

Generali PPF объявила о стратегии развития компании в России, которая подразумевает выход на корпоративный рынок за счет развития страхования имущества и ответственности юрлиц, а также ДМС. Эксперты называют этот рынок прибыльным, однако войти на него непросто.

Вчера генеральный директор компании Generali PPF в России Елена Белоусенко представила стратегию развития компании до 2014 года. По ее словам, в ближайшие несколько лет «Дженерали ППФ Общее страхование» планирует стать универсальной компанией, войдя в топ-25 страховщиков, в то время как по итогам девяти месяцев 2011 года компания находилась на 53-й позиции в рейтинге страховых компаний.

«Дженерали ППФ Общее страхование» планирует развивать бизнес за счет предоставления услуг крупным корпоративным клиентам по страхованию имущества и ответственности юрлиц, а также за счет продаж ДМС и страхования выезжающих за рубеж. К 2014 году компания хочет занять по 1% рынка в сегментах страхования имущества и ДМС. Для реализации этих планов Generali PPF будет увеличивать свою агентскую сеть, открывая ежегодно по шесть агентств в регионах, рассказала г-жа Белоусенко (сейчас у компании 41 агентство в трети регионов России). В структуре обновленного портфеля к 2014 году страхование имущества должно занять 12%, ДМС и страхование выезжающих за рубеж – 29%.

Еще одним драйвером роста для компании будет bancassurance, которое в структуре портфеля к 2014 году будет занимать порядка 60% (55% – страхование финансовых рисков и 4% – ипотеки). Что касается обязательных видов страхования и автострахования, то в Generali PPF пока только рассматривают эти возможности.

«В среднем по рынку корпоративное страхование показывает более низкий уровень убыточности, нежели сегмент каско», – отмечает директор «Фитч Рейтингз СНГ» Анастасия Литвинова. Вместе с тем, по ее словам, войти на этот рынок достаточно сложно: рынок поделен между влиятельными игроками. Чтобы быть прибыльной, компании необходимо иметь соответствующий уровень экспертизы, разрабатывать перестраховочные программы и серьезно работать над продажами.

Источник: РБК daily, 14.12.11