

BANCASSURANCE

οι απόψεις των ειδικών

Ηρακλής Δασκαλόπουλος

*Διευθυντής Υποδιεύθυνσης
Bancassurance, Alpha Bank*

Τριαντάφυλλος Λυσιμάχου

*Γενικός Διευθυντής
Ασφαλιστικών Εργασιών,
Τράπεζα Πειραιώς*

Δούκας Παλαιολόγος

*Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος,
Εθνική Ασφαλιστική*

Αλέξανδρος Σαρρηγεωργίου

*Διευθύνων Σύμβουλος,
EFG Eurolife Ασφαλιστική*

1. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά της αγοράς των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων στην Ελλάδα σήμερα;

Η. Δασκαλόπουλος: Παρά το γεγονός ότι η προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από τραπεζικά δίκτυα ξεκίνησε στην Ελλάδα με κάποια καθυστέρηση σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται με ταχύτατο ρυθμό. Οι τράπεζες έχουν αντιληφθεί τα σημαντικά περιθώρια που υπάρχουν και αξιοποιούν συστηματικά και με επιτυχία τις δυνατότητες ανάπτυξης σταυροειδών πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων. Αποτέλεσμα είναι ότι, μέσα σε χρονικό διάστημα μικρότερο από μία δεκαετία, τα ασφάλιστρα των προϊόντων ζωής που προωθούνται από τραπεζικά δίκτυα, ξεκινώντας από μονοψήφιο ποσοστό, έφθασαν σήμερα να υπερβαίνουν κατ' εκτίμηση το 40% του συνόλου των ασφαλίσεων του κλάδου.

Η ραγδαία ανάπτυξη των τραπεζοασφαλειών δεν είναι φαινόμενο της ελληνικής αγοράς, καθώς έχει παρατηρηθεί σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Ειδικά στις χώρες της νότιας Ευρώπης, η δυναμική του bancassurance είναι τέτοια, ώστε τα ασφάλιστρα που προέρχονται από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα φθάνουν μέχρι και το 90% των συνολικών ασφαλίσεων του κλάδου ζωής. Να σημειωθεί ότι η ελληνική αγορά έχει πολλά κοινά με τις αγορές των χωρών αυτών.

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που συμβάλλουν στη μεγάλη αποδοχή των τραπεζοασφαλειών από τους καταναλωτές και την επαγόμενη επιτυχημένη πορεία τους. Ο βασικότερος, κατά την άποψή μου, είναι ο υψηλός βαθμός αξιοπιστίας των τραπεζών στη συνείδηση του καταναλωτή. Καθώς το ίδιο το ασφαλιστικό προϊόν βασίζεται στην εμπιστοσύνη, είναι απόλυτα λογικό να προωθείται ευκολότερα από οργανισμούς με μεγάλη οικονομική ισχύ και αδιαμφισβήτητη φερεγγυότητα, όπως είναι οι τράπεζες.

Τα τραπεζικά δίκτυα προωθούν σήμερα τόσο ασφαλιστικά προϊόντα που είναι συμπληρωματικά τραπεζικών προϊόντων, όπως είναι οι ασφαλίσεις δανειοληπτών, όσο και προϊόντα που προωθούνται ανεξάρτητα, με κυριότερο παράδειγμα τα συνταξιοδοτικά. Σε κάθε περίπτωση, η συμβατότητα του ασφαλιστικού προϊόντος με την τραπεζική εργασία είναι ο δεύτερος σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία του bancassurance. Στην περίπτωση των συμπληρωματικών προϊό-

ντων, η απόκτηση του τραπεζικού προϊόντος δημιουργεί άμεσα μία ανάγκη που καλύπτεται από το ασφαλιστικό, όπως, για παράδειγμα, η ασφάλιση ζωής ενός δανειολήπτη προκύπτει από την αυτονόητη ανάγκη να μη μεταφερθεί η υποχρέωση στους οικείους του σε περίπτωση θανάτου. Αλλά και στην περίπτωση ανεξάρτητης προώθησης ενός τραπεζοασφαλιστικού προϊόντος, η συμβατότητά του με την τραπεζική εργασία παίζει σημαντικό ρόλο. Για παράδειγμα, τα συνταξιοδοτικά προγράμματα στην ουσία τους είναι προγράμματα μακροχρόνιας αποταμίευσης, μιας κατεξοχήν τραπεζικής εργασίας.

Τ. Λυσιμάχου:

Τα 5 τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική ανάπτυξη του θεσμού του bancassurance στην Ελλάδα. Εκτιμάται ότι στον κλάδο ζωής έχει ήδη ξεπεράσει σε μερίδιο αγοράς το 40%, ενώ προβλέπεται ότι μέχρι το 2010 θα αγγίξει το 60-70%. Η ραγδαία ανάπτυξη του bancassurance, μετά από δεκαετίες στασιμότητας, οφείλεται στα εξής:

- Στην ισχυροποίηση του τραπεζικού συστήματος στη χώρα μας, που, πέραν της Ελλάδας, έχει ήδη επεκτείνει τις δραστηριότητές του και στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή (βαλκανικές χώρες, Τουρκία, Αίγυπτο, Πολωνία, Ουκρανία, Ρωσία κ.λπ.).
- Στην αναγνώριση από την πλευρά των τραπεζών ότι στο πλαίσιο του cross-selling μπορούν με αποτελεσματικό τρόπο να προωθούν ασφαλιστικά προϊόντα, κυρίως ζωής.
- Στο υψηλό κόστος λειτουργίας των παραδοσιακών καναλιών διανομής.
- Στην κάμψη που εμφάνισε πρόσφατα η αναπτυξιακή πορεία της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς.

Τα πλεονεκτήματα του bancassurance φάνηκαν πολύ σύντομα. Τα κυριότερα εξ αυτών είναι:

- Η δυνατότητα «εύκολης» προώθησης ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από το οργανωμένο και συνήθως πολυάριθμο τραπεζικό δίκτυο.
- Η ευκολότερη αποδοχή του προϊόντος, σε ορισμένες περιπτώσεις, από τους πελάτες, λόγω του κύρους και της αξιοπιστίας του τραπεζικού συστήματος.
- Το χαμηλότερο κόστος του προϊόντος, λόγω της χρησιμοποίησης των καταστημάτων ως σημείων πώλησης.

Από πλευράς οικονομικών μεγεθών, χαρακτηριστικό της πορείας του θεσμού τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας είναι το γεγονός ότι από τις 90 ασφαλιστικές εταιρείες που λειτουργούν σήμερα, 26 τουλάχιστον από αυτές δραστηριοποιούνται στο bancassurance. Εξ αυτών, 13 δραστηριοποιούνται μόνο στους γενικούς κλάδους, ενώ οι υπόλοιπες 13 και στον κλάδο ζωής. Επίσης, οι 14 είναι θυγατρικές τραπεζών και οι υπόλοιπες 12 έχουν συνάψει συμβάσεις συνεργασίας με τράπεζες.

Η πιο σημαντική ανάπτυξη του bancassurance παρατηρείται στον κλάδο ζωής, όπου η αύξηση των μεγεθών τα τελευταία 5 χρόνια είναι εντυπωσιακή.

- Τα ασφαλιστρα bancassurance ζωής έχουν εξαπλασιαστεί την πενταετία από το 2002 έως το 2006, ενώ τα συνολικά ασφαλιστρα της αγοράς έχουν αυξηθεί μόνο κατά 70,7% στο διάστημα αυτό.
- Το μερίδιο αγοράς του bancassurance έχει αυξηθεί σημαντικά την τελευταία πενταετία, από 9,4% το 2002 στο 38,3% το 2006, και εκτιμάται ότι ήδη έχει ξεπεράσει το 40% της αγοράς.
- Ταχύτερη αύξηση του μεριδίου του bancassurance σε σχέση με το προηγούμενο έτος παρατηρήθηκε το 2003, οπότε αυξήθηκε κατά 64,9% σε σχέση με το 2002 και το 2004, οπότε αυξήθηκε κατά 58,7% σε σχέση με το 2003. Οι ταχύτερες αυτές αυξήσεις οφείλονται στην έναρξη διάθεσης από τις τράπεζες των προϊόντων εφάπαξ unit linked.

Το μερίδιο αγοράς του bancassurance είναι εντυπωσιακά υψηλό, ακόμα και στα κλασικά προϊόντα ζωής.

- Το 2006 το μερίδιο αγοράς του bancassurance ήταν περίπου 35,1% ενώ το 2001 ήταν 10,3%.
- Τα τελευταία 5 χρόνια, ενώ το χαρτοφυλάκιο των παραδοσιακών προϊόντων ζωής αυξήθηκε κατά 67,5%, τα ασφαλιστρα των αντίστοιχων προϊόντων του bancassurance αυξήθηκαν κατά 355% περίπου.

Επισημαίνεται ότι τα πρωτογενή στοιχεία προέρχονται από τα στατιστικά δελτία της ΕΑΕΕ, επεξεργασμένα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία που έδωσαν οι δραστηριοποιούμενες στο bancassurance εταιρείες. Δίδονται δε κατά προσέγγιση, διότι δεν υπάρχει προς το παρόν επίσημη πηγή.

Σε ό,τι αφορά το bancassurance γενικών ασφαλίσεων, δυστυχώς δεν μπορούν να συγκεντρωθούν αξιόπιστα στοιχεία, λόγω του μεγάλου αριθμού των προϊόντων που διατίθενται. Είναι όμως βέβαιο ότι τα ασφαλιστήρια αλλά και το μερίδιο αγοράς, ιδιαίτερα του κλάδου περιουσίας, έχουν γιγαντωθεί τα τελευταία χρόνια, λόγω του μεγάλου όγκου των στεγαστικών δανείων, για τα οποία οι τράπεζες ζητούν ασφαλιστήρια συμβόλαια πυρός. Αλλά και στον κλάδο αυτοκινήτων, λόγω του leasing και της εν γένει χρηματοδότησης της αγοράς των αυτοκινήτων, όπως και του κλάδου τεχνικών ασφαλίσεων, λόγω της αύξησης των επιχειρηματικών δανείων, το bancassurance έχει αποκτήσει σημαντικό μερίδιο αγοράς.

Από το 2002 έχουν τριπλασιαστεί τόσο τα στεγαστικά δάνεια όσο και τα παντός τύπου δάνεια λιανικής τραπεζικής. Εκτιμώ ότι στους γενικούς κλάδους το bancassurance κατέχει άμεσα ποσοστό άνω του 20%. Το ποσοστό αυτό πρέπει να προσεγγίζει το 25-30%, αν ληφθούν υπόψη και οι ασφαλίσεις που πραγματοποιούνται με την επιρροή των τραπεζών.

Στη χώρα μας το bancassurance εφαρμόζεται συστηματικά από ορισμένες τράπεζες, μεταξύ των οποίων είναι και η Τράπεζα Πειραιώς.

Η Τράπεζα Πειραιώς είναι η 4η μεγαλύτερη τράπεζα στη χώρα και η νεότερη, 16 ετών, μεταξύ των μεγάλων τραπεζών. Διαθέτει συνολικά 744 καταστήματα, εκ των οποίων 320 στην Ελλάδα και 424 στο εξωτερικό, δηλαδή στη Βουλγαρία, Ρουμανία, Σερβία, Αλβανία, Αίγυπτο, Ουκρανία, Κύπρο, ΗΠΑ και στο Ηνωμένο Βασίλειο. Οι ρυθμοί ανάπτυξης της τράπεζας είναι ταχύτατοι, με κύριο χαρακτηριστικό το σχεδόν διπλασιασμό των μεγεθών της ανά τριετία. Σε ό,τι αφορά τις ασφαλιστικές εργασίες, η Τράπεζα Πειραιώς έχει επιλέξει ένα επιχειρηματικό σχήμα με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για την ελληνική αγορά, με σκοπό να ασκήσει το bancassurance παράλληλα με τις τραπεζικές εργασίες, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, όπου η τράπεζα διαθέτει θυγατρικές.

Δ. Παλαιολόγος:

Θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε τα χαρακτηριστικά της ελληνικής αγοράς των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων ή προϊόντων bancassurance, όπως έχει επικρατήσει να τα αποκαλούμε, στα ακόλουθα: Η αγορά εξελίσσεται με ταχείς ρυθμούς, ιδιαίτερος την τελευταία τριετία. Οι τάσεις που εμφανίστηκαν προηγουμένως σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές επιβεβαιώνονται και με τα στοιχεία της δικής μας αγοράς.

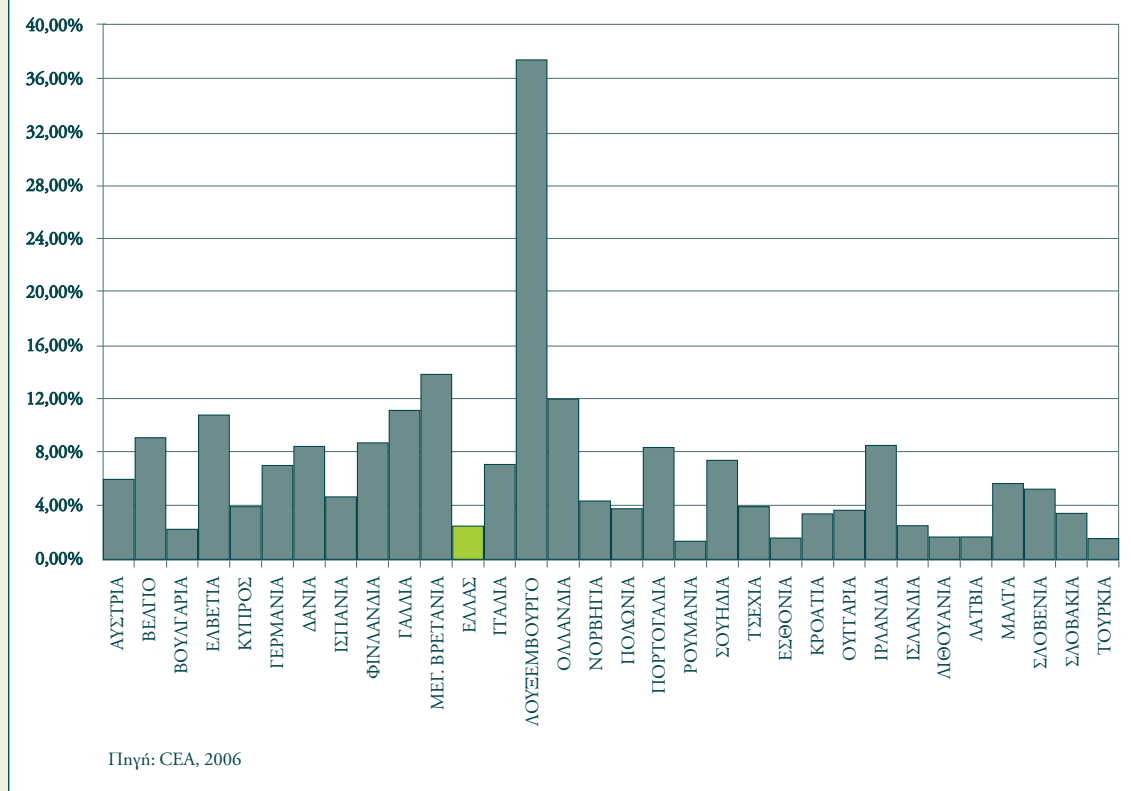
Η ανάπτυξη του bancassurance αποτελεί πλέον κεντρική επιλογή πολλών τραπεζών. Οι τράπεζες αντιλήφθηκαν γρήγορα τα οφέλη από την προώθηση των προϊόντων bancassurance. Σημαντικά κέρδη από προμήθειες, προϊόντα που συνδυάζονται με τα τραπεζικά ή τα συμπληρώνουν. Έχει γίνει κατανοητό και στα δίκτυα των τραπεζών ότι ασφαλιστικά προγράμματα, κατάλληλα σχεδιασμένα, έχουν φυσική θέση μέσα στο τραπεζικό κατάστημα.

Το bancassurance δημιούργησε νέα αγορά. Έδειξε στην πράξη τα οφέλη των ασφαλιστικών προγραμμάτων σε μερίδα του κοινού που μέχρι τότε αντιμετώπιζε αρνητικά την έννοια της ασφάλισης. Οι τράπεζες έχουν τη δυνατότητα να ενισχύσουν τα προϊόντα τους με ασφαλιστικά προγράμματα και οι παραγωγοί ασφαλειών έχουν νέες ευκαιρίες για πωλήσεις.

Για τον τρόπο ανάπτυξης του bancassurance δεν υπάρχει γενικός κανόνας. Η κάθε περίπτωση συνεργασίας τράπεζας-ασφαλιστικής έχει έντονα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και αντίστοιχες δυσκολίες. Σε ό,τι αφορά τον Όμιλο της ΕΤΕ υπάρχει πλήρης και αποκλειστική συνεργασία μεταξύ τράπεζας και ασφαλιστικής. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των εργασιών έχει και η θυγατρική της ΕΤΕ, η NBG-Bancassurance. Οι διοικήσεις της τράπεζας και της ασφαλιστικής, δύο οργανισμοί που χαρακτηρίζονταν ως εξαιρετικά «βαρείς», με ταχείς ρυθμούς σχεδίασαν και πραγματοποίησαν ένα γενικό πρόγραμμα bancassurance, που επιδίωκε τρία πράγματα. Την ανάπτυξη κοινής κουλτούρας μεταξύ των στελεχών σε όλες τις βαθμίδες, τον ολοκληρωμένο σχεδιασμό προϊόντων και διαδικασιών για όλες τις κοινές περιοχές δραστηριότητας, με ταχύ χρονοδιάγραμμα υλοποίησης, και την οργάνωση των πωλήσεων σε εφικτή βάση συνεργασίας των υφισταμένων δικτύων. Τα παραγωγικά αποτελέσματα είναι εξαιρετικά: από τα 17 εκατ. ευρώ το 2004, φτάσαμε στα 200 εκατ. ευρώ το 2007 και φυσικά συνεχίζουμε.

Α. Σαρρηγεωργίου: Η ελληνική ασφαλιστική αγορά χαρακτηρίστηκε τις τελευταίες δεκαετίες από ιδιαίτερη εσωστρέφεια και τάση προς απομόνωση, και αυτό ενώ όλος ο χρηματοοικονομικός χώρος διένυε περίοδο μεγάλης ανάπτυξης (στεγαστική, καταναλωτική πίστη, αμοιβαία κεφάλαια κ.λπ.) αλλά και σύγκλισης. Έτσι, φθάνοντας στην πρώτη δεκαετία του 21ου αιώνα, η διείσδυση των ασφαλειών στην ελληνική οικονομία (ασφάλειες ως ποσοστό του ΑΕΠ) παραμένει, όχι μόνο πολύ χαμηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου, αλλά και σε επίπεδα χαμηλότερα χωρών με μικρότερο κατά κεφαλήν εισόδημα από την Ελλάδα (Βουλγαρία, Τσεχία, Κροατία, Σλοβακία κ.ά. – πίνακας 1). Στο περιβάλλον αυτό ήταν φυσικό το bancassurance να παραμείνει σχεδόν ανύπαρκτο. Έτσι, ενώ σε ασφαλιστικές αγορές όπως η Ιταλική, το bancassurance, έχοντας διανύσει περίοδο μεγάλης άνθησης έχει σταθεροποιηθεί στο 60-65% της νέας παραγωγής ζωής, στην Ελλάδα άρχισε να εξελίσσεται μόλις τα τελευταία 4-5 χρόνια.

Πίνακας 1
Ευρωπαϊκή αγορά: Σύνολο ασφαλιστρων ως % του ΑΕΠ



Της αρχής γενομένης, όπως ήταν φυσικό (πίνακας 2), η ανάπτυξη είναι εντυπωσιακή και, παρά την κάποια κόπωση που εμφανίστηκε το 2007 (κυρίως λόγω επιβράδυνσης των πωλήσεων εφάπαξ unit linked), η εντεινόμενη ενεργοποίηση νέων μεγάλων παικτών αναμένω ότι θα μας φέρει μέχρι το 2010 σε επίπεδα διείσδυσης του bancassurance κοντά στον ευρωπαϊκό μέσο όρο, αυξάνοντας ταυτόχρονα τη διείσδυση των ασφαλειών στο ελληνικό ΑΕΠ ίσως και στα μισά του ευρωπαϊκού μέσου όρου.

Πίνακας 2				
Πωλήσεις προερχόμενες αποκλειστικά από το bancassurance (επί συνόλου Ασφαλειών Ζωής)				
	2004	2005	2006	2007 (προβλ.)
Εκατ. €	270	400	650	680
% επί της συνολικής αγοράς Ασφαλειών Ζωής	15,6%	20%	30%	28%

Στην παρούσα φάση είναι φυσικό οι περισσότερες πωλήσεις bancassurance να χαρακτηρίζονται από προϊόντα χαμηλού ασφαλιστικού ρίσκου με μεγάλη επενδυτική διάσταση, τα οποία πωλούνται κυρίως υπό τη μορφή εφάπαξ καταβολών. Πιστεύω πως στα επόμενα λίγα χρόνια και οι δύο αυτές τάσεις θα εξισορροπήσουν υπέρ προϊόντων με μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε ασφαλιστικό ρίσκο, αλλά και με περιοδικές καταβολές.

2. Ποιες αναμένεται να είναι οι επιπτώσεις του νέου ρυθμιστικού πλαισίου για τους διαμεσολαβητές στην ασφάλιση, σε επίπεδο τράπεζας και σε επίπεδο ομίλου;

Τ. Λυσιμάχου:

Με το νέο ρυθμιστικό πλαίσιο οι τράπεζες θα έχουν την ευκαιρία να αναπτύξουν ασφαλιστικές εργασίες με αποτελεσματικότερο τρόπο, τόσο σε ό,τι αφορά τα ποσοτικά μεγέθη όσο και τα ποιοτικά στοιχεία των προσφερόμενων υπηρεσιών, για τους εξής λόγους:

- Θα αναβαθμιστεί το επίπεδο των προσφερόμενων ασφαλιστικών

υπηρεσιών, λόγω των προγραμμάτων εκπαίδευσης, τα οποία θα παρακολουθούν οι τραπεζικοί υπάλληλοι.

- Θα αυξηθεί ο αριθμός των εκπαιδευμένων-πιστοποιημένων τραπεζικών υπαλλήλων που θα προωθούν ασφαλιστικά προϊόντα.
- Οι συναλλασσόμενοι συχνότερα με τα καταστήματα πελάτες της τράπεζας θα έχουν την ευκαιρία, παράλληλα με τις τραπεζικές υπηρεσίες, να προχωρούν σε ασφάλιση των περιουσιακών στοιχείων και της ζωής τους, ανάλογα με τις ανάγκες τους.

Θα δημιουργηθούν συνεπώς οι συνθήκες για την προσφορά ακόμα πιο ολοκληρωμένων υπηρεσιών από τις τράπεζες προς τους πελάτες τους και αυτό θα οδηγήσει σε σημαντική αύξηση των εσόδων τους από προμήθειες. Εκτιμάται ότι οι ανεπτυγμένοι τραπεζικοί όμιλοι στη χώρα μας θα μπορούν να εξασφαλίσουν έσοδα από ασφαλιστικές εργασίες που θα προσεγγίζουν το 25% του συνόλου των εσόδων.

Δ. Παλαιολόγος:

Η τράπεζα πρέπει να επιλέξει το προσωπικό που θα παρακολουθήσει εκπαιδευτικό πρόγραμμα ή θα μελετήσει μόνο του και θα λάβει μέρος στις προβλεπόμενες εξετάσεις. Επίσης να μεριμνά ώστε πάντα να υπηρετεί σε κάθε της κατάσταση τουλάχιστον ένας πιστοποιημένος υπάλληλος.

Θέλω να σημειώσω ότι τα προϊόντα που διαθέτει ο δικός μας Όμιλος έχουν σχεδιαστεί κατάλληλα, ώστε να είναι στη δομή τους απλά, απολύτως τυποποιημένα, με λίγους και εύκολα αντιληπτούς όρους και να καλύπτουν τις ανάγκες συγκεκριμένης κατηγορίας πελατών. Οι υπάλληλοι των καταστημάτων της ΕΤΕ εκπαιδεύονται στα τραπεζο-ασφαλιστικά προγράμματα και υποστηρίζονται συνεχώς από την ασφαλιστική και την NBG-Bancassurance. Δηλαδή στην πραγματικότητα υπερκαλύπτουμε την πιστοποίηση.

Α. Σαρρηγεωργίου:

Το νέο ρυθμιστικό πλαίσιο που διέπει την ασφαλιστική διαμεσολάβηση θα οδηγήσει σαφέστατα σε ομογενοποίηση της κατάρτισης των πωλητών τραπεζοασφαλειών. Κατά την άποψή μου, το κεφάλαιο «ασφάλιση» αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της διαδικασίας του financial planning μιας οικογένειας ή επιχείρησης. Το ζητούμενο λοιπόν δεν είναι απλά διά της νέας μεθόδου πιστοποίησης η προσθήκη κάποιων ασφαλιστικών γνώσεων στις γνώσεις ενός τραπεζικού υπαλλ-

λίλου, αλλά η ένταξη του risk management στην ανάλυση αναγκών και τις επακόλουθες προτάσεις που γίνονται κατά την τραπεζική/χρηματοοικονομική διαμεσολάβηση.

Πιστεύω ότι μέσα από την εφαρμογή του νέου ρυθμιστικού πλαισίου θα αυξηθεί η αντίληψη από τον καταναλωτή της ανάγκης για ασφάλιση, αλλά και του ότι το προϊόν το οποίο αγοράζει έχει και ασφαλιστική διάσταση. Παράλληλα, το γεγονός ότι το bancassurance τόσο σε επίπεδο εποπτικών αρχών, της ίδιας της ασφαλιστικής αγοράς, πωλητών και καταναλωτών έχει πλέον εμπεδωθεί ως τρόπος διαμεσολάβησης, νομίζω ότι αποτελεί το πρώτο μεγάλο βήμα που θα επιτρέψει στην ελληνική αγορά να υιοθετήσει προϊόντα και τρόπους πώλησης άλλων πιο ώριμων αγορών και τελικά να αυξήσει με τρόπο υπεύθυνο και ποιοτικό την ασφαλιστική «πίτα» στη χώρα μας.

Η. Δασκαλόπουλος: Η προσαρμογή στο νέο ρυθμιστικό πλαίσιο για την ασφαλιστική διαμεσολάβηση δεν είναι μία απλή διαδικασία και απαιτεί προσπάθεια και πόρους. Η εκπαίδευση και πιστοποίηση ενός μεγάλου αριθμού υπαλλήλων μέσα σε ένα αντικειμενικά μικρό χρονικό διάστημα αποτελεί σίγουρα μία πρόκληση τόσο για την τράπεζα, όσο και για το προσωπικό της. Και δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι συχνά τα ίδια πρόσωπα χρειάζεται να πιστοποιηθούν και για την προώθηση επενδύσεων. Θεωρώ, πάντως, ότι η προετοιμασία η οποία γίνεται, εξασφαλίζει σε μεγάλο βαθμό ότι η εκπαίδευση που θα λάβει το προσωπικό των καταστημάτων μας θα βρίσκεται στο επίπεδο που απαιτείται για την επιτυχία στις εξετάσεις.

Από τη στιγμή που θα πιστοποιηθούν οι υπάλληλοι που υπηρετούν σήμερα και θα χρειάζεται η πιστοποίηση μόνο των νέων υπαλλήλων, η κατάσταση θα ομαλοποιηθεί σημαντικά. Σε βάθος χρόνου οι επιπτώσεις για την τράπεζα θα είναι πιθανότατα θετικές, καθώς η απόκτηση ευρύτερων γνώσεων στο ασφαλιστικό αντικείμενο από το προσωπικό των καταστημάτων αναμένεται να βοηθήσει την περαιτέρω ανάπτυξη των πωλήσεων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.

3. Ποια είναι τα οφέλη για τους καταναλωτές από το νέο ρυθμιστικό πλαίσιο;

Δ. Παλαιολόγος: Η ασφαλιστική αγορά χαρακτηρίζεται από την έλλειψη ασφαλιστικής συνείδησης των καταναλωτών. Η ύπαρξη πιστοποιημένων εξειδικευμένων υπαλλήλων στο τραπεζικό υποκατάστημα θα έρθει να λειτουργήσει κυρίως ψυχολογικά για τον πελάτη και συνεπικουρικά με την αξιοπιστία που κατέχουν οι τραπεζικοί οργανισμοί στο μυαλό του καταναλωτή, διευκολύνοντας τους πελάτες-καταναλωτές να συνειδητοποιήσουν τη χρησιμότητα και την αναγκαιότητα της ασφάλισης.

Η. Δασκαλόπουλος: Με το νέο ρυθμιστικό πλαίσιο ρυθμίζεται οριστικά μία εκκρεμότητα που αφορούσε το καθεστώς προώθησης ασφαλιστικών προϊόντων από τραπεζικά δίκτυα. Θεωρώ πως η θεσμοθέτηση του banc-assurance είναι το σημαντικότερο όφελος που προκύπτει για τον καταναλωτή από την εφαρμογή του νέου ρυθμιστικού πλαισίου.

Πράγματι, η διάθεση ασφαλίσεων μέσω των τραπεζών διευρύνει τις επιλογές του καταναλωτή για την κάλυψη των ασφαλιστικών του αναγκών. Επιπλέον, καθώς το κόστος διαθέσεως από τραπεζικά δίκτυα είναι κατά κανόνα χαμηλότερο από αυτό των παραδοσιακών ασφαλιστικών δικτύων, το τραπεζοασφαλιστικό προϊόν είναι πολύ συχνά η πλέον συμφέρουσα εναλλακτική επιλογή για τον καταναλωτή.

Η αύξηση του επιπέδου των ασφαλιστικών γνώσεων των στελεχών των καταστημάτων μέσω της διαδικασίας πιστοποίησης θα δώσει τη δυνατότητα προώθησης ενός ευρύτερου φάσματος τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων σε σχέση με αυτά που διατίθενται σήμερα. Η διάθεση περισσότερων σύνθετων προϊόντων, καθώς και η δυνατότητα παροχής εξειδικευμένης πληροφόρησης θα λειτουργήσει σαφώς υπέρ του καταναλωτή.

Τ. Λυσιμάχου: Όπως αναφέρθηκε ήδη, με το νέο ρυθμιστικό πλαίσιο, οι τράπεζες έχουν την ευκαιρία να δραστηριοποιηθούν δυναμικά στο χώρο των ασφαλιστικών προϊόντων.

Το υψηλό επίπεδο της οργάνωσης των τραπεζών, της εκπαίδευσης των υπαλλήλων και η αυστηρότητα της εποπτείας που ασκείται εξα-

σφαλίζουν υψηλό επίπεδο αξιοπιστίας, το οποίο είναι βέβαιο ότι θα έχει ανάλογη επιρροή και στο bancassurance, όπως θα εφαρμόζεται από τις τράπεζες.

Είναι ως εκ τούτου δεδομένο ότι ο καταναλωτής θα ωφεληθεί, διότι θα εξυπηρετείται και για τις ασφαλιστικές του ανάγκες με αξιόπιστο τρόπο από ανθρώπους που γνωρίζουν το οικονομικό και κοινωνικό του profile και θα του προσφέρουν υψηλής ποιότητας ασφαλιστικές υπηρεσίες και μάλιστα με λογικό κόστος.

Καμία τράπεζα, πιστεύω, δεν θα ρισκάρει να προσφέρει σε πελάτη καταστήματος ασφαλιστική κάλυψη την οποία δεν έχει ανάγκη ή δεν είναι ανταγωνιστική, διότι απλούστατα εάν ο πελάτης δυσαρεστηθεί, η τράπεζα θα τον χάσει από πελάτη και αυτό θα οδηγήσει σε ακόμα πιο σημαντικές απώλειες, από την απώλεια ενός ασφαλιστηρίου συμβολαίου.

4. Τι πρέπει να προσέχει ο καταναλωτής κατά την αγορά τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων;

Α. Σαρρηγεωργίου: Ο καταναλωτής, όπως σε κάθε χρηματοοικονομική συνδιαλλαγή, και όταν αγοράζει ασφάλειες από έναν τραπεζικό όμιλο, έχει την απλή και ουσιαστική ευθύνη τού να καταλαβαίνει τι αγοράζει, να διαβάζει τα έντυπα που του δίνονται και να μην ακούει μόνο αυτά που θέλει να ακούσει. Με τη βοήθεια ενός καταρτισμένου τραπεζοασφαλιστικού συμβούλου, είναι σημαντικό να αντιλαμβάνεται τι θέση και ρόλο έχει το ασφαλιστικό προϊόν στο ευρύτερο χαρτοφυλάκιό του. Αξίζει εδώ να σημειώσουμε ιδιαίτερα τη διαφορά του ασφαλιστικού επενδυτικού (π.χ. συνταξιοδοτικού) προϊόντος με αυτό του μακροπρόθεσμου αμιγώς επενδυτικού προϊόντος. Τόσο η σχέση κόστους/ωφέλειας όσο και το risk profile αυτών των δύο κατηγοριών προϊόντων έχουν σημαντικότερες διαφορές που συχνά αγνοούνται διότι σε επιφανειακό επίπεδο οι ομοιότητες είναι ισχυρές.

Η. Δασκαλόπουλος: Η επιλογή και αγορά οποιουδήποτε χρηματοοικονομικού προϊόντος ή υπηρεσίας πρέπει να γίνεται προσεκτικά, με γνώμονα την κάλυψη πραγματικών αναγκών του καταναλωτή. Το ίδιο ακριβώς ισχύει και για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα.

Ο καταναλωτής θα πρέπει να κατανοεί πλήρως το πρόγραμμα που του προσφέρεται και τις παροχές που αυτό περιλαμβάνει, ώστε να είναι βέβαιος ότι ανταποκρίνεται επαρκώς στις ανάγκες και τις απαιτήσεις του. Θα πρέπει να γνωρίζει το ύψος των κεφαλαίων των παροχών, και το βαθμό στον οποίο τα κεφάλαια αυτά είναι εγγυημένα. Επίσης θα πρέπει να γνωρίζει επακριβώς το ποσό που θα χρειαστεί να καταβάλει ως ασφάλιστρο, καθώς και την εξέλιξή του κατά τη διάρκεια του προγράμματος, στην περίπτωση που προβλέπονται περιοδικές καταβολές.

Τ. Λυσιμάχου:

Ο καταναλωτής, ανεξάρτητα από το είδος της διαμεσολάβησης που επέλεξε για να ασφαλιστεί, θα πρέπει να προσέχει τους όρους της ασφάλισης, τις εξαιρέσεις, τις απαλλαγές και βέβαια το κόστος. Δεν είναι απαραίτητο να επιλέξει με μόνο κριτήριο το χαμηλό κόστος της ασφάλισης. Οφείλει να ελέγξει, εκτός από τους όρους, και την αξιοπιστία της ασφαλιστικής εταιρείας και του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή. Οι τράπεζες, για τους λόγους που αναφέρθηκαν ήδη, θεωρούνται αξιόπιστοι σύμβουλοι και κατά κανόνα αποφεύγουν να συνεργάζονται με μη αξιόπιστες ασφαλιστικές εταιρείες.

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχεδιάζονται για να προστατέψουν τον καταναλωτή σε περίπτωση πιθανής αδυναμίας του να αποπληρώσει το δάνειο ή τη δόση του δανείου εξαιτίας θανάτου, ασθένειας, φυσικής καταστροφής, απώλειας εργασίας κ.λπ. Έχουν μελετηθεί, ώστε οι όροι ασφάλισης και το κόστος να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του δανειολήπτη. Με λίγα λόγια οι πελάτες της τράπεζας δεν πρέπει να ανησυχούν για την ποιότητα των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων που τους προσφέρονται. Αλλά κάθε φορά θα πρέπει να την επιβεβαιώνουν.

Δ. Παλαιολόγος:

Ό,τι και για τα υπόλοιπα χρηματοοικονομικά προϊόντα. Να κατανοήσει τι προϊόντα του προσφέρουν, με ποιους όρους και σε ποιο βαθμό αυτά ανταποκρίνονται στις ανάγκες του. Τα προγράμματα bancassurance του Ομίλου μας έχουν πολύ απλά έντυπα και λίγους όρους, όπως συνήθως συμβαίνει με τα περισσότερα τυποποιημένα προϊόντα μας.

5. Πώς πιστεύετε ότι θα εξελιχθεί η αγορά των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια;

Η. Δασκαλόπουλος: Η αγορά των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων στη χώρα μας, στο προσεχές μέλλον, θα εξακολουθήσει, κατά την άποψή μου, να έχει τον υψηλό ρυθμό ανόδου που είχε τα τελευταία έτη. Ιδιαίτερα στις ασφαλίσεις ζωής και τα συνταξιοδοτικά προϊόντα, η αύξηση των ασφαλιστρών θα προέρχεται σχεδόν αποκλειστικά από την παραγωγή των τραπεζικών δικτύων. Δεν θα αργήσουμε να δούμε και στη χώρα μας τα μερίδια αγοράς του bancassurance στο σύνολο των ασφαλιστρών να αγγίζουν αυτά των άλλων χωρών της νότιας Ευρώπης.

Είναι βέβαια ένα σημαντικό θέμα ότι οι όποιες μετρήσεις του μεγέθους της αγοράς των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων γίνονται με βάση εκτιμήσεις και προσεγγίσεις. Πράγματι η χώρα μας είναι ίσως η μόνη ευρωπαϊκή χώρα, στην οποία οι ασφαλιστικές εταιρείες δεν δημοσιεύουν στοιχεία ασφαλιστικής παραγωγής ανά κατηγορία δικτύου.

Παρά τη μεγάλη ανάπτυξη του bancassurance, η οποία αναμένεται να συνεχιστεί, είναι γεγονός πως το μέγεθος της ασφαλιστικής αγοράς εν γένει και ιδιαίτερος αυτής των συνταξιοδοτικών προϊόντων, είναι πολύ χαμηλό σε σχέση με τη συνολική οικονομική δραστηριότητα. Είναι γνωστό ότι τόσο ο λόγος των ασφαλιστρών, όσο και ο λόγος των αντίστοιχων επενδύσεων προς το ΑΕΠ είναι πολύ χαμηλότεροι από τους αντίστοιχους μέσους όρους των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρά το γεγονός ότι αυτή η απόκλιση δείχνει ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, θεωρώ πως η σύγκλιση θα είναι μάλλον αργή αν δεν αφαιρεθούν αντικίνητρα, όπως το χαρτόσημο των ασφαλιστρών και δεν βελτιωθούν οι φορολογικές ελαφρύνσεις για τα συνταξιοδοτικά προγράμματα.

Τ. Λυσιμάχου: Όπως αναφέρθηκε ήδη, η αγορά των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων αναπτύσσεται πλέον με γοργούς ρυθμούς και εκτιμάται ότι μέχρι το 2010 το μερίδιο αγοράς των τραπεζών, ιδιαίτερα στις ασφαλίσεις ζωής, θα προσεγγίσει το 60-70%.

Όλες οι τράπεζες στην Ελλάδα επενδύουν στον τομέα του bancassurance και αναμένουν σημαντικά έσοδα από προμήθειες. Είναι φα-

νερό ότι επιθυμούν να αξιοποιήσουν το πελατολόγιό τους και να προσφέρουν ανταγωνιστικά προϊόντα υψηλής ποιότητας, τα οποία θα είναι εφάμιλλα των χρηματοοικονομικών προϊόντων που παραδοσιακά προωθούν.

Η εγκατάσταση των μεγάλων πολυεθνικών τραπεζοασφαλιστικών εταιρειών AXA και GROUP AMA που πρόσφατα πραγματοποιήθηκε στη χώρα μας επιβεβαιώνει την ωριμότητα της ελληνικής αγοράς για να αναπτύξει τις τραπεζοασφαλιστικές εργασίες με την ίδια επιτυχία που σημειώνεται σε χώρες όπως η Γαλλία, Ισπανία, Γερμανία κ.λπ.

Δ. Παλαιολόγος:

Το bancassurance έχει «ταράξει τα νερά» και θα συνεχίσει να τα ταραίζει. Η εξέλιξή του θα συνεχιστεί και το μερίδιό του θα μεγαλώσει. Όπως ανέφερα και σε προηγούμενη ερώτησή σας το bancassurance δημιουργεί νέα αγορά, δημιουργεί νέες ευκαιρίες πωλήσεων και για τις τράπεζες και για τους παραγωγούς ασφαλειών. Ακόμη και οι ελάχιστες τράπεζες που ακόμη δεν έχουν εισέλθει στην αγορά αυτή, θα το κάνουν συντόμως.

Οι τράπεζες έχουν ισχυρούς λόγους να επιθυμούν την ανάπτυξή του. Κερδίζουν σημαντικά ποσά από προμήθειες, ενισχύουν τις πωλήσεις και ταυτόχρονα οι ασφαλιστικές καλύψεις τούς επιτρέπουν να μειώσουν τα επισφαλή δάνεια, να μειώσουν τα δεσμευμένα κεφάλαιά τους κ.λπ. Έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν ασφαλιστικά προγράμματα ακόμη και ως εγγυήσεις για χορήγηση δανείων. Μπορούν να έχουν την κοινωνική ικανοποίηση ότι βοηθούν τους πελάτες τους να δημιουργήσουν ένα «δίχτυ ασφαλείας» για τους ίδιους και τις οικογένειές τους με την αγορά, για παράδειγμα, ενός προγράμματος εγγυημένης σύνταξης ή με την αγορά ενός προγράμματος αποπληρωμής του δανείου σε περίπτωση θανάτου ή σημαντικού προβλήματος υγείας του δανειολήπτη.

Το bancassurance θα κερδίσει μεγάλο μέρος – αν όχι το μεγαλύτερο – στις νέες ασφαλίσεις ζωής, θα συνεχίσει να έχει ένα καλό μερίδιο στις ασφαλίσεις πυρός και σταδιακά θα αποκτήσει μερίδιο στις άλλες ασφαλίσεις. Οι τράπεζες έχουν αναπτύξει ισχυρούς δεσμούς με τους πελάτες τους, με τους οποίους τους συνδέουν σχέσεις εμπιστοσύνης. Αυτό τις διευκολύνει να ξεπερνούν τη σημερινή χαμηλή ασφαλιστική

συνείδηση των πολιτών, αλλά και την πιθανή δυσπιστία τους απέναντι στις ασφαλιστικές εταιρείες. Εμείς στον Όμιλο της ΕΤΕ είμαστε εξαιρετικά αισιόδοξοι.

Α. Σαρρηγεωργίου: Πιστεύω πως σε 10 χρόνια από τώρα τα επίπεδα διείσδυσης των τραπεζοασφαλειών στη νέα παραγωγή ζωής στην Ελλάδα θα είναι πάνω από 60%, όπως επίσης σχετικά υψηλά – από ανύπαρκτα που είναι σήμερα – θα είναι και τα επίπεδα διείσδυσης των τραπεζοασφαλειών σε ορισμένους κλάδους των γενικών ασφαλίσεων. Αναμένω επίσης ότι τα χαρτοφυλάκια περιοδικών καταβολών που θα ανήκουν σε τράπεζες θα είναι μεγαλύτερα από τις πωλήσεις προϊόντων εφάπαξ καταβολών.

Βρισκόμαστε στο κατώφλι μιας νέας εποχής ανάπτυξης της ασφαλισιμότητας στην Ελλάδα, η οποία θα ωφελήσει κατά τη γνώμη μου, τόσο όλους τους συντελεστές της ασφαλιστικής αγοράς (και όχι μόνο αυτούς των τραπεζοασφαλειών), αλλά πρωτίστως τον έλληνα καταναλωτή που θα είναι πληρέστερα και σωστότερα ασφαλισμένος.