

Andrea Simončeli, predsednik
i generalni direktor Generali
osiguranja

Takmičari moraju poštovati ista pravila

Koliko se u Srbiji menja svest građana da im je osiguranje potrebno, ili se još uvek toga setimo u kriznim situacijama?

Premija osiguranja na srpskom tržištu učestvuje sa manje od dva odsto u BDP-u i među najnižim je u regionu. Svaki klijent u Srbiji potrošio je u 2013. godini u proseku 110 evra na polise osiguranja. To je posledica nedostatka kulture osiguranja. Pre tri godine sam rekao da se po ceni jedne espresso kafe dnevno može kupiti polisa osiguranja kojom bi se zaštitila vrednost sopstvene kuće. Niko nije obratio pažnju na to, a sada, nakon nedavnih katastrofalnih poplava, ljudi su očajni. Samo tri odsto kuća u Srbiji je osigurano od prirodnih katastrofa. Šteta je što na značaj osiguranja podsećamo tek kada se neki tužni događaji već dogode.

Koliko je kriza poslednjih godina uticala na rad osiguravajućih kuća?

Auto-odgovornost je jedino obavezno osiguranje, pa sve što nije obavezno može biti izbrisano iz porodičnog budžeta. Tržište neživotnog osiguranja je poraslo za 0,7% u 2013. godini, što dovoljno govori samo za sebe. Velike kompanije, pojedinci, svi pokušavaju da uštede novac tako što smanjuju pokriva ili broj polisa osiguranja. Čini se da je tržište životnog osiguranja manje pogođeno, zahvaljujući agresivnim proizvodima koje su lansirale vodeće kompanije.

Andrea Simoncelli, President and
CEO of Generali Insurance

Competitors must respect the same rules

To what extent has the awareness of Serbian citizens changed so that they recognise the need for insurance, or do we still only remember it during crises?

Insurance premium in Serbian market is less than 2% of GDP among the lowest in the Region. Each Serbian customer spent for insurance policies an average of 110 euro in 2013. This is because of lack of insurance culture. Three years ago I said that with one "espresso" per day you could buy an insurance policy to protect value of your house. Nobody paid attention and now, after recent catastrophic flood, people is desperate. Only 3% of Serbian houses are protected against natural catastrophes. It is a pity we remind importance of insurance only after some sad event occurs.

What are the effects of the recent economic crisis on the activities of insurance companies?

Only motor vehicle liability insurance is a compulsory insurance, so whatever is not compulsory can be removed from the family budget. The Non-Life market had 0.7% growth in 2013 and that speaks for itself. Large companies, individuals, everybody tries to save money by reducing coverage or cutting policies. The life insurance market seems to be less affected, due to the aggressive products launched by major companies.



Da li je Generali osiguranje zadovoljno svojim poslovanjem u Srbiji?

Da, iako smo očekivali veću stopu rasta. Nedavnim preuzimanjem potpune kontrole u Delta Generaliju od strane Generali grupe, započeo je rebranding proces kompanije u Generali osiguranje Srbija, što potvrđuje spremnost akcionara Generali grupe da investiraju u Srbiju i da doprinesu njenom budućem razvoju.

Koje je novine donela izmena zakona o osiguranju i kako će liberalizacija na tržištu reosiguranja uticati na poslovanje domaćih kompanija?

Nacrt zakona o osiguranju uvodi značajne promene u naš biznis, približavajući još više srpsko tržište osiguranja evropskom. Nove regulative potvrđuju slobodu tržišta, ali zahtevaju i strože metode za uspostavljanje rezervacije šteta, što će napraviti razliku među kompanijama. Veličina srpskog tržišta ne može priuštiti da ima 25 kompanija od kojih većina nije dovoljno kapitalizovana, ili nema pravilnu rezervaciju. Nisam protiv konkurencije, ali takmičari moraju poštovati ista pravila. Hajde da sprovedemo temeljnu reviziju kompanijskih rezervi i pokazatelja likvidnosti, kako bismo procenili koja je osiguravajuća kompanija pouzdana, a koja nije.

Is Generali Osiguranje Srbija satisfied with operations in Serbia?

Yes, even though we were expecting a higher growth rate. Generali Group's recent acquisition of full control of Delta - Generali, with the rebranding process to Generali Osiguranje Serbia having just started, confirms willingness of Generali's shareholders to invest in Serbia and contribute to its future development.

What novelties will the new insurance law introduce and how will the liberalisation of reinsurance market affect the performance of local companies?

The Draft Insurance law will introduce important changes to our business, bringing the Serbian insurance market even closer to the European one. The new regulations confirm market freedom, but require stricter methods to establish claim reserves and this will make the difference among companies. A market the size of Serbia's cannot afford to have 25 companies, most of them undercapitalised or without proper reserved. I am not opposed to competition, but competitors must respect the same rules. Let's have an extensive audit of company reserves and liquidity ratio in order to assess who is a reliable insurer and who is not.



Ukupno tržište osiguranja u 2013. godini je zabeležilo pad, ali je ipak najduže odolevalo krizi. Generali još uspeva da održi dobar rezultat. Na koji način?

Usluga koja se pruža klijentima je ključni faktor uspeha. Generali postiže najbržu isplatu odštetnih zahteva na srpskom tržištu. To dokazuje da su naše rezerve likvidne i spremne u svrhu isplate odštetnih zahteva. Klijenti počinju da prepoznaju važnost naših novčanih sredstava i sposobnost kompanije da bude solventna, i pored toga što nismo najjeftiniji na tržištu.

The overall insurance market in 2013 registered a fall, but the insurance market resisted the crisis for the longest. Generali Srbija still manages to maintain a good result. In what way?

Customer service is the key success factor. Generali has achieved the highest speed in paying claims on the Serbian market. This proves our reserves are liquid and fit for purpose to pay claims. Customers have started recognising the importance of our assets and company solvability, even though we are not the cheapest on the market.

Kako kriza i smanjeni standard građana utiču na sektor životnog osiguranja?

Svaki put kada postoji smanjenje raspoloživog prihoda, trpe svi proizvodi koji nisu u vezi sa ishranom. Kriza utiče na našu industriju, ali troškovi osiguranja su toliko niski u Srbiji da je naš sektor verovatno manje pogođen od drugih.

Koliko se danas u Srbiji izdvaja na privatno zdravstveno i privatno penzijsko osiguranje i da li postoji potencijal rasta ovih sektora osiguranja?

Privatnim zdravstvenim osiguranjem je zaštićeno 30.000 ljudi ili 0,4% populacije u Srbiji, sa godišnjom premijom od 470 miliona dinara, što čini 0,9% tržišta osiguranja. Dobrovoljni penzijski fondovi imaju 185.000 članova ili 8% zaposlenih u Srbiji. Ove brojke pokazuju koliko je velik potencijal za rast u ove dve oblasti poslovanja. Ne možemo očekivati drastične promene ukoliko se ne primene adekvatni fiskalni podsticaji. Ne tražim poreske olakšice, već samo da se premija koju plaća poslodavac ili pojedinac posmatra kao trošak a ne kao benefit.

Da li se može očekivati konsolidacija na tržištu osiguranja?

Nadam se. Kao što sam rekao, srpsko tržište se kreće ka Evropi, a u evropskim zemljama smo se suočili sa konsolidacijom tržišta, gde najsnažnije i najzdravije osiguravajuće kompanije preživljavaju u interesu klijenata. Pogledajte šta se dogodilo tokom nedavnih poplava. Šteta od nekoliko stotina miliona. Koja kompanija u Srbiji može sebi da priušti da isplati toliki broj zahteva, verovatno ne više od dve ili tri od ukupno 25 koliko ih je prisutno na tržištu. Jednom sam rekao da konkurencija raste sa manje učesnika na tržištu, ali onih koji su finansijski snažniji. Ovo nije kontradiktornost.

Šta očekujete na tržištu osiguranja u 2014. godini?

Nisam optimista kada je u pitanju druga polovina 2014. godine. Tržište životnih osiguranja će nastaviti da beleži dvocifreni rast, ali rašće i broj klijenata koji će prestati da plaćaju premiju. S druge strane, tržište neživotnog osiguranja će stagnirati. Sledeće godine očekujem veći rast jer se svest o osiguranju konačno povećava i ljudi počinju da shvataju da polise osiguranja ne predstavljaju trošak već investiciju.

How has the crisis and citizens' reduced standard of living impacted on the life insurance sector?

Every time there is a contraction of disposable income, all products not linked to food suffer. The crisis impacts on our industry, but spending on insurance is so low in Serbia that we are probably less affected than other businesses.

What amounts do people in Serbia assign for private health and pension insurance and is there a potential for growth for these sectors?

Private health is underwritten by 30,000 people, or 0.4% of the Serbian population, with an annual premium of 470 million dinars, or 0.9% of the insurance market. There are 185,000 Voluntary Pension Fund members, or 8% of Serbian employees. These numbers show how big the potential for growth is in these two lines of business. We cannot expect drastic changes unless an appropriate fiscal incentive is implemented. I am not seeking tax relief, but just for a premium paid by an employer or individual to be considered as a cost and not as a benefit.

Can we expect consolidation in the insurance market?

I hope so. As I said, the Serbian market is moving towards Europe and in European Countries we faced market consolidation where the strongest and healthiest insurance companies survive in the interest of customers. Look what happened during the recent floods: hundreds of millions in damages. Which company in Serbia can afford to pay such an amount in claims? Probably no more than two or three out of the 25 present on the market. I once said that competition increases with fewer competitors that are financially stronger. That is not contradictory.

What are your expectations on the insurance market in 2014?

I am not optimistic about the second half of 2014. The Life market will continue to grow in double digits, but surrenders (customers who stop paying their annual premium) are also increasing, while the Non-Life market continues to be flat. Next year I am expecting better growth, since insurance awareness is finally increasing and people are starting to recognise that insurance policies are not a cost but an investment.