

ROZMOWA TYGODNIA



Martin Vial, Ryszard
Andrea Mencattini

Światowa sieć i jakość największymi atutami

Rozmowa z Martinem Viałem, dyrektorem generalnym Europ Assistance Group, dr. Andrea Mencattinim, zastępcą dyrektora generalnego Europ Assistance Group i dyrektorem zarządzającym na obszar Włoch, Niemiec i Europy Środkowo-Wschodniej oraz Ryszardem Grzelakiem, prezesem zarządu Europa Assistance Polska

Bożena M. Dołęgowska-Wysocka: Szanowni Panowie, przyjechaliście do Polski z krótką wizytą. Jaki jest cel przybycia do naszego kraju?

Martin Vial: - Zanim odpowiem na Pani pytanie o cel naszego przyjazdu, chciałbym zaznaczyć, że bardzo cieszę się, że mogłem się z Panią spotkać, a przez łamy gazety, także z Czytelnikami „Gazety Ubezpieczeniowej”. Jeśli zaś chodzi o cel naszego przyjazdu do Polski, to jest on związany z planami dalszego zwiększenia inwestycji i obecności na polskim rynku.

Serdecznie dziękuję. Inwestycje w nasz rynek to bardzo interesujący temat, nawet nie przypuszczałam, że zechce Pan zacząć właśnie od tego...

M.V.: - Zgadzam się. Jest to bardzo interesujące zagadnienie. Jednakże

omawiając nasze plany wobec polskiego rynku, chciałbym najpierw przybliżyć kierunek działania Europ Assistance Group. Europ Assistance powstało w 1963 r. i zaczęło swoją działalność we Francji. Rozpoczęliśmy od świadczenia usług związanych z asystancie turystycznym, następnie do naszej oferty dołączyliśmy usługi asystance samochodowego, medycznego i domowego.

Oczywiście w międzyczasie wprowadziliśmy dużo innych usług, w tym te, które pomagają np. naszym klientom ubezpieczeniowym optymalizować koszty likwidacji szkód, ale naszą działalność definiujemy w ramach czterech podstawowych obszarów: Podróż, Samochód, Zdrowie oraz Dom i Rodzina.

ciąg dalszy rozmowy na str. 11

Światowa sieć i jakość największymi atutami

Ciąg dalszy ze str. 1

B.M.D.-W.: Teraz assistance rozszerza się dalej, o czym też na bieżąco informujemy.

M.V.: - To prawda. Firma Europ Assistance chcąc nadążyć za zmianami społeczno-ekonomicznymi oraz oczekiwaniami naszych klientów, wprowadziła na rynek nowe usługi związane po pierwsze z rynkiem zdrowotnym, a po drugie - z opieką rodzinną.

To chyba zjawisko ogólnoeuropejskie i - szerzej - krajów o wysokim poziomie cywilizacyjnym - starzenie się tych społeczeństw. Demografia wymusza rozwój usług rodzinnych, bo i tradycyjnej rodziny, zapewniającej opiekę swym członkom, w tych krajach prawie już nie ma.

M.V.: - Tak, jest to zjawisko ogólnoeuropejskie, dlatego wzrasta zainteresowanie usługami z obszaru home i medical assistance. I właśnie w tych obu wyżej wymienionych obszarach chcemy osiągnąć trwałą pozycję lidera.

A obecnie, na którym miejscu jesteście?

R. G.: - To, kto zajmuje 1. miejsce na świecie w branży assistance zależy od tego, co się porównuje. Jeśli za kryterium przyjąć tylko przychody grupy, to pierwsza jest Grupa Mondial, druga Grupa Europ Assistance. Jeżeli jednak przyjmujemy kryterium skali działalności mierzoną ilością prowadzonych spraw assistance lub liczbą krajów, w których operujemy, to pierwsze miejsce należy do Grupy Europ Assistance, drugie natomiast do Grupy Mondial.

Skąd te różnice?

R.G.: - Przede wszystkim z faktu, że np. w strukturze realizowanych spraw Grupy Mondial więcej jest usług medycznych, które są z natury rzeczy droższe, stąd wyższe przychody. Różnica w naszych przychodach jest jednak niewielka.

Porównania oraz rywalizacja w tym zakresie mają oczywiście pewne symboliczne znaczenie i motywują do jeszcze bardziej wyężonej pracy, jednak to przywództwo w jakości świadczonych przez nas usług i najlepszym zaspakajaniu potrzeb naszych klientów są wartościami, które są dla nas najważniejsze.

M.V.: - W naszych planach zakładamy nie tylko zwiększenie liczby naszych klientów, ale również zgodnie z przyjętą przez nas zasadą innowacyjności będziemy wdrażać nowatorskie i funkcjonalne programy assistance, które spełniać będą oczekiwania naszych klientów. W 2004 r. Europ Assistance obrała strategię rozwoju, będącą rezultatem programu Columbus. Program Columbus zakłada podwojenie przychodów Grupy i potrojenie jej zyskowności do 2010 r. W 2006 r. Europ Assistance Group osiągnęła przychody w wysokości 891 milionów euro, co stanowi około 15% wzrost w stosunku do 2005 r., zaś zysk netto Grupy wyniósł 30,3 miliona euro. Rozwijamy się szybciej niż rynek.



Andrea Mencattini,
Ryszard Grzelak, Martin Viale

Rozmowa z Martinem Viałem, dyrektorem generalnym Europ Assistance Group, dr. Andream Mencattinim, zastępcą dyrektora generalnego Europ Assistance Group i dyrektorem zarządzającym na obszar Włoch, Niemiec i Europy Środkowo-Wschodniej oraz Ryszardem Grzelakiem, prezesem zarządu Europa Assistance Polska

Nie powiem, ambitne plany!

M.V.: - Tak, ale świat jest w bezustannym ruchu, zmienia się. Postępuje urbanizacja i - o czym Pani wspomniała - starzenie się bogatych społeczeństw. To rodzi nowe potrzeby i wyzwania, ale i możliwości dla branży assistance. Nasz Grupa musi po prostu na te nowe potrzeby odpowiadać i spełniać oczekiwania naszych klientów.

Czy jednak zdaniem Panów świadomość społeczna nadąża za przemianami cywilizacyjnymi? Powiem wprost: czy jest przyzwolenie np. na to, aby zamiast opieki rodzinnej nad starą matką zlecić ją firmie assistance, a matce dać chipa, aby dawał znać, gdzie jest i co robi... Dla jej bezpieczeństwa, rzecz jasna! Myślę, że my w Polsce jesteśmy jeszcze dość daleko od tego.

M.V.: - To wszystko zależy od rynku, który bierzemy pod uwagę. Jeśli weźmiemy pod uwagę sektor związany z ochroną zdrowia, to w Stanach Zjednoczonych wydatki w tym sektorze wynoszą 15% PKB, podczas gdy w Polsce tylko 6,7% PKB. Świadomość nowych potrzeb będzie rosła wraz z rozwojem gospodarczym i cywilizacyjnym. Mimo dynamicznego rozwoju, polski rynek jeszcze nie jest tak dojrzały jak np. włoski czy francuski, stąd istnieje jeszcze duży potencjał rozwoju branży w Polsce.

Myślę, że im więcej będziemy inwestować w innowacyjne rozwiązania, tym bardziej będzie rozwijał się rynek i tym większe będzie zapotrzebowanie na usługi assistance.

R.G.: - W Polsce obserwujemy w ostatnich latach szybko rosnącą świadomość ubezpieczeniową, w tym assistance. Przejawia się to np. w stale rosnącym stopniu wykorzystywania przysługujących klientom świadczeń w ramach funkcjonujących już od kilku lat programów assistance. Stąd mamy porównanie. Mamy nadzieję, że w tych zmianach skromny udział mamy również my. Od kilku lat prowadzimy w Polsce intensywną kampanię informacyjną dotyczącą assistance. W tym miejscu wymienię tylko nasz Assistance Newsletter, Forum Assistance, współpracę ze środowiskiem akademickim oraz merytoryczną współpracę z wydawnictwami o tema-

tyce ubezpieczeniowej. Miło mi przy tej okazji wyrazić satysfakcję z bardzo owocnej i profesjonalnej współpracy z „Gazetą Ubezpieczeniową”. Większość tych inicjatyw ma charakter pionierski na rynku polskim i wpisuje się w taki charakter Grupy Europ Assistance.

M. V.: - Jeśli chodzi o naszą globalną strategię, to stawiamy na inwestycje w nowe rozwiązania, zwłaszcza w nowe sposoby dystrybucji. Nie jest to jednak związane z inwestycjami na całym świecie. Stawiamy na rozwój selektywny w tym zakresie. Rynek Europy Środkowo-Wschodniej jest dla nas bardzo interesujący, zwłaszcza polski, który uważamy za bardzo perspektywiczny i atrakcyjny. Dlatego chcemy w niego inwestować.

To można wiedzieć, ile konkretnie w ciągu najbliższych lat?

M. V.: - Mówiąc o inwestowaniu, myślę głównie o rozwiązaniach organizacyjnych i inwestowaniu w zasoby ludzkie - kompetencje zawodowe, a zwłaszcza jakość obsługi klienta. A to nie jest związane z wysokimi nakładami kapitału, a raczej z synergiami w ramach Grupy i wykorzystywaniem jej przewagi konkurencyjnej.

Jednym słowem, chcecie znacząco poprawić swoją pozycję na rynku, jakość obsługi klienta, wprowadzić nowe rozwiązania organizacyjne, bez znaczących inwestycji. To dla mnie interesujące podejście.

M.V.: - My nie budujemy w Polsce fabryk, a relacje z klientami, rozwiązania i sieć powiązań z naszymi dostawcami. Dbamy również o wysoką jakość obsługi naszych programów assistance. Z naszymi najlepszymi, międzynarodowymi filiami dzielimy się również cennymi doświadczeniami. To są często wartości ważniejsze niż inwestycje kapitałowe.

Jak chcecie docierać do konkretnych klientów, np. bez wzmoczonego marketingu?

R.G.: - Europ Assistance prowadzi komunikację B2B, czyli nie bezpośrednio z osobami fizycznymi, będącymi odbiorcami końcowymi naszych usług, tylko z partnerami korporacyj-

nymi, tj. bankami, firmami ubezpieczeniowymi i leasingowymi oraz firmami z branży motoryzacyjnej.

M.V.: - Dbamy również o jakość komunikacji z naszymi dostawcami, ponieważ właśnie ta światowa sieć to nasz wielki atut. W chwili obecnej Grupa Europ Assistance współpracuje aż z przeszło 400 000 usługodawców na całym świecie. Dlatego komunikacja i zarządzanie mają niebagatelne znaczenie.

A propos światowej sieci. Na wschód od Polski nie ma Was na Ukrainie i Białorusi, w krajach nadbałtyckich. Czy z terytorium naszego kraju zamierzacie ruszać na ich „podbój”, o czym myśli wiele firm ubezpieczeniowych, które zaczynały właśnie od Polski? Pytam o konkretne działania, jak i sam model ekspansji.

M. V.: - Jak już wspominałem, Europ Assistance stawia na rozwój selektywny, inwestując w odpowiednie, najbardziej dla nas interesujące regiony świata, stąd obecność w Polsce. Owszem, jeśli chodzi o inne kraje Europy Środkowo-Wschodniej, to myślimy o inwestowaniu na Ukrainie. Pragnę jednak zaznaczyć, że nie chcemy rozpraszać naszych działań poprzez inwestowanie na różnych rynkach świata. Takie działania z naszego punktu widzenia będą nieefektywne.

Uważam, że lepiej skoncentrować się na wybranych regionach, niż dzielić swoje siły na poszczególne kraje.

A.M.: - Jest jeszcze inny model niż wejście bezpośrednie. Możemy działać na wybranym rynku poprzez prowadzenie działań z innego obszaru, np. Europ Assistance Polska zajmuje się również rynkiem ukraińskim i bałtyckim, a nasz oddział na Węgrzech zajmuje się rynkiem chorwackim, rumuńskim oraz serbskim.

M.V.: - Chciałbym również dodać, że czym innym jest sprzedaż naszych produktów, a czym innym - opieka nad klientami. Z opieką nad klientami mamy do czynienia dosłownie na całym świecie, bo jest to związane z nieustannym przemieszczaniem się naszych klientów. Jeśli np. naszemu klientowi z Polski zdarzy się nagły wypadek w Kanadzie, to zajmuje się nim oddział kanadyjski, w Rosji - oddział rosyjski itd.

Sprzedaż produktów prowadzimy w wybranych regionach świata, zaś naszych klientów obsługujemy na całym świecie. Wyjątkiem są jedynie kraje, w których trwa wojna, bo tam przeważnie turyści nie jeżdżą.

Pozwól panowie, że powrócę do pierwszego pytania: po co konkretnie Panowie przyjechali do Polski? Mamy przysłowie: „Pańskie oko konia tuczy”, czy to zatem była rutynowa wizytacja polskiej struktury, czy coś więcej?

M.V.: - (śmiech) Nie, to nie była bynajmniej „rutynowa kontrola”. Przyjechaliśmy z Panem Andream Mencattinim dlatego, że Polska jest dla nas bardzo ważnym krajem. Tutaj upatrujemy dużego potencjału rozwoju dla branży, ale przede wszystkim dla Grupy Europ Assistance. Chodzi nam o utrzymanie jak najbliższych relacji w całej Grupie, o dzielenie się doświadczeniami, pomysłami i rozwiązaniami.

A gdzie Panowie urzędują?

A.M.: - We Włoszech, w Mediolanie.

M.V.: - We Francji, w Paryżu.

To co konkretnie zostanie przeniesione do nas, do Polski, jakie doświadczenia, jakie pomysły? A może i odwrotnie, w Polsce chyba też mamy głowy i pomysły...

A.M.: - Dla przykładu powiem o dwóch obszarach, które rozwijają się w Polsce bardzo dynamicznie - to rynek usług medycznych i bankassistance.

W Grupie posiadamy dużo rozwiązań z obszaru usług medycznych, które mogą być z powodzeniem wykorzystane w Polsce, począwszy od samej organizacji tych usług, a skończywszy na optymalizowaniu ich kosztów. Np. firma kanadyjska należąca do naszej Grupy, Canadian Medical Network redukuje średnio o 30% wyjściowe ceny usług medycznych w Ameryce Północnej, które otrzymujemy dla klientów naszych partnerów biznesowych, m.in. w ramach ubezpieczeń turystycznych. Biorąc pod uwagę często wysokie koszty takich usług, redukcja 30% oznacza znaczne oszczędności dla naszych partnerów. W Polsce dynamicznie rozwija się również rynek bankassistance, w którym Europ Assistance Polska zajmuje pozycję lidera. Obecnie Europ Assistance Polska prowadzi aż 50 programów bankowych dla 30 instytucji finansowych a świadczenia Europ Assistance Group wzbogacają 8 spośród 10 najbardziej prestiżowych kart kredytowych (dane wg miesięcznika „Forbes”). Jednakże powinna Pani wiedzieć, że we Włoszech współpracujemy z ok. 130 instytucjami finansowymi, więc mamy skąd czerpać doświadczenia i pomysły na współpracę z tymi klientami w Polsce.

W jakiej perspektywie planuje się w takiej firmie jak Wasza? Pytam, bo wiem ostatnio pisaliśmy na łamach naszej gazety o raporcie pewnej światowej firmy informatycznej na temat rynku ubezpieczeniowego w roku 2020.

M.V.: - To jest temat na zupełnie inną rozmowę, ale powiem skrótowo - myślimy obecnie o roku 2012...

...My w Polsce też, bo wtedy będzie EURO!

M.V.: - (śmiech) Obecnie jesteśmy w połowie naszego planu 6-letniego. W Polsce przyjmujemy plan na 3-4 lata, ponieważ rynek rozwija się na tyle dynamicznie, że ciągle pozytywnie nas zaskakuje.

Zatem zakończmy naszą rozmowę tym właśnie optymistycznym akcentem.

Bożena M. Dofęgowska-Wysocka