

PRIVATE BANKING

Do kogo skierowane są usługi Private Banking? Do tych, których portfel jest ponadprzeciętny. To nie tylko usługa bankowa, to coraz częściej szeroki wachlarz usług związanych z zarządzaniem majątkiem. To bez wątpienia segment podlegający dynamicznym zmianom, wszak nasze społeczeństwo staje się coraz bogatsze, a procesy sukcesyjne generują wymianę pokoleniową. Na co dziś mogą liczyć ze strony Private Banking coraz młodszy zamożni ludzie? Odpowiedź znajdzie Państwo w naszym raporcie.



CORAZ MŁODSI KLIENCI PRIVATE BANKINGU W POLSCE

W Polsce w 2022 roku dochód na poziomie co najmniej miliona złotych rocznie zadeklarowało 43 776 osób. Są to osoby coraz młodsze. To klientela private bankingu – szybko rosnącego segmentu usług bankowych. Oczekiwania wobec tego spersonalizowanego doradztwa zmieniają się, ale tempo tych zmian nie jest tak duże, jak sugerowałby postęp technologiczny. Jaki zatem jest polski private banking A.D. 2023?

MONIKA LIPOWSKA

Według krajowych izb skarbowych liczba osób wzbogacających corocznie swoje konto o co najmniej 1 mln zł była w 2022 r. o 239 większa niż rok wcześniej. Sektor private bankingu ma do dyspozycji jednak większą liczbę osób spełniających kryteria spe-

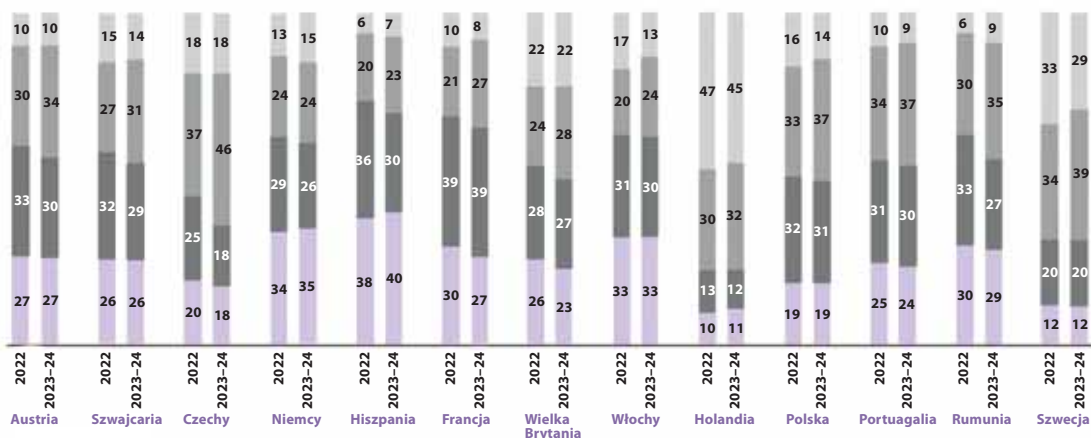
cialnego traktowania przez banki. Miesięcznik „Forbes” wyliczył na początku obecnej dekady, że liczba klientów sektora w Polsce to ok. 80 tys. osób i będzie ona rosta. Według raportów Credit Suisse (Credit Suisse Global Wealth Data Report z lat 2021-2022) r., w Polsce mieszkało od ponad 100 tys. do 149 tys. osób ze statusem High Net Worth Individuals (HNWI), czyli takich, których majątek przekracza milion USD.

Tylko pomiędzy 2019 i 2020 r. liczba HNWI wzrosła u nas o prawie 14,5 tys. osób. Autorzy raportu szacowali, że w latach 2020-2025 liczba polskich HNWI się podwoi. Nie przewidywano wówczas, co prawda, perturbacji gospodarki – zastój w części segmentów i inflacyjne ożywienie w innych – związanych z agresją Rosji na Ukrainę, ale eksperci także i obecnie nie kwestionują tych przewidywań. Oprócz znaczących zmian ilościowych ewoluje także sama branża.

To nie tylko pomnażanie zysków

Private banking nie ma jednolitej definicji. Najczęściej uznaje się, że jest to usługa oferowana klientom detalicznym, którzy są bardzo zamożni lub zajmują ważną pozycję w społeczeństwie. W tym popularnym rozumieniu sprowadzony jest do swego rodzaju „maszynki do robienia pieniędzy” dla najbogatszych. Tymczasem to nie do końca prawda. Często polega bowiem także na

Częstotliwość wizyt w banku w 2022 r. i oczekiwania na najbliższe dwa lata (%)



KEARNEY

■ Nigdy ■ Raz na rok ■ Raz na kwartał ■ Raz na miesiąc

Uwaga Na podstawie badań rynkowych przeprowadzonych corocznie w latach 2020, 2021, 2022 i marzec-kwiecień 2023 z udziałem około 500 respondentów w każdym kraju Źródło: Kearney European Retail Banking Radar 2023

PRIVATE BANKING NIE MA JEDNOLITEJ DEFINICJI. NAJCZĘŚCIEJ UZNAJE SIĘ, ŻE JEST TO USŁUGA OFEROWANA KLIENTOM DETALICZNYM, KTÓRZY SĄ BARDZO ZAMOŻNI LUB ZAJMUJĄ WAŻNĄ POZYCJĘ W SPOŁECZEŃSTWIE.

utrzymaniu majątku i administrowaniu nim. Ekspert nie obawiają się również traktowania go jako sektora usług, w którym doradca bankowy pomaga swemu klientowi lub go wyręcza w tzw. życiowych sytuacjach. Wszystko zależy od konkretnego klienta i umowy z doradcą. Dlatego właśnie private banking nie powinien być mylony z innymi usługami świadczonymi przez największe banki, takimi jak wealth management czy asset management, skupiającymi się tylko na oferowaniu strategii pomnażających majątki lub rozwiązaniach korzystnych podatkowo.

– Żeby dobrze zrozumieć ideę bankowości prywatnej, trzeba spojrzeć na potrzeby osób, które mają większy niż przeciętnie majątek. Nie chodzi tylko o ilość pieniędzy na koncie – chodzi też o posiadane nieruchomości, firmy, pasywa i aktywa. I tutaj wkraça oferta bankowości prywatnej, która w istocie jest zarządzaniem majątkiem – mówi **Katarzyna Tomaszewska, dyrektor Departamentu Bankowości Prywatnej i Usług Maklerskich w Banku Pekao.**



Jaki jest współczesny klient segmentu private banking?

Prof. Małgorzata Zaleska i dr Magdalena Kozińska z warszawskiej Szkoły Głównej Handlowej – doświadczone badaczki sektora finansowego, w książce „Private banking. Tradycja i nowoczesność w bezpiecznym wydaniu” (Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2022) zwracają uwagę, że klientów private banking można dzielić na różne kategorie.

Jeśli chodzi o podział według źródeł pochodzenia majątku, wyróżnia się klientów long-standing rich (zamożni od urodzenia), steadily working rich (gromadzący majątek w długim czasie), suddenly rich (ci, którzy weszli w posiadanie majątku nagle, np. w wyniku spadku czy wygranej na loterii). Pod względem cech charakteru można ich podzielić na nadzorców (wszystko kontrolują), dziwaków (niska skłonność do ryzyka, mała otwartość), altruistów (skłonni do działalności charytatywnej). Kategorii jest więcej, ale to, co należy zauważyć w pierwszej kolejności to fakt, że współczesny, także polski, klient jest coraz młodszy. – W obszarze private banking obserwujemy zmianę pokoleniową, zwłaszcza w krajach postkomunistycznych.

Pierwsi biznesmeni lat 90. XX wieku z tych krajów często są na etapie sukcesji (stąd m.in. w Polsce wdrożenie koncepcji fundacji rodzinnej).



Następcy, młodsze pokolenie nie oczekuje już „marmurów”, specjalnych saloników, a jest otwarte na zdalną, aczkolwiek spersonalizowaną obsługę. Ponadto młode pokolenie częściej niż dojrzała grupa klientów private banking inwestuje w pasje i jest otwarta na „zielone” inwestycje, które jednak nie są – co trzeba podkreślić – dominujące, a raczej marginalne w ich portfelach – mówi nam **prof. Małgorzata Zaleska.** Obserwacje te potwierdza także **Małgorzata**

Anczewska, wiceprezes zarządu iWealth, wiceprezes EFPA Polska.

Od lat zajmuje się wealth managementem, private bankingiem, zarządzaniem nadwyżkami finansowymi, doradztwem finansowym, mentoringiem, coachingiem, szkoleniami i rozwojem. – Klientami private banking w Polsce jest coraz więcej młodszych osób. Jeszcze niedawno, były to głównie osoby, które przekroczyły 50 lat, ale w ostatnich latach przybywa klientów 40+. Co bardzo istotne, są oni otwarci na nowe technologie, zresztą wielu z nich zdobywało kapitał właśnie w tej branży. Siłą rzeczy oczekują oni nowoczesności także w obsłudze inwestowania. To jest duża zmiana, bo pamiętam czasy, kiedy klienci przynosili do oddziału rachunki do zapłaty lub zakładali depozyty przez telefon. Drugim ważnym trendem jest rosnąca świadomość ekonomiczna



klientów – zauważa. Z kolei **Wojciech Sieńczyk, dyrektor Biura Maklerskiego Santander Bank Polska** dodaje, że obecnie na świecie żyje 2 miliardy nastolatków poniżej 17. roku życia i jest to grupa, która już niedługo stanie się klientami private banking. – Nowe technologie mają w małym palcu – musimy pamiętać, że to pierwsze pokolenie, które wychowuje się w epoce cyfrowej. Myślę, że to wyzwanie dla banków, dużych instytucji, żeby wyprzedzić ich oczekiwania. Niestety uważam, że nie wystarczy nadążyć. Stały i nieograniczony dostęp do portfela inwestycji to jedno, ale równie ważny jest dostęp do informacji, które dostarczamy jako bank, a z których klient może skorzystać w dowolnym momencie. W nowoczesnym inwestowaniu pomaga technologia i dane – obydwa te narzędzia dajemy naszym klientom. To czy z nich



skorzystają, zależy już od nich samych. Młodzi ludzie są samodzielnymi inwestorami i tak jak mówiłem wcześniej – mają wiedzę, obserwują rynek i trendy, wyciągają logiczne wnioski. Są kompletni – podkreśla skalę wyzwania dla banków.

Coraz bogatsza oferta banków

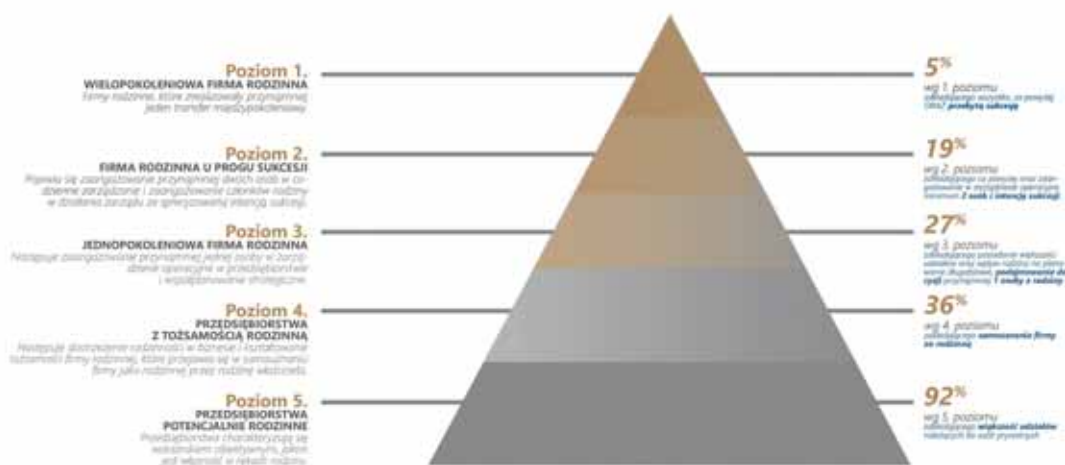
Tempo ewolucji usług w sektorze private banking wyznaczają przede wszystkim zmieniające się oczekiwania klientów. Bogaci polscy klienci oczekują coraz bardziej spersonalizowanych usług, dostosowanych do ich indywidualnych celów, potrzeb i poziomu ryzyka oraz zapewniających bezpieczeństwo ich aktywom, szczególnie w niepewnych czasach. Chcą, aby doradcy finansowi rozumieli ich sytuację życiową i finansową, a także byli w stanie zaproponować skuteczne stra-

tegie inwestycyjne. Oprócz tego zależy im na dyskrecji, doradztwa i pomocy w wielu sytuacjach życiowych, wysokim standardzie obsługi oraz dostępie do zaawansowanych narzędzi analitycznych. „Sky is the limit” – można by powiedzieć. Ciekawa jest lektura zestawień benefitów, udogodnień i różnego rodzaju rozwiązań proponowanych klientom przez banki działające w segmencie private banking. Takie zestawienia publikuje co kwartał np. serwis privatebanking.pl. To w sumie kilkaset propozycji różnych udogodnień obliczonych na zapewnienie maksymalnej satysfakcji swoim klientom poczynając od różnych wariantów zarządzania portfelem inwestycyjnym, doradztwa ubezpieczeniowego i kredytowego po usługi typu concierge.

Sukcesja – rozwiązany problem?

Sukcesja jest kluczem do rozwiązania jednego z największych

Ile firm rodzinnych jest w Polsce?





problemów zmieniającego się generacyjnie polskiego biznesu. Według danych Ministerstwa Rozwoju i Technologii ponad 830 tys. polskich przedsiębiorstw deklaruje, że jest firmami rodzinnymi. Wiele z nich stoi u progu sukcesji, która z perspektywy właścicieli jest procesem bardzo złożonym, emocjonalnym i wymagającym szczegółowego planowania. W Polsce zaledwie 5 proc. firm rodzinnych dokonało transferu pokoleniowego. 22 maja 2023 r., na mocy Ustawy z 26 stycznia 2023 r. o fundacji rodzinnej (Dz.U z 2023, poz. 326) wprowadzono nową osobę prawną – Fundację Rodziną. Dzięki ustawie w polskim systemie prawnym pojawiła się instytucja, której podstawowym założeniem jest ułatwienie wielopokoleniowej sukcesji. Jest to prawdziwa rewolucja dla polskich firm rodzinnych. Zalety fundacji rodzinnej wymieniają eksperci PwC:

- ochrona integralności i trwałości firmy na pokolenia, bez ryzyka jej niekontrolowanego

**WEDŁUG DANYCH
MINISTERSTWA ROZWOJU
I TECHNOLOGII PONAD
830 TYS. POLSKICH
PRZEDSIĘBIORSTW
DEKLARUJE, ŻE JEST
FIRMAMI RODZINNYMI.
WIELE Z NICH STOI
U PROGU SUKCESJI,
KTÓRA Z PERSPEKTYWY
WŁAŚCICIELI
JEST PROCESEM
BARDZO ZŁOŻONYM,
EMOCJONALNYM
I WYMAGAJĄCYM
SZCZEGÓŁOWEGO
PLANOWANIA.**

podziału (np. na skutek spadkobrania, zbycia części udziałów przez jednego z członków rodziny) – utrzymywanie majątku w jednych rękach i jego ochrona,

- zabezpieczenie ekonomiczne osób najbliższych (także przyszłych pokoleń) w sposób zdecydowanie bardziej elastyczny niż sztywne ramy prawa spadko-

wego – niezależnie od ich wieku oraz stopnia pokrewieństwa,

- swoboda określenia zasad wypłaty świadczeń na rzecz wskazanych beneficjentów (ochrona małoletnich dzieci),

- kumulacja majątku i możliwość jego pomnażania, niezależnie od stopnia organizacyjnego zaangażowania członków rodziny – oddzielenie spraw biznesowych od spraw rodzinnych,

- odpowiedź na brak sukcesorów chętnych do przejęcia biznesu po rodzicach,

- atrakcyjne zasady opodatkowania.

Jak przypominają, prace nad koncepcją i pierwszymi projektami ustawy rozpoczęły się ok. 6 lat temu. Po wypracowaniu wstępnych założeń formalny proces legislacyjny otworzyła publikacja Zielonej księgi fundacji rodzinnej jesienią 2019 r., aż w końcu 26 stycznia proces zakończył się uchwaleniem ustawy. Zdaniem ekspertów PwC Fundacja rodzinna, mimo że wyczekiwana, nie



Liczba HNWI w wybranych krajach europejskich
(w tys., stan na koniec 2021 r.)



HNWI High Net Worth Individuals – osoby o aktywach netto powyżej 1 mln dol.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Credit Suisse



Liczba HNWI w Europie na koniec 2021 r.

16,7 mln

jest „złotym środkiem” dla każdej rodziny biznesowej, ale w doświadczeniu wąskim wachlarzu rozwiązań sukcesyjnych, jest narzędziem najbardziej kompleksowym. Również zdaniem Banku Pekao SA fundacja rodzinna to wyciekowane przez rynek rozwiązanie. Skłoniło to bank do otwarcia Family Office. – Jesteśmy pierwszym bankiem w Polsce, który wprowadza do swojej oferty Family Office. Spodziewamy się, że około połowa firm prywatnych stanie przed wyzwaniem sukcesji w perspektywie najbliższych kilku lat i będzie to jeden z wiodących obszarów w bankowości prywatnej – podkreślał pod koniec maja Jarosław Fuchs, wiceprezes Banku Pekao, nadzorujący Pion Bankowości Prywatnej i Produktów Inwestycyjnych.

– Głównymi klientami polskiego rynku bankowości prywatnej do niedawna byli wyłącznie

klienci będący na etapie fazy gromadzenia majątku. Dopiero ostatnie lata przynoszą istotne zmiany. Pojawili się przedsiębiorcy i inwestorzy, którzy po 20 czy 30 latach ciężkiej pracy potrzebują, by ich majątkiem zaopiekował się ktoś kompetentny. Ich dzieci dorosły i w wielu przypadkach przejmują udziały w firmach, nieruchomościach czy aktywa finansowe. Powstaje pierwsze ogniwo wielopokoleniowego gromadzenia majątku, które jest początkiem całego skomplikowanego procesu dziedziczenia, z jakim na Zachodzie mamy do czynienia od setek lat. W Polsce 80 proc. klientów private banking to przedsiębiorcy. W krajach z długą historią gromadzenia majątku 80 proc. to pieniądze dziedziczone. W Polsce dopiero dochodzimy do tego etapu. Jesteśmy dziś w momencie zmiany pokoleniowej. W ostatnich latach widzimy również

zmiany, jeśli chodzi o wiek klientów korzystających z bankowości prywatnej. Nowi klienci to osoby, których średnia wieku wynosiła około 40 lat. To znacznie poniżej średniej rynkowej, która jest na poziomie 50-60 lat – podkreśla Katarzyna Tomaszewska, dyrektor Departamentu Bankowości Prywatnej i Usług Maklerskich w Banku Pekao.

Polska na tle świata

W porównaniu z bardziej rozwiniętymi rynkami europejskimi sektor private banking w Polsce jest stosunkowo młody i wciąż dzieli go spory dystans od bardziej rozwiniętych rynków w zachodniej Europie, jeśli chodzi o dostępność zaawansowanych usług private banking oraz poziom aktywów zarządzanych w tym sektorze. – Istniejące różnice pomiędzy private banking w Polsce i w krajach

wysoko rozwiniętych wynikają przede wszystkim ze skali środków ulokowanych w tym segmencie bankowości. Pomimo bogactwa się polskiego społeczeństwa, wciąż zamożność Polaków jest bardzo daleka od najbogatszych tego świata. Nie wynika to z braku wiedzy czy przedsiębiorczości Polaków, ale z tego, że bogactwo budujemy dopiero od trzydziestu kilku lat. Zasób środków determinuje zaś nie tyle rodzaj oferty private bankingu ile jej skalę. Obserwując rodzaj oferty polskiego i globalnego private bankingu w ciągu ostatnich lat można raczej stwierdzić, iż różnic tych jest coraz mniej – opisuje problem prof. Zaleska. Ciągłe jednak są. Jeśli chodzi o aktywa to, co prawda, liczba osób zamożnych w Polsce dynamicznie rośnie, ale wciąż jesteśmy w europejskim „ogonie”. W 2021 r. ze swymi 100 tys. HNWI było nam bardzo daleko do zajmujących pierwsze miejsca: Wielkiej Brytanii (2,9 mln HNWI), Francji (2,8 mln) i Niemiec (2,7 mln). Znacznie lepiej jest w dostępie do zaawansowanych usług.

Nowe technologie napędzają zmiany

Autorki cytowanej już pracy zwracają uwagę, że wielką zmianę w zakresie private bankingu przyniosła technologia. Chodzi tu nie tylko o usługi i produkty jak np. kryptowaluty lub możliwości inwestowania w świecie wirtualnym podobnie jak w tradycyjnych kanałach inwestycyjnych bardzo popularne np. w USA, Hongkongu i Singapurze. Zasoby cyfrowe NFT (niewymienialny token, ang. non-fungible token,), czyli unikatowy cyfrowy

certifikat przechowywany w łańcuchu bloków (blockchain), zapewniający prawa własności do aktywów, zwykle cyfrowych (jak dzieła sztuki, muzyka i gry lub żetony członkowskie) mają dużą wartość inwestycyjną. Szacuje się, że rynek metaverse (czyli świat, w którym np. cyfrowe ubrania i przedmioty są obecne w prawdziwym świecie) jest wart już 800 mld USD. Ewoluuje także stosunek do tradycyjnych form komunikowania się klienta z bankiem. Digitalizacja usług bankowych w Europie postępuje w zaskakująco szybkim tempie – wskazują eksperci międzynarodowej firmy doradczej Kearney w najnowszym „European Retail Banking Radar”. W 2023 r. już 45 proc. konsumentów wykorzystywało kanały cyfrowe do zakupu produktów bankowych. To wzrost o 12 punktów procentowych względem roku 2020. Z raportu wynika także, że więcej niż jedna trzecia (37 proc.) wszystkich interakcji z bankiem jest obecnie całkowicie cyfrowa. Mimo tak dynamicznego rozwoju e-usług Europejczycy nadal cenią sobie jednak wybór i możliwość odwiedzenia stacjonarnej placówki banku.

Równie duże zmiany następują w sposobach oferowania nowych „dóbr”. Zmiany następujące na skutek rewolucji technologicznej umożliwiły oferowanie alternatywnych metod zarządzania majątkiem (wealthtech), m.in. doradztwa finansowego wykorzystującego boty (robodoradcy) czy zarządzania środkami przeznaczonymi na emeryturę wykorzystującego sztuczną inteligencję (robo-retirement).

PRIVATE BANKING W POLSCE MA DOPIERO 30 LAT. JAKO PIERWSZY UDOSTĘPNIŁ TEGO TYPU USŁUGĘ W 1993 R. BANK HANDLOWY W WARSZAWIE. W DRUGIEJ POŁOWIE LAT 90. ŚWIADCZENIEM TEGO TYPU USŁUG ZAJMOWAŁA SIĘ JUŻ WIĘKSZOŚĆ BANKÓW DETALICZNYCH W KRAJU I TAK JEST W ZASADZIE DO DZISIAJ.

Zaleska i Kozińska podają, za firmą doradczą Capgemini, że w 2021 r. z usług wealthtech skorzystało już 34 proc. klientów private banking na całym świecie. W technologicznym wyścigu Polska nie odstaje od świata tak jak w potencjale finansowym najbogatszych obywateli. I tak na przykład: w 2022 roku z okazji jubileuszu 25-lecia oferta Banku Pekao SA została wzbogacona o limitowaną edycję 440 kart kredytowych UNIQUE. Każda z kart na awersie miała nadrukowany fragment obrazu Rafała Bujnowskiego „Ściana pracowni”, z którym jest powiązany niewymienialny token.

Prof. Małgorzata Zaleska zwraca przy tym uwagę na ważny, często niezauważany, aspekt wyścigu technologicznego. – Oferta private bankingu może czasami wydawać się „zacfana” technologicznie (np. brak aplikacji na smartfony) jednak wynika to z jej charakteru, gdyż klienci private bankingu nie oczekują tylko ułatwień w płaceniu rachunków czy dostępu do kredy-





tu konsumenckiego, lecz raczej indywidualnego zarządzania ich majątkiem. Warto też zaznaczyć, że private banking jest bardziej relacyjny, niż obsługa masowego klienta i istnienie indywidualnego doradcy wciąż jest jej permanentnym elementem, którego AI nie zastąpi – prognozuje.

Krótką historia private bankingu

Historia private bankingu sięga daleko w przeszłość i jest ściśle związana z rozwojem gospodarek, handlu oraz zamożności ludzi. Początków private bankingu można doszukać się w okresie średniowiecza i renesansu we Włoszech. Rodziny jak Medyceusze czy Fuggerowie oferowały usługi finansowe, takie jak pożyczki, przechowywanie wartościowych przedmiotów i transakcje walutowe. Te wczesne instytucje finansowe były zwykle związane z jedną zamożną rodziną i oferowały spersonalizowane usługi. Prawdziwy rozwój sektora datuje się jednak dopiero od XVII w. Najstarszym bankiem wyspecjalizowanym w bankowości prywatnej jest istniejący od 1664 r. i mający

siedzibę w Londynie Bank Child & Co. Nieco później, bo w 1692 r. rozpoczął działalność londyński Bank Coutts, który obsługuje rodzinę królewską. I to powstanie właśnie tego banku przyjmuje się jako początek bankowości prywatnej. W 1741 r. wraz z powstaniem banku Weglin działalność w tym zakresie rozpoczęła się w Szwajcarii. W XX wieku private banking ewoluował wraz z globalizacją gospodarek i rosnącą liczbą osób z wyższymi majątkami. Wzrosła konkurencja w branży, a banki zaczęły oferować coraz bardziej zaawansowane i zróżnicowane usługi, takie jak różnego rodzaju instrumenty inwestycyjne, zarządzanie ryzykiem oraz planowanie dziedziczenia. Najważniejszymi bankami prywatnymi oferującymi private banking są obecnie przede wszystkim instytucje w Szwajcarii i USA, m.in.: UBS i Citibank.

Private banking w Polsce

Private banking w Polsce ma dopiero 30 lat. Jako pierwszy udostępnił tego typu usługę w 1993 r. Bank Handlowy w Warszawie. W drugiej połowie lat 90.

świadczaniem tego typu usług zajmowała się już większość banków detalicznych w kraju i tak jest w zasadzie do dzisiaj. Oferta ewoluowała od zarządzania kapitałem (inwestycje w instrumenty finansowe oraz różne lokaty terminowe) do znacznie bardziej zróżnicowanych usług o różnorodnym charakterze obejmującym nawet pomoc w różnych sytuacjach życiowych w domu i podróży. Wspólną cechą wyróżniającą ten segment z całego pakietu przeznaczanego dla klientów detalicznych jest „bilet wstępu”, który stanowi co najmniej 1 mln zł na koncie. Tylko jeden bank (Citi Handlowy SA) za kryterium przyjął aktywa wynoszące minimum 4 mln zł.

– Bankowość prywatna w Polsce charakteryzuje się bardzo krótką tradycją. Brakuje tu kapitału gromadzonego od co najmniej kilku pokoleń. W odróżnieniu od zagranicznej bankowości prywatnej, której historia sięga kilkuset lat. Najstarszym bankiem wyspecjalizowanym w bankowości prywatnej jest na przykład mający siedzibę w Londynie Bank Child & Co. Natomiast

londyński Bank Coutts, który obsługuje rodzinę królewską, rozpoczął działalność w 1692 roku. Często za symboliczne początki bankowości prywatnej przyjmuje się powstanie właśnie tego banku. Niemniej jednak rynek private banking rozwija się w bardzo szybkim tempie. Ze względu na postępującą edukację ekonomiczną, dojrzałość rynku i sukcesje powiększa się liczba beneficjentów bankowości prywatnej. Oferta produktowa czołowych polskich banków jest bardzo atrakcyjna. Jakość obsługi i produkty nie odbiegają od zachodnich standardów, a strategię i inwestycje są praktycznie nieograniczone – podkreśla Katarzyna Tomaszewska, dyrek-

tor Departamentu Bankowości Prywatnej i Usług Maklerskich w Banku Pekao.

Znaczącą rolę w private banking, nie tylko w naszym kraju, zaczyna odgrywać też ESG. Dlaczego ten wątek poruszamy w akapicie o historii? Bo ESG to historyczna zmiana dla gospodarek w globalnym ujęciu.

Czy zrównoważone inwestowanie jest już stałym elementem strategii inwestycyjnych w Private Banking? – Muszę powiedzieć, że nie jest. Niemniej jednak uważam, że jest to tylko kwestia czasu i pokonania dwóch przeszkód. Po pierwsze, należy zrozumieć co w ESG

jest ważne, a po drugie rzetelnie raportować wpływ firm na środowisko. Obowiązki informacyjne będą wzrastać i już niebawem będzie można łatwiej porównywać przysłowiowe jabłka do jabłek. Należy dodać, że ubiegły rok był kluczowy dla polskiego rynku i inwestorów indywidualnych. Firmy inwestycyjne, jak np. Biuro Maklerskie Alior Banku, zostały zobligowane do pytania klientów o preferencje w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dzięki temu wiemy, dla ilu z nich jest to ważne – mówi **Jacek Janiuk, dyrektor Biura Maklerskiego, dyrektor Departamentu Private Banking w Alior Banku.**



– Jeśli chodzi o ofertę,

to z ponad 300 dostępnych u nas funduszy, już 1/4 deklaruje realizację celów spójnych z ESG a będzie ich coraz więcej. Firmy inwestycyjne więc są gotowe. Oczywiście zainteresowanie takimi rozwiązaniami będzie zależało od wzrostu świadomości wśród polskich klientów i zrozumienia, że zysk z inwestycji nie jest dziś najważniejszym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji o tym, jak ulokować wolne środki. Kluczowa jest odpowiedź na pytanie, dlaczego powinienem zainwestować w tę spółkę czy fundusz? Dla mnie odpowiedzią jest chęć, aby moje dzieci i wnuki żyły dłużej niż ja. Obecnie ze względu na zmiany klimatyczne może to nie być możliwe. Im prędzej jako inwestorzy to zrozumiemy, tym lepiej. To dziś podejmujemy decyzje na temat jutra. Jako Alior Bank jesteśmy gotowi, aby nasi klienci już dziś inwestowali odpowiedzialnie – podsumowuje. ■

Gdzie mieszka najwięcej milionerów





JACEK JANIUK

dyrektor Departamentu Private Banking oraz dyrektor Biura Maklerskiego Alior Banku

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie na rynku finansowym, które zdobywał zarówno w Polsce, jak i za granicą w firmach zajmujących się zarządzaniem aktywami (Invesco, AIG, Pekao) oraz bankowością prywatną (KBL European Private Bankers, Citi). Przeszedł wszystkie szczeble kariery inwestycyjnej od analityka,

przez zarządzającego funduszami, dyrektora departamentu inwestycyjnego, dyrektora departamentu bankowości prywatnej oraz członka zarządu. Od grudnia 2021 r. odpowiada w Alior Banku za Departament Bankowości Prywatnej. Przed dołączeniem do Alior Banku pełnił funkcję prezesa zarządu Pekao Towarzy-

stwo Funduszy Inwestycyjnych (Pioneer TFI). Jest absolwentem Politechniki Śląskiej w Gliwicach – kierunek Matematyka oraz absolwentem Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach – kierunek Finanse i Inwestycje. Posiada licencję doradcy inwestycyjnego oraz tytuł międzynarodowego analityka CIIA.



ZBIGNIEW KLUZA

Head of Private Banking, PKO Bank Polski

Kieruje Centrum Bankowości Prywatnej w PKO Banku Polskim. Z branżą finansową jest związany od ponad 25 lat. Ma ugruntowane kompetencje menedżerskie i wieloletnie, bogate doświadczenie w obszarze bankowości klientów zamożnych.

Karię rozpoczął w 2000 roku w banku Millennium, jako kierownik jednego z łódzkich oddziałów. Uczestniczył również w procesie rozwijania krajowej sieci oddziałów Millennium. Od 2005 roku pełnił funkcję dyrektora jednego z największych oddziałów banku Pekao w Polsce i zarazem pierwszego w Łodzi. Był też członkiem grupy talentów UniCredit w Eu-

ropie. W 2011 roku został dyrektorem regionalnym Deutsche Bank w regionie łódzkim. Z PKO Bankiem Polskim jest związany od 11 lat. W 2012 roku dołączył do banku w roli dyrektora sprzedaży. Przez sześć lat, jako dyrektor Biura Bankowości Osobistej, odpowiadał za rozwój segmentu klienta zamożnego. Był też liderem projektu transformacji sieci – Hybrydowy Rytm Sprzedaży, w ramach którego zbudowano nową strategię pracy, co pozytywnie wpłynęło na jakość świadczonych usług. W 2023 roku portal Moje-Bankowanie.pl wyróżnił kierowany przez niego obszar bankowości osobistej statuetką „Najlepsza

bankowość osobista” za najwyższą jakość obsługi w segmencie klienta zamożnego, nieustanny rozwój linii biznesowej, w tym sieci i kwalifikacji doradców. Od 1 lipca 2023 roku kieruje Centrum Bankowości Prywatnej, odpowiadając za kluczowych, najbardziej zamożnych klientów PKO Banku Polskiego. Absolwent wydziału Zarządzania na kierunku Zarządzanie i Marketing na Uniwersytecie Łódzkim. Kwalifikację oraz wiedzę pogłębiał na rocznym studium Management Development Prestige na Harvard Business School. Posiada także MBA, ze szkoły menadżerskiej Collegium Humanum.



BEATA MAJEWSKA

dyrektor zarządzający Pionu Wealth Management,
BNP Paribas Bank Polska

Absolwentka Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Manager z ponad dwudziestoletnim doświadczeniem w sektorach: FMCG oraz bankowym – w zakresie zarządzania sprzedażą, segmentem private banking, ofertą produktową oraz jakością usług. Z instytucjami finansowymi takimi jak Citibank czy Deutsche Bank związana jest od 1999 roku. Od maja 2018 roku w BNP Paribas Bank Polska zarządza obszarem bankowości prywat-

nej – BNP Paribas Wealth Management – która co roku zdobywa prestiżowe nagrody branżowe w Polsce i na świecie. Bankowość prywatna BNP Paribas w Polsce została wyróżniona przez Euromoney Private Banking nagrodą „The Best Private Banking Services Overall”, a w ramach konkursów World Finance Banking Awards oraz Global Private Banking Awards przyznano jej tytuł „Best Private Banking in Poland”. W roku 2023 już po raz

trzeci z rzędu BNP Paribas Wealth Management otrzymał nagrodę Best Private Bank in Poland w międzynarodowym konkursie Global Private Banking Innovation Awards organizowanym przez The Global Private Banker & The Digital Banker. Bank został wyróżniony również w tegorocznej edycji konkursu WealthBriefing European Awards 2023 w kategorii Best Wealth Management Business w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.



KRZYSZTOF ORLIK

dyrektor Centrum Bankowości Doradczej, ING Bank Śląski

Od początku swojej kariery zawodowej pracuje w sektorze finansowym, m.in. bankowości, ubezpieczeniach, doradztwie finansowym. Współtworzył jedną z pierwszych w Polsce firm typu IFA Goldenegg Niezależni Doradcy Finansowi. Przez ponad 15 lat pracował Generali Investments TFI (poprzednio Union Invest-

ment TFI), w tym jako dyrektor Departamentu Sprzedaży Detalicznej, blisko współpracując z ING Bankiem Śląskim. Od grudnia 2021 r. zarządza obszarem Private Banking w ING. Skupia się na utrzymaniu wysokich standardów obsługi klientów i rozwoju oferty, szczególnie usługi doradztwa inwestycyjnego. Ab-

solwent Uniwersytetu Wrocławskiego (politologia, prawo) oraz Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (MBA). Jest doktorem ekonomii, zajmuje się ekonomią behawioralną. Autor książki: „Makroekonomia behawioralna. Jak wyjaśnić zjawiska makroekonomiczne z wykorzystaniem ekonomii behawioralnej”.



WOJCIECH SIŃCZYK

dyrektor obszaru Wealth Management, Santander Bank Polska,
dyrektor Santander Biuro Maklerskie

Absolwent SGH w Warszawie na kierunkach Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze i Polityczne oraz Zarządzanie i Marketing, a także studiów doktoranckich. Ponadto ukończył Inter-Alpha Banking Program w INSEAD, Fontainebleau, we Francji.

Ma wieloletnie doświadczenie w zakresie rozwoju i zarządzania bankowością prywatną. Od roku 1998 związany był z Kredyt Bank, gdzie od 2000 roku tworzył od

podstaw, a następnie zarządzał i rozwijał Departament Private Banking.

W latach 2011-2018 był odpowiedzialny za rozwój rynku polskiego w Banku Hyposwiss w Zurychu oraz w Banque Privée BCP (Suisse) w Genewie.

W 2018 roku dołączył do Grupy Santander Bank Polska, gdzie odpowiadał za integrację z Deutsche Bank w obszarze Private Banking.

W 2020 roku powierzono mu funkcję dyrektora obszaru Wealth Management, w skład którego wchodzi departament Private Banking oraz Santander Biuro Maklerskie. Jest też członkiem rady nadzorczej Santander TFI. Prywatnie zwoleńnik aktywnego wypoczynku, amatorsko uprawia triathlon. W czerwcu tego roku ukończył zawody IRONMAN w Hamburgu na pełnym dystansie.



ARKADIUSZ STOLARSKI

dyrektor Departamentu Bankowości Prywatnej, Bank Millennium

Absolwent Wydziału Zarządzania i Marketingu Uniwersytetu Łódzkiego. Od roku 1997 związany z sektorem finansowym. Od początku piastował wysokie stanowiska menedżerskie w czołowych bankach w Polsce. Jako najistotniejsze punkty zawodowego życiorysu należy wyróżnić współpracę z Bankiem Handlowym, a następnie Citibankiem

Handlowym (stanowiska z obszaru zarządzania sprzedażą w segmencie klientów detalicznych i zamożnych), Getin Bankiem (członek Zarządu odpowiedzialny za sprzedaż w segmencie klientów detalicznych) oraz bankiem Raiffeisen (zarządzający siecią placówek detalicznych). Od 11 lat związany z Bankiem Millennium. W 2012 roku został po-

wołany na stanowisko dyrektora Departamentu Bankowości Prywatnej i od tego czasu zarządza zespołem Doradców stacjonujących na terenie całej Polski. Jako osoba odpowiedzialna za ten segment działalności biznesowej banku bierze też aktywny udział w kreowaniu i rozwijaniu oferty Bankowości Prywatnej Banku Millennium.



KATARZYNA TOMASZEWSKA

dyrektor Departamentu Bankowości Prywatnej, Bank Pekao

W sektorze bankowym pracuje od ponad 20 lat. Rozpoczęła drogę zawodową w Banku Handlowym w Warszawie w Sektorze Bankowości Detalicznej jako doradca najzamożniejszych klientów, a następnie pełniła funkcje kierownicze w strukturach regionalnych, była także odpowiedzialna za ofertę w obszarze funduszy inwestycyjnych. W latach 2011-2013 w Nordea Banku odpowiadała za przygotowanie strategii, zbudowanie zespołu

doradców private banking, oraz sprzedaż w tym segmencie. Od 2014 roku związana z Bankowością Prywatną Banku Pekao, początkowo jako dyrektor marketingu i rozwoju produktów, a obecnie dyrektor Departamentu Bankowości Prywatnej i Usług Maklerskich jest odpowiedzialna za realizację planów sprzedaży i wyniki w Pionie Bankowości Prywatnej i Produktów Inwestycyjnych. Uczestniczy w pracach strategicznych Komitetów

działających w Banku Pekao: Komitetu ds. Preferowanych TFI, Komitetu ds. Zarządzania Danymi i Jakością Danych, Komitetu Operacyjnego Systemów Motywacyjnych, Komitetu Rozwoju Banku. Ukończyła liczne szkolenia i kursy, w tym: CEEMEA Investment Training, Customer Focused Investment Sales Training, Huthwaite International SPIN, Motivating and motivating responsibilities delegation, Akademia Przywództwa.

zapowiedź

Już w kolejnym wydaniu!



Nagrody NAJLEPSZY PARTNER W BIZNESIE 2023

Zainteresowanych zapraszamy do kontaktu
Agnieszka.prasowska@federalmediacompany.com
Aleksandra.piekarska@federalmediacompany.com

INWESTOWAĆ ODPOWIEDZIALNIE

Zrównoważone inwestowanie nieodłącznie jest związane ze skrótem ESG, który pochodzi od słów Enviromental, Social oraz Governance. Tłumacząc na język polski to odpowiedzialność przedsiębiorstw w aspektach środowiskowych, społecznych i korporacyjnych.



JACEK JANIUK

dyrektor Biura Maklerskiego, dyrektor Departamentu Private Banking,
Alior Bank

Jeszcze kilkanaście lat temu zysk był najważniejszym czynnikiem prowadzonej działalności gospodarczej, a dla akcjonariuszy był wyznacznikiem sukcesu zarządu i modelu biznesowego przedsiębiorstwa. Dzisiejszy świat mocno przyspieszył i priorytety się zmieniły. Zachodzące zmiany społeczne czy środowiskowe spowodowały, że dużo mówi się chociażby o istocie dbania o neutralność klimatyczną.

Zmiana podejścia do ochrony środowiska

W odpowiedzi na tę potrzebę światowi giganci zmieniają

już swoje podejście do ochrony środowiska. Znaczna część firm notowanych na giełdach przyjęła strategię ESG, w ramach której raportują swoje działania. Firma Apple już trzy lata temu ogłosiła, że do 2030 r. chce być neutralna względem emisji CO₂. Prezes największej na świecie spółki zarządzającej aktywami, BlackRock, w 2018 r. zapowiedział zmianę podejścia do firm, które służą tzw. celowi społecznemu.

ESG wciąż nie jest tematem łatwym, zwłaszcza z punktu widzenia społecznego i ustawodawczego. Z jednej strony wymaga ogromnych nakładów inwestycyjnych na transformację

całej gospodarki. Z drugiej strony rozwój wg starego modelu, który trwa od rewolucji przemysłowej w Anglii i wpływa na zmiany klimatu, nie jest już możliwy. Mówiąc kolokwialnie, dziś najbardziej rozwinięte państwa, które miały największy wpływ na zanieczyszczenie środowiska, apelują do tych mniejszych, by wprowadziły politykę zero waste i może to budzić sprzeciw społeczny.

Kwestie ESG stały się ważne, dużo się o nich mówi i będą przybierać na sile. W mojej ocenie jest to jeden z kluczowych trendów, który będzie w miarę upływu czasu zyskiwał na ważności.

Kwestia czasu i pokonania przeszkód

Wracając jednak do pytania o to, czy zrównoważone inwestowanie jest już stałym elementem strategii inwestycyjnych w Private Banking, muszę powiedzieć, że nie jest. Niemniej jednak uważam, że jest to tylko kwestia czasu i pokonania dwóch przeszkód. Po pierwsze, należy zrozumieć co w ESG jest ważne, a po drugie rzetelnie raportować wpływ firm na środowisko. Obowiązki informacyjne będą wzrastać i już niebawem będzie można łatwiej porównywać przysłowiowe jabł-

**ESG WCIĄŻ NIE JEST
TEMATEM ŁATWYM,
ZWŁASZCZA Z PUNKTU
WIDZENIA SPOŁECZNEGO.**

ka do jabłek. Należy dodać, że ubiegły rok był kluczowy dla polskiego rynku i inwestorów indywidualnych. Firmy inwestycyjne, jak np. Biuro Maklerskie Alior Banku, zostały zobligowane do pytania klientów o preferencje w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dzięki temu wiemy, dla ilu z nich jest to ważne.

Jeśli chodzi o ofertę, to z ponad 300 dostępnych u nas funduszy, już 1/4 deklaruje realizację celów spójnych z ESG a będzie ich coraz więcej.

Firmy inwestycyjne więc są gotowe. Oczywiście zaintereso-

ZNACZNA CZĘŚĆ FIRM NOTOWANYCH NA GIEŁDACH PRZYJĘŁA STRATEGIĘ ESG, W RAMACH KTÓREJ RAPORTUJĄ SWOJE DZIAŁANIA.

wanie takimi rozwiązaniami będzie zależało od wzrostu świadomości wśród polskich klientów i zrozumienia, że zysk z inwestycji nie jest dziś najważniejszym

czynnikiem przy podejmowaniu decyzji o tym, jak ulokować wolne środki. Kluczowa jest odpowiedź na pytanie, dlaczego powiniennem zainwestować w tę spółkę czy fundusz? Dla mnie odpowiedzią jest chęć, aby moje dzieci i wnuki żyły dłużej niż ja. Obecnie ze względu na zmiany klimatyczne może to nie być możliwe. Im prędzej jako inwestorzy to zrozumiemy, tym lepiej. To dziś podejmujemy decyzje na temat jutra. Jako Alior Bank jesteśmy gotowi, aby nasi klienci już dziś inwestowali odpowiedzialnie.

Materiał partnera

reklama



**ALIOR
BANK**

INWESTYCJE

**INWESTUJ
ODPOWIEDZIALNIE**

z funduszem inwestycyjnym
**Alior Odpowiedzialny, promującym
aspekty środowiskowe i społeczne**

Powyższa informacja ma wyłącznie charakter marketingowo-informacyjny i jest upowszechniana w celu reklamy produktów i usług inwestycyjnych. Produkty inwestycyjne są obarczone ryzykiem inwestycyjnym, z możliwością utraty części lub nawet całości zainwestowanego kapitału. Alior Bank SA z siedzibą w Warszawie, ul. Łopuszańska 38D, wpisany do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIV Wydział Gospodarczy, pod numerem KRS 0000305178, o kapitale zakładowym 1 305 539 910 zł, opłaconym w całości, posiadający numer statystyczny REGON 141387142 i numer identyfikacji podatkowej (NIP) 1070010731. Biuro Maklerskie Alior Banku SA jest wydzieloną organizacyjnie jednostką w strukturach Alior Banku SA.

PRIVATE BANKING – MIESZANKA TRADYCJI I NOWOCZESNOŚCI

Rozmowa z **Katarzyną Tomaszewską**, dyrektorką Departamentu Bankowości Prywatnej w Banku Pekao.

Jaki jest profil klienta korzystającego z usług private banking w Polsce?

Czy możemy mówić o typowym „wzorcu klienta”? Głównymi klientami polskiego rynku bankowości prywatnej do niedawna byli wyłącznie klienci będący na etapie fazy gromadzenia majątku. Dopiero ostatnie lata przynoszą istotne zmiany. Pojawili się przedsiębiorcy i inwestorzy, którzy po 20 czy 30 latach ciężkiej pracy potrzebują, by ich majątkiem zaopiekował się ktoś kompetentny. Ich dzieci dorosły i w wielu przypadkach przejmują udziały w firmach, nieruchomościach czy aktywa finansowe. Powstaje pierwsze ogniwo wielopokoleniowego gromadzenia majątku, które jest początkiem całego skomplikowanego procesu dziedziczenia, z jakim na Zachodzie mamy do czynienia od setek lat. W Polsce 80 proc. klientów private banking to przedsiębiorcy. W krajach z długą historią gromadzenia majątku 80 proc. to pieniądze dziedziczone.

W Polsce dopiero dochodzi my do tego etapu. Jesteśmy dziś w momencie zmiany pokoleniowej. W ostatnich latach widzimy również zmiany, jeśli chodzi o wiek klientów korzystających z bankowości prywatnej. Nowi

klienci to osoby, których średnia wieku wynosiła około 40 lat. To znacznie poniżej średniej rynkowej, która jest na poziomie 50-60 lat.

Jak oczekiwania klientów i oferta banków zmieniły się na przestrzeni lat w kontekście oferty private banking w Polsce?

Żeby dobrze zrozumieć ideę bankowości prywatnej, trzeba spojrzeć na potrzeby osób, które mają większy niż przeciętnie majątek. Nie chodzi tylko o ilość pieniędzy na koncie – chodzi też o posiadane nieruchomości, firmy, pasywa i aktywa. I tutaj wkracza oferta bankowości prywatnej, która w istocie jest zarządzaniem majątkiem. Na to składa się szereg usług, które sprowadzają się do tego, by majątek klienta był bezpieczny i przynosił zyski. Sama idea private banking się nie zmieniła na przestrzeni lat, bankowość prywatna to przede wszystkim odpowiednia relacja z klientem, indywidualne doradztwo oraz zaawansowane produkty i usługi finansowe. Zmieniły się natomiast oczekiwania klientów oraz otoczenie, w którym świadczymy usługę. W konsekwencji dynamicznie rozwinęła się oferta produktowa,

zakres świadczonych usług czy kanały dostępu.

Istotą bankowości prywatnej stanowi przede wszystkim indywidualne podejście do klienta, bogata – „szyta na miarę” – oferta produktowa, która wykracza poza klasyczne produkty i usługi bankowe. Osoby korzystające z bankowości prywatnej mają do swojej dyspozycji bankiera, do którego zadań należy utrzymanie stałego kontaktu oraz zapewnienie indywidualnej i dyskretnej obsługi. Klienci zwracają uwagę na kompleksowość. Nie patrzymy już tylko na zaspokajanie ich potrzeb przez pryzmat produktów inwestycyjnych, ale również na różne aspekty życia naszych klientów. Pomagamy szukać miejsc w elitarnych szkołach czy w zakupie nieruchomości.

Rynek private banking rozwija się w bardzo szybkim tempie. Prognozy mówią, że w Polsce segment bankowości prywatnej będzie rósł z największą dynamiką w Europie. Wpływ na to ma zmiana pokoleniowa i sukcesja w przypadku biznesmenów, którzy zbudowali swoje firmy w ostatnich 30-40 latach. A także skokowy rozwój branży IT i nowych technologii, z której w dużej mierze wywodzą się tzw. nowi zamożni konsumenci.

Czy, a jeśli tak, to jak oferta polskich banków w zakresie private banking różni się od oferty banków funkcjonujących w innych krajach Unii Europejskiej?

Bankowość prywatna w Polsce charakteryzuje się bardzo krótką tradycją. Brakuje tu kapitału gromadzonego od co najmniej kilku pokoleń. W odróżnieniu od zagranicznej bankowości prywatnej, której historia sięga kilkuset lat. Najstarszym bankiem wyspecjalizowanym w bankowości prywatnej jest na przykład mający siedzibę w Londynie Bank Child & Co. Natomiast londyński Bank Coutts, który obsługuje rodzinę królewską, rozpoczął działalność w 1692 roku. Często za symboliczne początki bankowości prywatnej przyjmuje się powstanie właśnie tego banku. Niemniej jednak rynek private banking rozwija się w bardzo szybkim tempie. Ze względu na postępującą edukację ekonomiczną, dojrzałość rynku i sukcesje powiększa się liczba beneficjentów bankowości prywatnej. Oferta produktowa czołowych polskich banków jest bardzo atrakcyjna. Jakość obsługi i produkty nie odbiegają od zachodnich standardów, a strategie i inwestycje są praktycznie nieograniczone.

Czy oferta dla zamożnych klientów ogranicza się do pakietu standardowych usług, które może otrzymać każdy klient, czy jest w niej coś wyjątkowego?

Urok bankowości prywatnej polega na tym, że jest mieszanką tradycji i nowoczesności. Patrząc przez pryzmat potrzeb klientów,



jesteśmy gotowi na świadczenie usługi zarówno w ramach tradycyjnej bankowości opartej na spotkaniach, jak i kontakcie personalnym, ale jednocześnie zdajemy sobie sprawę z faktu, że na znaczeniu zyskują zdalne kanały kontaktu z klientem, na co wpływ mają zmiany demograficzne, ale również ostatnie doświadczenia związane z pandemią.

Private banking był przez lata postrzegany przez pryzmat kumulowania zysków z inwestycji oraz szerokiej palety produktów, głównie inwestycyjnych, dedykowanych dla tego segmentu. Dziś zamożni klienci szukają w pierwszej kolejności bezpieczeństwa i adaptacji do nowych technologii oraz innowacji.

Następujący aktualnie przełom w wykorzystywaniu nowych technologii sprawia, że jesteśmy świadkami zmieniających się oczekiwań klientów co do zakresu i sposobu obsługi. Zmiana ta jest efektem zmiany pokoleniowej następującej wśród klientów private banking, coraz częściej są to osoby młode, których preferencje w zakresie obsługi zdecydowanie koncentrują się wokół zdalnych kanałów kontaktu, które umożliwiają im dostęp do informacji zawsze i wszędzie.

W USA banki przekraczają granicę między światem realnym a wirtualnym, już szkolą ponad 4 tys. bankierów w zakresie wirtualnej rzeczywistości. Nie chodzi tylko o kompetencje techniczne, lecz także budowanie i pogłębianie relacji z klientami. Podobne inicjatywy realizowane są we Francji czy w Kuwejcie, gdzie w wirtualnych okienkach bankowych pojawiają się hologramy

bankierów. Przewiduje się, że już niedługo około 20 proc. klientów będzie korzystać z bankowości 3D do realizacji codziennych transakcji. W Hongkongu i Singapurze klienci bankowości prywatnej mogą już inwestować w rzeczywistość wirtualną.

Bankowość prywatna od ponad ćwierć wieku oferuje wyjątkową obsługę i rozwiązania finansowe dla zamożnych klientów. Zmieniamy się wraz z ich potrzebami i rynkowymi trendami, dając dostęp do całej palety produktów inwestycyjnych i nie tylko. Zgodnie z naszą strategią podążamy za współczesnymi technologiami, innowacjami i trendami rynkowymi, ponieważ tego oczekują od nas klienci, jednym z nich jest szeroko rozumiany blockchain, bez którego nie byłoby projektu Unique.

Bank Pekao S.A. jako pierwsza tradycyjna instytucja finansowa na świecie stokenizowała sztukę. NFT z elementami kompozycji malarskiej Rafała Bujnowskiego zostały powiązane z limitowaną liczbą kart płatniczych Unique wprowadzonych wspólnie z Mastercard. Każda z kart na awersie

RYNEK PRIVATE BANKING ROZWIJA SIĘ W BARDZO SZYBKIM TEMPIE. PROGNOZY MÓWIĄ, ŻE W POLSCE SEGMENT BANKOWOŚCI PRYWATNEJ BĘDZIE RÓŚŁ Z NAJWIĘKSZĄ DYNAMIKĄ W EUROPIE.

posiada nadrukowany fragment obrazu „Ściana pracowni”, który jest połączony z niewymienialnym tokenem.

Jak widać na powyższym przykładzie, wychodzimy poza standardowe produkty i usługi i to właśnie nas wyróżnia na rynku.

Ilu klientów w tym segmencie obsługuje dziś Państwa bank i w jakim tempie ta liczba się zmienia?

Jesteśmy jednym z największych private bankingów w Polsce i to nie przeszkadza nam w dalszym dynamicznym rozwoju tego segmentu klientów w Banku Pekao.

Mocno obecny w mediach jest aktualnie temat sukcesji, ustawy o fundacjach rodzinnych. Jaki wpływ jej implementacja będzie miała na funkcjonowanie sektora private banking w Polsce? Banki są gotowe na doradzanie firmom rodzinnym w tej materii?

Tak naprawdę temat sukcesji przenika w rozmowach w rodzinach i w firmach już od bardzo dawna. Obecnie firmy zakładane na przestrzeni zmiany ustrojowej stoją u progu sukcesji, a ich właściciele dochodzą do wniosku, że jest to temat, którego nie mogą dalej wypierać i powinni podejść do tego bardziej świadomie. A to bardziej świadome podejście do tego tematu jest możliwe poprzez omówienie całego procesu w gronie rodzinnym oraz kontakt z osobami, które pomogą przejść przedsiębiorcy przez te zagadnienia w sposób bardziej poukładany. Zachęcamy do rozmów w gronie rodziny i omawiania wszelkich,

nawet tym najmniej wygodnych przypadków i nieoczekiwanych scenariuszy. Obecnie przepisy umożliwiają szersze spojrzenie i dodatkowe narzędzie do realizacji wielopokoleniowej sukcesji, w tym również z wykorzystaniem filantropii. Nestor w tej roli występuje po raz pierwszy, dlatego tak ważne jest dla niego zrozumienie tematu przyszłości jego firmy i zaplanowania przekazania jej w ręce kolejnych pokoleń lub wykorzystania sprzedaży firmy w przypadku braku spadkobiorców.

Family Office jest przeznaczony dla klientów bankowości prywatnej i firm rodzinnych. Polega na holistycznym wsparciu klienta i relacji z bankierami i doradcami firmowymi przy kompleksowym zarządzaniu majątkiem. Jednym z celów tej bezpłatnej usługi jest też zaplanowanie i bezpieczne zrealizowanie procesu sukcesji, przy ograniczeniu ryzyka jej zajścia w sposób niekontrolowany i przypadkowy, a następnie zarządzanie majątkiem prywatnym i firmowym w jednym miejscu. Wyróżnikiem oferty banku jest nowoczesne zarządzanie filantropią pozwalającą na budowanie silnej marki w obszarze dobroczynności zgodnie z wizją filantropa. Family Office pomoże również w powoływaniu fundacji rodzinnych, na bazie przepisów, które w maju weszły w życie. Dzięki nim majątek firmy może zostać zatrzymany w jednych rękach. To pozwala na dalszy płynny rozwój przedsiębiorstw. Do najważniejszych wyzwań związanych z przekazaniem władzy nad firmą, a zwłaszcza własności, należą aspekty psychologiczne (w tym m.in. przywiązanie nestorów do własności biznesu) oraz preko-

75 PROC. POWODZENIA I SUKCESU PODCZAS REALIZACJI PROCESU SUKCESJI ODBYWA SIĘ DZIĘKI PSYCHOLOGII, A POZOSTAŁE 25 PROC. STANOWIĄ ASPEKTY PRAWNO-PODATKOWE.

wanie potencjalnych sukcesorów do „przejęcia sterów”. 75 proc. powodzenia i sukcesu podczas realizacji procesu sukcesji odbywa się dzięki psychologii, a pozostałe 25 proc. stanowią aspekty prawno-podatkowe.

Pekao S.A. jako pierwszy bank w Polsce wprowadza tę usługę dla klientów bankowości prywatnej i firm rodzinnych. Wyróżnikiem oferty są narzędzia do nowoczesnego zarządzania filantropią pozwalającą na budowanie silnej marki w obszarze dobroczynności.

Przed nami historyczny moment, w którym rozpoczyna się cały, skomplikowany proces transferu międzypokoleniowego. Mając w ofercie Family Office jesteśmy w pełni przygotowani na to, by kompleksowo wspierać klientów w procesie sukcesji na każdym etapie jej planowania i przeprowadzania. Spodziewamy się, że około połowa firm prywatnych stanie przed tym wyzwaniem w perspektywie najbliższych kilku lat i będzie to jeden z wiodących obszarów w bankowości prywatnej.

Jak zbudować partnerską, opartą na zaufaniu relację z klientem?

Stawiamy na relacje i mądre, odpowiedzialne inwestowanie, bez zbędnego ryzyka. Od lat przekonujemy klientów do długoterminowej perspektywy w zarządzaniu majątkiem

Bankowość prywatna to przede wszystkim odpowiednia relacja z klientem, indywidualne doradztwo oraz zaawansowane produkty i usługi finansowe. Ważne, aby doradca dobrze znał charakter, przyzwyczajenia oraz potrzeby swojego klienta, by mógł dostosować odpowiednie rozwiązania finansowe.

Gdy nadchodzi niespodziewany kryzys, a ostatnimi czasy niestety mamy ich pod dostatkiem i mam tu na myśli pandemię, wojnę w Ukrainie i zawirowania geopolityczne, to wtedy sprawdzają się relacje budowane od wielu lat, a najważniejsze jest poczucie stabilności oraz bezpieczeństwa. Myślę, że to jest fundament, który z jednej strony zapewnia tak dużą instytucją, jaką jest Bank Pekao, z drugiej – usługą private banking. Dla klientów bankowości prywatnej kluczowe jest zabezpieczenie aktywów. Mamy pewną zmianę optyki. Jeszcze niedawno standardem na polskim rynku, szczególnie w segmencie private banking, było szukanie okazji inwestycyjnych. Teraz klienci zainteresowani są bardziej ochroną aktywów zamiast bardzo agresywnych inwestycji.

Dla nas fundamentem są relacje i budowanie zaufania w kontakcie z klientem, takie podejście do prowadzenia biznesu powoduje, że niezmiennie jesteśmy uznawani za najlepszą bankowość prywatną zarówno przez ekspertów, jak również naszych klientów. ■