

Hanna Kociemska-Pociecha

BANCASSURANCE – WSPÓŁPRACA BANKÓW I FIRM UBEZPIECZENIOWYCH

1. Wstęp

Współczesnej globalizacji rynków finansowych oraz ich ciągłemu unowocześnianiu bardzo często towarzyszy proces tworzenia się różnego rodzaju powiązań pomiędzy bankami a firmami ubezpieczeniowymi. Zjawisko to, zwane w literaturze przedmiotu *bancassurance*, oznacza powiązania kapitałowe lub bezkapitałowe pomiędzy bankiem a firmą ubezpieczeniową. Przemiany na rynkach finansowych powodują, iż banki poszukują dodatkowych możliwości dochodu oraz dywersyfikacji ponoszonego przez nie ryzyka. Wraz ze wzrostem konkurencji starają się pozyskać klientów, którym można by zaoferować kompleksowe usługi finansowe znacznie wykraczające poza dotychczas typowe usługi bankowe. Niniejszy artykuł prezentuje doświadczenia *bancassurance* w wybranych krajach Unii Europejskiej oraz wskazuje na pewne kluczowe czynniki rozwoju tego sektora.

2. *Bancassurance* w Unii Europejskiej

Pojęcie *bancassurance* które po raz pierwszy pojawiło się we Francji po 1980 r. w związku z rozpoczęciem sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w kanałach dystrybucji produktów bankowych. Wykorzystując istniejące wówczas przepisy prawne, banki zdobyły nowe źródło dochodów i zdywersyfikowały swoją działalność. Głównym celem takiej polityki było wprowadzenie programów lojalnościowych, które oznaczały trwalsze związanie klienta z bankiem, poprzez oferowanie mu kompleksowej obsługi finansowej *under one ceiling* („pod jednym dachem”). Obecnie francuski rynek *bancassurance* jest wysoce skoncentrowany. 50% składki brutto trafia do pięciu największych bankowych firm ubezpieczeniowych, m. in. Predica, Ecureuil Vie, Natio Vie¹. Oferta *bancassurance* jest kie-

¹ www.datamonitor.com z 4 marca 2004 r.

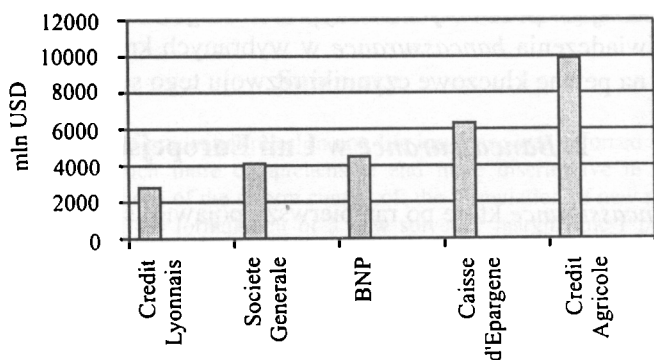
rowana głównie do klientów indywidualnych. Banki proponują szeroką gamę usług powiązanych z ubezpieczeniami emerytalnymi oraz o charakterze oszczędnościowo-inwestycyjnym. Obserwacja francuskiego rynku bankowego pozwala stwierdzić, że wyraźnie zmienia się rola banku jako pośrednika finansowego. Badania ankietowe dowodzą, iż klienci poszukują przede wszystkim dobrego doradcy do zarządzania swoimi finansami². Pragną, aby bank podpowiadał im, jak zarządzać aktywami, i na zlecenie świadczył im usługi doradcze w zakresie bankowości i ubezpieczeń.

Odbiorcą usług *bancassurance* we Francji są również podmioty gospodarcze oraz jednostki samorządu terytorialnego³. Banki dostrzegają wagę klienta instytucjonalnego – jego specyficzny status finansowy oraz duże potrzeby inwestycyjne – i wychodzą mu na przeciw z ofertą aktywnego doradztwa i świadczenia usług finansowych, w tym ubezpieczeniowych.

Podsumowując doświadczenia francuskie we współpracy banków i firm ubezpieczeniowych, należy wskazać, iż w 2000 r. w ramach *bancassurance* dokonano 35% ogółu sprzedaży polis na życie, 60% ubezpieczeń o charakterze lokacyjnym, 7% ubezpieczeń nieruchomości⁴.

Wysokość przychodów składkowych brutto pięciu największych banków wynosiła 27 600 mln dolarów⁵. Francja uznawana jest więc za lidera rynku *bancassurance* we Europie.

Innym silnie rozwiniętym rynkiem *bancassurance* jest Hiszpania. W 2003 r. 65% dochodów ze sprzedaży ubezpieczeń na życie przypadało tu na szeroko rozu-



Rys. 1. Przychody składkowe brutto banków w ramach *bancassurance* we Francji

Źródło: www.datamonitor.com oraz sprawozdania finansowe banków.

² www.actuaries.org z 2 kwietnia 2004 r., *Analysis and prospects of the French bancassurance market*.

³ www.dexia.fr

⁴ www.scor.com z dnia 18.03.2004 r., *Bancassurance across the globe*.

⁵ www.datamonitor.com lipiec 2003 r.

miany rynek *bancassurance*⁶. Główną przyczyną tak silnego rozwoju tego rynku w Hiszpanii była duża ekspansja firm ubezpieczeniowych, które poszukiwały bankowych kanałów dystrybucji dla swoich produktów. Pomimo iż w latach osiemdziesiątych hiszpański rynek finansowy był w znacznym stopniu podzielony między banki, firmy ubezpieczeniowe i innych pośredników finansowych, obecnie można dostrzec wyraźną tendencję do koncentracji tego rynku. Prawo hiszpańskie nie zabrania bowiem tworzenia powiązań kapitałowych, spółek joint-ventures czy innych modeli kooperacji pomiędzy bankami a firmami ubezpieczeniowymi. Instytucja pośrednictwa finansowego nie podlega licencjonowaniu. Te przychylne warunki prawne stymulowały dodatkowo rozwój *bancassurance* w Hiszpanii.

Innym czynnikiem warunkującym sukces *bancassurance* był rozwój e-bankingu. Sprawne wprowadzenie na szeroką skalę bankowości elektronicznej spowodowało usprawnienie wymiany informacji o klientach banków i firm ubezpieczeniowych. Pozwoliło to na szybkie i niedrogię rozbudowanie kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych dołączanych w pakietach do już wykorzystywanych produktów e-bankingu. Należy jednak zaznaczyć, iż we wzajemnych powiązaniach banków i firm ubezpieczeniowych dostrzec można przewagę tych pierwszych, które w Hiszpanii same starają się tworzyć własne spółki ubezpieczeniowe. Są to m.in.: Eurosequros, Aurora Polar, Bilbao Vizcaya Broke.

Swoisty rekord w penetracji rynku *bancassurance* odnotowuje Portugalia, gdzie sprzedaż 82% polis ubezpieczeniowych odbywa się w ramach struktur bankowych. Wartość tych transakcji nie jest jednak wysoka i stanowi niewiele ponad 4 bln euro. Czołową pozycję zajmuje tu firma Sequros e Pensoes Gere należąca do grupy bankowej BCP/BPA Group.

We Włoszech *bancassurance* zaistniało głównie dzięki dogodnym warunkom prawnym, zezwalającym bankom na posiadanie udziałów w firmach ubezpieczeniowych. Ponadto przychylny spółkom powiązanym kapitałowo system podatkowy spowodował rozwój sektora ubezpieczeń na życie. Ostatecznie jednak o sukcesie *bancassurance* we Włoszech przesądziło wykorzystanie dobrze rozbudowanej sieci banków, które ciesząc się zaufaniem i przywiązaniem swoich klientów, proponowały im nowe produkty, a tym samym gwarantowały jeszcze lepszą obsługę. Podstawowymi formami *bancassurance* we Włoszech są spółki *joint-ventures* oraz porozumienia o wzajemnym udostępnianiu sobie przez bank i firmy ubezpieczeniowe kanałów dystrybucji.

W ostatnich latach rozwój *bancassurance* nastąpił także w Belgii. Należy podkreślić, iż w tym kraju główną przesłanką tego procesu nie był znaczący rozwój rynku ubezpieczeń na życie. W Belgii tradycyjnie sprzedają polis na życie zajmują się brokerzy ubezpieczeniowi i ta grupa pośredników ubezpieczeniowych ma największy udział w ich dystrybucji. W gospodarce odnotowano wzrost inwestycji zagranicznych (zwłaszcza w Luxemburgu), a na rynku finansowym dokonano wielu fuzji i przejęć, co znacznie zbliżyło do siebie banki i firmy ubezpieczeniowe.

⁶ www.scor.com z 18 marca 2004 r., *Bancassurance accross the globe*.

Tabela 1. Bancassurance we Włoszech (stan z 1998 r.)

Bank	Firma ubezpieczeniowa	Placówki bankowe
Monte dei Paschi	Mont Paschi Vita	1193
Cariplo	Carivita	1397
BNL	BNL Vita	780
Banca Popolari	Arca Vita	1200
San Paolo	San Paolo Vita	1242
Credito Italiano	Eurovita	639
Casse di Risparmio	Eurovita	1300
Banca di Roma	Roma Vita	1600
Banca Popolare di Novara	Novara Vita	519
Credito Romagnolo	Duerrevita	300

Źródło: [Śliperski 2001, s. 41].

W Wielkiej Brytanii *bancassurance* konkuruje cały czas z tradycyjną formą pośrednictwa ubezpieczeniowego, tj. z brokerami ubezpieczeniowymi. Odnotowuje się wzrost znaczenia działalności brokerskiej, zwłaszcza na rynku sprzedaży ubezpieczeń na życie. Początek *bancassurance* związany jest z nabyciem przez firmę ubezpieczeniową trzech tysięcy akcji Bank of Scotland w 1985 r. Wkrótce potem zmieniły się przepisy prawne, które zezwoliły bankom na sprzedaż produktów ubezpieczeniowych w ramach ubezpieczeniowych oddziałów banków. Obecnie jedną z największych na świecie grup bankowo-ubezpieczeniowych, mającą siedzibę główną w Londynie, jest grupa HSBC⁷. Poprzez międzynarodową sieć grupa sprzedaje produkty ubezpieczeniowe w 5500 biurach, 15 milionom klientów w 80 państwach na całym świecie. Ponadto aktywnie rozwija obsługę finansową swoich klientów przez internet. Grupę tę tworzy 14 banków z Hong Kong Shanghai Bank Corporation na czele. 8% dochodów grupy stanowią wpływy ze sprzedaży różnych produktów ubezpieczeniowych, a strategia działania zakłada dalszy ich rozwój⁸. Pomimo iż początkowo sprzedawano głównie produkty ubezpieczeń na życie, obecnie zdecydowaną przewagę objęły inne usługi ubezpieczeniowe, reasekuracyjne, *underwriting* oraz aktywne doradztwo finansowe. Inne podmioty, które odniosły sukces na tym rynku, to na przykład Abbey National, Lloyds TSB Group.

Niewielki sukces towarzyszył *bancassurance* w Niemczech. Jedną z przeszkód były wymogi prawne dotyczące form sprzedaży produktów ubezpieczeniowych. Ponadto banki i firmy ubezpieczeniowe miały już tradycyjnie pewne sieci powiązań kapitałowych, co stanowiło barierę konkurencyjną dla nowo powstających holdingów bankowo-ubezpieczeniowych. Obecnie związki banków i firm ubezpieczeniowych w Niemczech polegają na porozumieniach o dystrybucji określonych produktów ubezpieczeniowych w oddziałach banków.

⁷ www.insureegypt.com z 4 kwietnia 2004 r.

⁸ www.hsbc.com

Przedstawione doświadczenia funkcjonowania rynku *bancassurance* w wybranych krajach Unii Europejskiej pozwalają dostrzec kilka ważnych czynników sukcesu tego rynku. Podstawowymi czynnikami warunkującymi udaną współpracę banków i firm ubezpieczeniowych są korzystne uwarunkowania prawne, w tym podatkowe, dla tworzenia związków bankowo-ubezpieczeniowych. Ponadto istotne jest, aby system podatkowy zachęcał klientów banków i firm ubezpieczeniowych do lokowania swoich funduszy. Ważną rolę przypisuje się przyzwyczajeniom grup klientów do korzystania z określonych produktów finansowych. Struktura banków, sieć placówek, ich wyposażenie muszą gwarantować możliwość korzystania z kompleksowej obsługi finansowej dla każdego potencjalnego klienta.

Istotnym czynnikiem, wpływającym na rozwój współpracy banków i firm ubezpieczeniowych, jest niewielka penetracja określonych obszarów działalności, zwłaszcza ubezpieczeniowej, przez banki. Takie zjawisko powoduje przyciągnięcie inwestora z zewnątrz. Zagraniczna firma ubezpieczeniowa, która zawrze porozumienie z rodzimym bankiem, będzie mogła oferować produkty ubezpieczeniowe dotychczas nie sprzedawane. W Hiszpanii *bancassurance* rozwinęło się głównie poprzez tworzenie aliansów strategicznych pomiędzy lokalnymi bankami a zagranicznymi firmami ubezpieczeniowymi. Firmy te zyskały przede wszystkim dostęp do sieci placówek banków lokalnych, w których istnieją już stałe więzi z klientami, łatwy i częsty z nimi kontakt. Wprowadzenie nowych produktów nie wiąże się z dużymi kosztami, a znacznie zwiększa zainteresowanie ofertą dotychczasowych klientów i podnosi jej jakość; zwiększa też konkurencyjność względem innych banków na rynku.

Niezbędnym jednak warunkiem sukcesu *bancassurance* są zmiany organizacyjne zarówno w banku, jak i w firmie ubezpieczeniowej. Rodzaj tych zmian i ich zasięg zależy oczywiście od rodzaju powiązań tworzonych pomiędzy zainteresowanymi firmami. Generalnie jednak konieczne jest dopasowanie systemów informatycznych obydwu instytucji. Kluczową rolę odgrywają szkolenia marketingowe i motywacyjne pracowników banków w zakresie specyfiki produktów ubezpieczeniowych i form ich sprzedaży. Docelowo pracownik banku powinien umieć zaoferować i sprzedać wszelkie rodzaje usług finansowych.

Powyższe analizy doświadczeń *bancassurance* w krajach UE potwierdzają zachodzące procesy globalizacji, liberalizacji i ciągłego unowocześniania rynków finansowych na świecie. W obliczu tak zarysowanych tendencji również na polskim rynku banki powinny inicjować trwałą współpracę z firmami ubezpieczeniowymi, a tym samym zdobywać lojalnych klientów oraz dodatkowe źródła przychodów. Obecne wyniki firm ubezpieczeniowych i banków wskazują na ich stabilizację i w większości unormowaną pozycję na rynkach finansowych. Można zakładać, iż działalność *bancassurance* będzie zyskiwała na atrakcyjności. Zdecydują o tym m.in. czynniki środowiskowe, takie jak dogodne regulacje prawne, wysoki poziom konkurencji firm ubezpieczeniowych, niski poziom inflacji w kraju, stosunkowo niski poziom ubezpieczenia społeczeństwa w

porównaniu z krajami UE. Ponadto tempo rozwoju *bancassurance* zależeć będzie również od opracowywania i rozwijania strategii marketingowych w tym zakresie, wykorzystujących bazy danych klientów banku oraz kanały dystrybucji w różnych jego placówkach. Efektywne i nowoczesne działania marketingowe są podstawą osiągnięcia dodatniego wyniku finansowego przedsięwzięcia. Pozytywny wpływ na rozwój *bancassurance* wywierają ponadto takie elementy, jak: chęć do korzystania przez klientów banku z nowych kanałów dystrybucji usług finansowych, ich lojalność wobec banku, wrażliwość na cenę produktu finansowego. Oczywiście istnieją też pewne bariery, które mogą istotnie sposób ograniczać rozwój *bancassurance* w Polsce, np. pogorszenie tempa wzrostu gospodarczego powodować może niższy popyt ludności na produkty finansowe. Ponadto zagadnienie związków bankowo-ubezpieczeniowych jest stosunkowo mało znane finansistom. Brak doświadczenia w tym zakresie oraz nieznajomość tematu mogą skutecznie ograniczać rozwój tego typu usług. Według agencji analityczno-badawczej Datamonitor kolejną barierą rozwoju *bancassurance* może okazać się negatywne nastawienie banków. Okazuje się, iż większość banków prezentuje swoją „wyższość” w stosunku do firm ubezpieczeniowych. Niechętnie decydują się one na podejmowanie nowych przedsięwzięć w obawie przed spadkiem sprzedaży typowej oferty bankowej i wystawieniem swojej marki i reputacji na próbę.

Literatura

- Datamonitor European Insurance Database, www.datamonitor.com
Dobra reputacja, „Gazeta Bankowa” 26.06-2.07.2001 r.
 Kowalewski O., *Grupy bankowo-ubezpieczeniowe: definicje, historia rozwoju, przyczyny powstawania*, „Bank i Kredyt” 1999, nr 10.
Polskie banki w drodze do Unii Europejskiej, red. W. Jaworski, Poltext, Warszawa 1997.
 Rule D., *Risk Transfer between Banks and Insurance Companies: an Overview*, report for Bank of England, London 2001.
 Śliperski M., *Bancassurance w Unii Europejskiej i w Polsce*, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 2001.

Źródła internetowe

- www.actuaries.com
www.datamonitor.com
www.dexia.fr
www.scor.com
www.hsbc.com
www.insureegypt.com

BANCASSURANCE CO-OPERATION BETWEEN BANKS AND INSURANCE COMPANIES

Summary

The banking services are still being developed thanks to the great technological development and globalization of the financial markets. One of the most striking developments in financial services over the past years has been the increasing connections between banks and insurance companies. Most banks now offer insurance products while a substantial number of insurance companies have moved towards offering financial products. This trend is called bancassurance. All over the world banks merge with insurance companies and so arise new financial groups. It emerges that the co-operation between those institutions brings to advantages both of them.

Mgr Hanna Kociemska-Pociecha jest doktorantką w Katedrze Finansów Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.