

PRIVATE BANKING

STYCZEŃ 2026



FUNDACJE RODZINNE: SUKCESJA W ŚWIECIE CYFROWYM

Przyszłość wealth management wyznaczają dzisiaj
oczekiwania młodszego pokolenia

KLIENCI ULTRAZAMOŻNI DEFINIUJĄ NOWY MODEL BANKOWOŚCI PRYWATNEJ

Jak wynieść ofertę i obsługę
na najwyższy poziom

ROZMAWIAŁA NATALIA CHUDZYŃSKA-STĘPIEŃ

FOTO ANTOINE DOYEN/
MIRAGE COLLECTIF

146

BNP PARIBAS WEALTH MANAGEMENT • BANK NA POKOLENIA



▼
**VIRGINIE
DELAUNAY,**
CEO BNP Paribas
Wealth Management,
przekonuje, że
planowanie sukcesji
tworzy podstawę do
zbudowania solidnych
ram ładu rodzinnego

SUKCESJA MAJĄTKU i rodzinnego dziedzictwa

Przyszłość wealth management w dużej mierze wyznaczają dziś oczekiwania młodsze pokolenia, zwłaszcza sukcesorów ultrazamożnych właścicieli majątków. To osoby doskonale odnajdujące się w świecie cyfrowym, myślące w kategoriach globalnych i bardzo wyczulone na kwestie wartości oraz odpowiedzialności – przekonuje Virginie Delaunay, CEO BNP Paribas Wealth Management



FORBES: W raporcie „Mid-year Investment Themes” BNP Paribas Wealth Management wskazał szereg wyzwań na drugą połowę roku: radykalnie zmieniające się otoczenie gospodarcze, wojny celne oraz napięcia geopolityczne. W jaki sposób w tak dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości zapewnić klientom poczucie bezpieczeństwa i stabilności?

VIRGINIE DELAUNAY, CEO BNP Paribas Wealth Management: W coraz bardziej zmiennym otoczeniu gospodarczym naszą rolą w BNP Paribas Wealth Management jest pomaganie klientom w odnajdywaniu właściwego kierunku i proponowanie rozwiązań pozwalających z wyprzedzeniem identyfikować czynniki ryzyka oraz wykorzystywać pojawiające się możliwości inwestycyjne. Obecna sytuacja sprzyja wymianie poglądów – to dobry moment, aby częściej rozmawiać z klientami i wspierać ich w utrzymywaniu zróżnicowanych portfeli oraz realizacji długoterminowych strategii inwestycyjnych, zapewniających ochronę wartości w poszczególnych fazach cyklu koniunkturalnego. Nasi eksperci regularnie przygotowują analizy i komentarze, które trafiają do doradców pracujących bezpośrednio z klientami, aby ułatwić im odnalezienie się w nowych warunkach rynkowych. Uważamy, że naszą mocną stroną jest zróżnicowany, zintegrowany model działania oraz konsekwentny rozwój kompetencji, które są dla klientów źródłem poczucia stabilności i pozwalają ograniczać ryzyko niezależnie od etapu cyklu gospodarczego.

Jeśli spojrzymy na segment wealth management – co w największym stopniu daje satysfakcję klientom?

Klienci z segmentu wealth management oczekują dziś dostępu do pełnej platformy usług bankowych, obejmującej cały ekosystem Grupy, a nie jedynie klasycznej oferty usług bankowości prywatnej. To zasadnicza przewaga BNP Paribas Wealth Management jako części największej instytucji bankowej w strefie euro. Model „One Bank”, oparty na zdywersyfikowanym i zintegrowanym modelu biznesowym Grupy, pozwala nam projektować dla klientów rozwiązania obejmujące pełne spektrum usług – od bankowości inwestycyjnej i korporacyjnej, z wykorzystaniem kompetencji Global Markets i Securities Services, po zarządzanie aktywami oraz usługi na rynku nieruchomości. W praktyce oznacza to możliwość korzystania z doświadczeń i skali wszystkich kluczowych linii biznesowych Grupy BNP Paribas. Jednocześnie obserwujemy rosnące zapotrzebowanie na głębszą dywersyfikację portfeli oraz ekspozycję na alternatywne klasy aktywów. Zamknięcie w lipcu transakcji przejęcia AXA IM znacząco wzmocniło nasze możliwości produktowe, szczególnie w dwóch segmentach uznawanych za „best in class”: inwestycji alternatywnych oraz aktywów niepublicznych.

W pracy z klientami zamożnymi planowanie sukcesji nierzadko oznacza wchodzenie w obszar bardzo subtelnych relacji rodzinnych. Jakie wyzwania pojawiają się tu najczęściej i jakie narzędzia oferuje bank, aby wspierać klientów w radzeniu sobie z tak wrażliwymi kwestiami?

Doradcy wealth management często mierzą się z rozbudowaną, wielopokoleniową strukturą rodzinną, w której ścierają się różne cele, horyzonty czasowe i wrażliwości. Brak formalnych mechanizmów ładu rodzinnego i regularnego, uporządkowanego dialogu sprzyja powstawaniu napięć. Dlatego jednym z naszych priorytetów jest wpro- ▶

wadzenie ram do rozmowy o oczekiwaniach i odpowiedzialności poszczególnych członków rodziny. W praktyce oznacza to m.in. wspólne definiowanie celów w obszarze wyników finansowych, akceptowalnego poziomu ryzyka czy zamierzonego wpływu społecznego. Im wcześniej włączymy się w taki proces, tym skuteczniej możemy pomóc rodzinie wypracować klarowną wizję, przewidzieć możliwe wyzwania i zbudować trwałe porozumienie między pokoleniami.

Jak w ostatnich latach zmieniły się oczekiwania klientów, zwłaszcza w kontekście globalnych zawirowań gospodarczych? I w jaki sposób bank dostosował swoją ofertę?

Moim zdaniem, przyszłość wealth management w dużej mierze wyznaczają dziś oczekiwania młodszego pokolenia, zwłaszcza sukcesorów ultrazamożnych właścicieli majątków. To osoby doskonale odnajdujące się w świecie cyfrowym, myślące w kategoriach globalnych i bardzo wyczulone na kwestie wartości oraz odpowiedzialności. Wyniki inwestycyjne i zarządzanie ryzykiem pozostają oczywiście w centrum ich uwagi, ale równocześnie poszukują głębszego sensu, realnego wpływu i poczucia sprawczości. W BNP Paribas Wealth Management odpowiadamy na te potrzeby, unowocześniając ofertę, nie rezygnując jednak z wypracowanych przez lata fundamentów. Organizujemy programy i wydarzenia przygotowane z myślą o młodym pokoleniu sukcesorów – z udziałem ekspertów Grupy BNP Paribas oraz zaproszonych gości. Tematyka jest szeroka, ale często koncentruje się wokół przedsiębiorczości, inwestycji i nowych technologii. Dla nas to kluczowe momenty, które pozwalają lepiej zrozumieć oczekiwania kolejnego pokolenia i odpowiednio kształtować ofertę, a dla nich – wyjątkowa okazja, by zdobywać wiedzę, spotkać osoby o podobnych doświadczeniach i budować sieć kontaktów.

W warunkach postępującej automatyzacji i rosnącej roli narzędzi cyfrowych, w jaki sposób BNP Paribas Wealth Management utrzymuje równowagę między technologiczną efektywnością a personalizacją usług?

Narzędzia cyfrowe w Grupie BNP Paribas pełnią już dziś istotną funkcję w modelu operacyjnym banku: automatyzują szereg powtarzalnych procesów, wspierają zaawansowane mechanizmy zarządzania ryzykiem i umożliwiają dalsze zwiększanie poziomu personalizacji usług, przy zachowaniu rygorystycznych standardów

**Zamknięcie
transakcji
przejęcia AXA
IM znacząco
wzmocniło
nasze
możliwości
produktowe,
szczególnie
w dwóch
segmentach
uznawanych za
„best in class”:
inwestycji
alternatywnych
oraz aktywów
niepublicznych**



bezpieczeństwa oraz pełnej zgodności regulacyjnej. Nie zastępują doradców, lecz pozwalają przesunąć ciężar ich pracy w stronę doradztwa strategicznego i działań o wysokiej wartości dodanej – fundamentu relacji z klientami zamierzonymi i ultrazamożnymi. Z perspektywy klientów obserwujemy generalnie pozytywne nastawienie do rozwiązań cyfrowych, szczególnie wtedy, gdy ich zastosowanie przekłada się na wyższy poziom dopasowania oferty i bezpieczeństwa obsługi.

W segmencie klientów ultrazamożnych kwestie zabezpieczenia majątku i sukcesji często stanowią centralny element strategii. Jaką rolę odgrywa BNP Paribas Wealth Management we wspieraniu klientów zarówno w budowaniu, jak i ochronie oraz międzypokoleniowym transferze aktywów? Czy w ostatnich latach coś się zmieniło w tym względzie?

Planowanie sukcesji od wielu lat pozostaje jednym z filarów naszej oferty – to ono tworzy podstawę do zbudowania solidnych ram ładu rodzinnego. Nasza rola w tym obszarze jest od lat spójna, natomiast coraz wyraźniej widzimy, że sukcesja wykracza dziś poza proste przekazanie aktywów finansowych. Coraz większe znaczenie ma przekazywanie wartości i rodzinnego dziedzictwa – między innymi poprzez działalność filantropijną. W BNP Paribas Wealth Management towarzyszymy klientom w często trudnych rozmowach, tak aby wspólnie wypracować plan jak najlepiej odzwierciedlający ich potrzeby i aspiracje.

Jakie będą najważniejsze trendy i wyzwania kształtujące wealth management w perspektywie najbliższych pięciu–dziesięciu lat?

Po pierwsze, wyraźnie widać, że jednym z największych wyzwań będzie połączenie rosnącej roli narzędzi digital z dalszą cyfryzacją bankowości na całym świecie. Za tym idą bardzo konkretne pytania o bezpieczeństwo danych i coraz bardziej skomplikowane otoczenie regulacyjne. W BNP Paribas Wealth Management już teraz mocno rozwijamy narzędzia, które mają sprawić, że obsługa klienta będzie jeszcze sprawniejsza i bardziej dopasowana. Jednocześnie widzimy, jak starsze pokolenie przygotowuje się do przekazania majątków w procesie sukcesji swoim następcom. To moment, w którym wyjątkowo ważne staje się dobre zaplanowanie całego procesu. **F**



Bankowość dla Klientów ultrazamożnych

Jesteśmy bankowością prywatną nr 1, która specjalizuje się w obsłudze **Klientów ultrazamożnych**.

Zapewniamy profesjonalne wsparcie na każdym etapie współpracy:

- spersonalizowaną obsługę relacji rodzinnych
- konsultacje w ramach bezpłatnej usługi Family Office
- dostęp do rynków globalnych i oferty Grupy BNP Paribas
- specjalistyczną ofertę inwestycyjną i ekspertyzę sektorową

www.bnpparibas.pl/wealthmanagement



BNP PARIBAS
WEALTH MANAGEMENT

Bank
zmieniającego się
świata

BNP Paribas Wealth Management jest marką, pod którą BNP Paribas Bank Polska S.A. świadczy usługi w zakresie bankowości prywatnej. Bank BNP Paribas otrzymał tytuł Best Private Bank-Eastern Europe (najlepszej bankowości prywatnej w Europie Wschodniej) w międzynarodowym konkursie Global Private Banking Innovation Awards 2025, którego wyniki ogłoszono 5.06.2025 r. Więcej na stronie: <https://globalprivatebanker.net/awards/global-private-banking-innovation-awards/#past-winners>. Grupa bankowa BNP Paribas jest nr 1 w Unii Europejskiej. Pozycja ta została określona poprzez porównanie globalnej wielkości sumy bilansowej dla grup bankowych, posiadających główną siedzibę na terenie Unii Europejskiej - zgodnie z opublikowanymi raportami rocznymi za 2024 rok, opublikowanymi przez te grupy na własnych stronach internetowych według stanu na 31.12.2024 r. (z pominięciem podmiotów mających swoją siedzibę na obszarze Wielkiej Brytanii, która wystąpiła z Unii Europejskiej). Materiał nie jest ofertą. BNP Paribas Bank Polska S.A., ul. Kasprzaka 2, 01-211 Warszawa, zarejestrowany w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, nr KRS 0000011571, NIP 526-10-08-546, kapitał zakładowy 147 880 491 zł.

FUNDACJA RODZINNA

buduje wizję przyszłości dla pokoleń

W sukcesji chodzi o to, żeby nie było konfliktów i żeby znaleźć taką formę zarządzania majątkiem, gdzie będzie się on jak najefektywniej pomnażał – mówi Bogusław Kowalski, współwłaściciel Captain Fresh i prezes Koral S.A., który założył rachunek fundacji rodzinnej w BNP Paribas Wealth Management

FORBES: Ile ma pan dzieci?

BOGUSŁAW KOWALSKI, współwłaściciel Captain Fresh i prezes Koral S.A.: Sześcioro. Pięcioro jest już dorosłych. I cała piątka pracowała ze mną w firmie Graal do momentu sprzedaży biznesu rok temu. Teraz pracuje ze mną dwoje z nich.

To zanim zapytam, jak robi się dobrą sukcesję przy szóstce dzieci, powiedzmy, w którym miejscu biznesowym pan teraz jest. Pod koniec 2024 r. sprzedał pan Graal, razem ze współwłaścicielem, czyli funduszem Abris, niemieckiemu koncernowi Lisner. Wydzielił pan i zostawił jedynie Koral, który z kolei sprzedaliście do hinduskiego przedsiębiorstwa Captain Fresh w zamian za akcje tej spółki. I obecnie jest pan jednym z właścicieli firmy Captain Fresh i prezesem Koral S.A. Tak, spółka Koral jest teraz częścią Grupy Captain Fresh i jest odpowiedzialna za dostawy łososia. A ja obecnie rozwijam Captain Fresh i to jest dla mnie bardzo ekscytująca praca. Budując Grupę Graal, zrobiłem osiem akwizycji w trzy lata. Nie wiedziałem wtedy, że według statystyk 70 proc. przejęć jest nieudanych.

To dobrze, że pan nie znał statystyk, bo może wtedy by pan się nie odważył.

Tak, myślę, że bym się nie zdecydował (śmiech). Teraz robię praktycznie to samo – wspieram Grupę Captain Fresh wiedzą i doświadczeniem biznesowym, wyniesionym z procesów akwizycji prowadzonych przez Graal. Grupa Captain Fresh prowadzi akwizycje w branży seafood na całym świecie. Kupujemy spółki i je konsolidujemy w sposób przemysłowy, na dużą skalę międzynarodową, szczególnie w Europie i w USA. Przez te kilkanaście miesięcy dokonaliśmy siedmiu akwizycji, a pracujemy nad kolejnymi sześcioma. Mamy obecnie około 1 mld dol. rocznego przychodu i szukujemy

BOGUSŁAW KOWALSKI

przekonuje, że o sukcesji trzeba myśleć dużo wcześniej, bo wspólne z rodziną zbudowanie wizji przyszłości wymaga czasu



się do debiutu na giełdzie w Bombaju w I kwartale 2026 roku. To jedna z największych giełd na świecie.

Jako klient BNP Paribas Wealth Management rok temu wybrał pan swój sposób na sukcesję: fundację rodzinną. I to ona jest tak naprawdę właścicielem udziałów w Captain Fresh. Dlaczego pan się zdecydował na taką strukturę? Czy w samej transakcji fundacja się przydała?

Fundacja pozwoliła uporządkować biznes bezpośrednio po transakcji. Fundacja rodzinna jest dla mnie idealnym narzędziem do przeprowadzenia sukcesji. Bo dla mnie sukcesja jest bardzo szerokim pojęciem. To jest nie tyle przekazanie władzy w biznesie, co forma zarządzania majątkiem rodzinnym. I właśnie fundacja rodzinna pozwala ustalić dokładne zasady funkcjonowania – mojego oraz dzieci – w biznesie i w zarządzaniu innymi aktywami, zarówno teraz, jak i w przyszłości. To jest bardzo złożony proces – tym bardziej, im większa jest rodzina.

Dzieci mogą mieć różne plany oraz różne przygotowanie do prowadzenia biznesu?

Tak. Część może chcieć się zaangażować w firmę, część woli się zupełnie wyłączyć. Część się do tego dobrze nadaje, część może się nadawać mniej. I rodzic musi do takiego obrazu sytuacji zbudować pewną wizję przyszłości i do niej z kolei zbudować odpowiednią strukturę prawno-biznesową. Fundacja rodzinna doskonale się tutaj sprawdza, pozwala bowiem na rozbudowane zapisy, zawarcie wielu warunków, a jednocześnie jest klarowna. Najważniejsze przy tym jest to, żeby myśleć o sukcesji dużo, dużo wcześniej. Nie na ostatnią chwilę, bo zbudowanie tej wizji wymaga czasu.

Ile czasu wypracowywał pan zapisy statutowe fundacji? I czego dokładnie one dotyczą?

O fundacji myślałem już kilka lat temu, jeszcze zanim taka struktura była dostępna w polskiej legislacji. Wtedy rozważałem utworzenie fundacji za granicą. Spotykałem się z dziećmi, rozmawialiśmy wiele miesięcy, tworzyliśmy scenariusze na przyszłość. Akurat w tamtym czasie pojawiła się opcja fundacji polskiej, zdecydowaliśmy się na to rozwiązanie, korzystając z oferty BNP Paribas Wealth Management, która okazała się konkurencyjna pod względem rozwiązań zagranicznych. Statut opracowaliśmy wspólnie. Zapisy dotyczą m.in. zarówno podziału ról w biznesie teraz, kierunków inwestycyjnych, jak i podziału władzy w biznesie, odpowiedzialności inwestycyjnej i relacji własnościowych w momencie, kiedy ja już przestanę zarządzać spółką oraz w kolejnym etapie – po mojej śmierci. I nie oszukujmy się, to jest zasadnicze pytanie: co będzie później? I tak to trzeba zorganizować, żeby to „po” odbywało się jak najlepiej. Czyli

żeby nie było konfliktów i żeby znaleźć taką formę zarządzania majątkiem, gdzie będzie się on jak najefektywniej pomnażał i stanowił zabezpieczenie dla beneficjentów.

Czy bez fundacji rodzinnej byłoby to niemożliwe? Można by przecież na przykład spisać akt notarialny...

Pewnie byłoby to możliwe, ale na pewno dużo trudniej byłoby stworzone zasady egzekwować, bo fundacja jest osobą prawną i jest sformalizowana. Ponadto samo podejście sukcesorów jest w fundacji „poważniejsze”. Nie zapominajmy też o tym, że zapis notarialny zawsze można podważyć, zmienić. I aktem notarialnym czy innymi zapisami ciężko jest uchwycić rozbudowane zależności, kiedy jest wielu sukcesorów. Tym bardziej że im więcej dzieci, tym potencjalnie więcej wnuków. Liczba zaangażowanych osób może multiplikować się w tempie geometrycznym. Fundacji rodzinnej nie tworzy się dla jednego pokolenia, ale dla wielu pokoleń.

Fundacja doskonale się sprawdza: pozwala na rozbudowane zapisy, zawarcie wielu warunków, a jednocześnie jest klarowna

No i jeszcze jest też korzyść podatkowa: fundacja płaci tylko zryczałtowany podatek CIT w wysokości 15 proc. od zysków i to dopiero w momencie wypłaty z fundacji.

Oczywiście jest to korzyść, ale traktowałbym ją jako kwestię zupełnie wtórną. Jeśli o mnie chodzi, i tak bym utworzył fundację, nawet gdyby tych korzyści nie było. Tak jak wspominałem, już prawie utworzyłem fundację zagraniczną – a tam nie ma takich korzyści.

W jaki sposób bank BNP Paribas Wealth Management wspiera funkcjonowanie fundacji?

Po pierwsze, to jest bardzo szerokie doradztwo inwestycyjne na rynku kapitałowym. Rada fundacji ma cykliczne spotkania z doradcami, gdzie omawiamy kierunki wyboru aktywów, w które inwestujemy wolne środki. BNP Paribas Wealth Management ma szerokie „pokrycie” analityczne i szeroką siatkę kontaktów z zagranicznymi partnerami, dzięki międzynarodowej strukturze Grupy BNP Paribas. Po drugie, bank w ramach usługi Family Office oferuje bardzo istotne wsparcie ekspertów – prawników. Ma to szczególne znaczenie w obszarze doradztwa przy zakładaniu fundacji rodzinnych.

Dla młodego pokolenia dzisiaj ważna jest też filantropia i zrównoważona działalność. Czy bank w tym zakresie też wspiera fundację?

Tak, zdecydowanie. Tym bardziej, że BNP Paribas Wealth Management może pochwalić się szerokim doświadczeniem zarówno w obszarze filantropii, jak również w obszarze zrównoważonego rozwoju i ESG. To są dla nas bardzo istotne obszary. Szczególnie że na czele naszej fundacji stoi właśnie młode pokolenie. Prezesem jest mój najstarszy syn. **F**



▼
BEATA MAJEWSKA,
 dyrektor
 zarządzająca
 Pionem Wealth
 Management
 i Biurem Maklerskim
 w Banku BNP
 Paribas, podkreśla
 znaczenie
 holistycznego
 podejścia „one
 bank” w obsłudze
 klientów zamożnych

NOWY MODEL BANKOWOŚCI dla klientów ultrazamożnych

W ciągu najbliższych pięciu lat w Polsce spodziewanych jest ponad 80 tysięcy procesów sukcesyjnych. O tym, jak ten trend będzie kształtował bankowość prywatną, rozmawiamy z Beatą Majewską, dyrektorem zarządzającą Pionem Wealth Management i Biurem Maklerskim w Banku BNP Paribas

▼
FORBES: Czy BNP Paribas Wealth Management jest pierwszym bankiem w Polsce obsługującym klientów ultrazamożnych?

BEATA MAJEWSKA, dyrektor zarządzająca Pionem Wealth Management i Biurem Maklerskim w Banku BNP Paribas: Tak, potwierdzam z dumą, że jesteśmy pierwszym bankiem w Polsce specjalizującym się w obsłudze klientów ultrazamożnych. Dzięki naszym międzynarodowym korzeniom w ramach Grupy BNP Paribas możliwe było wprowadzenie na polski rynek wielu

wcześniej niedostępnych na nim rozwiązań, jak usługi „family office”, a teraz światowej klasy model obsługi klientów ultrazamożnych. Zmieniające się wymagania i potrzeby najzamożniejszych klientów są inspiracją do rozwoju nowych modeli obsługi. Wspreć się analogią do podróży samolotem. Jeżeli komfort i wygoda mają dla nas znaczenie, to nie wybieramy klasy ekonomicznej, ale business lub premium. Jeżeli zależy nam na unikalnych doświadczeniach smakowych, to nie idziemy do baru, ale szukamy restauracji z gwiazdkami Michelin.

Co wyróżnia wasz model współpracy? W jaki sposób obsługujecie klientów ultrazamożnych?

Klientom ultrazamożnym oferujemy osobny nowo stworzony model, z profesjonalnym wsparciem najlepszych na rynku ekspertów i z elitarną, spersonalizowaną międzypokoleniową obsługą relacji rodzinnych. Zapewniamy specjalistyczną usługę „family office”, którą świadczą eksperci z wykształceniem prawniczym, szczególnie kluczową w obszarze doradztwa przy zakładaniu fundacji rodzinnych. Tylko dla tego segmentu dostępna jest wyjątkowa usługa Portfolio Counsellorów – ekspertów inwestycyjnych wspierających klientów w analizie, ocenie i kreacji indywidualnego portfela wraz z produktami szytymi na miarę. Oferujemy globalny dostęp do rynków i ekspertyzę sektorową. Przygotowujemy produkty strukturyzowane nawet dla jednego klienta, pod jego sprecyzowane oczekiwania. Często spotykamy się z potrzebą zabezpieczenia wartościowych przedmiotów i dokumentów w skrytkach bankowych. W Polsce brakuje tej usługi w instytucjach zaufania publicznego. My te rozwiązania mamy np. we Francji czy Luksemburgu. To unikatowa wartość dodana, której nie da się łatwo skopiować.

Usługa „family office” to wciąż nowość na polskim rynku. Jakie potrzeby klientów skłoniły was do jej wdrożenia i jak wygląda ona w praktyce?

Jesteśmy świadkami zmian pokoleniowych – pierwsze generacje przedsiębiorców, które zbudowały swoje majątki, przekazują zarządzanie młodym liderom. Otwierają się na długoterminowe planowanie sukcesji, m.in. w postaci fundacji rodzinnych. Determinuje to też sama demografia – pierwsi przedsiębiorcy epoki kapitalizmu wchodzi w wiek, kiedy myśl o sukcesji jest naturalna. Doskonale rozumiemy te potrzeby, opierając się na ponad 200-letnich doświadczeniach globalnej Grupy. Dzięki unikalnemu, holistycznemu podejściu „one bank” towarzyszymy klientom w procesie sukcesji i planowania majątkowego. Mogę śmiało powiedzieć, że jesteśmy liderem w obsłudze fundacji rodzinnych. Wspieramy klientów w płynnym przejściu od wizji do praktyki – od edukacji na temat aspektów prawnych i finansowych fundacji, jej roli w procesie sukcesji, przez współpracę z doradcami prawnymi i podatkowymi, po aktywne zarządzanie aktywami.

Na czym dokładnie polega to wsparcie od wizji do praktyki?

Oferujemy bezpłatne konsultacje ekspertów z wykształceniem prawniczym, którzy doradzą m.in. w opracowaniu statutów fundacji rodzinnych. Zapewniamy pełen dostęp do rachunków bankowych i maklerskich fundacjom rodzinnym w organizacji – oznacza to, że kiedy inni czekają na wpis do rejestru sądowego, nasi klienci mogą już pomnażać swój

majątek. Konto fundacji zakładamy nawet w jeden dzień. Fundacja rodzinna otrzymuje od razu dostęp do bankowości codziennej, zaawansowanych produktów inwestycyjnych, kredytowania oraz wsparcia – przy tworzeniu i obsłudze fundacji, jak i przy globalnych transakcjach w ramach Grupy. Klienci mogą liczyć na nasze profesjonalne doradztwo na każdym etapie procesu sukcesji, również przy sprzedaży przedsiębiorstwa lub udziałów – dysponujemy rachunkiem escrow zabezpieczającym ich przy dużych transakcjach.

Fundacje rodzinne zyskują na popularności. Jakie wyzwania najczęściej pojawiają się przy ich zakładaniu i zarządzaniu nimi?

Planowanie sukcesji to trudny i złożony proces, wymagający. Podstawowym celem fundacji rodzinnej jest gromadzenie majątku w ramach jednego podmiotu, zabezpieczenie go przed nieplanowaną lub niewłaściwą sukcesją – niezgodną z wolą fundatora, rozdrobnieniem i wpływem osób trzecich. Fundacja pozwala na tworzenie struktur organizacyjnych w perspektywie dłuższej niż jedno pokolenie. Jej istotą jest finansowe zabezpieczenie członków najbliższej rodziny – również w przypadku związków partnerskich i rodzin patchworkowych – i dbanie o wartości, które przyswiecały fundatorowi. Możliwości, jakie zamożni Polacy zyskali dzięki fundacjom rodzinnym, jest bardzo wiele. Kluczem do wykorzystania tych szans jest wiedza, doświadczenie i profesjonalne wsparcie.

Sukcesja to temat często poruszany przez zamożne rodziny. Jakie narzędzia oferujecie młodszy członkom, żeby na przykład rozwijać ich kompetencje finansowe i przywódcze?

Przewiduje się, że w ciągu pięciu lat w Polsce może zostać przeprowadzonych ponad 80 tysięcy procesów sukcesyjnych – ten trend będzie kształtował bankowość prywatną. Dzięki doświadczeniu Grupy BNP Paribas jako bank „na pokolenia” opiekujemy się również najmłodszymi członkami rodzin klientów. Sukcesorom najzamożniejszych rodzin z całego świata dedykowane są seminaria rozwojowe i networkingowe w programie BNP Paribas Wealth Management Next Generation. Nowi liderzy wnoszą świeże spojrzenie na biznes, łączą dążenie do realizacji wartości z nowoczesnym podejściem do zarządzania. Zdecydowanie częściej patrzą na majątek jak na narzędzie do kształtowania przyszłości – społecznej czy środowiskowej. Zrównoważony rozwój, wpływ społeczny, filantropia – to dziś kryteria podstawowe dla nowego pokolenia. Wealth Management wspiera te wizje i realizację idei, tworząc przestrzeń, w której biznes rodzinny staje się fundamentem stabilności i rozwoju. **F**

Zmieniające
się wymagania
i potrzeby
klientów
są inspiracją
do rozwoju
nowych
modeli obsługi

