

Bancassurance in Romania

Conferinta organizata de Pro Fiduciaria
Bucuresti, Hotel Novotel, 5 martie 2014

Tudor Moldovan

Cuprins

1. Date statistice;
2. Bancassurance acum 10 ani;
3. Sperantele legate de CEE continua...
4. In acelasi timp...
5. Ce n-a functionat?
6. Ce trebuie facut?
7. Amenintari;
8. Comentarii (din presa romaneasca);

1. Date statistice – Romania si Bulgaria

ROMANIA

	2008	2009	2010	2011	2012
Gradul de penetrare al asigurarilor in PIB, %	1.77	1.80	1.62	1.35	1.40

(Sursa: Raport annual CSA pentru 2012, pag. 12)

BULGARIA

	2008	2009	2010	2011	2012	Average	2012/2008
Life Market, m EURO	142.35	114.87	127.15	127.48	134.78	129.33	-5%
Change		-19%	11%	0.30%	6%		
Life insurance penetration, %	0.40	0.33	0.35	0.34	0.34		
Non-life insurance market, m Euro					672.68		
Non-Life insurance penetration, %					1.70		

(Sursa: FSK Report 2012)

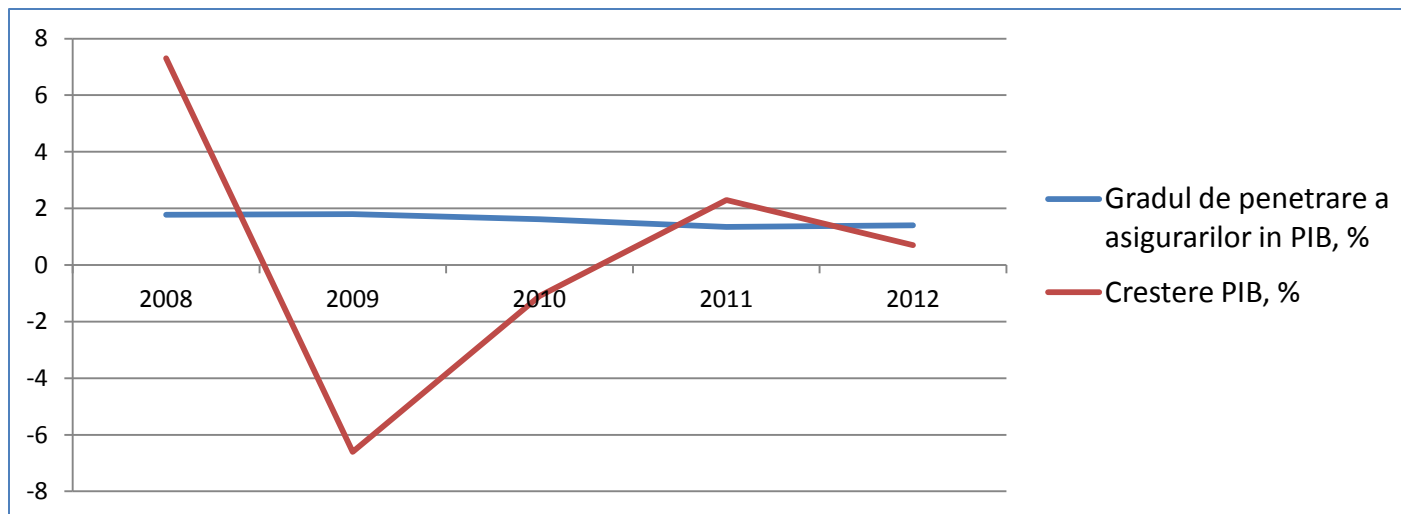
- **Opinia unui martian?**
- **Slaba penetrare**  **competitie acerba asupra preturilor;**

1. Date statistice - Romania

ROMANIA

	2008	2009	2010	2011	2012
Gradul de penetrare al asigurarilor in PIB, %	1.77	1.80	1.62	1.35	1.40
Crestere PIB, %	7.30	-6.60	-1.10	2.30	0.70

(CSA - Raport anual pentru anul 2012, Ziarul Financiar)



Greu de stabilit daca exista o legatura intre cresterea PIB si asigurari...

2. Bancassurance acum 10 ani

- Subiect dezbatut in conferinte internationale aproape anual in ultimii ani;
- Subiectele dezbatute la o conferinta internationala in anul 2004 pot fi impartite in:
 1. Ipoteze de baza (fundamentale);
 2. Ipoteze secundare;

2. Bancassurance – ipoteze de baza

- Bancile – un canal de distributie pentru produse de asigurari;
- O sursa alterantiva de venit pentru banci;
- One stop shopping;
- Din punctul de vedere al societatii de asigurare, cresterea numarului de puncte de vinzare;
- Volumul mare de vinzari reduce costurile (economies of scale);
- O gama larga de produse (bancare si asigurari) duce la cresterea penetrarii serviciilor financiare;

2. Bancassurance – ipoteze de baza

- Alinierea organizatiilor;
- Definirea si asamblarea produselor;
- Pregatirea functionarilor bancari;
- Definirea parametrilor de masura (KPI);

2. Bancassurance – ipoteze secundare

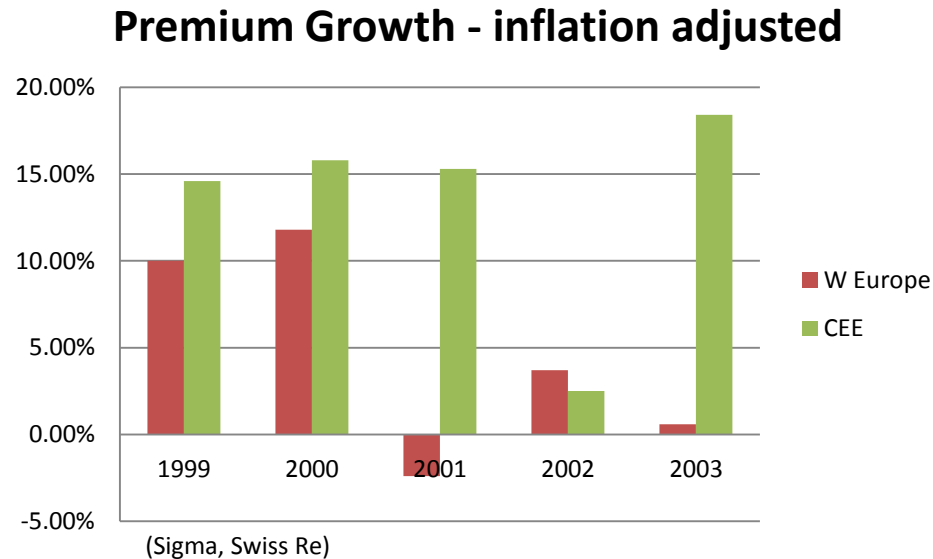
- Reputatia mult mai buna a bancilor fata de cea a agentilor de asigurare???
- Experienta marilor grupuri financiare;
- Convergenta:

Insurance Market Penetration (2004)	West Europe	CEE
Life	4.99%	0.99%
Non-life	3.47%	2.11%
Total	8.46%	3.10%

- Cresterea anuala a PIB mai rapida in CEE decit in restul Europei;
- Aparitia clasei de mijloc ????

2. Bancassurance – ipoteze secundare

- Rata de crestere a pietei asigurarilor in CEE:



3. Sperantele legate de CEE continua...

Raportul unor analisti financiari din toamna anului 2009:

- “CEE este mai profitabila decat multe piete din vest”;
- “Dintre toate tarile din CEE, Ucraina, Romania si Polonia sunt cele mai atractive. Credem ca Romania este cea mai atractiva piata deoarece are o populatie semnificativa si penetrarea asigurarilor este slaba iar GDP/capita este scazut, oferind un potential de crestere puternic. Ucraina este promitatoare din aceleasi motive, dar nesiguranta legata de mediul politic si cel al reglementarilor o face mai putin atractiva.”
- “Piata asigurarilor de viata are un potential mult mai mare decat cea a asigurarilor non-viata.”

3. Sperantele legate de CEE continua...

- “Modelul folosit: presupunem ca peste 25 ani fiecare tara din CEE va atinge acelasi indice de penetrare al asigurarilor ca cel de acum al tarilor din vest si acelasi GDP/capita, populatia ramainind constanta.... Folosind acest model, nu este o surpriza sa constatam ca tarile cu cea mai mare populatie – Ucraina, Polonia si Romania – vor avea si cea mai mare crestere. Cu toate acestea, este de asteptat ca unele tari mai mici, cum ar fi Bulgaria si Serbia, sa aiba o crestere mai rapida, deoarece au indici de penetrare si mai mici.”

- **EBRD Transition Report 2013: 80 ani pentru Bulgaria!!!**
- **Ipoteza de convergenta si potentialul de crestere in tarile din CEE, precum si opiniile analistilor financiari, au creat mari sperante grupurilor financiare internationale!!!**

4. In acelasi timp...

Customers for life – European Insurance Report, 2010, Swiss Re:

- In 12 tari din Europa de vest, diferenta dintre acoperirea care ar trebui sa fie si cea existenta (insurance gap) se ridica la Euro 10,000 Mld, care se traduce intr-un volum anual de prime de Euro 25 Mld!!! (este vorba numai de asigurari de viata fara economisire);
- 1% din aceasta piata inseamna Euro 250m, ceea ce nu este de neglijat!!!

4. In acelasi timp...de ce nu se realizeaza acest potential?

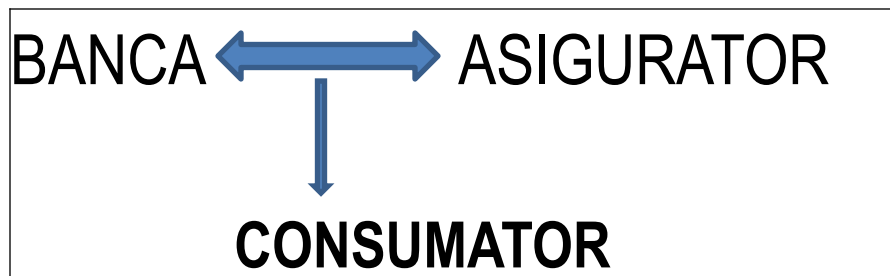
Exista 3 zone critice (nevoie, cost, acces):

1. Inteleg consumatorii ca au **nevoie** de acoperiri rezonabile sau se bazeaza pe protectia sociala?
2. Consumatorii percep asigurarile de viata ca fiind acceptabile ca **pret**? Cit de mult vor sa plateasca pentru asigurari de viata? Care este costul real al acestor asigurari?
3. Unde si cum percep consumatorii sa cumpere asigurari de viata? Ce cred consumatorii despre industria asigurarilor? Au incredere in aceasta industrie?

Se pare ca ar trebui gindita o abordare putin diferita...

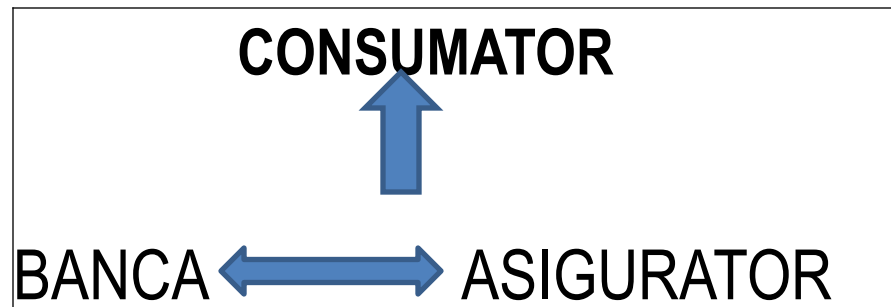
5. Ce n-a functionat?

1. Preocupari scazute legate de intelegerea consumatorului
In loc de:



Mai intii se definesc operatiunilor si apoi consumatorul;

N-ar fi fost mai bine:



Mai intii este intelegerea consumatorului si apoi definirea operatiunilor;

5. Ce n-a functionat?

1a) Ne-intelegerea consumatorului pre-criza:

- Orientarea spre consum si nu spre economisire, dupa o lunga perioada comunista de lipsuri si frustrari;
- Preferinta pentru active tangibile (casa, masina etc) si nu pentru cele “intangibile” (asigurari de viata, investitii etc);

5. Ce n-a functionat?

1b) Ne-intelegerea consumatorului post-criza:

- Reajustarea bugetului gospodariei;
- Schimbarea psihologiei: judecata persoanelor carora le lipseste ceva (bani, sanatate, prieteni etc) functioneaza diferit, persoanele respective fiind “prinse” in “capcana saraciei” si isi concentreaza judecata asupra indeplinirii nevoilor urgente. In acelasi timp, aceste persoane cunosc adevarata valoare a unui euro, calorii, zimbet sau minut. Cei care traiesc in “saracie” evalueaza mult mai atent costurile si evalueaza mult mai atent fiecare ban cheltuit. (The Psychology of Scarcity);

5. Ce n-a functionat?

- Schimbarea atitudinii fata de risc:
 - A crescut numarul celor care au aversiune fata de risc;
 - In urma crizelor financiare, aversiunea fata de risc creste, indiferent daca persoanele respective au suferit sau nu pierderi financiare (criza din Finlanda in anii '90, criza din Bulgaria din anii '99), iar aceasta aversiune se intinde pe mai multi ani;
 - Conform unor studii de comportament, reactia la criza financiara seamana mai degraba cu 'panica' decit cu un raspuns proportional cu pierderea suferita (reactie similara cu cea dupa o catastrofa naturala, razboi, accident etc);

6. Ce trebuie facut?

1. Ipotezele de baza sunt inca adevarate;
2. (Unele) ipoteze secundare sunt necesare, dar nu suficiente (cresterea PIB);
3. Intelegerea consumatorului;
4. Aparitia unor consumatori “fericiti” (The Economist, Decembrie 2012, Bulgaria);

7. Amenintari

- La nivel “macro”:
 - Basel 3;
 - Solvency 2;
- La nivel “micro”:
 - Procese si cunostinte de vinzare neadecvate;
 - Insuficienta pregatire a personalului de vinzare, suport etc;
 - Scheme de recompensare neadecvate;
 - Sprijin insuficient din partea asiguratorului;
 - Schimbari de legislatie;
 - Neintelegerea consumatorului;
 -

8. Comentarii (din presa romaneasca)

- “In 2013 PIB-ul a crescut cu 3,5%, dar aceasta crestere nu se reflecta in nivelul de trai”;
- “In 2013 clientii au cumparat mai multe polite de asigurari de viata, dar de valori mai mici” (un asigurator);
- “Bancile nu s-au prea schimbat, in schimb clientii da” (un bancher);