

Компании & пазари

РУСКИТЕ ЗАСТРАХОВАТЕЛИ СА ПРОТИВ ПРИСЪСТВИЕТО НА ЧУЖДЕСТРАННИ КОМПАНИИ НА ПАЗАРА

● Само 4 процента е чуждият капитал

Ако руското правителство разреши на чужди застрахователни компании да откриват филиали, които да развиват дейност на руския пазар след приемането на Русия в Световната търговска организация, това ще се отрази негативно на вътрешния пазар. До този извод стигнаха участниците на проведената кръгла маса на тема „Застрахователният пазар преди приемането в Световната търговска организация“.



Според думите на генералния директор на застрахователната компания „Русский мир“ **Евгений Гуревич** в момента САЩ се стреми да отвори руския пазар за извършване на дейност от филиали на чуждестранни финансови институции, но това е неприемливо за страната. На проведената кръгла маса Гуревич поясни, че филиалите на чуждите компании работят според законите на държавата, в която са регистрирани. Следователно те няма да плащат данъци на територията на Руската федерация. И най-важното според него е това, че филиалите са идеален канал за легално изнасяне на капитал от страната.

Евгений Гуревич отбеляза, че всички чужди компании, които са възнамерявали да извършват дейност в Русия, вече са стъпили на пазара и те не

са толкова много. Според руското законодателство чуждият капитал в смесените дружества не трябва да надвишава 25%. Към момента чуждият капитал на руския пазар възлиза общо на 4%. При това сред най-големите десет дружества на руския застрахователен пазар има само една компания с чужд капитал.

Изпълняващият длъжността ръководител на Инспекцията за застрахователен надзор на северо-западния федерален окръг **Кирил Михалевский** смята, че към момента е трудно да се прогнозира резултатите от преговорите за приемането на Русия в Световната търговска организация. Според мнението на Михалевский достъпът на филиали на чуждестранни компании трябва да се ограничи не чрез забрани, а чрез пазарни механизми, като например чрез

задължаването на чужда компания, която желае да открие свой филиал на територията на Руската федерация, да открива депозит на голяма стойност в руска банка, както е прието в някои европейски страни. „Нито един европейски законодател няма да разреши откриване на филиал без внасянето на депозит“, отбелязва Михалевский. Неговите думи бяха потвърдени и от Е.Гуревич: „Разходите, които трябва да направи компания, за да открие филиал в страна от Европейския съюз, са съпоставими с разходите за основаване на голяма застрахователна компания“.

Според мнението на професор **Светлана Янова** от Санктпетербургския държавен университет по икономика и финанси филиалите на чужди застрахователни компании представляват сериозна заплаха за руските застрахователи само в сектора на застраховането на физически лица. Причината е, че обикновено руските компании се учредяват от едно или няколко юридически лица и преди всичко обслужват техните интереси. „Едва ли руските компании ще започнат да се застраховат при чужд застраховател“, отбелязва Янова.

На пазара при физическите лица ситуацията е различна. „Чуждите застрахователни компании имат по-голям капитал от руските, което означава, че те са по-надежни. Освен това при чуждите компании, развиващи дейност в която и да е сфера на застраховането, средствата, които се отделят за обезщетения, са по-големи, тъй като те по-често обезщетяват застрахованите лица.“

Според мнението на Светлана Янова влизането на Ру-

сия в Световната търговска организация ще доведе до сериозно прекрояване на руския застрахователен пазар. „Много петербургски застрахователи вече бяха погълнати от московските гиганти.“ Според Янова само големите застрахователни компании, които работят на територията на цялата страна, ще могат да съхранят независимостта си. А за малките и средните играчи на пазара остават само два варианта: или да бъдат погълнати от мощните компании, или да се преобразуват в застрахователни посредници.

Участниците на кръглата маса отбелязаха също, че приемането на Русия в Световната търговска организация и допускането до пазара на чужди филиали ще позволи на руските инвеститори да регистрират застрахователни компании зад граница, след което да откриват техни филиали на територията на Русия и да изнасят капитал. За да бъде предотвратено това, е необходимо приемането на закон за експорт на капитал, заяви Евгений Гуревич.

ИТАЛИАНСКАТА „GENERALI“ ПРЕДЛАГА 3,85 МЛРД. ЕВРО ЗА „TORO ASSICURAZIONI“

Най-голямата италианска застрахователна компания „Generali“ обяви, че е готова да плати минимална цена от 3,85 млрд. евро, за да придобие контрола върху развиващата се италианска застрахователна компания „Toro Assicurazioni“, изкупувайки 65,5% от компанията на цена от 21,21 евро за акция.

В комунике на компанията „Generali“ уточни, че ще финансира операцията с 1,7 млрд. евро, които преди това е трябвало да отидат за изкупуване на

собствените ѝ акции.

Джовани Перисиното, официален говорител на „Generali“, уточни, че компанията разчита да увеличи двойно присъстви-

ето си на италианския застрахователен пазар.

„Докато тази транзакция прави пълно присъствие на дружеството на италианския пазар, ние, разбира се, следваме стратегията си да намираме изобретателни нови начини да стъпим и на други пазари“, обясни пред миланската преса Перисиното.

СПОРЕД „INTERBRAND“ МАРКАТА АХА СТРУВА 5,01 МЛРД. ЕВРО

Филиалът на „Omnicom“, групата „Interbrand“, наскоро състави за френското списание „L'Expansion“ списък с отличилите се френски компании, чиито марки са се утвърдили и в чужбина.

Марката АХА (оценена на 5.01 млрд. евро) влиза за пръв път в тази класация направо на четвърто място.

В интервю за списанието комуникативният директор на марката и трайното развитие на Groupe АХА Клер Дорланд-Клозел заяви: „Нашето име е трайна амалгама на съюза в групата, създадена преди двадесет години чрез множество сливания и поглъщания. Точно това е била идеята на Клод Бебеар, когато е основал компанията през 1985 година. „Относно марката тя добави: „Съдържанието

и трябва да изразява ясно стратегията и позицията на компанията. Това е един вид ангажимент към клиента, обещание, което после трябва да се изпълнява трайно.“

Изследването и класирането по скалата на т.нар. „Brand Valuation“, създадена от „Interbrand“, е метод за изчисляване на финансовата стойност на марките. Той се състои от няколко етапа:

- Анализ на финансовите данни с цел установяване на добавената стойност, породена от марката;
- Преценяване на ролята на марката в рамките на съответния сектор;
- Преценяване на силата на марката;
- Преценяване на отклоненията на разглежданата марка в сравнение с фиктивна идеална марка, която би имала максимално представяне според всички критерии.
- Преценяване на отклонението между разглежданата марка и хипотетична идеална марка, която има максимално представяне по всички разглеждани критерии.

Тези последователни етапи позволяват да се определят чистите доходи, които се дължат единствено на марката.

Класацията разкрива, че 24 марки са се утвърдили на международния пазар със стойност над 1 млрд. евро. На върха са: Louis Vuitton (15,63 млрд. евро), „L'Oreal“ (5,33 млрд. евро), „BNP Paribas“ (5,1 млрд. евро) и АХА (5,01 млрд. евро).

В статията се отбелязва, че АХА е направила впечатляващ дебют в класацията, заемайки директно четвърта позиция.

„GENERALI GROUP“ КУПИ 51% ОТ УКРАИНСКИТЕ ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ КОМПАНИИ „ГАРАНТ-АВТО“ И „ГАРАНТ-ЛАЙФ“

Това е част от плана на италианската застрахователна група да създаде единен холдинг, в който ще влязат компании от България, Сърбия, Русия и Украйна

Водещата италианска застрахователна група „Assicurazioni Generali SpA.“ подписа договор за придобиването на 51% от акциите на застрахователната компания „Гарант-Авто“ и 51% от акциите на животозастрахователната „Гарант-Лайф“ чрез концерна „Generali Holding Vienna“. В момента сделката се разглежда от Украинския антимонополен комитет. По данни на приближени до сделката цената на контролните пакети акции и на двете компании е около 90 млн. долара. По време на подписването на договора представителят на „Generali Vienna Group AG“ Карл Щос заяви, че австрийската компания засега не възнамерява да увеличава дела си в украинските застрахователни дружества и смята да запази имената им. В същото време представителят на „Гарант-Авто“ Юрий Лахно от каза да назове имената на акционерите, които са продали своите акции на австрийския инвеститор.

„ALLIANZ“ ОБЯВЯВА ПОВЕЧЕ ОТ 7500 СЪКРАЩЕНИЯ В ГЕРМАНИЯ

Германското застрахователно дружество „Allianz“ обяви, че смята да направи значително реструктуриране на дейностите си в Германия. Операцията ще доведе до съкращаването на близо 5000 служители в застрахователния сектор и 2480 в банковия филиал „Dresdner Bank“.

Реструктурирането трябва да обедини под един покрив животозастраховането, здравното застраховане и застраховането на движимо и недвижимо имущество до края на 2008 година. Тази реформа ще струва около 500 млн. евро, уточниха от „Allianz“.

Понастоящем компанията има около 31 500 служители, уточни говорител на „Allianz“.

„С годините „Allianz“ загуби някои части от пазара. Реорганизацията на застрахователните ѝ дейности, започната още миналата година, цели да преобърне тази тенденция в наша полза“, казва в официалното комунике на „Allianz“ генералният директор на дружеството Герхард Рупрехт.

Информация www.zastrahovatel.com