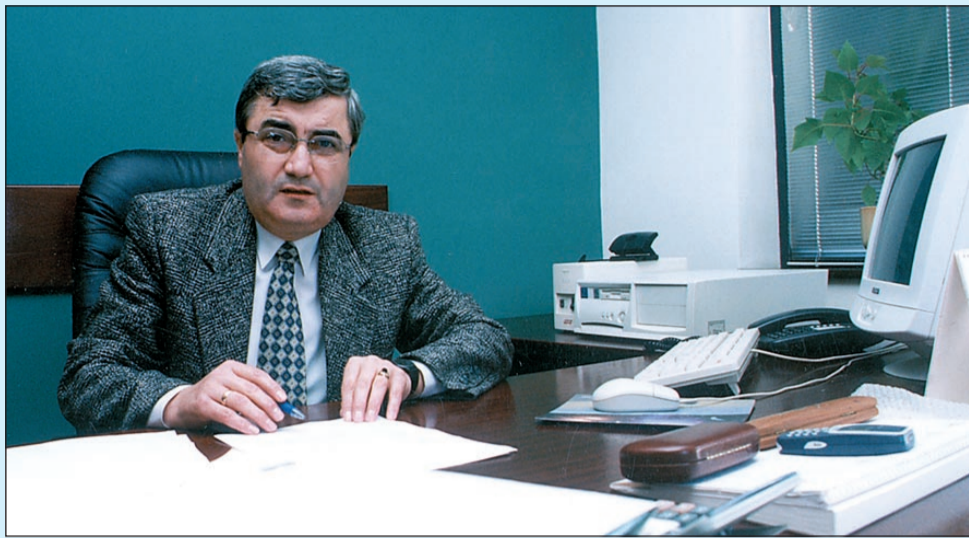


Георги Георгиев, председател на УС и изпълнителен директор на ЗК „УНИКА Живот“ АД

Г-н Георгиев, ЗК „УНИКА Живот“ АД вече е на второ място сред животозастрахователните компании в България. Как постигнахте този респектиращ резултат?

- През първото полугодие на годината успяхме да запазим възходящия темп на растеж, който имахме през последните няколко години. Реализирахме близо 24 млн. лева премиен приход, с което



„УНИКА Живот“ АД за 2008 г.?

- Целта ни за тази година е да развием продажбите в ритейл бизнеса, като заедно с „УНИКА“ общо застраховане полагаме усилия за развиване на новата форма на „кръстосани продажби“. Надявам се, няма да звучи нескромно, но минималната цел е да запазим пазарните си позиции, защото обратното означава да спрем развитието на компанията.

фонд застрахователите са задължени да внасят вноска в размер на 0,70 лева за всяко застраховано лице с рискова застраховка „Живот“, каквато е и ученическата застраховка с покритие на рискове от общо заболяване. С вноската се увеличава застрахователната премия. На фона обаче на годишни премии между 2,50 и 3 лева, при които се продава тази застраховка години наред, размерът на тази вноска е прекалено висок, още повече че не е ясно какви вземания се гарантират от Обезпечителния фонд, след като не се

ПОСТИГНАХМЕ БЛИЗО 60% РЪСТ - НАД 2 ПЪТИ ПО-ВИСОК ОТ СРЕДНИЯ ЗА ПАЗАРА

- През първата половина на тази година компанията ни увеличи пазарния си дял на 17,4 на сто
- Бързо реструктурирахме инвестиционния си портфейл и въпреки финансовата криза получихме печалба от инвестициите си

отново постигнахме по-висок ръст спрямо средния за пазара. При среден ръст за пазара 27% ние постигнахме близо 60%. Това ни даде възможност да увеличим пазарния си дял на 17,40%. Постигнатите резултати в животозастраховането са огромен успех за колектива на „УНИКА България“. Както и друг път съм отбелязвал, успехите са резултат на многогодишния упорит труд на нашия колектив. С всяка година „УНИКА Живот“ се утвърждава като компания. Все повече клиенти и посредници ни се доверяват. С всеки изминат месец се подобрява работата на регионалните ни структури. Имиджът на нашия мажоритарен акционер UNIQA AUSTRIA също значително допринася за развитието на компанията.

- Кое беше най-голямото предизвикателство във вашата работа през първата половина на тази година?

- В края на миналата година започна кризата на българската фондова борса. Почти всички финансови експерти очакваха тя да приключи за кратко време, но за съжаление това не се случи. Застрахователните дружества са едни от големите инвеститори на този пазар. За мен и нашите специалисти по инвестиции беше голямо предизвикателство да успеем бързо да реструктурираме инвестиционния портфейл на дружеството. Мисля, че се справихме успешно, което ни даде възможност да отчетем печалба за първо полугодие на годината за разлика от близо половината животозастрахователни дружества в страната, които реализираха загуби. Сериозно обаче съм обезпокоен от възникналата през последния месец световна финансова криза. Очаквам тя да се отрази неблагоприятно върху нашата дейност през четвърто тримесечие

и следващата година в два аспекта. Първо, при финансови кризи спада доверието на населението към финансовите предприятия, каквито са и застрахователите, което вероятно ще доведе до отлив на нови клиенти и предсрочно прекратяване на стари договори. От друга страна, при финансови кризи обикновено се свива потреблението, което също ще намали търсенето на нашите продукти.

- Кое от постигнатото през първата половина на тази година отчитате за себе си като най-голямо постижение? Моля, кажете какви са точно финансовите резултати на компанията.

- За мен най-ценното е, че значителният ръст в премиения приход беше постигнат чрез балансирано развитие на портфейла. При всички видове застраховки са постигнати значителни ръстове в приходите от продажби спрямо предходната година - смесена застраховка „Живот“ - 59%, детска застраховка - 82%, застраховка злополука - 43%, и т.н. Лидери сме на българския пазар при рискова застраховка „Живот“ и здравна застраховка, където пазарните ни дялове са почти 50%.

- Кои застрахователни продукти са приоритет на ЗК „УНИКА Живот“ АД и защо?

- „УНИКА Живот“ е универсална животозастрахователна компания и като такава нашата цел е да развиваме максимално всички видове застраховки. Разбира се, в отделни моменти се дава приоритет на един или друг вид застраховане или конкретен продукт. Така например през 2006 година усилията ни бяха насочени към банковото застраховане на кредитополучатели, в резултат на което създадохме един от най-добрите продукти на нашия пазар. През 2007 г.

постигнахме много добри резултати в продажбите на този продукт заедно с нашия партньор Райфайзен банк. За миналата 2007 година приоритет беше застраховка „Живот“ свързана с инвестиционен фонд, която започнахме да продаваме от 1 ноември. През настоящата година нашите усилия са насочени към увеличаване продажбите в дългосрочните спестовни застраховки, а такива са смесената застраховка, детската застраховка, пенсионната застраховка и застраховка „Живот“, свързана с инвестиционен фонд.

- Ще пускате ли скоро нови застраховки и какви?

- Според застрахователните агенти и брокери, с които работим, продуктите на „УНИКА Живот“ са между най-добрите, които се предлагат на пазара, но нашата компания е иновативна и като такава и през тази година ще предложи на своите клиенти нови продукти. Заедно с колегите от Виена работим по осъвременяване на нашите Общи условия и създаване на нови продукти в рисковото застраховане и здравното застраховане. Вече извършихме промени в застраховка „Живот“, свързана с инвестиционен фонд, като създадохме възможност за ежеседмично инвестиране на средствата, което ще бъде от полза на нашите клиенти в условията на финансова криза. Сега те могат да извършват промени в своята инвестиционна стратегия всяка седмица. Освен това разширихме палитрата на предлаганите инвестиционни инструменти. Сега ние предлагаме четири инвестиционни програми с различна степен на финансов риск, които инвестират в до 30 инвестиционни фонда едновременно и още девет инвестиционни фонда, включително и такъв със защита при спад в цените на акциите му.

- Какви са целите на ЗК

- Какви са мотивите един клиент да избере ЗК „УНИКА Живот“ АД, а не някоя друга животозастрахователна компания?

Корпоративната философия на „УНИКА“ се основа-

носи риск при смърт на дете до 14 г.

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

„ Значителният ръст в премиения приход беше постигнат чрез балансирано развитие на портфейла. При всички видове застраховки са постигнати значителни ръстове в приходите от продажби спрямо предходната година - смесена застраховка „Живот“ - 59%, детска застраховка - 82%, застраховка злополука - 43%, и т.н. Лидери сме на българския пазар при рискова застраховка „Живот“ и здравна застраховка, където пазарните ни дялове са почти 50%. **“**

ва на устойчиви във времето ценности, които задават стандартите за бизнес развитието на компанията. Тези ценности са: Качество, Уважение, Почтенност, Единство и Гъвкавост. „УНИКА Живот“ споделя тези ценности и ги прилага в своята практика. Това се харесва от нашите клиенти и те ни оказват доверие.

- В началото на новата учебна година едни от най-сключваните застраховки са ученическите. Какво е специфичното при компанията тази година?

- „УНИКА Живот“ предлага два вида ученически застраховки. Едната покрива рискове, свързани само със злополука, а втората покрива рискове от злополука и заболяване. Ученическата застраховка не е приоритет за нашата компания по две причини. Съгласно разпоредбите на Кодекса за застраховане не може да се носи риск върху живота на малолетно дете и в случай на смърт от заболяване или злополука на дете до 14 години ние не можем да изплащаме обезщетение. На второ място, след създаването на Обезпечителния

- Нашата компания предлага спестовна семейна застраховка, с която се застраховат всички членове на семейството. Радостно е, че се увеличава интересът към тази застраховка. Предизвикателство за нас беше да намерим решение за застраховане на лица, живеещи във фактическо извънбрачно съжителство, тъй като имаме и такива клиенти. С приеманите в момента промени в Семейния кодекс ще се създаде и законова основа за регулирането на този проблем.

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

- Животозастрахователният пазар през последните години се развива успешно със сравнително равномерни темпове на растеж. Той обаче се развива успешно само когато има стабилна икономическа среда. В близко бъдеще върху нашата дейност ще дава пряко отражение развитието на световната финансова криза.

**Въпроси на
ЙОАННА СТЕФАНОВА**