

СЛЕДИМ ПАЗАРИТЕ В ИЗТОЧНА, ЦЕНТРАЛНА И ЗАПАДНА ЕВРОПА, КАТО ПРЕНАСЯМЕ ОПИТА ИМ И У НАС

● Много бързо се разработват нови продукти, които са дали своя положителен ефект - споделя изпълнителният директор на ЗАД „Алианц България Живот“ ПЛАМЕН ЯЛЪМОВ

Г-н Ялъмов, през последните 1-2 години ръстът, който реализират компаниите в животозастрахователния сегмент, е между 25%-30%, като най-силно за тях се очертава последното тримесечие. Има ли раздвижване на пазара и на какво се дължи то?

- Раздвижване на пазара се забелязва и причините са, че хората станали по-платежоспособни отколкото преди десетина години. Те разполагат с повече свободни финансови средства и това е видно от статистиките на банките, където спестяванията на населението се увеличават с милиарди лева всяка година и една част от тези пари хората инвестират в животозастраховане.

Друга важна причина за ръста в животозастраховането е активността на животозастрахователните компании, които вече развиха мрежи от агенти, навлязоха и много застрахователни брокери. Те извършват „просветителска“ дейност сред българите, които се запознават с продуктите ни и това подпомага нашия бизнес.

- ЗАД „Алианц България Живот“ е лидер по премиен приход от началото на годината сред животозастрахователните дружества с приходи към 30 юни т.г. 28.239 млн. лв., което е 26.88% от пазара, а и ръстът на годишна база е около 33.8%. На какво се дължат тези забележителни успехи, г-н Ялъмов?

- Успехите се дължат на нашите усилия да развием през последните няколко години мрежите си за продажба, които са основната връзка с клиентите. Усилията ни за набиране на хора в тези агентски мрежи, усилията на нашите две мрежи „АЛФ“ (т.е. съветници в областта на застраховането и финансовите услуги) и „УМ“ (т.е. универсална мрежа), както и на ръководството на „Евролайф България“, които продават продуктите ни, бяха увенчани с успех. Положихме много грижи за тяхното обучение и мотивирането им да работят за нас.

Друга причина за ус-

пеха ни е голямата подкрепа, която ни оказва управлението ни във Виена на „Алианц Нова Европа“. Този холдинг през последните години насочи всички усилия да ни подпомага. Той следи непрекъснато пазарите както в Източна, така и Централна и в Западна Европа, като след обстоен маркетинг на тези пазари пренася опита им и у нас. Много бързо се разработват нови продукти, които са дали своя положителен ефект на другите пазари. Наскоро внедрихме и новия си продукт „Алианц Бест Инвест“, за който писахте във вашия вестник. Този чисто инвестиционен продукт само преди три-четири години успешно бе пуснат на пазара в Германия и Австрия. А Източна Европа бе първият регион след тези страни, в който почнахме да продаваме този продукт. Реагирахме много бързо с масирана реклама. Направихме две успешни кампании и продадохме успешно и двете квоти. Продуктът „Алианц Бест Инвест“ не е рискована инвестиция, защото гарантира 120% възвръщаемост на вложенията. Този продукт е разработен съвместно с „Дрезднер банк“, която е от групата „Алианц“ и благодарение на това сътрудничество имаме възможност да предложим съвсем нови продукти на пазара. Предстоящо е и стартирането на друг наш продукт през последното тримесечие



на тази година. Това също е инвестиционен по характер продукт и се нарича „Алианц Индекс Екстра“. Става дума за инвестиционен продукт, който не е само инвести-



ция в борсов индекс, а и в суровинен индекс (петрол, метали и т.н.). През следващата 2008 г. са предстоящи промоциите на съвсем нови продукти.

Успехите на животозастрахователната ни компания, не на последно място, се дължат и на солидната подкрепа, която получаваме от холдинговата ни структура „Алианц България“, която обслужва доста от операциите в нашия бизнес.

- От анализа по видове застраховки е видно, че над 80% от портфейла ви се формира от продажбата на застраховка „Живот“ и рента, лидер сте в продажбата на „Женитбена и детска застраховка“ и с втори резултат при пласирането на полиците за застраховка „Живот“, свързана с инвестиционен фонд. На корпоративни клиенти ли разчитате, или имате добра застрахователно-брокерска и агентска мрежа из страната?

- Разчитаме изключително на мрежите си, с които продаваме продуктите си на индивидуални клиенти. Защото корпоративният клиент е

добре дошъл, но не можем да направим голям обем приходи, така както това правим с индивидуалните клиенти. Все още над 80 на сто от портфейла ни се формира от сме-

сени и рентни застраховки. Защото останалите продукти изискват сериозно обучение на посредниците. Ръстовете ни са забележителни и в застраховките „Живот“, свързани с инвестиционни фондове. Растем в пъти всяка година и това означава, че хората се интересуват силно от такъв тип продукти. Аз съм убеден, че съвсем наскоро ще бъдем първи по резултати в този вид застраховки, защото предлагаме голямо разнообразие от фондове, както и голямо разнообразие от нови продукти, които споменах. Трябва да се знае също така, че става дума за фондове на групата „Алианц“, а не наши български. Това е много силен аргумент. Фондовете са създадени и се управляват от групата и са базирани в Германия, Люксембург, Ирландия и САЩ и притежават професионални мениджъри.

- Известно е, че и други компании се готвят да предложат застраховка „Живот“ с инвестиционен фонд - ЗПАД „ДЗИ“ и ЖЗК „Граве България“ АД. Как ще се отрази това на конкуренцията?

- Нека са добре дошли колегите на този пазар, защото според мен колкото повече компании предлагат продукта, толкова те повече образват клиентите, а от това печелим всички.

- При продажбата на полици какви са най-често предпочитаните застрахователни суми от

клиентите и не е ли мотивацията им за застраховане предимно в спестовния елемент на продуктите?

- Има клиенти, които наистина предпочитат спестовната част на продуктите и те са по-голяма част от застрахованите ни. Но те не пренебрегват и застрахователната част. Повече от 80 на сто са приходите от спестовните ни застраховки, а те имат силна рискова част. Половината от клиентите ни избират също така допълнителен пакет за злополука. Най-често застрахователните суми са от порядъка 10 000 - 20 000 лв. (средна застрахователна сума). Но имаме и клиенти, които правят застраховки за по-неколкостотин хиляди евро застрахователна сума.

- Какво ново при инвестиционните застраховки с възможност за купуване на акции от фондове в чужбина?

- Новото при инвестиционните ни застраховки е фактът, че наскоро променихме два от инвестиционните си фондове. Има професионални мениджъри, които ни посъветваха да променим тези два фонда, които бяха малки по обем, защото не успяха да наберат достатъчно клиенти. Средствата от тези фондове бяха прехвърлени в по-перспективни и по-ефективни за клиентите ни фондове. Буквално преди дни, от първи септември започнахме активно управление на т.нар. програми (или кошници) от няколко фонда. Те ще бъдат управлявани от наш професионален мениджър в една от най-големите западноевропейски банки. С други думи, професионалист ще съветва хората как да инвестират в „кошницата“, за да може рискът за тях да бъде сведен до минимум.

- Удовлетворителна ли е според вас законовата рамка за животозастраховането в момента и в частност за инвестирането на резервите? Не е ли ограничена тя по отношение на смесените застраховки „Живот“ със спестовен характер и предвиждат ли се някакви предложения за промени, иницирани от застрахователната гилдия?

- До момента е удовлетворителна, тъй като става ясно, че и през следващата година ще се запазят данъчните преференции на застрахов-

ките „Живот“, т.е. 10% от облагаемия доход. Смятам, че тези преференции трябва да се запазят дълго в бъдеще, тъй като животозастрахователният пазар е необходим на обществото. Той облекчава социалната функция на държавата, защото покрива лошите моменти в човешкия живот.

- Честите промени в данъчните закони през годините караха животозастраховането да буксува. Допреди година застрахователните компании предлагаха месечни данъчно признати разходи до 15 на сто от максималния осигурителен доход с мотивацията, че данъчното облекчение е общо и за застраховките „Живот“, и за доброволното здравно осигуряване... Трябва ли да се помисли за по-високи данъчни облекчения?

- Животозастрахователният пазар трябва да има още дълги години по-не досегашните данъчни облекчения, докато се повиши достатъчно както жизненото равнище, така и съзнанието на българите да се застраховат. Например в Германия данъчните облекчения паднаха едва в края на 2005 година, т.е. след десетки години от бурно развитие на животозастрахователния пазар, което стартира след Втората световна война. Ако погледнем финансовата страна на облекченията у нас, става ясно, че влиянието им върху бюджета е нищожно на фона на огромния бюджетен излишък.

Може би е необходимо да се помисли и за данъчни облекчения върху другите видове рискови животозастраховки извън застраховките „Живот и рента“ и застраховките „Живот“ с инвестиционен фонд (които в момента са облекчени). Защото премийният приход по застраховките „Злополука“ е толкова малък, че това няма да се отрази на бюджета. Така сумата за данъчно облекчение няма да се промени с повече от 2%-3%, ако се подложат на данъчно облекчение и другите видове застраховки.

Освен това е разумно да се помисли за отделяне на данъчната преференция по застраховката „Живот“ от преференцията за доброволното здравно осигуряване.

Интервю на
ИЛЕАНА СТОЯНОВА