

Богдан Стан, изпълнителен директор на „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“

Богдан Стан, „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“ е единственото дружество на румънския застрахователен пазар, купено от български инвеститор. Как приехте офертата на „Еврохолд“ и с какво тя беше по-добра от другите предложения за закупуване на компанията?

„Еврохолд“ е холдинг от западен тип, който разполага с много добре развит отдел за сливания и придобивания. Доказателство за това е фактът, че в състава на холдинга влизат над 20 компании от 3 страни. Що се отнася до закупуването на застрахователна компания в Румъния, отделът за



томобилистите трябва да бъдат увеличени незабавно от българските застрахователи, тъй като се плащат значителни суми при телесни увреждания. Не си мислете обаче, че ситуацията в Румъния е розова. Въпреки че тарифите за този тип застраховка са по-високи, рисковата премия и аквизиционните разходи са многократно надхвърлени, което в крайна сметка води до негативен резултат. За съжаление ръководствата на застрахователните компании виждат този продукт като най-лесното средство за постигане на пазарен дял, като не отчитат повишената квота на щетимост на портфолиото по „Гражданс-

пазара.

- В България над 70% от общозастрахователния пазар се падат на автомобилното застраховане. Така ли е и в Румъния и на какво се дължи това?

- За съжаление ситуацията е подобна и в Румъния, където хората първо си застраховат колата, след това къщата и на последно място себе си. Автомобилът е най-голямата ценност на семейството, която му се струва незащитена, и затова е първата материална ценност, която застрахова румънецът. За тази година застраховките „Каско“ в Румъния ще надхвърлят 1 милиард евро.

- Какво бихте пожелали на колегите си от

НАЛАГАМЕ ВИСОК КАЧЕСТВЕН СТАНДАРТ

● Името „Евроинс“ много ни помага в нашата дейност

сливания и придобивания на „Еврохолд“ направи много точно проучване и анализ и след проведения due diligence бяха достатъчно ясни в преговорите с бившите акционери.

- Какво се промени в работата на дружеството ви след смяната на собствеността? Какво от всичко ново, научно от българските ви акционери, ви помогна най-много да подобрите работата си?

- След промяната на основния акционер в организацията на дружеството настъпиха много подобрения от формален и същностен характер, които бяха следствие от прехвърлянето на know how от „Евроинс България“. Формалните промени се отнасят до придобиването на корпоративна идентичност с българската компания и до промяна на името на „Евроинс Румъния“. Същностните промени бяха многобройни, като се тръгне от промяната на ERP системата, използвана от компанията, и се стигне до радикална промяна на мрежовата ни териториална организация, която понастоящем включва 110 клона в цяла Румъния. Значителни промени бяха направени в управлението на щетите и риска.

- Кои видове застраховки са най-продавани от „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“ и какъв

е делът им в портфейла на компанията? На какво залагате, за да постигнете балансиран портфейл?

- Най-развитите продукти са автомобилните застраховки, като тази тенденция се отнася до целия застрахователен пазар, където тези застраховки представляват приблизително 75%. „Евроинс Румъния“ разнобразно предлага продукти през последните 4 години, като всяка година предлага по нещо ново. Така миналата година започнахме да сключваме полици за селскостопански застраховки, а до края на 2008 г. ще бъдем измежду първите 5 застрахователи, които предлагат този вид застраховка. През 2008 г. лансирахме като продукт и медицинските застраховки, имайки предвид факта, че на зрелия западноевропейски застрахователен пазар тези продукти представляват до 32% от общия пазар.

- Какви са финансовите резултати на ЗК „Евроинс Румъния“ за 6-месечieto на 2008 г. и как са се променили те в сравнение със същия период на 2007 г.?

- За първите 6 месеца на 2008 г. дружеството „Евроинс Румъния“ е регистрирало премиен приход от 18 милиона евро, като нарастването е приблизително 25%.

- Какви са краткосрочните, средносрочни-

те и дългосрочните цели, които си поставя ЗК „Евроинс Румъния“ АД?

- В краткосрочен план възнамеряваме да приключим процеса по интегриране на нашата компания в „Евроинс Иншурънс Груп“ (EIG), като внедрим всички процедури, необходими за уеднаквяване на нивото на групата, която ще разпростре дейността си в целия регион.

До края на следващата година си поставяме за цел да достигнем 9-о място в класацията на застрахователните компании в Румъния, с премиен приход от приблизително 60 милиона евро.

В дългосрочен план целта ни е да достигнем пазарен дял от приблизително 5%.

Разбира се, достигането на тези количествени цели е обусловено от реалното обръщане към клиента и от налагането на висок качествен стандарт. Тук ще спомена факта, че „Евроинс Румъния“, в рамките на 2 години получи сертификат ISO за качество на услугите.

- Марката „Евроинс“ помага ли ви в ежедневната работа и в какво най-вече се изразява тази помощ?

- Името „Евроинс“ значително ни помага в нашата дейност. Марката и логото на групата са направени така, че да могат да се разпространяват и да придобият известност в Европа. „Евроинс“ е силен бранд в България, а в краткосрочен план ще стане също толкова силен и в Румъния, в Македония и в другите страни, в които ще се развива групата.

- Какви са спецификите

на румънския застрахователен пазар, които го отличават от българския? Кои са най-големите предизвикателства в работата ви?

- Румънският застрахователен пазар преминава през период на много сериозна конкуренция, и като резултат от занижените тарифи регистрира нетни загуби от над 70 милиона евро. В последните 3 години се случиха множество закупувания и сливания, в резултат на които първите 10 застрахователни компании в Румъния станаха част от 5 групи. Застрахователният пазар в Румъния е два пъти по-голям от този в България. Значителната разлика, която трябва да се има предвид, е свързана с нивото на аквизиционните разходи. И в двете страни те са над средно европейските, но в Румъния нивото на тези разходи е по-високо, отколкото в България. В Румъния има над 400 брокери, регистрирани от Комисията по финансов надзор, като посредническите комисиони на същите представляват над 30% от общия пазар.

- В България цената на задължителната застраховка „Гражданска отговорност“ на автомобилистите е няколко пъти по-ниска в сравнение с тази в Румъния. Според експертията е дори опасно ниска за финансовата стабилност на някои дружества в бъдеще. В Румъния конкуренцията на застрахователния пазар също е висока, както и у нас, но въпреки това не се е стигнало до такъв опасен дъмпинг. Как успявате да поддържате баланса на пазара в това отношение?

- Имате право, но тарифите за „Гражданска отговорност“ на ав-

ка отговорност“.

- Кои детайли от румънския опит бихте предложили на българските си колеги, продаващи тази задължителна застраховка, за да се преодолее сегашният дисбаланс на пазара у нас?

- Моят съвет е да се откажат от пораженската позиция и да придобият лидерско поведение. Това е единственият начин да се излезе от този порочен кръг. Стратегията, основана на ниски тарифи, големите аквизиционни разходи, включвайки тук комисионите на посредниците и допълнителните разходи, предлагани на клиентите - подобен тип стратегия е губеща. Румънските компании, които следваха подобна стратегия, имаха сериозни проблеми. Въвеждането на система за

голямото международно семейство на „Евроинс“? А на читателите на вестник „Застраховател прес“?

- Наскоро в София участвах на събрание на борда на директорите на EIG. Трябва да ви кажа, че усещането беше изключително.

Досега основното ми професионално задължение произтичаше от основаването и развиването на нови бизнес направления в рамките на компанията, от ръководенето на компания, позиционирана на 19-о място, увеличаване на ръста и довеждане на компанията до 10-о място в класацията на румънските застрахователи.

Сега обаче имам усещането, че принадлежа към екип, който развива регионален проект - задача, еднов-

До края на следващата година си поставяме за цел да достигнем 9-о място в класацията на застрахователните компании в Румъния, с премиен приход от приблизително 60 милиона евро.

В дългосрочен план целта ни е да достигнем пазарен дял от приблизително 5%.

тарифиране, която да определя по-добре застрахователния риск (автомобил плюс шофьор), би довело до по-добър технически резултат, що се отнася до този тип застраховка.

Също така реална полза би имало и от въвеждането на система от типа бонус - малус. За съжаление, за да бъде ефективна подобна система, тя трябва да е генерализирана на нивото на

ременно амбициозна, но и реализуема.

На вашите читатели желая да осъзнаят необходимостта, полезността на застрахователите, да бъдат мъдри и да застраховат къщата, колата и здравето си, а нека Господ ги пази, така че да не използват никога застрахователната си полица.

Въпросите зададе
ЙОАННА
СТЕФАНОВА

EUROINS
MEMBER OF EUROHOLD

ГРАЖДАНСКА ОТГОВОРНОСТ

ееврокаска

- ★ ВКЛУЧЕН ГОДИШЕН ТЕХНИЧЕСКИ ПРЕГЛЕД
- ★ ПОКРИТИЕ НА ЩЕТИ ДО 1000 ЛВ.
- ★ МЕДИЦИНСКИ И ПРАВНИ РАЗНОСКИ В ЧУЖБИНА

5 ЕКСКУРЗИИ НА ЕВРО 2008

55 ЗЛАТНИ ПРЪСТЕНА С ДИАМАНТ

555 МОБИЛНИ ТЕЛЕФОНА

Подробности за кампанията можете да получите от вашия застрахователен агент от ЗД ЕВРОИНС АД или на www.euroins.bg