

„Dorim să contribuim
la dezvoltarea serviciilor
bancare și la stabilitatea
financiară a țării.”

LÁSZLO DIOSI: SCHIMBĂRILE VOR FI „FOARTE VIZIBILE”

LA MIJLOCUL ANULUI 2019, UNUL DINTRE CEI MAI MARI FURNIZORI INDEPENDENȚI DE SERVICII FINANCIARE DIN EUROPA CENTRALĂ ȘI DE EST, OTP GROUP DIN UNGARIA, A PRELUAT DE LA GRUPUL FRANCEZ SOCIÉTÉ GÉNÉRALE UNA DINTRE BĂNCILE DE TOP DIN REPUBLICA MOLDOVA, MOBİASBANCA GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE. POTRIVIT NOULUI PREȘEDINTE AL BĂNCII, LÁSZLO DIOSI, OTP GROUP ARE PLANURI AMBIȚIOASE PENTRU MOBİASBANCA, IAR SCHIMBĂRILE ȘI KNOW-HOW-UL PE CARE ACESTA LE ADUCE VOR FI "FOARTE VIZIBILE" DEJA ÎN PRIMELE LUNI ALE ANULUI 2020. ÎNTR-UN INTERVIU ACORDAT ÎN EXCLUSIVITATE REVISTEI PROFIT, LÁSZLO DIOSI VORBEȘTE DESPRE OBIECTIVELE SALE PRINCIPALE LA MOBİASBANCA, DESPRE CONCURENȚĂ, RELAȚIILE CU CLIENȚII ȘI ACȚIONARIII MINORITARI, PRECUM ȘI AȘTEPTĂRILE PE CARE LE ARE DIN PARTEA ECHIPEI.

Profit: Dle Diósi, dețineți funcția de Președinte al Comitetului de Direcție – CEO, Mobiasbanca – OTP Group S.A. din iulie 2019. Cum ați caracteriza situația la Mobiasbanca în momentul preluării funcției de CEO?

L.D.: În primul rând, am găsit o bancă stabilă, cu toți indicatorii financiari și toate procedurile în regulă. De asemenea, am descoperit aici colegi foarte buni, care împreună formează o echipă unită și profesionistă. În Republica Moldova am găsit o piață financiară stabilă și plină de promisiuni.

Profit: Care sunt trei cele mai importante sarcini care au fost stabilite în fața Dvs. de conducerea OTP Group?

L.D.: Cea mai importantă sarcină este de a dezvolta o strategie de creștere organică. O altă sarcină este de a elabora o strategie de dezvoltare a băncii pe termen lung, astfel încât OTP Group să devină, metaforic vorbind, un cetățean bun, corect și responsabil al RM.

Profit: De cât timp este nevoie pentru a realiza sarcinile stabilite și ce intenționați să faceți în acest scop?

L.D.: Am demarat procesul în forță și sper că rezultatele vor fi foarte vizibile într-un an de zile. Într-o organizație atât de mare precum este Mobiasbanca, impactul nu se vede imediat. Aș compara Mobiasbanca cu o corabie mare, care este pur și simplu obligată să facă toate manevrele încet și cu mare atenție. O asemenea corabie se mișcă foarte și foarte încet, dar, odată ce procesul a început, rezultatele nu întârzie să apară. Intenționăm să facem mai multe lucruri în paralel pentru a avea un impact

general cât mai vizibil. În acest proces, OTP Group se bazează, în mod prioritar pe echipa Mobiasbanca.

Profit: Când spuneți schimbări vizibile, la ce anume vă referiți?

L.D.: Mă refer la serviciile online și la procedurile de aprobare a creditelor și de deservire a clienților în cadrul filialelor. Vom încerca să avem impact pe orice platformă de interacțiune cu clienții.

Profit: Ce v-a surprins plăcut în activitatea Mobiasbanca în particular și a sistemului bancar al RM în general?

L.D.: Insist pe subiectul care vizează personalul uman. Banca are angajați buni și are potențial. Vizitez intens filialele Mobiasbanca și sunt plăcut surprins să întâlnesc angajați dedicați, competenți, bine pregătiți, receptivi și gata să depună eforturi pentru a ne atinge obiectivele.

Cât privește piața bancară a RM, cred că este una bine dezvoltată și competitivă. După curățarea și revitalizarea sistemului bancar ca urmare a furtului miliardului, pe piață va exista o concurență, așa spune eu, acerbă. Cel puțin între cinci cei mai mari jucători. Consumatorii vor avea doar de câștigat de pe urma acestei concurențe.

Profit: Dar care sunt aspectele care credeți că ar trebui îmbunătățite? Sau asemenea aspecte nu există?

L.D.: Întotdeauna, la anumite capitole, există loc de mai bine. De exemplu, avem ce să dezvoltăm la capitolul produse și servicii. De asemenea, serviciile on-line și întreg procesul de digitalizare necesită îmbunătățire și dezvoltare.

Profit: După procurarea Mobiasbanca de OTP Group mai mulți experți locali au declarat că pentru Mobiasbanca urmează o perioadă de dezvoltare mult mai intensă, în care banca va promova o politică „mai agresivă”, iar concurența din partea ei va fi mai acerbă. Este adevărat?

L.D.: Da, desigur! Strategia acționarilor care intenționează să vândă o bancă diferă de cea a celor care o procură. După cum am spus deja, OTP Group vine cu o strategie de lungă durată pentru dezvoltarea băncii. Vom investi în Mobiasbanca și vom acorda o atenție deosebită concurenței și pieței.

Aș vrea să menționez faptul că OTP Group nu a venit pe această piață dintr-o simplă coincidență. Intenționăm de mai mult timp să intrăm pe această piață și am tot căutat momentul. Decizia grupului francez Societe Generale de a vinde Mobiasbanca a venit în momentul potrivit pentru noi. Am investigat oportunitatea și am văzut că strategiile și know-how-ul pe care Grupul OTP le folosește în companiile subsidiare din Ucraina, România, Serbia, Albania etc., pot fi folosite și în RM. În aceste țări am dezvoltat o serie de produse destinate sectorului agricol și celui de IT, domenii care sunt prezente și în Moldova. Recent, am fost surprins să aflu că exporturile de servicii IT din Moldova au depășit exporturile de produse agricole. Deci, ne putem aduce și noi contribuția la dezvoltarea acestui sector.

Profit: Se spune că este rău soldatul care nu dorește să devină general. Care este ambiția Mobiasbanca pentru poziția sa în sectorul bancar? Sau OTP Group nu pune astfel problema?

L.D.: Mobiasbanca se situează pe locul 3 potrivit unor indicatori și pe locul 4 potrivit altor indicatori. Strategia noastră prevede, în primul rând, focusarea pe clienții băncii. De asemenea, acordăm o atenție deosebită procesului de creare a valorii adăugate pentru acționari. Nu avem obiective în sine legate de locul pe care îl ocupăm pe piața bancară, dar ne bucurăm să fim în top 3 și vom depune eforturi pentru a ne menține pe această poziție sau chiar a urca mai sus. Dorim să fim printre liderii pieței, dar nu dorim să atingem acest scop cu orice mijloace. Dorim să ne dezvoltăm organic și să oferim servicii de înaltă calitate și cu valoare adăugată.

Profit: Vorbind despre clienți. La scurt timp după ce OTP Group și-a anunțat intenția de a procura Mobiasbanca, reprezentanții unei mari companii din RM, clienți ai Mobiasban-

ca, și-au exprimat speranța că noii acționari vor reduce din numărul „mult prea mare” de documente și proceduri necesare pentru contractarea unor credite. Potrivit lor, procedurile au devenit mult mai dificile după fraudarea bancară din 2014, inclusiv și pentru clienții cu o istorie de creditare foarte bună. Ce le puteți spune acestor clienți?

L.D.: În primul rând, vom avea nevoie de ceva timp pentru a înțelege mai bine piața RM. În al doilea rând, există domenii unde nu putem și nu vom face compromisuri. De exemplu, politicile de conformitate, procedul „Cunoaște-ți clientul”, care sunt obligatorii la nivelul OTP Group. Multe aspecte și cerințe care sunt deja în vigoare în UE vor fi implementate în curând și în RM, noi fiind printre primii care facem acest lucru.

Cât privește birocrăția, vom depune toate eforturile pentru a soluționa această problemă într-un termen scurt. Sperăm ca efectele să fie vizibile timp de 6 luni. OTP Group are deja experiența necesară la acest capitol.

Profit: În context, ce prevede business planul Mobiasbanca pentru anul 2020?

L.D.: La moment, suntem abia în proces de elaborare a planului pentru 2020. Nu vă pot da detalii cu privire la partea financiară a acestui plan, dar vă pot spune că, din perspectiva business-ului, el prevede dezvoltarea unui șir de produse noi, în special pentru sectorul agricol și pentru IMM. Deja am început să dezvoltăm serviciile on-line, care vor fi mult mai avansate și mai accesibile cel mult într-un an de zile. Lucrăm intens la aceste proiecte.

Profit: Ținând cont de experiența vastă pe care o aveți, ce puteți spune despre indicatorii ROE și ROA ai Mobiasbanca, precum și ai principalilor concurenți ai băncii?

L.D.: Indicatorii înregistrați de Mobiasbanca până în prezent arată destul de bine, iar noi suntem mulțumiți. Totuși, aceștia au fost influențați de turbulențele din 2014-2015. Acum piața bancară este în proces de stabilizare și urmează să vedem care ar fi indicatorii optimi pe piață.

Profit: De cât timp credeți că este nevoie pentru a integra Mobiasbanca în OTP Group?

L.D.: Experiența OTP Group în alte țări arată că această procedură durează circa 6 luni. Două luni au trecut deja, deci peste 4 luni, adică la începutul

lunii februarie 2020, Mobiasbanca ar trebui să fie complet integrată în OTP Group. Avem experiența și cunoștințele necesare pentru ca procesul să decurgă rapid și eficient.

Profit: Ce ne puteți spune despre procesul de reglementare a sectorului bancar în RM în comparație cu România și Ungara, țări în care ați activat anterior?

L.D.: Voi spune că acesta este foarte dezvoltat, iar BNM desfășoară o activitate extraordinară de bună. Suntem satisfăcuți de mediul creat pentru sectorul bancar. Metodologia aplicată de către BNM este conformă standardelor europene. Dezvoltarea este evidentă.

Profit: Considerați că Mobiasbanca este o bancă destul de capitalizată și suficient de profitabilă?

L.D.: Da, este! Este o bancă super-capitalizată, eficiența capitalului fiind mai mare de 20%. Este o cifră foarte și foarte confortabilă. Mobiasbanca în sine este suficient de capitalizată și lichidă, nivelul de depozite depășind nivelul de credite. În același timp, OTP Group, este cel mai puternic grup bancar din UE, ne asigură spatele și este gata să intervină în orice moment.

Profit: S-au observat modificări în dinamica depozitelor atrase sau a creditelor acordate de Mobiasbanca după schimbarea acționarilor?

L.D.: Nu am observat o schimbare majoră. Dinamica este practic aceeași. Acesta este un semn important pentru că OTP Group vine cu un mesaj de stabilitate și continuitate. Dorim să păstrăm tot ce a construit Societe Generale și să ne dezvoltăm în baza acestui fundament.

Profit: Intenționează noii acționari ai băncii să extindă rețeaua de filiale și agenții pe teritoriul republicii? Cât de mult?

Blitz-interviu

Ce cunoșteți despre sectorul bancar al RM înainte de a veni la Chișinău?

Cunoșteam ceva mai mult decât un consumator obișnuit de informații din UE. Acest lucru s-a datorat unor prieteni care au acordat servicii de consultanță la Chișinău după furtul miliardului și care mi-au povestit mai multe lucruri despre situația de aici.

Cum l-ați descrie pe bancherul László Diósi într-o frază sau în 3 cuvinte?

Este un jucător de echipă orientat spre clienți. Ca bancher, din păcate, trebuie să fii și un pic conservator.

Care sunt așteptările CEO László Diósi de la colectivul Mobiasbanca?

Să facem o echipă bună și performantă.

Dar la ce ar trebui să se aștepte colectivul Mobiasbanca de la noul ei CEO?

La crearea unor condiții în care angajații să vină dimineața la muncă cu dispoziție bună și să plece seara acasă cu realizări.

Ce v-a surprins plăcut la Chișinău?

Până acum, am avut parte doar de surprize plăcute. Orașul este plin de parcuri. Ambuteiajele sunt mult mai mici decât în București și în alte orașe mari europene. Viața culturală este foarte intensă, lucru care pe care îl apreciez în mod deosebit.

Dar ce v-a dezamăgit?

Lipsa zborurilor directe către Budapesta. Odată am greșit escala și călătoria mea a durat o zi întreagă.

L.D.: Nu intenționăm să facem acest lucru. Considerăm că cele 53 de filiale pe care Mobiasbanca le are în prezent pe întreg teritoriul țării este suficient. Ceea ce dorim să facem este să dezvoltăm serviciile on-line și serviciile de vânzări directe. Agenții de vânzări ai Mobiasbanca vor merge la clienții noștri. Acesta este planul pe termen lung.

De fapt, nu vom face altceva decât să urmărim practica internațională. Această abordare se numește în engleză „bank at work”, adică agenții băncii vin la locul de muncă al clientului și încearcă să le vândă produsele bancare sau discută aspectele tran-

zacțiilor pe care aceștia doresc să le realizeze. De fapt, băncile sunt aceeași comercianți și vânzători. Diferența este că noi nu vindem clienților produse sau servicii, ci bani și consultanță.

Personal, în calitate de client, nu am fost într-o filială de mai bine de 10 ani. Nu a fost nevoie să fac acest lucru. Eu fac toate operațiunile online, retrag bani de la bancomat și primesc cardurile prin poștă.

În prezent, majoritatea clienților care stau la coadă în filialele băncilor din RM fac tranzacții de rutină: transferuri bănești, schimb valutar, deschidere de depozite, achitare de facturi etc.

În țările din UE, marea majoritate a clienților efectuează deja aceste operațiuni on-line, iar sute de filiale se închid în fiecare an datorită nivelului înalt de digitalizare a serviciilor bancare. Este un proces inevitabil, care, sunt sigur, va ajunge și în RM într-un viitor nu foarte îndepărtat. Cozile pe care le vedem astăzi în filialele bancare din RM vor dispărea în 5 ani.

În același timp, eu nu cred în extreme. Nu cred că clienții nu pot fi educați și învățați să utilizeze tehnologiile. În același timp, nu consider că o bancă poate exista fără filiale. Filialele vor rămâne, dar se vor transforma într-un fel de consilier de familie. În prezent avem doctor, preot și profesor de familie - vom avea și bancher de familie. Acest



„NU AVEM OBIECTIVE ÎN SINE LEGATE DE LOCUL PE CARE ÎL OCUPĂM PE PIAȚA BANCARĂ, DAR NE BUCURĂM SĂ FIM ÎN TOP 3 ȘI VOM DEPUNE EFORTURI PENTRU A NE MENȚINE PE ACEASTĂ POZIȚIE SAU CHIAR A URCA MAI SUS. DORIM SĂ FIM PRINTRE LIDERII PIEȚEI, DAR NU DORIM SĂ ATINGEM ACEST SCOP CU ORICE MIJLOACE”.

LÁSZLO DIOSI, PREȘEDINTE AL COMITETULUI DE DIRECȚIE MOBIASBANCA

lucru este foarte important, deoarece la nivel de educație financiară nu stăm încă foarte bine, iar bancherul de familie va putea remedia situația la acest capitol.

Totodată, este foarte important să avem o relație onestă cu clienții și să le vindem ceea de ce ei au nevoie, nu ce dorim noi să le vindem. De exemplu, în multe cazuri, cardurile de credit sunt vândute greșit. Nu sunt de acord să vindem carduri de credit persoanelor care nu dețin depozite, deoarece cardul de credit este un instrument alternativ de investiții, nu un instrument de credit - clientul investește banii săi în depozite și în același timp se folosește de banii băncii. Dar dacă clientul nu înțelege acest lucru foarte bine, atunci costul acestor

credite va fi mare. Iar în rezultat vom avea clienți nemulțumiți și îndatorați. Deci, este mult mai bine să explicăm din start clienților toate riscurile și oportunitățile produselor bancare. Nu există produse bancare fără riscuri.

Profit: În cadrul unei conferințe internaționale organizate recent la Chișinău de BNM, ați vorbit despre intenția Mobiasbanca OTP Group de a înființa o fundație pentru educație financiară. Vă rog să ne dați mai multe detalii la acest capitol.

L.D.: Într-adevăr, intenționăm să creăm o fundație pentru educație financiară. Aceasta se va baza pe un know-how care este deja implementat

cu succes în Ungaria pe parcursul a 10 ani. Conceptul a fost dezvoltat cu sprijinul fondurilor europene, iar metodologia este verificată de Ministerul Educației din Finlanda.

În cadrul proiectului, am dezvoltat 8 module pentru copiii cu vârsta cuprinsă între 10 și 18 ani. Ultimul modul este destul de complicat. Nu cred că toți cei care lucrează în mediul financiar cunosc toate noțiunile incluse în acest modul.

Ulterior, fundația din Ungaria a creat o fundație similară în România, a tradus toată informația în limba română și a lansat proiectul în țara vecină. Participanții la proiect sunt familiarizați cu produsele bancare, sunt învățați să gestioneze bugetul familiei, să facă economii pe termen lung și chiar să se pregătească pentru perioada când nu vor mai activa și vor fi la pensie. În RM, la etapa inițială, vom lua doar modulele pentru copii.

Profit: Cum vor fi selectați copiii?

L.D.: În primul rând, vom testa proiectul pe copiii angajaților băncii și vom merge în școlile unde vom vedea că există deschidere. Experiența României și a Ungariei arată că elevii și profesorii care au participat la proiect recomandă cursul colegilor, iar aceștia solicită serviciile noastre. În prezent, în România, nu mai putem accepta oferte pentru anul viitor, deoarece toate locurile sunt deja ocupate. Sperăm foarte mult ca acest proiect să se bucure de același succes și în RM.

Profit: Recent, Mobiasbanca a anunțat un tender pentru procurarea a 3,5% din acțiunile care în prezent sunt deținute de acționarii minoritari. Care sunt așteptările de la acest tender? Aveți un mesaj pentru acționarii minoritari, în special pentru cei care vor decide să nu-și vândă acțiunile?

L.D.: Consider că oferta noastră este transparentă și, personal, aș accepta-o. Sper că tenderul va fi un succes.

Profit: În prezent, costul unei acțiuni Mobiasbanca, cu un preț nominal de 10 lei, este de 152 de lei. În opinia Dvs., acesta este un preț înalt, mic sau acceptabil?

L.D.: Consider că este un preț acceptabil.

Profit: Sursele revistei noastre susțin că OTP Group examinează posibilitatea achiziționării altor active bancare în RM, lucru care

fi va permite să urce pe locul întâi în topul instituțiilor financiar-bancare din RM. Cum comentați aceste informații?

L.D.: La moment ne focusăm pe proiectul de aliniere la OTP Group și pe proiectul de creștere organică. În același timp, niciodată nu comentăm zvonurile.

Profit: OPT Group deține companii subsidiare în peste 10 state din Europa Centrală și de Est. Cum se vede Moldova în marea familie a OTP Group și cum a fost ea primită în acest mare grup?

L.D.: Mobiasbanca a fost primită și este privită de către ceilalți membri ai OTP Group cu mare interes. Dar, aș vrea să accentuez faptul că în cadrul Grupului nu facem diferență între țările unde avem companii subsidiare – „X”, este o țară mare și importantă, iar „Y” este una mai mică și respectiv mai puțin importantă. Acolo unde suntem prezenți, dăm dovadă de seriozitate. Cum am menționat, în RM dorim să înțelegem piața locală și să o abordăm foarte serios și pe termen lung. Cred că avem know-how-ul potrivit pentru Republica Moldova și dorim să contribuim la stabilitatea financiară a țării și la dezvoltarea serviciilor bancare.■

DIN BIOGRAFIA LUI LÁSZLÓ DIÓSI

- Deține diploma MBA și este specializat în Finanțe, Management și Administrarea afacerilor; o experiență în domeniul bancar de peste 25 de ani.
- Și-a început activitatea în anul 1993, în Magyar Kulkereskedelmi Bank Rt., Hungary, în funcția de Membru al Programului de formare.
- La OTP Group și-a început activitatea în 1995, pe o perioadă de 5 ani (1995 – 2000), ocupând funcțiile de Coordonator Network, proiect BPR; Șef Regiunea Sud din Budapesta; Manager de Proiect privind Creditele Ipotecare.
- În perioada 2000 – 2004 a activat la K&H Bank, Hungary, unde a ocupat funcțiile de Deputy Chief Officer, Șef Divizia Retail Manager de Proiect pe Integrare; Șef Regiunea Retail din Budapesta și Ungaria Centrală.
- În anul 2005 revine la OTP Group, unde preia funcția de Director General Adjunct, Șef Divizia Retail OTP Bank România, apoi Director General și Președinte al Directoratului la OTP Bank România.