

ЦЕЛТА НИ Е ДА СМЕ НАЙ-ДОБРИТЕ В ДЪЛГОСРОЧНОТО ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНЕ

В общото застраховане се стремим да станем компания на средния и малкия бизнес

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 казвал 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 ѝ 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 отлича нещо като особено голямо постижение. Със сигурност стартирането на дейността на общо застрахователното 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 прохожда тя?

- Като всяко ново начало стъпките на „Граве България Общо застраховане“ ЕАД са побавни, но със сигурност уверено вървим напред и резултатът ни се подобрява с всеки изминал месец. Не бих фиксирал 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, апартаменти 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 преодолял 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.

Близко 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-голям. 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 призиви места на пазара на общото застраховане. По-скоро целта ни е да се специализираме в имущественото застраховане, като постепенно разширяваме обхвата на тези наши 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 по-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 привличаме 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 финансови 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 разноски 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 живото застраховки 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 предстоят, този отрицателен резултат ще бъде компенсиран. 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.

Ще пуска ли „Граве България Животозастраховане“ ЕАД скоро нови застраховки и какви?

- До края на тази година не планираме пускане на нови продукти. Следващата година предстои пускане на нови застраховки, но засега не бих ги анонсирал. Те със сигурност ще бъдат интересни и ще са нови не само за нас, но и за пазара. В момента работим в тази насока както в животозастраховането, така и в общото застраховане. Вече загатнах в каква посока ще е развитието в общото застраховане. В животозастраховането да кажем, че ще доразвием някои от съществуващите ни продукти, като може да помислим и за изцяло нова застраховка.

Ползвате ли ноу-хау от австрийската „Граве“ и кое е специфичното при него?

- Дейността ни до голяма степен е съобразена с критериите и начина на работа на австрийската компания майка - като планиране, отчетност, бюджетиране. При продажбите ползваме техния опит по отношение на някои обучения и тренинги за начина на предлагане на продуктите, както и за начина на изграждане на точките ни за продажби. Така че от тях заимстваме много неща. Но има и немалко характерни за българския пазар особености, които сме въвели в начина на предлагане на продуктите, в изграждането на дейността ни и в самата система за продажби. Австрийският и българският пазар са различни. Австрийският е доста развит и наситен, докато

българският е все още в относително ранен етап на своето развитие. Според нашето законодателство финансовите консултанти са самоосигуряващи се лица, докато на много други пазари това не е така. Естествено, имаме предвид и някои наложени от конкурентите ни практики, които са успешни, тъй като отговарят на българския менталитет и на нивото на развитие на нашия пазар.

Коя е най-типичната черта на българина в това отношение?

- Българинът определено е труден клиент. Той е мнителен и все още недостатъчно открит за подобни дългосрочни перспективи. Тази му черта постепенно се променя и той започва да мисли доста по-европейски, по-напредничаво и по-сериозно за семейството си, както и за своята собствена защита и спестявания. Но въпреки това българите все още мислят първо за автомобила си, след това за жилището си и едва тогава евентуално и за живота и близките си. Виждаме, че се теглят кредити и се строи масово в цялата страна. Българинът е на едно от първите места в света по притежаване на собствено жилище - около 85% от хората у нас имат собствен дом. Вярвам, че постепенно ще се излезе от тази рамка и българи те ще започнат да се грижат и за собствения си живот, пенсия и здраве.

Какви са целите на „Граве България Животозастраховане“ ЕАД за цялата 2008 г.?

- Отново да реализираме добър прираст (спрямо 2007 г.) -от порядъка на 25-30 процента. Вярвам, че ще успеем да постигнем тази цел и да реализираме още по-добър финансов резултат в края на отчетната година. В продължение на 8 години „Граве България“ АД реализира положителен финансов резултат от дейността си, което е по-скоро прецедент. Не мисля, че има компания, която е започнала от нулата и още от втората си година на пазара има положителен финансов резултат. Това е и едно от нещата, които ни отличават от останалите компании на пазара. Чрез този положителен резултат ние се стремим да покажем на нашите клиенти, че управляваме и техните средства по най-добрия начин. Че се стремим във всеки момент те да бъдат спокойни за своите вложения, тъй като компанията не работи на загуба, а реализира положителен резултат. Този резултат е индикация не само за това, че със средствата на клиентите се работи добре. Ежегодното му увеличение показва също, че клиентите могат да разчитат на добра доходност и на висока степен на сигурност на своите инвестиции в „Граве България Животозастраховане“ ЕАД.

Колко е средната годишна доходност по спестовните ви животозастраховки?

- Засега е в рамките на 6% в евро. Всички наши продукти са в евро еквивалент. На полицата се отпечатва стойността в евро, но над 90% от клиентите ни плашат своите вноски в лева. Имайки предвид, че полиците са предимно дългосрочни, се очаква повечето ни клиенти да получат в евро застрахователната сума, която са натрупали, тъй като се очаква България да въведе еврото като платежна единица около 2012 г.

Каква е дългосрочната цел на „Граве България Животозастраховане“ ЕАД?

- „Граве“ да се утвърди като един наистина добър застраховател, като компания с високи стандарти, с високо ниво на обслужване и с едни от най-добрите продукти на пазара. Като компания, която може да бъде сочена за пример и която е най-добрата в своя сегмент - дългосрочното спестовно животозастраховане. Като един семеен

застрахова тел, както и като компанията на средния и малкия бизнес по отношение на общото застраховане.

Сключват ли се вече застраховки за цялото семейство, а не само полици за един или за двама членове на фамилията?

- Да, при това тези семейни клиенти не са малко. Казвам семейни, ако щете дори като дух. тъй като самото основаване на компанията, дейността и развитието ѝ изповядва семейни ценности. Компанията майка „Граве“ е основана от брата на първия австрийски кайзер Франц. Нашият основател е ерцхерцог Йохан, който е тясно свързан с монархическата династия. Впоследствие нашата компания дълги години е била взаимно-застрахователна и се е казвала „Привилегировано имперско взаимозастрахователно дружество срещу пожар“. Това са били първите стъпки - през 1828 г., преди 180 години. Всеки, който е притежавал полица в компанията е имал и дял от самото дружество. Впоследствие компанията се модернизира и става съвременно акционерно дружество, но все още има немалка част, която е притежание на по-богати фамилии. А и принципа на унаследяване на продуктите и на клиентите, и на поколения, които са застраховани в компанията, също носи семеен дух, който вярвам, че пренасяме и в България. И до ден днешен, ако се разхождате в Грац или в Словения, или в Хърватска, или в Южна Австрия, а защо не и в останалите части на Австрия, можете да видите табелки на сгради, които са застраховани преди десетки или дори преди стотици години и които все още носят знака на „Граве“. Това е една традиция, една потомственост, която се предава от поколение на поколение.

Как смятате да отпразнувате тази 180-годишнина в България?

- Политиката на „Граве“ е да чества по-кръгли юбилеи. На 175-годишнината, която се приема за по-кръгла, имаше сериозни тържества във всички дъщерни дружества и в самата Австрия. За 180-годишнината не се планират грандиозни празненства. Ще отбележим празника в по-тесен кръг - с нашите служители и с някои от най-близките ни партньори. Иначе очакваме едно по-голямо празненство през 2010 г.. Тогава ще се отбележи 10-годишнината на „Граве България“ АД, която ще бъде за нас един наистина значим юбилей.

Кои са най-големите трудности пред българските животозастрахователни компании в момента и какво развитие на пазара очаквате?

- Конкретно за ГРАВЕ не бих казал, че има трудности, а по-скоро предизвикателства в работата ни. Те са свързани с трудното привличане на нови консултанти, които да предлагат животозастрахователните продукти. Свързани са и с вече недостатъчно атрактивните облекчения, които се дават при сключването на животозастраховки. Имам предвид въведения плосък данък и някои други промени в макроикономическата рамка на пазара. Животозастраховането още има данъчни преференции, но те вече не са толкова значими, колкото бяха преди. При застраховки „Живот“ със срок над 10 години клиентът може да спести до 10% от своя облагаем доход на годишна база. Ако приемем, че даден клиент има 10 000 лева годишен доход и е направил застраховка, която е в рамките на 10% от този годишен облагаем доход, той ще може да намали облагаемия си доход с направените вноски за животозастраховката си. А при изтичане на срока на полицата допълнителната

доходност е освободена от данък. Върху застрахователната сума се дължи данък, но върху допълнителната доходност - не.

По-голям стимул за повечето клиенти обаче в момента е оптимизирането на техните финанси на годишна база. Някои компании предлагат подобни продукти, с които все още реализират значителни обеми. Но това не е типично застрахователен бизнес. Той по-скоро разглезва пазара и не прави добра услуга в дългосрочен план на предлагашите го компании. Тези клиенти търсят конкретна изгода в конкретната година, а животозастраховането има други функции - да предлага защита и сигурност и възможност за дългосрочно спестяване.

Накъде ще се развива българският животозастрахователен пазар оттук нататък?

- Надявам се да се развива само в положителна посока, имайки предвид, че едни от най-големите играчи вече са в България. Те налагат определени модели на работа, нов стил. Разбира се, предлагат и по-агресивна политика на пазара, но това е нормално. Чрез тази своя по-активна политика популяризират и самото животозастраховане в България и правят продуктите доста по-ясни за масовия клиент. Много хора у нас все още нямат представа какво представлява дългосрочното спестовно животозастраховане. Когато чуят думата застраховка, в тях възниква асоциация със защита срещу настъпване на някакво застрахователно събитие и нищо повече. Не отчитат елемента на натрупване, на спестовност, на сигурност, на доста добра алтернатива на банков депозит, на инвестиция в недвижим имот или в някаква друга ценност. В цяла Западна Европа животозастраховането е водещо като начин на спестяване и като финансова защита.

В Западна Европа на животозастраховането се падат повече от 50% от целия застрахователен пазар, докато у нас процентът му е под 20 на сто. Кога очаквате и у нас пазарният дял на животозастраховането да стане по-голям от този на общото застраховане?

- В близките 15-20 години това може да се случи и у нас, но не съм оптимист за по-кратки срокове.

Какви са мотивите един клиент да избере „Граве България Животозастраховане“ ЕАД, а не някоя друга животозастрахователна компания?

- Вече има много добри животозастрахователни компании на пазара. Това е въпрос на личен избор, но ние предлагаме персонален контакт чрез нашите консултанти. Вярвам, че ние обслужваме нашите клиенти на изключително високо ниво. Не бих го сравнявал с това на останалите компании, тъй като съм убеден, че ние ползваме най-добрите специалисти от Австрия. Обучават ни най-добрите треньори, които имаме в концерната, и начина, по който предлагаме продуктите си, ни отличава от останалите дружества. Все пак 180 години история означават значителен опит, традиция, сигурност. Компания, която е преживяла световни войни и рецесии и сътресения в сърцето на Европа, заслужава доверие. След като тази компания се е утвърдила на един силно развит пазар, какъвто е австрийският, както и на всички останали пазари, на които е стъпила, значи тя знае как се прави този бизнес. Правила го е близо два века. Има сериозна финансова сигурност и добри, съвременни, модерни западни продукти. Има високо ниво на обслужване и качество на работа. А и

положителният финансов резултат, който реализираме, е доказателство, че ние наистина се стремим да извлечем максимума от средствата на нашите клиенти, като ги инвестираме по най-добрия начин.

