

FONDAT 1999

ASIGURĂRI & PENSII

primm

www.primm.ro

Anul XXVIII Număr Special - Nr.1/2026

TEHNOLOGIA: Motorul creșterii ASIGURĂRILOR

Interviuri

- Sorin MITITELU, Vicepreședinte, ASF
- Alexandru CIUNCAN, Președinte & Director General, UNSAR

- Viorel VASILE, Președinte, PRBAR
- Dorel DUȚĂ, Președinte, UNSICAR

Ediție realizată cu sprijinul

UNSAR 32
DE ANI



Mai multă valoare din fiecare **vehicul avariat.**

Platformă specializată pentru licitarea și valorificarea vehiculelor provenite din dosare de daună.



COMPETIȚIE REALĂ

Rețea extinsă
de licitatori.



PROCES DIGITAL

Publicare, licitare și raportare
într-un singur flux.



TRANSPARENȚĂ

Trasabilitatea completă
a procesului.



**Valoarea de recuperare
începe cu o **licitație competitivă.****



Descoperă cum MasterBid
poate aduce mai multă valoare
fiecărui dosar de daună.

masterbid.ro



info@sas.ro



0749 203 113



masterbid.ro

4.000.000 €

pe an pot face diferența

în rezultatul financiar anual

În acest context, recuperarea valorii reale de piață din daunele totale devine o componentă relevantă a rezultatului financiar, nu poate fi privită doar ca o activitate strict operațională.

Analizele efectuate pentru un asigurător de top indică o valoare ușor de recuperat de până la

4.000.000 € anual

Diferențele procentuale obținute de platformele de licitații, aplicate unui volum important de daune totale, pot genera diferențe de sute de mii de euro lunar sau milioane de euro la nivelul exercițiului financiar.

Aceste diferențe pot fi măsurate și comparate.

Iar dacă pot fi măsurate, merită să fie cunoscute.

Pentru că ceea ce nu este comparat poate rămâne

o pierdere financiară nevăzută.

De aceea, propunerea noastră este simplă:

TESTAȚI. COMPARAȚI. MĂSURAȚI.



Comparați rezultatele obținute prin MasterBID cu rezultatele actuale ale companiei dumneavoastră, pentru aceleași categorii de vehicule și în condiții comparabile.



La final, nu platforma ar trebui să decidă cu cine lucrați.



Cifrele ar trebui să decidă.

NOTA: Estimare bazată pe diferențele procentuale dintre platformele specializate de licitații, din perioada 01.07.2025-01.07.2026 reprezentativă pentru un asigurător de top. Rezultatele pot varia în funcție de portofoliu și condițiile de piață.



Nu este o promisiune de marketing.



Este o diferență care poate fi măsurată și testată.

CÂT VALOREAZĂ PENTRU COMPANIA DUMNEAVOASTRĂ?

Prin competiție reală pentru fiecare vehicul și acces la o bază extinsă de cumpărători specializați, MasterBID urmărește obținerea celei mai bune valori disponibile în piață.

Iar rezultatul fiecărei licitații devine un indicator financiar important care poate fi urmărit, comparat și optimizat.



**MAI MULTĂ
VALOARE
RECUPERATĂ**



**UN REZULTAT
FINANCIAR
SUPERIOR**



MASTERBID
PREMIUM

Dacă există milioane de euro care pot fi recuperate suplimentar, merită să aflați cât valorează diferența pentru compania dumneavoastră.

licitatii@masterbid.ro

VIITORUL ASIGURĂRIILOR

Cum se transformă piața în era Inteligenței Artificiale

Tehnologia transformă rapid piața asigurărilor și este motorul creșterii acesteia. Specialiștii văd tehnologia ca pe un instrument care reduce birocrăția și munca repetitivă, oferindu-le #OAMENILORDinAsigurări mai mult timp pentru relația cu clientul

23

Interviuri

Sorin MITITELU, Vicepreședinte, ASF	4
Alexandru CIUNCAN, Președinte & Director General, UNSAR	10
Viorel VASILE, Președinte, PRBAR	14
Dorel DUȚĂ, Președinte, UNSICAR	16
Darius MĂNTOIU, Șef Subscriere, EUROLIFE FFH Asigurări	54
Elena GHEORGHE, Country Manager, PayU România	60
Cristian PASCU, Președinte, APAPR	74

Asigurări

Cum ar trebui orientate dezvoltările tehnologice în asigurări	18
---	----

FIAR

Insurance Market Trends 2026	63
Insurance Distribution	67
Claims Insurance	70

Pensii

Majoratul Pilonului 2: 93 miliarde de lei profit pentru 8,5 milioane de români	72
--	----

Premiile Brokerilor

Premiile Brokerilor de Asigurare 2026	78
---------------------------------------	----

Campanii

Totul despre Asigurările de Călătorie	86
FII TREAZ LA VOLAN	88
Luna Asigurărilor de Sănătate	90
Luna Antreprenorului Protejat	92

Evenimente Internaționale

ExploRe & ReConnex Global (Re)Insurance Summit 2026	94
IIF 2026 – Azerbaijan International Insurance Forum	95

Emisiuni

Ora de Risc	96
-------------	----

Anul XXVIII - Nr. 1/2026

ISSN 1454-525X



Revista PRIMM Asigurări & Pensii
este membru PIA din anul 2003

Presse Internationale des Assurances

Publicație editată de
XPRIMM INSURANCE PUBLICATIONS

Birouri: Str. Ion Bogdan nr.4-6, Sector 1
010539 București, ROMÂNIA
Tel./Fax: +4 021 252 46 72
e-mail: editor@primm.ro

REDACTOR ȘEF
Andreea RADU

EDITORI
Marinela CORCIU, Adina TUDOR, Oana RADU
Cristian ȘUCA, Cătălina SIMION

CONSULTANȚI
Andrei VICTOR, Marina MAGNAVAL
Alexandru SIMION

ART DIRECTOR
Sabin VĂNĂ

OPERATOR VIDEO
Aurel PREDA

XPRIMM Group

PRESIDENT
Sergiu COSTACHE

CEO
Adriana PANCIU

COO
Georgiana OPREA

EDITORIAL DIRECTOR INTL' PUBLICATIONS
Daniela GHEȚU

PREPRESS and PRINTING
MasterPrint Super Offset
e-mail: office@masterprint.ro

Tehnologia: Motorul creșterii asigurărilor



Industria asigurărilor traversează, probabil, cea mai profundă perioadă de transformare din istoria sa. Un domeniu construit pe prudență, tradiție și calcule actuariale complexe se reinventează astăzi cu o viteză uluitoare, iar catalizatorul acestei schimbări este unul clar: tehnologia.

Inovația digitală a încetat să mai fie doar un departament de suport sau un simplu atu în campaniile de marketing. A devenit însăși fundația pe care se construiește viitorul afacerilor. De la algoritmi de inteligență artificială capabili să evalueze și să aprobe o daună în câteva minute, la telematică, automatizare și analiza avansată a datelor, tehnologia reconfigurează rapid fiecare verigă a lanțului de valoare.

Pentru piața asigurărilor, acest salt se traduce prin trei direcții majore de creștere. În primul rând, asistăm la o personalizare dusă la extrem, care marchează trecerea de la produse standardizate la soluții croite exact pe riscul, nevoile și comportamentul fiecărui client în parte. În al doilea rând, eficiența operațională se îmbunătățește masiv prin simplificarea proceselor interne, reducerea birocrăției și optimizarea costurilor cu ajutorul soluțiilor digitale integrate. Nu în ultimul rând, experiența clientului (CX) este transformată radical, oferind interacțiuni rapide, transparente și accesibile din câteva click-uri, fix atunci când asiguratul are cea mai mare nevoie.

Totuși, oricât de performant ar fi un algoritm, dincolo de ecrane se află oamenii. Cum se traduce această revoluție în realitatea de zi cu zi a companiilor? Cum gestionează liderii din piață trecerea de la sistemele vechi la noile ecosisteme agile și cum reușesc să păstreze factorul uman acolo unde contează cu adevărat?

Pentru a răspunde la aceste întrebări, am dedicat această ediție a Revistei PRIMM analizei impactului noilor tehnologii. În paginile care urmează, vei găsi o serie amplă de interviuri cu decidenți, experți și pionieri ai transformării digitale din industria asigurărilor.

Am stat de vorbă cu cei care dictează ritmul inovației pentru a afla direct de la sursă care sunt tehnologiile cu cel mai mare impact imediat asupra business-ului. Totodată, am discutat deschis despre modul în care sunt depășite barierele de implementare și rezistență la schimbare, precum și despre punctul unde se trasează linia fină dintre automatizare și empatie în relația cu clienții.

Descoperă perspectivele și strategiile celor care transformă riscul în oportunitate și află, pas cu pas, cum a ajuns tehnologia să fie, fără îndoială, cel mai puternic motor al creșterii în asigurări.

Lectură plăcută!

Piața asigurărilor din România are nevoie de o creștere accelerată a gradului de cuprindere, însă nu cu orice preț. Tehnologia, împreună cu o distribuție mai bine structurată, mai profesionistă și mai bine supravegheată, poate scurta semnificativ intervalul de timp necesar pentru apropierea de nivelurile de penetrare din piețele europene comparabile. Într-un interviu amplu, Sorin MITITELU, Vicepreședinte al ASF și coordonator al Sectorului Asigurări - Reasigurări, explică de ce accelerarea depinde de îndeplinirea simultană a trei condiții: utilizarea inteligentă a tehnologiei, menținerea stabilității financiare a pieței și asigurarea unei protecții optime a consumatorilor.

Sorin MITITELU

Vicepreședinte ASF - Autoritatea de Supraveghere Financiară



XPRIMM: Cum evaluați starea actuală a pieței asigurărilor din România și care considerați că sunt cele mai importante transformări prin care trece aceasta în prezent?

Sorin MITITELU: Piața asigurărilor este, în prezent, stabilă din punct de vedere financiar. Companiile dispun, în

ansamblu, de niveluri adecvate de capital și de lichiditate pentru riscurile pe care și le asumă, iar structura acționariatului nu indică vulnerabilități majore la nivelul pieței.

În ceea ce privește conduita de piață, ne aflăm într-un proces de consolidare. Există politici, produse,

66

Piața asigurărilor este, în prezent, stabilă din punct de vedere financiar. Companiile dispun, în ansamblu, de niveluri adecvate de capital și de lichiditate pentru riscurile pe care și le asumă.

99

proces și comportamente care trebuie ajustate, astfel încât fiecare consumator să beneficieze de un tratament onest, corect și profesionist, construit în jurul intereselor și nevoilor sale reale. Din acest punct de vedere, piața a făcut progrese, însă procesul nu este încheiat.

Unul dintre cei mai relevanți indicatori pentru evaluarea unei piețe de asigurări este nivelul de încredere al consumatorilor în produsele, serviciile și instituțiile care o compun. În prezent, ne aflăm într-o situație mai bună decât în trecut, dar încrederea publicului în asigurări nu a ajuns încă la nivelul de care se bucură alte sectoare ale sistemului financiar din România. Creșterea încrederii rămâne, prin urmare, una dintre condițiile esențiale pentru dezvoltarea pieței.

Cele mai importante transformări sunt legate de schimbarea așteptărilor pe care participanții la piață le au cu privire

la utilitatea, eficiența și importanța produselor de asigurare. Această evoluție este rezultatul unei comunicări mai ample și mai consistente între părțile implicate, dar și al unei dinamici generale pozitive a pieței, care atrage un interes suplimentar din partea consumatorilor, a investitorilor și a furnizorilor de servicii.



Asigurările viitorului nu vor mai fi construite exclusiv în jurul produsului și al specificațiilor sale tehnice.



Observăm, totodată, transformări comportamentale pozitive. Acestea se produc lent, deoarece presupun schimbări la nivelul unui număr mare de consumatori și organizații, dar tocmai caracterul lor amplu poate contribui la o dezvoltare sustenabilă a pieței pe termen lung.

O altă direcție importantă este transformarea tehnologică. În această etapă, ea vizează în principal automatizarea proceselor și creșterea eficienței operaționale, însă ne aflăm doar la începutul unor schimbări mult mai profunde. În mod tradițional, datele au fost utilizate în asigurări mai ales pentru calculul actuarial și evaluarea riscurilor. Astăzi devine tot mai evident că ele sunt la fel de importante pentru dezvoltarea unor instrumente și sisteme capabile să ofere experiențe mai bune clienților și să contribuie la extinderea gradului de cuprindere în asigurare.

În aceeași logică se înscrie și proiectul de modificare a reglementării privind distribuția în asigurări, aflat în lucru la nivelul ASF. Obiectivul său este acela de a adapta arhitectura canalelor de distribuție la realitatea unei piețe în care digitalizarea, exigențele de conduită și nevoia unei acoperiri teritoriale mai bune nu mai pot fi tratate separat. Proiectul propune categorii noi de intermediari, precum

multiagentul și agentul general de management, clarifică cerințele de competență profesională și consolidează instrumentele de supraveghere aflate la dispoziția Autorității.

Potențialul este cu atât mai mare cu cât piața românească păstrează încă un decalaj semnificativ față de piețele comparabile din alte state europene. Tocmai de aceea, întrebarea relevantă nu mai este dacă piața va crește, ci în cât timp și cu ce costuri pentru consumator.

XPRIMM: Creșterea pieței de asigurări este determinată în principal de majorarea valorii primelor sau reflectă și o schimbare reală în comportamentul de protecție al românilor?

S.M.: Evoluția pieței este rezultatul combinat al mai multor factori. În mod evident, creșterea severității daunelor, determinată parțial de evoluția generală a prețurilor, de costurile mai ridicate ale reparațiilor, ale serviciilor și ale bunurilor înlocuite, a condus și la o majorare a primelor de asigurare.



Piața are nevoie de tehnologie, de produse noi, de procese mai eficiente, de programe consistente de educație financiară și de o orientare mai puternică spre prevenție.



Cu toate acestea, creșterea pieței nu poate fi explicată exclusiv prin evoluția prețurilor. Se observă și o extindere reală a gradului de cuprindere în asigurare, reflectată de creșterea numărului de contracte încheiate. Această tendință arată că tot mai mulți consumatori și operatori economici încep să privească asigurarea ca pe un instrument necesar de protecție și de administrare a riscurilor.

Trebuie spus însă că ritmul acestei extinderi depinde în mod direct de capacitatea efectivă de distribuție a

pieței. Analiza de impact realizată pentru proiectul de modificare a normei privind distribuția indică faptul că o structură mai diversificată a intermediarii, în care intermediarii secundari pot colabora cu mai mulți asigurători, iar structurile de tip agent general de management pot administra portofolii în numele acestora, poate contribui la creșterea numărului de contracte, în special în zonele geografice și pe segmentele de produse insuficient acoperite în prezent. Acolo unde nu există un canal de distribuție viabil, cererea latentă rămâne pur și simplu neconvertită.

În același timp, toate liniile principale de activitate înregistrează evoluții pozitive. Un aspect deosebit de important este faptul că unele linii de business care, în mod tradițional, au avut o pondere mai redusă, cresc într-un ritm mai rapid decât segmentele care au dominat ani la rând structura primelor subscrise, în special asigurările auto și cele aferente locuințelor.

Această diversificare este relevantă pentru maturizarea pieței. O piață de asigurări solidă nu se poate baza pe un număr restrâns de produse, ci trebuie să răspundă unei varietăți cât mai largi de riscuri, nevoi și categorii de consumatori.

XPRIMM: Cum influențează actualul context macroeconomic piața asigurărilor și cât de pregătită este industria pentru noi perioade de volatilitate?

S.M.: Un anumit grad de volatilitate este firesc pentru funcționarea oricărei piețe. Volatilitatea a existat, există și va continua să existe. Ceea ce contează este intensitatea sa și capacitatea participanților de a înțelege, anticipa și administra efectele pe care aceasta le poate produce.

Nivelul volatilității poate semnala atât apariția unor provocări, cât și existența unor oportunități. Din această perspectivă, este util să păstrăm și o raportare istorică. Dacă ne amintim de perioada anilor '90, vom constata că economia românească și piețele sale traversau atunci episoade de volatilitate extremă. Situația actuală, deși complicată prin inflație, incertitudini geopolitice și presiuni asupra costurilor, este incomparabil mai stabilă.

În cazul României, trebuie luat în calcul și deficitul foarte mare de protecție prin asigurare, comparativ cu state care

au economii și structuri sociale similare. Acest decalaj reprezintă o vulnerabilitate, dar și un potențial semnificativ de dezvoltare.

Indiferent de provocările conjuncturale, oportunitățile oferite de piața românească de asigurări sunt considerabil mai mari. Din acest motiv, este de așteptat ca tendința generală de creștere să continue pe o perioadă mai lungă, care se poate întinde pe cel puțin un deceniu, cu condiția păstrării stabilității, consolidării încrederii și dezvoltării unor produse relevante pentru nevoile reale ale populației și economiei.



Este de așteptat ca tendința generală de creștere a pieței să continue pe o perioadă mai lungă, care se poate întinde pe cel puțin un deceniu.



Ambiția noastră este ca acest interval să fie scurtat. Tehnologia și o distribuție mai eficientă sunt instrumentele care pot comprima timpul necesar recuperării decalajului, fără a fi nevoie să acceptăm compromisuri privind soliditatea financiară a operatorilor.

XPRIMM: Cum vedeți impactul tehnologiei și al inteligenței artificiale asupra pieței asigurărilor și care sunt principalele oportunități, dar și riscuri pe care ASF le urmărește din perspectiva supravegherii?

S.M.: Evoluțiile tehnologice recente, inclusiv tehnologiile emergente, nu se reduc la dezvoltarea sistemelor de inteligență artificială, chiar dacă acestea ocupă un loc central în dezbaterile publice. Imaginea de ansamblu este mult mai amplă și include tehnologii precum blockchain, Internet of Things, noile generații ale comunicațiilor mobile, calculul cuantic, realitatea virtuală și

augmentată, vehiculele autonome, biotehnologia, nanotehnologia și noile tehnologii destinate producerii energiei verzi, așa cum au fost acestea, de altfel, identificate și de către Uniunea Europeană.

Indiferent de forma pe care o vor lua tehnologiile viitorului, acestea vor influența profund omul, societatea și economia. Ceea ce nu se va schimba însă este fundamentul mecanismului de asigurare, respectiv mutualizarea riscurilor. Asigurarea va continua să însemne distribuirea consecințelor financiare ale unor riscuri între membrii unei comunități suficient de largi.

Tehnologia ne poate ajuta să construim sisteme de asigurări mai utile societății, mai eficiente pentru participanții la piață și capabile să ofere un grad de cuprindere mai mare decât în trecut. Ea poate îmbunătăți evaluarea riscurilor, poate reduce timpul necesar soluționării dosarelor de daună, poate simplifica relația cu asigurații și poate permite dezvoltarea unor produse mai apropiate de nevoile fiecărui client.

Efectul cel mai direct asupra gradului de penetrare vine din reducerea costului marginal al unui contract. Atunci când identificarea clientului, analiza cerințelor și necesităților sale, emiterea poliței, plata primei și notificarea daunei se pot realiza integral digital, devin viabile economic produsele cu primă mică și cu adresabilitate largă, tocmai cele care lipsesc astăzi din portofoliul mediu al unei gospodării din România.

Din acest motiv, proiectul de modificare a normei privind distribuția tratează digitalizarea nu ca pe o excepție tolerată, ci ca pe un mod normal de operare. Vânzarea la distanță, documentarea electronică a analizei cerințelor și necesităților clientului, trasabilitatea consultanței acordate și verificarea automată a competențelor și a înregistrării intermediarilor sunt elemente care produc simultan două efecte: reduc birocratia administrativă din procesul de vânzare și lasă o urmă verificabilă, utilă atât consumatorului, cât și supraveghetorului.

Odată cu aceste oportunități apar și riscuri noi. Utilizarea unor volume foarte mari de date, dependența de infrastructuri digitale, riscul atacurilor cibernetice sau lipsa de transparență a anumitor algoritmi devin provocări

pentru buna funcționare a oricărei organizații active pe piața asigurărilor. La acestea se adaugă riscul de conduită specific mediului digital, în care o eroare de configurare a unui proces de vânzare nu afectează un singur client, ci se replică instantaneu la nivelul întregului portofoliu.



Prin rolul pe care îl au în protejarea persoanelor, companiilor și comunităților, asigurările viitorului vor căpăta tot mai pronunțat caracterul unor servicii de interes public.



Pentru autoritățile de reglementare și supraveghere, provocarea constă în dobândirea cunoștințelor, capacităților și instrumentelor necesare pentru a înțelege și administra aceste riscuri. Supravegherea trebuie să evolueze în același ritm cu tehnologia, fără a bloca inovarea, dar și fără a permite ca eficiența tehnologică să fie obținută în detrimentul protecției consumatorilor.

XPRIMM: Pe măsură ce inteligența artificială este tot mai prezentă în asigurări, considerați că actualul cadru de reglementare este suficient sau sunt necesare noi reguli?

S.M.: Adoptarea unor noi reglementări este necesară, dar nu este suficientă. Reglementările trebuie însoțite de competență instituțională, capacitate de analiză, instrumente de supraveghere adecvate și o înțelegere profundă a modului în care tehnologia este utilizată în practică. O normă juridică, oricât de bine formulată, nu poate compensa lipsa capacității de a identifica și evalua riscurile care apar în sistemele tehnologice complexe.

Cadrul de reglementare evoluează odată cu piața și cu societatea. Instrumentele legislative adoptate în ultimii ani, precum Regulamentul general

privind protecția datelor, Directiva NIS2, Regulamentul DORA și Regulamentul european privind inteligența artificială, constituie o bază importantă pentru administrarea riscurilor digitale, cibernetice și algoritmice.

La nivel sectorial, proiectul de modificare a normei privind distribuția urmărește exact această coerență. El aduce în același cadru cerințele de conduită, guvernanta produsului, administrarea riscului de conduită și regulile aplicabile distribuției digitale, astfel încât obligațiile care decurg din reglementările europene orizontale să se regăsească într-o formă aplicabilă concret activității de intermediere. Fără această traducere sectorială, riscul este ca reglementarea generală să rămână fără efect practic la nivelul relației dintre intermediar și client.

Aceste reglementări reprezintă însă un punct de plecare. Pe măsură ce tehnologiile vor fi adoptate pe scară mai largă și vor apărea noi modele de afaceri, va fi necesară atât elaborarea unor reguli noi, cât și modificarea, actualizarea și clarificarea celor existente.

Reglementarea trebuie să rămână proporțională cu riscurile și suficient de flexibilă pentru a nu deveni depășită înainte de a putea fi aplicată. În același timp, principiile de bază trebuie să rămână ferme. Consumatorul trebuie să știe cum sunt utilizate datele sale, cum sunt luate deciziile care îl privesc și cine răspunde atunci când un sistem automat generează o decizie incorectă.

XPRIMM: Cum poate ASF să încurajeze inovarea și digitalizarea în piața asigurărilor, menținând în același timp un nivel ridicat de protecție a consumatorilor?

S.M.: Autoritățile de reglementare și supraveghere financiară fac parte din sistemul de guvernanta al piețelor, nu din mecanismul direct de formare și dezvoltare comercială a acestora. Rolul nostru nu este acela de a selecta tehnologiile, produsele sau modelele de afaceri care trebuie să câștige, ci de a crea un cadru în care inițiativele viabile și responsabile să se poată dezvolta fără a afecta stabilitatea și interesele consumatorilor.

Există însă un interes general, comun tuturor instituțiilor publice, de a contribui la dezvoltarea pieței, a economiei și a societății. Din această

perspectivă, ASF trebuie să aibă un rol activ și să se asigure că reglementarea și supravegherea nu devin bariere în calea formării și dezvoltării pieței.

Un exemplu concret de aplicare a acestei filozofii îl reprezintă modul în care este construit proiectul de modificare a normei privind distribuția. Categoriile noi de intermediari nu sunt introduse brusc și fără limite. Implementarea este etapizată: în prima fază, multiagentul poate colabora cu un număr limitat de asigurători, iar extinderea ulterioară, inclusiv către zona asigurărilor obligatorii de răspundere civilă auto, urmează să fie decisă în funcție de rezultatele efectiv observate. Este o abordare de tip testare controlată, care permite pieței să experimenteze un model nou fără ca eventualele erori să se propage la scara întregii piețe.



Tehnologia va modifica produsele, procesele și modul de interacțiune cu publicul. Fundamentul va rămâne însă același.



Proportionalitatea se vede și în calibrarea cerințelor. Multiagentul nu presupune cerințe de capital, care ar fi disproporționate pentru un intermediar secundar, dar presupune verificare prealabilă din partea ASF și desfășurarea activității exclusiv prin personal propriu, fără asistenți. Cu alte cuvinte, se elimină bariera de intrare care nu este justificată de un risc real și se păstrează, în schimb, condițiile care garantează competența și trasabilitatea răspunderii față de client.

Acest lucru presupune reguli proporționale, dialog cu participanții la piață, capacitatea de a înțelege noile modele tehnologice și evitarea unor cerințe administrative care nu sunt justificate de riscuri reale. Protecția consumatorilor și inovarea nu trebuie tratate ca obiective incompatibile. Inovația autentică trebuie să conducă la servicii mai bune, costuri mai eficiente,

procese mai transparente și experiențe mai corecte pentru clienți.

Chiar și o analiză sumară arată că deficitul de inovare și digitalizare din piața românească a asigurărilor este determinat mai degrabă de numărul redus de inițiative, de numărul încă limitat al participanților, precum și de nivelul insuficient al capitalului mobilizat și alocat acestui sector.

XPRIMM: Care sunt principalele priorități ale ASF pentru dezvoltarea pieței asigurărilor în următorii ani?

S.M.: Prioritățile ASF pornesc de la cele două mandate instituționale, respectiv menținerea stabilității pieței și protejarea consumatorilor. Fără stabilitate financiară și fără încredere, dezvoltarea nu poate fi sustenabilă.

O direcție importantă este consolidarea conduitei de piață. Consumatorul trebuie să primească informații clare, să înțeleagă produsul pe care îl achiziționează, să beneficieze de servicii corecte pe întreaga durată a contractului și să aibă acces la procese eficiente și transparente în momentul producerii unei daune.

În mod concret, reforma cadrului de distribuție reprezintă una dintre prioritățile imediate. Am analizat efectele estimate ale proiectului pe un orizont de aproximativ cinci ani, urmărind patru dimensiuni: gradul de penetrare a asigurărilor, structura pieței de intermediere, structura pieței de asigurări și numărul persoanelor active în distribuție. Concluzia generală este că o arhitectură de distribuție mai deschisă și mai bine reglementată poate contribui la creșterea gradului de cuprindere și la profesionalizarea forței de vânzare, cu condiția ca extinderea să fie însoțită de standarde ferme de competență și de conduită.

O altă prioritate este dezvoltarea capacității de supraveghere într-un mediu în care modelele de afaceri, tehnologiile și riscurile se schimbă rapid. ASF trebuie să dețină cunoștințele, resursele umane și instrumentele necesare pentru a identifica din timp vulnerabilitățile și pentru a interveni proporțional cu natura și amploarea acestora. Digitalizarea distribuției face ca supravegherea bazată pe date, în timp aproape real, să devină nu doar posibilă, ci necesară.

La fel de importantă este eliminarea obstacolelor administrative care nu sunt justificate de obiective reale de protecție și stabilitate. ASF nu trebuie să formeze piața în locul operatorilor, dar poate contribui la eliminarea barierelor în calea inovării, a digitalizării și a dezvoltării unor produse noi.

Pe termen lung, maturizarea pieței presupune și extinderea gradului de cuprindere în asigurare, diversificarea produselor și consolidarea încrederii. Aceste obiective nu pot fi atinse doar prin reglementare. Ele presupun efortul comun al asigurătorilor, intermediarilor, autorităților, organizațiilor profesionale și consumatorilor.

XPRIMM: Care sunt principalele domenii în care considerați că industria ar trebui să investească mai mult în următorii ani, de la tehnologie și educație financiară până la prevenție și dezvoltarea unor produse noi?

S.M.: Investițiile sunt necesare în toate aceste domenii. Piața are nevoie de tehnologie, de produse noi, de procese mai eficiente, de programe consistente de educație financiară și de o orientare mai puternică spre prevenție.

Consider însă că este necesară o investiție suplimentară în formarea unei conduite adecvate la nivelul fiecărui operator și al întregii piețe de asigurări din România. Tehnologia poate eficientiza procesele, capitalul poate susține dezvoltarea, iar produsele noi pot atrage categorii suplimentare de consumatori. Niciunul dintre aceste elemente nu poate înlocui însă încrederea.

Proiectul de modificare a normei privind distribuția pune un accent explicit pe această dimensiune. Cerințele consolidate privind analiza cerințelor și necesităților clientului, delimitarea clară între vânzare și consultanță, guvernanta produsului și administrarea riscului de conduită nu sunt formalități administrative, ci mecanismele prin care o creștere rapidă a volumelor nu se transformă, peste câțiva ani, într-un val de reclamații și de contracte inutile pentru cei care le-au cumpărat.

Oricât de mult capital ar exista într-o piață, încrederea nu poate fi cumpărată. Ea se formează în timp și se câștigă prin relații oneste, corecte și profesioniste între toate părțile implicate.

Fiecare interacțiune cu un client, de la prezentarea produsului și încheierea contractului până la gestionarea unei solicitări sau plata unei despăgubiri, contribuie la consolidarea sau la diminuarea acestei încrederi. Din acest motiv, investiția în conduită, competență profesională și responsabilitate trebuie privită ca o investiție strategică în viitorul pieței.



Proiectul de modificare a normei privind distribuția tratează digitalizarea nu ca pe o excepție tolerată, ci ca pe un mod normal de operare.



XPRIMM: Cum credeți că vor arăta asigurările viitorului? Ce tipuri de produse vor câștiga teren și care considerați că vor rămâne esențiale, indiferent de evoluția tehnologiei și a societății?

S.M.: Asigurările viitorului nu vor mai fi construite exclusiv în jurul produsului și al specificațiilor sale tehnice. Ele vor fi evaluate tot mai mult prin prisma experienței pe care o oferă consumatorului final și a utilității pe care o generează pentru comunitatea în care acesta trăiește.

Consumatorii nu vor urmări doar existența unei polițe sau nivelul unei prime; ei vor dori să știe cât de bine îi protejează produsul, cât de simplu poate fi utilizat, cât de repede primesc sprijin în cazul producerii riscului și cât de corect sunt tratați pe întreaga durată a relației contractuale.

Odată cu utilizarea pe scară largă a noilor tehnologii și cu transformările care vor avea loc în organizarea socială și economică a comunităților, rolul și importanța asigurărilor vor crește. În același timp, vor crește și așteptările pe care societatea le are de la această industrie.

Distribuția va urma aceeași direcție. Vom avea modele hibride, în care partea tranzacțională se va

desfășura preponderent digital, iar rolul intermediarului se va deplasa dinspre simpla vânzare către consultanță, analiza nevoilor și asistența în momentul producerii daunei. Categoriile noi de intermediari propuse prin proiectul de normă, împreună cu structurile de tip agent general de management, sunt gândite tocmai pentru a face posibilă această combinație între scară, specializare și responsabilitate clar asumată față de client.

Vor câștiga teren produsele flexibile, ușor de accesat și adaptate unor riscuri care evoluează rapid, precum riscurile cibernetice, schimbările climatice, noile forme de mobilitate, sănătatea, longevitatea și continuitatea activității economice. Indiferent de evoluția tehnologiei, vor rămâne însă esențiale produsele care răspund unor nevoi fundamentale de protecție a vieții, sănătății, proprietății și capacității oamenilor de a-și continua activitatea după producerea unui eveniment nefavorabil.

Asigurările vor continua să funcționeze într-o piață bazată pe cerere și ofertă, în care participanții urmăresc obținerea unor rezultate economice și maximizarea legitimă a câștigurilor. În același timp, prin rolul pe care îl au în protejarea persoanelor, companiilor și comunităților, asigurările viitorului vor căpăta tot mai pronunțat caracterul unor servicii de interes public, furnizate într-un cadru concurențial și reglementat.

Tehnologia va modifica produsele, procesele și modul de interacțiune cu publicul. Fundamentul va rămâne însă același, mutualizarea riscurilor și capacitatea unei comunități de a suporta împreună consecințele unor evenimente pe care, individual, oamenii și companiile le-ar administra mult mai greu.

Interviu realizat de Andreea RADU



**AICI
ACUM**



**MEREU ALĂTURI DE
TINE!**

generali.ro

Piața asigurărilor din România crește solid, dar reducerea deficitului de protecție rămâne principala miză a industriei. Într-un interviu exclusiv, Președintele UNSAR explică cum se transformă piața locală de asigurări, ce schimbări aduce inteligența artificială și de ce prevenția devine prioritatea absolută.

Alexandru CIUNCAN

Președinte & Director General

UNSAR - Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare din România



XPRIMM: Cum evaluați nivelul de maturitate al pieței de asigurări din România comparativ cu celelalte state europene și care sunt principalele direcții în care mai avem de recuperat?

Alexandru CIUNCAN: Piața asigurărilor din România traversează o etapă de dezvoltare solidă. În 2025, volumul primelor brute subscrise, inclusiv

activitatea desfășurată prin sucursalele asigurătorilor înregistrați în alte state ale UE, a ajuns la 5,12 miliarde EUR, în creștere cu 10%. Densitatea asigurărilor a urcat la 268 de euro pe locuitor, tot cu 10% peste nivelul anului anterior, iar segmentul asigurărilor de viață a avansat cu 18%, comparativ cu 8% pentru asigurările generale.



Principala provocare nu mai este doar creșterea pieței, ci diversificarea ei și reducerea deficitului de protecție.



Aceste evoluții sunt încurajatoare, dar mai avem mult de lucru până putem recupera decalajul față de piețele europene mature. Gradul de penetrare a asigurărilor este de numai 1,35% din PIB, iar structura pieței rămâne puternic orientată spre asigurările generale: acestea reprezintă 80% din piață, în timp ce asigurările de viață au o pondere de 20%. La nivelul Europei Centrale și de Est, media pentru segmentul de viață este de aproximativ 26%. În același timp, asigurările auto reprezintă 59% din portofoliul pieței românești, față de media regională de 39%.

Prin urmare, principala provocare nu mai este doar creșterea pieței, ci diversificarea ei și reducerea deficitului de protecție. Avem nevoie de mai multe asigurări facultative - pentru locuințe, de viață, sănătate și dedicate companiilor, de o cultură mai puternică a prevenției și de produse adaptate noilor generații.

Este important și rolul sistemic al industriei: asigurătorii plătesc, în medie, despăgubiri de aproximativ 7,5 milioane EUR în fiecare zi și investesc circa 7,6

miliarde EUR, preponderent în titluri de stat românești. Pentru ca această contribuție să crească, sunt necesare noi eforturi de educație financiară, stimulente fiscale, predictibilitate legislativă și parteneriate public-private care să consolideze reziliența societății, și nu numai.



Cea mai bună experiență va combina rapiditatea tehnologiei cu empatia, consilierea și responsabilitatea profesioniștilor.



XPRIMM: Cum pot tehnologia și inteligența artificială să contribuie la dezvoltarea pieței de asigurări și la creșterea gradului de protecție al românilor?

A.C.: Tehnologia poate face asigurările mai ușor de înțeles, mai accesibile și mai apropiate de nevoile reale ale oamenilor. De la informare și alegerea unei soluții de protecție financiară și până la emiterea poliței, notificarea daunei și plata despăgubirii, digitalizarea poate elimina anumiți pași și poate reduce semnificativ timpul fiecărei interacțiuni.

Inteligența artificială adaugă capacitatea de a analiza rapid volume mari de informații, de a identifica mai bine riscurile și de a propune soluții mai relevante pentru profilul fiecărui client. În zona daunelor, poate accelera verificarea documentelor, cuantificarea daunelor și identificarea tentativelor de fraudă. În zona prevenției, poate transforma datele în alerte și recomandări utile înainte ca un risc să se producă.

Totuși, tehnologia trebuie privită ca un mijloc, nu ca un scop. Barometrul UNSAR-IRES arată că o mai bună informare ar motiva 24% dintre respondenți să încheie o asigurare facultativă, în timp ce produsele noi sau digitale sunt menționate de numai 3%. Cu alte cuvinte, simpla digitalizare nu este suficientă: soluțiile digitale trebuie însoțite de explicații simple și clare

cu privire la acoperirile, excluderile și beneficiile concrete ale fiecărui produs de asigurare.

Interacțiunea umană va rămâne esențială, mai ales pentru produsele complexe și în momentele dificile. Cea mai bună experiență va combina rapiditatea tehnologiei cu empatia, consilierea și responsabilitatea profesioniștilor.

XPRIMM: Cum vedeți rolul AI în activitatea companiilor de asigurări în următorii ani? Care sunt cele mai promițătoare oportunități, dar și principalele provocări?

A.C.: În următorii ani, inteligența artificială va avea un rol tot mai important în activitatea asigurătorilor. Va susține automatizarea proceselor repetitive, analiza unor volume mari de date, evaluarea riscurilor, combaterea fraudelor, soluționarea daunelor și comunicarea cu clienții. Miza reală este ca profesioniștii să poată lua decizii mai rapide și mai bine fundamentate.

O oportunitate majoră este trecerea de la o abordare predominant reactivă la una preventivă. AI poate ajuta la analiza și modelarea evoluției fenomenelor meteo extreme, a riscurilor cibernetice, a schimbărilor demografice și medicale și poate sprijini dezvoltarea unor produse adaptate acestor realități. Astfel, asigurarea poate contribui nu doar la plata unei pagube, ci și la prevenirea sau limitarea ei.

Există însă și provocări importante. Utilizarea AI trebuie să se bazeze pe date corecte și reprezentative, pe reguli clare de governanță, protecția datelor și securitate cibernetică. Deciziile cu impact asupra consumatorilor trebuie să poată fi explicate și contestate, iar riscul de discriminare algoritmică trebuie gestionat riguros.

Dintr-un alt unghi, mulți experți se întreabă dacă nu cumva următoarea revoluție în asigurări va fi despre cine va lua decizia în numele clientului.

Practic, intrăm acum într-o nouă etapă – cea a Agentic AI – în care sistemele nu doar răspund la întrebări, ci pot lua inițiativa, pot analiza alternative și pot executa sarcini într-un mod tot mai autonom.

Acest lucru poate schimba profund și modul în care oamenii vor cumpăra asigurări. Nu de alta, dar din ce în ce

mai mulți consumatori ar putea să nu mai înceapă căutarea pe site-urile companiilor sau ale intermediarilor, ci direct într-un asistent bazat pe AI. Acesta va selecta opțiunile, va explica diferențele și va formula recomandări personalizate, devenind primul punct de contact dintre client și industria asigurărilor.

Cine răspunde însă atunci când recomandarea AI este greșită? Cum se aplică regulile privind distribuția produselor de asigurare dacă „intermediarul” este un agent AI? Cum protejăm consumatorii fără a încetini inovarea?

Legislația europeană privind distribuția asigurărilor a fost construită într-o lume în care deciziile erau luate de oameni. În viitorul apropiat, această premisă s-ar putea să nu mai fie suficientă.



Simpla digitalizare nu este suficientă: soluțiile digitale trebuie însoțite de explicații simple și clare cu privire la acoperirile, excluderile și beneficiile concrete ale fiecărui produs.



Provocarea nu este dacă AI va transforma distribuția asigurărilor. Acest lucru se întâmplă deja. Provocarea reală este să construim un cadru de reglementare flexibil și proporțional, care să permită inovarea, menținând în același timp încrederea consumatorilor și responsabilitatea actorilor implicați.

Acesta este, cred, unul dintre dialogurile pe care trebuie să le purtăm încă de pe acum. Pentru că, în următorii ani, întrebarea nu va mai fi dacă AI poate influența distribuția asigurărilor, ci cum ne asigurăm că o face într-un mod responsabil, transparent și, mai ales, în beneficiul consumatorilor.

În orice caz, sistemele bazate pe AI nu pot înlocui responsabilitatea umană. Într-un domeniu construit pe încredere, controlul uman, transparența, responsabilitatea și decizia finală ar trebui să rămână principii nenegociabile.



Întrebarea nu va mai fi dacă AI poate influența distribuția asigurărilor, ci cum ne asigurăm că o face într-un mod responsabil, transparent și în beneficiul consumatorilor.



XPRIMM: Care sunt principalele domenii în care considerați că industria ar trebui să investească mai mult în următorii ani?

A.C.: Industria de asigurări trebuie să investească simultan în tehnologie, prevenție, educație financiară, produse relevante care să corespundă nevoilor și necesităților publicului țintă și în competențele oamenilor. Aceste direcții nu se exclud, ci se susțin reciproc.

Tehnologia este necesară pentru simplificarea experienței clienților și pentru o evaluare mai bună a riscurilor, dar investiția în prevenție este la fel de importantă. Pe fondul schimbărilor climatice, al incendiilor, al riscurilor cibernetice și al accidentelor rutiere, trebuie să trecem de la cultura reacției la cultura anticipării și a reducerii impactului.

Datele arată cât de mare este nevoia de protecție: numai 24% dintre locuințe au poliță obligatorie PAD, aproximativ 18% beneficiază de asigurare facultativă, iar doar 20% dintre companii sunt asigurate. Deficitul de protecție este estimat la 167 de miliarde EUR; aproximativ 12% dintre români au asigurare de viață și circa 4,5% beneficiază de asigurare voluntară de sănătate.

Așadar, este foarte important să continuăm să fim alături cu soluții de protecție financiară flexibile pentru familii, antreprenori și IMM-uri, inclusiv pentru protecția veniturilor, sănătate, longevitate și riscuri climatice sau cibernetice printr-un produs de asigurare. În paralel, industria de asigurări va continua să investească în oameni, deoarece expertiza și capacitatea de a explica soluțiile de protecție rămân decisive pentru construirea încrederii.

XPRIMM: În ultimii ani, comportamentul consumatorilor s-a schimbat semnificativ. Care sunt cele mai importante așteptări pe care românii le au astăzi de la companiile de asigurări?

A.C.: Consumatorii își doresc, înainte de toate, claritate, simplitate și rapiditate. Vor să înțeleagă ușor ce cumpără, ce riscuri sunt acoperite, care sunt excluderile și ce pași trebuie să urmeze atunci când au nevoie de sprijin.

Experiențele digitale din alte industrii au ridicat standardul: oamenii se așteaptă să poată obține informații, încheia o poliță, transmite documente și urmări un dosar de daună rapid. Dar, atunci când apare un eveniment nefericit, rapiditatea trebuie însoțită de empatie, disponibilitate și o soluționare corectă.

Potrivit Barometrului UNSAR–IRES 2026, 57% dintre cei care au interacționat cu societățile de asigurări descriu experiența drept mai degrabă plăcută, față de 50% în anul precedent, iar ponderea experiențelor mai degrabă neplăcute a scăzut de la 10% la 7%. Desigur, mai sunt multe de făcut, iar #OAMENII din Asigurări lucrează constant în acest sens. Aceste rezultate confirmă progresul industriei, dar și nevoia de a menține consecvent aceeași calitate pe întregul parcurs al clientului.

În plus, consumatorii așteaptă soluții adaptate modului lor de viață și sprijin pentru prevenirea riscurilor.

XPRIMM: S-a observat că interesul pentru asigurări este în creștere, însă gradul de protecție rămâne redus. Cum explicați această diferență dintre percepția consumatorilor și comportamentul lor de cumpărare?

A.C.: Barometrul UNSAR–IRES 2026 arată că românii sunt conștienți de riscuri.

Opt din zece sunt îngrijorați, în mare sau foarte mare măsură, de evenimente care le-ar putea afecta situația profesională și veniturile, 77% de cele care le-ar putea afecta locuința, bunurile sau mașina, iar 72% de riscurile pentru viață și sănătate.

Interesul declarat este, de asemenea, ridicat: 57% spun că evoluțiile macroeconomice și dezastrele naturale le-au crescut interesul pentru asigurarea locuinței, 48% pentru asigurarea medicală de călătorie și pentru cea voluntară de sănătate, iar 43% pentru asigurarea de viață. Cu toate acestea, acoperirea efectivă rămâne redusă: aproximativ 18% dintre locuințe au asigurare facultativă, circa 12% dintre români au asigurare de viață și numai 4,5% beneficiază de asigurare voluntară de sănătate.



Avem nevoie de mai multe asigurări facultative – pentru locuințe, de viață, sănătate și dedicate companiilor, de o cultură mai puternică a prevenției și de produse adaptate noilor generații.



Diferența apare deoarece recunoașterea riscului nu conduce automat la o decizie financiară. Presiunea cheltuielilor curente, lipsa planificării pe termen lung, percepția că evenimentul nu ni se va întâmpla și impresia că asigurările sunt complicate pot amâna cumpărarea. Când sunt întrebați ce i-ar motiva să încheie o asigurare facultativă, românii indică venituri mai ridicate în proporție de 36%, facilități fiscale în proporție de 26% și o mai bună informare în proporție de 24%.

Pentru a transforma interesul în protecție efectivă, avem nevoie de o mai bună conștientizare în ceea ce privește impactul financiar pe care îl poate avea producerea unui risc în bugetul unei familii. Din acest motiv, la nivelul UNSAR

vom continua să aducem mai aproape de oameni și de companii exemple concrete cu privire la ce a însemnat o asigurare în anumite momente importante.



Obiectivul final este ca asigurarea să fie percepută nu doar ca un produs financiar, ci ca un instrument firesc de prevenție și stabilitate.



XPRIMM: UNSAR derulează numeroase campanii de informare și educație financiară. Care considerați că sunt cele mai importante rezultate obținute în ultimul an?

A.C.: Cel mai important rezultat este că protecția financiară și prevenția sunt tot mai prezente în conversația publică. Din perspectiva clienților, vedem o creștere a interesului pentru asigurarea locuinței și a vieții, dar și o îmbunătățire a experienței directe cu industria. De exemplu, conform celui mai recent studiu sociologic realizat de IRES pentru UNSAR, ponderea respondenților care și-ar plasa disponibilitățile financiare într-o asigurare de viață a crescut de la 17% la 24%, și, așa cum spuneam și anterior, 57% descriu experiența cu societățile de asigurări ca fiind mai degrabă plăcută.

În ultimul an, am continuat proiecte dedicate unor scopuri concrete: Săptămâna Națională a Siguranței Rutiere și inițiativele Coaliției pentru Siguranță Rutieră dedicată reducerii numărului și gravității accidentelor rutiere cu impact direct asupra asigurărilor auto (RCA și CASCO), Forumul Locuințelor Asigurate, campania #sigurACASA pentru încurajarea achiziționării de asigurări facultative de locuințe de către populație și proiectul #PlanulB dedicat tuturor celor care vor să învețe cum să gestioneze schimbarea, să descopere noi perspective și să găsească soluții reale atunci când viața le oferă surprize. În zona sănătății și a bunăstării, am

dezvoltat ABS - Alianța pentru BunăStare și campania #gatapentruVIATA, iar prin Asiguropedia.ro și proiectele media explicăm asigurările într-un limbaj cât mai accesibil.

Totodată, realizăm anual cercetări sociologice care ne ajută să măsurăm evoluția percepției riscurilor și a culturii asigurărilor. Datele ne arată nu doar ce îi preocupă pe români, ci și ce bariere trebuie depășite pentru ca interesul să se transforme într-o decizie concretă de protecție.

Dincolo de indicatorii punctuali, un rezultat esențial este dialogul construit între industria de asigurări, autorități, mediul academic, societatea civilă și presă. Educația financiară produce schimbări în timp, iar continuitatea, consecvența și colaborarea sunt decisive.

XPRIMM: Ce obiective aveți pentru perioada următoare?

A.C.: Prioritatea noastră rămâne reducerea deficitului de protecție din România. Ne dorim ca mai multe familii și companii să fie pregătite financiar, inclusiv prin intermediul asigurărilor, pentru riscuri legate de sănătate, viață, locuințe, activitatea economică, accidente, fenomene climatice sau securitate cibernetică.



Numai 24% dintre locuințe au poliță obligatorie PAD, aproximativ 18% beneficiază de asigurare facultativă, iar doar 20% dintre companii sunt asigurate.



Vom continua proiectele de informare, educație financiară și prevenție, folosind cercetări relevante și formate accesibile. Trebuie să explicăm nu doar cum funcționează o poliță, ci și de ce protecția financiară oferită de aceasta trebuie să facă parte din planificarea obișnuită a fiecărei familii și companii.

Un obiectiv important îl reprezintă consolidarea dialogului cu autoritățile pentru un cadru legislativ și fiscal predictibil. În domeniul sănătății, susținem majorarea plafonului actual al facilității fiscale, de 400 EUR/an, extinderea facilităților fiscale și către asigurările de viață și utilizarea asigurărilor voluntare de sănătate în spitalele publice.

Vom continua să promovăm parteneriate public-private în domenii în care riscurile nu pot fi gestionate eficient de un singur actor: sănătate, schimbări climatice, siguranță rutieră, protecția locuințelor și reziliența companiilor. În paralel, susținem digitalizarea responsabilă și utilizarea tehnologiei pentru simplificarea accesului la asigurări.

Obiectivul final este ca asigurarea să fie percepută nu doar ca un produs financiar, ci ca un instrument firesc de prevenție și stabilitate, care ajută familiile, companiile și întreaga economie să facă față mai bine evenimentelor neprevăzute. Pentru o Românie mai bine protejată în fața neprevăzutului.

Interviu realizat de Andreea RADU



Aflată într-un plin proces de digitalizare și adaptare legislativă, piața brokerajului de asigurări își redefinesc prioritățile. Viorel VASILE analizează marile provocări ale brokerilor, necesitatea diversificării portofoliilor dincolo de RCA și direcțiile strategice pentru următorii cinci ani.

Viorel VASILE

Președinte, PRBAR - Patronatul Român al Brokerilor de Asigurare-Reasigurare
Founder & CEO, SAFETY Broker



XPRIMM: Din perspectiva PRBAR, care sunt principalele provocări cu care se confruntă astăzi brokerii de asigurări și ce măsuri considerați necesare pentru dezvoltarea pieței?

Viorel VASILE: Piața de brokeraj traversează una dintre cele mai intense perioade de transformare din ultimii ani. Brokerii trebuie să gestioneze

simultan schimbările legislative, evoluția tehnologiei, creșterea așteptărilor clienților și nevoia de a atrage și pregăti profesioniști capabili să ofere consultanță reală, nu doar să intermedieze o poliță.

O altă provocare importantă este gradul încă redus de cuprindere în asigurare și concentrarea unei părți semnificative a pieței în zona asigurărilor

obligatorii. Pentru o dezvoltare sănătoasă avem nevoie de diversificare, de creșterea asigurărilor facultative și de o mai bună înțelegere a rolului pe care protecția financiară îl are în viața oamenilor și a companiilor.



Tehnologia și inteligența artificială nu vor elimina brokerul, dar vor schimba modul în care acesta lucrează.



În același timp, avem nevoie de un cadru legislativ predictibil, adaptat realității pieței și construit printr-un dialog permanent între autoritate și reprezentanții industriei. În prezent se lucrează la actualizarea Normei ASF nr. 22/2021 privind distribuția de asigurări și a Normei nr. 23/2021 privind pregătirea profesională. Considerăm esențial ca viitoarele modificări să respecte principiul proporționalității, să reducă birocrația inutilă și să susțină o aplicare coerentă și eficientă a regulilor.

Dezvoltarea pieței nu poate exista însă fără investiții constante în oameni, etică și educație. Încrederea clientului se câștigă prin transparență, competență și responsabilitate profesională.

XPRIMM: Tehnologia și inteligența artificială transformă rapid industria asigurărilor. Cum schimbă acestea rolul brokerului și relația sa cu clientul?

V.V.: Tehnologia și inteligența artificială nu vor elimina brokerul, dar vor schimba modul în care acesta lucrează. Activitățile repetitive, comparațiile de produse, analiza documentelor și o parte dintre procesele administrative vor fi automatizate.



În următorii cinci ani, brokerul va evolua de la rolul clasic de intermediar către cel de consultant complex în managementul riscurilor.



Accesul rapid la date va permite o ofertare mai precisă, servicii mai rapide și o comunicare personalizată. Dar această evoluție vine și cu responsabilități privind protecția datelor, transparența algoritmilor și utilizarea etică a inteligenței artificiale.

Astfel, brokerul va avea mai mult timp pentru ceea ce tehnologia nu poate înlocui: înțelegerea situației clientului, explicarea riscurilor și construirea unei soluții potrivite nevoilor sale reale.

XPRIMM: Care sunt principalele direcții în care PRBAR își propune să sprijine dezvoltarea profesiei de broker și creșterea gradului de profesionalizare a pieței?

V.V.: Una dintre prioritățile PRBAR este consolidarea pregătirii profesionale și transformarea acesteia dintr-o simplă obligație de conformitate într-un proces real și continuu de dezvoltare.

În acest sens, am finalizat cu succes primul sezon al programului „6 Trends for 2026”, dezvoltat prin PRBAR Academy. Programul a reunit, în cele șase luni, peste 500 de asistenți în brokeraj și a combinat pregătirea tehnică, studiile de caz, dezvoltarea personală și dialogul direct cu lideri ai industriei. Fiecare etapă

a fost realizată împreună cu un asigurător important, iar participanții cu cele mai bune rezultate au fost recunoscuți și premiați.

Am beneficiat de o susținere importantă din partea ASF și BNR. Programul s-a încheiat cu un curs dedicat eticii și profesionalismului în distribuția de asigurări, susținut la sediul ASF de vicepreședintele instituției, Sorin MITITELU, precum și cu întâlniri ale participanților cu președintele ASF, Alexandru PETRESCU, și cu prim-viceguvernatorul BNR, Leonardo BADEA. Aceste întâlniri au confirmat faptul că profesionalizarea pieței se construiește prin educație, dialog și colaborare instituțională.

Vom continua dezvoltarea PRBAR Academy, promovarea standardelor de etică și conduită, reprezentarea intereselor legitime ale brokerilor în dialogul cu autoritățile și susținerea unor programe care îi ajută pe profesioniști să se adapteze la tehnologie, la noile produse și la schimbarea comportamentului consumatorilor.

Ne propunem, de asemenea, să contribuim activ la actualizarea normelor privind distribuția și pregătirea profesională, astfel încât acestea să răspundă mai bine realității din teren și să încurajeze performanța, nu doar îndeplinirea formală a unor obligații.

XPRIMM: Privind spre următorii cinci ani, cum credeți că va evolua profesia de broker și care sunt obiectivele pe care vi le propuneți atât pentru PRBAR, cât și pentru SAFETY Broker?

V.V.: În următorii cinci ani, brokerul va evolua de la rolul clasic de intermediar către cel de consultant complex în managementul riscurilor. Diferența nu va mai fi făcută doar de preț, ci de calitatea recomandării, rapiditatea serviciilor și capacitatea brokerului de a construi o relație de încredere pe termen lung.

Vom vedea o piață mai consolidată, mai tehnologizată și mai specializată. Brokerii care vor investi în oameni, date, procese și diversificarea portofoliului vor avea cele mai mari șanse de dezvoltare.

Pentru PRBAR, obiectivul este consolidarea rolului de voce reprezentativă și credibilă a brokerilor și participarea activă la modernizarea cadrului legislativ. Vrem să continuăm proiectele PRBAR Academy și să

contribuim la formarea unei noi generații de profesioniști, pregătiți atât tehnic, cât și pentru schimbările sociale și tehnologice care urmează.



Profesionalizarea pieței nu poate exista fără investiții constante în oameni, etică și educație.



Pentru SAFETY Broker, obiectivul este continuarea dezvoltării prin tehnologie, diversificare și achiziții strategice, în special în zonele care nu sunt dependente preponderent de RCA și care prezintă un potențial sănătos de creștere. Ne propunem să păstrăm avantajul unei rețele puternice și apropiate de client, dar să o susținem cu instrumente digitale, date și procese capabile să ofere servicii mai rapide și mai bine adaptate.

Cred că viitorul aparține organizațiilor care reușesc să combine tehnologia cu experiența umană. În asigurări, încrederea va rămâne cel mai valoros capital, indiferent cât de avansate vor deveni platformele și algoritmii.

Interviu realizat de Andreea RADU



O platformă facilitează o tranzacție, un broker construiește încredere. Pornind de la această filozofie, Dorel DUȚĂ detaliază într-un dialog aplicat marile provocări ale pieței de distribuție, oportunitățile aduse de digitalizare și direcțiile strategice care vor defini profesia de broker în următorii cinci ani.

Dorel DUȚĂ

Președinte, UNSICAR - Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare din România
Director General, HOBBIT Broker



XPRIMM: Rolul brokerului a evoluat considerabil în ultimul deceniu. Cum definiți valoarea pe care un broker o aduce clienților și industriei de asigurări?

Dorel DUȚĂ: Cred că, în ultimul deceniu, brokerul a făcut tranziția de la rolul de simplu intermediar la cel de consultant și partener de încredere. Astăzi, valoarea sa

nu se măsoară doar prin capacitatea de a identifica o ofertă competitivă, ci mai ales prin abilitatea de a înțelege riscurile clientului și de a le transforma într-o soluție de protecție adaptată nevoilor sale.

Pentru client, brokerul înseamnă expertiză, acces la întreaga piață și, poate cel mai important, capacitatea

de a transforma un domeniu complex într-o decizie clară și bine fundamentată. Relația nu se încheie odată cu emiterea poliței. Un broker profesionist rămâne alături de client pe tot parcursul colaborării – de la analiza riscurilor și alegerea soluției potrivite până la administrarea poliței și sprijinul acordat în cazul unei daune.

“

Brokerul viitorului va fi mai puțin un intermediar și tot mai mult un consultant de risc, capabil să îmbine tehnologia, analiza datelor și experiența profesională.

”

La nivelul industriei, brokerii contribuie la creșterea gradului de protecție și a nivelului de educație financiară, facilitează dialogul dintre asigurători și clienți și transmit permanent pieței nevoile reale ale consumatorilor. Astfel, susțin dezvoltarea unor produse mai relevante și a unei piețe mai competitive, mai transparente și mai mature.

În esență, cred că brokerul oferă ceea ce este cel mai greu de înlocuit prin tehnologie: discernământ, responsabilitate și încredere.

XPRIMM: Tehnologia și inteligența artificială transformă rapid activitatea brokerilor. Din perspectiva UNSICAR, care sunt cele mai importante oportunități și provocări generate de această transformare?

D.D.: Tehnologia și inteligența artificială nu mai reprezintă o perspectivă de viitor, ci o realitate care transformă deja industria asigurărilor. Beneficiile sunt evidente: automatizarea proceselor repetitive, analiza rapidă a unor volume mari de date, eficientizarea activității și posibilitatea de a oferi clienților servicii mai rapide și mai personalizate.

Pentru brokeri, unul dintre cele mai importante câștiguri este că pot dedica mai puțin timp activităților administrative și mai mult consultanței, analizei riscurilor și înțelegerii nevoilor reale ale clienților.

În același timp, această transformare aduce și provocări semnificative. Protecția datelor, securitatea cibernetică și utilizarea responsabilă a inteligenței artificiale sunt aspecte esențiale, mai ales atunci când tehnologia influențează decizii cu impact asupra clienților.

Din perspectiva UNSICAR, susținem o adopție responsabilă a noilor tehnologii. Inteligența artificială trebuie privită ca un instrument care completează expertiza brokerului, nu o înlocuiește. Tehnologia poate procesa informația cu o viteză impresionantă, însă brokerul este cel care îi oferă context, o interpretează și o transformă într-o recomandare relevantă pentru fiecare client.

XPRIMM: Într-o perioadă în care clienții au acces rapid la informații și pot compara online numeroase oferte, ce va face diferența între un broker și o simplă platformă digitală?

D.D.: Cred că diferența va fi făcută de capacitatea de a transforma informația în valoare pentru client.

Astăzi, aproape oricine poate compara online prețuri și caracteristici ale produselor de asigurare. Însă o decizie bună nu înseamnă alegerea celei mai ieftine polițe, ci înțelegerea riscurilor, a nivelului de protecție necesar și a implicațiilor fiecărei opțiuni.

Aici intervine rolul brokerului. El nu se limitează la prezentarea unor oferte, ci oferă consultanță, explică diferențele

dintre produse și recomandă soluția potrivită în funcție de situația concretă a fiecărui client.

Valoarea brokerului devine cu adevărat evidentă atunci când apare o daună sau o situație neprevăzută. În acel moment, clientul nu are nevoie doar de o platformă digitală, ci de un profesionist care îl reprezintă, îl consiliază și îl sprijină pe tot parcursul procesului.

Nu cred că viitorul va fi o competiție între oameni și tehnologie. Brokerii care vor avea succes vor fi cei care vor combina eficiența tehnologiei cu experiența, empatia și responsabilitatea profesională.

O platformă facilitează o tranzacție. Un broker construiește încredere și oferă soluții atunci când contează cel mai mult.



Brokerul oferă ceea ce este cel mai greu de înlocuit prin tehnologie: discernământ, responsabilitate și încredere.



XPRIMM: Privind spre următorii cinci ani, cum credeți că va evolua profesia de broker și care sunt obiectivele pe care vi le propuneți atât pentru UNSICAR, cât și pentru HOBBIT Broker?

D.D.: Cred că profesia de broker va continua să evolueze către un rol puternic consultativ. Automatizarea va prelua tot mai multe activități administrative, iar diferența dintre brokeri va fi dată de nivelul de expertiză, capacitatea de a gestiona riscuri complexe și calitatea relației cu clientul.

Brokerul viitorului va fi mai puțin un intermediar și tot mai mult un consultant de risc, capabil să îmbine tehnologia, analiza datelor și experiența profesională pentru a oferi soluții personalizate.

La nivelul UNSICAR, obiectivul nostru este să contribuim la consolidarea unei comunități profesionale puternice,



Inteligența artificială trebuie privită ca un instrument care completează expertiza brokerului, nu o înlocuiește.



moderne și respectate. Vom continua să susținem dezvoltarea competențelor profesionale, schimbul de bune practici și un dialog constructiv cu autoritățile și cu toți participanții la piață.

În ceea ce privește HOBBIT Broker, ne propunem să dezvoltăm în continuare o companie orientată către client, capabilă să valorifice avantajele tehnologiei fără a pierde dimensiunea umană a consultanței. Vom investi în digitalizare, dar și în oameni, deoarece performanța sustenabilă se construiește prin competență, profesionalism și încredere.

Dacă ar fi să rezum direcția următorilor cinci ani într-o singură idee, aș spune că succesul va aparține celor care vor reuși să îmbine inovația cu relația umană. Tehnologia va deveni un diferențiator esențial, însă încrederea va rămâne întotdeauna cel mai valoros avantaj competitiv al unui broker.

Interviu realizat de Andreea RADU



Cum ar trebui orientate dezvoltările tehnologice în asigurări



Erik BARNA

Founder, Gravity Research

În asigurări, discuția despre tehnologie ajunge de multe ori prea repede la inteligență artificială, cloud sau aplicații mobile. Toate sunt importante, dar punctul de plecare trebuie să fie altul: ce problemă a clientului rezolvăm și ce rezultat concret obținem?

Clientul nu cumpără tehnologie. El cumpără protecție, predictibilitate și încrederea că, atunci când apare o problemă, cineva îl va ajuta repede și corect. Tehnologia are valoare doar dacă face asigurarea mai simplă, mai accesibilă și mai eficientă în momentul în care este cu adevărat necesară.

Marea oportunitate nu este simpla digitalizare a proceselor existente, ci transformarea asigurătorului dintr-o companie care intervine după producerea daunei într-un partener care înțelege riscurile, ajută la prevenirea lor și oferă o soluție rapidă atunci când acestea se materializează.

Pentru ca această transformare să se producă, dezvoltările tehnologice ar trebui concentrate în câteva direcții principale.

De unde pornim: specificul pieței românești

Orice strategie tehnologică trebuie calibrată la realitatea pieței în care operează. Potrivit ASF, gradul de penetrare a asigurărilor în România a fost de 1,35% din PIB în 2024, menținându-se la un nivel redus comparativ cu alte state membre ale Uniunii Europene.

Știm cu toții că piața asigurărilor generale este puternic dependentă de segmentul auto. În primul trimestru din 2025, asigurările auto reprezentau aproximativ 69% din primele subscrise pentru asigurări generale, iar RCA reprezenta aproape jumătate din totalul primelor de asigurări generale. În același timp, brokerii distribuiau aproximativ 79% din primele de asigurări generale.

Aceste realități stabilesc și ordinea priorităților. Într-o piață dominată de un produs reglementat și puternic standardizat, diferențierea percepută de client se produce în principal la daună, la reînnoire și prin calitatea serviciului. Într-o piață intermediată masiv de brokeri, o strategie digitală care ignoră acest canal ignoră cea mai mare parte a distribuției. Iar într-o piață cu penetrare redusă, tehnologia trebuie să contribuie și la extinderea protecției, nu doar la eficientizarea proceselor existente.

Plecând de la aceste realități, **direcțiile de dezvoltare pot fi împărțite în două categorii.** Prima este fundația, fără de care restul nu poate funcționa și care ar trebui să concentreze investițiile în următoarele 12 până la 18 luni. A doua este diferențierea, care construiește pe

această fundație și separă, pe termen mediu, câștigătorii de restul pieței.

Fundația

1. Integrarea datelor și imaginea unitară asupra clientului

Majoritatea companiilor dețin volume considerabile de date, dar acestea se află în sisteme diferite. Informațiile despre polițe, daune, plăți și interacțiuni nu sunt întotdeauna ușor de corelat.

Efectul este vizibil: clientului i se solicită de mai multe ori aceleași informații, trimite documente pe care compania le deține deja, iar la trecerea de la un canal la altul reia explicațiile de la început.

Sistemele existente nu trebuie înlocuite simultan. Ele pot fi conectate progresiv prin interfețe standardizate, iar funcțiile importante pot migra treptat către arhitecturi mai flexibile. Pentru client, rezultatul trebuie să însemne formulare mai scurte, informații precompletate și continuitate între aplicație, centrul de relații cu clienții, broker și consultant.

Utilizarea datelor trebuie să rămână transparentă. Personalizarea greu de explicat sau percepută drept intruzivă reduce exact încrederea pe care tehnologia ar trebui să o consolideze.

2. Transformarea daunei în principalul serviciu digital

Momentul daunei este testul real al relației dintre client și asigurător. O experiență bună la cumpărare este anulată rapid de un proces de despăgubire lent, neclar sau fragmentat.

Clientul trebuie să poată notifica dauna de pe telefon, să încarce fotografii și documente, să vadă ce informații mai

sunt necesare și să urmărească stadiul dosarului. Recunoașterea imaginilor, extragerea automată a datelor și verificările antifraudă pot permite soluționarea aproape instantanee a cazurilor simple. Specialiștii se pot concentra astfel asupra dosarelor complexe, unde judecata umană este cu adevărat necesară.

Nu doar viteza contează. Lipsa informațiilor este adesea la fel de frustrantă ca întârzierea. Actualizările proactive, explicarea etapelor și comunicarea unui termen realist pot schimba substanțial experiența clientului.

3. Inteligența artificială ca asistent

AI poate avea un impact major, dar nu ar trebui introdusă doar pentru că este disponibilă. Cele mai bune puncte de pornire sunt procesele cu volume mari, activități repetitive și întârzieri care afectează direct clientul: analiza documentelor, verificarea daunelor, identificarea informațiilor lipsă, detectarea fraudelor și pregătirea informațiilor pentru consultanți.

EIOPA arată că AI era deja utilizată de aproximativ jumătate dintre

asigurătorii non-viață analizați, în majoritatea cazurilor pentru activități relativ simple și cu supraveghere umană. Aceasta este și abordarea corectă: AI ca asistent al angajatului, nu ca înlocuitor automat. Deciziile cu impact important trebuie să rămână verificabile și să poată fi revizuite de o persoană.

AI Act, în vigoare din 1 august 2024 și aplicabil etapizat, clasifică sistemele AI utilizate pentru evaluarea riscului și stabilirea prețului în asigurările de viață și sănătate ale persoanelor fizice drept sisteme cu grad ridicat de risc. Acest lucru aduce cerințe privind calitatea datelor, trasabilitatea, supravegherea umană, acuratețea și securitatea.

Cadrul a fost ajustat prin **AI Omnibus**, intrat în vigoare la **27 iulie 2026**, care simplifică anumite obligații administrative, extinde accesul la spații de testare reglementată și stabilește că regulile pentru sistemele cu grad ridicat de risc din Anexa III se vor aplica din 2 decembrie 2027.

Pentru asigurători, această extindere nu ar trebui privită ca un motiv pentru amânarea investițiilor, ci ca o perioadă în care soluțiile pot fi

dezvoltate, testate și documentate în condiții controlate. Explicabilitatea, trasabilitatea și controlul uman trebuie integrate de la început, deoarece adăugarea lor după implementarea sistemelor este mai costisitoare și poate necesita refacerea proceselor.

Există și o problemă de încredere. În cercetarea EIOPA din 2025, doar 30% dintre consumatorii europeni declarau că ar avea încredere în recomandările unui agent AI la alegerea unei asigurări. Clientul trebuie să știe când interacționează cu un sistem AI și să aibă acces la o persoană atunci când situația este complexă sau dorește să conteste rezultatul.

4. Securitatea și reziliența ca parte din serviciu

Pe măsură ce asigurările devin mai conectate, crește impactul unui incident informatic asupra capacității de a emite polițe, de a gestiona daune sau de a efectua plăți. Securitatea trebuie inclusă de la început în arhitectură, în selecția furnizorilor și în organizarea proceselor.

Regulamentul DORA, aplicabil din 17 ianuarie 2025, stabilește cerințe privind gestionarea riscurilor



tehnologice, raportarea incidentelor, testarea rezilienței și controlul furnizorilor externi. Acestea nu sunt doar obligații de conformitate. Capacitatea de a proteja datele și de a reveni rapid după un incident face parte din promisiunea oferită clientului.

Diferențierea

5. Canalul de brokeraj, terenul subestimat al digitalizării

Într-o piață în care brokerii distribuie cea mai mare parte a primelor de asigurări generale, transformarea digitală este incompletă dacă se oprește la relația directă cu clientul.

Sunt necesare interfețe standardizate pentru cotaie și emitere, notificarea și urmărirea daunei direct din platformele brokerilor și un schimb controlat al informațiilor despre client. Cu acordul acestuia, consultanța se poate baza pe istoricul real, nu pe declarații reluate la fiecare reînnoire.

Asigurătorii care tratează brokerii drept parteneri tehnologici, nu doar canale de vânzare, vor avea acces mai rapid la piață. La rândul lor, brokerii care investesc în platforme proprii devin ecosisteme în care asigurătorii concurează prin calitatea integrării și a serviciului, nu doar prin preț sau comision.

6. De la spectator la partener proactiv

Asigurătorul rămâne de multe ori un spectator al schimbărilor din viața clientului și intră în discuție doar la cumpărarea unei polițe sau la producerea unei daune. O abordare proactivă înseamnă identificarea momentelor în care apare o nevoie reală de protecție.

Data expirării unei polițe poate genera o notificare utilă. Atunci când există acces permis la informații și acordul clientului, aceasta poate fi corelată cu alte date relevante despre vehicul. Cumpărarea unei locuințe poate indica nevoia de protecție a proprietății și a creditului, iar apariția unui copil poate crea o nevoie de asigurare de viață, sănătate sau protecție financiară a familiei.

Informațiile pot proveni din relația existentă cu asigurătorul sau, cu respectarea condițiilor legale, din ecosistemul bancar, platforme comerciale și alte servicii digitale. Faptul

că o informație este disponibilă public nu reprezintă automat o autorizație de utilizare.

Scopul nu este supravegherea clientului și nici transformarea fiecărui eveniment personal într-o campanie de vânzare. Scopul este formularea unei recomandări utile, la momentul potrivit, cu transparență asupra datelor utilizate. Succesul se măsoară prin relevanța recomandărilor și încrederea construită, nu prin numărul mesajelor trimise.

7. Prevenția și alinierea intereselor

Cea mai profundă schimbare posibilă este trecerea de la despăgubire la prevenție. Cu acordul clientului, datele provenite de la senzori, dispozitive conectate sau servicii meteorologice pot semnaliza un risc înainte ca acesta să producă daune.

Prevenția poate pune presiune asupra volumului primelor în anumite segmente, dar poate genera valoare prin costuri mai mici cu daunele, retenție mai bună și extinderea protecției către riscuri altfel greu de asigurat. Asigurătorul care împarte cu clientul beneficiul reducerii riscului își aliniază interesele cu ale acestuia.

Direcția este importantă mai ales în cazul riscurilor climatice. Potrivit EIOPA, doar aproximativ un sfert din pierderile produse în Europa de evenimente extreme între 1980 și 2024 au fost asigurate. Hărțile de risc, avertizările și produsele parametrice pot contribui la reducerea acestui deficit, inclusiv în România.

8. Ecosisteme și experiență hibridă

Asigurarea va fi cumpărată tot mai des în contextul unei alte activități: achiziția unei mașini, contractarea unui credit sau rezervarea unei călătorii. Pentru a fi prezenți în aceste momente, asigurătorii au nevoie de produse modulare și de interfețe care permit cotarea, emiterea și notificarea daunei din serviciul pe care clientul îl folosește deja.

În același timp, datele EIOPA arată că doar 24% dintre consumatorii europeni care cumpăraseră asigurări în ultimii doi ani folosiseră exclusiv canalul online. Nu trebuie să alegem între digital și interacțiunea umană, ci să construim o experiență care le combină.

Produsele simple pot fi cumpărate integral online. Pentru asigurările de

viață sau sănătate, procesul poate începe în aplicație și continua cu un consultant, fără reluarea informațiilor. Chatbotii trebuie să recunoască situațiile pe care nu le pot gestiona și să transfere conversația, împreună cu întregul context, către o persoană.

Simplitatea cumpărării trebuie însoțită de claritate privind costul, acoperirea și excluderile. O asigurare ușor de cumpărat, dar greu de înțeles, nu este un progres.

În loc de concluzie: testul încrederii

Industria de asigurări nu ar trebui să urmărească adoptarea unui număr cât mai mare de tehnologii, ci rezolvarea unui număr cât mai mare de probleme reale.

Ordinea contează. Integrarea datelor, digitalizarea daunelor, AI folosită ca asistent și securitatea creează condițiile pentru diferențiere prin brokeri, anticiparea nevoilor, prevenție și integrarea în ecosisteme. Cine sare peste fundație riscă să construiască servicii proactive pe date fragmentate și experiențe personalizate pe procese care nu funcționează.

Rezultatul nu se măsoară doar prin reducerea costurilor sau prin numărul proceselor automatizate. Indicatorii importanți sunt timpul de soluționare a unei daune, efortul depus de client, claritatea produselor, relevanța recomandărilor și capacitatea de a preveni pierderile.

Criteriul final rămâne unul singur: **tehnologia trebuie să fie un contributor net la creșterea încrederii în asigurări**. O decizie mai rapidă, dar imposibil de explicat, o ofertă personalizată pe baza unor date folosite netransparent sau un chatbot fără acces la o persoană pot reduce încrederea, chiar dacă îmbunătățesc eficiența.

Fiecare investiție ar trebui evaluată printr-un test simplu: îl ajută pe client să fie mai bine informat, să aibă mai mult control și să fie mai sigur că asigurătorul își va respecta promisiunea?

Într-o industrie care vinde, în esență, o promisiune pentru viitor, tehnologia are un singur rol care contează cu adevărat: să facă această promisiune mai credibilă.



**MICILE BUCURII,
MARILE
PROVOCĂRI,
TRĂIEȘTE-LE
PE FIECARE
AȘA CUM VREI.**

GRIJILE RĂMÂN LA NOI.



GALA PREMIILOR UNSICAR

15 decembrie 2026
JW Marriott Bucharest Grand Hotel



GROUPE SOCIETE GENERALE

CU EDUPLAN, INVESTEȘTE AZI PENTRU VISURILE DE MÂINE

Un viitor solid se construiește în timp.



VIITORUL ASIGURĂRILOR

Cum se transformă piața în era Inteligenței Artificiale



Tehnologia schimbă asigurările. Dar întrebarea care contează nu mai este dacă inteligența artificială, automatizarea și digitalizarea vor transforma industria, ci cât de profund o vor face și, mai ales, ce va rămâne în centrul acestei transformări: tehnologia sau omul?

Răspunsurile liderilor și specialiștilor din piața asigurărilor, reunite în acest material, conturează o

concluzie puternică: viitorul industriei nu va fi definit de algoritmi în sine, ci de capacitatea companiilor de a transforma tehnologia în experiențe mai simple, servicii mai rapide, decizii mai bune și protecție mai relevantă pentru clienți.

Dincolo de diferențele de strategie, dimensiune sau segment de activitate, există o convergență remarcabilă în opiniile celor care conduc

astăzi companii de asigurări, brokeri și instituții esențiale pentru funcționarea pieței. Timpul clientului devine o nouă monedă a competitivității. Procese care presupuneau până nu demult zile de lucru se mută către minute, documentele și pașii administrativi sunt reduși, iar accesul la polițe, despăgubiri și informații devine tot mai simplu și mai transparent. De la digitalizarea daunelor și automatizarea ofertării până la platforme integrate, aplicații, chatboți și instrumente de analiză avansată, tehnologia este deja prezentă în aproape fiecare etapă a lanțului valoric al asigurării.

Specialiștii văd tehnologia ca pe un instrument care reduce birocrăția și munca repetitivă, oferindu-le oamenilor mai mult timp pentru ceea ce contează cu adevărat: consultanța, experiența și relația cu clientul.

În brokeraj, această schimbare este cu atât mai vizibilă: automatizarea activităților repetitive este văzută ca o oportunitate de a muta valoarea adăugată către consultanță, analiză de risc și relația cu clientul. Brokerul viitorului este imaginat mai puțin ca intermediar și mai mult ca partener strategic, capabil să interpreteze datele și să transforme informația în decizii.

Următorii cinci ani se anunță mai degrabă ca o perioadă de redefinire a industriei decât ca una de simplă digitalizare. Asigurările vor deveni mai integrate în viața de zi cu zi, mai personalizate, mai predictive și mai accesibile, iar produsele vor fi tot mai strâns legate de ecosisteme de servicii. În paralel, presiunea asupra companiilor va crește: nu va fi suficient să adopte tehnologie, ci să demonstreze că o folosesc responsabil și că rezultatul final este o protecție mai bună pentru client. Așadar, miza următoare etape nu este o piață de asigurări fără oameni, ci o piață în care oamenii pot face mai mult și mai bine datorită tehnologiei.



Călin MATEI

CEO, GROUPAMA Asigurări

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă fundamental industria asigurărilor și cred că cel mai mare câștig pe care îl aduce pentru clienți este timpul: procese mai simple, răspunsuri mai rapide și acces mai facil la servicii.

De altfel, pentru noi, la GROUPAMA, inovația a avut întotdeauna valoare doar atunci când produce beneficii concrete pentru clienți, parteneri și echipă. Acesta este motivul

pentru care investim constant în tehnologii care simplifică interacțiunea și contribuie la o experiență mai rapidă și mai predictibilă.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Aș alege integrarea inteligenței artificiale în procesele noastre interne și în relația cu clienții, un proces pe care l-am dezvoltat în parteneriat cu Google Cloud.

Astăzi folosim AI pentru procesarea mai rapidă a documentelor din dosarele de daună, pentru emiterea ofertelor de asigurare, utilizăm sisteme de răspuns vocal interactiv pentru a reduce timpii de așteptare și a simplifica interacțiunea clienților cu produsele și serviciile GROUPAMA. Acestea sunt doar câteva exemple, iar impactul este vizibil atât în eficiența operațională, cât și în calitatea serviciilor oferite.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

Cred că tehnologia va face ca industria noastră să fie încă și mai bine conectată la nevoile reale ale oamenilor. Inteligența artificială va deveni un standard, însă încrederea, empatia și responsabilitatea vor rămâne elementele care definesc relația dintre un asigurător și clienții săi.

La GROUPAMA, investim în tehnologie tocmai pentru a întări această relație și a face ca fiecare interacțiune cu noi nu doar să se ridice la nivelul așteptărilor, ci să îl și depășească. Credem că o Românie mai asigurată este o Românie mai puternică și mai optimistă, iar tehnologia este unul dintre instrumentele care ne ajută să transformăm această viziune în realitate.



Groupama



The International Insurance - Reinsurance Forum



Daniela COVĂCESCU

Director Operațiuni, ALLIANZ-ȚIRIAC Asigurări

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Lucrurile se mișcă mult mai rapid decât acum câțiva ani. Evaluăm riscurile mai bine, luăm decizii mai rapid, detectăm fraudele mai eficient și toate acestea se simt în primul rând în experiența clientului: un dosar de daună se rezolvă mai rapid, un răspuns vine mai prompt, o soluție e mai aproape de nevoia reală a omului din fața noastră. Dar aici trebuie să fim clari: tehnologia scurtează timpii de răspuns și simplifică procesele, însă nu înlocuiește oamenii. Atunci când vorbim despre situații complexe sau decizii care contează în momente dificile din viața unui client, oamenii rămân cei care fac diferența, nu algoritmii.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Unul dintre cele mai importante proiecte este programul nostru intern de adopție a inteligenței artificiale, dezvoltat împreună cu Allianz Central Europe. Nu înseamnă doar implementarea unor instrumente de AI, ci construirea unei culturi organizaționale în care tehnologia este folosită responsabil și cu un scop clar. Astăzi, colegii noștri au la dispoziție mai multe instrumente bazate pe inteligență artificială și sunt sprijiniți de o rețea de 22 de ambasadori interni, care îi ajută să integreze aceste soluții în activitatea de zi cu zi.

Iar rezultatul cel mai important este că oamenii își pot concentra timpul asupra activităților cu valoare adăugată: analiza situațiilor complexe, luarea deciziilor și interacțiunea cu clienții, în timp ce sarcinile repetitive sunt preluate de tehnologie. Rezultatul este o organizație mai eficientă și servicii mai rapide și mai relevante pentru clienți.

Cum va arăta viitorul asigurărilor în următorii 5 ani și ce rol va avea tehnologia?

În următorii cinci ani, asigurările vor deveni mai personalizate, mai preventive și tot mai integrate în viața de zi cu zi a clienților. Inteligența artificială va avea un rol important în anticiparea riscurilor, dezvoltarea unor produse mai relevante și automatizarea proceselor, astfel încât multe servicii vor putea fi oferite aproape în timp real.

Totuși, avantajul competitiv nu va fi dat doar de viteza cu care companiile adoptă tehnologia, ci de modul responsabil în care o folosesc. Guvernanța datelor, securitatea informațiilor, transparența și păstrarea controlului uman asupra deciziilor importante vor deveni elemente esențiale.

Industria asigurărilor se bazează pe încredere, iar tehnologia trebuie să consolideze această încredere, nu doar să facă procesele mai rapide. Cred că acesta va fi criteriul care va diferenția liderii pieței în anii următori.

Allianz  Țiriac 

23-25 Mai 2027
Sinaia România



Mihai TECĂU

Președinte Directorat, OMNIASIG VIG

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă, înainte de toate, așteptările clienților. Procese precum evaluarea riscurilor sau gestionarea daunelor și interacțiunea cu asiguratul devin tot mai rapide și mai precise. Al contribuie deja la creșterea siguranței și corectitudinii proceselor, analiza volumelor mari de date și automatizarea unor procese, oferind clienților timpi de răspuns mai scurți și servicii mai eficiente.

În același timp, în asigurări, încrederea rămâne esențială. Sunt situații în care oamenii au nevoie de explicații și de consiliere. De aceea, credem că viitorul aparține unui model în care tehnologia completează expertiza umană, fără să o înlocuiască.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Nu am putea vorbi despre un singur proiect. Inovația este unul dintre pilonii OMNIASIG prezenți în noua strategie – BRIDGE - și presupune o transformare continuă, construită din mai multe inițiative de business complementare. În ultimii ani, am investit constant în modernizarea proceselor și dezvoltarea serviciilor digitale, cu obiectivul de a simplifica interacțiunea cu clienții și partenerii, de a reduce timpii de înregistrare a dosarelor de daună și de a crește eficiența proceselor.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

În următorii ani, asigurările vor deveni mai accesibile din punct de vedere operațional și mai bine adaptate nevoilor fiecărui client. Tehnologia va permite o personalizare tot mai avansată a produselor și o gestionare mai eficientă a riscurilor, iar inteligența artificială va sprijini procesele de analiză și optimizare. Cu experiența celor 31 de ani pe piața din România și beneficiind de know-how-ul Vienna Insurance Group, suntem încrezători că vom reuși să îmbinăm cu succes inovația cu relația de încredere construită în jurul clientului.

Pentru noi, tehnologia este un instrument prin care putem fi mai aproape de clienți, oferindu-le servicii mai rapide și sprijin atunci când au cea mai mare nevoie.

OMNIASIG
VIENNA INSURANCE GROUP

ExploRe  ReConnexxt
GLOBAL (RE)INSURANCE SUMMIT



Adrian MARIN

CEO, GENERALI România

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă piața asigurărilor de la ofertare și emiterea polițelor, până la notificarea și soluționarea daunelor. Este o tehnologie care ne poate conferi în primul rând viteză, precizie, dar și capacitatea de a înțelege mai bine nevoile clienților. Asigurările sunt percepute ca produse complexe însoțite uneori și de multă birocrație, iar tehnologiile AI și digitalizarea ne permit să simplificăm această experiență.

Pentru clienți, cele mai importante beneficii sunt procesele mai scurte, mai puține documente, răspunsuri mai rapide și despăgubiri gestionate mai eficient. Apoi, tehnologia permite o personalizare mai bună a soluțiilor de asigurare, astfel încât produsele să fie mai bine adaptate pentru profilul fiecărei persoane, familii sau companii.

Este foarte important să vorbim despre tehnologie cu echilibru. În asigurări, eficiența rămâne esențială, dar la fel sunt și empatia sau relația directă dintre oameni. Un client care are o daună, o problemă de sănătate sau trece printr-un moment dificil nu are nevoie doar de un proces eficient, ci și de consiliere, și corectitudine, și sprijin uman.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Nu putem vorbi doar de un proiect individual, ci de o direcție constantă și bine conturată reprezentată de transformarea digitală a serviciilor pe care le oferim clienților și partenerilor noștri. Este probabil zona în care tehnologia are cel mai mare impact, atât pentru modul zilnic de lucru, cât și pentru corectitudinea datelor și viteza de răspuns.

Acesta este însă un maraton lung ale cărui provocări continuăm să le descoperim. Cert este că ne-a obligat să lucrăm mai integrat între echipe, să folosim mai bine datele, să învățăm lucruri noi și să ne uităm mai atent la calitatea experienței pe care o oferim.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

Dincolo de cifre și de viteza interacțiunii, sunt două componente care vor deveni determinante: informarea și prevenția. În ambele cazuri, tehnologia devine un instrument esențial.

Mai întâi, posibilitatea de a te informa corect este acum mai facilă ca oricând, iar multe dintre miturile, dar și neclaritățile legate de asigurări pot fi lămurite mai rapid și sperăm să ajungem la același nivel de simplitate și accesibilitate pe care clienții îl întâlnesc deja în alte industrii.

Apoi, dacă asigurările încă sunt percepute ca un mecanism de despăgubire financiară după producerea unui eveniment, viitorul va fi tot mai mult despre a ajuta oamenii și companiile să înțeleagă riscurile, să le gestioneze mai bine și, acolo unde este posibil, să le prevină.

De aceea, companiile de asigurări care vor reuși să ofere această experiență, fără să piardă rigoarea tehnică și responsabilitatea, vor avea un avantaj important.



GENERALI

March 21-24, 2027
Ethno Hotel, Antalya





Nicoleta RADU

Director General, PADROM

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor de locuințe din România și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pentru proprietari?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă profund industria asigurărilor. Proprietarii își doresc astăzi servicii rapide, simple și accesibile, iar tehnologia ne ajută să răspundem acestor așteptări.

Inteligența artificială și analiza avansată a datelor ne permit să înțelegem mai bine expunerea la risc, să modelăm scenarii de catastrofă cu o precizie tot mai mare și să ne pregătim mai eficient pentru evenimente majore. În același timp, automatizarea reduce timpul de procesare a operațiunilor și simplifică gestionarea daunelor, astfel încât proprietarii beneficiază de servicii mai rapide și mai transparente atunci când au cea mai mare nevoie de ele.

La PADROM, privim tehnologia ca pe un instrument prin care creștem accesibilitatea și eficiența sistemului. Am investit în soluții digitale precum serviciile online de verificare a polițelor, aplicația dedicată gestionării daunelor și instrumentele digitale destinate autorităților locale. Toate acestea contribuie la reducerea birocrăției și la o colaborare mai eficientă între toți actorii implicați în protejarea locuințelor.

În același timp, cred că este important să păstrăm o perspectivă echilibrată. Inteligența artificială poate analiza volume uriașe de informații și poate accelera procesele, însă nu poate înlocui responsabilitatea, discernământul și empatia umană. În asigurări vorbim despre protejarea oamenilor și despre încredere, iar aceste valori rămân profund umane.

Viitorul industriei nu aparține exclusiv inteligenței artificiale, ci colaborării inteligente dintre tehnologie și oameni. Tehnologia ne va ajuta să luăm decizii mai bune și să oferim servicii mai eficiente, însă direcția în care evoluează sistemul va continua să fie stabilită de oameni, în beneficiul oamenilor.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează PADROM, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să alegem un singur proiect, acesta ar fi dezvoltarea platformei digitale integrate pentru gestionarea daunelor. Nu este doar un proiect tehnologic, ci o schimbare fundamentală a modului în care ne pregătim să răspundem unui dezastru major.

În cazul unor evenimente catastrofale, diferența nu o face doar capacitatea financiară de a plăti despăgubirile, ci și capacitatea operațională de a gestiona, într-un timp foarte scurt, un număr foarte mare de solicitări. De aceea, am investit într-o platformă digitală care conectează toate etapele procesului de instrumentare a daunelor – de la notificare și constatare până la evaluare și soluționarea dosarului – într-un flux integrat și eficient.

Impactul este unul semnificativ. Pentru asigurați, înseamnă un proces mai simplu, mai rapid și mai transparent, cu mai puțină birocrăție și o comunicare mai eficientă pe parcursul soluționării dosarului. Pentru PADROM și partenerii noștri, înseamnă o capacitate operațională mult mai mare, standardizarea proceselor și posibilitatea de a reacționa eficient chiar și în scenariul unui dezastru de amploare.

Această investiție completează soliditatea financiară a sistemului. Dacă programul nostru de reasigurare, care depășește 2 miliarde de euro, ne oferă capacitatea de a plăti despăgubirile, digitalizarea ne oferă capacitatea de a le gestiona rapid și eficient. Cele două componente sunt complementare și definesc reziliența PADROM.

Tehnologia are valoare doar atunci când simplifică viața oamenilor. În cazul nostru, succesul unui proiect digital nu se măsoară în funcționalități, ci în capacitatea de a ajuta o familie să își reconstruiască locuința mai repede după un dezastru. Timpul mediu de instrumentare a dosarelor de daună s-a înjumătățit folosind această suită de aplicații. Acesta este, în fond, scopul tuturor investițiilor noastre în digitalizare.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că vor evolua asigurările împotriva dezastrelor naturale și ce rol va avea tehnologia în dezvoltarea acestui segment al pieței?

În următorii cinci ani, vom asista la o schimbare importantă de paradigmă. Nu vom mai vorbi doar despre despăgubiri acordate după producerea unui dezastru, ci despre capacitatea de a anticipa riscurile, de a preveni pierderile și de a răspunde mult mai rapid atunci când acestea se produc. Luptăm permanent pentru a face PAD din ce în ce mai relevant pentru proprietari și pentru comunități printr-o acoperire cât mai mare și rapidă a pierderilor cauzate de un dezastru.

Schimbările climatice și creșterea frecvenței fenomenelor extreme vor face ca asigurările împotriva dezastrelor naturale să devină un element tot mai important al rezilienței economice și sociale. În același timp, proprietarii vor avea așteptări diferite: își vor dori servicii digitale, procese simple și răspunsuri rapide, iar industria va trebui să evolueze în această direcție.

Tehnologia va avea un rol esențial în această transformare. Inteligența artificială, analiza avansată a datelor și modelele predictive vor contribui la o evaluare mai precisă a riscurilor, la dezvoltarea unor mecanisme mai eficiente de prevenție și la gestionarea mai rapidă a daunelor. De asemenea, digitalizarea

va facilita integrarea asigurărilor în ecosistemele pe care oamenii le folosesc deja în viața de zi cu zi, făcând accesul la protecția locuinței mai simplu și mai firesc.

La PADROM, ne pregătim deja pentru această evoluție. Investim în digitalizarea proceselor, în dezvoltarea instrumentelor de analiză și în consolidarea capacității noastre operaționale, astfel încât să putem răspunde eficient chiar și în scenariul unui dezastru major. În același timp, continuăm să investim în educație și în construirea unei culturi a prevenției, pentru că tehnologia, oricât de performantă ar fi, își atinge adevăratul potențial doar atunci când oamenii înțeleg riscurile și iau decizii informate.

Viitorul acestui segment nu va fi definit doar de inovația tehnologică, ci de capacitatea noastră de a combina tehnologia cu responsabilitatea și colaborarea. Asigurările împotriva dezastrelor naturale vor deveni tot mai mult o componentă a infrastructurii de reziliență a unei țări, iar succesul nu se va măsura doar în polițe emise sau despăgubiri plătite, ci în cât de bine reușim să protejăm comunitățile și să le ajutăm să își revină după evenimente majore. Acesta este viitorul pe care îl construim la PADROM și direcția în care se va îndrepta întreaga industrie.

PADROM
reconstruim

AON

**Aon România
20 de ani de
parteneriat.**

Privim riscurile de azi.
Construim siguranța
de mâine.

De două decenii, sprijinim companiile din România să transforme riscul în perspective mai clare, decizii mai bune și oportunități de creștere sustenabilă.





Mădălin ROȘU

Președinte Directorat, ASIROM VIG

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială vor schimba piața asigurărilor, dar mai ales vor schimba felul în care oamenii trăiesc experiența unei asigurări. În momentele dificile, clienții au nevoie de claritate, de sprijin și de siguranța că nu sunt singuri. Tehnologia ne va ajuta să avem procese mai rapide și să fim acolo pentru ei mai repede, mai eficient și mai predictibil. De exemplu, recent am integrat inteligența artificială în procesul de notificare a daunelor CASCO, prin asistentul digital Andrei.

În acest fel, reușim să le oferim clienților un proces ghidat pas cu pas, simplu și liniștitor, reducând stresul și timpul de așteptare. Tehnologia este motorul schimbării, însă în centrul fiecărui proces rămâne omul - cu nevoile, emoțiile și vulnerabilitățile lui.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Pentru noi, tehnologia nu este un scop în sine, ci un mod de a fi mai aproape de oameni prin lucruri simple care pot aduce valoare. De aceea, impactul vine din proiectele care le fac viața mai ușoară clienților noștri și nu m-aș putea rezuma doar la unul. Însă, pentru că cerința este să aleg totuși un singur proiect, aș alege digital wallet, prin care oferim oricărui client posibilitatea de a transforma, printr-un singur click, polița din format pdf într-o variantă modernă - un card virtual mereu la îndemână atunci când are nevoie (fie în cazul unei daune, fie pentru a-și plăti ratele dacă polița este în rate).

Tot ce facem este să lucrăm pentru a reduce grija, pentru a simplifica pașii și pentru a crește încrederea. Orice proiect la care am lucrat și la care lucrăm reflectă filozofia noastră de brand - Simplu.Sigur. - și felul în care punem oamenii în centrul fiecărei inovații.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

În următorii ani, tehnologia va continua să redefinească industria, de la procese automatizate la soluții predictive care anticipează nevoile clienților. Dar, dincolo de inovație, viitorul va aparține companiilor care reușesc să păstreze echilibrul între digital și uman. La ASIROM, ne angajăm să folosim tehnologia cu responsabilitate, ca instrument care sprijină oamenii, nu îi înlocuiește.

Credem într-un viitor în care eficiența vine din tehnologie, iar încrederea din relația directă cu clienții și cu partenerii noștri de business.



Konstantinos KALIMERIS

Chief Commercial Officer, HELLAS Direct

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială contribuie la transformarea asigurărilor dintr-un produs reactiv într-un serviciu fluent și integrat. La nivelul industriei, acestea simplifică procesele prin îmbunătățirea evaluării riscurilor și prin facilitarea unor decizii mai rapide și mai consecvente. La HELLAS Direct, folosim datele și inteligența artificială pentru a elimina fricțiunile din experiența clientului, oferind prețuri mai corecte, o subscriere mai precisă, o gestionare mai rapidă a daunelor și sprijin eficient pentru clienți.

Cel mai mare beneficiu pentru clienți nu este inteligența artificială în sine, ci experiența pe care aceasta o face posibilă. Oamenii se așteaptă ca asigurările să fie la fel de simple și intuitive ca orice alt serviciu digital pe care îl folosesc. Își doresc răspunsuri mai rapide, transparență, produse personalizate și flexibilitatea de a interacționa cu noi oricând și prin orice canal preferă.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg o singură inițiativă, aceasta ar fi dezvoltarea platformei noastre tehnologice proprii. În loc să ne bazăm pe sisteme tradiționale, am construit propria infrastructură, ceea ce ne oferă flexibilitatea de a crea produse, de a automatiza procese și de a lansa servicii noi mult mai rapid.

Această bază ne permite să îmbunătățim constant fiecare etapă a experienței de asigurare. Soluții precum FlexiPay sunt posibile tocmai pentru că tehnologia noastră a fost concepută în jurul nevoilor clienților, nu al limitărilor impuse de sisteme. Aceeași platformă permite, de asemenea, dezvoltarea mai rapidă a produselor, operațiuni mai eficiente și o colaborare mai bună cu partenerii noștri.

Tehnologia este cu adevărat valoroasă atunci când devine invizibilă, construită pentru a rezolva o problemă concretă. Clienții nu se gândesc la platforma din spatele asigurării lor. Ei își doresc pur și simplu o experiență mai rapidă, mai simplă și mai intuitivă.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

Peste cinci ani, asigurările vor fi mult mai integrate în viața de zi cu zi a oamenilor. Clienții nu se vor mai gândi la asigurări ca la achiziția unei polițe o dată pe an, ci se vor aștepta ca protecția să fie disponibilă ori de câte ori au nevoie de ea, integrată în serviciile digitale pe care le folosesc deja.

Inteligența artificială va automatiza multe dintre sarcinile de rutină, permițând asigurătorilor să ia decizii mai bune, mai rapid, și să ofere experiențe mai personalizate. În același timp, tehnologia va permite o prevenție mai eficientă, pentru a ajuta clienții să evite riscurile, nu doar să-i compenseze când ceva nu merge bine.

Companiile care vor reuși, vor fi cele care folosesc tehnologia pentru a consolida încrederea, nu pentru a o înlocui. Asigurările rămân un domeniu construit pe încredere. Inteligența artificială va îmbunătăți viteza și eficiența, însă transparența, corectitudinea și judecata umană vor continua să definească marii asigurători. Credem că viitorul asigurărilor se află în această combinație dintre tehnologie și încredere.





Kuldeep KAUSHIK

CEO, NN Asigurări de Viață

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia accelerează tranziția industriei de asigurări către un model mai predictiv și mai proactiv. Inteligența artificială contribuie la optimizarea proceselor de subscriere și la creșterea eficienței operaționale. Pentru clienți, impactul este vizibil în special în trei direcții. Automatizarea anumitor etape din procesul de gestionare a daunelor contribuie la simplificarea și eficientizarea acestuia. Interacțiunile cu asigurătorii au loc din ce în ce mai mult prin canale digitale, oferind clienților opțiuni suplimentare pentru accesarea și administrarea serviciilor. În același timp, soluțiile de asigurare pot fi adaptate mai bine contextului și nevoilor fiecărui client, oferind o relevanță mai mare la momentul potrivit.

Pe termen lung, una dintre cele mai importante evoluții este orientarea către prevenție și către o gestionare mai eficientă a riscurilor. Valoarea tehnologiei se reflectă în experiențe mai simple, procese mai eficiente și un nivel ridicat de transparență, toate contribuind la consolidarea încrederii clienților.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care operăm, acesta ar fi implementarea platformei Salesforce. Soluția este utilizată atât de consultanții noștri financiari, cât și de echipele interne, oferind un cadru comun pentru gestionarea interacțiunilor

cu clienții și susținerea proceselor operaționale esențiale. Prin centralizarea informațiilor și integrarea fluxurilor de lucru într-un singur ecosistem, platforma facilitează colaborarea între diferitele funcții ale organizației și sprijină gestionarea consecventă a proceselor legate de relația cu clienții.

Salesforce reprezintă o componentă importantă a procesului de transformare digitală al companiei, contribuind la standardizarea anumitor procese, la îmbunătățirea trasabilității activităților și la consolidarea unui mod de lucru conectat între consultanții financiari și echipele interne. În același timp, platforma oferă un cadru flexibil pentru dezvoltarea și integrarea de noi funcționalități și procese, în linie cu evoluția nevoilor de business și a așteptărilor clienților. Din această perspectivă, proiectul depășește implementarea unei soluții tehnologice, susținând evoluția continuă a ecosistemului digital al organizației.

Impactul său a fost consolidat și mai mult prin transformarea organizațională mai amplă realizată prin adoptarea metodologiei SAFe (Scaled Agile Framework). Deși SAFe nu este un proiect tehnologic în sensul tradițional, acesta a introdus un nou mod de lucru, prin trecerea de la o structură organizațională bazată pe proiecte și funcționare în silozuri la echipe dedicate, multidisciplinare, cu responsabilitate completă asupra produselor, aplicațiilor și serviciilor pe care le dezvoltă. Acest model operațional a întărit colaborarea dintre business și IT, a crescut capacitatea noastră de a răspunde rapid nevoilor clienților și ale pieței și ne-a permis să livrăm valoare mai repede, prin dezvoltare incrementală și prioritizare continuă în funcție de impactul asupra businessului.

Împreună, Salesforce și SAFe au transformat atât fundația tehnologică, cât și modelul operațional al organizației, permițând o colaborare mai eficientă, o livrare mai rapidă de valoare și o orientare mai puternică către client.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

Ne așteptăm ca asigurările să fie integrate tot mai mult în viața de zi cu zi a clienților, fiind accesate într-un mod mai simplu, contextual și personalizat, ca parte a unor ecosisteme mai ample de servicii.

În zona asigurărilor de sănătate, observăm o evoluție de la modelul tradițional, centrat pe gestionarea cererilor de despăgubire, către abordări care pun un accent mai mare pe prevenție, pe accesul la informații și servicii relevante și pe intervenția timpurie. Aceste direcții pot contribui la o gestionare mai eficientă a sănătății și la o experiență mai bună pentru clienți.

Tehnologia va avea un rol important în susținerea acestei evoluții, facilitând personalizarea la scară largă și accesul la informații și servicii relevante. În același timp, componenta umană va rămâne esențială, mai ales în momentele în care clienții au nevoie de îndrumare, încredere și sprijin.



NN



Protejează-ți sănătatea cu asigurarea internațională My Global Health

Ai acoperiri de până la 3.000.000 de euro.

→ www.allianztiriac.ro

în parteneriat cu





Carmina DRAGOMIR

CEO, METROPOLITAN Life

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă piața asigurărilor din România mai ales prin ceea ce înseamnă concret pentru client: o experiență mai personalizată, mai relevantă și mai simplă. La METROPOLITAN Life vedem acest lucru zi de zi – produsul potrivit ajunge la momentul potrivit, pe canalul preferat de client, iar interacțiunile devin parte firească a stilului său de viață, nu un pas birocratic în plus.

Folosirea datelor și a analytics ne permite să înțelegem mai bine nevoile reale ale clienților noștri – cum se schimbă acestea de la o etapă de viață la alta, ce tip de protecție caută, cum preferă să comunice cu noi. Pornind de aici, putem construi soluții modulare, cum sunt asigurările din portofoliul nostru actual, care se adaptează bugetului și priorităților fiecărei persoane.

Cel mai important beneficiu pentru client este însă coerența experienței omni-channel: fie că interacționează cu un consultant, cu platforma eCustomer, cu procesul digital de despăgubire eClaims sau cu un partener din rețeaua noastră, clientul regăsește aceeași claritate, aceeași informație și același nivel de sprijin. Tehnologia devine astfel un facilitator al încrederii, nu doar un instrument de eficiență.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg un singur proiect, aș vorbi despre digitalizarea integrată a proceselor de vânzare și administrare a polițelor, dublată de componenta de date și analytics care stă în spatele acestei transformări. Nu a fost doar un pas tehnic – a fost o schimbare de fundament în modul în care lucrăm.

Prin conectarea consultanților, a partenerilor și a clienților într-un ecosistem unitar, am câștigat două lucruri esențiale: pe de o parte, procese mai fluide și interacțiuni mai simple pentru clienți; pe de altă parte, capacitatea de a analiza informațiile agregate pentru a înțelege mai bine ce își doresc cu adevărat oamenii care apelează la noi. Astfel, putem optimiza continuu experiența clientului – de la modul în care este prezentat un produs, până la felul în care se derulează un proces de despăgubire prin eClaims.

Această abordare bazată pe date ne permite să luăm decizii mai bine fundamentate – atât în dezvoltarea de produse noi, cât și în modul în care ne organizăm intern. Investițiile pe care le facem în structura IT, în automatizare și în integrări cu partenerii sunt gândite exact în această logică: să transformăm datele în valoare reală pentru client.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

În următorii cinci ani, viitorul asigurărilor va fi definit de câteva direcții clare de evoluție, mai degrabă decât de promisiuni spectaculoase. Ne așteptăm la o personalizare tot mai fină a soluțiilor, la o utilizare mai matură a inteligenței artificiale și a datelor în înțelegerea nevoilor clienților și la procese mai eficiente, care fac interacțiunile mai relevante și mai puțin costisitoare din punct de vedere al timpului pentru client.

Rolul tehnologiei va fi acela de facilitator: să simplifice, să conecteze și să anticipeze. Însă la fel de important va fi să păstrăm componenta umană – acea relație de încredere care definește, până la urmă, esența asigurărilor. La METROPOLITAN Life numim această abordare high-tech cu high-touch: tehnologia asigură viteza, acuratețea și eficiența, iar oamenii intervin acolo unde empatia, judecata și creativitatea fac cu adevărat diferența.

Strategia noastră pentru perioada următoare rămâne construită pe trei piloni – inovație, oameni și responsabilitate – și pe convingerea că progresul tehnologic are sens doar atunci când se traduce în experiențe mai bune și interacțiuni mai relevante pentru clienții noștri.



Metropolitan Life



Dincolo de cifre,
ne unește ceea ce
protejăm



Împreună asigurăm o lume mai bună



Antonis TSAKNAKIS

Country Lead, ANYTIME România

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Așteptările clienților s-au schimbat semnificativ. Astăzi, oamenii se așteaptă la servicii simple și intuitive, pe care le pot accesa oricând, cu un efort minim. De aceea, tehnologia și inteligența artificială au devenit instrumente esențiale pentru a ajuta sectorul asigurărilor să răspundă acestor așteptări.

Deși digitalizarea s-a concentrat inițial pe mutarea proceselor în mediul online, discuția a evoluat acum către soluții inteligente care simplifică fiecare etapă a parcursului clientului – de la obținerea unei oferte și achiziționarea unei polițe până la utilizarea serviciilor de asigurare.

Rezultatul este o reducere a formalităților, o mai mare transparență și o experiență de asigurare mai fluidă.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Una dintre cele mai importante inițiative strategice, care ne ajută să ne extindem rapid la nivel internațional, a fost dezvoltarea unei platforme digitale integrate care a transformat modul în care ne desfășurăm activitatea, permițând clienților să parcurgă întregul proces de achiziție a unei asigurări auto exclusiv online.

Astăzi, pe www.anytime.ro, șoferii pot obține o ofertă și își pot achiziționa polița în întregime online în doar un minut, ceea ce face ca procesul să fie mai rapid, mai simplu și mai convenabil ca niciodată.

Dincolo de experiența oferită clienților, această tehnologie ne-a permis să automatizăm procesele operaționale esențiale, inclusiv fluxurile de lucru legate de subscriere, sprijinind în același timp dezvoltarea unor capacități de stabilire a prețurilor mai sofisticate în cadrul unei soluții complet integrate. Prin conectarea datelor, a stabilirii prețurilor, a evaluării riscurilor și a interacțiunilor cu clienții într-un ecosistem digital integrat, suntem capabili să oferim o eficiență sporită, o evaluare mai precisă a riscurilor și o experiență mai fluidă pentru clienții noștri.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

În următorii ani, cred că sectorul asigurărilor va deveni și mai digitalizat, cu servicii mai rapide și produse din ce în ce mai personalizate.

Inteligența artificială va juca un rol important în îmbunătățirea eficienței operaționale. Cu toate acestea, cred că va completa expertiza umană, nu o va înlocui.

Încrederea va deveni, de asemenea, unul dintre cei mai importanți factori de diferențiere ai industriei. Pe măsură ce sectorul evoluează, clienții vor aprecia nu doar rapiditatea și comoditatea, ci și transparența, fiabilitatea și predictibilitatea experienței oferite.





anytime
BY INTERAMERICAN

anytime
BY INTERAMERICAN

Oferta de
asigurare
auto
în doar **1 minut!**

anytime

***Singura surpriză**
este că durează, pe bune, doar **1 minut**
pentru mașina ta de familie.

Vezi toate detaliile pe

anytime.ro



Iulia PARAPIANU

Director Adjunct Sucursala România, AGRA Asigurări

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială nu vor rescrie peste noapte fundamentele matematice, juridice și economice ale asigurărilor. Riscurile complexe și reglementările stricte cer, prin natura lor, o structură riguroasă și, implicit, documente complexe. Cu toate acestea, AI și tehnologia acționează ca un strat de simplificare și eficiență aplicat peste această structură complexă, dezvoltată în timp. Clienții pot experimenta această eficiență, direct sau indirect, prin experiențe mai rapide și mai prietenoase.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să numesc un singur proiect tehnologic cu un impact cu adevărat transformator pentru AGRA Asigurări, acesta este, fără îndoială, digitalizarea completă a sistemului de emisie a ofertelor dedicat brokerilor parteneri, alături de alinierea acestuia la cerințele legislative din România. Înainte de acest pas, procesul de ofertare și subscriere genera blocaje și pierderi de timp. Prin transformarea digitală a platformei, brokerii colaboratori au primit un instrument rapid, intuitiv și autonom, ceea ce a consolidat considerabil relația noastră și a accelerat volumul de subscrieri.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

Astăzi, tehnologia în asigurări este asociată cu viteza, dar să nu uităm că asigurările rămân un business al relațiilor și al încrederii. Când tehnologia poate mima apropierea, adevărata valoare a unei relații se dovedește prin prezență reală, încredere și fapte, nu prin mesaje generate automat. Și în următorii ani, AGRA Asigurări își dorește să fie alături de fermieri, indiferent de vreme și de vremuri, iar în următorii 5 ani vizăm două direcții majore de dezvoltare. 1- Extinderea portofoliului în zootehnie: facem pasul firesc dincolo de culturile vegetale și ne dorim să aducem în portofoliu produse dedicate fermelor de animale, oferind o plasă de siguranță completă pentru întregul business agricol. 2 - Simplificarea procedurilor de emisie, prin integrarea automată a datelor privind suprafețele asigurate, proces prin care ne dorim să eliminăm birocrația legată de emiterea actelor adiționale.

În final, nu folosim digitalizarea pentru a ne distanța de clienți, ci pentru a elimina birocrația inutilă, rămânând exact acolo unde este nevoie de noi: în teren, alături de fermieri.



10 ani Agra Asigurări

0 poveste care continuă

Cum arată 10 ani de protecție, inovație și impact în agricultura românească



Într-un domeniu aflat într-o continuă transformare, cei 10 ani de Agra Asigurări înseamnă un parcurs construit pe inovație, adaptare și, mai presus de toate, încredere. În tot acest timp, am contribuit la modernizarea asigurărilor agricole prin soluții digitale și procese mai simple și mai eficiente, având mereu nevoile fermierilor în centrul activității noastre. Privim spre următorii ani cu aceeași ambiție: să inovăm, să evoluăm și să aducem soluții care fac diferența pentru agricultura de mâine.

Adrian-Horia Lupu
Director sucursală



Clienți:
6.010



Agenți:
215



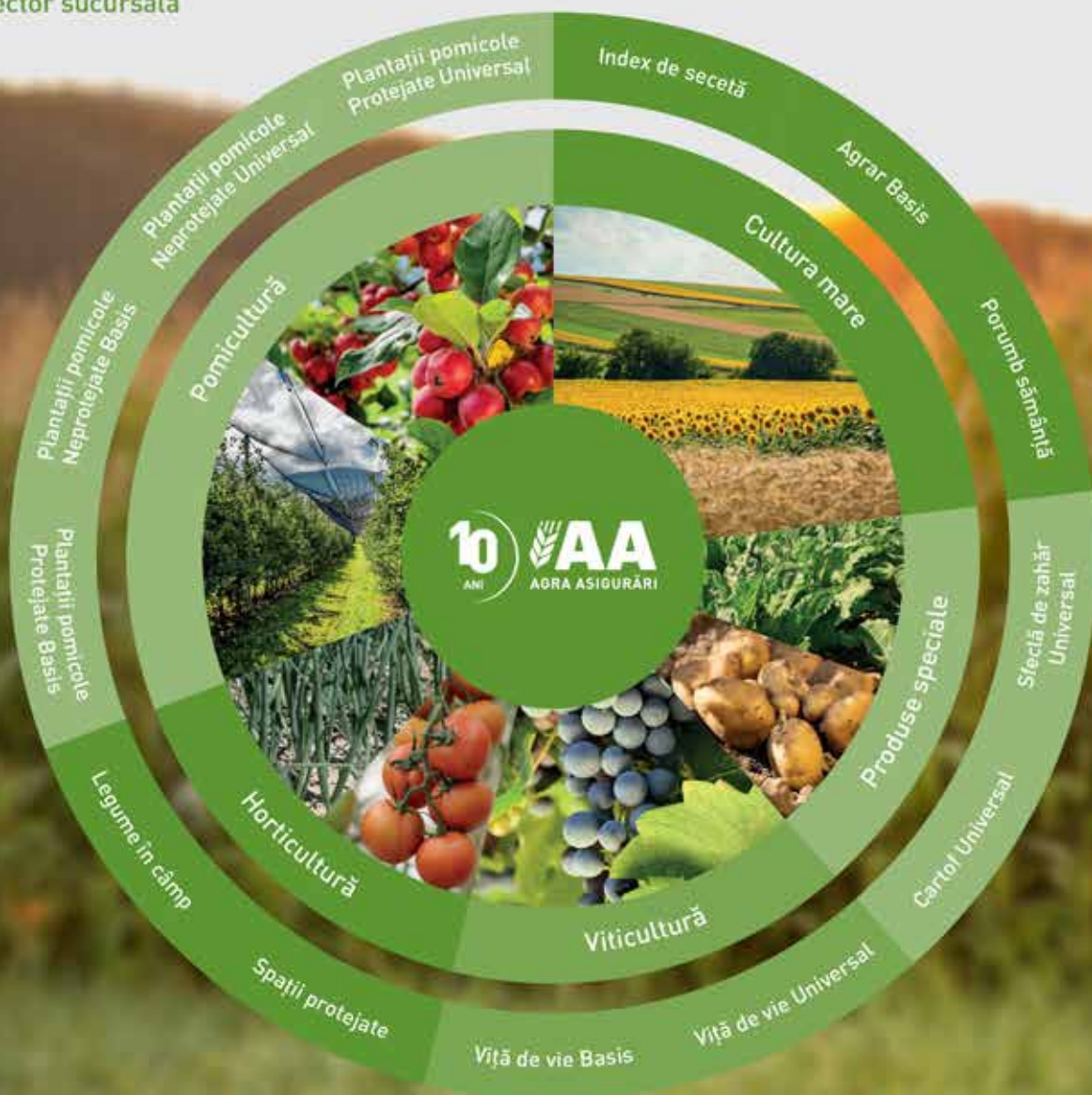
Polite:
8.000



Suprafața asigurată
în hectare:
1.762.000



Avizări de daună*:
21.500



*2016-2026, la data de 12.08.2026



100% digitalizare

10 ani de inovație și transformare digitală, pentru o experiență de asigurare mai simplă, rapidă și complet online.

Alături de fermieri indiferent de vreme și vremuri.

✉ office@agraasigurari.ro ☎ +40 729 033 313 🌐 www.agraasigurari.ro





Ștefan STAVROSITU

CEO, BCR Asigurări de Viață VIG

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Tehnologia și inteligența artificială transformă rapid industria asigurărilor, iar beneficiul cel mai important pentru clienți este simplificarea experienței. Procesele devin mai rapide, mai accesibile și mai personalizate, de la alegerea unei soluții potrivite până la administrarea poliței sau plata unei indemnizații. În același timp, tehnologia ne permite să

înțelegem mai bine nevoile clienților și să dezvoltăm produse și servicii adaptate fiecărei etape de viață.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

În prezent, cea mai importantă investiție tehnologică a companiei este un amplu proiect de dezvoltare IT, aflat în implementare. Este un proiect construit în jurul nevoilor clienților și ale echipelor noastre, care va permite o experiență mai simplă, mai rapidă și mai personalizată, un model „tailor-made”, adaptat fiecărui client. Prin această investiție ne propunem să eficientizăm procesele și să oferim servicii tot mai relevante, păstrând în același timp relația umană în centrul interacțiunii cu clienții.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

Privind spre următorii cinci ani, cred că tehnologia și inteligența artificială vor continua să transforme industria asigurărilor, însă rolul lor va fi acela de a susține relația dintre companie și client, nu de a o înlocui. Într-un domeniu construit pe încredere, empatie și responsabilitate, oamenii vor rămâne întotdeauna în centrul experienței. Tehnologia ne va ajuta să fim mai rapizi, mai eficienți și mai aproape de clienți, oferindu-le acces mai simplu la informații și servicii, astfel încât echipele noastre să se poată concentra pe ceea ce contează cu adevărat: înțelegerea nevoilor fiecărui client și oferirea de soluții relevante, într-o relație bazată pe încredere și sprijin pe termen lung. Cred că viitorul aparține companiilor care reușesc să îmbine inovația cu componenta umană, transformând tehnologia într-un liant care apropie oamenii, nu îi îndepărtează.

DE VIATA
BCR ASIGURARI
VIENNA INSURANCE GROUP



Mihaela DRUGĂ

Membru Directorat, SIGNAL IDUNA

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Piața asigurărilor din România trece printr-o schimbare structurală, iar digitalizarea nu mai este un diferențiator, ci o așteptare de bază a clienților.

Inteligența artificială transformă astăzi întregul lanț valoric al unei companii de asigurări, de la subscriere și administrarea polițelor până la procesarea daunelor. Vorbim despre procese care până de curând durau zile și care acum se rezolvă în câteva minute. Nu este doar o chestiune de eficiență internă, ci o schimbare fundamentală a experienței pe care o poate oferi un asigurător.

Pentru clienți, cele mai importante beneficii se traduc în accesibilitate, transparență și autonomie. Clientul de astăzi își poate achiziționa și gestiona singur polița, își poate face programările sau își poate solicita rambursările direct din aplicație, fără deplasări și fără documente pe hârtie. Are vizibilitate în timp real asupra statusului solicitărilor sale și control asupra propriei relații cu asigurătorul. Acesta este, în esență, sensul digitalizării, și anume să punem clientul în centrul procesului, nu la capătul lui.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Fără îndoială, integrarea agenților AI în administrarea polițelor de grup de sănătate, un proiect dezvoltat în parteneriat cu FlowX.AI. Este un proiect care a demonstrat, dincolo de orice discuție teoretică, faptul că inteligența artificială poate genera valoare reală și măsurabilă în activitatea operațională a unui asigurător.

Acest proiect este însă doar începutul. Pregătim extinderea către alte arii și derulăm în prezent mai multe inițiative menite să integreze inteligența artificială în toate zonele care influențează experiența și încrederea clienților, de la serviciile de relații cu clienții și managementul daunelor până la digitalizarea completă a fluxurilor operaționale, împreună cu unul dintre cele mai mari lanțuri de clinici medicale din România. Viziunea noastră este ca tehnologia să fie prezentă în fiecare punct de contact cu clientul, discret, dar cu impact vizibil.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

Cred că cea mai profundă transformare va fi trecerea industriei de la despăgubire către prevenție. Asigurătorul viitorului nu mai este doar un plătit de daune, ci un partener activ în sănătatea și siguranța clientului, pe care îl ajută să prevină problemele, nu doar să le acopere financiar atunci când apar.

În al doilea rând, vom vedea produse tot mai personalizate, construite pe date și adaptate nevoilor reale ale fiecărui client, precum și ecosisteme integrate de servicii care merg mult dincolo de polița clasică, dinspre sănătate și mobilitate până la wellbeing și servicii conectate care însoțesc clientul în viața de zi cu zi.

Tehnologia va fi, fără îndoială, motorul acestei transformări. Dar sunt convinsă că, oricât de avansate vor deveni instrumentele noastre, încrederea rămâne moneda de bază a acestei industrii. Încrederea nu se construiește prin algoritmi, ci prin oameni, prin promisiuni respectate, prin empatie în momentele dificile și prin responsabilitatea cu care folosim tehnologia în beneficiul clientului.

SIGNAL IDUNA





Anca VERESCU

Director General, FGA

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea FGA și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pentru asigurați?

Pentru Fondul de Garantare a Asiguraților, tehnologia reprezintă un element esențial al procesului de modernizare instituțională și un instrument direct de sprijin pentru îndeplinirea misiunii sale principale: protejarea asiguraților, beneficiarilor asigurărilor, persoanelor păgubite și a celorlalți creditori de asigurare.

Strategia FGA plasează digitalizarea în centrul obiectivului de întărire a capacității instituționale și de consolidare a Fondului. În același timp, tehnologia susține și celelalte direcții strategice ale instituției: consolidarea guvernantei, creșterea transparenței, îmbunătățirea proceselor de gestionare a cererilor de plată și comunicarea proactivă cu creditorii de asigurare.

În ultimii ani, FGA a demarat un proces amplu de transformare digitală, prin implementarea unei aplicații informatice, dezvoltarea Portalului FGA, digitalizarea registraturii, fluxurilor de petiții și introducerea fluxului electronic de instrumentare a cererilor de plată. Aceste dezvoltări au creat premisele unei activități predictibile, mai bine monitorizate și mai eficiente.

Pentru creditorii de asigurare, beneficiile sunt concrete: acces facil la informații, reducerea dependenței de documentele transmise în format letric, o evidență clară a solicitărilor, trasabilitate sporită și comunicare mai rapidă cu instituția. Prin continuarea proiectului privind dosarul de daună electronic, dezvoltarea corespondenței electronice și modernizarea sistemelor de informare privind stadiul cererilor de plată, FGA urmărește simplificarea interacțiunii cu publicul și reducerea timpilor administrativi.

Inteligența artificială este privită ca o etapă firească a acestei transformări digitale. Într-o primă fază, soluțiile asistate de AI pot sprijini activitatea de informare, relația cu publicul, call-center-ul, structurarea întrebărilor frecvente, identificarea

temelor recurente din petiții și orientarea utilizatorilor către informații corecte și actualizate. Aceste instrumente nu înlocuiesc analiza de specialitate și decizia administrativă, ci pot susține specialiștii FGA prin reducerea activităților repetitive și prin creșterea capacității de răspuns a instituției.

Prin urmare, tehnologia și inteligența artificială contribuie la o instituție mai accesibilă, mai transparentă și mai eficientă, capabilă să răspundă mai bine așteptărilor publicului și să consolideze încrederea în mecanismul de garantare din domeniul asigurărilor.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează FGA, care ar fi acesta?

Cel mai relevant proiect tehnologic pentru transformarea activității FGA este implementarea aplicației informatice de gestionare a activității. Acest proiect a fost inițiat ca răspuns la creșterea volumului de activitate al Fondului și la nevoia de dezvoltare a unor fluxuri digitale, integrate și mai ușor de urmărit/monitorizat.

Aplicația reprezintă un element central al procesului de digitalizare prevăzut în strategia FGA. Prin modulele dezvoltate până în prezent - Portal, Registratură, Petiții, fluxul de instrumentare a cererilor de plată și gestionarea litigiilor - FGA a trecut de la procese preponderent manuale către fluxuri digitale care permit o mai bună evidență, monitorizare și coordonare a activității.

Prin integrarea modului de gestionare a litigiilor în aplicația de gestionare a cererilor de plată, FGA a consolidat legătura dintre dosarele aflate pe rolul instanțelor și cererile analizate, asigurând o evidență unitară, o monitorizare mai eficientă și o reluare mai rapidă în instrumentare a cererilor influențate de soluțiile judecătorești.

Totodată, FGA a dezvoltat și integrat în aplicație fluxul specific de instrumentare aferent aplicării Directivei 2021/2118, astfel încât noile cerințe legislative, inclusiv cele privind cererile RCA, termenele de soluționare și colaborarea cu organismele similare din Uniunea Europeană, să fie reflectate într-un circuit operațional distinct, clar și trasabil.

Impactul intern este semnificativ. Aplicația permite standardizarea fluxurilor, repartizarea mai clară a solicitărilor, urmărirea stadiilor de analiză, creșterea trasabilității documentelor și reducerea riscurilor operaționale. De asemenea, platforma creează cadrul pentru dezvoltări viitoare importante, automatizarea unor operațiuni financiar-contabile, integrarea cu alte sisteme informatice și crearea unor fluxuri dedicate ca urmare a modificărilor legislative.

Din perspectiva creditorilor de asigurare, impactul se traduce printr-o relație mai clară și mai predictibilă cu FGA.

În același timp, proiectul este strâns legat de obiectivul privind îmbunătățirea proceselor de gestionare a cererilor de plată. Prin digitalizare, FGA urmărește reducerea corespondenței în format letric, dezvoltarea comunicării electronice, simplificarea proceselor, identificarea problemelor operaționale și implementarea celor mai bune practici în relația cu petenții.

Citiți interviul integral pe www.1asig.ro!



Florin BARBU

Membru Directorat UNIQA Asigurări de Viață

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială modul în care funcționează piața asigurărilor din România și care credeți că sunt cele mai importante beneficii pentru clienți?

Transformarea pieței de asigurări începe de la un adevăr simplu: clienții nu mai compară asigurătorii între ei, ci cu cele mai bune experiențe digitale pe care le au zilnic. În acest context, tehnologia și inteligența artificială devin esențiale pentru a transforma timpul de așteptare în timp câștigat. Beneficiile sunt concrete: acces simplificat la produse, despăgubiri rapide, servicii disponibile permanent și soluții

tot mai bine adaptate nevoilor individuale. Este însă important să nu pierdem din vedere faptul că inovația trebuie utilizată și livrată responsabil, cu respect pentru protecția datelor și a consumatorilor.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Pornind de la strategia UNIQA, au fost multe proiecte tehnologice realizate în ultimii ani, care ne-au dus mai aproape de nevoile clientului. Aș nominaliza însă ca proiect definitoriu digitalizarea procesului de daune, momentul care contează cel mai mult pentru client. Aici se construiește, de fapt, încrederea. Prin integrarea tehnologiilor moderne și dezvoltarea chatbot-ului ANA, am simplificat interacțiunea și am redus semnificativ timpii de răspuns, contribuind la creșterea satisfacției clienților și la setarea unui nou standard de eficiență în piață.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va arăta viitorul asigurărilor și ce rol va avea tehnologia în evoluția acestui sector?

În următorii ani, tehnologia va contribui major la evoluția sectorului de asigurări. Inteligența artificială nu va înlocui oamenii din asigurări, ci va deveni copilotul protecției. Așa cum în aviație un copilot asistă permanent pilotul, AI va ajuta atât clientul, cât și consultantul să ia decizii mai rapide, mai informate și mai personalizate. În paralel, așteptările vor continua să fie modelate de experiențele din retail, tech sau servicii financiare, iar granițele dintre industrii vor deveni tot mai fluide. Cred că viitorul va aparține companiilor care reușesc să combine expertiza solidă în gestionarea riscurilor cu agilitatea tehnologică, livrând servicii simple, rapide și relevante. Nu vorbim doar despre digitalizare, ci despre o redefinire a modului în care este construită și oferită protecția la nivelul industriei asigurărilor.



xprimm
STIRI

Săptămânal, în fiecare vineri

cele mai noi informații

din asigurări

Abonează-te gratuit pe
www.1asig.ro





Marius LASLO

Director Executiv, DESTINE Broker

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă activitatea de brokeraj în asigurări într-un mod profund, iar pentru DESTINE Broker această transformare înseamnă, înainte de toate, capacitatea de a fi mai aproape de client, mai rapid și mai relevant în recomandările oferite.

Într-o companie cu o rețea extinsă de consultanți și cu un portofoliu divers de produse pentru persoane fizice și juridice, tehnologia ne ajută să simplificăm procesele, să reducem timpul de răspuns și să oferim clienților acces mai ușor la soluții potrivite nevoilor lor. Inteligența artificială poate sprijini brokerul în analiza datelor, identificarea riscurilor, compararea ofertelor și prioritizarea situațiilor care necesită atenție rapidă.

Pentru client, beneficiile sunt foarte concrete: primește informații mai clare, soluții mai bine adaptate, timp de răspuns mai scurt și o experiență mai simplă. În același timp, tehnologia aduce mai multă transparență în procesul de alegere a unei polițe și contribuie la o relație mai eficientă între client, broker și asigurător.

Cred însă că, în asigurări, tehnologia nu poate înlocui relația umană. La DESTINE Broker, rolul brokerului rămâne esențial: acela de consultant de încredere, care explică, interpretează și recomandă responsabil. AI-ul poate procesa informații, dar brokerul este cel care înțelege contextul personal sau de business al clientului și transformă datele într-o soluție potrivită.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Un proiect tehnologic foarte important pentru DESTINE Broker este dezvoltarea unui chatbot intern dedicat asistenților în brokeraj. Este un proiect care poate schimba semnificativ modul în care lucrăm, pentru că oferă suport rapid, structurat și ușor de accesat în activitatea de zi cu zi.

Într-o rețea extinsă de brokeri și asistenți în brokeraj, accesul rapid la informații corecte este esențial. Chatbotul poate ajuta echipa să găsească mai repede răspunsuri despre proceduri, produse, pași operaționali, documente necesare sau situații frecvente întâlnite în relația cu clienții. Astfel, reduce timpul petrecut căutând informații și contribuie la o mai bună standardizare a modului de lucru.

Pentru asistenții în brokeraj, acest instrument înseamnă sprijin permanent și mai multă eficiență. Pentru companie, înseamnă procese mai clare, comunicare internă mai rapidă și o capacitate mai bună de a susține rețeaua la scară largă. Iar pentru clienți, beneficiul final este un serviciu mai prompt, mai coerent și mai bine informat.

Cred că valoarea acestui proiect stă în faptul că inteligența artificială nu înlocuiește oamenii, ci îi ajută să lucreze mai bine. Chatbotul devine un asistent digital pentru echipă, în timp ce brokerul și asistentul în brokeraj rămân cei care construiesc relația cu clientul, explică soluțiile și oferă consultanță responsabilă.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

În următorii cinci ani, rolul brokerului va deveni mai consultativ, mai specializat și mai orientat spre analiza riscurilor. Tehnologia va prelua tot mai multe activități repetitive, iar inteligența artificială va accelera procesele de analiză, ofertare și administrare. Însă, pe măsură ce piața devine mai digitală, nevoia de încredere, explicație și consiliere personalizată va deveni chiar mai importantă.

Brokerul viitorului nu va fi doar un intermediar între client și asigurător, ci un consultant care folosește tehnologia pentru a lua decizii mai bune și pentru a oferi recomandări mai relevante. Va trebui să înțeleagă datele, să utilizeze instrumentele digitale și să explice clientului, într-un limbaj clar, care sunt opțiunile, avantajele, limitele și riscurile fiecărei soluții.

Pentru DESTINE Broker, această evoluție reprezintă o oportunitate. O companie cu experiență, rețea extinsă și orientare către client poate folosi tehnologia pentru a crește calitatea serviciilor și pentru a consolida rolul brokerului ca partener de încredere. Cred că piața va recompensa brokerii care vor reuși să îmbine profesionalismul, etica, adaptarea digitală și relația umană.

Inteligența artificială va deveni un sprijin important, dar diferența o vor face în continuare oamenii: brokerii care știu să asculte, să explice și să construiască relații pe termen lung cu clienții.



Cerasela CHIRIAC

Conducător Executiv, INTER Broker

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

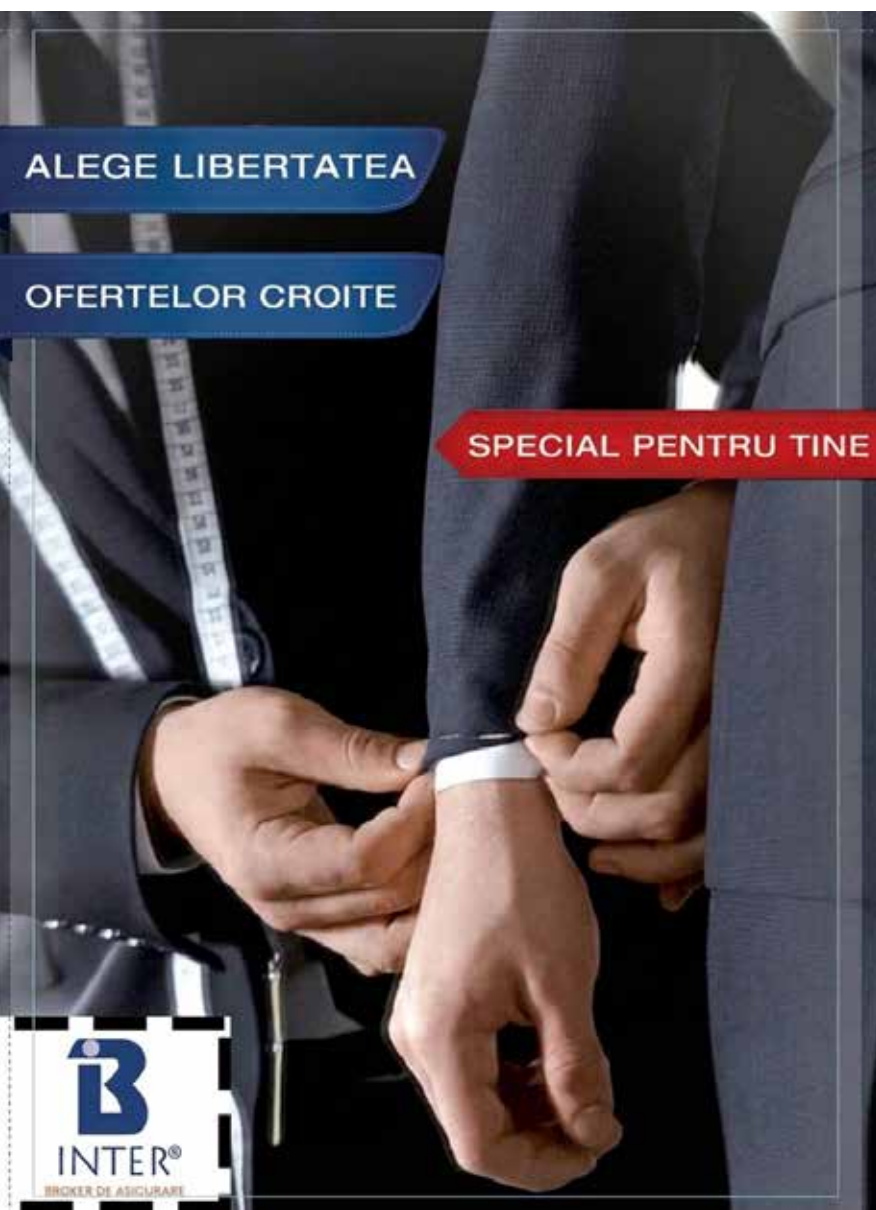
Tehnologia și inteligența artificială preiau sarcinile repetitive și simplifică procesele operaționale, oferindu-le clienților acces 24/7, ofertare instantă, produse personalizate și un timp de răspuns considerabil redus la emitere și la gestionarea daunelor.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Migrarea către platforma Insuretech a schimbat semnificativ modul nostru de lucru, deoarece a unificat fluxurile operaționale într-un singur ecosistem digital modern, automatizând procesele și permițând echipei noastre să se dedice consultanței de calitate.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Brokerul nu va fi înlocuit de tehnologie, ci brokerul care folosește tehnologia îi va lua locul celui care o ignoră, evoluând din simplu intermediar într-un consultant strategic de risc ce îmbină instrumentele digitale cu empatia și expertiza umană.



ALEGE LIBERTATEA

OFERTELOR CROITE

SPECIAL PENTRU TINE



Fabian TATOMIRESCU

Director General Adjunct, CAMPION Broker

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

În acest moment, este încă dificil de cuantificat cu exactitate valoarea adăugată pe care inteligența artificială o aduce activității de brokeraj. Promisiunea unei eficientizări semnificative există, însă, în multe situații, rezultatele obținute nu justifică încă pe deplin costurile ridicate de implementare și operare ale acestor tehnologii.

Vedem însă un potențial real în utilizarea inteligenței artificiale ca instrument de copilotaj al vânzării consultative. AI poate ajuta brokerul să structureze mai bine informațiile, să analizeze mai rapid opțiunile disponibile și să prezinte clientului explicații mai clare, mai relevante și mai apropiate de nevoile sale reale.

Pentru client, beneficiul principal nu este neapărat automatizarea interacțiunii, ci creșterea calității acesteia: acces mai rapid la informații, comparații mai ușor de înțeles și recomandări mai bine contextualizate. În asigurări, tehnologia trebuie să simplifice complexitatea, fără să elimine componenta umană care generează încredere.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Aș alege proiectul nostru integrat de digitalizare a educației și dezvoltării forței de vânzări. Acesta reunește cursurile clasice, modulele de învățare online și instrumentele de tip gamified sales într-un proces coerent și scalabil.

Am observat că investițiile constante în pregătirea oamenilor produc rezultate concrete. Tehnologia ne permite să distribuim mai rapid informația, să standardizăm anumite bune practici și să transformăm învățarea dintr-o activitate punctuală într-un proces continuu.

Elementele de gamificare au avut, la rândul lor, un rol important în creșterea gradului de implicare și în transpunerea mai rapidă a cunoștințelor în activitatea comercială. Impactul nu se vede doar în performanța forței de vânzări, ci și în calitatea dialogului cu clientul și în capacitatea consultanților de a explica mai clar produsele și riscurile acoperite.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Observăm inclusiv în discursul marilor companii de tehnologie o schimbare de perspectivă: de la ideea automatizării complete către cea a activității asistate de inteligența artificială. Cred că această evoluție va fi cu atât mai evidentă în asigurări, un domeniu în care relația de încredere și responsabilitatea recomandării au o importanță fundamentală.

În următorii cinci ani, asistentul în brokeraj nu va dispărea, însă rolul său se va transforma. Va petrece mai puțin timp cu activități repetitive și administrative și mai mult timp înțelegând contextul clientului, explicând diferențele dintre soluții și construind recomandări relevante.

Asistentul în brokeraj va deveni tot mai mult un consultant asistat de tehnologie. Inteligența artificială îl va ajuta să proceseze informații, să identifice mai rapid alternative și să personalizeze interacțiunea, dar omul va continua să fie cel care validează recomandarea și girează încrederea în procesul de vânzare consultativă.

Aș reitiera o idee pe care am susținut-o și cu alte ocazii: nu inteligența artificială va înlocui omul, ci omul care știe să utilizeze inteligența artificială îl va înlocui pe cel care nu o folosește.



Valentin COROIU

Director General, BT Broker

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă fundamental modul în care funcționează industria de brokeraj. Ele ne permit să lucrăm mai rapid, mai eficient și mai aproape de nevoile clienților, prin digitalizarea proceselor și accesul instant la informații relevante.

Pentru clienți, beneficiile sunt evidente: rapiditate, transparență și soluții mai bine personalizate. În același timp, brokerul câștigă timp pentru ceea ce contează cu adevărat: consultanță, înțelegerea nevoilor reale ale clientului și construirea unei relații de încredere.

În privința inteligenței artificiale, consider că suntem abia la începutul unui proces care va genera schimbări majore în industrie. Oportunitățile sunt foarte mari, însă este important să păstrăm un echilibru între entuziasmul pentru inovație și prudența necesară oricărei tehnologii noi. Al trebuie testată, monitorizată și integrată gradual, astfel încât beneficiile să fie maximizate, iar riscurile să fie gestionate corespunzător. În final, tehnologia poate amplifica valoarea pe care o aduce brokerul, dar nu poate înlocui expertiza și relația umană care stau la baza unei consultanțe de calitate.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg un singur proiect care a schimbat semnificativ modul în care operăm, acesta ar fi optimizarea

platformei noastre de ofertare și emitere pentru clienții de leasing. A fost un pas strategic în procesul de transformare digitală a companiei, prin care am reușit să automatizăm procese esențiale, să simplificăm interacțiunea cu clienții și să creștem eficiența operațională la nivelul întregii organizații.

Impactul a fost imediat. Clienții beneficiază astăzi de un proces rapid, simplu și transparent, având acces facil la oferte și la informațiile necesare pentru a lua decizii informate. În același timp, automatizarea ne-a permis să reducem semnificativ activitățile manuale, să diminuăm riscurile operaționale și să creștem nivelul de acuratețe și consistență al serviciilor pe care le oferim.

Digitalizarea nu este un proiect cu un punct final, ci un proces continuu. Investim constant în modernizarea platformelor și evaluăm permanent soluții inovatoare care pot aduce valoare adăugată clientului, inclusiv în zona de inteligență artificială. Obiectivul nostru este să rămânem în avangarda evoluției tehnologice și să transformăm aceste inovații în beneficii concrete pentru partenerii și clienții noștri.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Cel mai probabil, în următorii cinci ani, vom asista la o redefinire a rolului brokerului, concomitent cu o creștere a importanței acestuia. Tehnologia și inteligența artificială vor prelua tot mai multe activități administrative, redundante și de procesare a informațiilor, contribuind la creșterea eficienței și la simplificarea interacțiunii cu clienții.

Pe măsură ce aceste instrumente devin tot mai performante, valoarea adusă de broker se va concentra și mai mult în zona de consultanță, expertiză și înțelegere a nevoilor specifice ale clientului. Acest lucru va fi și mai evident în segmentul corporate și/sau în cazul produselor cu un grad ridicat de complexitate, unde deciziile nu pot fi luate exclusiv pe baza unor algoritmi sau comparații automate.

Tehnologia și inteligența artificială vor oferi acces mai rapid la informații, analize mai relevante și o capacitate mai bună de personalizare a soluțiilor, permițând brokerului să aloce mai mult timp activităților cu valoare adăugată ridicată pentru client.

În final, diferența o va face capacitatea de a combina eficiența tehnologiei cu judecata profesională, experiența și relația de încredere construită cu clientul. Cu cât mediul de afaceri și riscurile devin mai complexe, cu atât rolul brokerului ca partener de consultanță și management al riscului va deveni mai important. Tehnologia va amplifica această valoare, dar factorul uman va rămâne esențial în procesul de luare a deciziilor.



BT Broker de Asigurare®
Grupul Financiar Banca Transilvania



Ștefan PRIGOREANU

CEO, MILLENIUM Insurance Broker

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

În ceea ce privește activitatea de brokeraj, s-a dovedit deja că tehnologia aduce un mare plus în tot ceea ce ține de eficientizarea interacțiunii cu clienții, dar și în operațiuni. S-ar

părea că și inteligența artificială poate aduce un mare plus brokerilor de asigurare, atât pe plan intern, pentru operațiuni, cât și extern, pentru interacțiunea cu clienții. Dacă vorbim de impactul direct asupra clienților care accesează direct asigurări sau folosesc inteligența artificială pentru a analiza sau alege cea mai bună soluție, atunci efectele pot fi în egală măsură benefice, sau nu. Inteligența artificială nu poate înlocui un broker cu experiență, și chiar dacă ar putea să o facă, AI-ul nu răspunde pentru recomandările făcute.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Au fost multiple proiecte tehnologice de impact, care au contribuit la modul în care lucrăm acum, nu a avut loc o revoluție. Probabil că urmează una, dar nu pot devoala detalii.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Așa cum am răspuns la prima întrebare, tehnologia și AI-ul vor schimba semnificativ modul în care brokerii vor putea oferi consultanță și servicii clienților: mai complex, dar mai rapid, mai pe înțelesul tuturor, succint și bine documentat. Nu vedem o amenințare în AI, ci un posibil ajutor semnificativ. Rămâne de văzut în ce măsură va influența și clienții...

Tehnologia ne conectează,

însă oamenii dau valoare conexiunilor!



Conectați la piață.

Pregătiți pentru viitor.





Gheorghe GRAD

Country Manager, RENOMIA România

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

Tehnologia și inteligența artificială transformă în mod benefic activitatea de brokeraj, mutând accentul de la procese manuale și tranzacții reactive către servicii proactive, personalizate și eficiente. În cadrul RENOMIA România, adoptăm cu consecvență soluții digitale care automatizează sarcinile repetitive (evaluare inițială a riscurilor, procesare documente, emitere oferte standardizate, analiză comparativă de oferte, evaluare risc cibernetic, expunere la riscuri Nat Cat și multe altele), ceea ce reduce timpul de răspuns și riscul de eroare umană.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Din multitudinea de proiecte existente în prezent în piață, RENOMIA România are implementat sau în dezvoltare avansată tot ceea ce contează cu adevărat pentru derularea eficientă și în interesul clientului a activității profesionale. Vedem esențială pentru clienți personalizarea ofertei: algoritmii de machine learning pot segmenta portofoliile și

pot recomanda produse adaptate profilului de risc, istoricului și nevoilor fiecărui client, optimizând raportul cost/beneficiu. În perspectivă, investițiile continue în tehnologie ne vor permite să oferim soluții din ce în ce mai predictive și integrate, menținând totodată un rol consultativ uman - esențial pentru încrederea și relația pe termen lung cu clienții.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Privind spre următorii cinci ani, considerăm că rolul brokerului va evolua în trei direcții complementare: consultanță strategică cu valoare adăugată, orchestrator de soluții digitale și garant al încrederii. Tehnologia și IA vor prelua multe sarcini operaționale, dar vor și amplifica rolurile în care brokerii aduc cea mai mare valoare.

Brokerii vor deveni și își vor lua în serios tot mai mult rolul de consultanți de risc, folosind insight-urile generate de analytics și IA pentru a oferi soluții personalizate pe orizonturi mai largi (gestionarea riscurilor operaționale, continuitatea afacerii, transfer alternativ de risc).

Deciziile vor fi orientate de date: brokerii vor interpreta modele predictive și scenarii de risc pentru a recomanda pachete de acoperire optimizate din punct de vedere cost/beneficiu, inclusiv soluții hibride (asigurare tradițională combinată cu instrumente de risc parametric și/sau transfer de risc financiar).

Brokerul va coordona ecosisteme: integrarea produselor asigurătorilor, furnizorilor de telemetrie, platformelor de management al riscului și aplicațiilor client va necesita roluri de integrare și design al serviciului - brokerii vor selecta, combina și configura soluții tehnologice pentru client. Procesele de rutină (cotare, bind, emitere poliță standard) vor fi complet automatizate; brokerii vor folosi acești timpi câștigați pentru activități cu valoare adăugată: negociere condiții, structurare de polițe complexe, dezvoltare de programe captive sau facultative.

Pe măsură ce tehnologia IA devine mai folosită în subscriere și analiză, clienții vor căuta transparență, explicații și validare. Brokerii vor juca rolul de mediator: explică raționamentul modelelor, verifică rezultatele și asigură conformitatea cu reglementările și bunele practici. Managementul datelor și securitatea vor fi esențiale. Brokerii vor trebui să asigure guvernare, consimțământ și bune practici în utilizarea datelor clienților.

RENOMIA



Otilia PETRARIU

Director General, CONSULTANT AA Broker

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

Cred că cel mai mare câștig pe care tehnologia și inteligența artificială îl aduc în brokeraj este timpul. Iar timpul este, probabil, cea mai valoroasă resursă pe care o avem. Astăzi avem acces aproape instantaneu la informațiile de care avem nevoie, putem compara mai rapid soluțiile existente în piață, multe procese administrative sunt automatizate, iar tot mai multe operațiuni - inclusiv deschiderea online a dosarelor de daună - se desfășoară mult mai simplu și mai rapid.

În același timp, tehnologia contribuie la reducerea erorilor umane și ajută la identificarea mai eficientă a tentativelor de fraudă, ceea ce înseamnă mai multă siguranță atât pentru companii, cât și pentru clienți.

Inteligența artificială a devenit deja un adevărat asistent personal pentru intermediarul în asigurări. Ne ajută să găsim rapid informații, să analizăm riscuri, să pregătim oferte și prezentări, să răspundem mai repede întrebărilor clienților și să oferim consultanță mai bine fundamentată. Toate acestea îi oferă consultantului mai multă încredere și îi permit să fie mai bine pregătit în dialogul cu clientul.

Însă, adevărata valoare nu este viteza în sine. Valoarea este faptul că tehnologia ne eliberează de activitățile repetitive și ne oferă mai mult timp pentru ceea ce niciun algoritm nu poate face în locul nostru (cel puțin deocamdată): să ascultăm clientul, să-i înțelegem nevoile, să construim o relație bazată pe încredere.

Tehnologia simplifică tranzacția, iar brokerul aduce valoare prin consultanță.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg un singur proiect, aș spune că este digitalizarea și automatizarea fluxurilor de lucru, prin integrarea mai multor baze de date și utilizarea inteligenței artificiale în activitatea de zi cu zi. De exemplu, astăzi, atunci când introducem în sistem numărul de înmatriculare sau seria de șasiu a unui autovehicul, celelalte informații se completează automat prin interconectarea bazelor de date. Este un proces care reduce semnificativ timpul de lucru și elimină multe dintre erorile generate de introducerea manuală a datelor.

Un alt proiect aflat în implementare este preluarea automată a datelor din documentele clientului. Practic, documentele sunt scanate, iar informațiile relevante sunt extrase și transferate automat în sistem, fără a mai fi necesară introducerea lor manuală. Pentru colegii din vânzări, acest lucru înseamnă mai puțin timp petrecut în fața calculatorului și mai mult timp dedicat relației cu clientul.

În paralel, dezvoltăm tot mai mult componenta de vânzare online, astfel încât clienții să poată încheia anumite tipuri de asigurări rapid și simplu, atunci când își doresc acest lucru. Însă și aici consider că tehnologia nu înlocuiește brokerul, ci îi completează activitatea.

Obiectivul nostru nu este să digitalizăm relația cu clientul, ci să digitalizăm birocrația, astfel încât oamenii noștri să aibă mai mult timp pentru ceea ce contează cu adevărat: consultanța.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Cred că brokerul viitorului va fi mai puțin un intermediar și mult mai mult un consultant strategic de risc. Pe măsură ce informația devine accesibilă tuturor, adevărata diferență nu va mai fi cine are acces la informație, ci cine știe să o interpreteze și să o transforme în decizii adecvate pentru client.

Tehnologia va face produsele mai accesibile. Inteligența artificială va răspunde la întrebări. Dar niciuna dintre ele nu va putea înțelege în totalitate contextul unei afaceri, obiectivele antreprenorului sau emoțiile unui client aflat într-un moment dificil.

De aceea cred că viitorul aparține brokerilor care investesc continuu în educație și formare profesională, în competențe și în dezvoltarea relațiilor cu clienții.

Inteligența artificială nu va înlocui brokerii. Dar brokerii care folosesc inteligența artificială îi vor înlocui pe cei care aleg să o ignore. Iar succesul va aparține celor care vor reuși să îmbine tehnologia cu empatia, competența și responsabilitatea umană.



Alexandru APOSTOL

Director General, MaxyGo Broker

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

Dacă în trecut accentul era pus în principal pe intermediere și pe activitățile administrative, astăzi ne concentrăm tot mai mult pe consultanță și pe oferirea unei experiențe rapide, personalizate și eficiente pentru clienți.

MaxyGo vede tehnologia ca pe un instrument care simplifică procesele și ne permite să răspundem mai bine nevoilor pieței. Prin digitalizare și automatizare reducem timpul de răspuns, optimizăm fluxurile interne și oferim acces mai rapid la informații și soluții relevante.

Inteligența artificială contribuie la analiza datelor, identificarea celor mai potrivite opțiuni și anticiparea nevoilor clienților. În același timp, cred că relația umană rămâne esențială. Clienții au nevoie de un partener de încredere care să îi consilieze în luarea unor decizii importante, iar tehnologia completează această expertiză, nu o înlocuiește.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania noastră, acesta este mutarea activității de distribuție pe platforma Insuretech, începând cu 1 iulie 2023. A fost un pas strategic în procesul nostru de transformare digitală. Insuretech este o aplicație complexă și inovatoare, care răspunde foarte bine cerințelor actuale ale pieței de brokeraj în asigurări. Platforma integrează într-un singur ecosistem procesele esențiale ale activității noastre, simplificând fluxurile operaționale și reducând semnificativ timpul alocat activităților administrative.

Pentru asistenții în brokeraj, aplicația Insuretech reprezintă un instrument de lucru inteligent, intuitiv și eficient, care automatizează numeroase procese și facilitează accesul rapid la informații relevante. Acest lucru le permite să se concentreze mai mult pe consultanța oferită clienților și pe dezvoltarea relațiilor cu aceștia, în loc să aloce timp operațiunilor repetitive.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Cred că brokerul viitorului va fi un consultant cu un nivel ridicat de expertiză, susținut de tehnologie și de instrumente bazate pe inteligență artificială. Automatizarea va prelua procesele repetitive, însă deciziile complexe, înțelegerea riscurilor și construirea unor soluții personalizate vor rămâne responsabilitatea oamenilor.

În următorii cinci ani vom vedea o accelerare a digitalizării și o utilizare tot mai extinsă a inteligenței artificiale în analiza datelor, personalizarea ofertelor și optimizarea serviciilor. În acest context, diferența nu va fi făcută doar de tehnologie, ci de modul în care aceasta este folosită pentru a crea valoare reală pentru client.

În MaxyGo credem că tehnologia trebuie să fie un sprijin pentru oameni, nu un înlocuitor al relației dintre broker și client. Folosim inovația pentru a fi mai eficienți, mai rapizi și mai bine pregătiți, însă valoarea reală vine din experiența echipei, din capacitatea de a înțelege nevoile fiecărui client și din încrederea construită pe termen lung.



Alexandra KONRAD

Country Manager, MediHelp International

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

Tehnologia și inteligența artificială transformă brokerajul dintr-un model bazat în principal pe procese administrative într-unul centrat pe experiența clientului. Automatizarea activităților repetitive, accesul rapid la informații și digitalizarea interacțiunii cu beneficiarii ne permit să oferim servicii mai rapide, mai transparente și mai eficiente.

Din perspectiva MediHelp, cel mai important avantaj este că tehnologia ne oferă mai mult timp pentru ceea ce contează cu adevărat: consultanța. În domeniul asigurărilor medicale private internaționale, fiecare client are nevoi diferite, iar alegerea unei soluții potrivite presupune expertiză și o bună înțelegere a contextului său. Tehnologia nu înlocuiește această relație, ci o susține, eliminând o mare parte din sarcinile administrative și simplificând accesul la servicii.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg un singur proiect, acesta ar fi implementarea platformei CoverGo. Este una dintre cele mai importante investiții pe care le-am făcut în procesul de

transformare digitală a MediHelp și un proiect care a schimbat atât modul în care lucrăm intern, cât și experiența oferită clienților.

Prin CoverGo am digitalizat procese esențiale, de la administrarea polițelor până la gestionarea cererilor de rambursare. Clienții își pot depune online cererile de despăgubire, pot încărca documentele necesare și pot urmări în timp real statusul solicitărilor lor, ceea ce înseamnă mai multă transparență, mai puțin timp pierdut și o experiență mult mai simplă.

La nivel intern, platforma ne-a permis să automatizăm o serie de procese operaționale, să reducem timpul de procesare și să creștem eficiența echipelor noastre. În loc să investim resurse în activități administrative, ne putem concentra mai mult pe consultanță și pe dezvoltarea unor soluții care răspund cât mai bine nevoilor clienților.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

Cred că, în următorii cinci ani, rolul brokerului va deveni mai valoros, nu mai puțin important. Pe măsură ce tehnologia și inteligența artificială vor automatiza procesele administrative și vor facilita accesul la informații, brokerii vor avea mai mult timp să se concentreze pe ceea ce nu poate fi înlocuit de tehnologie: consultanța, relația cu clientul și capacitatea de a oferi soluții adaptate fiecărei situații.

În domeniul asigurărilor medicale private internaționale, alegerea unei polițe nu este o decizie standard. Clienții au profiluri, nevoi și priorități diferite, iar rolul brokerului este să îi ajute să înțeleagă opțiunile disponibile și să ia decizia potrivită. Tehnologia poate furniza informații și poate simplifica procesele, însă empatia, experiența și încrederea rămân elemente esențiale ale acestei relații.

Din această perspectivă, viitorul aparține companiilor care reușesc să combine inovația cu expertiza umană. La MediHelp, vedem tehnologia ca pe un instrument care completează activitatea echipelor noastre și ne ajută să oferim servicii mai eficiente, fără a pierde componenta umană care stă la baza unei consultanțe de calitate.





Georgiana RUSU

Director Executiv, Broker de Asigurare Clubul Fermierilor Români

Cum schimbă tehnologia și inteligența artificială activitatea de brokeraj și care considerați că sunt cele mai importante beneficii pe care le aduc clienților?

Tehnologia și inteligența artificială schimbă semnificativ activitatea și în domeniul asigurărilor, iar unul dintre cele mai vizibile exemple este procesul de constatare și instrumentare a daunelor. Astăzi, tot mai multe etape pot fi realizate digital, ceea ce înseamnă mai puține deplasări și o experiență mult mai simplă și rapidă pentru client.

În asigurările agricole, utilizarea imaginilor satelitare, a dronelor, a aplicațiilor mobile și a altor soluții digitale oferă informații obiective și contribuie la o evaluare mai exactă a suprafețelor afectate și a gradului de deteriorare a culturilor, reducând timpul necesar pentru instrumentarea dosarelor de daună și crescând acuratețea procesului de constatare.

În mod cert, tehnologia oferă o experiență îmbunătățită clienților. Totuși relația cu fermierul și consultanța oferită de broker rămân esențiale. Rolul nostru este să utilizăm aceste tehnologii în interesul clienților și să ne asigurăm că fiecare fermier beneficiază de sprijin și reprezentare pe tot parcursul procesului de gestionare a daunelor.

Dacă ar fi să alegeți un singur proiect tehnologic care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania pe care o conduceți, care ar fi acesta?

Dacă ar fi să aleg un singur proiect care a schimbat semnificativ modul în care funcționează compania, acesta ar fi procesul de digitalizare a activității operaționale. Am început să utilizăm inteligența artificială pentru realizarea unui ecosistem digital care conectează procesele operaționale,

facilitează colaborarea dintre departamente și managementul informațiilor.

Am implementat deja câteva procese cu impact direct asupra eficienței operaționale, precum automatizarea procesării polițelor și a regularizărilor pentru polițele de asigurare a culturilor agricole. Aceste soluții au redus semnificativ timpii de procesare și au diminuat riscul de erori.

În paralel, dezvoltăm o platformă integrată de gestionare a proceselor operaționale, care va oferi vizibilitate în timp real asupra activităților, va standardiza fluxurile de lucru și va susține deciziile bazate pe date. Ne așteptăm ca aceasta să aducă un control operațional mai bun și o predictibilitate crescută, transparență între toate funcțiunile companiei, reducerea timpilor de procesare, raportare în timp real și riscuri operaționale mai reduse.

Din perspectiva mea, digitalizarea proceselor de business este esențială pentru dezvoltarea sustenabilă a unui broker de asigurări. Dincolo de automatizare, aceasta schimbă modul în care colaborăm, luăm decizii și răspundem nevoilor clienților, oferindu-ne agilitatea necesară într-o piață aflată într-o continuă transformare. În același timp, cred că avantajul competitiv nu mai este dat doar de accesul la tehnologie, ci de capacitatea de a o integra inteligent în procesele de business și de a o transforma într-un instrument care generează valoare pentru clienți, parteneri și organizație.

Privind spre următorii 5 ani, cum credeți că va evolua rolul brokerului într-o piață în care tehnologia și inteligența artificială vor deveni tot mai prezente?

În următorii cinci ani, tehnologia și inteligența artificială vor deveni parte integrantă a activității de brokeraj, contribuind la procese mai rapide, mai eficiente și mai bine fundamentate pe date. Însă, într-un domeniu complex precum agricultura, rolul brokerului nu va fi diminuat, ci va evolua către unul și mai puternic de partener strategic al fermierului.

Experiența noastră de 15 ani în asigurări agricole ne-a arătat că fiecare fermă este diferită și că riscurile nu pot fi gestionate prin soluții standard. Fiecare exploatare are propriul model de business, propriile obiective de dezvoltare și se confruntă cu riscuri specifice. De aceea, fermierii nu caută doar o poliță de asigurare, ci un consultant care le înțelege activitatea și îi poate ajuta să ia cele mai bune decizii pentru protejarea și continuitatea afacerii.

La Broker CFRO cunoaștem provocările reale cu care se confruntă agricultura românească, de la efectele schimbărilor climatice până la presiunile economice și financiare, iar această înțelegere ne permite să oferim consultanță relevantă și soluții adaptate fiecărui client.

Credem că viitorul brokerajului nu este despre alegerea între tehnologie și factorul uman, ci despre combinarea lor. Tehnologia va face procesele mai eficiente și mai precise, iar expertiza și relația de încredere construită cu fermierii vor continua să facă diferența. Brokerul va rămâne partenerul care va ghida clienții să ia decizii financiare inteligente și să își protejeze investițiile agricole pe termen lung.

Sub jumătate dintre companiile mici și mijlocii au o poliță care să le protejeze afacerea, ceea ce înseamnă că majoritatea antreprenorilor rămân expuși în fața riscurilor majore. Darius MĂNTOIU, Șef Subscriere, EUROLIFE FFH Asigurări a explicat, într-un interviu pentru revista PRIMM – Asigurări & Pensii, cu ce provocări se confruntă IMM-urile din România și ce soluții le pot oferi asigurările.

„Antreprenorii nu trebuie să mai privească asigurarea ca pe o **cheltuială**, ci ca pe o **strategie de supraviețuire**”.

Interviu cu **Darius MĂNTOIU**, EUROLIFE FFH Asigurări

IMM-urile din România subestimează cel mai mult riscurile care nu se văd, atrage atenția Darius MĂNTOIU, Șef Subscriere, EUROLIFE FFH Asigurări. Iar, în contextul în care sub jumătate dintre companiile mici și mijlocii au o poliță care să le protejeze afacerea, deficitul de protecție rămâne unul important.

Într-un interviu acordat pentru revista PRIMM – Asigurări & Pensii, cu prilejul primei ediții a campaniei de informare “Luna Antreprenorului Protejat”, desfășurată de APPA – Asociația pentru Promovarea Asigurărilor alături de EUROLIFE FFH Asigurări România, Darius MĂNTOIU oferă o perspectivă asupra peisajului riscurilor înfruntate de antreprenorii români astăzi și cum s-a schimbat percepția acestora despre asigurări.

PRIMM: Cât de cunoscute sunt asigurările dedicate companiilor mici și mijlocii în România, astăzi? Ați remarcat schimbări în percepția față de aceste polițe, comparativ cu acum 5 sau 10 ani? Considerați că șocurile continue prin care au trecut, și cotinua să treacă, antreprenorii români - pandemie, inflație, blocaje logistice și schimbări legislative rapide – au avut

impact asupra modului în care sunt percepute aceste asigurări în prezent?

Darius MĂNTOIU: Astăzi, asigurările dedicate IMM-urilor sunt încă insuficient cunoscute în România. Sub jumătate dintre companiile mici și mijlocii au o poliță care să le protejeze afacerea, ceea ce înseamnă că majoritatea antreprenorilor rămân expuși în fața riscurilor majore. Iar dintre cei care au o asigurare, aproape toți se limitează la RCA, în timp ce doar jumătate aleg o asigurare pentru clădiri și bunuri, iar mai puțin de o treime au o poliță de răspundere civilă.

Percepția s-a schimbat totuși față de acum 5 sau 10 ani. Crizele succesive - pandemia, inflația, blocajele logistice, volatilitatea economică - au făcut ca antreprenorii să înțeleagă cât de fragilă poate fi continuitatea unui business. Pentru multe IMM-uri, o întrerupere a activității chiar și pentru câteva zile poate însemna începutul sfârșitului, pentru că lipsa veniturilor creează un dezechilibru pe care puțini îl pot absorbi.

Astăzi, antreprenorii nu trebuie să mai privească asigurarea ca pe o cheltuială, ci ca pe o strategie de supraviețuire. Diferența dintre a spera că nu se va întâmpla nimic și a ști că ești

pregătit a devenit esențială într-un mediu economic în care presiunea pe IMM-uri este mai mare ca oricând.

PRIMM: Care sunt, din perspectiva dumneavoastră, riscurile pe care IMM-urile din România încă le subestimează cel mai mult?

D.M.: IMM-urile din România subestimează cel mai mult riscurile care nu se văd, dar care pot opri o afacere peste noapte. Incendiile, inundațiile, avariile accidentale, furturile sau fenomenele naturale sunt evenimente reale, nu scenarii teoretice - iar multe business-uri descoperă asta abia când este prea târziu.

Cel mai ignorat risc rămâne însă întreruperea activității. Pentru un IMM, câteva zile fără venituri pot însemna dezechilibrul din care nu își mai revine. Iar costurile suplimentare pentru repornirea afacerii, într-un context economic deja fragil, pot transforma un incident minor într-o criză majoră.

Un alt risc subestimat este răspunderea civilă. Mulți antreprenori cred că „nu li se poate întâmpla”, dar realitatea arată altfel: un client care alunecă, un echipament defect, o procedură neclară - toate pot genera



despăgubiri semnificative. Iar diferența dintre un dosar plătit și unul respins ține adesea de lucruri simple, precum mentenanța documentată sau procedurile interne.

Pe scurt, IMM-urile nu subestimează riscurile pentru că nu sunt importante, ci pentru că sunt ocupate să supraviețuiască zilnic. Dar tocmai aceste riscuri „invizibile” sunt cele care pot duce la crize reale în activitate.

PRIMM: Într-un context economic volatil, multe companii mici sunt tentate să reducă bugetele considerate „non-esențiale”. Cum reușiți să convingeți antreprenorii că protecția financiară prin asigurare devine, tocmai în perioade dificile, mai importantă ca oricând?

D.M.: În perioade dificile, antreprenorii sunt tentați să taie exact acolo unde nu ar trebui: la protecția afacerii. Dar realitatea este că, pentru un IMM, o asigurare nu este un cost - este o plasă de

siguranță fără de care orice șoc economic poate deveni fatal.

Astăzi, potrivit statisticilor din domeniu, 77% dintre IMM-urile din România se finanțează din resurse proprii. Asta înseamnă că fiecare leu pierdut într-un incident neprevăzut este un leu scos direct din buzunarul antreprenorului. Iar întreruperea activității, chiar și pentru câteva zile, poate destabiliza complet un business mic, pentru că veniturile dispar, dar cheltuielile rămân.

De aceea, mesajul nostru este simplu: asigurarea nu este o cheltuială, ci o strategie de continuitate. Nu îți protejezi doar clădirea sau echipamentele - îți protejezi capacitatea de a merge mai departe.

Antreprenorii români sunt obișnuiți să lupte cu uriașii: inflație, concurență neloială, costuri în creștere, schimbări legislative. Dar nu trebuie să lupte singuri cu riscurile pe care nu le pot controla.

Aici intervenim noi. Preluăm o parte din povară, astfel încât ei să se concentreze pe ceea ce știu să facă cel mai bine: să-și dezvolte afacerea.

PRIMM: Există un moment în viața unei companii mici în care lipsa unei asigurări poate deveni diferența dintre supraviețuire și închidere? Aveți exemple de situații care v-au rămas în minte?

D.M.: Da, există. Pentru un IMM, acel moment poate veni oricând - și de cele mai multe ori vine fără avertisment. O singură inundație, un scurtcircuit, o avarie sau câteva zile de întrerupere a activității pot face diferența dintre un business care merge mai departe și unul care se oprește definitiv.

Avem exemple care vorbesc de la sine. Un hotel de pe litoral a fost lovit de o inundație care a afectat parchetul, mobilierul și echipamentele. Asigurarea a despăgubit daună la valoarea de 87.000 de euro, ceea ce i-a permis să-și continue activitatea.

Un alt caz: o clădire de birouri din București, unde un geam de fațadă s-a spart accidental. O daună aparent minoră, dar cu costuri de peste 5.700 de euro. Pentru o companie mică, astfel de cheltuieli neplanificate pot destabiliza întregul buget.

PRIMM: Cum arată „peisajul” daunelor plătite de EUROLIFE FFH IMM-urilor din România? Ne puteți da câteva exemple? Care sunt cel mai des întâlnite pagube pentru care plătiți despăgubiri? Care a fost cea mai mare daună despăgubită până acum în 2026?

D.M.: La nivelul Eurolife FFH, portofoliul de daune pe segmentul IMM reflectă foarte bine tipul de riscuri cu care se confruntă în mod real businessurile mici și medii din România: sunt, în majoritate, riscuri operaționale, de zi cu zi, nu neapărat catastrofale.

Cele mai frecvente tipuri de daune pentru care plătim despăgubiri sunt:

- Inundații cauzate de apă de conductă – de exemplu spargeri de țevi sau infiltrații de la vecini
- Avarii accidentale ale echipamentelor (frecvente în clinici, horeca, servicii)
- Spargeri de geamuri sau alte daune minore în spații comerciale

PRIMM: Care sunt cele mai frecvente greșeli pe care le fac IMM-urile atunci când își aleg polițele - și ce riscuri apar din aceste decizii?

D.M.: Cele mai frecvente greșeli pe care le fac IMM-urile sunt, de fapt, destul de simple:

- Se asigură pe sume prea mici – ca să plătească mai puțin
- Acoperă doar riscurile evidente (incendiu, furt) și le ignoră pe cele frecvente
- Nu își asigură continuitatea businessului (pierderea veniturilor dacă se oprește activitatea în urma unui eveniment asigurat)
- Aleg polițe standard, fără să le adapteze la businessul lor

PRIMM: Care sunt cele mai dificile provocări pentru un asigurător atunci când vine vorba despre evaluarea și acoperirea riscurilor companiilor mici? Există domenii care au devenit mai greu de asigurat în ultimii ani?

D.M.: Una dintre provocările majore este comportamentul de risc al IMM-urilor, unde observăm frecvent selecție adversă: companiile apelează la asigurare după apariția unor incidente sau atunci când apare un risc iminent, în timp ce interesul pentru prevenție rămâne redus.

Acest lucru se reflectă și într-un control insuficient al riscului – lipsa sistemelor de detecție a incendiilor, mentenanța deficitară a instalațiilor sau organizarea necorespunzătoare a

spațiilor cresc semnificativ frecvența și severitatea daunelor, atât pe zona de proprietăți, cât și pe întreruperea activității sau răspundere civilă.

În paralel, anumite domenii au devenit mai dificil de asigurat. În producția ușoară, în special în activități precum prelucrarea lemnului, textile sau mase plastice, utilizarea materialelor combustibile, procesele tehnologice și organizarea variabilă a spațiilor de lucru cresc riscul de incendiu și de daune materiale sau față de terți. În același timp, activitățile de depozitare rămân sensibile, în special din cauza riscului ridicat de incendiu și a depozitării neconforme.

În ultimii ani, principala dificultate nu este neapărat lipsa apetitului de risc, ci nevoia de a echilibra corect între accesibilitatea produsului pentru IMM-uri și o evaluare realistă a riscurilor, într-un context în care incertitudinea, volatilitatea și frecvența daunelor sunt în creștere.

PRIMM: Dacă ar fi să transmiteți un singur mesaj antreprenorilor care cred că „sunt prea mici ca să aibă nevoie de protecție complexă”, care ar fi acela?

D.M.: De cele mai multe ori, IMM-urile nu sunt afectate de evenimente mari, rare, ci de lucruri simple – o țeavă spartă, un echipament defect, o perioadă în care nu mai pot funcționa. Iar pentru un business mic, exact aceste situații pot face diferența între a merge mai departe sau a te opri. Asigurarea nu este despre mărirea companiei, ci despre impactul

pe care îl are un incident asupra ei. Și cu cât ești mai mic, de multe ori, cu atât ai mai puțin spațiu de eroare.

PRIMM: Brokerii joacă un rol-cheie în relația dintre IMM-uri și asigurători. Din experiența dumneavoastră, cât de importantă este consultanța umană într-o perioadă în care tot mai multe procese devin digitale și automatizate?

D.M.: Consultanța umană rămâne importantă în relația cu IMM-urile. Un antreprenor nu cumpără o poliță - își protejează afacerea, angajații, activele, uneori tot ce a construit în zeci de ani. Această decizie are nevoie de cineva care înțelege contextul specific.

Digitalul a simplificat enorm procesele administrative - ofertare, emitere, plată, raportare. Și asta e foarte bine: eliberează consultantul de taskuri repetitive și îi permite să se concentreze pe ce contează cu adevărat - analiza de risc, consultanța, relația. Deci nu e o competiție între om și tehnologie, ci o complementaritate.

Din experiența noastră la Eurolife, IMM-urile care au un broker dedicat au o rată de retenție semnificativ mai bună și o înțelegere mai clară a acoperirii lor - ceea ce înseamnă mai puține surprize neplăcute la daună.

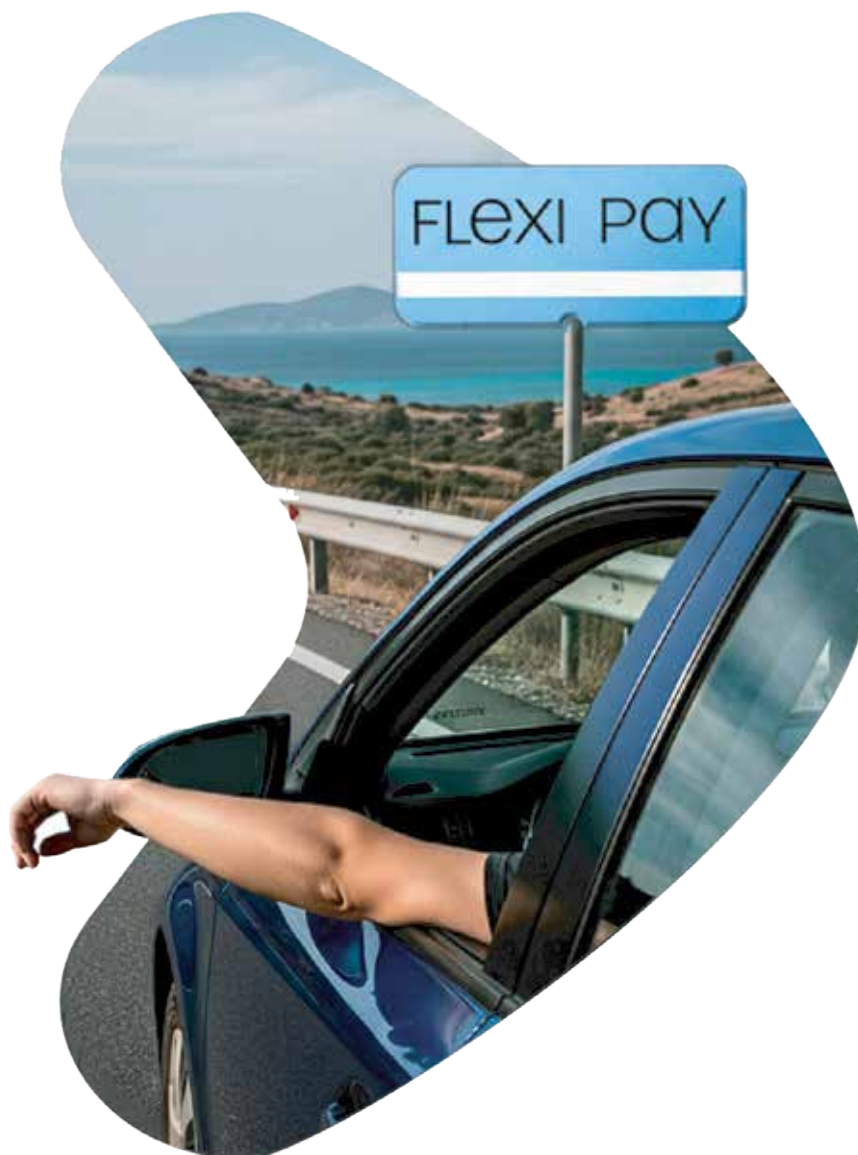


EUROLIFE FFH

A FAIRFAX Company

Visează. Evoluează. Asigură.

Faceți cunoștință cu **FlexiPay**.
Prima asigurare auto din România
fără împrumut, fără credit, *plătită lunar*.



- Beneficiul prețului anual, plătit în 12 tranșe.
- Protecție simplă, previzibilă, fără stres.
- 100% aprobare.
- Fără bănci. Fără împrumuturi. Fără verificare de credit.
- Doar cu cardul tău de debit. Doar cu Hellas Direct.

 **Hellas
Direct®**

www.hellasdirect.ro



Alături de oameni
și aventurile lor

25
DE ANI ÎN ROMÂNIA

 **GRAWE**

www.grawe.ro

Garanțiile, între performanță și responsabilitate

De la un asigurător specializat la o companie diversificată,
construită pentru următoarea etapă a pieței



Mihai Ciprian OSIAC
CEO, ABC Insurance

Piața garanțiilor traversează o perioadă care testează nu doar capacitatea de vânzare a asigurătorilor, ci mai ales calitatea subscrierii și consecvența deciziilor. Incertitudinile economice, reducerea numărului de proiecte și presiunea financiară asupra unor antreprenori ne obligă să privim dincolo de volumul imediat și să evaluăm cu mai multă atenție sustenabilitatea fiecărui risc.

Pentru ABC Insurance, garanțiile nu au reprezentat niciodată doar o linie de business. Sunt domeniul în care ne-am construit experiența, reputația și relațiile cu brokerii și clienții. Poziția pe care o avem astăzi este rezultatul unei construcții realizate în timp, prin disciplină în subscriere, capacitate de

analiză și disponibilitatea de a înțelege proiectele și afacerile din spatele fiecărei solicitări.

În 2025, ABC Insurance a ocupat primul loc pe segmentul asigurărilor de garanții, o poziție care confirmă experiența, disciplina și încrederea construite în timp. Pentru noi, leadershipul nu înseamnă doar să subscriem mai mult, ci să contribuim la stabilitatea segmentului, să oferim soluții predictibile și să rămânem alături de parteneri inclusiv în perioadele mai dificile.

În ultimii trei ani, ABC Insurance s-a schimbat profund. Am consolidat echipa cu profesioniști care aduc experiență și competențe noi, am investit în tehnologie și în modernizarea infrastructurii operaționale, am extins rețeaua teritorială și am construit produse și fluxuri dedicate pieței de retail. Nu au fost investiții făcute pentru imagine, ci etape obligatorii pentru dezvoltarea unui asigurător adaptat realității anului 2026.

Am păstrat și vom continua să dezvoltăm segmentul garanțiilor, însă ambiția noastră merge mai departe. Construim ABC ca asigurător general, cu un portofoliu mai echilibrat și cu o prezență tot mai puternică pe liniile de asigurări generale. Am lansat produse noi pentru locuințe, CASCO, construcții și montaj, răspunderi, accidente și călătorii și continuăm să îmbunătățim permanent procesele de subscriere și experiența oferită brokerilor și clienților.

Diversificarea nu înseamnă renunțarea la identitatea noastră, ci valorificarea ei. Experiența acumulată în garanții ne-a învățat să analizăm atent

riscurile, să înțelegem afacerile clienților și să luăm decizii fundamentate. Aceste principii sunt transferate acum în toate liniile pe care le dezvoltăm.

Cred că următoarea etapă a pieței asigurărilor va aparține companiilor care reușesc să combine viteza și tehnologia cu expertiza tehnică și responsabilitatea. Digitalizarea poate simplifica emiterea și poate îmbunătăți accesul la produse, însă nu poate înlocui judecata profesională. În asigurări, creșterea sănătoasă se construiește prin echilibru între dezvoltare, capital, reasigurare și calitatea subscrierii.

ABC Insurance intră în această nouă etapă cu rezultate solide, o echipă mai puternică și o direcție clară. Vrem să rămânem reperul pieței de garanții și, în același timp, să demonstrăm că expertiza construită aici poate deveni fundamentul unui asigurător general modern, diversificat și relevant pentru întreaga piață.

Pentru noi, adevărata performanță nu este un rezultat izolat. Este capacitatea de a construi consecvent, de a ne respecta angajamentele și de a transforma încrederea partenerilor într-o dezvoltare sustenabilă.

Digitalizarea transformă rapid industria asigurărilor, iar plățile digitale joacă un rol critic în experiența clienților și în performanța companiilor. De la metode de plată rapide și flexibile până la despăgubiri aproape instant, opțiunile de plată digitale contribuie decisiv la creșterea vânzărilor, îmbunătățirea retenției și optimizarea proceselor interne. Despre impactul pe care îl au plățile digitale asupra evoluției companiilor de asigurări am discutat cu Elena Gheorghe, Country Manager PayU România și Ungaria.

Elena GHEORGHE

Country Manager, PayU România



XPRIMM: Cum s-a schimbat rolul plăților în industria asigurărilor în contextul accelerării proceselor de digitalizare?

Elena GHEORGHE: Plățile nu mai reprezintă doar etapa finală a procesului de achiziție a unei polițe. Astăzi, ele influențează direct valoarea vânzărilor realizate, experiența clientului, nivelul de satisfacție și, implicit, performanța companiilor de asigurări. Digitalizarea fluxurilor de plată contribuie, de

asemenea, la eliminarea erorilor, la reducerea timpilor de procesare și la simplificarea interacțiunilor dintre asigurător și client. În același timp, oferă companiilor acces la date și procese care pot eficientiza activitățile interne de reconciliere, raportare și conformitate. Practic, plățile digitale au devenit un instrument important atât pentru creșterea veniturilor, cât și pentru optimizarea operațională.

66

Plățile digitale au devenit un factor strategic pentru creșterea și fidelizarea clienților în asigurări

99

XPRIMM: Ce impact poate avea experiența de plată asupra fidelizării clienților?

E.G.: Impactul este semnificativ. Studiile arată că 85% dintre clienții care au avut o experiență pozitivă în procesul de despăgubire își reînnoiesc polițele și recomandă compania de asigurări și altor persoane. De asemenea, utilizatorii care interacționează cu asigurătorul prin mai multe canale au o probabilitate mai mică de a renunța la poliță (21%). Aceste date demonstrează că experiența digitală și ușurința cu care clienții efectuează plăți sau primesc despăgubiri influențează direct retenția și loialitatea.

XPRIMM: Care sunt soluțiile de plată care generează cele mai rapide rezultate pentru companiile de asigurări?

E.G.: Portofelele digitale precum Apple Pay și Google Pay sunt printre cele mai eficiente instrumente pentru creșterea conversiilor, ele putând să contribuie cu 7,1% la creșterea loializării clienților și la ridicarea ratei de conversie cu cel puțin 10%, acestea deținând o rată de penetrare de 25% în totalul plăților digitale. Aceste soluții oferă o experiență

mobile-first, reduc timpul necesar finalizării plății și elimină o parte dintre motivele care determină abandonarea procesului de achiziție.

Pentru companiile de asigurări, beneficiile sunt concrete: checkout mai rapid, mai puține abandonuri și acces mai facil la segmentele de clienți mai tineri, obișnuiți cu experiențe digitale simple și intuitive.

XPRIMM: În ce măsură flexibilitatea în ceea ce privește plata poate influența vânzările în domeniul asigurărilor?

E.G.: Flexibilitatea este unul dintre cei mai importanți factori care influențează decizia de cumpărare. Soluțiile de plată în rate permit accesul la produse cu valori mai ridicate și elimină barierele generate de plata integrală. În baza datelor PayU, implementarea plății în rate poate contribui la creșterea vânzărilor cu până la 25-30%, iar valoarea medie a unei tranzacții plătite în rate este de aproximativ trei ori mai mare decât în cazul unei plăți integrale. În plus, soluțiile de tip Buy Now, Pay Later (care au crescut cu 100% în ultimul an, în România) deschid accesul către noi categorii de consumatori și oferă o alternativă atractivă pentru cei care își doresc mai multă flexibilitate financiară.

XPRIMM: Tot mai multe companii urmăresc dezvoltarea unor relații pe termen lung cu clienții. Cum contribuie plățile recurente la acest obiectiv?

E.G.: Plățile recurente sunt una dintre cele mai eficiente modalități de a simplifica și fideliza relația dintre client și asigurător. Automatizarea plăților

reduce riscul ratelor neplătite, contribuie la continuitatea polițelor și oferă companiilor o mai bună predictibilitate a încasărilor. În același timp, clientul beneficiază de confort și siguranță, fără să mai fie nevoit să urmărească termenele de plată. Rezultatul este o experiență mai bună și o relație mai stabilă pe termen lung.

XPRIMM: În zona despăgubirilor, cât de importantă este viteza cu care ajung fondurile la client?

E.G.: Este esențială. Momentul despăgubirii este cel în care clientul evaluează în mod direct calitatea serviciilor oferite de asigurător. Datele arată că 53% dintre consumatori ar fi dispuși să schimbe compania de asigurări pentru a beneficia de plăți instant ale despăgubirilor. În cazul Generației Z, procentul depășește 90%. Soluțiile moderne de instant disbursement permit transferul fondurilor direct pe cardul clientului în mai puțin de 30 de minute, 24/7, inclusiv în afara programului bancar. Acest lucru îmbunătățește semnificativ experiența clientului și are un impact pozitiv asupra reputației companiei.

XPRIMM: Piața evoluează către un ecosistem de plată din ce în ce mai diversificat. În acest context, ce oportunități aduc metodele de plată care nu implică utilizarea cardului pentru companiile de asigurări?

E.G.: Deși cardul rămâne o metodă foarte importantă, există categorii de clienți care preferă alternative precum RoPay, Open Banking, linkurile de plată sau soluțiile de tip Buy Now, Pay Later.

Pentru companiile de asigurări, aceste opțiuni înseamnă acces la segmente noi de consumatori și eliminarea unor bariere din procesul de achiziție. RoPay reprezintă o altă evoluție importantă, oferind confirmare instant prin intermediul aplicațiilor bancare și o experiență unificată indiferent de banca utilizată de client. Open Banking permite plăți directe din contul bancar, cu confirmare instant și fără introducerea datelor cardului, oferind în același timp un nivel ridicat de securitate și costuri optimizate. În același timp, linkurile de plată permit extinderea procesului de vânzare și în afara canalelor digitale clasice, oferind flexibilitate atât clienților, cât și echipelor de vânzări și brokerilor.

XPRIMM: Care considerați că este principalul beneficiu pe care îl aduce digitalizarea plăților companiilor de asigurări?

E.G.: Plățile digitale generează simultan valoare pentru client și pentru companie. Pe de o parte, clienții beneficiază de rapiditate, flexibilitate și acces facil la servicii. Pe de altă parte, asigurătorii obțin venituri mai mari, procese mai eficiente, costuri operaționale mai reduse, rate mai bune de conversie și un nivel mai ridicat de retenție.

Într-o industrie în care experiența clientului devine un factor diferențiator tot mai important, plățile digitale reprezintă un element strategic pentru dezvoltarea sustenabilă a companiilor de asigurări.





The International Insurance - Reinsurance Forum

Ancoră de stabilitate și platformă de dialog strategic pentru piața asigurărilor



Ediția cu numărul 27 a Forumului Internațional Asigurări-Reasigurări (FIAR), evenimentul de referință care reunește anual liderii industriei din Europa Centrală și de Est, a reconfirmat statutul său de platformă esențială pentru dialog strategic.

Anul acesta, pentru a reflecta complexitatea transformărilor prin care trece industria, dezbaterile au fost structurate în jurul a trei conferințe majore, fiecare abordând un pilon esențial pentru viitorul pieței: tendințe, distribuția de asigurări și managementul daunelor.

Tendențele pieței și noua arhitectură financiară

Conferința de deschidere a setat direcția evenimentului, disecând contextul macroeconomic actual. S-a discutat amplu despre modul în care industria poate absorbi șocurile economice generate de inflație și de instabilitatea geopolitică, protejând în același timp portofoliile asiguraților. S-a subliniat faptul că piața trebuie să acționeze ca un amortizor pentru economie, oferind stabilitate și predictibilitate.

De asemenea, a fost un moment de analiză atentă a celor mai importante tendințe din industrie, cu un accent deosebit pe tranziția către arhitecturi digitale flexibile, modele de asigurări integrate (embedded) și utilizarea tehnologiei pentru simplificarea produselor și debirocratizarea proceselor.

Distribuția de asigurări sub impactul noilor reglementări

A doua direcție majoră a vizat sectorul de distribuție, motorul care conectează produsele de asigurare cu nevoile reale ale clienților. Discuțiile s-au concentrat pe impactul noului val de reglementări europene și locale, care remodelează din temelii procesul de vânzare și activitatea intermediarilor. Adaptarea modelelor de business la aceste cerințe legislative stricte impune o schimbare de paradigmă, în care etica, transparența și conduita în piață devin elemente nenegociabile.

Managementul daunelor: momentul adevărului

Cea de-a treia secțiune a fost dedicată zonei de daune, recunoscută unanim drept testul suprem al oricărei polițe de asigurare. Discuțiile au vizat impactul inflației asupra costurilor de reparație, provocările din segmentul auto și optimizarea relației cu unitățile reparatoare. Un aspect esențial dezbătut a fost importanța inovației și a digitalizării în soluționarea rapidă și echitabilă a dosarelor de daună.

În concluzie, FIAR 2026 ne-a arătat o piață a asigurărilor matură, vibrantă și conștientă de provocările viitorului. Într-o lume marcată de incertitudine, industria își asumă pe deplin rolul de ancoră de stabilitate, transformând riscurile emergente în oportunități solide pentru o dezvoltare durabilă.

INSURANCE MARKET TRENDS 2026

Cum reconfigurează tehnologia piața asigurărilor din România



Într-un peisaj economic global marcat de volatilitate geopolitică, presiuni inflaționiste și o evoluție meteo tot mai neprevăzută, industria asigurărilor traversează un proces accelerat de reconfigurare tehnologică. Punctul central al dezbaterilor din cadrul conferinței "Insurance Market Trends", desfășurată în cadrul celei de-a 27-a ediții a Forumului Internațional de Asigurări-Reasigurări (FIAR) la Sinaia, a fost marcat de o temă crucială: rolul tehnologiei, al automatizării și al inteligenței artificiale



în reconstrucția arhitecturii pieței și în reducerea deficitului istoric de protecție al populației.

Reunind la aceeași masă principalii lideri ai industriei locale și internaționale - de la conducerea Autorității de Supraveghere Financiară (ASF) și a asociațiilor de profil (UNSAR, UNSICAR, PRBAR), până la liderii celor mai mari companii de asigurare (GROUPAMA, OMNIASIG VIG, ASIROM VIG, ALLIANZ-ȚIRIAC, GENERALI, NN, PADROM, MARSH, SAFETY Broker) și jucători din domenii conexe (FintechOS, LIFE IS HARD, INSURETECH, RECREX, TELIOS Care) -, evenimentul a conturat clar noul drum: convergența dintre tehnologie, guvernanta riguroasă și un accent tot mai mare pe nevoile asigurătorilor.

Tabloul macroeconomic și urgența diversificării

Pentru a înțelege de ce tehnologia a devenit motorul principal al schimbării, trebuie pornit de la anatomia pieței românești. Cu un volum al primelor brute subscrise care a atins pragul de 5,12 miliarde de euro (o creștere de 10% față de anul anterior și un avans de 150% comparativ cu 2015), România se poziționează ferm în Top 5 piețe din Europa Centrală și de Est (CEE).

Asigurătorii români demonstrează o ancorare puternică în economia

reală. Cu toate acestea, vulnerabilitățile structurale ale pieței rămân evidente. Gradul de penetrare a asigurărilor în PIB-ul național se situează la un modest 1,35%, mult sub media regională a Europei Centrale și de Est de 2,5% și la o distanță uriașă de media Uniunii Europene de 7%. În plus, portofoliul este puternic dezechilibrat: segmentul asigurărilor generale reprezintă 80% din piață, iar asigurările auto (RCA și CASCO) generează peste jumătate din totalul subscrisorilor. În paralel, segmentul asigurărilor de viață reprezintă doar 20% din piață în România, față de o medie regională CEE de 26%. Această dependență de auto a menținut industria într-o zonă de presiune tehnică constantă; de pildă, pe segmentul RCA, peste 500.000 de accidente despăgubite anual și o creștere a daunei medii au împins rata combinată la un nivel supraunitar de 103%.

Așa cum au evidențiat vorbitorii din cadrul primului panel macroeconomic, subasigurarea cronică generează un deficit de protecție masiv, depășind la nivelul economiei suma de 167 de miliarde de euro.

Alexandru CIUNCAN, Președinte & Director General, UNSAR, a evidențiat evoluția și importanța pieței românești de asigurări în context regional. România se menține între primele cinci

piețe de asigurări din Europa Centrală și de Est, iar amploarea activității este reflectată de numărul de polițe administrate, de despăgubirile plătite și de investițiile realizate în economia locală. Asigurătorii gestionează în prezent aproape 17 milioane de polițe, achită zilnic despăgubiri de aproximativ 7,5 milioane de euro și au investiții de circa 7,6 miliarde de euro în economia românească.

Cel mai recent barometru UNSAR-IRES arată că românii sunt preocupați în primul rând de riscurile care le-ar putea afecta locul de muncă și veniturile, indicate de circa 80% dintre respondenți. Pe următoarele poziții se află riscurile privind locuința, mașina și alte bunuri, în timp ce evenimentele care vizează viața și sănătatea ocupă locul al treilea.

Președintele UNSAR a subliniat că, deși ierarhia principalelor îngrijorări se menține relativ similară celei de anul trecut, nivelul de preocupare a crescut atât în privința jobului și veniturilor, cât și a evenimentelor sociale, politice și globale. Potrivit interpretării sociologilor, evoluția rezultatelor reflectă impactul contextului economic și geopolitic asupra percepției românilor privind riscurile care le pot afecta situația financiară.

Sorin MITITELU, Vicepreședinte, ASF, consideră că inovația, distribuția digitală și inteligența artificială pot accelera dezvoltarea pieței de asigurări din România și pot contribui la reducerea decalajului față de alte piețe europene. În opinia sa, noile tehnologii reprezintă un catalizator pentru schimbarea de care piața are nevoie, iar utilizarea lor ar putea conduce la creșterea gradului de cuprindere în asigurări și la eficientizarea proceselor din industrie.

Noua arhitectură a pieței: conduită, încredere și simplificarea produselor

În spatele cifrelor brute de subscriere se află cel mai valoros activ al oricărui sistem financiar: încrederea consumatorului. Panelul de dezbateri dedicat noii arhitecturi a pieței a marcat o evoluție matură în ceea ce privește reglementările privind guvernanța produselor (POG) și directiva de distribuție (IDD). Trecerea de la o abordare pur birocratică la o conduită reală presupune redefinirea experienței clientului, mai ales în momentul daunei.



Privind din perspectiva livrării efective a promisiunii făcute clientului, Călin MATEI, CEO, GROUPAMA Asigurări, a subliniat că modul în care un asigurător gestionează și plătește daunele reprezintă unul dintre cele mai

importante teste ale relației cu clientul. În opinia sa, producerea evenimentului asigurat este momentul în care clientul poate constata dacă alegerea făcută la încheierea poliței a fost una corectă, motiv pentru care asigurătorii trebuie



să acționeze rapid, corect și să nu lase clientul fără sprijin pe parcursul procesului de despăgubire.

Această orientare spre satisfacția asiguratului este strâns legată de capacitatea companiilor de a renunța la structurile rigide din trecut. Detaliind modul în care tehnologia va schimba modul în care construim și comparăm produsele, Mihai TECĂU, CEO, OMNIASIG VIG, a subliniat că viitorul pieței de asigurări va presupune produse mai flexibile, care să poată fi adaptate mai rapid la nevoile clienților. În opinia sa, creșterea încrederii consumatorilor în asigurări și capacitatea industriei de a răspunde mai bine cerințelor acestora reprezintă una dintre principalele mize ale pieței.

În același timp, Mihai TECĂU consideră că inteligența artificială va schimba inclusiv modul în care sunt analizate și comparate produsele de asigurare. Instrumentele AI ar putea evidenția diferențe și informații care să surprindă atât companiile de asigurări, cât și clienții, influențând astfel modul în care aceștia își aleg produsele.

Însă, pentru ca aceste produse flexibile să ajungă cu adevărat la public, este nevoie de o schimbare radicală în modul în care comunicăm. Mădălin ROȘU, Președinte, ASIROM VIG, a atras atenția că dezvoltarea unor produse de asigurare mai flexibile trebuie însoțită și de o simplificare a modului în care acestea sunt prezentate clienților. În opinia sa, limbajul tehnic al industriei contribuie la problema de reputație și de educație financiară cu care se confruntă piața. Mădălin ROȘU a dat drept exemplu simplificarea denumirilor unor servicii, astfel încât beneficiile să fie înțelese imediat de consumatori. El consideră

că folosirea unui limbaj clar, direct și apropiat de modul în care oamenii vorbesc în viața de zi cu zi poate face produsele de asigurare mai accesibile și mai ușor de înțeles.

Nevoia de claritate în redactare este resimțită la fel de intens și în procesul intern de creare a politicii de produs. Aurel BADEA, Chief Underwriting Officer, ALLIANZ-ȚIRIAC Asigurări, a subliniat că simplificarea limbajului trebuie să înceapă încă din etapa de elaborare a produselor de asigurare. Potrivit acestuia, industria a dezvoltat de-a lungul timpului un limbaj tehnic propriu, care poate fi dificil de înțeles pentru clienți. El a explicat că o soluție testată de companie este ca forma finală a documentației unui produs să fie revizuită și rescrisă de specialiști în comunicare care nu provin din industria asigurărilor. Perspectiva celor din afara domeniului poate ajuta la eliminarea jargonului și la formularea unor mesaje mai clare pentru clienți.

Aceste eforturi converg spre un obiectiv strategic de cursă lungă. Adrian MARIN, CEO, GENERALI România, a subliniat că strategia de tip „Lifetime Partner” presupune construirea unor relații pe termen lung între asigurători și clienți, dincolo de simpla vânzare a unei polițe. În acest model, compania trebuie să rămână relevantă pentru client pe parcursul diferitelor etape ale vieții sale și să construiască încredere la fiecare interacțiune cu acesta.

Totuși, orice strategie ambițioasă dezvoltată de asigurători este strâns legată de eficiența partenerilor de distribuție. În ceea ce privește segmentul de brokeraj, Viorel VASILE, Președinte PRBAR și Fondator & CEO, SAFETY Broker, a evidențiat problemele

birocratice care limitează exercitarea reală a rolului consultativ al brokerilor. Acesta a subliniat că, deși principala misiune a brokerului este aceea de a oferi consultanță clienților, actualul cadru de control și documentare poate descuraja asumarea explicită a acestui rol. În acest context, Viorel VASILE a pledat pentru simplificarea cerințelor de pregătire profesională, inclusiv renunțarea la examenul obligatoriu la fiecare trei ani în favoarea unor cursuri de formare continuă. În opinia sa, este necesară depășirea acestei abordări birocratice și asumarea deplină a rolului brokerului ca furnizor de consultanță autentică.

Revoluția Tehnologică

Sesiunea a doua a conferinței a fost dedicată în întregime modului în care tehnologia reinterpretează asigurările. Punctul de convergență dintre companiile de tehnologie și executivii din asigurări a fost clar: AI-ul nu înlocuiește omul, ci îi dă super-puteri operaționale.

Potrivit specialiștilor, asigurările trebuie să depășească modelul tradițional și să se integreze în experiențele de zi cu zi ale consumatorilor. Din perspectiva transformării digitale, Lidia CÎRSTEI, SVP Customer Success & Operations, FintechOS, a subliniat importanța trecerii de la o abordare „customer-centric” la una „life-centric”. În modelele embedded, asigurătorii trebuie să păstreze controlul asupra unor componente esențiale, precum configurarea produselor, pricing-ul și regulile de underwriting, pentru a le putea adapta rapid.

Mecanismul polițelor integrate a fost analizat și din perspectiva consultanței globale în managementul



riscului. Cristian FUGACIU, CEO, MARSH România, a explicat că dezvoltarea soluțiilor de tip embedded insurance trebuie să pornească de la nevoile și comportamentul real al consumatorului. Potrivit acestuia, analiza datelor și dialogul direct cu utilizatorii permit construirea unor produse relevante și deja validate de piață. În același timp, distribuția trebuie să fie cât mai simplă și accesibilă, oferind o soluție concretă unei nevoi reale.

Transformarea distribuției prin tehnologie presupune conectarea tuturor actorilor într-un flux unitar. George ANGHELACHE, Chief Growth Officer, LIFE IS HARD, a explicat cum platformele insurtech pot susține agenții prin conceptul de asistent digital. Acesta integrează într-un singur flux etapele de la produse și underwriting până la distribuție și gestionarea daunelor. Printr-o astfel de soluție, clienții își pot consulta polițele, verifica dosarele de daună sau efectua reînnoiri simple, apelând la agent pentru produsele mai complexe. Astfel, tehnologia îi permite agentului să se concentreze pe relația cu clientul și pe construirea încrederii.

În aceeași direcție a eficientizării activității, Mihai APOSTOL, Co-founder & CEO, InsureTech, a evidențiat rolul practic al automatizării: reducerea birocrăției pentru agenți și facilitarea accesului la produse și oferte. Astfel, aceștia își pot dedica mai mult timp relației cu clienții și activității de consultanță.

Trecând în zona soluțiilor care influențează direct experiența asiguraților, asigurările de sănătate beneficiază deja de avantajele digitalizării. În acest context, Ciprian BUJOR, Deputy CEO, TELIOS Care, subliniază orientarea tot mai accentuată

de la tratarea punctuală a bolilor către prevenție și monitorizarea continuă a stării de sănătate. În acest context, telemedicina integrată în polițele de asigurare permite pacienților să aibă acces rapid la un medic și să identifice din timp eventualele probleme medicale. Astfel, intervenția poate avea loc înainte ca afecțiunile să se agraveze, ceea ce contribuie atât la protejarea sănătății pacienților, cât și la reducerea costurilor asociate daunelor medicale majore pentru asigurători.

În același timp, gestionarea daunelor, indiferent dacă este vorba despre asigurări de sănătate, auto sau de proprietăți, implică și o importantă componentă de sprijin emoțional pentru asigurat. Daniela BĂDĂLUȚĂ, President & Founder, RECREX Group, a atras atenția asupra faptului că, deși digitalizarea și tehnologia contribuie la soluționarea mai rapidă și mai eficientă a daunelor, empatia și interacțiunea umană vor continua să fie esențiale, cel puțin în perioada următoare. Într-un astfel de moment, în care clientul se confruntă cu efectele concrete ale unui eveniment neprevăzut, calitatea relației cu asiguratorul devine esențială și poate defini experiența acestuia.

Volatilitatea climatică și răspunsul tehnologic în managementul catastrofelor (NatCat)

O provocare la fel de presantă dezbătută în cadrul FIAR 2026 o constituie frecvența tot mai mare a fenomenelor meteorologice extreme, care redefinesc riscurile de proprietate.

Ridicând problema noilor manifestări climatice observate la nivel național, Paul ZARZĂRĂ,

Vicepreședinte, ASIROM VIG, a atras atenția asupra schimbărilor recente ale riscurilor climatice și asupra limitărilor modelelor de analiză bazate exclusiv pe date istorice. Potrivit acestuia, intensificarea furtunilor și a fenomenelor meteorologice extreme, inclusiv în marile orașe, impune o schimbare de abordare: evaluarea riscurilor climatice trebuie să fie mai flexibilă, inovatoare și adaptată noilor realități.

Pentru a face față acestei volatilități și amplitudini a riscurilor, este necesară o capacitate solidă de reasigurare, susținută de instrumente operaționale care să permită gestionarea rapidă a unor volume foarte mari de daune. În prezentarea mecanismelor prin care România se protejează în fața dezastrelor, Cosmin TUDOR, Director General Adjunct, PADROM, a explicat structura proiectului de digitalizare Prometheus. Acesta se bazează pe trei componente principale: utilizarea unor modele avansate de catastrofă, un program de reasigurare și consolidarea rezilienței operaționale. În contextul unui cutremur major, estimările indică posibilitatea apariției a 250.000–300.000 de dosare de daună. Prin digitalizare integrală, proiectul Prometheus urmărește să reducă presiunea asupra resurselor umane. Aplicația DaunePad permite documentarea digitală a daunelor și generarea automată a devizelor în doar câteva minute, reducând semnificativ timpul de soluționare.

FIAR 2026 a arătat că tehnologia și AI accelerează transformarea pieței de asigurări, dar încrederea clienților se construiește în continuare prin etică, empatie și consultanță umană de calitate.

Andreea RADU

INSURANCE DISTRIBUTION 2026

Între presiunea reglementării, schimbul de generații și miza diversificării



Conferința INSURANCE DISTRIBUTION, desfășurată în cadrul FIAR – Forumul Internațional de Asigurări-Reasigurări, a reunit elita pieței de asigurări din România pentru a dezbate provocările structurale, modificările legislative și noile tendințe din distribuție.



Lucrările au fost moderate de Laurențiu-Sergiu COSTACHE (Președinte, XPRIMM) și Otilia PETRARIU (Președinte, PRBAR Academy).

La eveniment au participat lideri ai asociațiilor profesionale și companiilor de profil, printre care Dorel DUȚĂ (Președinte, UNSICAR), Viorel VASILE (Președinte, PRBAR), Cristian FUGACIU (CEO, MARSH România), Alexandru APOSTOL (Director General, MaxyGo Broker), Lucian FILIP (Director Direcția Brokeri, OMNIASIG VIG), Cătălin CÂMPEANU (Secretar General, ISF) și Mihai NEACȘU (Managing Partner, NEACȘU & Asociații).

Printre invitați s-au numărat și Daniela PENE (GENERALI Asigurări), Cosmin TUDOR (PADROM), Alina ȘERBAN (HELLAS DIRECT), Alina BĂRBULESCU (UNRAR), Gheorghe GRAD (RENOMIA România), Alexandra KONRAD (MediHelp International), Nicolae TROFIN (NN Asigurări de Viață), Elena GHEORGHE (PayU România), Cristian FILIMON, George ANGHELACHE și Raul AȘTEFANEI (Life is Hard), Marius LAZIA (FintechOS), George ZAHARESCU (PRESTIGE Insurance Broker), Carmen OLTEAN (PERSONAL Broker), Mihai APOSTOL (INSURETECH), Florian GABA (Profiduciaria) și Alexandra BĂLȘEANU (Asociația Go-Ahead).

Intermedierea domină, dar dependența de RCA persistă

Brokerii rămân principalul motor de vânzare al industriei. Potrivit datelor prezentate de Dorel DUȚĂ, Președinte, UNSICAR, la nivel național activează aproximativ 260 de companii de brokeraj cu peste 55.000 de profesioniști, gradul total de intermediere fiind de 68,37% pe întreaga piață și de aproape 82% pe segmentul asigurărilor generale. Deși piața s-a redresat treptat după eliminarea plafonării tarifelor RCA, câștigul mediu al distribuției s-a situat la 13,68%, sub nivelul de 16,5% atins anterior.

Principala vulnerabilitate structurală rămâne însă dependența masivă de segmentul auto. În timp ce piețele din regiune (Polonia, Grecia sau Bulgaria) prezintă structuri mult mai echilibrate, în România segmentul auto generează încă circa 70% din piață, iar polițele facultative și chiar cele obligatorii de locuințe suferă de o penetrare redusă (gradul de cuprindere PAID fiind de doar 25%).

Viorel VASILE, Președinte, PRBAR, a pus accent pe problema persistentă a deficitului de personal din industria de asigurări, criticând lipsa unor schimbări reale în abordarea recrutării. Acesta a

subliniat că, de ani buni, sectorul se confruntă cu aceeași situație: dificultăți în atragerea de oameni noi și o dependență constantă de aceleași resurse și mecanisme, în ciuda așteptărilor privind o schimbare a rezultatelor.

Una dintre cele mai dezbătute probleme a fost birocrăția excesivă, care a creat o situație bizară în piață. În mod normal, rolul intermediarului este să discute cu clientul și să-i găsească polița potrivită. În realitate, din cauza regulilor mult prea stufoase și de teama controalelor, mulți agenți preferă să bifeze pe hârtie că „nu oferă consultanță” doar ca să evite teancurile de justificări scrise pe care ar trebui să le întocmească pentru fiecare recomandare făcută.

Liderii asociațiilor din domeniu au susținut necesitatea reducerii poverii de reglementare, argumentând că un cadru legislativ eficient ar trebui să acopere aproximativ 10–15% din activitate, în timp ce restul să fie lăsat în seama practicii comerciale și a consilierii profesionale. Dorel DUȚĂ, Președinte, UNSICAR, a subliniat că o astfel de direcție este avută în vedere și la nivelul Comisiei Europene, exprimându-și speranța că aceasta va conduce la un sistem cu mai puține reguli și cu mai multă flexibilitate pentru practica din piață.

Propuneri legislative cheie

În contextul dialogului activ purtat pentru revizuirea normelor derivate din Directiva privind Distribuția de Asigurări (IDD), asociațiile profesionale UNSICAR și PRBAR au pus pe masa discuțiilor o serie de modificări fundamentale menite să deblocheze piața și să stimuleze dezvoltarea acesteia pe termen lung. Reprezentanții industriei consideră că traversăm o fereastră de oportunitate unică, un veritabil „moment zero”, având în vedere că orice reconfigurare legislativă majoră va trasa direcția pieței pentru următorii opt până la zece ani.

Una dintre cele mai așteptate măsuri vizează flexibilizarea accesului în profesie prin introducerea unei perioade de ucenicie de șase luni. În prezent, barierele inițiale de intrare – cursurile teoretice anevoioase și examenele rigide înainte de orice contact cu activitatea reală – descurajează masiv noii veniți, în special tinerii.



Prin acest mecanism de ucenicie, viitorii intermediari ar urma să activeze și să învețe direct din practică, asistând și lucrând sub atenta îndrumare a unui mentor deja certificat. Abia la finalul acestei etape practice de acomodare, candidatul ar urma să susțină examenul

de intrare în profesie, asigurându-se astfel o tranziție firească între teorie și realitatea din teren.

În strânsă legătură cu pregătirea profesională se află și propunerea fermă de eliminare a examenului periodic obligatoriu la fiecare trei ani, considerat

de breaslă o formalitate lipsită de utilitate practică. Viziunea asociațiilor este de a înlocui această testare birocratică cu un sistem modern de formare profesională continuă, desfășurat anual. Accentul noilor programe de instruire ar trebui mutat de pe componenta pur legislativă către înțelegerea aprofundată a produselor non-auto (viață, sănătate, locuințe) și către dezvoltarea abilităților esențiale de vânzare și comunicare (soft skills). Fără o cunoaștere reală a structurii produselor și a tehnicilor de consiliere, forța actuală de vânzări nu va avea instrumentele necesare pentru a deschide un dialog autentic cu asiguratul și pentru a depăși zona de confort a polițelor obligatorii.

Un alt pilon legislativ strategic îl reprezintă reglementarea explicită în dreptul național a modelului MGA (agentul general de management). Deși Directiva Europeană prevede acest statut, absența unei legislații locale clare a obligat noii actori să recurgă la artificii juridice complexe, intrând în România

exclusiv prin pașaport european. O așezare clară a MGA-urilor în peisajul legal autohton ar deschide ușa către o concurență sănătoasă, diversificând soluțiile de asigurare disponibile pentru consumatori.

Consolidare, ecosisteme și tehnologie

Sectorul de brokeraj traversează un val intens de fuziuni, achiziții și extindere transfrontalieră. Din perspectiva marilor jucători corporate, integrarea pe verticală și parteneriatele strategice răspund direct complexității riscurilor moderne.

Soluțiile de data analytics, instrumentele de emisie digitală rapidă (precum acceleratoarele de distribuție 24/7) și parteneriatele de tip embedded insurance conturează un ecosistem în care brokerul își depășește rolul istoric de simplu canal de plasare a polițelor.

Cristian FUGACIU, CEO, MARSH România, a subliniat necesitatea unei re poziționări a rolului brokerului în piața de asigurări, cu un accent mai puternic

pe componenta de consultanță. În opinia sa, brokerul nu ar trebui să fie perceput doar ca un intermediar sau un simplu canal de distribuție a produselor de asigurare, ci ca un partener strategic pentru client, capabil să ofere expertiză, să identifice corect nevoile și riscurile și să contribuie la alegerea celor mai potrivite soluții. FUGACIU a arătat că această transformare va deveni cu atât mai importantă în viitor, pe măsură ce complexitatea riscurilor și a produselor de asigurare va crește.

Piața de distribuție se află în fața unui schimb de generații obligatoriu, într-un mediu în care media de vârstă este între 40 și 50 de ani, iar noii veniți caută flexibilitate, digitalizare și instrumente integrate. Întrebați cum sintetizează etapa prin care trece industria, liderii celor două mari asociații de brokeraj au subliniat convergența aceluiași obiectiv: „transformare” și un „moment zero al schimbării”.

Andreea RADU

Allianz  Tiriace 

*Cea mai de
pret, moștenire
e protecția care
rămâne*



Asigură tot ce-ți face inima să bată mai tare

www.allianztiriace.ro

CLAIMS INSURANCE 2026

Managementul daunelor: Viteză, AI și empatie



Conferința CLAIMS INSURANCE, desfășurată în cadrul FIAR – Forumul Internațional de Asigurări-Reasigurări, a adus în prim-plan cel mai sensibil și critic punct de contact dintre asigurători și clienți: procesul de lichidare și gestionare a daunelor.

Dezbaterile și prezentările au reunit reprezentanți de top ai companiilor de asigurări, asociațiilor de profil, furnizorilor de asistență internațională și experților în tehnologie: Ales TAUSCHE (GENERALI Asigurări), Lucian MARIN (ALLIANZ-ȚIRIAC Asigurări), Roxana BĂLUȚĂ (UNSAR), Mihai APOSTOL (INSURETECH),

Daniela BĂDĂLUȚĂ (RECREX Group), Frank VERSCHUUR (RECREX Group), Melda ŞUAYİPOĞLU (IUC Claims, Turcia), Menekşe UÇAROĞLU (IUC Group, Turcia), Emil DIMITROV (REVAUXY, Bulgaria), Cees WERFF (Claims Corporation Network - CCN, Olanda), Mirela DIMOFTE (FinsurtechAI, Elveția), Nikolai KROEGER (JuraSolutions, Germania),

Costurile daunelor și provocarea noii mobilități

Deși inovația de produs și canalele de distribuție atrag frecvent atenția pieței, profitabilitatea reală și sustenabilitatea industriei depind în mod direct de rigoarea gestionării dosarelor de daună. Pe segmentul asigurărilor auto - linia dominantă din piața autohtonă -, transformările din zona mobilității aduc provocări financiare concrete. Vehiculele electrice și noile tehnologii integrate în caroserie impun manuale de reparație mai complexe, piese specializate și suferă de o lipsă a unei piețe secundare (second-hand) pentru componente, ceea ce împinge costul mediu de reparație pe un trend ascendent.

În paralel, noile mijloace de transport urban (precum trotinetele electrice) sau riscurile asociate viitoarei autonomii a vehiculelor și securității cibernetice a sistemelor de bord solicită o abordare prudentă din partea subscritorilor și a echipelor de daune.

Datele și lupta antifraudă: Nevoia unei baze comune de piață

Industria locală rămâne una dintre cele mai rezervate în privința schimbului de date, în ciuda faptului că experiența altor state europene arată că o bază comună de date reprezintă cel mai eficient instrument în prevenirea și combaterea fraudelor. În lipsa unor mecanisme centralizate de verificare, costurile asociate dosarelor frauduloase nedetectate ajung să se reflecte direct în prima plătită de clienții onești.

De la plata reactivă la prevenție și orchestrarea ecosistemelor

O tendință structurală tot mai vizibilă este redefinirea asigurării:



trecerea de la simplul rol de compensare financiară post-eveniment la un parteneriat activ bazat pe prevenție și continuitate. Inițiativele de notificare preventivă a clienților în cazul unor fenomene meteo extreme pe segmentul non-auto sau avertizările de trafic demonstrează o orientare către tratarea cauzelor, nu doar a efectelor.

Totodată, experiența piețelor expuse la catastrofe naturale și volume ridicate de transport arată că eficiența operațională depinde de orchestrarea ecosistemului: coordonarea în timp real între asigurători, furnizorii de asistență rutieră, rețelele de service și experții evaluatori, pentru a asigura o recuperare neîntreruptă a mobilității clientului.

Asigurările de sănătate și viață: Creștere solidă și responsabilitate

Segmentul asigurărilor de viață și sănătate câștigă o pondere tot mai însemnată în piață. În ultimul an, companiile de asigurări au achitat despăgubiri și indemnizații de 660 de milioane de lei pe zona de sănătate și 2,1 miliarde de lei pentru polițele de viață. Numărul persoanelor acoperite prin asigurări voluntare de sănătate a urcat la peste 872.000 (o creștere de 37% față de 2022), în timp ce numărul contractelor de asigurări de viață a ajuns la 2,2 milioane de asigurați (avans de 61% comparativ cu 2022), conform datelor prezentate de UNSAR.

Deși piața asigurărilor de sănătate a crescut de 16 ori în ultimul deceniu, gradul general de penetrare rămâne la 4,75% din populație pe sănătate și la aproximativ 10% pe segmentul de viață. Cu un deficit mediu de protecție financiară individuală de 165.000 de lei,



extinderea deductibilităților fiscale și intensificarea programelor de educație financiară sunt considerate esențiale pentru protejarea familiilor în fața inflației costurilor medicale și a riscurilor severe de sănătate.

Empatia și factorul uman în era automatizării

Pe măsură ce algoritmii preiau activitățile repetitive, evaluarea rapidă și fluxurile digitale de triaj, rolul factorului uman nu dispăre, ci devine decisiv în gestionarea situațiilor vulnerabile. Despăgubirea eficientă și soluțiile tehnologice trebuie dublate de o abordare autentică, centrată pe nevoile reale ale asiguratului.

Schimbarea se produce extrem de rapid, iar clienții compară astăzi serviciile de asigurare cu marile platforme digitale care răspund instantaneu. Însă, alături de tehnologie, empatia rămâne esențială. Atingerea umană, expertiza de specialitate și capacitatea de triaj rapid definesc modelul optim pentru viitor, sunt de părere specialiștii.

Această nevoie de echilibru este vizibilă în mod deosebit pe segmentul asigurărilor de viață și sănătate, unde în spatele fiecărui dosar de daună se află o familie sau o persoană aflată într-un moment dificil, în care viteza digitală trebuie să fie însoțită de o comunicare caldă și responsabilă.

Andreea RADU

Majoratul Pilonului 2:

93 miliarde de lei profit pentru 8,5 milioane de români

Pilonul 2 de pensii private obligatorii a generat un câștig net de 93,4 miliarde de lei (17,8 miliarde de euro) în beneficiul românilor în primii 18 ani de funcționare efectivă (20 mai 2008 – 22 mai 2026), potrivit calculelor APAPR.

Astfel, pe data de 22 mai 2026 cele 7 fonduri de pensii private de Pilon 2 administrau sume totale (active nete) în valoare de 228 miliarde de lei (43,5 miliarde de euro) în numele a 8,5 milioane de participanți.

Pe parcursul celor 18 ani de funcționare, fondurile de pensii au încasat contribuții brute totale de 141,8

miliarde de lei și au efectuat plăți de cca. 7,2 miliarde de lei către aproximativ 335.000 de beneficiari, inclusiv moștenitori.

Diferența dintre activele nete administrate (la care se adaugă plățile efectuate de fonduri) și contribuțiile brute încasate reprezintă câștigul net obținut pentru participanți, în valoare totală de 93,4 miliarde de lei (17,8 miliarde de euro). Randamentul mediu al tuturor fondurilor de Pilon 2 în cei 18 ani a fost de 8,6% pe an, semnificativ peste inflația medie de cca. 4,8% pe an din aceeași perioadă.

Rol social în creștere puternică pentru Pilonul 2

În fondurile de pensii private obligatorii sunt înscrși 8,5 milioane de români. Dintre aceștia, peste 4,6 milioane contribuie regulat, lună de lună, cu 4,75% din venitul brut, ca parte a contribuției de asigurări sociale CAS de 25%.

Banii din Pilonul 2 sunt al doilea cel mai valoros activ financiar al populației, după depozitele bancare, precum și singura sursă de economisire pe termen lung pentru români, în special cei cu venituri mici. Sumele acumulate



MIDAS by Destine: Inteligența artificială care accelerează succesul!

Pentru a susține o rețea de 9.000 de consultanți și peste un milion de clienți, tehnologia trebuie să fie un sprijin, nu o barieră.

Aici intervine MIDAS, sistemul de inteligență artificială românească dezvoltat exclusiv pentru ecosistemul Destine. Lansat ca pilot la începutul anului 2025, MIDAS a devenit rapid „colețul digital” indispensabil, transformând modul în care lucrăm în asigurări.

MIDAS nu este doar un instrument de calcul, ci o bază complexă de cunoștințe care asigură:

- » **Viteză de reacție:** Răspunsuri instantanee într-o piață unde pentru client secunde contează.
- » **Acuratețe absolută:** Informație clară și proceduri fără erori pentru întreaga rețea.
- » **Autonomie:** Le permite colaboratorilor aflați la început de drum să lucreze cu siguranța unui expert în spate și astfel clientul să beneficieze de consultanță de calitate.



în Pilonul 2 au ajuns la cca. 11% din Produsul Intern Brut al țării.

Estimările APAPR arată că peste 1 milion de români au în conturile personale de Pilon 2 sume mai mari de 60.000 de lei. Dintre aceștia, circa 360.000 au în contul personal sume de peste 100.000 de lei.

La nivelul Pilonului 2, contribuția medie a participanților cu contribuții virate în luna martie 2026 a fost de circa 419 lei/participant, în timp ce la finalul anului trecut valoarea acesteia a fost de 408 lei/participant, conform datelor ASF.

Contribuția lunară medie variază în funcție de județ, cele mai mari valori fiind înregistrate în București (569 lei/participant), Cluj (540 lei/participant), Ilfov (506 lei/participant) și Timiș (495 lei/participant). Cele mai mici contribuții lunare medii se înregistrează în Harghita (350 lei/participant), Maramureș (349 lei/participant) și Vrancea (344 lei/participant).

Circa 95% din banii din Pilonul 2 sunt investiți în România, făcând din fondurile de pensii private cei mai

importanți investitori instituționali autohtoni. Aproximativ două treimi din bani sunt investiți în titluri de stat și mai mult de un sfert sunt investiți în companiile listate la Bursa de la București, fondurile de pensii contribuind astfel atât la finanțarea sustenabilă pe termen lung a statului român, cât și la creșterea economică și crearea de locuri de muncă – cu păstrarea în același timp a unui profil de risc relativ redus.

Toți indicatorii relevanți ai sistemului de pensii private se află în prezent la niveluri record, consolidând încrederea participanților în acest mecanism de economisire pe termen lung. După 18 ani de funcționare, Pilonul 2 își confirmă rolul de componentă solidă a sistemului de pensii, aliniată modelelor existente în statele dezvoltate din Uniunea Europeană și OCDE, cu un impact economic și social semnificativ.

În ultimii ani, Pilonul 2 a traversat cu succes numeroase episoade de volatilitate care au afectat temporar piețele financiare și implicit indicatorii de profitabilitate ai fondurilor de pensii:

pandemia din 2020, războiul din Ucraina și explozia globală a inflației în 2022, episoadele de incertitudine politică internă, etc.

De fiecare dată, după aceste scăderi temporare, fondurile de pensii private și-au reluat creșterea, cel mai recent exemplu de recuperare rapidă fiind furnizat în 2026 după episodul de volatilitate cauzat de tensiunile geopolitice din Orientul Mijlociu și situația politică și economică locală.

În pofida acestor factori adversi, fondurile de pensii private din Pilonul 2 au continuat să înregistreze rezultate investiționale pozitive în prima parte a anului 2026.

În Registrul Electronic al Autorității de Supraveghere Financiară (ASF) sunt înscrise șapte fonduri de pensii administrate privat (Pilon 2). Acestea sunt administrate de șapte administratori de fonduri de pensii private, activele lor fiind încredințate spre păstrare unui număr de trei bănci din România cu rol de depozitari.

Metropolitan Life

Când începe școala,
cele mai grele teme tot la părinți ajung.

Dar, din prima zi de viață și până la absolvire, părinții sunt acolo să recupereze și caietele uitate, să facă și pachețelul cu mâncare și să pună bani deoparte pentru facultate.

Deoarece, pentru un părinte, nicio temă nu e prea grea când vine vorba de viitorul copilului său.

Asigură-te cu adevărat.

Află mai multe aici



La borna celor 18 ani de Pilon 2, Cristian PASCU a preluat conducerea APAPR. Într-un interviu acordat publicației noastre, noul președinte discută despre miza creșterii contribuției la 6%, intrarea în faza de plată și viitorul pensiilor private în România.

Cristian PASCU

Președinte, APAPR - Asociația pentru Pensiile Administrative Privat din România



XPRIMM: Ați preluat recent conducerea APAPR. Care sunt prioritățile mandatului dumneavoastră?

Cristian PASCU: Sunt multe priorități pe listă, dar în centrul tuturor demersurilor se află, fără echivoc, datoria fiduciară față de participanți: furnizarea unui venit adecvat și sustenabil la pensionare

printr-o administrare prudentă, responsabilă și conformă cu cele mai înalte standarde.

Dintre obiectivele strategice asumate de mine și de colegii mei din conducerea APAPR enumăr câteva:

► majorarea plafonului de deductibilitate fiscală aferent Pilonului 3

și Pilonului 4 la echivalentul a unu-două salarii minime brute anual;

► eliminarea impozitului pe dividende aplicabil fondurilor de pensii private, în vederea îmbunătățirii eficienței investiționale și alinierii tratamentului fiscal la practicile europene și OCDE relevante;

► promovarea unui cadru legislativ și de reglementare care să permită administratorilor să dispună de acces la o gamă cât mai largă de instrumente financiare, în interesul participanților;



Pilonul 2 reprezintă singurul instrument de economisire sistematică pe termen lung. În absența lui, o mare parte din populație ar depinde exclusiv de pensia publică.



► majorarea treptată a contribuției la Pilonul 2 până la nivelul de 6%, în linie cu angajamentele asumate prin Planul Bugetar-Structural Național pe Termen Mediu;

► simplificarea și eficientizarea interacțiunii cu participanții prin digitalizarea proceselor, inclusiv

integrarea cu bazele de date ale instituțiilor statului (DGEP, CNPP și altele);

► continuarea procesului de informare proactivă și educație financiară a populației cu privire la sistemul de pensii private, modul de funcționare, relevanța pe termen lung și beneficiile acestuia.

Și, la urmă, cel mai important obiectiv: consolidarea arhitecturii legislative și instituționale existente pentru Pilonul 2, Pilonul 3 și furnizorii de plată. Toate aceste obiective au un numitor comun: creșterea valorii pe termen lung pentru participanți și consolidarea încrederii în sistemul de pensii private.



Într-un orizont de timp de 15-20 de ani, pensia medie nu va mai reuși să reprezinte mai mult de aproximativ 30-35% din ultimul salariu, față de 45-46% în prezent.



XPRIMM: Cum evaluați evoluția pieței pensiilor private în primii 18 ani de funcționare? Care considerați că au fost cele mai importante realizări, dar și cele mai mari provocări?

C.P.: Dacă privim obiectiv cei 18 ani de funcționare, bilanțul este clar unul pozitiv. Piața pensiilor private a trecut testul crizei financiare globale, al pandemiei, al perioadelor de inflație ridicată și al volatilității piețelor, reușind să livreze randamente reale pozitive (8,6% randament mediu anual față de 4,8% rata medie a inflației) și să acumuleze active de peste 11% din PIB.

Sunt multe realizări remarcabile ale sistemului de pensii private, dar aș evidenția astăzi câteva dintre cele mai importante.

În primul rând, sistemul de pensii private și-a dovedit sustenabilitatea și viabilitatea prin acumularea unor sume semnificative pentru milioane de

români, care îi vor ajuta la retragerea din activitate să beneficieze de un venit suplimentar față de pensia de stat. Pilonul 2 de pensii private obligatorii a generat în ultimii 18 ani un câștig net de peste 100 miliarde lei și a ajuns la active nete de peste 237 miliarde lei.

Să nu uităm că pentru foarte mulți români, Pilonul 2 reprezintă singurul instrument de economisire mecanică și sistematică pe termen lung. În absența acestui mecanism, o mare parte din populație ar depinde exclusiv de pensia publică.

În al doilea rând, fondurile de pensii și-au demonstrat un rol important în dezvoltarea mecanică și economică a României. Fondurile de pensii sunt cel mai important investitor instituțional local în emitenții listate la Bursa de Valori București și al doilea investitor în titlurile de stat românești. Fără Pilonul 2, dezvoltarea pieței de capital românești ar fi fost mult mai lentă, iar accesul companiilor românești la finanțare ar fi fost mai redus.

După 18 ani, nu mai discutăm despre un proiect sau despre o promisiune. Discutăm despre un sistem matur, care administrează peste 237 miliarde de lei și care a generat peste 100 miliarde de lei câștig net pentru participanți.

La categoria celor mai mari provocări, aș menționa pe primul loc instabilitatea legislativă și politică. Probabil cea mai mare provocare a fost lipsa de predictibilitate. De-a lungul celor 18 ani au existat numeroase discuții privind reducerea contribuțiilor, suspendarea creșterii cotei sau modificarea arhitecturii sistemului.

În al doilea rând, aș menționa nivelul insuficient al contribuției. Cota de contribuție a rămas mult timp sub nivelul inițial planificat de 6%, fiind în prezent de 4,75%. Acest lucru a redus semnificativ potențialul de acumulare al participanților și a diminuat beneficiile viitoare.

În al treilea rând, o provocare permanentă o reprezintă informarea proactivă și educația financiară a populației cu privire la sistemul de pensii private, modul de funcționare, relevanța pe termen lung și beneficiile sale. Mulți participanți nu își cunosc fondul la care sunt alocați, nu înțeleg diferența dintre Pilonul 1, 2 și 3 și încă percep pensia



Creșterea contribuției la Pilonul 2 nu este doar o măsură financiară, ci și o măsură de adaptare la realitatea demografică.



privată ca pe un mecanism abstract. Deși transparența s-a îmbunătățit semnificativ, educația financiară rămâne o zonă care necesită investiții continue.

XPRIMM: Creșterea contribuției la Pilonul 2 până la 6% din venitul brut a tot fost amânată. Cât de realist este acest obiectiv și ce argumente considerați că pot convinge decidenții politici să crească acest nivel de contribuție?

C.P.: Aș spune că este fezabil, deoarece ne-am asumat această obligație ca țară prin Planul Bugetar-Structural Național pe Termen Mediu 2025-2031 transmis Comisiei Europene, și realist dacă este implementat gradual, de exemplu în pași de 0,25 - 0,5 puncte procentuale pe an.

Provocarea reală este impactul pe termen scurt asupra bugetului public. Orice creștere a contribuției către Pilonul 2 înseamnă că o parte mai mare din contribuția socială merge în conturile individuale ale participanților și o parte mai mică rămâne disponibilă pentru finanțarea sistemului public de pensii. Acesta este motivul pentru care fiecare guvern privește problema prin prisma a două categorii de beneficii:

- beneficiul electoral și bugetar imediat;
- beneficiul economic și social pe termen lung.

De regulă, orizontul politic este mult mai scurt decât orizontul unei reforme de pensii.

XPRIMM: Ce argumente ar putea convinge decidenții politici?

C.P.: Cred că argumentul demografic este cel mai puternic. România se confruntă cu:

- scăderea populației active;
- migrație externă;
- creșterea ponderii pensionarilor.

Aceste tendințe pun presiune pe Pilonul I, care funcționează pe principiul solidarității între generații. Cu cât raportul dintre contribuabili și pensionari se deteriorează, cu atât devine mai importantă acumularea individuală de capital. Creșterea contribuției la Pilonul 2 nu este doar o măsură financiară, ci și o măsură de adaptare la realitatea demografică.

Un al doilea argument se referă la cuantumul pensiilor viitoare. Conform estimărilor specialiștilor din domeniu, într-un orizont de timp nu foarte îndepărtat, de 15-20 de ani, în România pensia medie nu va mai reuși să reprezinte mai mult de aproximativ 30-35% din ultimul salariu încasat înaintea retragerii din activitate, față de 45-47% în prezent. La un asemenea nivel, fără venituri suplimentare, asigurarea unui trai decent devine extrem de dificilă. Un participant poate avea randamente foarte bune, însă dacă nivelul contribuției este prea redus, capitalul acumulat va rămâne limitat. Din această perspectivă, întrebarea nu este dacă ne permitem să creștem contribuția la 6%, ci dacă ne permitem să rămânem la 4,75%. Pentru un participant care contribuie timp de 35-40 de ani, diferența dintre 4,75% și 6% poate însemna sume semnificative în plus la momentul pensionării, datorită efectului de capitalizare pe termen lung.

Un al treilea argument important este finanțarea economiei reale. Fondurile de pensii sunt printre cei mai importanți investitori instituționali din România, iar aproximativ 94-95% din active sunt investite local. O contribuție mai mare ar genera:

- finanțare suplimentară pentru stat prin achiziția de titluri de stat;
- mai mult capital pentru companiile listate;
- susținerea dezvoltării pieței de capital;
- investiții suplimentare în economia românească.

Acesta este un argument care poate fi atractiv inclusiv pentru factorii politici preocupați de dezvoltarea mecanică și economică și de finanțarea investițiilor.

Totuși, cred că argumentul decisiv, pentru că are cel mai mare impact asupra decidenților, va rămâne cel fiscal. Dacă presiunea asupra deficitului

public continuă să fie ridicată, există riscul ca acest obiectiv să fie amânat în continuare.

Din perspectiva unui administrator de pensii, mesajul-cheie este simplu: 6% nu reprezintă o ambiție excesivă, ci nivelul minim necesar pentru ca reforma pensiilor private să livreze pe deplin beneficiile pentru care a fost concepută.



6% nu reprezintă o ambiție excesivă, ci nivelul minim necesar pentru ca reforma pensiilor private să livreze pe deplin beneficiile pentru care a fost concepută.



XPRIMM: Fondurile de pensii se numără printre cei mai importanți investitori instituționali din România. Cum reușesc administratorii să mențină echilibrul între obținerea unor randamente competitive pentru participanți și susținerea finanțării economiei locale?

C.P.: Administratorii au o obligație fiduciară clară: să gestioneze activele exclusiv în interesul participanților. Prin urmare, deciziile de investiții nu sunt luate pentru a finanța economia în mod abstract, ci pentru a obține cel mai bun raport între randament și risc pe termen lung. Aceste decizii sunt luate independent de fiecare administrator, conform obligațiilor fiduciare și cadrului legal aplicabil.

Cred că succesul sistemului în ultimii 18 ani demonstrează că aceste două obiective nu sunt în contradicție, ci se susțin reciproc. Administratorii de pensii nu aleg între randamente pentru participanți și finanțarea economiei locale. Ei urmăresc randamente ajustate la risc, iar dezvoltarea economiei românești contribuie, la rândul ei, la generarea acestor randamente.

Faptul că aproximativ 94-95% din active sunt investite în România nu este rezultatul unei decizii de politică

mecanică și economică, ci reflectă existența unor oportunități investiționale solide în titluri de stat, acțiuni listate și obligațiuni locale.

Fondurile de pensii au un avantaj pe care puțini investitori îl au: orizontul foarte lung de investiții. Ele nu sunt obligate să urmărească rezultate trimestriale sau anuale. Pot investi cu perspectiva următorilor 20, 30 sau chiar 40 de ani. Această abordare le permite să susțină proiecte, companii și instrumente financiare care creează valoare pe termen lung și care, în final, generează beneficii directe pentru participanți.

Fondurile de pensii nu investesc în România pentru că trebuie, ci pentru că găsesc oportunități atractive pentru participanți. Acesta este motivul pentru care performanța participanților și dezvoltarea economiei locale au evoluat, până acum, în aceeași direcție. Pe termen lung, o economie mai puternică înseamnă companii mai valoroase, o piață de capital mai dezvoltată și, implicit, perspective mai bune de randament pentru cei care economisesc pentru pensie.

XPRIMM: Există suficiente oportunități de investiții în România sau va fi nevoie de o diversificare mai accentuată în afara țării?

C.P.: Aș spune că un răspuns evident la această întrebare ar fi că astăzi, da; peste 5-10 ani, probabil nu în aceeași măsură.

Piața românească oferă în continuare oportunități atractive pentru fondurile de pensii, însă ritmul de creștere al activelor este mai rapid decât ritmul de dezvoltare al universului investițional local. Dacă activele Pilonului 2 au ajuns la aproximativ 237 miliarde lei și continuă să crească accelerat, presiunea pentru diversificare va deveni inevitabil mai mare.

Dezvoltarea pieței de capital prin creșterea numărului de companii listate, a emisiunilor de obligațiuni corporative și a oportunităților de investiții ar putea contribui la extinderea universului investițional disponibil administratorilor. Dacă oferta locală nu crește în același ritm, apare riscul concentrării excesive în câteva sectoare, câteva companii sau în datoria publică. Or, pentru un investitor instituțional pe termen lung, concentrarea excesivă nu este o soluție optimă.

Poate că întrebarea corectă nu este dacă fondurile de pensii vor investi mai mult în afara țării, ci ce ar trebui să facă România pentru a păstra o parte cât mai mare din acest capital în economia locală.

Cel mai bun răspuns nu este limitarea investițiilor externe, ci crearea unui număr mai mare de oportunități locale atractive, ca de exemplu:

- listarea de noi companii mari la bursă;
- dezvoltarea pieței obligațiunilor corporative;
- utilizarea pieței de capital pentru finanțarea proiectelor de infrastructură;
- stimularea companiilor antreprenoriale să se finanțeze prin bursă;
- creșterea free-float-ului și a lichidității pieței.

Dacă aceste evoluții vor avea loc, este de așteptat ca investitorii instituționali, inclusiv fondurile de pensii, să găsească în continuare oportunități atractive pe piața locală. Desigur, deciziile de investiții vor continua să fie luate independent de fiecare administrator, în funcție de oportunitățile disponibile și de interesul participanților.

XPRIMM: Legea privind plata pensiilor private este considerată una dintre cele mai importante reforme ale sistemului din ultimii ani. Ce beneficii concrete va aduce participanților și care sunt cele mai frecvente neînțelegeri pe care le-ați observat în spațiul public cu privire la noile reguli?

C.P.: Legea privind plata pensiilor private este importantă deoarece închide, practic, arhitectura sistemului de pensii private din România. Noua legislație creează un cadru clar pentru această fază de plată și oferă mai multă predictibilitate pentru cei care ajung la pensionare.

Legea introduce mecanisme clare pentru plata pensiilor private și permite organizarea unor fonduri specializate de plată, administrate de entități autorizate și supravegheate. Pentru participant, acest lucru înseamnă mai multă siguranță și reguli clare privind modul în care își va încasa veniturile din pensia privată.

Participanții vor putea beneficia de formule diferite de plată, cum ar fi:

- retragere programată, prin plăți lunare, pe o perioadă de maximum 8 ani;
- pensie viageră, care oferă venit pe toată durata vieții;
- posibilitatea unei retrageri inițiale în numerar de până la 30% din activul acumulat, înainte de începerea plăților periodice.

Acest lucru permite o adaptare mai bună la nevoile fiecărei persoane la momentul pensionării.

Prima neînțelegere este aceea că „Legea interzice retragerea banilor proprii”. În realitate, legea nu schimbă dreptul de proprietate asupra activului acumulat. Ea reglementează modalitatea de transformare a economiilor în venituri din pensie. Participantul poate solicita o retragere inițială de până la 30% din activul acumulat, iar restul este utilizat pentru plăți periodice, conform produsului ales. Discuția nu este despre cine deține banii, ci despre forma în care aceștia sunt plătiți.

A doua neînțelegere este aceea că „Plata eşalonată reprezintă o limitare a drepturilor participanților”. De fapt, filozofia legii este cea întâlnită în majoritatea sistemelor mature de pensii: economiile acumulate trebuie să genereze venituri pe termen lung, nu doar o plată unică la pensionare. De aici și accentul pus pe plățile periodice, și nu pe plățile unice.

Cred că, în esență, cea mai mare provocare de comunicare este explicarea faptului că noua lege nu schimbă scopul Pilonului 2, ci îl finalizează. Timp de aproape 18 ani am vorbit despre acumulare. De acum înainte trebuie să vorbim și despre plata pensiilor, respectiv despre modul în care transformăm economiile acumulate într-un venit la pensionare.

XPRIMM: Tot mai mulți participanți vor începe în următorii ani să beneficieze de pensii private. Este România pregătită, din punct de vedere legislativ și operațional, pentru această nouă etapă a sistemului?

C.P.: Aș spune că România este mult mai pregătită decât era acum câțiva ani. După cum știți, legislația primară o avem și lucrăm împreună cu ASF la finalizarea cadrului secundar. Deci am putea opina că România va fi pregătită legislativ să



Mi-aș dori ca un român care se pensionează să primească pensia privată nu ca pe un bonus, ci ca pe o componentă importantă a siguranței sale financiare.



între în etapa plății pensiilor private, dar pregătirea operațională și educarea participanților cu privire la produsele de plată a pensiilor va fi un proces mai lung, mai de durată.

XPRIMM: Dacă priviți spre următorii 10 ani, care este schimbarea pe care v-ați dori cel mai mult să o vedeți în sistemul de pensii private din România?

C.P.: Dacă ar fi să aleg o singură schimbare, mi-aș dori ca, peste 10 ani, să avem un sistem de pensii private în care nivelul economisirii pentru pensie să fie suficient pentru a genera un venit cu adevărat relevant la pensionare.

Pentru ca acest lucru să se întâmple sunt necesare 3 condiții simultane:

- contribuția la Pilonul 2 ajunsă la 6%, nivelul prevăzut inițial;
- o dezvoltare mult mai accelerată a Pilonului 3 și 4 și a economisirii voluntare;
- o conștientizare mai mare în rândul românilor că pensia viitoare se construiește pe parcursul întregii vieți profesionale, nu doar în ultimii ani înainte de retragere.

Peste 10 ani, mi-aș dori ca un român care se pensionează să primească pensia privată nu ca pe un bonus, ci ca pe o componentă importantă a siguranței sale financiare. Acesta ar fi adevăratul succes al sistemului.

Interviu realizat de Andreea RADU



PREMIILE BROKERILOR DE ASIGURARE 2026

acordate de **xprimm**



Parteneri Strategici

INTARO
INSURANCE SERVICES

Allianz  **Țiriac** 

 **GRAWE**





 **Hellas Direct**
Here for Good

Parteneri Oficiali

SIGNAL IDUNA 

 **insuretech**

Parteneri Principali

 **GENERALI**

 **ASISOFT**
Acces la succes prin informatie

Parteneri

ABC
INSURANCE

 **Groupama**

OMNIASIG
VIENNA INSURANCE GROUP

AA
AGRA ASIGURĂRI

Într-o piață definită de dinamism și reziliență, tradiția excelenței merge mai departe. Pe 18 martie 2026, elita industriei de profil și-a dat întâlnire la Nuba White pentru a marca o bornă importantă: a 15-a ediție a Premiilor Brokerilor de Asigurare. Pentru echipa XPRIMM, organizarea acestui eveniment reprezintă un motiv de mândrie, dar și o responsabilitate onorantă.

Celebrarea Performanței la Premiile Brokerilor de Asigurare 2026

Premiile Brokerilor de Asigurare au devenit, în cele 15 ediții desfășurate până acum, etalonul recunoașterii pe această piață. Trofeele acordate au recompensat nu doar cifre, ci mai ales dedicarea, calitatea serviciilor, inovația și capacitatea de a oferi stabilitate clienților într-un climat economic mereu în schimbare. Mulțumim partenerilor pentru susținerea acordată acestei ediții PBA 2026 și transmitem felicitări tuturor companiilor și profesioniștilor recompensați pe scenă!

Trofeele de Excelență recompensează leadershipul autentic, viziunea strategică și inovația profesioniștilor care reușesc să gestioneze eficient riscurile complexe ale mediului de afaceri, oferind totodată soluții de protecție accesibile și de încredere pentru siguranța fiecărui client.



► SAFETY Broker

Trofeul de Excelență în Brokeraj Asigurări Retail



► MARSH România

Trofeul de Excelență în Brokeraj Asigurări Corporate



► Marius LASLO

Trofeul Managerul Anului

Premiile pentru Brokerii de Asigurați

Adevărata valoare în brokeraj depășește volumul primelor intermediare, constând în expertiza consultanței și suportul dedicat consumatorilor în momentele critice. Trofeele decernate au recunoscut strategia ce consolidează piața, profesionalismul echipelor și dinamismul proiectelor.

O atenție deosebită a revenit sectorului agricol, unde expertiza tehnică asigură continuitatea afacerilor în fața riscurilor climatice. Au fost celebrate clarviziunea antreprenorială, evoluțiile proactive și rigoarea serviciilor cu clienții. Totodată, premiile au evidențiat un leadership capabil să inspire rețele complexe de distribuție și angajamentul esențial de a pregăti o nouă generație de specialiști în managementul riscului.



► DESTINE Broker

Premiul pentru Leadership în Distribuție



► BT Broker

Premiul pentru Viziune și Strategie în Dezvoltare



► AON România

Premiul pentru Calitatea Serviciilor



► GrECo România

Premiul pentru Creșterea și Formarea Profesioniștilor în Risk Management



► Millenium Insurance Broker (MIB)

Premiul pentru Viziune Proactivă și Performanță în Ascensiune



► MaxyGo Broker

Premiul pentru Clarviziune și Spirit Antreprenorial



► Clubul Fermierilor Români

Premiul pentru Performanță în Brokeraj (Asigurări Agricole)



► LEADER Team Broker

Premiul pentru Dinamism în Asigurări Internaționale



► Fabrica de Asigurări

Premiul pentru Implicare și Profesionalism în Asigurările de Călătorie



► PERSONAL Broker

Premiul pentru Viziune în Dezvoltarea Consultanței Financiare Corporative



Premii Speciale pentru Parteneriatul Brokeri – Asigurători

Distincțiile sunt acordate pe baza votului exprimat de comunitatea de brokeraj. Membrii acesteia au nominalizat persoanele și companiile care, dincolo de contracte și comisioane, au oferit suport real, disponibilitate și soluții concrete în activitatea de zi cu zi. Relația dintre un broker și un asigurător se construiește pe încredere reciprocă și pe eficiența fluxurilor de lucru. Au fost premiați acei parteneri care au înțeles că succesul în distribuție depinde direct de calitatea comunicării, de suportul tehnic și operațional oferit, precum și de investiția constantă în pregătirea profesională a celor care interacționează direct cu clientul final.



► Olga MOLDOVAN

Premiul Special „Reprezentantul Anului în Relația cu Brokerii”



► GROUPAMA Asigurări

Premiul Special pentru Excelență în Relația cu Brokerii



► ALLIANZ-ȚIRIAC Asigurări

Premiul Special pentru Contribuția la Formarea Profesională în Brokeraj



► ASIROM VIG

Premiul Special pentru Parteneriat Activ și Suport în Distribuția prin Brokeri

Premii Speciale pentru Dezvoltarea de Proiecte Comune

Această categorie evidențiază proiectele în care asigurătorii și brokerii au reușit să își sincronizeze procesele pentru a lansa soluții noi pe piață. Premiile pentru Dezvoltarea de Proiecte Comune recunosc acele parteneriate care au depășit modelul clasic de distribuție, concentrându-se pe integrare tehnologică și pe crearea unor produse adaptate unor segmente specifice de clienți.



► ALLIANZ-ȚIRIAC Asigurări și CAMPION Broker

Premiul pentru Tranzacția Anului în Brokeraj



► ALLIANZ-ȚIRIAC Asigurări și MediHelp International

Premiul pentru Parteneriat Strategic în Dezvoltarea unui Produs de Sănătate cu Acoperire Internațională



► RECREX România și RENOMIA România

Premiul pentru Parteneriat Internațional în Managementul Daunelor

Premiile pentru Leadership Feminin celebrează forța managerială feminină care modelează piața. Distincțiile acordate onorează succesul modelelor de business reziliente, viziunea strategică transpusă în soluții dedicate pentru sectoare vitale și excelența operațională susținută de decenii de expertiză tehnică și implicare în formarea profesioniștilor.



► **Rodica FUCU**

Premiul Special pentru Profesionalism și Leadership



► **Georgiana RUSU**

Premiul Special pentru Profesionalism și Leadership



► **Otilia PETRARIU**

Premiul Special pentru Profesionalism și Leadership

Premiile pentru Contribuția la Dezvoltarea Pieței de Brokeraj

Sunt distincții acordate entităților și profesioniștilor care contribuie la stabilitatea cadrului în care brokerii își desfășoară activitatea. Aceste premii recunosc eforturile depuse în zona de reprezentare instituțională, reglementare și formare profesională.

Sunt premii care onorează munca depusă dincolo de obiectivele comerciale, cu scopul de a alinia piața locală la standardele internaționale și de a asigura un dialog constructiv între toți actorii din industrie.



► **UNSIAR**

Premiul pentru Contribuția Instituțională la Dezvoltarea Brokerajului



► **PRBAR**

Premiul pentru Inițiativă și Reprezentare Patronală în Brokeraj,



► **PADROM**

Premiul pentru Consolidarea Parteneriatului cu Piața de Brokeraj



► **PROFIDUCIARIA**

Premiul pentru Contribuția la Profesionalizarea Pieței Asigurărilor



► **George ZAHARESCU**

Premiul pentru Contribuția la Susținerea și Dezvoltarea Pieței de Brokeraj

Prezență editorială de referință în 2026 **Les Rendez-Vous de Monte Carlo** **Baden-Baden Reinsurance Meeting 2026**

XPRIMM își consolidează și în 2026 statutul de furnizor esențial de informații pentru industria internațională de asigurări și reasigurări, prin participarea la cele două mari evenimente ale toamnei: Les Rendez-Vous de Septembre - Monte Carlo și Baden-Baden Reinsurance Meeting.

La Monte Carlo, în perioada 5 -9 septembrie, XPRIMM lansează XPRIMM Insurance Report - Full Year 2025 și seriile Insurance Profile dedicate piețelor din Turcia, Georgia și România. Momentul central al prezenței la Monte Carlo este lansarea Motor Insurance Report - Full Year 2025, o premieră editorială care oferă participanților o imagine amplă asupra tendințelor și provocărilor pieței auto din regiunile CEE, SEE și Eurasia.

Tradiția continuă la Baden-Baden, între 18 și 21 octombrie, unde XPRIMM prezintă trei noi premiere editoriale: XPRIMM Insurance Report 1H2026 - CESEE & Eurasia, Insurance Profile Romania FY2025, Insurance Profile Turkiye FY2025-1H2026 și Insurance Profile Georgia.

Aceste publicații aduc date actualizate, analize comparative și perspective strategice, esențiale pentru evaluarea riscurilor și modelarea deciziilor în reasigurare.

Publicațiile XPRIMM au atras un interes remarcabil, prin acuratețea datelor și relevanța temelor abordate. XPRIMM își reafirmă rolul de partener informațional valoros pentru comunitatea globală a reasigurărilor.



Premiile pentru Succes în Piața de Brokeraj

Într-o industrie caracterizată prin dinamism și transformări profunde, longevitatea rămâne cel mai sigur indicator al încrederii și al profesionalismului. În cadrul galei, au fost celebrate companiile care au demonstrat că rezistența pe termen lung înseamnă stabilitate, încredere și parteneriate autentice - într-o piață unde timpul este cel mai exigent arbitru, dar și cea mai valoroasă confirmare a succesului.



► **Willis Towers Watson România**
30 de ani de succes în brokeraj



► **INTERBUG Broker**
25 de ani de succes în brokeraj



► **AON România**
20 de ani de succes în brokeraj



► **LEADER Team Broker**
20 de ani de succes în brokeraj



► **TRANSILVANIA Broker**
20 de ani de succes în brokeraj



► **Clubul Fermierilor Români**
15 ani de succes în brokeraj



► **CONSULTANT AA**
15 ani de succes în brokeraj



► **FUNK International România**
20 de ani de succes în brokeraj





PREMIILE BROKERILOR DE ASIGURARE

Save the Date!
17 martie 2027
NUBA White Club, București

De **27 de ani** pe piața de asigurări din România

Totdeauna sigur!
Niciodată singur!

- Consultanță de specialitate & Risk Management
- Auditul contractelor de asigurare în vigoare
- Intermedierea polițelor de asigurare
- Gestionarea contractelor de asigurare
- Asistență în caz de daună



A treia ediție a campaniei naționale de informare dedicată asigurărilor de călătorie, organizată de APPA, a vorbit despre importanța călătoriilor în siguranță.

Totul despre Asigurările de Călătorie, pentru al treilea an consecutiv

DECEMBRIE & IANUARIE



**Totul despre
Asigurările de Călătorie**

Indiferent de condiții sau de perioada aleasă pentru o vacanță sau o ieșire în afara țării, o asigurare de călătorie rămâne cea mai bună soluție pentru a petrece o vacanță în siguranță. Pentru a crește gradul de informare a românilor cu privire la aceste tipuri de polițe, APPA – Asociația Pentru Promovarea Asigurărilor a desfășurat, pentru al treilea an consecutiv, campania națională de informare dedicată asigurărilor de călătorie.

Relansată sub sloganul "Totul despre Asigurările de Călătorie", desfășurându-se pe parcursul a două

luni – decembrie 2025 și ianuarie 2026, campania a avut ca obiective atât creșterea gradului de informare a turiștilor în ceea ce privește rolul și beneficiile asigurărilor de călătorie, cât și creșterea gradului de informare cu privire la riscurile pe care le pot întâmpina, ca turiști, și cum se pot proteja de acestea.

Campania este organizată de APPA – Asociația pentru Promovarea Asigurărilor cu sprijinul UNSAR – Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare din România și UNSICAR – Uniunea Națională a Societăților de Intermedieri și Consultanță în Asigurări din România.

Campanie realizată de



Cu sprijinul



PARTENERI



Groupama



**MONDIAL
ASSISTANCE**

EUROLIFE FFH

A FAIRFAX Company

Visează. Evoluează. Asigură.



GENERALI



CAMPION
broker de asigurare și reasigurare

OMNIASIG

VIENNA INSURANCE GROUP



Desine
broker de asigurare reasigurare

GARANTA

o companie SIGNAL IDUNA



Otto Broker



HOBBIT
Broker de asigurări



**ASIGEST
BROKER**



Desine
holding



Partenerii acestei ediții au fost GROUPAMA Asigurări, Mondial Assistance, EUROLIFE, GENERALI România, CAMPION Broker, OMNIASIG VIG, DESTINE Broker, GARANTA Asigurări, OTTO Broker, HOBBIT Broker și ASIGEST Broker.

Mesajele de informare ale campaniei au fost transmise către publicul larg și cu sprijinul Partenerilor Media RFI România, Revista BIZ și ziuaveche.ro.

Peste 14.000 de înscrieri la concursul Calendarul Destinațiilor de Călătorie

La început de an, Calendarul Destinațiilor de Călătorie, concurs online interactiv lansat în cadrul campaniei naționale de informare "Totul despre Asigurările de Călătorie", a oferit românilor șansa de a descoperi locuri noi pentru a-și petrece vacanțele, sfaturi pentru o călătorie în siguranță, dar și premii dedicate. De la Kyoto până la Istanbul, Paris și Santorini, fiecare zi, până pe 12 februarie, a adus nu doar o nouă idee pentru viitoarele vacanțe, ci și un

sfat privind asigurarea de călătorie și o nouă șansă de înscriere în concursul cu premii.

"Negociază prețurile în bazaruri și fii pregătit pentru aglomerație în zonele turistice. Nu uita de asigurarea de călătorie - verifică ca aceasta să acopere riscurile de care ai nevoie", "Achiziționează bilete la principalele atracții în avans pentru a evita cozile lungi. Nu uita să închei o asigurare de călătorie înainte de a pleca la drum." sau "Rezervă cazări și restaurante cu mult timp înainte, mai ales în sezonul de vârf, pentru a te asigura că beneficiezi de cele mai bune locații. Nu uita de asigurarea de călătorie: ai acoperire pentru cheltuielile medicale în cazul în care te îmbolnăvești sau ai un accident" au fost doar câteva dintre sfaturile regăsite. În total, au fost înregistrate 14.351 de înscrieri.

800.000 de români au aflat mai multe despre asigurările de călătorie

Mesajele din cadrul campaniei naționale „Totul despre Asigurările de Călătorie” au ajuns la 800.000 de români,

care au avut astfel acces la informații utile despre importanța și beneficiile unei asigurări de călătorie. În plus, 1.460 de participanți au răspuns sondajului campaniei și au împărtășit planurile lor de călătorie pentru 2026, oferind o imagine asupra preferințelor și intențiilor de călătorie ale românilor pentru acest an.

Principalele tendințe conturate pentru anul 2026, conform sondajului:

- Majoritatea românilor călătoresc în afara țării doar în scop turistic. Doar 7% au declarat că fac acest lucru și pentru muncă;
- 65% dintre cei care călătoresc aleg să încheie o asigurare de călătorie;
- Bugetele de vacanță sunt între 500 – 1000 de euro (33% dintre participanții la sondaj), urmate de 1000 – 1800 euro (25% dintre respondenți) și sub 500 euro (23%).



După 10 ani de activitate, campania „FII TREAZ LA VOLAN!” continuă să atragă atenția asupra uneia dintre cele mai importante provocări din trafic: neatenția. În 2026, cea de-a XI-a ediție îi îndeamnă pe toți participanții la trafic să-și „întoarcă” mintea la drum și să fie mai atenți la ceea ce se întâmplă în jurul lor.

FII TREAZ LA VOLAN

ediția a XI-a: Cu mintea la drum



Peste 3.300 de postări dedicate siguranței rutiere, peste 1,8 milioane de minute video urmărite și un reach total al mesajelor de peste 22,4 milioane – sunt doar câteva cifre care rezumă cei 10 ani de activitate continuă din cadrul campaniei de siguranță și prevenție rutieră FII TREAZ LA VOLAN! și ai comunității create în jurul acesteia. Iar în 2026, proiectul continuă cu cea de-a XI-a ediție.

Eforturile privind siguranța rutieră în România adresează direct o problemă care persistă: țara noastră rămâne în coada clasamentului european, cu o rată a mortalității semnificativ mai mare față de media UE, iar principalele cauze din spatele accidentelor grave sunt neschimbate de foarte mult timp. Traversarea neregulamentară a pietonilor, neadaptarea vitezei la condițiile de drum și neacordarea priorității rămân, an după an, în topul principalelor cauze ale accidentelor rutiere grave din România.

Dincolo de o potențială lipsă a educației rutiere sau o încălcare voită a legislației rutiere, în foarte multe situații, cele trei cauze ilustrează o

problemă mult mai gravă: participanții la trafic nu au întotdeauna „mintea la drum”. Atât pietonul care traversează neregulamentar, cât și șoferul care nu-și adaptează viteza sau trotinetistul care trece de pe o bandă pe alta fac același lucru fundamental: nu sunt conștienți de ceea ce se întâmplă în fața lor. Nu anticipează. Nu observă. Nu reacționează la timp. Pentru că, de multe ori, au gândurile în altă parte.

#treazlavalan și cu mintea la drum

Notificarea de pe telefon, graba de a nu prinde roșu la semafor, frustrarea, concentrarea pe un singur element din trafic în detrimentul privirii de ansamblu, nevoia de a ajunge la timp atunci când suntem în întârziere, pasagerul din dreapta care ne distrage, muzica prea tare sau ascultată în căști – toate sunt cauze care ne distrag, ca participanți la trafic.

În acest context, în cadrul ediției a XI-a a campaniei naționale de siguranță și prevenție FII TREAZ LA VOLAN!, le propunem tuturor participanților la trafic să își „întoarcă” mintea la drum, pentru că drumul nu se ghicește, se privește cu atenție și prea mulți participanți la trafic improvizează sau merg pe ghicite.

Despre proiect

Ediția a XI-a a campaniei naționale de siguranță și prevenție FII TREAZ LA VOLAN! este inițiată de APPA – Asociația Pentru Promovarea Asigurărilor și se derulează cu sprijinul BAAR – Biroul Asigurătorilor de Autovehicule din România, UNSAR – Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare



din România și UNSICAR – Uniunea Națională a Societăților de Intermediere și Consultanță în Asigurări din România.

Campania este realizată cu sprijinul Partenerilor HELLAS DIRECT, ALLIANZ TIRIAC Asigurări, AnyTime România, GROUPAMA Asigurări, INTARO Insurance Services, AXERIA, GRAWE România, OMNIASIG VIG, GENERALI România, POINTER, INTER Broker, eClaims, INSURETECH, BT Broker, IMPERIAL Claims

Services (KORNER Assistance), Destine Broker, MARSH România, CAMPION Broker, Fabrica de Asigurări, HOBBIT Broker, ASISOFT, OVB, Daune.Expert, GARANTA Asigurări, TRANSILVANIA Broker, eLicitat, ASITO Kapital, ASIGEST Broker și MAXYGO Broker.

Proiectul se desfășoară, de asemenea, cu sprijinul Asociației motoADN, Rebel în România și TATUC Serv Consulting.

Mesajele de informare ale campaniei sunt transmise către publicul larg și cu sprijinul Partenerilor Media: RFI România, Revista BIZ, ziuaaveche.ro, ROMANIApeROTI.ro și AutoStiri.ro.



CU SPRIJINUL

PARTENERI

CU SPRIJINUL

PARTENERI MEDIA

Campania națională "Luna Asigurărilor de Sănătate" a ajuns, în acest an, la ediția a VII-a. Proiect desfășurat de APPA și susținut de industria de asigurări, acesta își propune creșterea gradului de informare a românilor în ceea ce privește rolul și beneficiile asigurărilor de sănătate.



De 7 ani, despre sănătate

Într-o societate grăbită, lipsa timpului a devenit unul dintre cele mai mari riscuri pentru sănătate. Fenomenul „lipsei timpului” („time poverty”), de exemplu, descrie situațiile în care oamenii nu dispun de suficient timp liber pentru activități esențiale pentru sănătate, precum gătitul acasă, mișcarea, somnul adecvat sau controalele preventive. Această „lipsă de timp” este asociată cu risc crescut de obezitate, sedentarism și alimentație dezechilibrată. În plus, lipsa somnului – frecventă într-o societate hiperconectată – este corelată în literatura științifică cu riscuri cardiometabolice majore, inclusiv hipertensiune, diabet de tip 2 și boli cardiovasculare.

Mai mult, studiile arată faptul că percepția cronică de „presiune a timpului” este asociată semnificativ cu simptome de anxietate, depresie și stres, influențând direct echilibrul psihologic. În paralel, cercetările din domeniul psihologiei comportamentale demonstrează că lipsa timpului crește nivelul de stres perceput și duce la decizii mai riscante – inclusiv în ceea ce privește alimentația, odihna sau prioritizarea controalelor medicale.

Or, o problemă medicală apărută pe neașteptate nu consumă doar bani, ci și timp, energie emoțională și capacitatea de a fi prezent pentru familie și carieră. În acest context, asigurările private de sănătate devin un instrument de control și planificare, nu doar o soluție de avarie. Asigurările de sănătate reduc stresul

financiar, economisesc timp valoros, eliberează energie mentală și fizică.

Resurse limitate. Alegeri care contează. Sănătatea ta depinde de tine. Luna Asigurărilor de Sănătate – ediția a VII-a

În acest context, „Luna Asigurărilor de Sănătate” ajunsă, în 2026, la ediția a șaptea, a vorbit tocmai despre această lipsă a timpului și necesitatea de a face tot posibilul pentru a-l găsi, pentru sănătate.

Proiectul nu este doar o campanie de informare financiară, ci un proiect dedicat sănătății în ansamblu. Tocmai de aceea, obiectivele sale principale includ:

- Schimbarea comportamentului românilor din unul pasiv în unul pro-activ (atât în ceea ce privește încheierea de asigurări de sănătate, cât și un stil de viață sănătos)
- Creșterea gradului de informare a românilor în ceea ce privește rolul și beneficiile asigurărilor de sănătate

Campania este organizată de APPA – Asociația pentru Promovarea Asigurărilor cu sprijinul UNSAR – Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare din România și UNSICAR – Uniunea Națională a Societăților de Intermediere și Consultanță în Asigurări din România.

Partenerii campaniei din acest an au fost METROPOLITAN Life, GROUPAMA Asigurări, SIGNAL IDUNA, ALLIANZ-

ȚIRIAC Asigurări, MARSH România, GRAWE România, Life is Hard, BCR Life, MEDIHELP Broker, DESTINE Broker, CAMPION Broker, INTER Broker, ASIROM VIG, ASITO Kapital, BT Broker, MILLENIUM Insurance Broker, OVB, FABRICA de Asigurări, NEACȘU & Asociații, MAXYGO Broker, HOBBIT Broker, CONSULTANT AA, DAW Management Broker, ASIGEST Broker, PRESTIGE Broker, LION Broker, BALKAN Broker și DEXASIG.

Mesajele campaniei au fost transmise de Partenerii Media RFI România, Revista BIZ și ziuaueche.ro.

950.000 de români au descoperit mai multe despre cum să își facă timp pentru sănătatea lor

Ca în fiecare an, campania „Luna Asigurărilor de Sănătate” a transformat informarea despre protecția financiară și accesul la servicii medicale într-un demers cu impact la nivel național. Pe parcursul proiectului, 950.000 de români au intrat în contact cu mesajele despre importanța de a găsi timp pentru sănătate și despre rolul asigurărilor de sănătate, iar 100.000 dintre aceștia au interacționat direct cu informațiile transmise, prin click-uri, comentarii sau reacții. În total, campania a generat 40 de materiale informative, menite să ofere publicului repere clare despre cum pot fi mai sănătoși, dar și despre rolul unei asigurări de sănătate.

Unul dintre instrumentele centrale ale campaniei a fost broșura

De ce să îți cumperi o asigurare de sănătate?

Pentru că, în cazul unei probleme grave de sănătate, este posibil să nu ai banii necesari pentru a beneficia de cel mai bun tratament.

O asigurare de sănătate îți vine în ajutor, acoperind cheltuielile unor astfel de investigații.

O problemă gravă de sănătate îți poate afecta serios bugetul. Investigațiile, dar și intervențiile medicale au, adesea, costuri mari, pe care poate nu îți le permiți.

Cum cumperi o asigurare de sănătate?

Cere oferte de la mai multe companii de asigurare, fie contactând direct companiile, fie vorbind cu brokerul tău.

Nu te grăbi să achiziționezi cea mai ieftină poliță de pe piață. Important nu este doar cât plătești, ci produsul pe care îl cumperi.

Cere informații detaliate despre asigurarea de sănătate oferită.

Ce acoperă o asigurare de sănătate?

- Servicii medicale de prevenție
- Spitalizare și tratament
- Intervenții chirurgicale
- Servicii medicale în ambulatoriu, inclusiv servicii de mică chirurgie
- Consultații și investigații realizate de medici specializați
- Sarcină și naștere
- Servicii private de ambulanță
- Servicii stomatologice

digitală „Cum alegi protecția potrivită”, concepută ca un ghid practic pentru cei care vor să înțeleagă mai bine opțiunile de protecție disponibile și criteriile care contează atunci când aleg o asigurare de sănătate. În cadrul materialului, au fost publicate și „programe” menite să ajute cititorii să profite de timpul liber pe care îl au la dispoziție, oferind sugestii despre ce pot face pentru sănătatea lor în 5, 10, 15, 30 sau 45 de minute. Nu în ultimul rând, peste 200 de brokeri și agenți din

întreaga țară și-au personalizat broșura cu propriile date și au distribuit-o mai departe către clienții lor.

Componenta educațională a campaniei a urmărit și să aducă prevenția mai aproape de viața de zi cu zi. Cele patru materiale video dedicate obiceiurilor bune pentru sănătate au fost urmărite de 60.000 de români, contribuind la promovarea unor comportamente care pot avea un rol important în menținerea stării de

sănătate pe termen lung. De asemenea, pentru a extinde accesul la informație dincolo de mediul digital, campania a ajuns și la radio. Un spot dedicat importanței sănătății și protecției prin asigurare a fost difuzat de RFI România, adăugând o componentă de comunicare adresată unui public cât mai divers și consolidând prezența mesajului în spațiul public.



O campanie



Cu sprijinul



Parteneri

Parteneri

Metropolitan Life

Groupama

SIGNAL IDUNA

Allianz Țiriac

MARSH

GRAWE



DE VIATA
BCR ASIGURARI
VIENNA INSURANCE GROUP



Desine
Broker de asigurări

CAMPION
Broker de asigurări și reasigurări

B
INTER®
BROKER DE ASIGURARI

Asirom
VIENNA INSURANCE GROUP

OVB

Asito Kapital
Asociație - Asociații - Asiguranți

BT BT Broker de Asigurare®

MiB
Milenium Insurance Broker

Fabrica de Asigurări
BROKER DE ASIGURARE

neacsu
ATTORNEYS + COM

PARTENERI PENTRU VIATA
MaxyGo
BROKER DE ASIGURARE

HOBBIT
Broker de asigurări

Consultant AA

ASIGEST
BROKER

DAW
MANAGEMENT
BROKER ASIGURARE

Prestige
ASIGURATO
BROKER DE ASIGURARE

LION
BROKER DE ASIGURARE

Balkan
ESTIMARE BROKER

DEXASIG
BROKER DE ASIGURARE



LUNA ANTREPRENORULUI
PROTEJAT

Instabilitatea economică și presiunile tot mai mari asupra companiilor pun antreprenorii români în fața unor riscuri pe care nu își mai permit să le ignore. Campania „Luna Antreprenorului Protejat” a adus în prim-plan rolul asigurărilor în protejarea afacerilor și a investițiilor acestora, oferind antreprenorilor informații utile pentru un business mai bine pregătit pentru situații neprevăzute.

Luna Antreprenorului Protejat

– prima ediție a unei campanii de informare dedicate IMM-urilor din România

Cu sprijinul

EUROLIFE FFH

A FAIRFAX Company

Visează. Evoluează. Asigură.

Unul dintre cele mai mari obstacole pentru antreprenorii din România în momentul de față este reprezentat de instabilitatea economică, conform studiului „Barometrul Antreprenoriatului în Europa Centrală și de Est”, realizat de EY în 2025. Antreprenorii români se confruntă cu o serie de incertitudini, arată studiul, inclusiv presiuni inflaționiste și instabilitate geopolitică, elemente care

afectează încrederea în viitorul afacerilor și îi determină pe aceștia să fie mai prudenți în privința investițiilor.

De asemenea, antreprenorii români se confruntă cu provocări și atunci când vine vorba de sursele principale de finanțare. Mulți preferă să reinvestească profiturile și fondurile proprii (54%) în loc să caute surse externe pentru a obține banii de care au nevoie.

Situația economică actuală – marcată de instabilitate politică și legislativă, dar și o continuă creștere a prețurilor – accentuează provocările pe care le întâmpină antreprenorii și companiile mici și mijlocii din România, deja extrem de vulnerabile. Protecția financiară prin asigurare devine, așadar, mai importantă ca niciodată.

Ce riscuri afectează IMM-urile din România?

riscuri de bază și catastrofe naturale

Riscurile majore care pot distruge fizic sediul, stocurile sau echipamentele companiei tale - incendii, explozii, vijeli, furtuni, cutremur

Impactul financiar și continuitatea afacerii

Pierderi de profit – Stoparea completă sau parțială a vânzărilor/producției pe perioada reparațiilor.

Cheltuieli suplimentare – Fonduri necesare de urgență pentru restabilirea rapidă a activității (chiriile temporare, logistica de criză).

riscuri tehnice și operaționale

Avarii la instalațiile de apă, supraîncălziri sau scurtcircuituri care pot distruge aparatură, riscuri specifice pentru laptopuri, tablete

răspunderea legală

Răspundere civilă față de terți – Prejudiciile pe care afacerea ta le poate cauza, din greșeală, clienților, vizitatorilor sau vecinilor

De ce ar încheia IMM-urile din România o asigurare de bunuri?

1. Un singur incident poate bloca complet activitatea

Un incendiu, o inundație, un scurtcircuit sau un furt pot opri activitatea pentru zile, săptămâni sau chiar definitiv.

2. Costurile de înlocuire a bunurilor și echipamentelor au crescut enorm

Iar atunci când au nevoie, multe IMM-uri descoperă prea târziu că nu au lichidități suficiente sau că accesul la credit este mai dificil și mai scump.

3. Riscurile climatice și accidentele sunt mai frecvente și mai imprevizibile

Fenomenele extreme au devenit realitate inclusiv în România. În paralel, crește și riscul incidentelor operaționale

4. O asigurare de bunuri protejează stabilitatea financiară și cashflow-ul companiei

În perioade economice dificile, cashflow-ul devine critic. Cu asigurare, impactul financiar este mai predictibil, compania poate continua mai rapid operațiunile, iar riscul unei plăți imprevizibile scade.

De ce ar încheia IMM-urile din România o asigurare de răspundere civilă?

1. Un singur incident poate genera costuri mult mai mari decât poate suporta un IMM

În cazul unui proces de răspundere civilă, pe lângă despăgubiri, apar cheltuieli juridice, costuri de investigație, dar nu numai.

Pentru un IMM, astfel de costuri pot destabiliza rapid businessul.

2. Crește numărul situațiilor în care companiile sunt trase la răspundere

Chiar și companiile foarte serioase pot ajunge în situații în care trebuie să răspundă pentru accidente, neglijențe, erori, daune involuntare.

3. Protejează cash-flow-ul și continuitatea afacerii

Pentru un IMM, problema nu este doar valoarea despăgubirii, ci impactul imediat asupra lichidităților.

4. Devine tot mai importantă în relațiile B2B

Tot mai multe companii mari, corporații sau parteneri cer existența unei asigurări de răspundere civilă înainte de semnarea contractelor.

Sub jumătate din IMM-urile din România au asigurări

Indiferent că vorbim de business-uri din domeniul HORECA, de un cabinet medical sau de o afacere din domeniul frumuseții, toate au un lucru în comun: vulnerabilitate în fața riscurilor. Întreruperea afacerii de exemplu, chiar și pentru o perioadă scurtă, poate însemna, pentru multe din ele, începutul sfârșitului, deoarece lipsa veniturilor va crea un dezechilibru economic peste care multe din ele nu pot trece. Similar, cheltuielile neprevăzute generate de un eveniment nefericit, de un accident sau chiar de obligația de a plăti despăgubiri în urma unei răspunderi civile pot avea un impact la fel de puternic.

Însă, în pofida vulnerabilității lor, companiile mici și mijlocii din țara noastră sunt neacoperite din punct de vedere financiar. Potrivit EUROLIFE FFH Asigurări România care citează un studiu de specialitate, mai puțin de jumătate dintre IMM-urile în România au o asigurare, iar, din cele care dețin polițe, majoritatea deține o asigurare obligatorie – RCA (88%), în timp ce doar aprox 50% aleg o asigurare de clădiri și

De ce ar încheia IMM-urile din România o asigurare de continuitate a afacerii?

- 1. Acoperă pierderea financiară rezultată din scăderea veniturilor când activitatea este întreruptă**
Acoperă pierderea financiară rezultată din scăderea veniturilor, inclusiv impactul costurilor fixe precum salariile și chiriile, atunci când activitatea este întreruptă de un eveniment asigurat.
- 2. Protejează cashflow-ul într-un moment critic**
Pentru multe IMM-uri, rezervele financiare sunt limitate.
- 3. Ajută compania să își păstreze angajații și clienții**
O întrerupere prelungită poate avea efecte care depășesc pierderea financiară imediată. Există riscul pierderii personalului calificat, a migrației clienților către concurență, a anulării contractelor.
- 4. Permite reluarea mai rapidă a activității**
În multe situații, pentru a reduce perioada de întrerupere sunt necesare cheltuieli suplimentare: relocarea temporară, închirierea unor echipamente, amenajarea unui spațiu alternativ, costuri logistice neprevăzute. O asigurare poate contribui la acoperirea acestor cheltuieli extraordinare, facilitând revenirea la activitate într-un timp mai scurt.



LUNA ANTREPRENORULUI
EUROLIFE FFH
ApPA

bunuri, și doar 27% au, de exemplu, o asigurare de răspundere civilă.

Prima ediție a campaniei „Luna Antreprenorului Protejat”

Acesta este contextul în care APPA – Asociația Pentru Promovarea Asigurărilor a lansat și a desfășurat, alături de EUROLIFE FFH Asigurări

România, campania de informare „Luna Antreprenorului Protejat”. Noul proiect s-a adresat direct antreprenorilor și IMM-urilor și a avut ca obiectiv principal să crească gradul de informare al acestora atât cu privire la rolul asigurărilor pentru companiile mici și mijlocii, cât și în ceea ce privește importanța (și necesitatea) protecției financiare în fața riscurilor de orice fel.

Astfel, campania a adus, în prim plan, cele mai importante asigurări dedicate companiilor mici și mijlocii, cu accent pe importanța protecției în fața riscurilor la care este expus un business în România.

Mesajele campaniei au fost transmise prin intermediul Publicațiilor XPRIMM, precum și prin platforma totuldespreasigurari.ro.



ExploRe & ReConnex Global (Re)Insurance Summit 2026

O piață sub presiune, dar mai conectată ca niciodată



Ediția 2026 a ExploRe & ReConnex Global (Re)Insurance Summit, desfășurată la Antalya, a reunit asigurători, reasigurători, brokeri, specialiști în daune, modelare catastrofală, sănătate și tehnologie, pentru dezbateri despre viitorul industriei globale de asigurări.

Evenimentul a reflectat complexitatea tot mai mare a pieței, influențată simultan de instabilitatea geopolitică, expunerea la catastrofe naturale, transformarea digitală, noile așteptări ale clienților și utilizarea accelerată a datelor și inteligenței artificiale. Mesajul comun al sesiunilor a fost clar: asigurările devin mai interconectate, mai analitice și mai dependente de încredere.

În deschidere, Turcia a fost prezentată nu doar ca piață regională, ci ca un hub strategic între Europa, Orientul Mijlociu și Asia. În sesiunea „Istanbul: A Financial Center”, a fost reafirmată ambiția de a transforma piața turcă într-una dintre primele zece piețe de asigurări la nivel mondial, prin modernizare, conectivitate internațională și susținerea inovației.

Pe segmentul reasigurărilor, discuțiile au indicat o piață solidă financiar și mai disciplinată decât în ciclurile precedente. Reprezentanții SCOR și Lockton Re au arătat că profitabilitatea

ridicată, retențiile mai mari și veniturile mai bune din investiții au consolidat poziția reasigurătorilor. În același timp, ritmul de creștere începe să încetinească. Pentru piața turcă, faptul că, după cutremurele din 2023, capacitatea de reasigurare a rămas disponibilă a confirmat încrederea partenerilor internaționali.

Riscul de cutremur a fost una dintre temele tehnice majore. Modelele catastrofale sunt utilizate tot mai mult în subscriere, pricing, administrarea portofoliilor și structurarea programelor de reasigurare. Un interes special a fost acordat soluțiilor parametrice, bazate pe trigger-e prestabilite precum magnitudinea, localizarea sau intensitatea mișcării solului. Avantajul lor major este rapiditatea plății și accesul imediat la lichidități după un eveniment sever.

O altă temă importantă a fost Business Interruption. În economia actuală, o companie poate suferi pierderi majore fără ca propriile facilități să fie afectate fizic. Blocajele logistice, problemele furnizorilor, lipsa materiilor prime sau evenimentele geopolitice pot opri activitatea. Concluzia a fost sugestivă: o fabrică poate fi încă în picioare și totuși să nu poată funcționa.

În sănătate, discuțiile au vizat mobilitatea medicală, telemedicina,

digitalizarea și rolul în creștere al Turcia ca hub pentru turism medical. Asigurătorii sunt chemați nu doar să finanțeze tratamentul, ci și să ajute pacientul să navigheze sisteme tot mai complexe. În paralel, folosirea datelor și a AI ridică noi întrebări privind transparența, echitatea și protejarea încrederii.

Cyber risk a confirmat aceeași tendință către complexitate. Un incident cyber înseamnă astăzi nu doar o problemă IT, ci poate genera răspunderi juridice, întreruperea activității, costuri reputaționale și pierderi financiare importante. Gestionarea acestor daune necesită colaborarea dintre experți IT, avocați, specialiști în daune și forensic accounting.

Și în zona daunelor, mesajul a fost ferm: pregătirea nu poate începe după producerea catastrofei. Procedurile, cooperarea dintre asigurători și loss adjusters, tehnologia și capacitatea de reacție trebuie construite în avans.

În motor insurance, vehiculele conectate, telematica și AI schimbă modul de tarificare, subscriere și gestionare a daunelor, iar automatizarea ridică noi întrebări privind răspunderea între șofer și sistem.

ExploRe & ReConnex Global (Re)Insurance Summit 2026 a demonstrat că viitorul industriei nu va fi definit doar de capital și capacitate, ci și de felul în care asigurătorii combină știința, tehnologia, disciplina operațională și încrederea.

În asigurările moderne, înțelegerea complexității devine la fel de importantă ca subscrierea riscului.

Următoarea ediție a ExploRe & ReConnex Global (Re)Insurance Summit va avea loc la Antalya, Turcia, în perioada 21–24 martie 2027, continuând misiunea evenimentului de a reuni profesioniști din industria asigurărilor și reasigurărilor de pe piețele internaționale.



IIF 2026 – Azerbaijan International Insurance Forum Baku, centru regional pentru dialogul în domeniul asigurărilor



Aproximativ 400 de profesioniști din domeniul asigurărilor, reprezentanți ai autorităților de reglementare, factori de decizie și lideri ai mediului de afaceri din peste 20 de țări s-au reunit la Baku, în perioada 24–25 iunie, pentru cea de-a 11-a ediție a Azerbaijan International Insurance Forum (AIIF 2026), reconfirmând poziția evenimentului ca una dintre principalele platforme pentru dialog și cooperare regională în domeniul asigurărilor în spațiul eurasiatic.

Desfășurat cu sprijinul strategic al Băncii Centrale a Republicii Azerbaijan, AIIF 2026 a fost organizat de Asociația Asigurătorilor din Azerbaijan (AIA), în parteneriat cu XPRIMM.

Pe parcursul celor două zile ale evenimentului, experți din industrie au analizat principalele tendințe care modelează piețele de asigurări la nivel mondial, cu un accent deosebit pe reziliență, inovație și creștere sustenabilă. Discuțiile au abordat o gamă largă de teme strategice, printre care viitorul sistemelor private de pensii, reasigurarea și riscurile asociate catastrofelor naturale, dezvoltarea pieței de asigurări din Azerbaijan, piețele de asigurări din lumea turcă, asigurările de viață

și de sănătate, rolul în extindere al bancassurance, educația profesională, precum și evoluția pieței de brokeraj în asigurări.

Forumul a reunit directori și manageri de top ai companiilor de asigurare, reasigurare și brokeraj din Caucaz, Asia Centrală, Europa, Turcia, Rusia și țările CSI, alături de oficiali guvernamentali, parlamentari, reprezentanți ai autorităților de reglementare și ai organizațiilor din industrie. Diversitatea participanților și nivelul ridicat al schimbului de experiență au demonstrat, încă o dată, importanța AIIF ca punct de întâlnire pentru factorii de decizie preocupați de consolidarea cooperării regionale și de dezvoltarea pe termen lung a piețelor de asigurări.

Prin facilitarea dialogului dintre autorități de reglementare, asigurători, reasigurători, brokeri și experți internaționali, AIIF 2026 și-a consolidat și mai mult reputația de forum de referință pentru schimbul de bune practici, dezbaterile provocărilor emergente și identificarea unor noi oportunități pentru industria asigurărilor în regiunea eurasiatică extinsă.

● **Cât valorează electrocasnicele din casa ta?**

Marius CONSTANTINESCU, Director Daune, LEADER Team Insurance Broker

● **Sănătatea în privat - patru mari pericole în accesarea ei**

Alina PREDA, Director Dezvoltare, DESTINE Broker

● **Paradoxal sau nu, odată cu taxele crește și nevoia de asigurare**

Veronica DUȚU, Consultant Fiscal și Antreprenor, UNIONCONT Expert

● **Românii pot primi 4 pensii: 3 private și una de stat**

Mihai BOBOCEA, Consilier al Board-ului și Purtător de cuvânt, APAPR - Asociația pentru Pensile Administrative Privat din România

● **Ce înseamnă MGA și cum te poate ajuta?**

Daniela BĂDĂLUȚĂ, Președinte și Fondator, RECREX International

● **Până unde poate merge inovația în asigurări?**

Mihai Dan APOSTOL, CEO & Co-Fondator, Insuretech

● **Vin vremuri complicate pentru case și sănătate**

Alexandru CIUNCAN, Președinte și Director General, UNSAR

● **Sănătatea este prețuită ... când o pierzi și când o plătești**

Ștefan PRIGOREANU, CEO, MILLENIUM Insurance Broker

● **Despre sănătate, riscuri și soluții - în țară și în afara ei**

Alexandra KONRAD, Country Manager, MediHelp International

● **Cum va supraviețui România următorului mare cutremur?**

Nicoleta RADU, Director General, Poolul de Asigurare Împotriva Dezastrelor Naturale

● **Erori în acordarea beneficiilor extrasalariale**

Eduard SIMIONESCU, CEO, GrECO România

● **Cât costă War Risk Insurance - asigurările pe timp de război?**

Mihai NEACȘU, Avocat și Managing Partner, Neacșu și Asociații

● **Lege nouă cu schimbări majore pentru motociclete și scutere**

Oana Maria RADU, PR Director motoADN/ApPA, Răzvan PAVEL, Președinte, motoADN

● **Capcana accidentelor auto rezolvate "la mica înțelegere"**

Marius CONSTANTINESCU, Director Daune, LEADER Team Insurance Broker

● **Cele 7 secrete ale asigurării sănătății copiilor noștri**

Dr. Alina EPURE, terapeut nutriționist și doctor în medicină, Fondator Nutribalance

● **Fenomenul "Fake Carrier" - simptome și tratament**

Marius POPESCU, Specialist asigurări de transport și logistică, RENOMIA România

● **Cum ne dăm seama că lucrăm cu un profesionist?**

George ZAHARESCU, Acționar și Director Executiv, PRESTIGE Broker

● **Strada Responsabilității, nr. 1**

Alexandru CIUNCAN, Președinte, UNSAR/CSR, Alina BĂRBULESCU, Coordonator Secțiunii Asigurări Generale, UNSAR

● **Coșmarul dosarelor pentru daunele auto**

Marius Cătălin ION, Managing Partner, DAUNE.expert

● **Cu mintea trează pe drumurile patriei**

Oana Maria RADU, PR Director, ApPA - Asociația pentru Promovarea Asigurărilor

● **Mașina timpului ne aduce asigurări din viitor**

Cristian IONESCU, CEO, EAZY Asigurări

● **Cele mai ignorate 5 riscuri de către IMM în România**

Livia CRISTIAN, Director Vânzări, EUROLIFE FFH

● **Ce este și cum acționează codul de conduită în asigurări?**

Cristina BRĂNESCU, Șef Serviciu Supraveghere Conduită de Piață, Autoritatea de Supraveghere Financiară - ASF

● **Cine și cât plătește când medicul greșeste**

Marius CONSTANTINESCU, Director Daune, LEADER Team Insurance Broker

● **Șase tendințe pentru 2026 în brokerajul de asigurări**

Otilia PETRARIU, Președinte, PRBAR Academy

● **Fii mereu cu mintea la drum, ca să ajungi întreg la destinație!**

Oana Maria RADU, PR Director, ApPA - Asociația pentru Promovarea Asigurărilor





A Tradition of Excellence in Insurance
Services and MGA structure



Advanced Insurance Solutions

Underwriting

Claims Handling

Sales Management

Customer Relationship Management

Portfolio Management

Connection with Insurance Intermediaries



Amiabila



Momentele nefericite au nevoie de o cale ușoară

Amiabila este aplicația gratuită care **digitalizează procesul unei constatări amiabile.**



www.amiabila.com