

Николай Логофетов, председател на УС и изпълнителен директор на „Граве България Животозастраховане“ ЕАД и на „Граве България Общо застраховане“ ЕАД

## ЦЕЛТА НИ Е ДА СМЕ НАЙ-ДОБРИТЕ В ДЪЛГОСРОЧНОТО СПЕСТОВНО ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНЕ

**Г**-н Логофетов, какви са финансовите резултати на „Граве България Животозастраховане“ ЕАД за първата половина на тази година?

- Премийният приход на „Граве България“ АД за шестмесечието на 2008 г. е приблизително 5,740 млн. лева. Увеличението спрямо същия период на миналата година е над 29%. Както съм казал и в други разговори, това е един от показателите, които показват стабилното развитие на компанията. Всяка година ние сме с ръст от порядъка на 30%-35%. Сега може би има минимален спад, но имайки предвид, че все пак е средата на годината, не изключвам в края и резултатът ни отново да бъде в този диапазон, въпреки че като цяло през 2008 г. може би се наблюдава леко забавяне на темпото. Така или иначе, съм убеден, че компанията отново ще реализира резултат, който ще е над средните нива на пазара по отношение на прираста спрямо миналата година.

**- Кои резултати отчитате за себе си като най-голямо постижение и защо?**

- Не бих казал, че в средата на годината мога да отключа нещо като особено голямо постижение. Със сигурност стартирането на дейността на общозастрахователното ни дружество е нещото, което различава това шестмесечие от шестмесечието на 2007 г. например. Бих казал, че стартът на тази наша нова дейност беше успешен. Разбира се, има още доста какво да направим в тази посока и да развием дейността си, тъй като към момента предлагаме общозастрахователните си продукти само чрез нашата собствена структура за продажби. Предстои да излезем извън тази рамка, но това са следващи стъпки.

**- Какви са първите резултати на „Граве България Общо застраховане“ ЕАД? Как проглежда тя?**

- Като всяко ново начало стъпките на „Граве България Общо застраховане“ ЕАД са по-бавни, но със сигурност уверено вървим напред и резултатът ни се подобрява с всеки изминал месец. Не бих фиксирали конкретни резултати, тъй като статистиката все още е твърде кратка. Ние започнахме реално да предлагаме общозастрахователни продукти от март. За три месеца едва ли е интересно да посочвам числа. Да кажем, че като продажби започваме да реализираме един добър резултат. За август например удвоихме продажбите си на общозастрахователни продукти спрямо юли. За пазарен дял е твърде рано да се говори. След година или две може да коментираме първите ни резултати в официалната статистика. По-интересното в случая е, че стартираме единствено с продукти, които са насочени към индивидуалните потребители - застраховки на сгради, домашно имущество, апарта-



менти и съответните катастрофични рискове към подобни продукти, като наводнение, земетресение и природни бедствия. Така че сегментът все още е твърде тесен, но началото е факт. Очакваме през следващите години да започнем да разгръщаме по-широка дейност с по-разнообразни продукти. Засега обаче искаме да се концентрираме върху тези продукти, които предлагаме в момента. Да натрупаме малко история и добри резултати и постепенно да разширяваме гамата.

**- Не споменахте автомобилното застраховане, а то е над 70% от целия пазар. Имате ли лиценз за „Каско“ и „Гражданска отговорност“ на автомобилистите и ако не - защо?**

- Този въпрос е съвсем основателен. Аз казах, че не очаквам да реализираме голям пазарен дял през първите ни години в общото застраховане именно поради факта, че засега не предлагаме автомобилни застраховки. Планираме да стартираме продажбите на „Каско“ и „Гражданска отговорност“ на автомобилистите към 2010 г. Автомобилното застраховане е може би най-апетитния и добре продаван продукт в общото застраховане. Но то има и някои не дотам положителни моменти, като например висока щетимост. Освен това този сегмент от пазара все още не е достатъчно добре регулиран в ценово отношение и има голяма концентрация в няколко компании. Тези и още някои обстоятелства към момента не ни дават достатъчно основание да започнем и с този бранш. Затова изчакваме със стартирането на автомобилните застраховки.

**- Очаквате ли, че до 2010 г., когато смятате да започнете да предлагате и автомобилни застраховки, пазарът на автомобилното застраховане в България вече ще е преодолел своите „детски болести“ и тези продукти няма да отчитат минимална или нулева печалба?**

- С влизането ни в ЕС и с все по-активната работа по отношение на законодателната рамка и на контрола и регулирането на пазара от страна на КФН, вярвам, че се върви в правилната посока. И че през 2010 г. и от регулативна гледна точка, и като условия на пазара и свобода на предлагане

на продуктите нещата ще изглеждат значително по-добре. Не е тайна, че това е сегмент, който на много пазари, макар да е губещ, е врата към доста други продукти, които могат да се предложат на даден клиент. Както и в някаква степен е престижно и е добре за облика на един застраховател да притежава и такива продукти в портфейла си. Така че ние ще предлагаме автомобилни застраховки, въпросът е точно кога ще започнем да го правим.

**- Какви са целите ви в общото застраховане за 2008 г., както и в дългосрочен аспект?**

- За тази година целта ни е да започнем да предлагаме нашите продукти и чрез брокери, а не само чрез собствените ни структури за продажби. Не изключвам да сключим споразумения и с някои банки. Имущественото застраховане е доста тясно свързано с отпускането на ипотечни кредити или кредити за закупуване на жилища и много от банките реализират сериозни обеми. Разбира се, повечето от банките имат вече изградени тесни партньорски взаимоотношения със застрахователни компании, но все още вярвам, че можем да имаме и ние своето място на този пазар.

**- Близо ли сте вече до споразумение с някоя банка и с коя?**

- Все още не сме започнали активно разговори с банки. Но бих казал, че има две банки, в които вероятността да започнем такава дейност е по-голяма. Засега няма да уточня кои са те, тъй като все още нямаме финализирани разговори. А и в много случаи банките не влизат в директна договорка със застрахователните компании, а имат собствени брокери, които предлагат тази услуга.

**- А в дългосрочен аспект към кое място на българския общозастрахователен пазар сте се насочили?**

- Не бих казал, че сме си поставили като цел да достигнем конкретно място на общозастрахователния пазар. С доста ограничения брой продукти, с които стартираме, едва ли целите ни са да гоним призови места на пазара на общото застраховане. По-скоро целта ни е да се специализираме в имущественото застраховане, като постепенно разширяваме обхвата на тези на-

● **В общото застраховане се стремим да станем компанията на средния и малкия бизнес**

ши продукти - като застраховки на офиси, ресторанти, малки частни хотели. Насочили сме се към сегмента на малкия и средния бизнес, като ще се стремим с времето да увеличаваме този наш продуктов портфейл и резултат. Затова нямаме конкретни виждания за място на пазара, а по-скоро за пазарен дял. Вярвам, че през следващите няколко години бихме могли да гоним 1-1,5 до 2 процента пазарен дял в общото застраховане.

**- Вашият основен бизнес е животозастраховането, нека се върнем към него. Кое беше най-голямото предизвикателство пред вас през първата половина на тази година в областта на животозастраховането?**

- Предизвикателство е да поддържаме темпото си на развитие и дори да го увеличаваме спрямо предходни години и периоди. Предизвикателство е да успяваме да продължаваме да изграждаме и развиваме собствената ни структура за продажби, тъй като на пазара се наблюдава лека стагнация. Не знам дали тя се дължи на създалата се психоза за високите нива на инфлация у нас. Дали е заради срива на финансовите пазари и кризата в Западна Европа и САЩ, които неминуемо оказват влияние и у нас, особено върху продукти, които са тясно свързани с подобни инвестиции. Дали е заради високите цени на петрола и горивата, които, макар да нямат пряко отношение към нашата дейност, оказват влияние върху цялата макроикономическа рамка и върху покупателната способност на хората. Но в крайна сметка от ръста, който отчитаме, се вижда, че резултатите ни отново са добри. Като всяка компания и ние имаме известни затруднения в някои точки от страната или в развитието на някои райони, но те са най-вече свързани с нелеката задача да привлечем нови консултанти за нашата дейност. Работата на застрахователните и финансовите консултанти е интересна, макар и относително нова за нашия пазар. Но хората не я приемат като възможност за своя професия. Българинът търси повече сигурното - заплата, бюро, мобилен телефон и служебен автомобил. И въпреки че в професията, която ние предлагаме, има далеч повече възможности за развитие и свобода на действие, хората са по-склонни да работят за малко пари, но на сигурно работно място, отколкото да печелят много, но инициативата да е в самите тях. Именно това е предизвикателството - да намерим повече и по-успешни консултанти за развитието на нашата дейност. Вярвам, че вече сме изградили едно достатъчно добро ядро от подобни хора. Надявам се, че тази професия ще става все по-атрактивна и търсена, тъй като предлагането на финан-

сови продукти на сериозни чуждестранни компании е нещо, което на Запад е доста добре оценено. Това са хората с едни от най-високите доходи в Западна Европа и САЩ.

**- Кои застрахователни продукти са приоритет на „Граве България Животозастраховане“ ЕАД и защо?**

- Ние сме една от малкото компании, които през всичките години досега имат за основна дейност дългосрочното спестовно животозастраховане. Ние не предлагаме продукти като едногодишни рискови застраховки, „Медицински разности при пътуване в чужбина“, задължителни застраховки „Злополука“ и др. Концентрирали сме се най-вече в дългосрочния спестовен бизнес и като част от него - в застраховките, свързани с инвестиционен фонд. Макар и по-нов на пазара - ние го предлагаме по-малко от година, този продукт започва постепенно да се налага. Моментът на неговия старт за съжаление съвпадна със срива на фондовите борси, който за жалост все още не е сигурно дали е приключил. Има прогнози, че пазарите вече са на дъното, както и такива, че то все още не е достигнато. Затова на този етап свързаните с инвестиционен фонд животозастраховки не са най-активно продаваният ни продукт. Но от друга страна, именно сега е добър момент да се разгърнат по-активно продажбите на тези застраховки, тъй като оттук нататък пазарите ще вървят нагоре. Това са продукти с дълъг времеви хоризонт - от порядъка на 15-20-25 години, и реализират доходност именно в такъв период. Дори да има клиенти, които са сключили такава застраховка преди спада на финансовите пазари и сега реализират отрицателен резултат, с положителните резултати, които предстват, този отрицателен резултат ще бъде компенсирани. И в крайна сметка те ще имат по-висока доходност от някои стандартни продукти. Но българинът в момента има по-голям интерес към продукти, които му гарантират по-голяма сигурност и защита, каквито са класическите смесени застраховки „Живот“. Както и към продукти, които предлагат защита срещу настъпването на тежки болести или имат някакъв друг медицински елемент. Може би най-продаваната наша застраховка в момента е „Критични болести“, която предлага защита срещу 9 тежки заболявания в комбинация с класическа спестовна застраховка „Живот“ и с някои допълнителни покрития срещу злополука, инвалидност и др.

**- Това означава ли, че българинът вече започва да се замисля и за здравето си?**

- Да. Според мен се наблюдава такава тенденция особено през последната година. Мисля, че подобни продукти ще бъдат актуални и занапред.

Разговора води **ЙОАННА СТЕФАНОВА**  
(Слежба)