

Aegon România înregistrează o creștere de 24% în prima jumătate din 2019



Compania de asigurari de viața Aegon România, parte a grupului financiar internațional Aegon, a încheiat primul semestru (S1) din 2019 cu un volum de 54,9 milioane lei al primelor brute subscrise din activitatea de bancassurance cu partenerii actuali, în creștere cu 24% față de S1 2018, când valoarea acestor prime s-a situat la 44,1 milioane lei.

Conform parcursului companiei din primele șase luni din 2019 și a contextului actual al pieței, se așteaptă ca, până la finele anului în curs, valoarea cumulată a primelor brute subscrise să atingă 100 milioane lei. Reprezentanții Aegon România estimează că piața locală a asigurărilor de viață s-a majorat cu aproximativ 8% în S1 2019, față de aceeași perioadă a anului trecut, după ce în primul trimestru al anului în curs, creșterea raportată de ASF (Autoritatea de Supraveghere Financiară) fusese de 8,75%.

Valoarea plasamentelor în S1 2019 a fost de circa 340,5 milioane lei, mai mare cu 8%, în comparație cu cele 315,3 milioane lei raportate pentru aceeași perioadă a anului trecut. Indemnizațiile pentru evenimentele asigurate (daune) au fost de 901 mii lei, comparativ cu nivelul înregistrat în S1 2018, când s-au plătit daune de aproximativ 1,2 milioane lei. Indemnizațiile pentru polițele ajunse la finalul perioadei contractuale (beneficiile de maturitate și anuitățile) s-au situat, în prima jumătate a anului, la 3,2 milioane lei, în ușoară creștere față de aceeași perioadă a anului trecut, când valoarea raportată a fost de 3,09 milioane lei.

“Piața asigurărilor de viață continuă să crească, dar ritmul este încă lent, românii fiind în continuare mai interesați să își asigure bunurile, decât sănătatea sau viața. Totuși, direcția ascendentă a pieței, care se reflectă și în rezultatele pe care le-am avut în primul semestru, mă face să fiu încrezătoare că vom reuși să creștem numărul de asigurări care se încheie anual în România. Tocmai de aceea, ne implicăm în campanii de educație financiară și de conștientizare a beneficiilor reale ale unei asigurări de viață cu economisire”, a declarat Sînziana Maioreanu, CEO al Aegon România.

În plus, una dintre principalele preocupări ale Aegon este de a înțelege cât mai în profunzime profilul clienților și motivele pentru care o parte dintre români nu au ales încă să încheie o asigurare de viață. Tocmai de aceea, compania a realizat, recent, un studiu în parteneriat cu Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, pentru a identifica, printre altele, principalele caracteristici psiho-culturale ale românilor care pot acționa ca bariere sau oportunități pentru creșterea gradului de penetrare a asigurărilor de viață pe piața autohtonă. Studiul s-a desfășurat prin intermediul a 12 focus-grupuri formate în Cluj-Napoca, Iași și București, precum și prin chestionarea online a peste 1.000 de persoane. Rezultatele acestui studiu stau acum la baza deciziilor Aegon de îmbunătățire a

produselor si a serviciilor pe care le ofera clientilor.

“Aegon traverseaza o perioada buna, care succede unei serii de schimbari benefice și în care ne vom concentra și mai mult pe creștere, pe îmbunătățirea produselor pe care le avem și pe dezvoltarea de servicii noi, prin care sa le fim alaturi clienților noștri. Ne dorim sa-i ajutam în continuare sa-și asigure un viitor financiar solid și, desigur, sa atragem clienți noi. În ceea ce privește piața locala, o ținta majora pentru Aegon este umanizarea discursului, simplificarea procesului de încheiere a unei asigurari, dar si a procesului de administrare a acesteia”, a mai punctat Sînziana Maioreanu.