

SO

SVET OSIGURANJA

BROJ 3 | GODINA IX
Beograd, mart 2019.

Cena 605 dinara

za inostranstvo 8 € (poštarina uključena)

TEMA BROJA

Osiguranje i
obnovljivi izvori
energije

AKTUELNO

Kako osigurati
"stan na dan"?

Milorad Bosnić, predsednik Izvršnog
odбора Sava neživotnog osiguranja

Imamo dobre temelje za dalji rast

U specijalu Sveta
bankarstva i
finansija:

Intervju
Dr Duško
Pejović

U fokusu
Koji izazovi očekuju
bankare u 2019.?

Događanja
Bankari na Kopaonik
biznis forumu



Imamo dobre temelje za dalji rast

■ **Zadovoljni poslovanjem Sava neživotnog osiguranja u 2018. godini. Bruto fakturisana premija osiguranja je u 2018. bila za 14,13% veća u odnosu na premiju u 2017. Prošlu godinu smo uspešno završili sa rekordno ostvarenim profitom većim od milion evra, što je daleko iznad plana**

Razgovarala: Vesna Lapčić

Stabilan i razvijen sektor osiguranja predstavlja osnov za dalji razvoj privrede, ali i zaštitu imovine države, kompanija i građana. Iako tržište osiguranja raste skromno, ono je stabilno i osiguravači pravovremeno odgovaraju na svoje obaveze prema svojim korisnicima. Mnogi potencijali na tržištu osiguranja nisu dovoljno iskorišćeni, što predstavlja izazov za osiguravače da razviju nove proizvode koje će ponuditi osiguranicima. U procesu usklađivanja finansijskog sektora zemlje sa regulativom Evropske unije, osiguravajuće kompanije pružaju značajan doprinos", kaže Milorad Bosnić, predsednik Izvršnog odbora Sava neživotnog osiguranja u intervjuu za magazin Svet osiguranja.

■ **Zašto građani nisu dovoljno zainteresovani za polise osiguranja?**

Nizak nivo zainteresovanosti naših građana za polise osiguranja, uslovljen je, pre svega, niskim životnim standardom, ali i nepoznavanjem prednosti i koristi koje mogu imati od osiguranja.

Nesumnjivo je da srpsko tržište osiguranja ima veliki potencijal za još veći rast.

Osiguravači se trude da povećaju učešće osiguranja na srpskom tržištu kroz ponude novih proizvoda osiguranja, stvaranjem

novih alternativnih kanala prodaje, kroz poslovno partnerstvo sa bankama i brokerskim kućama, preko razvoja dodatnih usluga koje nisu vezane direktno za osiguranje i sl. Pored toga, kako bi se klijenti što bolje upoznali sa uslovima osiguranja, pre potpisivanja polise osiguranja svaki klijent obavežno dobije tzv. Predugovorno obaveštenje u kome su jednostavnim jezikom navedeni osnovni elementi iz uslova osiguranja sa kojima klijent treba da je upoznat.

Verujemo da će postepeni ekonomski rast poboljšati životni standard, a da će potencijalni klijenti, uz naše angažovanje, shvatiti da bi ono u šta su uložili sve što su zaradili trebalo zaštititi, odnosno osigurati.

■ **Gde vidite najveće prepreke i probleme u razvoju osiguranja u Srbiji?**

U prethodnom periodu je napravljen snažan zaokret u vođenju fiskalne politike sa rezultatima većim od očekivanih. Privredna aktivnost se nalazi na putanji ubrzanog oporavka, a fiskalni deficit je značajno smanjen. Unapređenjem poslovnog i investicionog ambijenta, omogućeno je stvaranje osnove za oživljavanje investicione aktivnosti. Predviđa se da ukupan ekonomski rast u zemlji (BDP) za 2019. bude oko 3,5%.

Narodna banka Srbije, održavanjem niske i stabilne inflacije i očuvanjem stabilnosti finansijskog sistema, nastavlja da daje značajan doprinos makroekonomskoj stabilnosti i kreiranju povoljnog i predvidivog poslovnog i investicionog ambijenta.

Međutim, pored svih pozitivnih makroekonomskih mera i prognoza, razvoj osiguranja usporavaju poznate višegodišnje prepreke i problemi: ekonomija u tranziciji, nedovoljan privredni rast, niska platazna moć stanovništva, nedovoljno poverenje u rad osiguravajućih društava, nizak nivo informisanosti osiguranika o mogućnostima i značaju osiguranja, preferencije potencijalnih osiguranika ka obavezanim osiguranjima, prevare u osiguranju.

Angažovanjem i preduzimanjem potrebnih aktivnosti svih učesnika na tržištu osiguranja navedene prepreke bržem razvoju osiguranja će se smanjivati u dužem vremenskom periodu.

■ **Često čujemo da je osnovni problem nedovoljna informisanost građana o mogućnostima i značaju osiguranja!**

Svako od učesnika na tržištu osiguranja daje svoj doprinos u podizanju nivoa informisanja građana o osiguranju kao investiciji, a ne kao trošku. Edukacija građana je dugoročan proces. Država ima svoje



**Kvalitetna i dostupna
ponuda gotovo svih
vrsta osiguranja i
brzina u obradi i isplati
šteta je naša najveća
konkurentna prednost**



pravce razvoja u održavanju stabilnog i uređenog tržišta osiguranja, a osiguravači (zajedno sa svim direktnim i indirektnim aktivnim učesnicima na tržištu osiguranja – udruženja, unije, fakulteti, različiti distributivni kanali...) koristeći različita sredstva i kanale komunikacije, usmerenjem na sadašnjost i bližu budućnost, bi trebalo da se još više angažuju u informisanju i edukaciji svojih klijenata o važnosti osiguranja. Takođe, doprinos izgradnji finansijski pismenih ljudi može dati i školstvo. U godinama koje su pred nama, možemo dobiti dovoljno finansijske pismene i osposobljene ljude ukoliko bi se kroz neku formu edukacije u redovnom školovanju omladina informisala, pripremala i učila o svemu onome što ih čeka u životu kada je u pitanju svet finansija.

■ **Kako ste vi zadovoljni poslovanjem u 2018? U kojim segmentima ste ostvarili najveći rast? Čime ste posebno zadovoljni?**

Iako smo naveli brojne probleme na koja nailaze sva osiguravajuća društva, sa zadovoljstvom mogu da istaknem da smo zadovoljni poslovanjem Sava neživotnog osiguranja u 2018. godini. Bruto fakturisana premija osiguranja je u 2018. godini bila za 14,13% veća u odnosu na premiju u 2017. godini. Prošlu godinu smo uspešno završili sa rekordno ostvarenim profitom većim od milion evra, što je daleko iznad plana.

U skladu sa politikom uvođenja međunarodnih ISO standarda u 2018. godini u Društvu je sprovedena sertifikacija za sistem menadžmenta bezbednošću informacija prema standardu SRPS ISO/IEC 27001:2014, kao i za sistem menadžmenta kvalitetom prema standardu SRPS ISO 9001:2015.

Zahvaljujući intenzivnom razvoju bankarskog kanala prodaje ostvarili smo najveći rast premije u segmentu dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja. Kao što vam je poznato veća premija u poslovima osiguranja fizičkih lica donosi i veći broj šteta. Bez obzira na veliki broj šteta, želim da naglasim da su sve pozitivno rešene štete ispaćene u celosti uz vrlo visoku efikasnost u rešavanu i isplati šteta. Ovo je bitno kako za naše klijente tako i za Društvo u celini.

■ **Na kojim proizvodima će Sava neživotno osiguranje ove godine staviti akcenat?**

U segmentu usluga i paketa osiguranja, zahvaljujući odličnoj saradnji sa posrednicima u osiguranju, dobili smo kvalitetne informacije i smernice koje su nam neophodne za dalji razvoj proizvoda osiguranja za potrebe bankarskog i brokerškog kanala.

Zašto je za Vas značajno društveno odgovorno poslovanje i u koje segmente najviše ulažete?

Sava neživotno osiguranje, kao društveno odgovorna kompanija aktivno učestvuje u životu lokalne i šire društvene zajednice. Ostvarujući prihode, deo ostvarenih finansijskih sredstava vraća društvu kroz sponzorstva, humanitarne akcije, donacije, akcije za podršku kulturnih i sportskih manifestacija i sl.

Prošle godine, u okviru segmenta društvene odgovornosti podržali smo nekoliko većih projekata iz oblasti sporta i kulture. Takođe, finansijski smo pomogli nekoliko humanitarnih institucija. Ovu godinu smo započeli sa podrškom projekata u organizaciji Atletskog saveza Srbije. Želimo

da, kroz podršku u promovisanju atletike i zdravog načina življenja podstaknemo građane na fizičku aktivnost, na brijegu o sebi i svojim bližnjima, na druženju kroz sport, u prirodi. Na nivou Sava Re Grupe, čiji smo član, u skladu sa aktivnostima društveno odgovornog poslovanja, Svetki dan voda – 22. mart izabran je za dan Sava Re Grupe, koji sve članice obeležavaju sprovođenjem humanitarnih, ekoloških i sličnih akcija.

U skladu sa našim ciljevima i opredeljenjima, kao aktivan učesnik u aktivnostima i akcijama društveno odgovornog poslovanja, započeli smo sa potrebnim aktivnostima radi dobijanja još jednog sertifikata - Sistem upravljanja društvenom odgovornošću IQNet SR 10.

U 2019. godini nekoliko naših proizvoda i paketa osiguranja namenjenih građanima biće unapređeni i kreirani prema zahtevima brže i jednostavnije usluge za klijente. Od prošle godine smo počeli intenzivnije da prodajemo osiguranja onlajn, što ćemo nastaviti i u ovoj godini sa namerom da omogućimo osiguranicima da za što više vrsta osiguranja mogu zaključiti polise osiguranja onlajn.

” **Naše društvo raspoloživo se adekvatnim nivoom tehničkih rezervi koje su na poslednji dan prošle godine bile 2,3 mlrd. RSD koliko je i iznosila bruto fakturisana premija za istu godinu**

Kada su u pitanju proizvodi i paketi osiguranja, u narednom periodu Sava neživotno osiguranje će staviti akcenat na imovinska osiguranja, i to prvenstveno na osiguranja od požara, zatim na određene vrste transportnih osiguranja i osiguranja od opšte odgovornosti.

Takođe, intenziviraćemo saradnju u zajedničkom nastupu prema klijentima i objediniti istorodne poslove sa Sava životnim osiguranjem, posebno u ponudi i prodaji paketa i programa osiguranja, sa ciljem optimizacije i povećanja profitabilnosti poslovanja obe kompanije.

■ **Ko su klijenti u fokusu Sava neživotnog osiguranja – stanovništvo ili korporativni klijenti?**

U pogledu usmerenja naše prodaje na stanovništvo ili korporativne klijente, Sava neživotno osiguranje svim svojim

klijentima, bilo da su fizička ili pravna lica, pruža potrebno i adekvatno osiguranje u skladu sa njihovim zahtevima i potrebama.

U našem portfelju osiguranja, fizička lica najviše zaključuju polise putnog zdravstvenog osiguranja. Prošle godine smo zaključili više od 104.000 polisa putnog zdravstvenog osiguranja. Rast broja zaključenih polisa putnog zdravstvenog osiguranja je posledica toga što sve veći broj ljudi putuje u inostranstvo. Naši građani, koji putuju u inostranstvo, se sve više odlučuju da, za veoma povoljan iznos premije osiguranja, kupe polis putnog zdravstvenog osiguranja.

Pored toga, ponuda osiguranja i zaključivanje polisa dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja preko banaka, jeste u fokusu naše saradnje sa bankarskim sektorom, kao prodajnim kanalom.

■ **Na koji načine sve pokušavate da pridobijete klijente u velikoj konkurenciji na tržištu?**

Kvalitetna i dostupna ponuda gotovo svih vrsta osiguranja i brzina u obradi i isplati šteta je naša najveća konkurentska prednost. Dostupnost naših proizvoda posmatramo kroz dva aspekta: kako po broju vrsta osiguranja koje nudimo osiguranicima, tako i po visini premije koju naplaćujemo. Svakako, naše pozitivno višedecenijsko iskustvo na srpskom tržištu osiguranja je, takođe, jedna od prednosti koju ističemo. Iako je bilo nekoliko vlasničkih i statusnih promena, Društvo je steklo status pouzdanog partnera mnogih kompanija i građana. Naši ciljevi i prioritete su, pre svega, usmereni ka kvalitetnoj usluzi, međusobnom poverenju i zadovoljstvu osiguranika.

Svesni smo da osiguranici od nas očekuju, pre svega, pouzdanost i kvalitet u smislu da ćemo biti u stanju da izmirimo preuzete

obaveze. Svi pokazatelji preko kojih se meri stabilnost osiguravajućih kompanija, kod nas su pozitivni. Naše društvo raspolaže sa adekvatnim nivoom tehničkih rezervi koje su na poslednji dan prošle godine bile 2,3 mlrd. RSD koliko je i iznosila

” U godinama koje su pred nama, možemo dobiti dovoljno finansijske pismene i osposobljene ljude ukoliko bi se kroz neku formu edukacije u redovnom školovanju omladina informisala, pripremala i učila o svemu onome što ih čeka u životu kada je u pitanju svet finansija

bruto fakturisana premija za istu godinu. Raspoloživa margina solventnosti je za 4,4 puta veća od zakonski propisane što ide u prilog jako visokom nivou adekvatnosti kapitala.

■ Koje prodajne kanale Vi najviše razvijate i kako biste uopšte ocenili mogućnosti koje osiguravači imaju kada je reč upravo o dozvoljenim prodajnim kanalima?

U skladu sa strategijom i ciljevima Društva, u prodaji osiguranja u 2019. godini najveći rast prodaje očekujemo od bankarskog i brokerskog kanala. Takođe, u skladu sa trendovima i zahtevima osiguravanih, kao što sam naveo, nastavljamo sa uvođenjem onlajn prodaje za nove proizvode i pakete osiguranja.

Pored toga, u planu su intezivne aktivnosti u pronalaženju modela saradnje sa velikim ritejlerima u segmentu prodaje svih vrsta osiguranja koje su bliske njihovim delatnostima (produžena garancija, asistencija kod lečenja kućnih ljubimaca i sl.).

U pogledu mogućnosti koje pojedini prodajni kanali prodaje osiguranja pružaju osiguravačima, postoje podeljena mišljenja i kod nas i u Evropi. Neki smatraju da će interni i klasični prodajni kanali sve više ustupiti mesto eksternim i onlajn kanalima prodaje, navodeći kao glavni razlog niže troškove, pristupačnost i promenu navika. Drugi smatraju da će “živi” kontakt između agenta osiguranja i osiguranika ostati preovlađujući način ugovaranja osiguranja. Bez dileme, svi vidovi distributivnih kanala preko kojih se mogu realizovati poslovi osiguranja, a da istovremeno nisu zabranjeni, potrebni su, kako bi svi postojeći i potencijalni osiguranici imali pravo izbora prodajnog kanala odnosno prodavca od koga će dobiti sve potrebne informacije i savete za potencijalno zaključivanje polise osiguranja.



■ Prošle godine ste pripojili Energoprojekt Garant osiguranje, ranije AS osiguranje. Očekujete li dalju konsolidaciju na tržištu osiguranja u Srbiji i možemo li slične aktivnosti da očekujemo od Sava neživotnog osiguranja?

Kroz dve akvizicije koje ste naveli naši vlasnici su jasno pokazali da im je srpsko tržište osiguranja strateški jako važno za dalji razvoj i širenje Sava Re Grupe izvan granica Slovenije. Krajem prošle godine sprovedeno je pripajanje Energoprojekt Garant osiguranja, čime je Sava neživotno osiguranje preuzelo celokupan portfelj. Cilj preuzimanja portfelja Energoprojekt Garanta je da se omogućujući njegov dalji razvoj sa namerom da se poslovna saradnja koju je Energoprojekt Garant imao pre pripajanja, nastavi uz još kvalitetniju podršku koju će Društvo pružiti postojećim osiguranicima Energoprojekt Garant osiguranja, a posebno Energoprojekt holdingu i svim povezanim licima, sa kojima imamo dugogodišnji ugovor o strateškoj saradnji. Naš dalji rast na srpskom tržištu biće realizovan bilo putem novih akvizicija (ukoliko se pojavi adekvatna prilika), kao i putem organskog rasta kroz dva postojeća društva kroz koja posluje Sava Re Grupa: Sava neživotno i Sava životno osiguranje. Mišljenja sam da će sve više dolaziti do ukрупnjavanja

i konsolidacije tržišta osiguranja u Srbiji, slično onom što se događa u bankarskom sektoru.

■ U kom smislu imate podršku svoje matične kompanije Grupe Sava Re?

Sava Re Grupa, čiji je osnivač Sava Re iz Ljubljane, jeste slovenačka, ali i međunarodna grupacija koja obavlja poslove osiguranja i reosiguranja. Sava Re pruža usluge reosiguranja za preko 200 partnera širom sveta, a u oblasti osiguranja Sava Re Grupa je jedna od većih grupacija u jugoistočnoj Evropi.

Grupa Sava Re podržava poslovanje Društva na sve moguće načine, pružajući nam podršku u unapređenju poslovnih procesa i prenosu *know-how*, obezbeđenju najsavremenijih sredstava za rad, uključujući najnovije softvere koji se koriste u osiguranju i postavljanju najviših evropskih standarda u poslovanju.

Ključni ciljevi Sava Re Grupe vezani su za digitalizaciju i tehnološku modernizaciju operacija kako bi se klijent postavio u središte usluga i rada, s posebnim naglaskom na web prisutnost i mobilne aplikacije. Razvoj će, takođe, biti fokusiran na inovativne usluge i proizvode koji su podržani novim tehnologijama. Kada pričamo o Sava Re Grupi, važno je da istaknem da je rejting agencija A.M. Best, krajem prošle godine, nakon redovnog godišnjeg pregleda poboljšala ocenu finansijske snage i kreditnog rejtinga Sava Re Grupe na “A” (odličan). Ovakav rejting Sava Re Grupe odražava čvrstu adekvatnost kapitala, a nama kao osiguravaču pomaže prilikom pregovaranja sa potencijalnim osiguranicima.

■ Digitalizacija je tema koju ne možemo da zaobiđemo. Šta vi radite u pogledu digitalizacije?

Prošle godine smo realizovali projekte u nekoliko različitih segmenata. U skladu sa strategijom rasta i sprovođenja planova digitalizacije poslovnih procesa, kreirali smo novi prodajni kanal za Putno zdravstveno osiguranje i Paket putnih osiguranja – onlajn prodaja Putnog zdravstvenog osiguranja i Paketa putnih osiguranja. U segmentu onlajn prodaje broj osiguranika se povećava, čime se potvrđuje da klijenti žele brzu i jednostavnu uslugu.

U delu IT, završili smo implementiranje novog softvera za sistemsko praćenje planova i realizacije prodaje osiguranja.

U 2019. započeti proces digitalizacije će zauzeti značajno mesto u našim poslovnim procesima. Većina naših proizvoda i paketa osiguranja namenjenih osiguranicima biće unapređena i kreirana prema zahtevima brže i jednostavnije usluge za klijente. Odnosno, u skladu sa trendovima, ali i sa zahtevima osiguranika, nastavićemo sa uvođenjem web prodaje za nove proizvode i pakete osiguranja. ■