



# Viitorul produselor unit linked

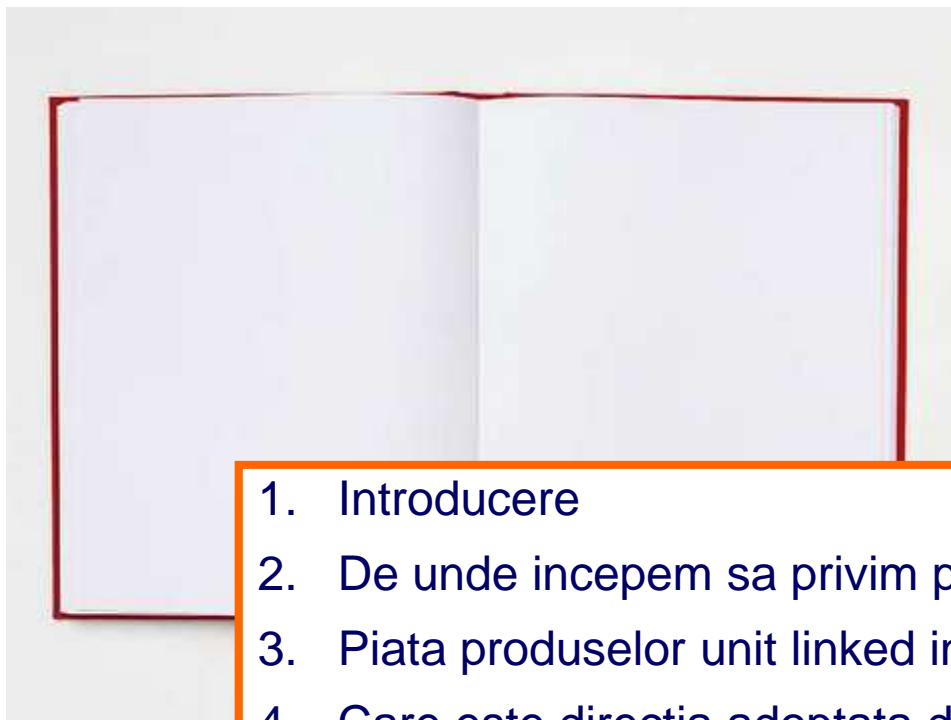
Cornelia Coman  
Chief Executive Officer  
ING Asigurari de Viata Romania

**BANKING - INVESTMENTS - LIFE INSURANCE - RETIREMENT SERVICES**



# Agenda

---



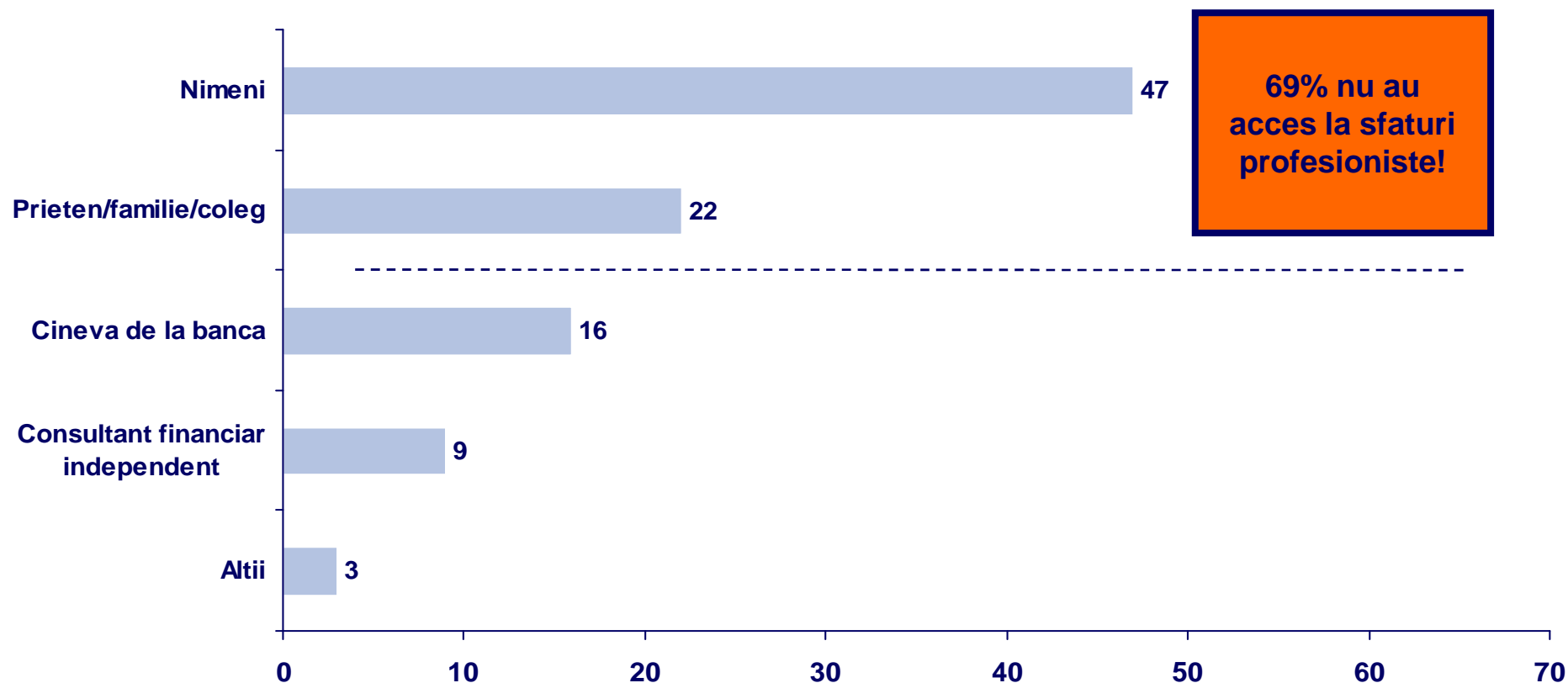
1. Introducere
2. De unde incepem sa privim piata de unit linked in Europa?
3. Piata produselor unit linked in Romania
4. Care este directia adoptata de clienti si care sunt implicatiile pentru piata de unit linked?



1. Stiatu ca.... ?

# ...majoritatea clientilor nu beneficiaza de ajutor profesionist?

I: La cine apelati pentru sfaturi financiare? (in %)

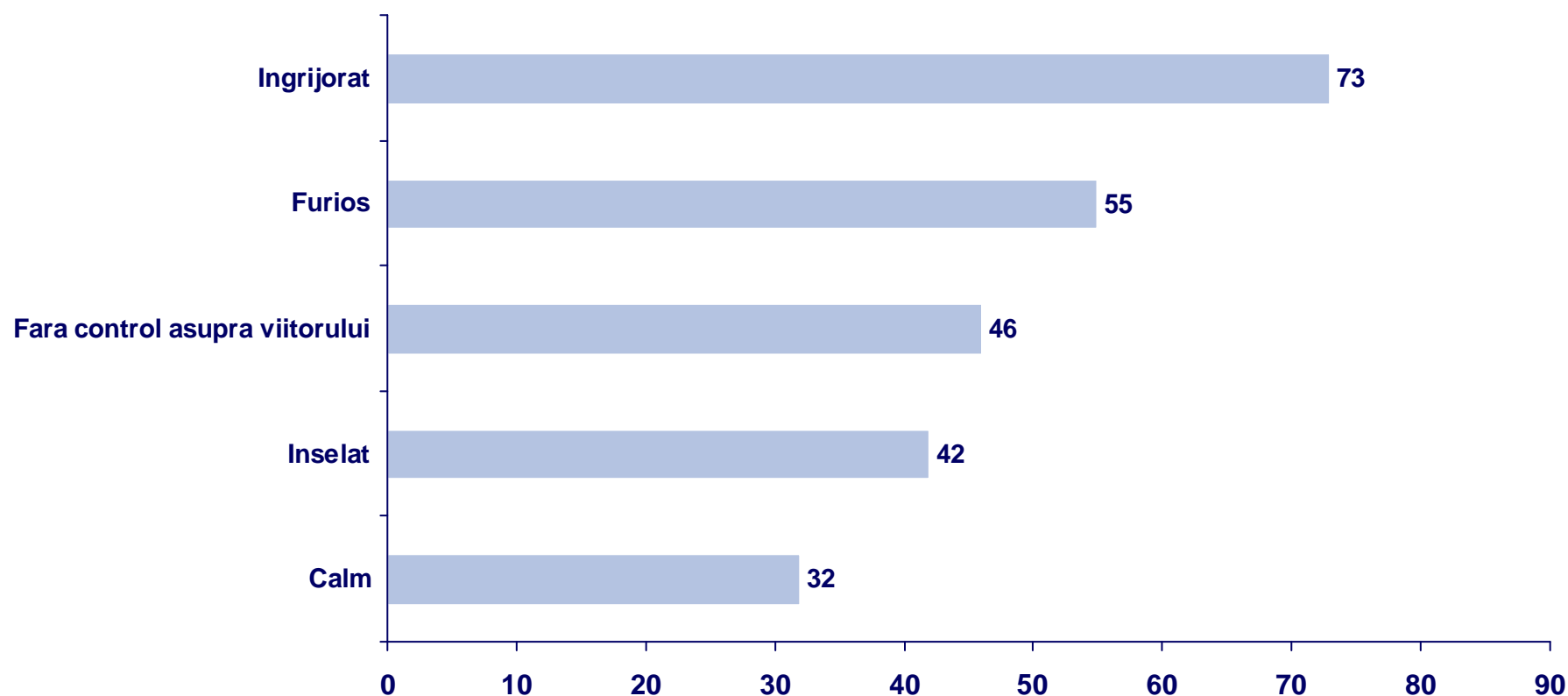


Sursa: "ING Crisis Research" Decembrie 2008, 32 tari



# ...criza a facut consumatorii mai ingrijorati, suparati si neajutorati cu privire la viitorul lor financiar?

I: Cum va face criza sa va simtiti? (in %)



Sursa: "ING Crisis Research" Decembrie 2008, 32 tari



---

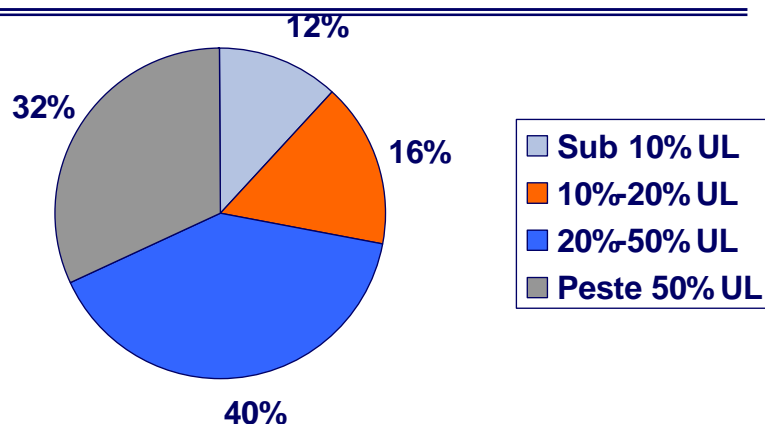
2. De unde incepem sa privim piata de unit linked in Europa?



# Europa este afectata de declinul pietei de unit linked

*Inainte de criza, piata de UL era in crestere...*

**Tarile Europei in functie de ponderea UL in total prime**



- ❑ In ultimii ani inainte de criza, produsele UL au fost unul dintre motoarele de crestere, in special pe pietele emergente
- ❑ 32% dintre tarile europene au o pondere de 50% UL in total prime, ceea ce face piata europeana de asigurari vulnerabila in cazul unui declin al produselor

*...dar primele semne de vulnerabilitate au aparut*

**Experienta olandeza**  
(2005-2006)

- ❑ Companiile de asigurari de viata s-au confruntat cu acuzatii referitoare la produsele unit linked: vanzare eronata, lipsa transparentei in ceea ce priveste costurile si riscurile
- ❑ Committee de Ruitter format de Organizatia Asiguratorilor Olandezi a dezvoltat 4 modele de informare a clientilor UL
  1. Modelul "Inainte de vanzare"
  2. Modelul "La emitere"
  3. Modelul "Informare minima anuala"
  4. Modelul "Reziliere"

Sursa: Raport Axco pentru fiecare tara europeana, date din 2007 si 2006

# Efectul crizei si primele initiative legislative

## Implicatiile crizei pe piata produselor UL

### In majoritatea tarilor europene...

- ❑ Valoarea conturilor este diminuata
- ❑ Asteptarile clientilor cu privire la performanta fondurilor nu sunt indeplinite
- ❑ Numarul rezilierilor creste
- ❑ Increderea clientilor scade
- ❑ Valoarea new business descreste

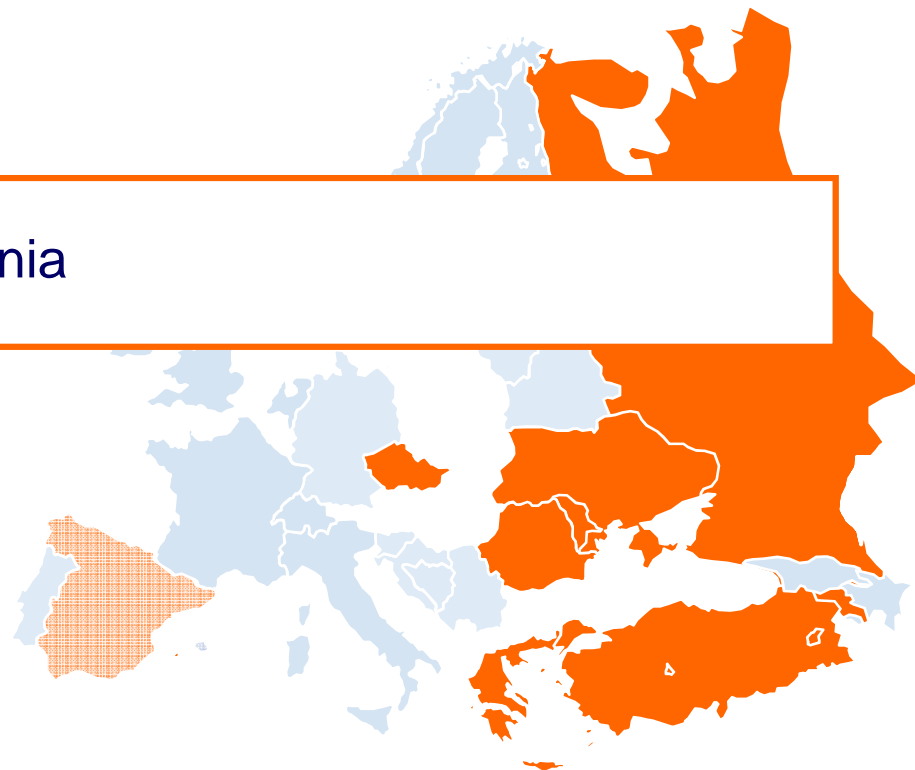
## Primele initiative legislative pentru produsele de investitii

### Comisia Europeana

- ❑ Alinierea tuturor pachetelor de produse de investitii pe segmentul retail sub aceleasi reguli, cu informari obligatorii si practici de vanzare similare
- ❑ Aceasta initiativa are ca obiectiv si caracterizarea produselor de investitii de:
  - ❑ O mai mare transparenta
  - ❑ Explicatii detaliate cu privire la investitiile propuse
  - ❑ Vanzarea produselor aliniata la interesele investitorilor

---

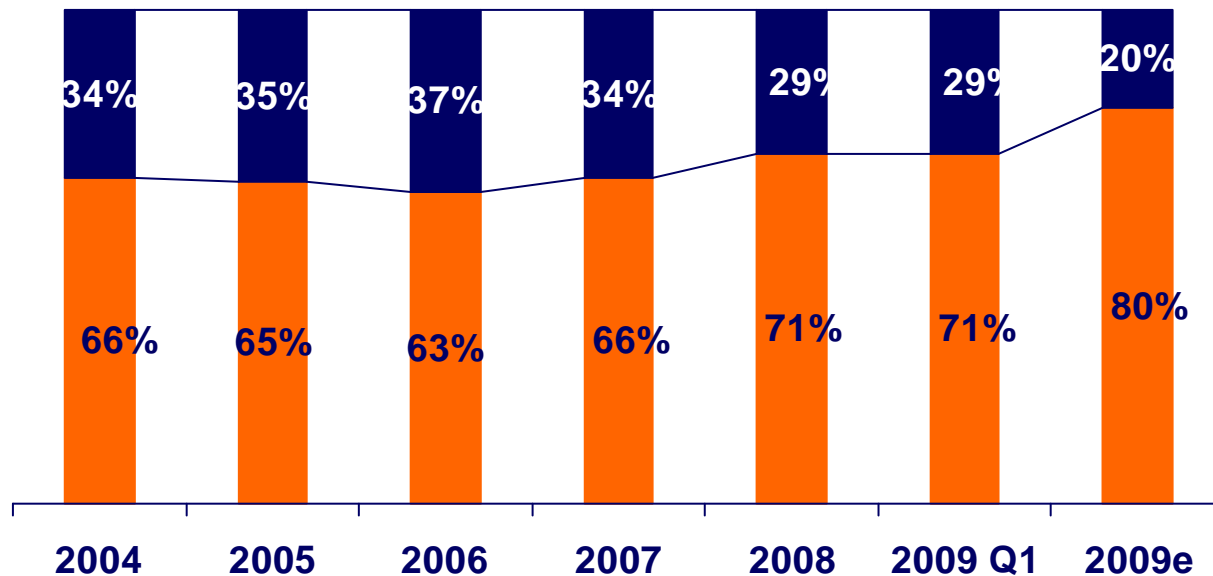
### 3. Piata produselor unit linked in Romania



# Ponderea produselor unit linked in total piata

Per total piata, ponderea produselor traditionale a crescut datorita apetitului scazut al clientilor pentru contractele de tip unit linked.

■ Traditional ■ UL



# Perceptia romanilor asupra produselor unit linked

- Atitudinea fata de investitii si risc
- Nivelul de cunoastere al conceputului de fond de investitii

## Cateva dintre rezultatele studiului:

- Clientii considera ca riscul asociat fondurilor UL este limitat deoarece acestea sunt detinute de o companie de asigurari;
- Cunostinte reduse despre rolul unui fond de investitii si modul de investire al primelor;
- Asocierea produselor unit linked cu un cont bancar, iar “performanta fondului” asimilata dobanzii;
- Cunostinte reduse referitoare la diferitele instrumentele de investitii (de exemplu, actiuni si obligatiuni). In eventualitatea achizitionarii unei polite de asigurare, clientii se bazeaza pe sfatul consultantului;
- Perceptie negativa a fondurilor de investitii in Romania. Respondentii au mentionat faptul ca reputatia companiei este cruciala;
- Pentru un numar mare de prospecti, produsele de asigurare in euro sunt atractive in perspectiva inlocuirii monedei nationale.



4. Catre ce se indreapta clientii si care sunt implicatiile acestui fapt asupra pietei de unit linked?

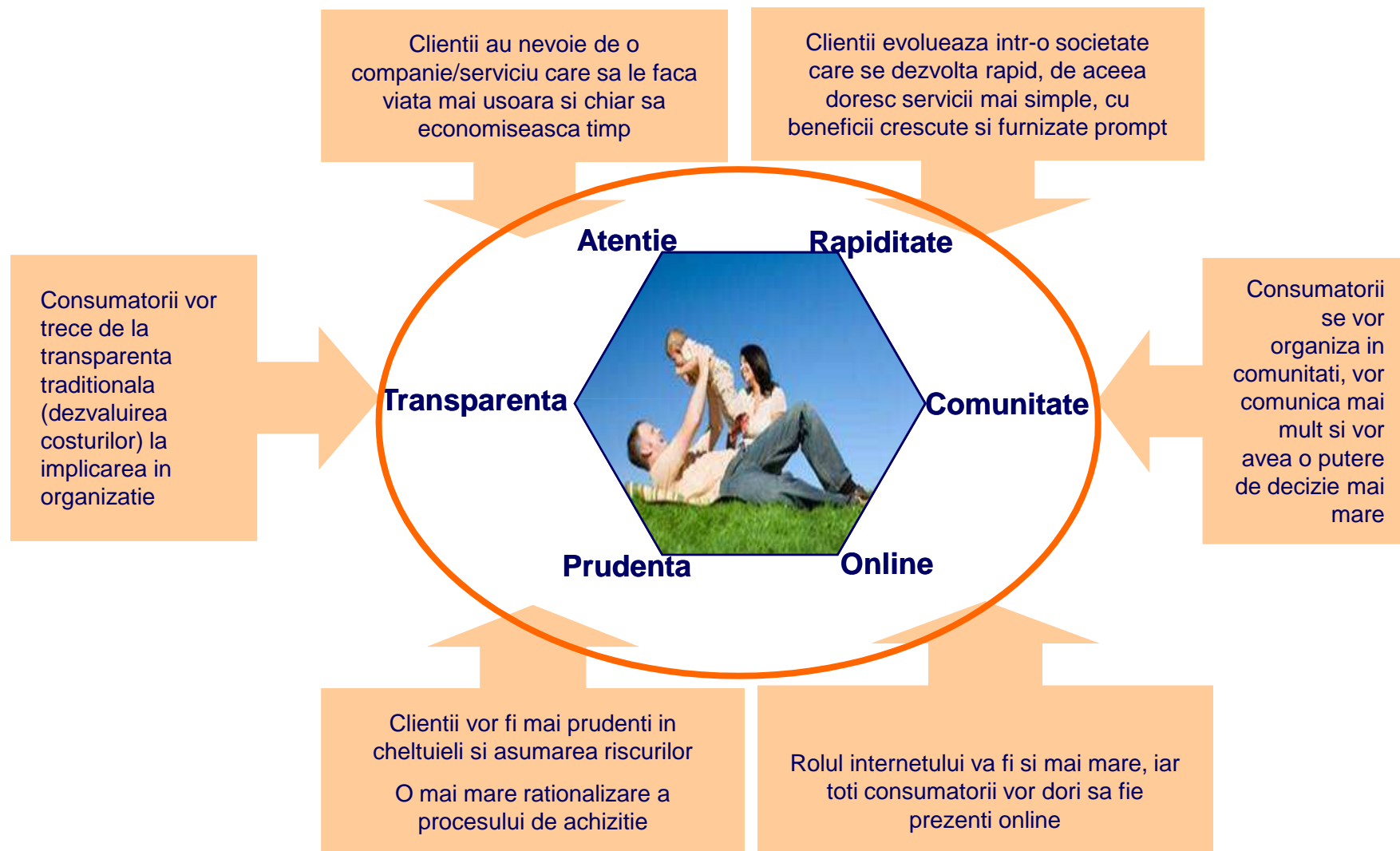
# Remarci generale asupra tendintelor viitoare

---



- Cerinte crescute ale **stakeholder-ilor** cu privire la afaceri
- Asteptarile clientilor depasesc, in general, sfera de acoperire a **companiilor de asigurare**

# Tendinte viitoare principale



# Produsele UL actuale raspund partial nevoilor clientilor

## **Vechile nevoi inca sunt relevante**

- Consumatorii inca mai au nevoie de produse de investitii cu randament mare
- Clientii inca au nevoie de produse flexibile

## **Noi nevoi relevante**

- Clientii au nevoie de garantii
- Clientii au nevoie de mai multa transparenta
- Clientii au nevoie de mai multa protectie

## **Caracteristici evitate ale produselor**

- Consumatorii devin mai potrivnici riscului

### **Subiecte pe agenda companiilor**

Care ar trebui sa fie implicarea clientului in risc?

Opinii diferite:

Clientii sunt stakeholderi si ar  
trebui sa participe la risc

Niciun risc nu ar trebui  
sa fie transferat clientilor

### **Solutii**

- O evaluare mai buna a profilului de risc si a nevoilor prospectilor
- Disclaimer complet si conditii contractuale formulate intr-un limbaj clar

# Implicatiile tendintelor viitoare pe piata unit linked

## Prudenta

- Produse mai ieftine
- Distribuirea riscului: investirea banilor in diverse instrumente de economisire

## Transparenta

- Cresterea transparentei produselor unit linked
- Necesitatea compararii produselor existente pe piata; cresterea concurentei pentru produsele UL

## Atentie

- Nevoia de garantii (de capital, de randament)
- Nevoia pentru o mai mare flexibilitate a produselor
- Nevoia de fonduri cu management activ
- Profitabilitate mai mare a produselor UL

## Comunitate

- Importanta tot mai mare a promovarii verbale ("word of mouth"), astfel incat orice produs sa poata fi rapid impartasit si sa influenteze membrii comunitatii

## Rapiditate

- Nevoia de produse mai simple
- Nevoia de o durata mai scurta a produselor
- Nevoia de beneficii crescute – de exemplu, pachete de protectie

## Online

- Nevoia de auto-operare a conturilor

---

# Multumesc!

