



# Polska to klejnot Europy

Polska to kraj, który daje nam ogromną satysfakcję. Osiągamy tutaj wyjątkowe wyniki, wielu Polaków pracuje w naszych międzynarodowych strukturach – mówi **Luciano Cirina**, szef Regionu Austria, CEE i Rosja, prezes Generali CEE Holding

ROZMAWIALI

STANISŁAW KOCZOT I MAKSYMILIAN WYSOCKI

**Panie prezesie, w 2019 r. region Europy Środkowo-Wschodniej, w tym Austria, był czwartym co do wielkości rynkiem dla Grupy Generali. Czy zmieniło się to w roku 2020? Czy pandemia osłabiła, a może wzmocniła, przywództwo Generali w regionie ACEER?**

Luciano Cirina: Z dumą mogę powiedzieć, że udało nam się wzmocnić naszą pozycję we wszystkich krajach Europy Środkowo-Wschodniej. W naszym regionie udało nam się osiągnąć zysk netto ustępujący jedynie Włochom, które są największym rynkiem w Grupie Generali. 20-procentowy udział w wyniku operacyjnym Grupy pochodzi z naszego Regionu (916 mln euro z 5 208 mld euro), osiągnęliśmy 10-procentowy udział w wolumenie Grupy. Takich wyników nie da się osiągnąć, improwizując. Nasze operacje, systemy i procedury były gotowe przed pandemią. W tym regionie osiągnęliśmy lepsze wyniki niż nasi konkurenci. Czuję dumę, ponieważ jesteśmy rentowni i rozwijamy się, mimo trudnej sytuacji. Myślę, że wszystkie inwestycje, których dokonaliśmy niedawno, przyniosły owoce. Odnosimy sukcesy ekonomiczne, ale nie kosztem klientów, których satysfakcja rośnie.

**Klienci chętniej się ubezpieczają?**

Oczywiście, ponieważ ludzie podchodzą do ryzyka w bardziej przemyślany sposób. Podczas pandemii widzieliśmy może nie tyle strach, ile refleksję nad tym, co jest ważne i co warto chronić.

**Co jeszcze zmieniła pandemia na rynku ubezpieczeniowym?**

Z jednej strony widać wzrost znaczenia narzędzi cyfrowych, z drugiej – to, że klienci wciąż potrzebują bezpośredniego kontaktu. Zamiast depersonalizacji pandemia stworzyła nową sytuację, zmierzającą do połączenia kontaktu zdalnego z osobistym. Wyłącznie internetowy kanał kontaktu nie jest efektywny. Możemy się rozwijać ponadprzeciętnie, gdy łączymy poziom cyfrowy i osobisty. Kiedy mówimy o ubezpieczeniu życia czy zdrowia, klient musi dokładnie wiedzieć, co kupuje. Jest to zgodne z naszą strategią, która polega na byciu partnerem na całe życie dla klientów. Polisa to kartka papieru, ale prawdziwym produktem jest zaufanie. Musimy mieć pewność, że klienci ufają naszej firmie, że wiedzą, iż za pięć, dziesięć lat, jeśli coś im się przydarzy, będziemy przy

nich i wykonamy swoją pracę szybko, uczciwie oraz profesjonalnie. Biznes ubezpieczeniowy to zaufanie.

**Czy pana zdaniem automatyzacja w branży ubezpieczeniowej minie z czasem? Jaki trend przyspieszył, co zeszło na dalszy plan, co na stałe pozostanie w branży ubezpieczeniowej, a co zniknie po zakończeniu pandemii?**

Narzędzia cyfrowe będą coraz ważniejsze, by lepiej obsługiwać klientów, jednak technologia nie jest celem samym w sobie. W ubezpieczeniach musisz przewidzieć ryzyko, więc analiza danych jest bardzo ważnym narzędziem. Dzięki danym możemy lepiej doradzać naszym klientom, ponieważ mamy bazę informacji na temat roszczeń lub problemów z długiego okresu. Znamy rodzaje ryzyk, które mogą mieć wpływ na sytuację naszych klientów. Najważniejsze jest zrozumienie potrzeb klienta. W części administracyjnej działalności ubezpieczeniowej wszystko jest coraz bardziej zautomatyzowane. Dzięki odpowiedniej automatyzacji znacząco podnosi się poziom i jakość obsługi klienta. Ale – tak jak powiedziałem – nie jest to cel sam w sobie. Celem jest lepsza obsługa klienta i poprawa konkurencyjności. Każdego roku musimy zadać sobie pytanie, co możemy zrobić lepiej, inwestując w ludzi, procedury i systemy. Ostatecznie kompetencje ludzi są ważniejsze niż systemy, ponieważ osobisty kontakt ma fundamentalne znaczenie w naszej działalności. Przez wiele lat odpowiadałem za ubezpieczanie korporacji, nadal mam kontakty i obsługuję niektórych klientów, ponieważ w różnych, trudnych momentach to nie sprzedaż polis jest wyzwaniem, ale doradzanie. Trzeba być partnerem, ponieważ na dłuższą metę to jest najważniejsze. Działać jak lekarz, to klucz do sukcesu.

**Jaka jest waga polskiego rynku w Grupie Generali? Jakie są perspektywy dla Generali Polska? Czy nasz rynek rośnie?**

Polska to klejnot Europy. Nie mówię tego dlatego, że Grupa Generali jest tu tak bardzo zaangażowana. Wystarczy spojrzeć na tempo wzrostu PKB. To aż niewiarygodne! Polska była jedynym krajem w Europie, który rozwijał się w czasie kryzysu wywołanego upadkiem Lehman Brothers. W ubiegłym roku wzrost gospodarczy w Polsce był niewiele poniżej zera, podczas gdy w większości innych państw w Europie był ujemny, w skali od minus 7 do minus 15 albo jeszcze

gorzej. Polska to kraj, który dobrze się rozwija. Przyjeżdżam tu od 1999 r. dość regularnie, z małym „intermezzo”, kiedy byłem odpowiedzialny za operacje w Austrii. Teraz widzę w Polsce inne, lepsze drogi niż przed laty. To kraj, w którym widać wzrost.

W Generali inwestujemy w polską kadrę i w jej edukację zawodową. I nadal będziemy inwestować. Bardzo mocno wierzymy w nasz rozwój organiczny w tym kraju. Polska to kraj, który daje nam satysfakcję. Mamy tutaj świetne wyniki, wielu Polaków pracuje w naszych międzynarodowych strukturach, wspiera pracę w innych państwach, pełni funkcje regionalne. Polska to rynek nowoczesny. Oczywiście zdominowany przez PZU, spółkę z kapitałem państwowym, i to trochę stanowi o specyfice tego rynku, jednocześnie polscy klienci cieszą się wyszukаныmi, dobrymi produktami ubezpieczeniowymi na europejskim poziomie. Patrząc więc z perspektywy lat, a także z punktu widzenia klienta, w Polsce widać wzrost standardów, wielkości rynku oraz oczywiście poziomu życia.

***Jaka jest największa siła polskiego rynku ubezpieczeniowego, a także gospodarki?***

Siłą jest stabilność i wielkość krajowego rynku. Nie wiele jest innych sąsiednich państw, szczególnie w regionie CEE, które miałyby tak silne fundamenty, a jeżeli nawet je mają, to ich wielkość jest znacznie,

”

Pandemia stworzyła nową sytuację, zmierzającą do połączenia kontaktu zdalnego z osobistym

znacznie mniejsza. Polska ma bardzo silny rynek wewnętrzny, z rosnącym popytem. Dobrą, stabilizującą rolę odgrywa KNF – bardzo profesjonalny regulator. Polska dysponuje konkurencyjnym, bardzo dobrze i profesjonalnie regulowanym rynkiem, na którym są obecne wszystkie duże grupy ubezpieczeniowe. Konkurencja sprawia, że ten rynek funkcjonuje dobrze pod względem cen, które moim zdaniem są stosunkowo stabilne, sprawiedliwe dla klientów i ubezpieczyciela. Myślę, że to połączenie jakości, wielkości i regulacji sprawia, iż jest to zdecydowanie najważniejszy rynek w Europie Środkowo-Wschodniej.

***W tym roku Grupa Generali obchodzi 190-lecie istnienia.***

***Jak świętować w tak trudnym czasie?***

Celebrowanie urodzin przez tyle lat w historii oznacza, że nie pierwszy raz przechodzimy przez trudne czasy... I wojna światowa, II wojna światowa, która dla nas w tym regionie była tragedią... Przed wojną byliśmy liderami na rynku Czechosłowacji, Węgier, Rumunii, Bułgarii i z dnia na dzień, z powodu nacjonalizacji, wszystko zniknęło. Budynki, firmy, wszystko. W 1989 r. wróciliśmy jako pierwsi. Mamy 190 lat, ponieważ udało nam się przetrwać wiele wstrząsów. Jestem w Generali już 32 lata, więc czasem mówię, że to moja firma. Przyszedłem do niej jako młody człowiek po studiach, za kilka lat przejdę na emeryturę. Przez te lata pokazaliśmy, że nie tylko zysk się liczy. Byliśmy tam, gdzie nas potrzebowali klienci, ponieważ jesteśmy częścią naszego społeczeństwa. Cały czas jesteśmy bardzo mocno zaangażowani w bezpieczeństwo ludzi, które jest fundamentem naszej Grupy. W każdym z 13 krajów Regionu Austria, Europa Środkowo-Wschodnia i Rosja zorganizowaliśmy wsparcie dla dzieci, rodzin i osób znajdujących się w potrzebie, poprzez program The Human Safety Net. W ramach tego działania ważne są nie tylko



”

Odnosimy sukcesy  
ekonomiczne, ale nie  
kosztem klientów, których  
satisfakcja rośnie

Luciano Cirina, prezes Generali CEE Holding



pieniądze, które zainwestowaliśmy, lecz także godziny spędzone przez naszych pracowników na pracy dla osób potrzebujących pomocy. Instytucja pracowniczego wolontariatu ma u nas swoje historyczne korzenie, sięgające nawet 100 lat wstecz. W ramach obchodów 190-lecia wprowadziliśmy Fenice 190, plan inwestycyjny o wartości 3,5 mld euro, którego celem jest wsparcie odbudowy gospodarek europejskich dotkniętych kryzysem COVID-19, obejmujący inwestycje na rzecz MŚP i gospodarki.

**Jak różne są rynki ubezpieczeniowe w regionie ACEER? Czy przewiduje pan proces zjednoczenia, czy nie?**

Kraje regionu, ich gospodarki i rynki ubezpieczeniowe są bardzo różne. Siła nabywcza naszych klientów jest bardzo zróżnicowana, mamy też różne poziomy rozwoju i wyrafinowania rynku ubezpieczeniowego. Jedną z cech, która pokazuje różnice na poszczególnych rynkach, jest portfolio produktów. Na przykład w Austrii udział ubezpieczeń komunikacyjnych w ogólnej składce majątkowej jest znacznie niższy w porównaniu z krajami takimi jak Rumunia, Bułgaria i Serbia. Penetracja ubezpieczeń na życie również różni się znacznie w zależności od rynku i jest kolejną cechą świadczącą o jego dojrzałości. Inną cechą, która pokazuje tę różnicę, jest siła kanału brokerskiego, który okazuje się bardzo silny w krajach takich jak Rumunia, Bułgaria i Polska, a słabszy w niektórych innych państwach regionu. Unifikacja rynków będzie procesem powolnym ze względów historycznych, ekonomicznych i ubezpieczeniowych. Grupy ubezpieczeniowe, takie jak Generali, wnoszą istotny wkład w ten proces, dzieląc się najlepszymi praktykami i wiedzą na wszystkich rynkach. Przyczyniamy

się do tej unifikacji również poprzez naszą strategię. Na przykład nasza strategia bycia partnerem na całym świecie przybierze inny kształt na każdym rynku, ale ostateczny cel jest ten sam: troska o naszych klientów na wszystkich etapach ich życia. Mimo naszych wysiłków zmierzających do osiągnięcia pewnego poziomu ujednoczenia, jesteśmy również elastyczni i dostosowujemy nasze produkty oraz usługi do lokalnej specyfiki, opartej głównie na przepisach, zachowaniach i oczekiwaniach klientów.

**Unia Europejska uruchomiła plan finansowy mający na celu wsparcie naprawy gospodarczej krajów po pandemii COVID-19. Jak pana zdaniem ten Fundusz wpłynie na kraje Europy Środkowo-Wschodniej, w tym Polskę? Czy będzie miał duży wpływ na rynki finansowe regionu, w tym rynki ubezpieczeniowe?**

Region Europy Środkowo-Wschodniej odpowiada za ok. 11 proc. produktu krajowego brutto 27 państw członkowskich Unii Europejskiej, a przydzielono mu 187 mld euro, czyli 25 proc. pieniędzy w planie Next Generation EU. W przeliczeniu na udział w PKB Chorwacja i Bułgaria otrzymają największy zastrzyk pieniędzy. Fundusz Odbudowy po koronawirusie dla członków UE to nieoczekiwane hojny pakiet dla krajów Europy Środkowej i Wschodniej, który może przynieść znaczące korzyści ich gospodarcom. To dobra wiadomość dla rynków finansowych. Gospodarki Europy Środkowo-Wschodniej osiągnęły lepsze wyniki po światowym kryzysie finansowym sprzed dziesięciu lat. Biorąc pod uwagę zwiększone finansowanie, powinny one być w stanie konsekwentnie przetrwać swoich zachodnioeuropejskich sąsiadów. ●