

2025-11-18 raport nr 25/2025: Strategia ING Banku Śląskiego S.A. „ING. W rytmie życia”.

Zarząd ING Banku Śląskiego S.A. („Bank”) informuje, że 17 listopada 2025 roku przyjął, a Rada Nadzorcza zatwierdziła nową Strategię Grupy ING Banku Śląskiego S.A. „ING. W rytmie życia”. Poniżej Bank przedstawia główne długoterminowe założenia biznesowe i ambicje finansowe.

Bank zakłada umocnienie pozycji rynkowej w kluczowych obszarach poprzez strategię odpowiadającą na najważniejsze trendy: demograficzne, społeczne, gospodarcze i technologiczne.

Ambicją Banku jest tworzenie najwyższej jakości usług i produktów, które zapewnią maksymalny poziom satysfakcji klientów – dzięki nowoczesnym rozwiązaniom cyfrowym i wykorzystaniu sztucznej inteligencji. Bank chce wspierać klientów w ich rozwoju, inwestycjach, w podejmowaniu codziennych decyzji finansowych oraz być strategicznym partnerem w projektach kształtujących polską gospodarkę.

Strategia Grupy ING Banku Śląskiego S.A. „ING. W rytmie życia” wyznacza następujące długoterminowe ambicje finansowe:

- Wskaźnik ROE, po korekcie o MCFH, ok. 19% - kapitały własne z wyłączeniem kapitału z aktualizacji wyceny instrumentów zabezpieczających przepływy pieniężne.
- Wskaźnik C/I na poziomie ok. 37% - bez uwzględnienia podatku bankowego.
- Dywidenda do 75% zysku netto – z zachowaniem zasady ostrożnego zarządzania, przy uwzględnieniu wymogów regulacyjnych i planów rozwojowych Grupy Kapitałowej Banku.

Jednocześnie Bank zwraca uwagę, że w ostatniej dekadzie utrzymywał średni koszt ryzyka na poziomie poniżej 0,6%, co odpowiada wartości uznawanej za ustabilizowany koszt ryzyka (seasoned cost of risk).

W przypadku ambicji biznesowych Bank przyjął perspektywę 2035 roku. W strategii „ING. W rytmie życia” Bank chce stać się w Polsce najbardziej lubianym (Most loved), najbardziej wpływowym (Most impactful) oraz najbardziej cenionym (Most valued) bankiem zarówno dla klientów detalicznych, jak i korporacyjnych.

W obietnicy dla klientów Bank deklaruje:

1. Tworzyć wyjątkową jakość i komfort korzystania z usług wykorzystując innowacje cyfrowe oraz możliwości sztucznej inteligencji.
2. Być asystentem w zarządzaniu majątkiem i podejmowaniu dobrych decyzji finansowych.
3. Być strategicznym partnerem w kluczowych projektach dla Polski.

Bank realizując strategię będzie koncentrować się na 5 priorytetach z perspektywą osiągnięcia kluczowych założeń do 2035 roku:

1. Wzrost liczby nowych klientów. Bank planuje osiągnąć poziom przekraczający 7,5 mln klientów w porównaniu z 5,1 mln w 2024 roku, w tym liczba klientów indywidualnych ma wzrosnąć do ponad 6,6 mln z 4,6 mln w 2024 roku, liczba klientów Private Banking ma osiągnąć poziom ponad 50 tys. w porównaniu z 15 tys. w 2024 roku, a liczba klientów segmentu korporacyjnego ma wzrosnąć do ponad 800 tys. z 573 tys. w 2024 roku. Wzrost ma być realizowany w oparciu o najwyższe standardy jakości i efektywności.
2. Inwestycje, emerytury oraz oszczędności. Bank w segmencie detalicznym w produktach inwestycyjno-emerytalnych zakłada wzrost do ponad 12% udziału rynkowego z 6% w 2024 roku oraz zwiększenie liczby klientów posiadających inwestycje do 1 mln z poziomu 334 tys. w 2024 roku. Bank chce osiągnąć ponad 2-krotny wzrost depozytów detalicznych z poziomu 126 mld zł w 2024 roku oraz około 2-krotny wzrost depozytów korporacyjnych w porównaniu z 92 mld zł w 2024 roku.



3. Zwiększenie akcji kredytowej. Bank w kredytach hipotecznych zamierza osiągnąć około 2,5 krotny wzrost wolumenu z poziomu 61 mld zł w 2024 roku. Zakłada również wzrost udziału rynkowego w kredytach konsumenckich do ponad 8% z niecałych 5% w 2024 roku. Bank chce osiągnąć ponad 2 krotny wzrost wartości kredytów korporacyjnych z poziomu 96 mld zł w 2024 roku. W leasingu dla przedsiębiorstw zakłada wzrost udziału w rynku do 5% z 1% w 2024 roku.
4. Rozwój nowoczesnej oferty produktowej. Bank planuje wprowadzenie innowacyjnych usług dodatkowych, w tym modelu subskrypcyjnego.
5. Wygodna bankowość dla klientów. Bank chce osiągnąć ten cel w oparciu o najlepszą na rynku aplikację mobilną – najwyższe noty w AppStore i Google Play, umocnioną pozycję lidera w NPS (Net Promoter Score) dla klientów detalicznych i klientów korporacyjnych, nowoczesne voiceboty i chatboty oraz wysoki 95% poziom automatyzacji procesów (80% obecnie), wraz z 99% poziomem jakości i terminowości w obsłudze kluczowych procesów operacyjnych.

Bank zdefiniował elementy wspierające w realizacji strategii, wśród których są: silny brand, innowacyjna technologia, skalowalny model operacyjny, nowoczesne zarządzanie ryzykiem i finansami, pozycja najlepszego pracodawcy i zrównoważony rozwój.

Podstawa prawna: art. 17 ust. 1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z 16 kwietnia 2014 roku (Rozporządzenie MAR).

