



PANNÓNIA
ÉLETBIZTOSÍTÓ

CIG PANNÓNIA ÉLETBIZTOSÍTÓ NYRT.

TÁJÉKOZTATÁS A TÁRSASÁG
STRATÉGIAI CÉLJAIRÓL – AZ
IGAZGATÓSÁG BESZÁMOLÓJA

2011. március 23.

A CIG Pannónia Életbiztosító Nyrt. 2007-ben azzal a célkitűzéssel jött létre, hogy az egyetlen meghatározóan hazai tulajdonú életbiztosító részvénytársaságként támogassa a társadalomban a szociális öngondoskodás és a hozzátartozókról történő gondoskodás eszméjének terjedését, magas színvonalú szolgáltatásaival hozzájáruljon a közép-kelet-európai országok biztosítási és pénzügyi kultúrájának fejlődéséhez. A fentiek gondolatát az alapítók körében az elmúlt két évtizedben szerzett szakmai tapasztalat, a hazai és regionális biztosítási piaci folyamatokra való rálátás, és a megfelelően kiépült szakmai és társadalmi kapcsolatok táplálták.

Az alapvető biztosítási igények és az ezekre megoldásokat nyújtó termékek jellegében, kínálatában, különösen pedig az elért biztosítási lefedettség mértékében hazánk és a régió még mindig jelentős lemaradásban van a fejlett piacgazdaságokhoz képest. Társaságunk működésének stratégiai elemei (innováció, rugalmasság) a stratégiai és a mindennapi operatív döntéshozatal során is megjelennek: a cél versenyelőny megszerzése és fenntartása a magyarországi és külföldi ügyfeleknek kínált termékek kifejlesztésében, és az ügyfelek érdekeit szem előtt tartó, korszerű megoldásokat és szolgáltatásokat tartalmazó konstrukciók kifejlesztése.

A világon számos biztosító működik kölcsönösségi alapon, ahol a biztosítási ügyfelek nem csak biztosítási kötvény tulajdonosok, hanem egyben a biztosítónak a tulajdonosai is (kölcsönösségi elem ügyfél oldala), a biztosító részvényesei pedig üzleti kedvezményeket élvezhetnek a biztosítási termékek vonatkozásában (kölcsönösségi elem tulajdonosi oldala). Ennek megvalósítását tűztük ki célul.

2008-ban négy milliárd, 2009-ben tizenkettő milliárd, míg 2010-ben huszonhat milliárd forint díjbevéttel már számottevő piaci részesedést tud felmutatni a Társaság, továbbá kiemelkedő eredménynek tekintjük, hogy a Társaság alapítását követő harmadik évben, azaz 2010-ben piacvezető az életbiztosítások új értékesítésében Magyarországon. A hazai értékesítés területén folytatódik az értékesítési csatornák fejlesztése és diverzifikációjának növelése, a BROKERNET továbbra is stratégiai partnere a társaságnak. A külföldi operációk értékesítési eredményei idén várhatóan tovább javulnak, továbbra is helyi menedzsment és erős eredmény-érdekeltség alkalmazásával.

A 2010-2012-es üzleti ciklusban a Társaság célja továbbra is díjbevételeinek és a tulajdonosi értéknek a növelése, a minőségi szolgáltatások és termékek fejlesztésében, valamint új biztosítások értékesítésében megszerzett magyarországi piacvezető szerepének megőrzése.

A társaság 2011. évi üzletpolitikai célkitűzései

- a nettó rendszeres díjfizetésű biztosítási állományfejlődés meghaladja a 10 milliárd forintot, az év végi bruttó biztosítási díjbevétel elérje a 35 milliárd forintot,
- csökkenő mérleg szerinti veszteség, javuló működési hatékonyság,
- az értékesítési csatornák diverzifikációjának erősödése az új értékesítés tekintetében,
- a külföldi operációk működésének stabilizálása,
- a nem-életbiztosító leányvállalat üzleti tevékenységének felfuttatása.