczelniami w całym kraju,



m.in. ze Szkołą Główną Handlową w Warszawie, Wyższą Szkołą Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Wyższą Szkołą Bankową w Toruniu, Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetem im. Mikołaja Kopernika, Akademią Techniczno-Rolniczą w Bydgoszczy. Był obecny podczas wszystkich najważniejszych imprez organizowanych przez te uczelnie, współfinansował juwenalia, konferencje i seminaria.

W 2003 roku rozpoczęto program PKO Bank Polski Reprezentacji Olimpijskiej. Buduje on wizerunek Banku jako mecenasu ruchu olimpijskiego. Na mocy umowy z Polską Fundacją Olimpijską Bank objął patronatem polski ruch olimpijski podczas dwóch olimpiad: Letnich Igrzysk Olimpijskich w Atenach w 2004 roku i Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Turynie w 2006 roku. Zawarł też umowę z Polskim Związkiem Szermierczym na sponsorowanie polskiej reprezentacji floretu kobiet. W ramach programu zorganizowano konkurs na plakat olimpijski, a wystawa nagrodzonych prac była elementem uroczystości otwarcia Centrum Edukacji Olimpijskiej w Warszawie. W ofercie Banku pojawiła się limitowana seria olimpijskich kart kredytowych z wizerunkiem m.in. Sylwii Gruchały oraz kredyt okolicznościowy „Olimpijskie lato z PKO BP” z możliwością wygrania przez klientów wyjazdu na Igrzyska do Aten. Bank sponsorował też cykl 20 imprez plenerowych organizowanych przez I Program Polskiego Radia „Olimpijskie Lato z Radiem” oraz przeprowadził wspólnie z III Programem Polskiego Radia konkurs o tematyce olimpijskiej pt. „Zwycięzca może być tylko jeden”.

## Wartości marki

Misja Banku określa, że jest i pozostanie on krajowym bankiem uniwersalnym o polskim charakterze, dla którego największą wartością jest klient. Zachowując czołową pozycję w bankowości detalicznej, Bank odgrywa również ważną rolę w obsłudze samorządów terytorialnych, małych i średnich przedsiębiorstw, kredytów mieszkaniowych oraz obsłudze funduszy unijnych. Bank zapewnia swoim akcjonariuszom efektywne zarządzanie powierzonymi kapitałami oraz stwarza warunki do pełnego rozwoju zawodowego pracowników.

Marka PKO Bank Polski kojarzona jest przede wszystkim z jakością i fachowością obsługi oraz szerokim dostępem do usług bankowych dla wielu grup klientów.

PKO Bank Polski postrzegany jest jako bank solidny, bezpieczny, pewny i godny zaufania, z tradycjami, a jednocześnie jako coraz bardziej nowoczesny, otwarty na wyzwania rynkowe i innowacje. Zapewnia swoim klientom również pozafinansowe korzyści – poczucie prestiżu i emocjonalnej satysfakcji z wyboru marki – PKO Bank Polski.

## Czego nie wiedzieliście o marce

### PKO Bank Polski

- Zysk netto PKO Banku Polskiego wypracowany w 2003 roku stanowi blisko 50% wyników wszystkich banków działających w Polsce.
- PKO Bank Polski zajmuje pierwsze miejsce na rynku bankowości detalicznej pod względem m.in.: wartości zgromadzonych depozytów, liczby prowadzonych rachunków oszczędnościowo-rozliczeniowych, wartości udzielonych kredytów (w tym hipotecznych), liczby wydanych kart płatniczych.
- PKO Bank Polski udzielił w 2003 roku co drugiego kredytu mieszkaniowego.
- Co piąty kredyt konsumpcyjny udzielany jest przez PKO Bank Polski.
- Co trzecia karta bankowa wydana jest z logo PKO BP.
- PKO Bank Polski prowadzi ponad 3,5 tys. Szkolnych Kas Oszczędności.