

Jerzy Grygutis
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

BANCASSURANCE – EUROPEJSKI TREND NA POLSKIM RYNKU FINANSOWYM

Celem niniejszej pracy jest próba przedstawienia bancassurance w zakresie jego istoty, przyczyn powstania, form oraz kierunków rozwoju w krajach Europy Zachodniej ze wskazaniem możliwości rozwoju tego procesu w Polsce. Dwie pierwsze części opracowania są poświęcone przedstawieniu zarysu istoty procesu bancassurance, jego form i celów, jakie są realizowane przy wdrożeniu w życie strategii świadczenia zintegrowanych usług finansowych. W części trzeciej omówione zostały przykłady kształtowania się procesu bancassurance w krajach Europy Zachodniej. W części czwartej zawarto krótkie omówienie perspektyw rozwoju bancassurance w Polsce na tle aktualnej sytuacji oraz trendów na rynkach bankowym i ubezpieczeniowym.

1. Istota bancassurance

Rozwój rynków usług finansowych na całym świecie prowadzi do zmian strukturalnych w sektorze instytucji finansowych, a w konsekwencji do powstania nowych modeli dystrybucji, przy użyciu których można zwiększyć sprzedaż poszczególnych produktów i ich zyskowność oraz pozyskać nowych klientów. Usługi bancassurance – obejmują w najszerszym sensie wszystkie usługi, jakich potrzebuje klient prywatny lub prowadzący działalność zarobkową w celu stworzenia, zagospodarowania i zabezpieczenia swojego majątku¹. Marek Urbaniak definiuje bancassurance jako działalność grup bankowo-ubezpieczeniowych trwale połączonych instytucjonalnie w celu oferowania produktów bankowych i ubezpieczeniowych, a jeśli chodzi o Polskę dopuszcza uproszczenie definicji do nieokreślonej co do formy każdej współpracy banku z towarzystwem ubezpieczeniowym². Peter V. Burdon, Dyrektor Zarządzający Britannia Life Limited, definiuje bancassurance jako projektowanie, tworzenie, dystrybucję i sprzedaż tradycyjnych usług ubezpieczeniowych, produktów i usług inwestycyjnych z udziałem usług bankowych dla jednej bazy istniejących i potencjalnych klientów, w ten sposób umożliwiające zaspokajanie potrzeb kredytowych, inwestycyjnych i ochronnych tych klientów przy użyciu całej grupy wymienionych usług finansowych³. Burdon podkreśla przy tym znaczenie w bancassurance pełnej integracji procesów projektowania, dystrybucji, wdrażania oraz marketingu usług finansowych. Dla określenia łączenia działalności bankowej z ubezpieczeniową jest stosowany termin bancassurance albo allfinanz. Leksykalne wyjaśnienie terminu allfinanz wiąże się z kredytowaniem z jednej ręki lub usługami finansowymi świadczonymi pod jednym dachem. Niekiedy to słowo jest tłumaczone jako rozszerzanie jakościowej oferty usług w bankach uniwersalnych. Najbardziej obrazowym wyjaśnieniem istoty allfinanz jest porównanie do supermarketu, w którym klient nabywa jednocześnie najszerszą gamę produktów finansowych⁴.

¹ A.W. Klein, Der Vertriebsverbund lasst sich am leichtesten im Privatekundengeschäft verwirklichen, dodatek specjalny do Banken International, Handelsblatt z 23.04.1987 r. [w:] E. Glogowski, M. Munch, Nowe usługi finansowe, PWN, Warszawa 1994, s. 193.

² M. Urbaniak, Bancassurance, Bank nr 04/2001.

³ P.V. Burdon, Profiting from bancassurance: choosing the right route, Britannia Life Limited, 1995.

⁴ G. Dierolf, Allfinanz und Mehrfinanz, Banking & Finance Zeitschrift, nr 1/1992.

Przytoczone powyżej przykłady definicji procesu bancassurance świadczą o różnorodnych formach tej tendencji w sektorze usług finansowych. Glenn Morgan uważa, że bancassurance można zdefiniować jako proces, w ramach którego instytucja depozytowo-kredytowa przekształca się i nabywa cech grupy bankowo-ubezpieczeniowej⁵. Definicje są różne, gdyż bancassurance mimo tego, że w wielu krajach jest podobnie nazywane, przybiera różnorodne formy i stopnie rozwoju w zależności od uwarunkowań lokalnych. Wśród autorów definicji bancassurance pojawiają się coraz częściej przedstawiciele z Polski, co z kolei jest potwierdzeniem, że proces tworzenia aliansów bankowo-ubezpieczeniowych – termin często używany zamiennie z bancassurance – wymaga analizy ze względu na pojawiające się przykłady różnorodnej współpracy bankowo-ubezpieczeniowej na polskim rynku finansowym.

2. Cele bancassurance

Bancassurance nie jest jednorodnym zjawiskiem, ulega ewolucji przyjmując różne formy: od porozumienia między bankiem a ubezpieczycielem w sprawie wspólnej dystrybucji i marketingu do struktur holdingowych z krzyżowymi udziałami kapitałowymi. Nie jest też przesądzone, czy joint venture utworzone przez bank i firmę ubezpieczeniową nie przekształci się w trwałą strukturę kapitałową. Bancassurance jest odpowiedzią na trendy w sektorze europejskich instytucji finansowych:

- dostosowanie struktury instytucji finansowych do oferowanych klientom usług i produktów,
- wchodzenie na rynek usług finansowych instytucji pozabankowych,
- dążenie do świadczenia wszystkich usług przez jedną instytucję,
- rozwój bezpośrednich kanałów dystrybucji usług finansowych.

Powyzsze tendencje doprowadzają do zaostrzenia się konkurencji na rynku usług finansowych, obniżenia się marż i poszukiwania alternatywnych metod uzyskania wymaganego przez akcjonariuszy zwrotu na kapitale.

Poprzez łączenie działalności bankowej z ubezpieczeniową można zrealizować następujące cele:

- osiągnąć efekt synergii,
- zdywersyfikować źródła przychodów,
- zdobyć nowe kanały dystrybucji,
- lepiej wykorzystać specjalistów (możliwe przenoszenie ich wraz z zapotrzebowaniem na określone usługi w ramach grupy bankowo-ubezpieczeniowej),
- oferować pakiet usług oraz skrócić czas na opracowywanie nowych produktów,
- podnieść wskaźniki rentowności kapitału,
- pozyskać nowych klientów i wzmocnić pozycję konkurencyjną.

Bancassurance to strategia stosowana przez banki lub firmy ubezpieczeniowe, której celem jest świadczenie osobom fizycznym usług w sposób mniej lub bardziej zintegrowany. Przy czym przez firmy ubezpieczeniowe rozumie się bardziej firmy oferujące ubezpieczenia na życie, niż ubezpieczenia majątkowe. Wynika to z długookresowego charakteru oszczędności lokowanych w ubezpieczeniach na życie.

⁵ G. Morgan, Problems of Integration and Differentiation in the Management of Bancassurance, The Service Industries Journal Vol. 14 No. 2, April 1994 [w:] O. Kowalewski, Grupy bankowo-ubezpieczeniowe: definicje, historia rozwoju, przyczyny powstawania, Bank i Kredyt nr 10/1999.

Odejście od tradycyjnego oszczędzania w banku i przykładowe lokowanie nadwyżki finansowej w polisę na życie z funduszem inwestycyjnym skłania banki do włączania się w ten proces. Rynek kapitałowy i pieniężny daje inwestorom wiele możliwości inwestowania, jednak ograniczeniem tutaj jest czas, jaki należy poświęcić na obserwacje rynku i wybór najwłaściwszego portfela inwestycyjnego.

Bardzo ważny w bancassurance jest efekt synergii, w którym można wyróżnić trzy poziomy⁶:

1. poziom operacyjny, cechy:
 - większa sprzedaż przy stałych kosztach operacyjnych i kosztach dystrybucji (tzw. koncepcja alfinanz – wszystkie usługi po jednym dachem),
2. poziom taktyczny synergii:
 - wspólna kampania reklamowa,
 - ułatwione dotarcie do klienta,
 - zintegrowany monitoring sytuacji finansowej klienta,
 - optymalizacja korzyści współpracy z klientem,
3. poziom strategiczny synergii:
 - współpraca w zakresie skoordynowanej gospodarki kapitałowo-pieniężnej,
 - współpraca rynkowa: łączenie potencjałów banku i towarzystwa ubezpieczeniowego oraz podmiotów zależnych; zintegrowana polityka wobec klienta.

Dla banków bancassurance jest szansą na dywersyfikację oferty i dodatkowe dochody. Dla towarzystw ubezpieczeniowych jest to narzędzie do zwiększenia stopnia penetracji rynku i zwiększenia wielkości składek. Dla klienta może to oznaczać redukcję opłat, podwyższoną jakość usług finansowych i dostęp do wielu produktów rynku finansowego i kapitałowego w jednym miejscu i czasie. NMG Financial Services Consulting (NMG) wskazuje, że każdy z modeli bancassurance ma swoje mocne strony, jednak można wyróżnić pewne wspólne korzyści wynikające ze strategii bancassurance⁷:

- wyższa jakość obsługi klienta (zaufanie, prostota i jakość dla klienta w jednym miejscu),
- lepsze wykorzystanie aktywów (np. duże, dotychczas bezużyteczne bazy danych o klientach),
- zwiększenie przychodów (przy dużym nacisku na utrzymywanie długoterminowych relacji z klientami jako prawdziwym wyznacznikiem sukcesu),
- jakość kultury sprzedaży,
- mniejsza rotacja personelu, w związku z intensywnymi szkoleniami i motywacyjnymi schematami wynagradzania,
- lepsze możliwości wdrażania programu CRM (*Customer Relationship Management*) i tzw. krzyżowej sprzedaży produktów i usług (*cross-selling*).

Spostrzeżenia firmy NMG są szczególnie wartościowe, gdyż działa ona od 10 lat na całym świecie doradzając przy wdrażaniu bancassurance i ma szerokie doświadczenie praktyczne w tym zakresie.

⁶ J. Gwizdała, D. Kowalczyk, M. Sadowski, Holdingi finansowe banków i towarzystw ubezpieczeniowych podstawą nowego ładu finansowo-bankowego w Polsce [w:] *Finanse i bankowość – dźwignie wzrostu gospodarczego, część I: Finanse publiczne. Bankowość i ubezpieczenia*, Uniwersytet Szczeciński, 1998, str.242.

⁷ Broszura informacyjna NMG Financial Services Consulting, 331 North Bridge Road, Singapore 188720, www.NMG-Group.com.

Proces bancassurance, dystrybuowanie i oferowanie zintegrowanych usług finansowych ma wiele ograniczeń, z których najważniejsze są ograniczenia prawne dotyczące stopnia łączenia działalności bankowej i ubezpieczeniowej w jednej organizacji. W procesie tworzenia bancassurance występuje też szereg ryzyk związanych np. z odmiennym charakterem sprzedaży usług bankowych i ubezpieczeniowych, rozbudowaniem struktur organizacyjnych. Połączone struktury banku i ubezpieczyciela mogą być nadmiernie wrażliwe na wahania koniunktury. Teoria ryzyka systemowego wskazuje, że problemy z płynnością jednej instytucji finansowej mogą spowodować podobne problemy u pozostałych uczestników systemu finansowego, wywołując w konsekwencji kryzys finansowy i gospodarczy⁸. Najczęstszym błędem popełnianym w wycenie łączenia działalności przedsiębiorstw jest przeszacowanie efektu synergii. Relacja wycen efektu synergii przeliczonych do wycen niedoszacowanych wynosi około 4:1⁹. Stąd wniosek by powstanie każdego aliansu bankowo-ubezpieczeniowego poprzedzały wnikliwe badania rynku, a wdrażanie oferty zintegrowanych usług finansowych odbywało się stopniowo. Do mierzenia efektywności bancassurance używane są takie mierniki jak SVA (ang. *Shareholder Value Added*), EVA (*Economic Value Added*) czy CFROI (*Cash Flow Return On Investment*).

Bancassurance jest odzwierciedleniem wszystkich trendów z rynków finansowych, czyli rosnącej konkurencji, dążenia do rozszerzenia sieci sprzedaży poprzez wzajemną sprzedaż usług finansowych oraz zwiększenia wydajności i konieczności obniżki kosztów.

3. Rozwój bancassurance w Europie Zachodniej

Lata 90-te przyniosły niezwykle dynamiczne zmiany w gospodarce krajów rozwiniętych, pojawiła się nowa kategoria rynków, tzw. *emerging markets* oraz nastąpił niespotykany dotąd na taką skalę postęp w różnorodnych sferach życia nierozłącznie związanych z rynkami finansowymi. Technologia informatyczna dokonała ogromnego postępu, co w znaczący sposób wpłynęło na sposób, szybkość i dostępność usług finansowych. Ostatnie dziesięciolecie jest także okresem pogłębiania się globalizacji, czyli postępującej integracji odrębnych krajowych rynków finansowych w jeden rynek ogólnoświatowy. Liberalizacja i deregulacja, czyli celowe znoszenie przez władze ograniczeń w funkcjonowaniu rynków finansowych, rozszerzyły w istotny sposób możliwości działania banków i innych podmiotów finansowych. Znoszenie ograniczeń w przepływie kapitału zostało zapoczątkowane w USA, a w latach dziewięćdziesiątych wprowadzono je w krajach Unii Europejskiej. Bancassurance był już dobrze rozwinięty na początku lat dziewięćdziesiątych we Francji, Hiszpanii i Portugalii, by później rozwinąć się także w Austrii, Belgii, Włoszech, Holandii i Skandynawii. W efekcie banki mają obecnie dominujący udział w dystrybucji ubezpieczeń życiowych i emerytalnych w ośmiu krajach Europy¹⁰.

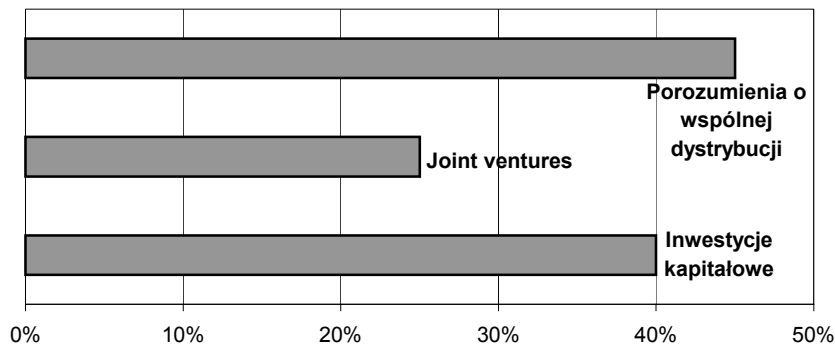
Bancassurance w Europie z powodzeniem rozwija się zarówno w wysoko rozwiniętych systemach, jak i w krajach, gdzie istnieje niewykorzystany potencjał rynku finansowego. Podstawowymi barierami dla rozwoju bancassurance są konserwatywne przepisy prawne oraz trudności w organizacji i zarządzaniu sprzedażą połączonych usług finansowych o odmiennym charakterze. Sukces integracji działań bankowców oraz

⁸ W. Rogowski, Koncentracja na rynku usług bankowych, Bank i Kredyt nr 5/2001.

⁹ P.J. Szczepankowski, Fuzje i przejęcia, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 155.

¹⁰ M. Śliperski, Bancassurance. Związki bankowo-ubezpieczeniowe, Difin, Warszawa 2002, s.83.

specjalistów ds. ubezpieczeń jest kluczem do sukcesu sprzedażowego bancassurance. Produkty i usługi sprzedawane w bancassurance powinny być proste. Wskazane jest również istnienie przywilejów podatkowych, które dodatkowo zachęcałyby do wykupienia ubezpieczenia na życie.



Wykres 1. Najbardziej popularne formy bancassurance w Europie (łącna suma przekracza 100% ze względu na to, że niektóre formy współpracy banków i ubezpieczycieli mają cechy kwalifikujące je do więcej niż jednego rodzaju).

Źródło: Datamonitor, na podstawie szacunków Cologne Re [w:] K. Berberich, Bancaassurance In Europe: Concept And Market Overview, Risk Insights For Life & Health Insurance Executives” May 2000.

W 1995 r. poprzez bancassurance w Europie Zachodniej zebrano 59,1 miliarda USD składek ubezpieczeniowych na życie, co stanowiło 19,2% rynku ubezpieczeń życiowych. Analogiczne dane z 1995 r. w odniesieniu do ubezpieczeń majątkowych wynosiły 3,7 miliarda USD, co stanowiło zaledwie 1,4% rynku ubezpieczeń majątkowych¹¹. Tendencja do świadczenia zintegrowanych usług finansowych w Europie nie rozwinęła się równomiernie, jednakże dążenie tym w kierunku jest już trwałym zjawiskiem.

3.1. Francja

We Francji udział banków w dystrybucji ubezpieczeń życiowych rósł dynamicznie od lat osiemdziesiątych, a pod koniec lat dziewięćdziesiątych banki zaczęły również sprzedawać ubezpieczenia majątkowe. Większość banków francuskich ma umowy marketingowe z ubezpieczycielami na życie albo bezpośrednie udziały kapitałowe w tych podmiotach. Najważniejszym czynnikiem sprzyjającym bancassurance we Francji były oszczędności w kosztach dystrybucji w porównaniu z tradycyjnymi kanałami dotarcia do klienta. Spotykany jest również pogląd, że powodzenie bancassurance związane było z wewnętrznymi słabościami rynku ubezpieczeniowego, małą konkurencją oraz niskimi kwalifikacjami agentów ubezpieczeniowych¹². Innymi czynnikami sprzyjającymi wzrostowi sprzedaży polis ubezpieczeniowych na życie były korzystne regulacje podatkowe oraz prostota polis, dzięki której łatwo było wyszkolić pracowników banku. Wejście banków do dystrybucji ubezpieczeń spowodowało we Francji spadek liczby zatrudnionych agentów o 50%. Banki rozpoczęły dystrybucję ubezpieczeń, gdyż

¹¹ K. Berberich, Bancaassurance In Europe: Concept And Market Overview, Risk Insights For Life & Health Insurance Executives” May 2000.

¹² N. Genetay, P. Molyneux, Bancaassurance, New York St. Martin’s Press Inc 1998, p.79

potrzebowały dopływu kapitału oraz osiągały coraz słabsze wyniki z tradycyjnej działalności. Banki działały na bardzo konkurencyjnym rynku, natomiast rynek ubezpieczeniowy, o dużym potencjale, charakteryzował się słabszą konkurencją. We Francji zadziałał również efekt naśladownictwa – po tym, jak niektóre banki rozpoczęły współpracę z ubezpieczycielami, inne podmioty również wprowadzały taki model, gdyż kierownictwo dochodziło do wniosku, że zaniechanie tych działań osłabi ich pozycję konkurencyjną. Dodatkowo bancassurance okazało się bardzo dobrym sposobem na podniesienie zyskowności drogiej w utrzymaniu sieci tradycyjnych oddziałów.

3.2. Holandia

W Holandii siedziby mają jedne z największych światowych konglomeratów finansowych oferujące pełny zakres usług bankowych, inwestycyjnych i ubezpieczeniowych. Są to: ABN-Amro, ING, Rabobank i Fortis. Rabobank pełni funkcję banku centralnego dla banków spółdzielczych w Holandii. Produkty ubezpieczeniowe – zarówno życiowe jak i majątkowe - są oferowane przez sieć 800 banków spółdzielczych. Dodatkowo, Rabobank wszedł w alians z Robeco – jednym z największych niezależnych europejskich podmiotów zarządzających funduszami inwestycyjnymi. Fortis Group powstała również w wyniku integracji banku detalicznego, ubezpieczyciela oraz banku inwestycyjnego. W ING Group, jednej z najbardziej rozbudowanych i najbardziej znanych grup finansowych w Europie, postanowiono jeszcze bardziej zintegrować poszczególne grupy usług finansowych i w tym celu w 1994 r. utworzono jeden zarząd dla bankowości i ubezpieczeń. ING kontynuuje swój rozwój poprzez przejęcia kolejnych podmiotów, jak zakup brytyjskiego banku Barrings oraz kilku firm ubezpieczeniowych w USA. ABN Amro powstał w 1990 r. z fuzji dwóch największych holenderskich banków. Trzy lata po połączeniu bank utworzył swoje towarzystwo ubezpieczeniowe. Strategia ABN Amro jest bardziej skoncentrowana na ekspansji zagranicznej.

3.3. Wielka Brytania

Regulacje dotyczące rynku finansowego w Wielkiej Brytanii powstały w wyniku długoletniego rozwoju oraz są uważane za jedne z najbardziej wyważonych tak by pogodzić stabilność systemu z dynamiką rozwoju. Rynek finansowy tutaj jest bardzo konkurencyjny, znany z innowacji finansowych. Sukcesy banków i ubezpieczycieli brytyjskich w skali międzynarodowej można po części przypisać ustawodawstwu, które pozwalało na innowacje i przedsiębiorczość. Ciekawą innowacją był np. Building Societies Act z 1986 r., który zrównał pozycję konkurencyjną towarzystw budowlanych i banków komercyjnych, a oprócz tego prawo to dopuszczało dla tych podmiotów posiadanie własnej firmy ubezpieczeniowej oraz możliwość przekształcenia towarzystwa w bank komercyjny. Wzmocniło to konkurencję na rynku usług finansowych i doprowadziło do wykształcenia różnorodnych form bancassurance¹³.

Wszystkie cztery największe banki komercyjne Wielkiej Brytanii (Barclays, National Westminster, Midland i Lloyds TSB) są konglomeratami finansowymi. Oferują one większość usług bankowości inwestycyjnej poprzez swoje placówki oraz każdy z nich jest zaangażowany w ubezpieczenia. Banki wchodzi w ubezpieczenia poprzez tworzenie nowych podmiotów zajmujących się tym procesem lub poprzez joint ventures. Na rynku brytyjskim dochodzi coraz częściej do przejmowania kapitałowego towarzystw

¹³ Patrz opracowanie: P.V. Burdon, Profiting from bancassurance: choosing the right route, Britannia Life Limited, 1995.

ubezpieczeniowych przez banki którym nie towarzyszy integracja usług bankowych i ubezpieczeniowych. Bankowe towarzystwa ubezpieczeń na życie używają różnych kanałów dystrybucji ubezpieczeń, choć najważniejszym celem pozostaje sprzedaż produktów ubezpieczeniowych dla klientów banku. Barclays Life sprzedaje ubezpieczenia życiowe trzema kanałami: poprzez sprzedaż bezpośrednią, brokerów ubezpieczeniowych i przedstawicieli oraz w oddziałach banku. Ostatni kanał dystrybucyjny generuje ponad 90% sprzedaży i opiera się na dwóch filarach: przeszkolonych w zakresie ubezpieczeń pracownikach banku i pracownikach Barclays Life pracujących w oddziałach banku. Powyższy schemat jest powszechnie stosowany w Wielkiej Brytanii. Bardzo ważna w tym rozwiązaniu jest ścisła współpraca pracowników banku i ubezpieczyciela. Poważnym problemem może się okazać brak odpowiednich licencji i pozwoleń na sprzedaż ubezpieczeń u pracowników banku. Jednym z prekursorów bancassurance w Wielkiej Brytanii jest Lloyds TBS, który powstał w 1995 r. z połączenia banków Lloyds oraz Trustee Savings (TBS). Grupa TBS utworzyła swoją własną firmę ubezpieczeniową już w 1972 r., natomiast Lloyds przejął innego ubezpieczyciela w 1984 r. Żaden z tych banków nie rozwinął bancassurance na szerszą skalę do końca lat osiemdziesiątych.

W Wielkiej Brytanii jednym z podstawowych problemów we wdrażaniu bancassurance, z jakim stykali się menedżerowie bankowych oddziałów, było zmotywowanie pracowników banku do aktywnego włączenia się w sprzedaż ubezpieczeń. Pojawiły się trzy możliwe rozwiązania:

1. Zatrudnienie specjalistów ds. ubezpieczeń w oddziałach banków. Miało to przyczynić się do skuteczniejszego i szybszego rozwiązywania ewentualnych wątpliwości klienta oraz stworzyć więzy współpracy i realizacji wspólnej idei.
2. Włączenie wyników sprzedażowych ubezpieczeń do oceny efektywności oddziałów bankowych.
3. Podstawowe wynagrodzenie specjalistów ds. ubezpieczeń pracujących w oddziałach banku ustalono na zasadach i w zbliżonej wysokości, jak dla pracowników banku. Równoległe zastosowano również motywacyjne premie za wyniki sprzedażowe.

Podstawowym czynnikiem wpływającym na rozwój bancassurance w Wielkiej Brytanii były wysokie koszty tradycyjnej dystrybucji ubezpieczeń. Na tym bardzo dobrze rozwiniętym rynku ubezpieczeń powstały długoletnie relacje ubezpieczyciel-pośrednik. Powiązania te wraz ze wzrostem konkurencyjności rynku zaczęły być relatywnie coraz droższe. W ten sposób pojawiła się potrzeba stworzenia przy udziale banków nowych tańszych metod dystrybucji polis. Innym czynnikiem wpływającym na powodzenie bancassurance jest tendencja Brytyjczyków do lojalności wobec jednej instytucji finansowej, którą w odróżnieniu np. od Amerykanów, jest w ich przypadku bank. Wzrastająca konkurencja na rynku usług finansowych powoli to zmienia, jednak w dalszym ciągu lojalność i zaufanie do banków w Wielkiej Brytanii jest duża.

4. Bancassurance w Polsce na tle tendencji w bankowości i ubezpieczeniach

Na początku procesu przekształceń w polskiej bankowości dosyć nisko oceniano możliwości i korzyści ze bliższej współpracy banków z firmami ubezpieczeniowymi. Podstawowym argumentem były trudności w dziedzinie nadzoru takich grup kapitałowych. Jednak w tej współpracy zauważono już w połowie lat dziewięćdziesiątych sporo korzyści szczególnie dla towarzystwa ubezpieczeniowego¹⁴:

- pozyskanie w banku instrumentu umożliwiającego prowadzenie wszelkich operacji

¹⁴ J. Sroka, We dwoje różnie, Gazeta Bankowa nr 4/1996.

finansowych (w tym lokowanie wolnych środków),

- istnienie możliwości zaciągnięcia krótkoterminowej pożyczki w przypadku, gdy na uregulowanie czekają wysokie rachunki, a własne środki zablokowane są na lokatach,
- banki, które dysponują rozbudowanymi sieciami dystrybucji, są tanim kanałem sprzedaży polis.

Pierwsze kroki w kierunku reformy bankowej podjęto już w 1986 roku. Jako cel przyjęto nadrobienie zaległości w dostosowaniu bankowości do ogólnych zasad reformy gospodarczej, a mianowicie samodzielności, samorządności i samofinansowania się przedsiębiorstw. Pierwszym istotnym elementem było utworzenie 9 banków komercyjnych na bazie około 430 oddziałów NBP. Następujące po tych zdarzeniach procesy prywatyzacji i konsolidacji stworzyły w Polsce zręby konkurencyjnego sektora bankowego, a konkurencyjność ta cały czas była wzmacniana wchodzeniem na rynek polski zachodnich banków, które same tworzyły swoje banki od początku, bądź aktywnie brały udział w procesie prywatyzacji. Rozwój rynku finansowego w Polsce spowodował stopniowy wzrost zainteresowania dystrybucją ubezpieczeń poprzez sieć bankowych oddziałów. Zainteresowanie było jednak raczej wynikiem obecności w instytucji finansowej z zagranicy i dążeniem do wdrożenia strategii, która sprawdziła się gdzie indziej. Przykładem takich powiązań jest Bank Pekao i jego akcjonariusz Allianz AG (2% akcji), współpraca Kredyt Banku i Warty (wspólny akcjonariusz strategiczny – bank KBC NV z Belgii), czy porozumienie o bancassurance podpisane przez PZU i Bank Millennium, gdzie występuje wspólny akcjonariusz w postaci grupy BCP-Eureko. Inne rozwijające swoją działalność grupy bankowo-ubezpieczeniowe w Polsce to:

1. Grupa Ergo Hestii we współpracy z BPH PBK,
2. Grupa Generali i Commerzbanku (inwestora Banku Rozwoju Eksportu),
3. Grupa Nordei,
4. Grupa Commercial Union Polska (członka grupy CGNU) we współpracy z trzema bankami – Bankiem Zachodnim WBK i BPH PBK w zakresie dystrybucji ubezpieczeń na życie, oraz z Citibankiem, gdzie CU ubezpiecza posiadaczy kart kredytowych i indywidualnych kredytobiorców korzystających z kredytów konsumpcyjnych.

W każdej z tych grup jest inwestor zagraniczny, bardzo często dochodzi do znaczących inwestycji kapitałowych między ubezpieczycielami a bankami.

Trzeba pamiętać, że polski rynek bankowy i ogólnie finansowy jest bardzo młody w porównaniu z krajami Europy Zachodniej. Dopiero w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych zaczął się kształtować rzeczywiście konkurencyjny sektor bankowy.

Obecnie banki prowadzą prawie 13,4 mln rachunków oszczędnościowo-rozliczeniowych (bez banków spółdzielczych), a w II kwartale 2003 r. liczba kont osobistych w największych bankach detalicznych zmalała o 2%¹⁵. Znacząco wzrosła liczba klientów, którzy korzystają z usług bankowych przez internet. Na koniec czerwca 2003 r. było ich prawie 1,9 mln, co oznacza prawie 62% przyrost w pierwszym półroczu 2003 r. Przykładowo, klienci odchodzą z Pekao S.A. ze względu na wysokie ceny, zwłaszcza pakietów usług. Banki prowadzą również politykę podwyższania opłat i prowizji. W 2002 r. spadały aktywa sektora bankowego, co związane było z ograniczaniem akcji kredytowej, a marże na kredytach były coraz niższe.

¹⁵ A. Myczkowska, Zgubna polityka wysokich cen i pakietów, Rzeczpospolita nr 163/2003 z 15.07.2003.

Tabela 1

Struktura oszczędności Polaków (w %)

Wyszczególnie	1998 r.	2002 r.
lokaty bankowe	85,8%	74,2%
ubezpieczenia na życie	4,7%	9,7%
akcje	4,0%	3,1%
obligacje	4,4%	5,1%
fundusze inwestycyjne	1,1%	7,9%

Źródło: A. Słojewska, Bezpieczne lokaty dają coraz mniej zysku, Rzeczpospolita nr 127/2003 z 02.06.2003.

Zmiany w strukturze oszczędności Polaków wskazują na ich przesuwanie w bardziej zyskowe instrumenty finansowe, głównie w fundusze inwestycyjne. Spadek udziału akcji wiąże się z dekonjunkcją giełdową. Na koniec 2002 r. oszczędności Polaków wyniosły 264 mld zł i wzrosły w porównaniu z 2001 r. tylko o 4,8%, podczas gdy w 2001 r. dynamika oszczędzania wyniosła 9,1%¹⁶. Banki tracąc depozytariuszy, tracą źródło najtańszego pieniądza na rynku i muszą drożej płacić za fundusze do rozwijania akcji kredytowej, pozyskiwane na rynku międzybankowym. Obniżki stóp procentowych doprowadziły do odpływu pieniędzy z lokat. W prognozach Banku Pekao S.A. dotyczących struktury oszczędności Polski za 10 lat pisze się o dużym prawdopodobieństwie, że struktura oszczędności Polaków przybierze kształt obecnej struktury oszczędzania w Hiszpanii z 1997 r. (udział depozytów bankowych ok. 50%, funduszy inwestycyjnych – ok. 25%, ubezpieczeń życiowych – ok. 5% i papierów wartościowych – ok. 20%)¹⁷. Przeciętny Polak wydaje na ubezpieczenia 140 USD rocznie, co daje Polsce 44. miejsce w rankingu światowego rynku ubezpieczeniowego za 2001 r. przygotowanym przez Swiss Re. Dla porównania zajmujący pierwsze miejsce Szwajcarzy wydają na ubezpieczenia ponad 4,3 tys. rocznie USD¹⁸.

Rynek ubezpieczeniowy jest w Polsce słabo rozwinięty podobnie, jak w Hiszpanii przed wejściem do Unii Europejskiej. Banki notują słabe wyniki i poszukują alternatywnych źródeł poprawy rentowności. Wysokie zyski w grupie ubezpieczycieli w Polsce osiągnęły w 2002 r. przede wszystkim największe grupy ubezpieczeniowe, pozostałe zaś dopiero dochodzą do progu rentowności swoich inwestycji w Polsce. O sukcesie towarzystwa decydują obecnie koszty działalności, a w Polsce już kilka zagranicznych towarzystw wycofało się z rynku ze względu na słabe wyniki. W 2002 r. nastąpił też w Polsce niekorzystny trend wycofywania inwestycji z polis ubezpieczeniowych na życie. Winne są w tym przypadku władze towarzystw ubezpieczeniowych, które bardziej zwracały uwagę na szybką sprzedaż, a nie na właściwe wytłumaczenie złożoności swojej oferty. W Wielkiej Brytanii za nietrafiona sprzedaż prywatnych emerytur kary płacą firmy, które źle wykształciły swoich agentów.

Bardzo ciekawym produktem mogą się okazać indywidualne konta emerytalne (IKE), gdyż oszczędzanie na nich ma być zwolnione z podatku. Ograniczona ma być kwota, jaką można w nich ulokować oraz przywilej podatkowy będzie cofnięty, jeśli środki zostaną wycofane z IKE przed 60. rokiem życia. Pojawiły się również plany

¹⁶ A. Słojewska, Bezpieczne lokaty dają coraz mniej zysku, Rzeczpospolita nr 127/2003 z 02.06.2003.

¹⁷ R. Kosarga, Oszczędności Polaków za 10 lat: lokaty, fundusze, ubezpieczenia, a może papiery wartościowe, www.bankier.pl, 29.07.2002.

¹⁸ A.H.B., Polska na 44. miejscu, Rzeczpospolita nr 295/2003 z 19.12.2002.

połączenia PZU z PKO BP, jednak taki pomysł jest uzależniony od woli konsorcjum Eureka-Millennium, które posiada w PZU 30% udział.

Podsumowując należy stwierdzić, że rynek bancassurance jest obecnie w Polsce w początkowym stadium rozwoju (procent zbieranej w ten sposób składki nie przekracza 1%), jednak analizując uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne należy stwierdzić, że szanse na dalszy rozwój bancassurance w Polsce są wysokie. Na razie z ubezpieczycielami wygrywają towarzystwa funduszy inwestycyjnych dzięki przejrzystości kosztów i sile dystrybucyjnej banków. Jest to ostrzeżenie dla ubezpieczycieli, że bez innowacji mogą się znaleźć w niszy schyłkowych produktów. Bardzo ważne jest uproszczenie polis, gdyż takie najlepiej sprzedają się nie tylko w sieci bankowej. Zagraniczni eksperci oceniają polski rynek ubezpieczeniowy jako bardzo zmienny z dużymi perspektywami rozwoju, gdzie może dojść do dalszych procesów konsolidacji¹⁹. Badania przeprowadzone przez Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową (IBnGR) z 2002 r. wskazują, że alians strategiczny z firmą ubezpieczeniową w celu przygotowania oferty cross-selling (bankowo-ubezpieczeniowej) jest drugim co do ważności elementem strategii dużych banków komercyjnych w zakresie bankowości detalicznej w perspektywie 2006 roku zorientowanej na wzrost wartości dla akcjonariuszy²⁰. Wiele wskazuje na to, że bancassurance będzie się dalej rozwijać w Polsce. Ostatnio Kredyt Bank, Warta i Warta Vita ogłosiły nawet konkurs na polską nazwę bancassurance. Jest to oczywiście przenośnia, ale świadczy to o tym, że bancassurance jest już obecne w Polsce, jednak jest wiele do zrobienia i dostosowania oferty do potrzeb klientów. Dużo zależy również od czynników zewnętrznych, takich jak wzrost gospodarczy i wzrost dochodów ludności.

Podsumowanie

Bancassurance jest istotną zmianą strukturalną zachodzącą na rynkach finansowych. W niniejszej krótkiej prezentacji skupiono się na Europie, lecz należy pamiętać, że proces ten występuje z dużą intensywnością w USA i w niektórych krajach azjatyckich. Tendencje w krajach europejskich są najważniejsze z punktu widzenia Polski - mogą stanowić przykładowe scenariusze rozwoju polskiego rynku bancassurance. Polskie instytucje finansowe podjęły już próby wdrażania strategii bancassurance. Stosunkowo niewielkie natężenie tego procesu wynika głównie z faktu, że rynek bankowy i ubezpieczeniowy nie są w Polsce jeszcze dostatecznie rozwinięte, by wdrażać bancassurance na dużą skalę. Trwają jednak badania rynku, a instytucje finansowe szukają najbardziej efektywnej formy zintegrowanych usług finansowych do dystrybucji w warunkach polskich. Wszystko po to, by się nie spóźnić i być przygotowanym na ewentualne okazje rynkowe. Jedną z tych okazji może się okazać dystrybucja funduszy unijnych w regionach wiejskich. Może to być również szansa na pozyskanie klientów w zakresie ubezpieczeń. Takich okazji może być coraz więcej. Wejście Polski do Unii Europejskiej, przewidywany wzrost gospodarczy oraz sukcesywna poprawa sytuacji materialnej Polaków i coraz lepsza wiedza społeczeństwa o produktach finansowych będzie skutkować wyższymi wymaganiami klientów przy korzystaniu z usług finansowych. Bancassurance może być właśnie taką ofertą, która będzie odpowiedzią na potrzeby rynku.

¹⁹ P. Ernest, J. Kent, Polish life, The Actuary March 2003.

²⁰ B. Lepczyński (pod red.), Bankowość detaliczna. Perspektywy. Rekomendacje, CeDeWu, Warszawa 2002, s. 112.