

kategoriju luksuza koji može pričekati bolje dane. Iz tog je razloga krizu najviše osjetilo životno osiguranje, i to kroz veliki broj otkupa i mali broj novih polica.

Osiguranje kao luksuz

Osiguravateljski proizvod koji nudi Cardif osiguranje danas je u krizi jednostavnije ponuditi klijentima banaka s obzirom na to da su rizici koji smanjuju sposobnost servisiranja financijskih obveza postali vrlo aktualni. S druge strane ove godine bilježimo i znatan porast prijavljenih i likvidiranih šteta, posebice uslijed prestanka radnog odnosa.

Okrupnjavanja i preuzimanja su proces koji je u tijeku, i koji je, neovisno o krizi, prisutan i prirodan. Ova će kriza zasigurno dodatno potaknuti neke poslovne odluke i

pridonijeti daljnjoj konsolidaciji tržišta. Osiguravateljska društva po definiciji pripadaju krugu konzervativnih institucionalnih investitora s obzirom na to da su strogo regulirana zakonskim i podzakonskim aktima i u dijelu investiranja. Cardif osiguranje kao dio jedne od najvećih financijskih grupacija na svijetu, BNP Paribas, dodatno je interno regulirano, slijedom čega Cardifova investicijska politika u sebi sadrži dodatna ograničenja, koja više važnosti polažu na sigurnost investicije, a manje na prinos.

Velik potencijal rasta

Ipak, koliko god je ponekad teško poslovati uz tolika ograničenja, protekle su godine pokazale kako je upravo konzervativan pristup Grupacije BNP Paribas prema investiranju i riziku rezultirao time da

je naša grupacija jedna od rijetkih koja je kroz aktualnu krizu globalno prošla relativno neozlijeđena. S obzirom na postojeću statistiku, odnosno na broj polica osiguranja

Kriza će zasigurno pridonijeti daljnjoj konsolidaciji tržišta

u ukupnom broju stanovnika Republike Hrvatske, vidljiv je i nadalje velik potencijal rasta hrvatskog tržišta osiguranja. Za očekivati je da će se na tržištu pojaviti novi osiguravateljski proizvodi koji postoje na razvijenijim tržištima, pri čemu se nadam da će takav razvoj u budućnosti odgovarajuće podržati i regulator hrvatskog financijskog tržišta Hanfa, kao jedan od ključnih



faktora razvoja i produblivanja aktualne ponude sukladno približavanju Hrvatske Europskoj uniji.

GA L LO C, PREDSEDNIK UPRAVE SOCI T  G N RALE OSIGURANJA

Kriza - dobar trenutak za nove prilike

Vjerujemo da još ima prostora za pokretanje novih, posebno sigurnih štednih proizvoda u Hrvatskoj



>> Prošle godine po eli smo s radom, stoga je 2009. u našem slučaju bila uspješna godina u kojoj smo, unatoč krizi, u svojim knjigama zabilježili više premija nego što smo očekivali. Ove go-

U 2009. premija više od očekivanog

dine osjećamo pojačanje krize u Hrvatskoj, ali još uvijek razvijamo na e mlado Društvo.

Naravno da su neke kompanije na području životnog osiguranja zabilježile manje premija u svojim knjigama, ali u usporedbi s onim što se može vidjeti u drugim zemljama, imamo osjećaj da kriza još nije duboko promijenila strukturu udjela na tržištu hrvatskog osiguranja. O it utjecaj dolazi od smanjenja na području privatnih zajmova.

Spremni za nova partnerstva

Kriza je uvijek dobar trenutak za nove prilike, čak i kada je naša strategija prvo rasti uz našeg prvog partnera, Splitsku banku. Spremni smo proučavati dobre prilike, nova partnerstva, zašto ne? Dio smo grupe (Sogecap/Soci t  G n rale) koja je već iskoristila neke mogućnosti u Europi, posebno vezano za probleme s AIG grupom.

Vjerujemo da još uvijek ima prostora za pokretanje novih, posebno sigurnih štednih proizvoda u Hrvatskoj. U mreži Splitske banke u lipnju pokrećemo jedan dječji proizvod od kojeg očekujemo mnogo, a nakon ljeta mješoviti proizvod za klijente s većim i specifičnijim zahtjevima.

