

Miesięcznik

Ubezpieczeniowy

ISSN 1732-2413 • WSZYSTKO, CO TRZEBA WIEDZIEĆ O RYNKU UBEZPIECZEŃ • TOM 19 I NUMER 9 I WRZESIEŃ 2022 • 2 września 2022



© Evrymmt/stock.adobe.com

NUMER SPECJALNY:

Najlepsze w ubezpieczeniach

Spółeczny wymiar ESG: działania, wsparcie, strategia

ERGO Hestia
mecenas kultury
zaprasza na wyjątkowe
wydarzenie

BUJNOŚĆ

ATLAS NIESKOŃCZONYCH MOŻLIWOŚCI

Państwowa Galeria Sztuki w Sopocie
29.09.2022-8.01.2023
Sopot, Pl. Zdrojowy 2

Wystawa podsumowująca
konkurs artystyczny
organizowany w latach
2002-2022 przez Fundację
Artystyczna Podróż Hestii

**ERGO
HESTIA**



PAŃSTWOWA GALERIA SZTUKI

Sopot

Nowy standard likwidacji szkód mieszkaniowych

Jako pierwsza firma assistance w Polsce oferujemy pełną, bezgotówkową likwidację szkody po zalaniu, pożarze, czy awarii instalacji.

83% klientów oczekuje szerszej pomocy od firm ubezpieczeniowych. Ich zdaniem ubezpieczyciel powinien organizować pomoc i zapewniać dodatkowe usługi, a nie tylko wypłacać odszkodowanie

Badanie „Rynek usług assistance widziany oczami klientów” zrealizowane przez Ipsos Polska na zlecenie Mondial Assistance w dniach 9 grudnia 2021 roku – 26 stycznia 2022 r. n: 1700.



Kompleksowa obsługa szkód domowych, to wygoda dla Klienta i korzyść dla Ubezpieczyciela - to oszczędność czasu, kontrola kosztów, wysoka jakość wykonanych prac i szeroki wachlarz fachowych usług remontowych na terenie całej Polski, w tym malowanie, tapetowanie, tynkowanie, układanie glazury i terakoty.



Mondial Assistance: światowy ekspert w dziedzinie assistance, usług dla zdrowia, ubezpieczeń podróży i rozwiązań mobilnych. W centrum wszystkich naszych działań zawsze jest człowiek. Nasze produkty są proste, intuicyjne i dostosowane do codziennego życia naszych Klientów. Silna pozycja Mondial Assistance na rynku to zasługa naszej zdolności do dostarczania kompleksowych, innowacyjnych rozwiązań, które wykraczają poza tradycyjne ubezpieczenia.
www.mondial-assistance.pl

Kompleksowa likwidacja szkód komunikacyjnych z Mondial Assistance



Usługi pomocowe (holowanie do warsztatu; auto zastępcze; kontynuacja podróży)



Wybór warsztatu, kosztorysowanie i kontrola procesu naprawy



Oględziny pojazdu i dokumentacja szkodowa



Odstawienie auta po zakończonej naprawie



Mondial Assistance: światowy ekspert w dziedzinie assistance, usług dla zdrowia, ubezpieczeń podróżnych i rozwiązań mobilnych. W centrum wszystkich naszych działań zawsze jest człowiek. Nasze produkty są proste, intuicyjne i dostosowane do codziennego życia naszych Klientów. Silna pozycja Mondial Assistance na rynku to zasługa naszej zdolności do dostarczania kompleksowych, innowacyjnych rozwiązań, które wykraczają poza tradycyjne ubezpieczenia.
www.mondial-assistance.pl

Assistance jest wszędzie!
Pomagamy w każdej dziedzinie życia, a nasze usługi sięgają poza standardowe pakiety ubezpieczenia.



Pomoc na drodze

Holowanie pojazdu, naprawy przez telefon, samochód zastępczy, organizacja noclegu, transport pasażerów, kontynuacja podróży, kierowca zastępczy, oględziny powypadkowe, zlecenie naprawy w ASO i warsztatach naprawczych

Pomoc w domu

Interwencje specjalistów napraw sprzętu domowego, usuwanie awarii i skutków wypadku w domu, naprawa sprzętu elektronicznego, concierge, kompleksowa likwidacja szkód po pożarze, zalaniu, itp.

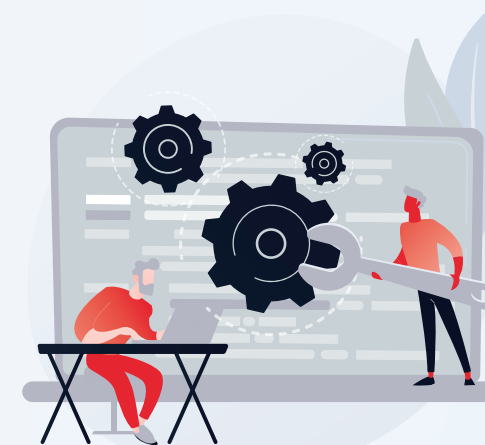


Pomoc w podróży zagranicznej

Wizyta lekarska w hotelu, pokrycie kosztów leczenia szpitalnego za granicą, ubezpieczenie bagażu, organizacja transport medycznego do kraju, ubezpieczenie odwołania podróży

Pomoc medyczna i usługi opiekuńcze

Wizyty lekarskie, organizacja procesu rehabilitacji, badania obrazowe i laboratoryjne, telekonsultacje, monitorowanie stanu pacjenta na odległość (telemedycyna), transport medyczny, organizacja sprzętu rehabilitacyjnego, dostarczanie leków, opieka pielęgniarska, opieka i korepetycje dla dzieci, infolinie specjalistyczne, portal dietetyczny



Ubezpieczenie sprzętu elektronicznego od przypadkowego uszkodzenia i kradzieży

Przedłużona gwarancja na sprzęt elektroniczny, ubezpieczenie telefonu komórkowego

Ubezpieczenia biletów na imprezy sportowe i kulturalne

Ubezpieczenie od rezygnacji z przyczyn losowych, ubezpieczenie odwołania imprezy



Ubezpieczenia to pomoc

W bardzo, bardzo dawnych, zamierzchłych czasach społeczności sobie pomagały. Zdarza się to zresztą i dzisiaj na co przykładów wokół mamy również bardzo, bardzo wiele. I globalnych, jak choćby nie mająca precedensu pomoc Polaków uciekającym przed wojną na Ukrainie. I bardziej zwykłych, lokalnych, jak pomoc sąsiadka tym, których wichura zerwała dach, by mogli choćby połączyć swoje budynki. A i w niniejszym numerze Miesięcznika Ubezpieczeniowego zebraliśmy wiele przykładów pomocy i wsparcia, które branża ubezpieczeniowa niesie bezinteresownie tym, którzy tej pomocy i wsparcia potrzebują.

Bezinteresownie, tj. bez wymogu narzuconego umową. Po prostu z potrzeby widzianej u innego człowieka.

Tu jednak chciałem zwrócić uwagę nie na tę bezinteresowną pomoc, którą ludzie ubezpieczeń niosą tam, gdzie pojawia się jakaś nagle potrzeba. Tu chciałbym opisać naszą zwykłą i kontraktową misję niesienia pomocy. By nie powstało wrażenie, że nasza codzienna praca jest mniej ważna lub mniej cenna niż akcje społeczne lub charytatywne, w których od czasu do czasu uczestniczymy.

Wprost przeciwnie! Nawet w wymiarze finansowym w tych codziennych naszych działaniach dajemy więcej! I znacznie chyba mocniej wspieramy społeczeństwo. Naprawdę mamy szczęście pracować w tak wspianiałej branży.

WSPÓLNOTA

Na wzajemnej pomocy oparte były wspólnoty pierwotne. Prze-trwanie małych społeczności zawsze było zależne od spełnienia kilku warunków. Przede wszystkim każdy musiał wykonywać swoją pracę. Jeśli nie wykonywał, nie mógł być członkiem społeczności. Skąd zresztą obecne w wielu kulturach pozbywanie się – mniej lub bardziej wprost – osób nieproduktywnych, np. niepełnosprawnych dzieci lub osób starszych, zniechędzających. Jednocześnie wspólnoty zawsze zależały na tych, którzy mogą wykonywać pracę. Pomagano więc tym, którzy – najczęściej w wyniku działania jakiejś siły przyrody lub wypadku – popadli w kłopoty.

Metody były różne. Od prostego dzielenia się tym, co zostało utracone przez jedną rodzinę (lub generalnie wspólność rzeczy w plemienu) po zwyczaj małżeństwa z żoną brata, który zginął.



MARCIN Z. BRODA
Redaktor naczelny.

To ostatnie w pewnym wymiarze jest pięknym poprzednikiem dzisiejszych umów terminowych na życie, gdzie małżonkowie (najczęściej wzajemnie) zabezpieczają się na wypadek własnej śmierci. Kiedyś takim zabezpieczeniem był brat, który przejmował opiekę nad bratową i dziećmi brata. W przypadku śmierci kobiety... co...mężczyzna zwykle brał kolejną żonę, która mogła jego dzieci wychować. Wszystko było oparte na umowie społecznej w mniej lub bardziej zrytualizowany sposób obowiązującej w danej społeczności.

CECHY

Na wzajemnej pomocy oparte były również średniowieczne cechy. I w tym przypadku ochrona udzielana była w dwu wypadkach.

Pierwszy miał element dzisiejszych ubezpieczeń majątkowych i najczęściej w jakiś sposób związany był z utratą przez mistrza jego narzędzi, np. w wyniku kradzieży lub pożaru. Inni członkowie cechu w miarę swoich możliwości oddawali poszkodowanemu to, co utracił. Drugi element znów miał cechy ubezpieczeń na życie – członkowie cechu wypłacali renty żonie i dzieciom zmarłego mistrza. I w tym przypadku całość oparta była na w znacznej mierze nieformalnej jeszcze umowie społecznej. Choć – szczególnie później – mogła mieć ona i bardziej sformalizowany charakter, i – a może przede wszystkim z naszego punktu widzenia – wymiar finansowy w postaci składek oddawanych na cech i wdowy po poprzednich mistrzach. Płacąc składki pomagało się innym, ale można było również mieć uzasadnione nadzieje na wzajemność i uzyskanie – w razie potrzeb – pomocy dla siebie lub własnej rodziny.

ZWIĄZKI

Wreszcie na wzajemnej pomocy oparte były całkiem już nowożytny związki ogniowe, groblowe, przemysłowe. Grupy ludzi prowadzących najczęściej podobną działalność i narażonych na podobne ryzyka umawiały się na wzajemną pomoc w razie realizacji się tych ryzyk. Kluczowe było tu i prowadzenie podobnej działalności, i narażenie na podobne ryzyka. Pierwsze dawało wciąż jeszcze niezbędne przy takich konstrukcjach poczucie wspólnoty. Drugie pozwalało na zrozumienie działania danego ryzyka, a przede wszystkim realną ocenę szkód, do których doszło. Ani poszkodowany, którego straty miały być zrekompensowane,

— Miesięcznik —
Ubezpieczeniowy

Miesięcznik Ubezpieczeniowy nr 9/2022. ISSN: 1732-2413

Wydanie specjalne

REDAKTOR NACZELNY: Marcin Z. Broda

REDAKTOR PROWADZĄCA: Anna Sitarek

REDAKCJA: Eliza Kosicka

Wydawca: Ogma Sp. z o.o., ul. Tyniecka 27/13, 02-615 Warszawa

Skład i łamanie: GRAFISTAS Magdalena Gałat. Druk: Drukarnia Szymdt

**Multiagent – zakład ubezpieczeń – OFWCA:
relacje, współpraca, wsparcie, nadzór**
15 września 2022 r.

Przegląd produktu ubezpieczeniowego
27 września 2022 r.

**Standardowy zakres kontroli
agenta ubezpieczeniowego – CHECKLISTA**
29 września 2022 r.

**Standardowy zakres kontroli
brokera ubezpieczeniowego – CHECKLISTA**
30 września 2022 r.

Prowadzący
prof. UAM dr hab. Marcin Orlicki

ani ci, którzy mieli te straty zrekompensować nie mogli mieć wątpliwości ani co do charakteru, ani co do wymiaru szkody. Lub pisząc wprost – sami dla siebie musieli być likwidatorami szkód...

WZAJEMNOŚĆ

Od tego etapu społecznej samopomocy niedaleko już do ubezpieczycieli wzajemnych. Wystarczy rozszerzenie bazy na większy obszar lub grupy, gdzie członkowie nie mogą już znać się osobiście. Potrzebne jest też wtedy oczywiście sprofesjonalizowanie najważniejszego elementu ubezpieczeń – oceny i wypłaty należnych odszkodowań. Tak, by ani potrzebujący pomocy, ani ci, którzy niesienie pomocy finansują nie mieli wątpliwości co do słuszności podjętych przez towarzystwo decyzji. Poszkodowani nie mogą skarżyć się, że dostali zbyt mało. Ale i płacący składki muszą mieć pewność, że ich pieniądze służą najlepiej tym, którzy pomocy potrzebują, ale też tylko tym, którzy potrzebują.

Wciąż jednak i przy towarzystwach wzajemnych potrzebna była jeszcze jakaś wspólnotowa zależność członków nawet pomimo braku bezpośredniej więzi, a w szczególności bezpośredniej znajomości. Nie musieli się znać, ale musieli doświadczać podobnego losu. Co było możliwe tylko do pewnego poziomu rozwoju gospodarczego i społecznego. Wiek 20. przyniósł już poziom anonimowości, który coraz częściej stawiał pod znakiem zapytania element wzajemności w ubezpieczeniach. Nawet, jeśli formalnie wciąż on jeszcze obowiązywał. Również sama skala prowadzonej działalności wymagała oderwania się od poszczególnych członków. Potrzebny był zewnętrzny, niezależny od członków kapitał, który gwarantowałby wypłaty i przez to wypłacalność ubezpieczyciela.

UBEZPIECZENIA

Tak wygląda krótka historia ubezpieczeń od wspólnoty pierwotnej z neolitu, zapewne również paleolitu (a może i wcześniej?), po współczesne, komercyjne, nowoczesne ubezpieczenia. Wraz ze stopniem rozwoju społeczności, a później społeczeństwa, zmieniła się forma, ale nie treść ubezpieczeniowego zobowiązania. Dalej niesiemy pomoc tym, którzy – w postaci składek – chcą w pomocy innym gotowi uczestniczyć. Jeśli ktoś sam chce w przyszłości, w razie niezawinionej przez siebie potrzeby, otrzymać odszkodowanie, musi złożyć się na pomoc innym, którzy być może przed taką samą (lub podobną) potrzebą staną. Ewentualna wypłata świadczenia to wszak pieniądze i samego ubezpieczonego, i tysięcy, czasem wręcz milionów, innych osób.

W rzeczywistości droga od bezpośredniej pomocy społeczności w odbudowie zniszczonej przez wiatr lub wodę chaty czy ziemianki do pokrycia przez ubezpieczyciela kosztów remontu domu doświadczonego przez huragan albo powódź wcale nie jest długa. O tej wzajemności ubezpieczeniowej pomocy zawsze w naszej branży powinniśmy pamiętać z co najmniej dwu powodów.

Pierwszy powód to nasze własne samopoczucie i przekonanie w jak wielkiej sprawie na co dzień uczestniczymy. Bo łatwo o tym czasem zapomnieć w nawale codziennych obowiązków, a czasem i pretensji tych, którym odmówiono całości lub części oczekiwanego przez nich świadczenia (nawet, jeśli roszczenia zupełnie nie były uzasadnione i gdzie mieliśmy obowiązek obrony funduszu ubezpieczeniowego).

Ale ważniejszy jest powód drugi. My sami, w tych samych codziennych obowiązkach, nie możemy zapominać o misji naszej branży i związanej z nią empatii wobec każdego uczestnika całego procesu. Od potencjalnego ubezpieczonego po poszkodowanego. To też nie zawsze jest łatwe. A to wreszcie elementarna część naszego ESG. □

Nowa oferta TU Zdrowie...

Jest początek czerwca, ciepły i pogodny poranek. Wypijam poranną kawę, a później wsiadam do samochodu i ruszam. A jakże – do klienta jadę. Po niecałej godzinie parkuję samochód przed budynkiem należącym do podwarszawskiej firmy, z którą współpracuję. Jest sporo wolnych miejsc, choć wcześniej roilo się tu od samochodów dostawczych różnych wykonawców, którzy przyjeżdżali rano po odbiór zamówień i potrzebnych materiałów.

– Dzień dobry Panie Prezesie! – mówię, wchodząc do pokoju właściciela firmy.

– Dzień dobry Panie Bernardzie. Kawa?

– Z przyjemnością, czarna bez cukru – odpowiadam.

Znam już trochę Pana Zygmunta. To biznesmen twardo stąpający po ziemi, który zbudował firmę od podstaw i dziś ma ugruntowaną pozycję na rynku. Firma zajmuje się handlem i kooperuje z branżą budowlaną. Pytam o sytuację w firmie w obecnych warunkach gospodarczych.

– Hamujemy Panie Bernardzie. Jestem przekonany, że czekają nas trudne miesiące. Przy spadającej sprzedaży konieczna będzie redukcja zatrudnienia o ok. 20%. Zostawię najlepszych pracowników i mam nadzieję, że jakoś doczekamy lepszych czasów.

– A jak z opieką medyczną? – pytam wiedząc, że miesięcznie wydaje na ten cel kilkanaście tysięcy złotych.

– Na razie tego nie ruszam. Ludzie się przyzwyczaili, że szybko mogą dostać się do lekarza i zrobić badania. To dla nich ważne, bo załoga jest coraz starsza, wiele osób ma rodziny, po kilkoro dzieci i płacą za pakiety rodzinne. Ale wie Pan, nie wiadomo, czy i w tym obszarze nie będę szukał oszczędności.

– Pytał Pan ostatnio pracowników, jak oceniają nasze rozwiązania? Co jest dla nich ważne?

– To, że mogą zdecydować, gdzie chcą się leczyć. Mają swoich lekarzy, do których chodzą często od lat. Gdy nie mają placówki współpracującej w okolicy, zawsze mogą wziąć rachunek i dostać refundację. Wiele osób korzysta z usług w ten sposób.

– Blisko 20% wszystkich usług to świadczenia rozliczane w ramach refundacji – mówię, bo przed spotkaniem analizowałem raporty wykorzystania świadczeń – Czy pracownicy narzekają, że muszą sami płacić u lekarzy i korzystać z opcji zwrotu? – dopytuję.

– Raczej nie docierają do mnie takie sygnały – odpowiada Pan Zygmunta. – Gdy nie mieliśmy jeszcze ubezpieczenia w TU Zdrowie, większość z nich i tak płaciła za usługi, żeby dostać się do lekarza szybciej niż w publicznej służbie zdrowia. Dziś mają zwrot kosztów, często w 100%, a czasami muszą trochę dopłacić. Ludzie mają swój rozum – dodaje – jeśli wiedzą, że mają lekarza blisko domu, ale on z nikim nie podpisuje umów, to i tak idą do niego i robią „na refundację”. Nawet jak trochę dopłaca, to i tak nie muszą jechać daleko do placówki, więc oszczędzają czas i paliwo, a ono też teraz drogie.

Rozmawiamy jeszcze kilka minut. Zapewniam Pana Zygmunta, że jeśli będzie potrzeba „restrukturyzacji” naszej polisy, to jestem otwarty na rozmowy i znajdziemy wspólnie rozwiązanie. On dziękuje za spotkanie i, jak zawsze, odprowadza mnie do wyjścia z budynku.

Wsiadam do samochodu i jadę do biura, zastanawiając się, ile w najbliższych miesiącach będziemy mieli podobnych sytuacji.

BERNARD KUCHARSKI

zastępca dyrektora sprzedaży TU Zdrowie,
odpowiedzialny za współpracę
z Pośrednikami.



Spotkań z Klientami, którzy będą szukali oszczędności w związku z trudną sytuacją gospodarczą. Część z nich zrezygnuje z opieki medycznej dla pracowników, ale część będzie szukała rozwiązania, które zabezpieczy świadczenia dla pracowników bez konieczności zwiększania budżetu, lub wręcz przy niższych kosztach miesięcznych.

Czy mamy na to rozwiązanie w TU Zdrowie? Tak, ponieważ wychodzimy na rynek z nową ofertą. Chcemy pokazać klientom oraz pośrednikom ubezpieczeniowym dwa rozwiązania obok siebie i dać możliwość wyboru. Jedno z nich to nasza „klasyczna” Polisa Zdrowie, a drugie to Polisa TeleRefundacyjna. Dlaczego? Jest ona łatwa w obsłudze i – co najważniejsze – bardzo „odporna” na inflację. Podczas gdy w tradycyjnych rozwiązaniach wyzwaniem stają się podwyżki składek wynikające w dużej mierze ze wzrostu cen usług lekarskich na rynku (kilkanaście procent rdro) oraz wyższych kosztów funkcjonowania dostawców (droższa energia, wzrost wynagrodzeń) i oszczędności można szukać, ograniczając zakres ubezpieczenia, eliminując najdroższe placówki z sieci czy też ograniczając różne formy „swobody leczenia” (większa „kierowalność” pacjentem i controlling medyczny), polisa TeleRefundacyjna cechuje się dużo mniejszą podatnością na te zjawiska. A oto, dlaczego warto rozważyć to rozwiązanie:

- Brak konieczności ograniczania zakresu ubezpieczenia (dostępnych usług) – zmienia się sposób korzystania;
 - Brak konieczności ograniczenia swobód w zakresie wyboru miejsca leczenia, placówek, wprowadzania skierowań do lekarzy i controllingu medycznego;
 - Korzystanie bezgotówkowe z konsultacji lekarskich odbywa się wyłącznie w formule teledywidualnej;
 - Wszystkie usługi w zakresie ubezpieczenia mogą być realizowane w placówkach stacjonarnie i rozliczane w formie refundacji;
 - Można wybrać jeden z sześciu cenników refundacji, a wnioski składa się przeważnie elektronicznie, dzięki czemu w ciągu kilku dni pieniądze trafiają na konto Ubezpieczonego – daje to możliwość dopasowania kwot refundacji do realiów cenowych w danej lokalizacji;
 - Warianty ubezpieczenia odpowiadają klasycznej Polisie Zdrowie – łatwo można porównać dwa rozwiązania przy tym samym zakresie usług w pakietach;
 - Nie ma infolinii, nie ma sieci partnerskiej – Klient nie ponosi kosztów związanych z obsługą procesu umawiania świadczeń.
- Jest to rozwiązanie, które może być od kilkunastu do kilkudziesięciu procent tańsze od klasycznych produktów dostępnych na rynku, co w czasie spowolnienia i kryzysu gospodarczego może sprawić, że część firm nie będzie musiała rezygnować z pakietów medycznych, jeśli zdecyduje się na nieco inną formę. Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o naszych nowych rozwiązaniach i chcesz mieć „plan B” dla swoich klientów, to „całkiem spokojnie wypijmy trzecią kawę” i porozmawiajmy. □

Strategiczne podejście do ESG w branży ubezpieczeniowej

PZU to jedna z największych instytucji finansowo-ubezpieczeniowych naszego regionu. Dlatego odpowiedź na najważniejsze wyzwania zrównoważonego rozwoju jest niejako jej powinnością. W naturalny sposób Strategia ESG PZU „Rozwój w równowadze” na lata 2021-2024 stała się częścią strategii biznesowej. Włączenie zrównoważonego rozwoju w podstawy prowadzenia biznesu pokazuje, w jaki sposób chcemy tworzyć relacje biznesowe, wartość dla akcjonariuszy, gospodarki oraz dla społeczeństwa. W PZU rozumiemy, że ESG to nie tylko zestaw oderwanych od siebie działań. To przede wszystkim odpowiedź na długo-terminowe potrzeby społeczne, zarządzanie ryzykiem i wykorzystywanie szans.

W obecnej sytuacji geopolitycznej i gospodarczej w Europie rośnie znaczenie zrównoważonego rozwoju. Wstrząs na rynkach węgla, gazu i ropy spowodowany rosyjską agresją na Ukrainę nie wstrzymał, ale zmotywował Komisję Europejską do procesu odchodzenia od paliw kopalnych. Potrzebę intensyfikacji działań na rzecz transformacji energetycznej potwierdził także sekretarz generalny ONZ Antonio Guterres. I choć transformacja energetyczna w kierunku odnawialnych źródeł energii stała się szczególnie nagłą, nie jest jedynym wyzwaniem. W postpandemicznej dbałość o zdrowie i bezpieczeństwo społeczeństwa dyskusji o odpowiedzialności biznesu. Otaczająca nas rzeczywistość potwierdza, że zaangażowanie biznesu jest niezwykle ważne dla osiągnięcia wyznaczonych w Agendzie 2030 ONZ Celów Zrównoważonego Rozwoju.

WSPIERAĆ INNYCH W DRODZE DO ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Mamy świadomość tego, że usługi ubezpieczeniowe oraz działalność inwestycyjna to obszary, w których decyzje naszych spółek mogą oddziaływać na zachowania klientów, a w konsekwencji też na ich stosunek do środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka czy etycznego prowadzenia biznesu.

Chcemy być promotorem i partnerem „zielonej” zmiany wśród naszych kontrahentów, klientów i partnerów społecznych, zarówno przez finansowanie dużych inwestycji w OZE, jak i odpowiednie produkty ubezpieczeniowe, ofertę funduszy inwestycyjnych opartych na ESG czy wsparcie dla firm przeprowadzających dekarbonizację.

Warto podkreślić, że w Strategii ESG „Rozwój w równowadze” na równi traktujemy trzy czynniki: środowiskowy, społeczny i zarządczy. Zaangażowanie społeczne od zawsze było ważnym tematem dla PZU. Od wielu lat prowadzimy inicjatywy poprawiające bezpieczeństwo i jakość życia Polaków. Pandemia wpłynęła na życie dzieci i młodzieży, szczególnie na aktywność fizyczną oraz organizację wolnego czasu. Dlatego jednym z najnowszych działań prewencyjnych jest Program Dobra Drużyna PZU. Promuje on aktywność sportową wśród młodych ludzi. W tym roku do Drużyny PZU dołączyły 352 podmioty, które otrzymają dofinansowanie w 43 dyscyplinach sportowych. Tym samym barwy Dobrej Drużyny PZU reprezentuje już ponad 70 000 dzieci z całej Polski.



JOANNA GORCZYCA
dyrektor Biura Zrównoważonego Rozwoju,
PZU.

ŚWIECIĆ PRZYKŁADEM

W strategii wyznaczaliśmy sobie ambitne cele społeczne i środowiskowe. Do 2024 r. staniemy się neutralni klimatycznie. To oznacza, że będziemy zużywać mniej energii i czerpać ją w pełni z OZE. Zredukujemy pozostałe emisje własne, a tam gdzie nie będzie to możliwe – będziemy je rekompensować. Pierwszej rekompensaty naszych emisji CO₂ dokonaliśmy we współpracy z Lasami Państwowymi. Zakupiliśmy Jednostki Dwutlenku Węgla równoważące niemal 17 tys. ton CO₂. Środki finansowe z ich zakupu Lasy Państwowe przeznaczyły na posadzenie lasu na terenach Borów Tucholskich zniszczonych przez huragan w 2017 roku. Przenosimy się też do nowego biurowca w Warszawie, który spełnia najwyższe standardy zrównoważonego budownictwa.

Wiemy, że ostatnie dwa lata mocno zmieniły sposób pracy, oczekiwania pracowników i wpłynęły na nasze codzienne relacje. Dlatego koncentrujemy się na kwestiach pracowniczych, w tym zachowaniu dobrego zdrowia i samopoczucia naszych pracowników. Opracowaliśmy Strategię #DobryStan, dzięki której oferujemy pracownikom programy wspierające ich w godzeniu różnych ról społecznych. Tworzenie dobrego, zrównoważonego miejsca pracy to także kwestia eliminowania lub ograniczania nierówności. Chcemy, by wielopokoleniowość była inspiracją, bo wszyscy na tej różnorodności zyskujemy. Pokazujemy pracownikom jak współpracować w zespołach skupiających trzy pokolenia czy jak efektywnie pracować zdalnie i w systemie hybrydowym. Chcemy być liderem zrównoważonego rozwoju oraz czerpać wiedzę i inspirację przez udział w najważniejszych inicjatywach na rzecz zrównoważonego rozwoju. W tym roku przystąpiliśmy do kilku kluczowych partnerstw, w tym United Nations Global Compact tj. największej inicjatywy ONZ skupiającej zrównoważony biznes. Włączyliśmy się również w partnerstwo „Razem dla środowiska” UNEP/GRID-Warszawa oraz program Climate Leadership dla liderów klimatycznych.

W codziennej praktyce biznesowej stawiamy na transparentność i rzetelne informowanie o naszej działalności. Chcemy, by pracownicy i klienci, którzy nie są analitykami giełdowymi, rozumieli nasze podejście do odpowiedzialności. Od początku notowań na GPW publikujemy raporty społeczne. Dlatego niezwykle ważne jest dla nas wdrażanie ESG w codzienną praktykę biznesową, a potwierdzeniem tego podejścia jest nasza obecność w ratingach ESG oraz wyróżnienie w polskim Rankingu Odpowiedzialnych Firm. □

Więcej niż ubezpieczenia

Ryzyka związane z kryzysem klimatycznym i społecznym znajdują się na liście najważniejszych zagrożeń długoterminowych dla świata. Zdajemy sobie sprawę z wagi tych zagrożeń i staramy się im przeciwdziałać zgodnie ze strategią ESG Grupy PZU „Rozwój w równowadze”. Działania realizowane przez Pion Klienta Korporacyjnego PZU doskonale wpisują się w te wartości i wspierają naszych klientów w prowadzeniu biznesu w sposób zrównoważony.

ZIELONA ENERGIA

Niskoemisyjna gospodarka jest niezbędna, aby zahamować zmiany klimatyczne, dlatego pomagamy firmom i przedsiębiorstwom, które przechodzą energetyczną transformację. Rozwój „zielonych” produktów dla segmentu ubezpieczeń korporacyjnych to z jednej strony naturalny etap rozwoju naszego biznesu, a z drugiej odpowiedzialne wspieranie klientów i społeczeństwa w drodze do osiągnięcia neutralności klimatycznej.

W zeszłym roku do oferty ubezpieczeń korporacyjnych wprowadziliśmy dwa bliźniacze produkty: PZU Energia Wiatru i PZU Energia Słońca – ubezpieczenia chroniące mienie i OC w fazie eksploatacyjnej. Powstały z myślą o firmach, które korzystają z własnych instalacji OZE, aby sprzedawać energię elektryczną lub obniżyć jej koszty.

EKOLOGICZNE FLOTY

Nie poprzestajemy jednak na produktach OZE. Sprzedajemy także elektryków konsekwentnie rośnie. Dlatego w ramach rozwoju naszej „zielonej” oferty produktowej rozszerzyliśmy korporacyjne ubezpieczenia komunikacyjne o nowy zakres – ubezpieczenia AC dla właścicieli pojazdów elektrycznych, obejmując ochroną szkody dotyczące ładowarek, w tym wallbox’ów, a także kabli ładujących oraz baterii.

Ale to nie wszystko. W ostatnim czasie udostępniliśmy zupełnie nowe rozwiązanie – system PZU iFlota, który łączy w sobie funkcjonalności zarządzania flotą, jej bezpieczeństwem i ubezpieczeniem flotowym. PZU iFlota pozwala zwiększyć bezpieczeństwo na drodze, dzięki możliwości bieżącej obserwacji i analizy szkód, ich przyczyn, i przygotowanym na tej podstawie rekomendacjom. Codzienny dostęp do szeregu informacji (ewidencja pojazdów, kierowców, kosztów napraw, serwisu pojazdu) oraz możliwość obsługi kart paliwowych pozwala m.in. na ograniczenie kosztów użytkowania floty, zużycia paliwa, a tym samym emisji CO₂. Klienci PZU iFloty mają również możliwość skorzystania z doradztwa w zakresie przejścia na flotę elektryczną.

KULTURA BEZPIECZEŃSTWA

ESG to nie tylko działanie proekologiczne – pamiętamy o odpowiedzialności społecznej. W ofercie PZU dla biznesu korporacyjnego skupiamy się na wspieraniu klientów w zarządzaniu ryzykiem. Angażujemy do tego różne zasoby: łączymy doświadczenie w ocenie ryzyka z innowacyjnymi rozwiązaniami technologicznymi. Oferujemy zatem nie tylko ubezpieczenia jako takie, ale też usługi



JAKUB SAJKOWSKI
dyrektor zarządzający ds. klienta korporacyjnego,
PZU.

i rozwiązania ograniczające ryzyko występowania szkody, a co za tym idzie – jej skutki, zarówno dla naszego klienta, jak i dla jego otoczenia.

Przykładem jest program prewencyjny Ryzyko PRO, który bazuje na autorskim systemie opracowanym przez PZU LAB. Służy on do bieżącego monitorowania stanu bezpieczeństwa w zakładach przemysłowych. W ramach instalacji PZU LAB Enterprise Safety Tools identyfikujemy miejsca szczególnie narażone na szkodę, a więc istotne z perspektywy ryzyka. W ten sposób realnie wpływamy na poprawę bezpieczeństwa i ograniczenie skutków niepożądanych zdarzeń. Ogromną zaletą Ryzyko PRO jest wykorzystanie inteligentnych czujników czy kamer termowizyjnych,

dzięki którym możliwe jest ciągłe i zdalne wykrywanie zagrożeń. Wszystkie odczyty i analizy podane są w prostej formie na tablicie.

BEZPIECZNE DROGI

Klientom flotowym oferujemy z kolei Audax, program prewencyjny ograniczający ryzyko we flotach. Jest on oparty na wykorzystaniu nowych technologii (np. telematyki, wideorejestratorów, czujników). Analizujemy przyczyny szkód i opracowujemy działania, które pozwolą na redukcję określonego ryzyka lub obniżenie wartości szkód.

Edukujemy i budujemy świadomość ryzyka, wśród klientów i na rynku ubezpieczeń. W ramach programu PZU Bezpieczna Flota prowadzimy szkolenia teoretyczne i praktyczne m.in. z doskonalenia techniki jazdy. Natomiast we wspomnianym już systemie PZU iFlota zamieściliśmy bazę wiedzy on-line: artykuły, poradniki, e-learningi. Co ciekawe, system – na bazie dostępnych danych – sam podpowiada, w których obszarach możliwa jest poprawa bezpieczeństwa, z jakimi materiałami warto się zapoznać, jakie rozwiązania warto wdrożyć.

Najistotniejsze w powyższych rozwiązaniach jest to, że zwiększają one bezpieczeństwo wszystkich uczestników ruchu drogowego.

Dzięki zastosowaniu rozwiązań prewencyjnych koncentrujemy się na poprawie bezpieczeństwa w szerokim zakresie: bezpieczeństwie ludzi, majątku, środowiska naturalnego. W ten sposób wspieramy podnoszenie standardów bezpieczeństwa – to jedno z naszych głównych zadań w ramach prowadzenia odpowiedzialnego biznesu. Aby powyższe działania przyniosły efekt, konieczna jest jednak długofalowa współpraca i obustronne zaangażowanie. Na to właśnie stawiamy w naszych relacjach biznesowych zarówno z klientami, jak i brokerami ubezpieczeniowymi. □



MAŁGORZATA ŚLEPOWROŃSKA
prezes zarządu Ubezpieczeniowego Funduszu
Gwarancyjnego.

UFG – wspieramy tych, którzy potrzebują wsparcia

Od początku swojej działalności Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny wypłacił już blisko dwa miliardy złotych z tytułu odszkodowań i świadczeń dla poszkodowanych przez nieubezpieczonych lub nieustalonych sprawców kolizji i wypadków drogowych oraz z tytułu zobowiązań upadłych zakładów ubezpieczeń. Zabezpieczamy również interesy finansowe osób korzystających ze zorganizowanych imprez turystycznych, a od niedawna także nabywców lokali mieszkalnych na rynku pierwotnym. – **MAŁGORZATA ŚLEPOWROŃSKA**

U podstaw powołania do życia Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego w 1990 r. leżała potrzeba zapewnienia mocniejszej ochrony uczestnikom ruchu drogowego w Polsce, w tym kierowcom, pasażerom, użytkownikom jednośladów i pieszym, czyli praktycznie każdemu z nas. Rosnąca liczba pojazdów poruszających się po drogach stwarzała coraz większe ryzyko, przed którym obowiązek posiadania ubezpieczenia OC posiadacza pojazdu mechanicznego (OC ppm) nie chronił w 100%.

Zdarzały się bowiem dawniej i zdarzają obecnie sytuacje, w których sprawca wypadku nie posiadał ważnego ubezpieczenia OC lub zbiegł z miejsca zdarzenia i nie udało się ustalić jego tożsamości. Mieliśmy też do czynienia z przypadkami upadłości zakładów ubezpieczeń, które wystawiały polisy OC ppm (do ostatniej doszło w 2021 roku). Dochodziło również do zdarzeń tak tragicznych w skutkach, że suma gwarancyjna ubezpieczenia nie wystarczała do zaspokojenia roszczeń (obecnie 5 mln euro w przypadku szkód na osobie niezależnie od liczby poszkodowanych na skutek jednego zdarzenia, a dawniej ta kwota była niższa). We wszystkich tych sytuacjach poszkodowani mogą liczyć na wsparcie Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego, którego misją jest zapewnienie szczelności systemu ubezpieczeń obowiązkowych w Polsce.

WYPŁATY ODSZKODOWAŃ I DZIAŁANIA PREWENCYJNE

Fundusz wypłacił do tej pory blisko 2 mld zł odszkodowań i świadczeń, w tym ok. 350 mln zł z tytułu zobowiązań upadłych zakładów ubezpieczeń. W ostatnich latach wypłaty sięgają ok. 100 mln zł rocznie (w 2021 roku było to ponad 109 mln zł). Największa część tej kwoty trafia do poszkodowanych przez nieubezpieczonych bądź

niezidentyfikowanych sprawców kolizji i wypadków. W ubiegłym roku Fundusz w ponad 5,5 tys. szkód z tych tytułów wypłacił łącznie ponad 96 mln zł.

W ubiegłym roku udzieliliśmy również wsparcia poszkodowanym w kolizjach i wypadkach przez osoby ubezpieczone w firmie Gefion, która ogłosiła upadłość. Odszkodowania wypłacone z tego tytułu sięgnęły ok. 7 mln zł, ale zawiązaliśmy też rezerwy w wysokości ok. 140 mln zł na wypłaty związane z tą upadłością w kolejnych latach. Warto zauważyć, że upadłość Gefiona to pierwszy od ponad 20 lat przypadek upadłości ubezpieczyciela działającego na polskim rynku ubezpieczeń komunikacyjnych. To pokazuje jednak, jak ważna jest systemowa ochrona na wypadek nawet takich okoliczności, które zdarzają się rzadko czy też nie miały miejsca od wielu lat. **Warto wiedzieć, że UFG do dziś wypłaca świadczenia związane z upadłościami, które miały miejsce ponad 20 lat temu.** Dzięki działalności Funduszu poszkodowani mają w każdej sytuacji zapewnione należne im odszkodowania i świadczenia. Należy podkreślić, że UFG podejmuje szereg działań, w wyniku których proces likwidacji szkód przebiega coraz szybciej i sprawniej.

Spółeczna misja Funduszu związana z uszczelnianiem systemu ubezpieczeń obowiązkowych (OC ppm i OC rolników) w Polsce realizowana jest nie tylko poprzez wypłacanie odszkodowań i świadczeń, ale także przeprowadzanie kontroli w zakresie dopełnienia obowiązku zawarcia stosownej umowy ubezpieczenia. W ostatnich latach UFG identyfikuje średnio ponad 200 tys. posiadaczy pojazdów i ok. 1000 rolników rocznie, którzy nie zadbali o ciągłość obowiązkowego ubezpieczenia OC. Ustawodawca

nałożył na nas obowiązek wykrywania takich przypadków i nakładania opłat w precyzyjnie określonej wysokości. Z kolei sam fakt nałożenia takiej opłaty, a także jej wysokość często jest odbierana bardzo negatywnie przez osoby, których ona dotyczy. Warto jednak podkreślić, że jest to działanie, do którego Fundusz jest zobowiązany ustawowo. Sensem takiego rozwiązania jest ograniczenie liczby posiadaczy pojazdów i rolników bez ważnego OC. Służy to nie tylko ochronie potencjalnych poszkodowanych – de facto wszystkich nas, użytkowników dróg – ale również ochronie interesów finansowych osób nieubezpieczonych. Spowodowanie wypadku bez ważnego OC wiąże się bowiem z osobistą odpowiedzialnością majątkową sprawcy, który jest zobowiązany do zwrotu wypłaconych przez UFG odszkodowań i świadczeń za wyrządzone przez niego szkody. Zwrot ten odbywa się albo jest dochodzony jako bezwzględny obowiązek Funduszu w ramach tzw. regresu. Jak wielkie jest to ryzyko, świadczy przykład „rekordzisty”, który w ramach zwrotu wypłaconych odszkodowań i świadczeń za wyrządzone przez siebie szkody jest winny Funduszowi kwotę w wysokości 2,1 mln zł.

Warto podkreślić, że wypełniając naszą misję społeczną, podejmujemy również szereg działań edukacyjnych oraz zapewniamy bezpłatną możliwość sprawdzenia ważności polisy OC ppm na dany dzień. Można to zrobić za pośrednictwem portalu ufg.pl lub naszej aplikacji mobilnej „Na Wypadek”. Wystarczy wpisać numer rejestracyjny pojazdu (lub VIN), by sprawdzić, czy posiada on ważną polisę OC i który ubezpieczyciel ją wystawił. Nie trzeba się logować ani pozostawiać żadnych danych osobowych.

OCHRONA PODRÓŻNYCH

Sposób, w jaki wywiązywaliśmy się i wywiążemy z zadań ustawowych przyczynił się do rozszerzenia przez ustawodawcę zakresu działalności Funduszu. Obecnie działalność UFG obejmuje już nie tylko obszar ubezpieczeń OC komunikacyjnych i rolnych. Od 2016 roku zarządzamy także Turystycznym Funduszem Gwarancyjnym (TFG), który zapewnia podróżnym ochronę na wypadek niewypłacalności organizatora wycieczki. W latach 2020-2021 obsługiwaliliśmy Turystyczny Fundusz Zwrotów (TFZ), który zwracał pieniądze za wycieczki odwołane z powodu pandemii COVID-19. Pieniądze na wypłaty (łącznie ponad 226 mln zł) pochodziły ze środków publicznych. Natomiast od 2021 roku UFG zapewnia turystom ochronę i zwrot pieniędzy także w sytuacji odwołania imprezy turystycznej w wyniku nieprzewidzianych zdarzeń – taką funkcję ma Turystyczny Fundusz Pomocowy (TFP), zasilany składkami analogicznie jak TFG.

W 2021 roku ochroną funduszy turystycznych zarządzanych przez UFG objętych zostało 4,4 mln turystów korzystających z usług biur podróży. Skutki pandemii COVID-19 wyraźnie zmniejszyły tę liczbę (w 2019 roku było to 8 mln osób), ale obserwujemy, że ruch turystyczny stopniowo wraca do poziomu sprzed pandemii – do lipca 2022 r. odnotowaliśmy już blisko 3,9 mln podróży. Spokojny wypoczynek to m.in. gwarancja, że w przypadku kłopotów organizatora turyści nie zostaną pozostawieni sami sobie, że będą mieli zapewniony powrót do kraju bądź kontynuację imprezy, którą opłacili. Natomiast w sytuacji, gdy organizator ogłosi niewypłacalność zanim część podróżynych zdąży wyjechać na wykupione wycieczki, otrzymają oni zwrot 100% wypłaconych środków bez konieczności korzystania z drogi sądowej.

Warto podkreślić, że każdy legalnie działający organizator turystyki musi posiadać zabezpieczenie finansowe na wypadek niewypłacalności (najczęściej jest to gwarancja ubezpieczeniowa). Jednak w przeszłości zdarzały się przypadki, w których okazywało się ono niewystarczające do zaspokojenia wszystkich roszczeń. Dla części

niedoszłych turystów oznaczało to utratę wpłaconych pieniędzy za wycieczkę, która się nie odbyła. **Dzięki działalności funduszy turystycznych zarządzanych przez UFG, które uszczelniają ten system, turyści mają gwarancję, że nie stracą swoich pieniędzy.**

Oczywiście system ochrony działa tylko w przypadku klientów legalnie działających podmiotów turystycznych. Jako Fundusz ułatwiamy klientom weryfikację biur podróży, udostępniając bezpłatnie online informacje z ewidencji/bazy danych przedsiębiorców turystycznych, dostępnej w portalu TFG.ufg.pl.

OCHRONA KLIENTÓW DEWELOPERÓW

Trzecim rynkiem, na którym klienci są chronieni przez Fundusz, jest branża przedsiębiorstw budujących nowe domy i mieszkania. Deweloperski Fundusz Gwarancyjny (DFG) zaczął chronić klientów 1 lipca 2022 roku. Ochroną objęte są obecnie tylko te osoby, które podpisały umowy deweloperskie po 30 czerwca 2022 roku w ramach inwestycji deweloperskich, których sprzedaż również ruszyła po tym terminie. W stosunku do pozostałych inwestycji, których sprzedaż rozpoczęła się wcześniej, mają zastosowanie przepisy przejściowe, które będą obowiązywać jeszcze przez 2 lata.

Liczba inwestycji z ochroną DFG z pewnością stopniowo będzie rosła, a już od 1 lipca 2024 roku wszyscy nabywcy lokali mieszkalnych z rynku pierwotnego, którzy kupują dom lub mieszkanie w ramach umowy deweloperskiej, będą chronieni przez DFG. Jest to dla nich rewolucyjna zmiana. Przed powstaniem DFG nabywcy, kupując dom lub mieszkanie znajdujące się w budowie, inwestując oszczędności życia czy też zaciągając kredyt na wiele lat, ryzykowali utratę wpłaconych środków, w razie gdyby inwestycja nie została ukończona. Teraz, dzięki ochronie DFG, mają pewność, że odzyskają 100% wpłaconych środków w takich sytuacjach jak: upadłość dewelopera i przerwanie budowy, upadłość banku prowadzącego mieszkaniowy rachunek powierniczy, na którym gromadzone są wpłaty od nabywców czy odstąpienie przez nabywcę od umowy i brak zwrotu pieniędzy przez dewelopera.

WIEDZA I INFORMACJE DOSTĘPNE DLA KAŻDEGO

Jesteśmy dumni z tego, że każda z przypisanych nam ustawowo ról służy ochronie ważnych interesów społecznych. Z chęcią także dzielimy się naszą wiedzą i doświadczeniem. Udostępniamy szereg narzędzi umożliwiających obywatelom sprawdzenie wielu istotnych informacji: od ważności polisy OC dowolnego auta na podstawie numeru rejestracyjnego (w ubiegłym roku użytkownicy portalu UFG skorzystali z tego 14,3 mln razy) po przebieg swojego ubezpieczenia OC i AC wraz z historią szkód. Przestrzegamy również przed różnego rodzaju patologiami i zagrożeniami, związanymi np. z przestępczością ubezpieczeniową, np. umyślnym powodowaniem kolizji w celu wyłudzenia odszkodowania.

Nieustannie prowadzimy również działania edukacyjne związane z obszarami, w których działamy, m.in. poprzez inspirowanie i wspieranie wiedzą merytoryczną publikacji w mediach na temat ubezpieczeń obowiązkowych, sprawdzania biura podróży przed podpisaniem umowy czy powstania DFG i zakresu ochrony oferowanej przez ten nowy fundusz.

DOPEŁNIENIE SYSTEMU I GWARANCJE

Nietrudno zauważyć, że nasza historia – a przecież to już ponad 30 lat – od zawsze opiera się na realizowaniu zadań ważnych społecznie. Z jednej strony to oczywiście obowiązki wynikające z odpowiednich ustaw i aktów wykonawczych, z drugiej – okazja dla nas do praktycznej realizacji misji Funduszu. Wspieramy tych, którzy tego wsparcia potrzebują. □



MARLENA PIEKUT

Dyrektor Pionu HR i Relacji z Klientem w Link4.

E jak... elastyczność!

Zaufanie, jakim obdarzamy naszych pracowników, oraz jasno określone wartości, pozwoliły nam na wypracowanie elastycznego modelu pracy – to przełożeni razem z zespołami oceniają, jaka formuła pracy będzie w ich przypadku najbardziej adekwatna i satysfakcjonująca dla każdej ze stron.

W Link4 atmosferę i zaangażowanie budujemy na silnych filarach naszych firmowych wartości, którymi są: Klient, Szacunek i Mistrzostwo. Ta spójna wizja podejścia do pracy i działań powiązana jest z naszą strategią. Pracę nad wypracowaniem i przeorganizowaniem wartości rozpoczęliśmy jeszcze przed pandemią, a w cały proces mocno zaangażowani byli nasi pracownicy. Uznaliśmy, że nie mogą być one zbyt skomplikowane, za to łatwe do zapamiętania. To przecież na nich opierać się ma cała organizacja.

DROGOWSKAZ

Niedługo potem wybuchła pandemia. Z dnia na dzień ponad 90% naszej załogi rozpoczęło pracę zdalną, nieliczne tylko osoby były w biurze lub pracowały w formule hybrydowej. Wypracowanie wartości i ich znaczenia pozwoliło nam wszystko dobrze poukładać. Każdy pracownik wie, jakie ma cele i co ma robić, by je osiągnąć. Najważniejszy jest klient, zarówno zewnętrzny, jak i wewnętrzny – poziom jego zadowolenia powinien być jak najwyższy. Nasza druga wartość, czyli szacunek, ściśle wiąże się ze współpracą. To niezwykle ważne w kontekście obecnego modelu pracy hybrydowej. W wielu projektach zwracamy szczególną uwagę na poziom zaangażowania danego menedżera i jego ludzi we współpracę z innymi zespołami w obrębie całej firmy. To się bardzo sprawdza w pracy rozproszonej. Ostatnia wartość, czyli mistrzostwo, oznacza po prostu, że chcemy być mistrzami we wszystkim, co robimy. Podczas pracy hybrydowej każdy pracownik wykonuje swoje obowiązki najlepiej jak potrafi, po mistrzowsku, a wszystkie działania koncentrują się wokół naszych

trzech głównych wartości. Na nich opieramy swoją pracę, na każdym szczeblu organizacji. Są naszym drogowskazem.

Mamy również kaskady celów, które występują też w wielu innych organizacjach. Pytanie, w jaki sposób są wdrażane – czy z konsekwencją? Czy każdy pracownik zna cele strategiczne i kaskadowe? W Link4 wdrożona metodologia jest odświeżana co pół roku, więc każdy pracownik z każdego obszaru firmy wie, jaki jest cel jego zespołu, następnie jak ten cel wiąże się z celami wyższymi i strategicznymi. Nie ma chaosu ani silosowości. Bo jeśli każdy pracownik organizacji robi coś, nawet gdyby było to coś fantastycznego i innowacyjnego, ale nie jest nakierunkowane na wspólne cele, to nie ma w tym większego sensu. W Link4 mamy wszystko dobrze poukładane, co pozwoliło nam stworzyć bardzo elastyczny model pracy hybrydowej.

ELASTYCZNA HYBRYDA

W Link4 nie mamy sztywno ustalonych zasad pracy hybrydowej. Nie określamy z góry, że dany zespół lub pracownik muszą być w biurze w konkretne dni tygodnia, a w inne dni pracować zdalnie. To przełożeni razem z zespołami oceniają, jakie są potrzeby biznesowe ich obszarów i jaka formuła pracy będzie w ich przypadku najbardziej adekwatna i satysfakcjonująca dla każdej ze stron.

Są jednak sytuacje, w których chcemy zobaczyć się z pracownikiem w biurze. Tłumaczymy mu, dlaczego i kiedy powinien do biura przyjechać. Wyszliśmy z założenia, że łatwiej jest

wytłumaczyć i w ten sposób zarządzać motywacją do obecności w firmie niż narzucać sztywne podziały. Wspomniane sytuacje to na przykład onboarding, czyli 2 dni w biurze, kiedy nowi pracownicy poznają się między sobą i z nami. Zawsze organizujemy wtedy spotkanie z zarządem oraz wyższą kadrami kierowniczą, aby nawiązać pierwsze relacje z nowo przyjętymi osobami.

Rekrutację wciąż prowadzimy zdalnie, jednak w przypadku kluczowych stanowisk lub konieczności weryfikacji kandydata, zapraszamy do biura na rozmowę. Pewne kwestie trudno jest bowiem wyczuć przez teamsy. Niektóre stanowiska wymagają też dłuższego, bardziej skomplikowanego szkolenia w biurze, z mentorami. Obecności w firmie wymagają również różnego rodzaju warsztaty, które polegają na burzy mózgów na żywo, face to face. Zarekomendowaliśmy też, by co najmniej raz na kwartał przełożony spotykał się indywidualnie z pracownikiem w sprawie oceny wyznaczonych celów.

Przyjazna, otwarta i wspierająca kultura pracy w naszej organizacji sprawia, że nie musimy nikogo specjalnie namawiać do przyjeżdżania do biura. Z radością obserwujemy, że pracownicy sami chcą spotykać się z kolegami z pracy. Przełożeni razem z zespołami uzgadniają terminy spotkań w biurze, planują najważniejsze projekty i celebrują wspólnie sukcesy. Organizujemy także wspólne wyzwania sportowe, akcje charytatywne, eventy biznesowe czy działania proekologiczne, tak aby pracownicy mogli wspólnie spędzić czas i poznać się bliżej. To bardzo pomaga w integracji i budowaniu relacji.

Przystosowaliśmy oczywiście biuro do nowych warunków pracy hybrydowej, aby zarówno osoby będące w biurze, jak i pracujące zdalnie, miały jak największy komfort pracy. Postawiliśmy na nowoczesne technologie do sprawnej i szybkiej komunikacji oraz wyposażyliśmy pracowników w sprzęt mobilny. Pracownicy doceniają także fakt, że uprościliśmy wiele procesów HR i administracyjnych.

MONITOROWANIE

Cieszy nas, że hybrydowy model pracy przyjął się w naszej organizacji bardzo dobrze. Nieustannie jednak monitorujemy wprowadzone rozwiązania, aby szybko reagować i wprowadzać zmiany, jeśli jest to konieczne. Spotykamy się z menedżerami, aby zbierać najlepsze praktyki z poszczególnych obszarów i dzielić się nimi z innymi zespołami. Na bieżąco analizujemy także opinie wszystkich pracowników w cyklicznych badaniach. W ramach Link4 powstał także Zespół Energetyczny, który jest wewnętrzną, oddolną inicjatywą pracowników różnego szczebla i różnych działów. Zespół dba o to, by w modelu hybrydowym nie zgubić kultury naszej organizacji. To niezwykle istotne, by zarządzanie różnymi inicjatywami mającymi na celu budowanie atmosfery, wspólnej relacji, oddać w ręce pracowników, którzy mogą mieć przecież zupełnie inne oczekiwania niż „góra”. Zespół Energetyczny bada nastroje wśród pracowników, dzięki czemu bardzo szybko otrzymujemy feedback, co i jak należałoby zrobić, kiedy i gdzie wyjść, jakie wydarzenie zorganizować, żeby pracownicy mogli się spotkać, budować relacje, integrować się.

Nie mówimy, że nasz model hybrydowy jest jedynie słuszny i najlepszy. Ale z całą pewnością dla naszej organizacji jest optymalny. Może sobie na niego pozwolić jednak tylko firma, która potrafi dobrze zbadać efektywność i policzyć wszystko w kontekście bilansu zysku i strat. Niezwykle ważne jest tu zaufanie do

pracowników. W mojej ocenie, nauka zaufania to jedna z najważniejszych kompetencji, którą w epoce pracy hybrydowej trzeba rozwijać wśród menedżerów. Kolejną, równie istotną, jest umiejętność elastycznego podejścia do zarządzania. Menedżerowie powinni płynnie dostosowywać styl kierowania Zespołem do jego potrzeb – stosowanie jedynie dyrektywnego, autorytarnego stylu zarządzania w modelu hybrydowym się nie sprawdza. Współpracujący, negocjujący i wspierający przełożony nabrał w realiach pracy rozproszonej jeszcze większego znaczenia.

BEZ BALANSU

Przed pandemią wszyscy staraliśmy się trzymać zasady work-life balance – byliśmy 8 godzin w biurze, a potem można było się od pracy odciąć. Dzisiaj nie możemy sobie na ten komfort pozwolić. Wszystko się pomieszało. Nie ma już jednoznacznego podziału. Dlatego właśnie podchodzimy do pracowników elastycznie, ze zrozumieniem, że ich życie całkowicie się zmieniło. Nie tylko w pracy, ale też w domu. Szybka reakcja pracodawcy na ewentualne problemy pracowników jest niezwykle istotna w zespołach rozproszonych. Trzeba być bardzo wyczułym na nastroje, wyłączać od razu, kiedy zaczyna się dziać coś niepokojącego.

Zdajemy sobie sprawę, że mimo niewątpliwych zalet, dla niektórych osób praca hybrydowa może być początkowo trudna. To dlatego prowadziliśmy szkolenia ułatwiające pracownikom adaptację do zmieniającej się rzeczywistości i jak najlepsze wykorzystanie ich potencjału w hybrydowym modelu pracy. W ankietach pracownicy zgłaszali nam też potrzeby dodatkowych webinarów, to dlatego na przykład zorganizowaliśmy warsztaty, podczas których trenerzy uczyli, jak utrzymać sprawność fizyczną, pozytywną energię i pogodzić pracę z życiem domowym, co jest szczególnym wyzwaniem. Ogromną popularnością cieszą się także spotkania z pracownikami Link4, którzy opowiadają o swoich niezwykle ciekawych pasjach.

Z POZYTYWĄ ENERGIĄ

Trudny czas pandemii był katalizatorem zmian w wielu firmach i dał im paradoksalnie wielką szansą rozwojową. W przypadku Link4 pandemia pokazała nasze zaawansowanie technologiczne, niebywałą zwinność organizacyjną i umiejętność dostosowania się do zmian. Wiele procesów, zarówno w przypadku klientów, jak i naszych pracowników, zautomatyzowaliśmy i błyskawicznie przenieśliśmy do świata cyfrowego. Model pracy hybrydowej pozwala nam też łowić talenty w całej Polsce. Pracują dziś z nami osoby z różnych regionów kraju, bez konieczności przeprowadzki do Warszawy. Taki system dodatkowo zachęca kolejne osoby do aplikowania do naszej firmy.

Z drugiej strony, kolejny raz przekonaliśmy się jak ważne są i jaką mają moc kluczowe wartości naszej organizacji, takie jak wzajemny szacunek, zaufanie i odpowiedzialność. Cieszy nas, że nasi pracownicy mogą się rozwijać, czują się w firmie szanowani, doceniani i motywowani do osiągania sukcesów. Pandemia nie wpłynęła na ich chęć do pracy i zaangażowanie, co widać choćby po wynikach ankiet. Link4 przyciąga ludzi z pozytywną energią, którzy chcą ze sobą przebywać i pracować. Jesteśmy zespołem rozmaitych osobowości i talentów, które świetnie się uzupełniają i wspólnie osiągają ambitne cele biznesowe. Dobre relacje i brak barier ze względu na pełnione role czynią atmosferę pracy w Link4 naprawdę wyjątkową. Przed nami na pewno dużo wyzwań, ale jesteśmy na nie gotowi. Wiemy, że sytuacja jest dynamiczna i nie raz może nas jeszcze coś zaskoczyć. □



MARIUSZ WICHTOWSKI
prezes zarządu Polskiego Biura Ubezpieczycieli
Komunikacyjnych.

Spółeczna rola PBUK

Polski sektor ubezpieczeniowy od 65 lat działa w systemie skupiającym 48 rynków Europy, Afryki i Azji. Reprezentujące go PBUK utrzymuje wysokie standardy komunikacji, a nade wszystko stara się możliwie najpełniej wyposażać w informacje osoby poszkodowane w wypadkach. – **MARIUSZ WICHTOWSKI**

Kluczowym fundamentem społecznej roli ubezpieczeń jest pozytywna intencja. Intencja zabezpieczenia ekonomicznych i praktycznych interesów osób ubezpieczonych i poszkodowanych w zdarzeniach, od których polisy te chronią (ubezpieczonym i beneficjentem może być zresztą ta sama osoba). Intencja sprawiedliwego piętnowania uczynienia zadość doznanej krzywdzie, którego podstawą jest rzetelna i uczciwa kalkulacja ryzyka. Intencja tworzenia godnych i przyjaznych warunków współpracy ubezpieczycieli z ich klientami, menedżerów z personelem, założycieli z kierownictwem.

Choć może to brzmieć jak próba wykreowania wyidealizowanego obrazu rynku, to jednak takie właśnie intencje powinny przyświecać ludziom, którzy chcą ten rynek stworzyć. I w wielu przypadkach tak było i jest. W wielu innych – niestety nie. Dlatego oprócz popularyzowania skutecznych metod zarządzania, doskonalenia kompetencji sprzedażowych i śrubowania wyników, a także formułowania innowacyjnych sposobów promocji naszych usług, warto przypominać o fundamentach, o najbardziej podstawowych wartościach, na jakich opiera się nasza działalność, bez których ubezpieczenia nie będą tym, czym powinny być.

W Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych staramy się hołdować tym znacnym ideom na różnych płaszczyznach. Dbamy o nie zarówno w relacjach wewnętrznych, jak i we współpracy międzynarodowej. **Dążymy do utrzymywania wysokich standardów w komunikacji z rynkiem, a nade wszystko staramy się możliwie najpełniej wyposażać w informacje osoby poszkodowane w wypadkach oraz podróżujących poza granice naszego kraju.** To część z naszych kluczowych zadań, ale i wyzwania w zmieniającym się świecie.

Nasze Biuro działa już od 65 lat i należy do wiodących Biur Narodowych w strukturach Rady Biur Systemu Zielonej Karty. Pełni funkcję Biura Narodowego reprezentującego nasz rynek ubezpieczeniowy w systemie skupiającym obecnie 48 różnych rynków ubezpieczeniowych Europy, Afryki i Azji. Wypełnia tym samym wymogi stawiane przez tzw. Rekomendację Genewską ONZ. W ramach prowadzonej działalności PBUK zajmuje się m.in. organizowaniem likwidacji lub bezpośrednią likwidacją szkód spowodowanych w Polsce przez posiadaczy pojazdów mechanicznych zarejestrowanych za granicą. Zajmuje się także wystawianiem dokumentów ubezpieczeniowych ważnych w innych krajach Systemu Zielonej Karty, w tym również ubezpieczeń granicznych ważnych w krajach Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Wystawione przez PBUK dokumenty wykorzystywane są przez zakłady ubezpieczeń przy zawieraniu umów ubezpieczenia w ramach prowadzonej przez nie działalności. Ponadto Biuro pełni rolę organu odszkodowawczego i centrum informacyjnego.

W praktyce tych zadań jest więcej. O niektórych wielu praktyków ubezpieczeń już nie pamięta (a są tacy, którzy pamiętają, ale woleliby zapomnieć). Jak choćby o swoistym „spadku” po upadłych zakładach ubezpieczeń. Tymczasem w latach 1993–2000 na polskim rynku ubezpieczeniowym zanotowano 6 bankructw zakładów ubezpieczeń, które z ubezpieczeń komunikacyjnych postanowiły uczynić wiodącą linię biznesu, a i ostatnio upadły już duński ubezpieczyciel dostarczył sporo zamieszania (także finansowego dla naszego Bura) na naszym rynku. **PBUK, wypełniając swoje zobowiązania gwarancyjne w ramach Systemu Zielonej Karty, reguluje wypłaty na rzecz zagranicznych Biur Narodowych za Członków, wobec których została ogłoszona upadłość.** Mimo upływu blisko 30 lat od czasu pierwszych upadłości w dalszym ciągu pozostają otwarte rezerwy na zobowiązania z tego tytułu. Łącznie od momentu ogłoszenia pierwszej upadłości ubezpieczyciela PBUK wypłaciło do tej pory za byłych Członków Biura kwotę ponad 60 mln zł, w tym 6,5 mln zł za firmę Gefion, która ogłosiła upadłość w 2021 r.

ZADANIA GWARANCYJNE

Tym z czego jesteśmy bliżej znani, jest realizacja zadań o charakterze gwarancyjnym, w tym m.in. regulowanie zobowiązań za szkody spowodowane przez kierujących pojazdami nieubezpieczonymi w krajach, których Biura Narodowe są sygnatariuszami Porozumienia Wielostronnego.

Z gromadzonych danych statystycznych wynika, że w ubiegłym roku kierujący pojazdami z polskimi tablicami rejestracyjnymi łącznie powodują na zagranicznych drogach 165 zdarzeń dziennie tj. byli sprawcami 60,1 tys. kolizji i wypadków poza Polską. W porównaniu z rokiem 2020, kiedy to wyrządzili ponad 63,5 tys. szkód, nastąpił więc spadek o 5,5%. Nadal jednak żniwo zbiera brak poczucia odpowiedzialności za bezpieczeństwo na drogach i nadmierne przekonanie o własnych umiejętnościach.

Ponadto część poruszających się pojazdami zarejestrowanymi w Polsce nie posiada ważnego ubezpieczenia OC. Tylko w 2021 r. PBUK zarejestrowało aż 694 nowe zgłoszenia dotyczące tego rodzaju szkód. Z roku na rok rosną wydatki naszego Biura z tego tytułu (2021 – 18 mln zł w stosunku do 2020 – 15 mln zł). Łącznie do tej pory z tytułu wypadków powodowanych poza granicami naszego kraju przez nieubezpieczonych PBUK wydatkowało ponad 120 mln zł, rezerwując kolejne 30 mln zł na wypłaty tylko z dotychczas zgłoszonych roszczeń. Warto mieć przy tym na uwadze, że po uregulowaniu zobowiązań wobec poszkodowanych

oraz naszych zagranicznych partnerów, PBUK każdorazowo występuje do nieubezpieczonych sprawców o zwrot całości poniesionych kosztów.

Jednocześnie mając na uwadze regulacje Systemu Zielonej Karty, krajowe Biuro jest gwarantem wypłat świadczeń odszkodowawczych na rzecz poszkodowanych w wypadkach na terenie Polski, spowodowanych przez kierujących pojazdami na zagranicznych tablicach rejestracyjnych. W tym też Biuro jest odpowiedzialne za organizację procesu likwidacji szkód, która jest realizowana m.in. przy pomocy agentów Biura oraz sieci korespondentów zagranicznych ubezpieczycieli. W ubiegłym roku zanotowano blisko 13 tys. zdarzeń spowodowanych na terenie naszego kraju ruchem pojazdów zaopatrzonych w zagraniczne tablice rejestracyjne.

ZIELONA KARTA

Oprócz zadań powiązanych bezpośrednio z finansowymi konsekwencjami wypadków transgranicznych, kluczowym zadaniem Biura jest działalność informacyjna – dotarcie z jasnym i kompetentnym przekazem do ubezpieczonych, kierowców i poszkodowanych. Odpowiadając na tysiące zapytań telefonicznych i mailowych oraz mając świadomość, iż w większości nasze dane kontaktowe są pierwszą opcją wyboru poszukujących informacji, świadczyć mogą o prawidłowo przyjętym systemie komunikacji zewnętrznej. **Szczególnym wyzwaniem jest szybkie ustalanie ubezpieczycieli sprawców zdarzeń transgranicznych i to zarówno w odniesieniu do pojazdów zarejestrowanych w Polsce, ale i we wszystkich krajach, których Biura Narodowe są członkami Systemu Zielonej Karty, mając przy tym na uwadze, iż nie we wszystkich krajach istnieją zautomatyzowane bazy danych w tym zakresie.**

Do zadań Biura należy też wystawianie dokumentów ubezpieczeniowych ważnych w innych państwach. W tym zakresie PBUK koordynowało i nadzorowało dystrybucję certyfikatów Zielonej Karty. W 2021 r. wystawiono ich ponad 690 tys. Certyfikaty wydawane są wyłącznie dla podróżujących poza kraje, których Biura Narodowe są sygnatariuszami Porozumienia Wielostronnego. Należy przy tym zauważyć, że Polska graniczy z Rosją, Białorusią i Ukrainą, a wschodnia granica Polski jest nie tylko granicą EOG, ale także granicą zakresu terytorialnego obowiązywania Porozumienia Wielostronnego. Z tego też powodu wszyscy wyjeżdżający w tym kierunku pojazdami umiejscowionymi w Polsce muszą zaopatrzyć się w certyfikaty Zielonych Kart. Dotyczy to również podróżujących do części krajów bałkańskich, będących popularnymi kierunkami turystycznymi. Dlatego też liczba wystawianych certyfikatów jest znacznie wyższa niż w większości innych krajów EOG.

Posiadacz pojazdu mechanicznego zarejestrowanego poza krajami EOG, Andorą, Bośnią i Hercegowiną, Czarnogorą, Serbią i Szwajcarią, wjeżdżając do jednego z tych krajów i nie posiadając ważnego certyfikatu Zielonej Karty jest obowiązany na granicy i przed jej przekroczeniem – zawrzeć umowę ubezpieczenia OC posiadaczy pojazdów mechanicznych – tzw. ubezpieczenie graniczne. W 2021 r. wystawiono ich blisko 74,5 tys. Warto przy tym zauważyć, iż w bieżącym roku dzięki wspólnej mobilizacji sił (w związku z wojną w Ukrainie) w szybkim czasie udało się zabezpieczyć gwałtownie rosnące potrzeby obsługi wjeżdżających do naszego kraju.

PBUK pełni także funkcję organu odszkodowawczego w rozumieniu Systemu Ochrony Gości. W tym zakresie podejmuje rozstrzygnięcia odnośnie wypłaty świadczeń odszkodowawczych

w oparciu o zagraniczne systemy prawne m.in. w przypadku braku odpowiedzi ze strony ustanowionego w Polsce reprezentanta zagranicznego zakładu ubezpieczeń, braku możliwości zidentyfikowania ubezpieczyciela lub pojazdu sprawcy, braku reprezentanta polskiego zakładu ubezpieczeń za granicą czy braku odpowiedzi ze strony reprezentanta polskiego zakładu ubezpieczeń.

ZADANIA PBUK – PODSUMOWANIE

Wszystkie te zadania wypełniają katalog powinności nałożonych na PBUK przez prawo krajowe i międzynarodowe. A tując je można na jednej wspólnej liście jako:

- reprezentowanie polskiego rynku ubezpieczeniowego na arenie międzynarodowej,
- zapewnienie swobodnego transgranicznego ruchu drogowego oraz realnego prawa poszkodowanych do odszkodowania,
- udzielanie gwarancji finansowych za cały rynek ubezpieczeniowy z tytułu wypadków spowodowanych przez kierujących pojazdami zaopatrzonymi w polskie tablice, bądź też dowody ubezpieczeniowe,
- udzielanie gwarancji finansowych za tytuły wypadków spowodowanych przez nieubezpieczonych kierujących pojazdami zarejestrowanymi w Polsce,
- zabezpieczenie interesów ubezpieczonych i poszkodowanych na obszarze 48 krajów,
- zapewnienie sprawnego i nieprzerwanego (mimo wielu przeszkód politycznych, bądź też ekonomicznych) międzynarodowego transferu środków finansowych między biurami Narodowymi oraz zakładami ubezpieczeń, na poziomie ponad 2 mld euro rocznie w ramach całego Systemu,
- organizacja sieci obsługi poszkodowanych (agentów Biura oraz korespondentów) w wypadkach transgranicznych na terenie RP,
- udzielanie wsparcia merytorycznego Członkom Biura oraz niezależnym podmiotom pełniącym funkcje reprezentantów do spraw roszczeń,
- wydawanie międzynarodowych certyfikatów ubezpieczeniowych,
- prowadzenie Centrum Informacyjnego w zakresie ruchu i wypadków transgranicznych,
- obsługa poszkodowanych w ramach Systemu Ochrony Gości,
- działalność informacyjna – celowane kierowanie informacji do ubezpieczonych i poszkodowanych,

To tylko wybrane obowiązki, a ich realizacja jest skomplikowana, często czasochłonna i wymagająca sporego doświadczenia w materii odszkodowawczej w odniesieniu do zdarzeń o charakterze międzynarodowym. Nie zawsze o wszystkich aspektach naszego działania mówimy głośno, wychodząc z założenia, że ważniejsze jest skuteczne działanie niż chwalenie się nim, a problemy rozwiązujemy z opanowaniem w ciszy. W codziennej pracy kierujemy się pokorą. Dzięki niej udaje nam się ze spokojem, acz zdecydowanie, rozwiązywać nawet najbardziej skomplikowane sprawy.

Uważnie wsluchujemy się w informacje zwrotne. Są dla nas bezcenne. To właśnie im zawdzięczamy stałe podnoszenie efektywności i wprowadzanie udoskonaleń do naszej codziennej pracy. I choć często są one bardzo pracochłonne i nie zawsze wydają się na pierwszy rzut oka korzystne dla nas samych, w dłuższym terminie wpływają pozytywnie na relacje z ubezpieczonymi i poszkodowanymi oraz lepszą koordynację współpracy między naszymi Członkami oraz Biurem. Staramy się pamiętać, aby na pierwszym miejscu stawiać człowieka, wraz jego potrzebami, przy pełnej świadomości ograniczeń i słabości. □

ESG – działania ubezpieczycieli

Aegon

S – social

- Aegon PomagaMY – autorski program charytatywny realizowany od 8 lat, w ramach którego przekazujemy darowizny na cele edukacyjne, społeczne, rehabilitacyjne i zdrowotne. Cele darowizn wybierają pracownicy w ramach głosowania.
- Od 2021 r. jesteśmy sponsorem Biegu po Nowe Życie, platformy transplantologia.info i akcji wspierających transplantologię.
- Raport kosztów studiowania w Polsce i za granicą – coroczne działanie edukacyjne, którego celem jest zebranie danych nt. najpopularniejszych kierunków studiów, najlepszych uczelni w Polsce i na świecie wraz z zestawieniem kosztów związanych z nauką i utrzymaniem w czasie studiów.

Wsparcie dla Ukrainy

- Nauka języka polskiego – razem z Fundacją Języka Polskiego zorganizowaliśmy 4 intensywne kursy nauki języka polskiego dla obywateli z Ukrainy oraz kursy dla lektorów z zakresu nauczania języka polskiego jako obcego.
- Pomoc w powstaniu pierwszej ukraińskiej Szkoły w Warszawie – byliśmy sponsorem części materiałów budowlanych, przekazaliśmy sprzęt komputerowy, a nasi pracownicy w ramach wolontariatu brali udział w pracach wykończeniowych i dekoracyjnych.
- Współsponsorowanie karetki pogotowia – wsparliśmy finansowo inicjatywę Fundacji Nienieodpowiedzialni: zakup karetki pogotowia, którą przewożeni są ranni z terytorium Ukrainy do polskich placówek medycznych.

G – governance

- Kodeks postępowania – jest podstawą sposobu działania naszej organizacji: określa podstawowe zasady i standardy etyczne.
- Polityka informacyjna – której celem jest ułatwienie dostępu do informacji związanych z naszą działalnością oraz do ich prezentowania w sposób przystępny, rzetelny i kompletny.
- Deklaracja zasad inwestycyjnych – w odniesieniu do oferty inwestycyjnej naszych produktów z UFK zwracamy uwagę, czy zarządzający funduszem inwestycyjnym biorą pod uwagę ryzyka ESG podczas podejmowania decyzji inwestycyjnych.

Allianz

- Przy tworzeniu produktów istotne jest uwzględnianie elementów służących zrównoważonemu rozwojowi – np. ubezpieczenie domu obejmujące instalacje fotowoltaiczne.
- Rozwiązania cyfrowe ograniczające zużycie papieru, oszczędność energii, rezygnacja ze stosowania jednorazowych opakowań plastikowych, zachęty dla pracowników do korzystania z transportu zbiorowego czy rowerów itp.
- Czynniki zrównoważonego rozwoju mają wpływ na dobór aktywów do portfela inwestycyjnego, na bieżące decyzje inwestycyjne, na wykonywanie praw właścicielskich.

Pomoc dla Ukrainy

- Bezpłatnie graniczne ubezpieczenie OC dla Ukraińców wjeżdżających do Polski (i innych krajów regionu) po rosyjskiej agresji.
- Grupa Allianz przeznaczyła 10 mln euro na długoterminową pomoc humanitarną dla Ukraińców, a także zobowiązała się do podwojenia środków zebranych na ten cel przez pracowników i agentów, do sumy 2,5 mln euro.
- Pomagaliśmy finansowo i rzeczowo ukraińskim koleżankom i kolegom oraz wspieraliśmy pracowników, którzy przyjmowali uchodźców w swoich domach.
- W naszych biurach zbieraliśmy pomoc rzeczową, odpowiadającą na faktyczne potrzeby, która trafiała na bieżąco do konkretnych uchodźców, jak również instytucji, które zaopiekowały się ukraińskimi dziećmi.
- Włączyliśmy się w inicjatywę Polskiej Izby Ubezpieczeń, polegającą na zakupie materiałów medycznych i dostarczeniu ich do konkretnych szpitali na Ukrainie. Spółki Allianz Polska i Aviva przekazały środki finansowe na ten cel.

Colonnade

S – social

- Od pierwszych dni wojny angażujemy się w pomoc uchodźcom z Ukrainy – organizowaliśmy zbiórki jedzenia lub rzeczy codziennego użytku, a także wynajmowaliśmy i wyposażaliśmy mieszkania.
- Od kilku miesięcy nasza pomoc jest zorganizowana. Zatrudniliśmy koordynatora do spraw pomocy humanitarnej i koncentrujemy się na organizowaniu wsparcia rodzinom i pracownikom spółek należących do holdingu Fairfax: Colonnade, Universalna i ARX.
- Obecnie opiekujemy się kilkudziesięcioma osobami przebywającymi w Polsce. Oprócz organizacji pobytu wspieramy ich też w sprawach życia codziennego takich jak: urzędy, opieka zdrowotna, szkoła. Z ramienia Colonnade zorganizowaliśmy m.in. wakacje dla dzieci oraz obozów językowy dla dorosłych, we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie.

E – environmental

- Na poziomie całej spółki wdrożyliśmy standardy w zakresie zarządzania biurem. Stworzyliśmy zbiór dobrych praktyk, jakie stosujemy eksploatując biura lub, jak to miało miejsce w przypadku Warszawy, przy zmianie biura. Standardy te to przede wszystkim: energooszczędne oświetlenie i sprzęty kuchenne, kraney z ogranicznikiem zużycia wody lub zapewnienie parkingu na rowery dla pracowników.
- Przejście na dokumentację elektroniczną, „follow me printing” – czyli drukowanie, które rozpocznie się dopiero po wpisaniu przez pracownika kodu na drukarce.
- Sortowanie śmieci, eliminacja plastikowych naczyń i zakupu wody w plastikowych butelkach.

Ergo Hestia

S – social

- Fundacja Artystyczna Podróż Hestii działająca na rzecz młodych artystów i promująca ideę sztuki w przestrzeni publicznej.
- Program Certyfikacji Sieci Agencyjnej – szeroki program rozwojowy dla agentów ubezpieczeniowych.
- Fundacja Integralia działająca od 2004 r. zajmująca się aktywizacją zawodową osób z niepełnosprawnościami.
- Ja Też – program zachęcający pracowników do ujawnienia swojej niepełnosprawności. W ramach programu są dostępne benefity i szerzenie wiedzy o przysługujących uprawnieniach.
- Hestyjna Akademia Rozwoju Talentów – program rozwojowy dla pracowników, którzy są przygotowani do roli menedżera.
- Centrum Pomocy Osobom Poszkodowanym zapewniające poszkodowanym w wypadkach wsparcie medyczne, społeczne i zawodowe.
- Marzenia Mamy – zorganizowanie dzieciom z Ukrainy cyklu warsztatów z arteterapeutami.
- Program OdNowa, budujący dobrostan pracowników w okresie pandemii.
- Bootcampy – intensywne kursy dla pracowników, w ramach których zdobywają specjalistyczne kompetencje, m.in. z zakresu programowania.

E – environmental

- Ekologiczne produkty: Klauzula Zielonej Odbudowy, EKO Hestia czy ubezpieczenie majątkowe farm i instalacji fotowoltaicznych.
- Rower na zawsze – program dla klientów, którzy na czas naprawy auta mogą dokonać wyboru pomiędzy samochodem zastępczym a rowerem na własność.
- Otrzymanie certyfikatu ISO 14001/EMAS oraz wprowadzenie strategii klimatycznej i planu redukcji emisji CO₂.

G – governance

- Pierwszy ubezpieczyciel z modelem wewnętrznym oraz posiadacz Polityki Różnorodności, Polityki Środowiskowej, Polityki Antykorupcyjnej.
- Sygnatariusz Deklaracji Odpowiedzialnej Sprzedaży.



BEATA PETERA-ANDRUCHEWICZ
dyrektorka Działu Rozwoju Sprzedaży mBank,
UNIQA.

Marketing kontekstowy i rosnący udział mobile w sprzedaży bancassurance

Klienci mBanku kupują produkty ubezpieczeniowe UNIQA głównie za pomocą telefonu. To ich główna komunikacja z bankiem, dlatego tak ważne jest, aby być na bieżąco i słuchać ich potrzeb. To pozwala zdobywać wiedzę i tworzyć nowe rozwiązania.

Cyfryzacja i digitalizacja to już nie tylko niezaprzeczalny trend, ale nasza codzienność, również w ubezpieczeniach. Ostatnie lata pandemii tylko przyspieszyły i wzmocniły zmiany. Organizacje doceniły korzyści płynące z wdrażania narzędzi cyfrowych, bo to dzięki nim mogły kontynuować działalność i zapewnić klientom właściwą obsługę nawet w czasie lockdownów.

PODĄŻANIE ZA TRENDAMI

Klienci natomiast przekonali się, że wiele spraw i usług niemożliwych wcześniej do realizacji przez Internet, obecnie można wykonać bez wychodzenia z domu, a często nawet bez użycia komputera. Wystarczy smartfon. To właśnie smartfony w czasie pandemii były naszym oknem na świat. Nie tylko zapewniały szybki i wygodny dostęp do informacji i usług, ale dzięki komunikatorom pozwalały utrzymać kontakty z najbliższymi i rodziną, mimo zamknięcia w domach. Te doświadczenia utrwaliły schemat, w którym telefon jest pierwszym wyborem, jeśli chodzi o urządzenia z dostępem do Internetu. Wzrost liczby klientów korzystających z urządzeń mobilnych w bankowości obserwujemy od dawna, podobnie jak wzrost liczby klientów, dla których telefon staje się jedynym kanałem komunikacji z bankiem. To niezwykle ważny trend, na który musimy odpowiadać, projektując produkty oraz procesy. Stworzenie dobrego doświadczenia klienta z produktem ubezpieczeniowym w kanale mobile nie jest łatwym zadaniem, ale niezwykle ważnym w szczególności dla banku z tak znaczącym udziałem klientów mobile only, jak mBank.

SPRZEDAŻ MOBILE NA 1 MIEJSCU

Od wielu lat wspólnie z mBankiem wdrażamy produkty, projektując je w idei mobile first, zapewniając jednocześnie, by były dostępne w omnikanalowym modelu dystrybucji. Klienci mBanku mają dostęp do szerokiej gamy produktów ubezpieczeniowych stand alone: ubezpieczeń komunikacyjnych, nieruchomości, turystycznych, życia i zdrowia oraz zakupów. Od lat notujemy wzrost udziału sprzedaży mobile, który niezwykle silny jest w takich produktach jak ubezpieczenie turystyczne, gdzie obecnie już co drugi klient kupuje

za pomocą telefonu. Wzrosty obserwujemy również w innych produktach, w tym w ubezpieczeniach życia i zdrowia, chociaż tam poziom sprzedaży mobile jest niższy i sięga ok 20%.

Zarówno dla UNIQA, jak i dla mBanku bardzo ważne jest doświadczenie klienta, jakie wynosi z interakcji z naszymi produktami. To zresztą jedna z zasad, która przyświeca nam w UNIQA: sprzedajemy doświadczenia, a nie produkty. Dlatego wspólnie z partnerem, z dużą uwagą monitorujemy procesy, słuchamy opinii klientów oraz analizujemy ocenę, jaką dają naszym produktom oraz procesom sprzedaży i obsługi. Dzięki tym działaniom znamy naszych klientów coraz lepiej, a co za tym idzie również łatwiej identyfikujemy ich potrzeby. Wiedzę tę wykorzystujemy nie tylko usprawniając istniejącą ofertę, ale również projektując nowe rozwiązania.

UBEZPIECZENIE PŁATNOŚCI I ZAKUPÓW ONLINE

Zainteresowanie e-commerce to kolejny niezaprzeczalny trend w gospodarce, który w okresie pandemii istotnie przyspieszył. Klienci docenili zakupy w sieci, które ułatwiły funkcjonowanie w trudnym czasie. Niestety ten rozwój stwarza też przestrzeń do nadużyć, które mogą być zagrożeniem dla klienta. Ponieważ klienci mBanku to aktywni uczestnicy handlu elektronicznego, chcieliśmy zaadresować potrzeby z tym związane i wspólnie z mBankiem poszerzyliśmy niedawno ofertę o nowe ubezpieczenie płatności i zakupów online. Tworząc produkt, wykorzystaliśmy założenia bardzo popularnego obecnie modelu subskrypcyjnego, dając klientom możliwość zawieszania i odwieszania ochrony ubezpieczeniowej. Takie rozwiązanie jest nowością w ubezpieczeniach.

ŁĄCZYMY DOŚWIADCZENIA

Dostosowanie oferty do potrzeb klienta to nie tylko przyjazne produkty i procesy, to również dotarcie z ofertą do klienta wtedy, gdy jej potrzebuje. Klienci zasypywani są masą komunikatów, a że żyjemy coraz szybciej, to i coraz mniej mamy czasu na ich przetworzenie. W tym natłoku informacji, aby mieć szansę być zauważonym, przekaz musi korespondować z potrzebami klienta i trafić do niego we właściwym momencie. Razem z mBankiem już od lat wspólnie przygotowujemy kampanie kontekstowe dla produktów ubezpieczeniowych. Te możliwości daje wiedza o kliencie, wynikająca z jego aktywności, jaką posiada bank. Aby je wykorzystać niezbędna jest jednak ciągła praca oraz łączenie doświadczeń banku i towarzystwa ubezpieczeniowego. To ciągle poznawanie klienta, jego zachowań, szukanie sytuacji i zdarzeń kiedy najlepiej dotrzeć z ofertą. To również ciągłe testowanie i optymalizacja działań. Dla pewnych produktów, jak ubezpieczenia komunikacyjne czy podróżne, może być to prostsze. Wystarczy zidentyfikować płatności związane z autem czy za podróż. Dla innych, jak chociażby ubezpieczenia życia i zdrowia wydaje się być większym wyzwaniem. Już na etapie tworzenia oferty myślimy o działaniach marketingowych, którymi będziemy komunikować produkt klientowi. Takie podejście daje możliwość przygotowania takiego produktu, który naprawdę spotka się z oczekiwaniami klientów.

Analogicznie było przy naszym ostatnim projekcie. Myśląc o ubezpieczeniu płatności i zakupów online oczywistym kontekstem był moment dokonywania transakcji w sklepie internetowym. Wyzwaniem okazało się włączenie komunikacji ubezpieczeniowej w proces zakupowy, który z perspektywy banku jest widoczny dopiero na etapie płatności i jest dość krótki, w szczególności przy popularnych płatnościach Blikiem.

Aby nie ingerować w proces zakupowy, stworzyliśmy z bankiem kampanię kontekstową, którą klient widzi już po płatności, ale jednocześnie w konstrukcji produktu zapewniliśmy możliwość ubezpieczenia transakcji, dokonanych nawet na 2 godziny przed zakupem ubezpieczenia. Dzięki takiej elastyczności mamy interesujący produkt oraz ciekawe możliwości dotarcia do klienta.

Z zaciekawieniem obserwujemy zmiany, których obecnie doświadczamy. Wyraźnie widać, że ich dynamika rośnie, co zapewne będzie również naszym udziałem w przyszłości. Razem z mBankiem staramy się budować na tych zmianach i tworzyć dla klienta najlepsze możliwe produkty i procesy. □



KATARZYNA RUMAN
dyrektor Departamentu Ubezpieczeń
dla Budownictwa i Flot, UNIQA.

UNIQA dla budownictwa

Branża budowlana jest obecna w działalności każdego ubezpieczyciela. W UNIQA zajmuje jednak szczególne miejsce. To ogromny, ubezpieczeniowy potencjał, ale też nasza specjalizacja, za którą stoi wiedza i wiele lat doświadczenia.

Sektor budowlany to ponad pięćset tysięcy firm działających na polskim rynku. Ponad 97% z nich to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 osób. Tylko 2,6% to podmioty zatrudniające 10 i więcej pracowników. Niedużo, ale to właśnie te firmy generują prawie połowę wartości całości sektora. Jak dalek wynika z danych GUS, największy udział w branży budowlanej ma budownictwo niemieszkalniowe, następnie mieszkaniowe i inżynieryjne. Według danych urzędu statystycznego, w przypadku budynków niemieszkalnych w pierwszym kwartale 2022 roku oddano ich do użytkowania o 12 proc. więcej w stosunku do analogicznego okresu 2021 roku. Widać jednak wyraźne wyhamowanie takich inwestycji w województwie mazowieckim (-27%). Wzrosty obserwujemy w województwie wielkopolskim (+34%), które praktycznie zrównało się z rozmiarem inwestycji z mazowieckim, łódzkim (+141%) i dolnośląskim (+140%), które to, łącznie z mazowieckim, stanowią ponad 53% ogółu oddanej powierzchni w kraju.

SPOWOLNIENIE NA HORYZONCIE

Wchodząc w szczegóły: pod kątem liczby oddawanych budynków do użytkowania nastąpił wzrost o 9% dla budynków biurowych przy jednoczesnym spadku o 20% ich łącznej powierzchni użytkowej. Oznacza to, że wciąż budujemy, ale już mniejsze biura, co jest zapewne efektem doświadczeń covidowych i reorganizacją modelu pracy. Budynków handlowo-usługowych oddano do użytku mniej o 10% i spadła też o 19% oddana powierzchnia użytkowa. Budynki przemysłowe zanotowały również spadek ilościowy (o 6%), lecz wzrost pod kątem powierzchniowych o 72%. Jedyne budynki magazynowe wzrosły w tym okresie w liczbie (+12%) oraz powierzchni (+35%). To właśnie te dwa ostatnie rodzaje budynków (przemysłowe i magazynowe) stanowią ponad połowę budynków niemieszkalnych, na które wydano pozwolenie na budowę w pierwszym kwartale.

Przez sześć miesięcy tego roku liczba i powierzchnia oddanych do użytku mieszkań wciąż jest na plusie rok do roku (+3%, +6%), ale obserwując wzrosty stóp procentowych i spadającą liczbę udzielanych kredytów hipotecznych zapewne w trzecim kwartale odnotujemy wyraźne zahamowanie.

Wysokie stopy procentowe, inflacja, brak funduszy unijnych będą coraz bardziej widoczne w wartości produkcji budowlanej. Inwestycje inżynieryjne, stanowiące prawie 1/3 wartości sektora są największą niewiadomą, bo plany są, jednak pieniędzy wciąż brak. Od strony ubezpieczeniowej wszyscy

obserwujemy tę część gospodarki z dużym niepokojem, bo ten rodzaj prac jest poniekąd barometrem kondycji największych firm (kontrakty inżynieryjne stanowią ponad 50% wartości produkcji firm powyżej 10 pracowników), a to początek, a w zasadzie koniec, łańcucha pokarmowego firm budowlanych.

RAZEM Z SEKTOREM

Budownictwo to branża, dla której chcemy być ważnym partnerem. W UNIQA zajmujemy się przede wszystkim ubezpieczeniami. Aby robić to na najwyższym poziomie musimy nie tylko być okazjonalnie, ale żyć razem z naszymi klientami. Stąd nasze zainteresowanie nie tylko wiedzą branżową z zakresu ubezpieczeń, ale też obcowanie z wszystkimi uczestnikami sektora budowlanego. Nasza pozycja w mieszkalnictwie to nie tylko udział w składce z ubezpieczenia spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych, a także obecność w samej spółdzielczości czy Polskim Związku Firm Deweloperskich. W ubezpieczeniach korporacyjnych jesteśmy ubezpieczeniowo obecni w większości TOP 100 polskich spółek budowlanych. Jesteśmy też członkiem Polskiego Związku Pracodawców Budowlanych. Regularnie uczestniczymy w spotkaniach Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad z generalnymi wykonawcami. Stale spotykamy się z największymi podmiotami rynku budowlanego, aby rozmawiać o biznesie, nie ubezpieczeniowym, tylko budowlanym. Nie podchodzimy do klientów wybiórczo i mamy dla nich pełną ofertę, poczynając od tych najmniejszych do tych z TOP 100.

ROZLEĞŁA SIĘ

Wymaga to też różnego podejścia. I tak np. przy mikrofirmach pomagają nam rozległa sieć sprzedaży, która wyróżnia UNIQA na tle rynku. Tworzą ją nasze przedstawicielstwa oraz agenci. Ci ostatni nie są aż tacy oczywiści w tej dziedzinie, lecz automatyzacja procesu pozwala nam na dystrybucję ubezpieczenia robót budowlano-montażowych czy gwarancji bezpośrednio przez agentów. Sama automatyzacja jest tutaj skupiona przede wszystkim na wsparciu merytorycznym agenta, bo są to tematy trudne, nie tak masowe jak ubezpieczenia indywidualne, a konsekwencje, na przykład wystawienia gwarancji wadialnej z błędami, nienaprawialne. Ciekawym zagadnieniem w przypadku mikrofirm jest niska świadomość samych klientów w zakresie wykorzystania gwarancji w miejsce gotówki. Wielu z nich nie wie, że jest taka możliwość, ani jakie to niesie korzyści. Wspólnie z naszym partnerem Open Nexus czy Gwarancje24 staramy się to zmienić. Open Nexus to operator platformy zakupowej, gdzie w proces uczestnictwa w przetargu włączyliśmy możliwość zakupu gwarancji zapłaty wadium. To jednak tylko jeden z elementów naszej współpracy. Prowadzimy wspólnie akcję edukacyjną czym są gwarancje, jakie ich rodzaje są dostępne na rynku, i jakie są ich przewagi nad zabezpieczeniami gotówkowymi.

BUDUJ Z UNIQA

Last but not least to program Buduj z UNIQA. To dziecko naszych inżynierów ryzyka, którzy pomagają klientom planującym nowe inwestycje, w tym rozbudowę swoich zakładów. Doświadczenie pokazuje, że środki zabezpieczenia mienia są często pomijane w procesie projektowym, skupiając się jedynie na dostosowaniu nowopowstających obiektów na spełnienie wymogów przepisów prawa, czyli bezpieczeństwo ludzi. Prowadzone lustracje i rozmowa o bezpieczeństwie pożarowym i jego poprawie niejednokrotnie kończyła się refleksją klienta „gdybym wiedział o tym wcześniej...”. To właśnie skłoniło nas do zaproponowania włączenia się do rozmów przed podjęciem decyzji o tym jak nowy obiekt ma wyglądać, prezentowaniu konsekwencji braku zabezpieczeń mienia czy pokazywaniu rozwiązań, jakie najlepiej się sprawdzą w danej działalności.

Za tymi wszystkimi działaniami stoi sztab profesjonalistów. Wystarczy wymienić topowe nazwiska: Tomasza Szarka w biznesie korporacyjnym i Rafała Kukiera – twarz ubezpieczeń dla mieszkalnictwa, a w sferze underwritingu Izę Nowak prowadzącą Dział Gwarancji, Martynę Dziwierz-Wołosz z zespołu OC i Marcina Kulika z zespołu ubezpieczeń technicznych. □



IZABELA NOWAK
dyrektorka Działu Gwarancji Ubezpieczeniowych,
UNIQA.

Gwarancje w UNIQA – dlaczego warto?

Gwarancje ubezpieczeniowe są ważnym elementem finansującym działalność firm na polskim rynku. W UNIQA gwarancje można kupić w kilka minut, online, a także u agenta.

UNIQA jest jednym z najczęściej wybieranych towarzystw ubezpieczeniowych do współpracy w obszarze gwarancji ubezpieczeniowych. Z naszych usług w tym zakresie korzysta prawie 4000 przedsiębiorstw. Są to zarówno największe firmy budowlane, jak i małe oraz średnie działalności gospodarcze. Wspieramy przy tym różne branże, nie ograniczając się tylko do „budowlanki”. Nasze doświadczenie oraz bardzo dobra znajomość rynku sprawiły, że dziś jesteśmy postrzegani jako wiarygodny i stabilny partner biznesowy, który wspiera przedsiębiorców również w trudnych czasach.

GWARANCJE NA RÓŻNE POTRZEBY

Gwarancje ubezpieczeniowe pełnią wiele funkcji: pozwalają uniknąć konieczności zamrażania własnych pieniędzy na kontach kontrahentów, potwierdzają wiarygodność przedsiębiorstwa, dają też szansę na jednoczesną realizację wielu kontraktów. To bardzo dobra alternatywa dla gotówki, dlatego warto skorzystać z tego rozwiązania. Szczególnie dziś, gdy pieniądź traci na wartości. W UNIQA wykorzystaliśmy nasze wieloletnie doświadczenie oraz specjalistyczną wiedzę w zakresie sprzedaży i underwritingu gwarancji ubezpieczeniowych do wypracowania rozwiązań dostosowanych do potrzeb klientów i wymogów rynkowych. W ofercie posiadamy gwarancje kontraktowe, które pozwalają przedsiębiorcom zabezpieczyć każdy etap procesu inwestycyjnego. Wspieramy przy tym klientów jednymi z najdłuższych dostępnych na rynku terminów obowiązywania gwarancji, nawet do 120 miesięcy. Oferujemy również inne produkty, takie jak gwarancje celne i akcyzowe, które zabezpieczają płatności na rzecz Skarbu Państwa oraz gwarancje turystyczne dla organizatorów i przedsiębiorców ułatwiające nabywanie powiązanych usług turystycznych. Przygotowaliśmy także specjalny produkt dla spółdzielni mieszkaniowych, zabezpieczający spłatę dofinansowania pozyskiwanego z Wojewódzkich Funduszy Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

ROZBUDOWANA SIĘĆ SPRZEDAŻY

W procesie sprzedaży gwarancji ubezpieczeniowych niebagatelne znaczenie odgrywa wyspecjalizowana sieć sprzedaży. W UNIQA posiadamy łącznie ponad 100 jednostek w postaci biur i przedstawicielstw, rozlokowanych na terenie całego kraju. Dzięki temu jesteśmy w stanie dotrzeć do każdego klienta, zlokalizowanego nawet w najmniejszej miejscowości. Dostępność naszych specjalistów w terenie pozwala na dzielenie się wiedzą na temat gwarancji, a także na szybkie załatwienie formalności związanych z podpisaniem dokumentacji i uzyskaniem gwarancji. Zapewniamy klientom krótki czas rozpatrywania wniosków, minimum formalności oraz stały kontakt w czasie trwania umowy limitowej.

Obok sprzedaży stacjonarnej gwarancji ubezpieczeniowych rozwijamy w UNIQA także kanały on-linowe. Kilka lat temu, wspólnie z naszym agentem Gwarancje24, przygotowaliśmy platformę do internetowej sprzedaży gwarancji zapłaty wadium. Korzystając z platformy, klienci mogą w zaledwie kilka minut kupić potrzebną gwarancję. Zaletami tego rozwiązania jest szybkość procesu oraz minimum formalności. Przedsiębiorca może po swojej stronie znacząco zminimalizować koszty, gdyż odpada konieczność dostarczenia dokumentów do towarzystwa ubezpieczeniowego. Nie ma też potrzeby podpisywania dokumentacji w obecności gwaranta, ponieważ wszystko odbywa się elektronicznie. W tym roku nawiązaliśmy również współpracę z firmą Open Nexus, która jest operatorem nowatorskiej platformy przetargowej świadczącej usługi w zakresie elektronicznej postępowania publicznych oraz prywatnych. Efektem tej współpracy jest możliwość bezpośredniego zakupu gwarancji zapłaty wadium z poziomu platformy przetargowej, co umożliwiło nam jeszcze większą automatyzację całego procesu. Wdrażamy również narzędzie do szybkiego wystawiania gwarancji zapłaty wadium przez naszych agentów. Pracujemy także nad dalszym upraszczaniem procesów underwritingowych.

DOŚWIADCZENIE I ELASTYCZNOŚĆ

Nasze gwarancje zabezpieczają kontrakty publiczne i prywatne, niezależnie od ich wielkości. Dzięki temu posiadamy zdywersyfikowany portfel gwarancji, który pozwala na dużo większą elastyczność w procesie oceny ryzyka, a także na większą innowacyjność przy poszukiwaniu nowych rozwiązań. Jesteśmy również bardziej odporni na zawirowania rynkowe, dzięki czemu możemy prowadzić stabilną i przewidywalną dla klientów politykę underwritingową. Z tego względu cieszymy się dużym zaufaniem wśród klientów i pośredników wyspecjalizowanych w gwarancjach. Każdy klient jest dla nas ważny, dlatego od początku współpracy dążymy do lepszego poznania i zrozumienia każdego przedsiębiorcy, do wymiany doświadczeń i wiedzy, a w efekcie do zbudowania trwałych relacji. Dzięki temu możemy w sposób bardziej indywidualny podchodzić do oceny poszczególnych kontraktów, oferując warunki współpracy dostosowane do potrzeb i możliwości każdego klienta.

W UNIQA jesteśmy elastyczni w zakresie uzgadniania treści gwarancji kontraktowych z beneficjentami, zwłaszcza w przypadku naszych kluczowych partnerów biznesowych. Klienci mogą uzyskać gwarancje na naszych wzorach, ale możemy również indywidualnie ustalić treść gwarancji w oparciu o wzór innego gwaranta lub szkic dostarczony przez samego beneficjenta. W razie potrzeby wystawiamy gwarancje w języku angielskim, w oparciu o prawo krajowe lub o Jednolite Reguły dla Gwarancji Płatnych na Żądanie.

Przez lata daliśmy się poznać jako wiarygodny i zaufany partner, a nasze elastyczne podejście do klienta, jak i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań sprawiło, że dziś jesteśmy jednym z liderów rynku ubezpieczeniowego w Polsce w obszarze gwarancji ubezpieczeniowych. □



AGNIESZKA DURST-WILCZYŃSKA
 dyrektorka Departamentu Zarządzania Marką,
 UNIQA.



JACEK RINK
 menedżer Zespołu Rozwoju Produktów i Badań
 Rynku, UNIQA.

Hejt w Internecie

– odpowiedź UNIQA na nowe ryzyka

Ponížanie, ośmieszanie, obrażanie lub groźby. Możemy spotkać się z nimi w życiu realnym, ale od sprawcy wymaga to odwagi. Łatwiej w Internecie, bo w dalszym ciągu pokutuje przekonanie o anonimowości komentarzy publikowanych online. Według niektórych można obrażać do woli. Mowa nienawiści, czyli tzw. hejt z roku na rok staje się coraz większym problemem.

Wraz z rozwojem technologii, zmianą zachowań ludzkich pojawiają się nowe ryzyka. Ważne, aby ubezpieczyciele potrafili te ryzyka zidentyfikować i zapobiegać ich skutkom. Przykładem takiego ryzyka jest tzw. hejt i odpowiedź UNIQA w postaci ubezpieczenia na wypadek hejtu w Internecie. Przemoc w środowisku nastolatków była od zawsze, co podkreślają badani przez nas rodzice. I w tym sensie hejt nie jest zjawiskiem nowym. Dziś jednak przyjmuje inne formy i oblicza, a radzenie sobie z nim jest ważną umiejętnością.

REALNA POMOC

Dwa lata temu, wraz z nową odsłoną indywidualnego ubezpieczenia szkolnego następstw nieszczęśliwych wypadków dla dzieci i młodzieży (do 26. roku życia) wdrożyliśmy ubezpieczenie na wypadek hejtu w Internecie. Było to nowatorskie i pierwsze tego typu ubezpieczenie na rynku, które miało za zadanie chronić od następstw naruszenia dobrego imienia lub prawa do prywatności w Internecie, w tym w mediach społecznościowych. Chodzi tu o pomówienie, znieważenie lub bezprawne ujawnienie informacji na temat życia prywatnego osoby ubezpieczonej. Projektując zakres ochrony, limity opieraliśmy się na doświadczeniu naszym i naszych partnerów, ale też na doświadczeniach naszych klientów. Przeprowadziliśmy pogłębione badania, które wskazały, jakie ryzyka są w odczuciu klientów – rodziców i dzieci najbardziej dotkliwe, i wobec których czują się najbardziej bezradni. Tak powstała ochrona, która daje realną pomoc na wypadek cyberprzemocy.

DZIAŁANIA EDUKACYJNE

Kontynuacją wdrożonych przez UNIQA rozwiązań produktowych była kampania edukacyjna „Masz moc na hejt”. Dwa lata temu z psycholog Magdaleną Chorzewską uruchomiliśmy wirtualną poradnię psychologiczną. W ubiegłym roku do projektu zaprosiliśmy dwójkę rodziców – Kamila Nowaka, znanego jako Blog Ojciec oraz aktorkę Annę Muchę, którzy za pośrednictwem mediów społecznościowych nagłañniali wagę problemu.

Początkowo kampania edukacyjna była dostępna online, w tym roku przygotowana jest na dużo większą skalę. Zależało nam, żeby problem hejtu w Internecie zyskał nowy potencjał na dotarcie do szerokiego grona odbiorców. To dla nas bardzo ważny projekt, postrzegany nie tylko jako produkt ubezpieczeniowy. Jesteśmy marką uważaną na zmieniające się otoczenie i jego potrzeby. Konsekwentnie wpisujemy inicjatywę „Masz moc na hejt” w strategię marki UNIQA. Oprócz działań komunikacyjnych prowadzimy także projekt „Ogarnij hejt” we współpracy z Instytutem Polska Przyszłości im. Stanisława Lema. We wrześniu zorganizujemy wspólnie warsztaty dla uczniów, rodziców i nauczycieli w kilkudziesięciu szkołach. Działa też strona maszmochnahejt.uniq.pl, na której są do pobrania scenariusze lekcji dotyczące hejtu oraz raporty z badań przeprowadzonych na nasze zlecenie.

Patrząc na doświadczenia z tych dwóch lat widzimy jak bardzo potrzebna jest nasza inicjatywa. Najwięcej zdarzeń, które

zostały do nas zgłoszone dotyczą właśnie mediów społecznościowych. Są to najczęściej wiadomości wysyłane przez rówieśników za pośrednictwem komunikatorów, które zawierają groźby lub poniżające i obraźliwe treści. Często zdarzają się również obraźliwe komentarze pozostawiane pod zdjęciami lub postami osób ubezpieczonych. Tematy hejtu są różne. Dotyczą m.in. niepełnosprawności, pochodzenia, otyłości czy orientacji seksualnej.

PRAWNIK, PSYCHOLOG, SPECJALISTA IT

Ubezpieczenie na wypadek hejtu w Internecie jest ubezpieczeniem ochrony prawnej. Zakres ubezpieczenia zawiera trzy główne elementy: pomoc prawną, pomoc psychologiczną i pomoc specjalisty IT.

W zakresie pomocy prawnej zapewniamy pomoc infolinii prawnej oraz reprezentację prawną. W przypadku tej pierwszej udzielamy m.in. bieżących konsultacji prawnych drogą elektroniczną, przygotowujemy opinie prawne, czy też wzory pism procesowych. Na szczególną uwagę zasługuje reprezentacja prawną, gdzie zapewniamy m.in.:

- analizę i ocenę stanu prawnego danej sytuacji,
- doradztwo prawne,
- tłumaczenie dokumentów na język polski,
- sporządzanie opinii biegłego lub rzeczoznawcy,
- prowadzenie postępowań reklamacyjnych,
- pokrycie kosztów wynajęcia adwokata lub radcy prawnego, który będzie reprezentował ubezpieczonego w postępowaniu mediacyjnym, jak i sądowym,
- pokrycie kosztów postępowania przed sądami powszechnymi, administracyjnymi, polubownymi, jak i koszty procesu zasądzone od ubezpieczonego na rzecz strony przeciwnej lub Skarbu Państwa.

Bycie ofiarą przemocy, mowy nienawiści może być trudnym psychicznie przeżyciem. Trudnym zarówno dla dziecka, jak i rodzica. Trzech na czterech uczniów spotkało się z jakąś formą

cyberprzemocy. Jeden na trzech nigdy o niej nikomu nie powiedział. Te liczby pokazują, że mamy do czynienia ze zjawiskiem na ogromną skalę. Zjawiskiem, które w wielu szkołach ciągle stanowi tabu. Dzieci w Internecie doświadczają hejtu codziennie, jednak większość z nich wstydzi się o tym mówić lub nie wie, jak o tym powiedzieć. Potrzebują zatem poczuć w rodzicach i nauczycielach partnera do rozmowy, a tym często brakuje odpowiedniej wiedzy, aby skutecznie pomagać i wspierać. Rodzice często nie wiedzą, jak w takiej sytuacji powinni się zachować, jak pomóc dziecku. Wiemy jak ważne jest odpowiednie wsparcie, dlatego w ramach tego ubezpieczenia zapewniamy nielimitowane telekonsultacje psychologiczne oraz organizację i pokrycie kosztów 10 wizyt stacjonarnych u psychologa. Dodatkowo zapewniamy pomoc specjalisty IT, którego zadaniem będzie zablokowanie dostępu do treści, które naruszają dobre imię ubezpieczonego lub ich usunięcie z sieci.

SAMODZIELNY PRODUKT

Hejt kierowany w stronę pracowników służby zdrowia, podczas pandemii Covid-19, mowa nienawiści kierowana pod adresem poszczególnych grup zawodowych (pracownicy wymiaru sprawiedliwości, pracownicy oświaty), czy też grup społecznych (LGBT+) dały nam sygnał, że powinniśmy rozszerzyć krąg osób, do których kierujemy nasz produkt. Dlatego w tym roku udostępniliśmy ubezpieczenie na wypadek hejtu w Internecie jako produkt samodzielny, z którego skorzystać mogą nie tylko dzieci i młodzież, ale również dorośli. Ubezpieczenie na wypadek hejtu dostępne jest zarówno u naszych agentów, jak i na stronie unia.pl oraz na infolinii UNIQA.

Nasze starania w tym zakresie są doceniane przez niezależnych ekspertów. W tym roku UNIQA zdobyła tytuł Instytucji Roku, przyznawany przez niezależny portal MojeBankowanie.pl, za działania edukacyjne związane z cyberprzemocą. W ubiegłym roku zdobyliśmy tytuł Rodzinnej Marki Roku za unikalne na rynku ubezpieczenie NNW szkolne z opcją ochrony na wypadek hejtu w Internecie. □

Ważne artykuły Kodeksu karnego w kontekście cyberprzemocy:

190 k.k.

groźba karalna

190a k.k.

uporczywe nękanie, podszywanie się

191 k.k.

zmuszenie do określonego działania lub zaniechania

191a k.k.

naruszenie intymności seksualnej, utrwalenie lub rozpowszechnienie wizerunku nagiej osoby bez jej zgody

212 k.k.

zniesławienie

216 k.k.

zniewaga

267 k.k.

bezprawne uzyskanie informacji, włamanie się do sieci teleinformatycznych

269a k.k.

zakłócanie systemu komputerowego

287 k.k.

oszustwo komputerowe

ESG – działania ubezpieczycieli

Europ Assistance

S – social

- Wsparcie pracowników w trakcie pandemii – w celu zapewnienia odpowiedniej pomocy i dostępu do rzetelnych informacji w marcu 2020 r. firma uruchomiła Help-Line Covid-19 – specjalną infolinię informacyjną dotyczącą koronawirusa dla wszystkich pracowników i ich rodzin. W ramach infolinii dostępna jest także usługa telekonsultacji lub wideokonsultacji z lekarzem.
- Wspieranie honorowego krwiodawstwa – od wielu lat Europ Assistance promuje ideę honorowego oddawania krwi. Organizuje coroczne zbiórki krwi wśród pracowników. Wspiera także materialnie Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa.
- Współpraca z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości – pracownicy wspierają przedsiębiorczą młodzież. Firma angażuje się w organizację Dni Przedsiębiorczości i Otwartej Firmy.
- Wsparcie finansowe ośrodków Caritas, które pomagają ukraińskim rodzinom z dziećmi. Przekazanie sprzętu komputerowego, aby dzieci miały ułatwiony dostęp do kontynuowania nauki. Dodatkowo nasi pracownicy zaangażowali się w zbiórkę produktów pierwszej potrzeb, które przekazaliśmy do Caritas Polska.

E – environmental

- Sadzenie drzew przez pracowników – w 2021 r. firma z okazji 25-lecia działalności przekazała swoim pracownikom 250 sadzonek klona.
- Mniejsze zużycie papieru dzięki cyfryzacji procesów.

G – corporate governance

- System trzech linii obrony (risk owner danego procesu jako pierwsza linia obrony, compliance jako druga linia obrony, audyt wewnętrzny jako trzecia linia obrony) – efektywny system kontroli wewnętrznej.
- Uczciwe postępowanie wobec udziałowca, kontrahentów i pracowników – kodeks zasad postępowania.
- System zarządzania ryzykiem.

Europa Ubezpieczenia

Europa Ubezpieczenia jest jednym z największych pracodawców z branży finansowej we Wrocławiu. Dlatego od wielu lat nasze działania w zakresie ESG koncentrujemy na potrzebach społeczności Dolnego Śląska, wspierając lokalne inicjatywy i instytucje, które kierują swoją pomoc do najstarszych: dzieci, osób starszych i zwierząt. Staramy się także angażować w nasze działania pracowników Europy. Przykładową inicjatywą jest wsparcie Wrocławskiego Hospicjum dla Dzieci. Wysokość tego wsparcia zależy od Europejczyków – mają oni możliwość zwiększenia go przez uczestnictwo w amatorskich zawodach sportowych, z czego z olbrzymią przyjemnością korzystają. Wśród podmiotów, z którymi współpracuje i wspiera Europa znajdują się także m.in.: Dom Pomocy Społecznej w Mirsku, Fundacja Aktywacji Seniorów Ludwisia, Stowarzyszenie na Rzecz Wspierania Aktywnego Seniora, Fundacja Znacznie Więcej czy Fundacja Pomocy Zwierzętom Matuzalki.

W tym roku uruchomiliśmy także specjalny program wsparcia dla mieszkańców Ukrainy, którzy od lutego zmagają się z rosyjską agresją. Podjęte działania były spójne z naszymi wcześniejszymi działaniami w zakresie ESG. Dlatego skoncentrowaliśmy się na wsparciu ukraińskich dzieci, które na Dolnym Śląsku szukały schronienia przed wojną. Przekazaliśmy bezpośrednie wsparcie finansowe dla Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce oraz zrealizowaliśmy mniejsze działania o charakterze lokalnym, we współpracy z dolnośląskimi samorządami i organizacjami pozarządowymi, takie jak np. zbiórki darów dla Ukrainy i przekazanie sprzętu komputerowego na potrzeby edukacji dzieci z Ukrainy.

Further

Pracodawcy w dzisiejszym świecie poszukują świadczeń pracowniczych, które wspierają różnorodność, są inkluzywne, sprawiedliwe i które są zgodne z ich ambicjami ESG (Environmental, Social, Governance).

Nasz flagowy produkt Critical Advantage spełnia to, zapewniając wszystkim pracownikom jednakowe usługi zdrowotne i wellness, co pozwala pracodawcom na zapewnienie unikalnego i sprawiedliwego świadczenia zdrowotnego na całym świecie. Critical Advantage zapewnia wybór i dostęp do najlepszych dostępnych specjalistów, placówek leczniczych i międzynarodowej opieki zdrowotnej w przypadku poważnych chorób, takich jak rak, wszystkim pracownikom niezależnie od miejsca zamieszkania.

Wprowadzamy nową koncepcję, która jeszcze bardziej wspiera ambicje DE&I, zwaną Precision Medicine. Jest to odejście od „uniwersalnego” podejścia do leczenia raka poprzez wykorzystanie profilowania molekularnego do lepszego diagnozowania i ukierunkowania terapii w celu osiągnięcia najlepszego wyniku dla każdego zdiagnozowanego pracownika, bez względu na jego rasę, płeć czy pochodzenie etniczne.

Generali

S – social

Pracownicy

- Wsparcie psychologiczne – każdy pracownik może skorzystać bezpłatnie do 6 spotkań z terapeutą.
- Praca hybrydowa.
- Zwierzęta w pracy.
- Przyjazne biuro.
- Otwarte webinary i szkolenia oraz 100% bezpłatny angielski.

Klienci

- Od momentu tworzenia produktu, już w zakresie do likwidacji szkody dbamy o to by być partnerem klienta, dlatego wdrażamy platformę do samodzielnej likwidacji szkód i udostępniamy odpowiednie aplikacje, np. do oględzin.
- Vitality – program wspierający zdrowy styl życia.

Społeczeństwo

- Wsparcie uchodźców z Ukrainy.
- Ufundowanie wyposażenia do hipotermii leczniczej noworodków dla kolejnej karetki ICZMP w Łodzi, w ramach kontynuacji projektu.
- Zbiórka książek dla dzieci z domów dziecka i świetlic środowiskowych.

Pośrednicy

- Rozbudowana sieć menedżerów, którzy doradzają i pomagają agentom.
- Wsparcie w rozwoju firm poprzez szkolenia, w tym działalności w social mediach.
- Wspieranie rozwoju biznesu poprzez organizację placówki partnerskiej.

E – environmental

- Ograniczenie dokumentów papierowych – umowy podpisywane są elektronicznie, faktury i wewnętrzne dokumenty są procesowane poprzez systemy elektroniczne, w relacjach z klientami większość dokumentów procesowana jest w postaci skanów/zdjęć, rozwijany jest projekt Claim on Web, zdalne zawarcie umowy przez agentów – klient dostaje wszystkie dokumenty online.
- Ubezpieczamy rolnictwo i odnawialne źródła energii.
- Zmieniliśmy siedzibę na ekologiczny certyfikowany budynek.
- Samochody hybrydowe dla zarządu; a cała flota o ograniczonej emisji CO₂.

G – governance

- W zarządzie kobiety stanowią 30%, a wśród dyrektorów prawie połowę.
- Stworzono grupę Generali Pride Poland – sojuszników LGBTQ+.
- Pracownicy uczestniczyli w opracowywaniu poradnika pt. „Transformacja – dobre praktyki włączające w miejscu pracy”.
- Akademia Diversity&Inclusion – cykl 5 warsztatów poświęconych szeroko rozumianej różnorodności.



IGOR RUSINOWSKI
Prezes Zarządu Unilink.



ALEKSANDRA FRIEDEL
Członkini Zarządu Unilink.



PIOTR GŁOWSKI
Członek Zarządu Unilink.

ESG – jak działa to w Unilink

Prowadzenie biznesu w bardziej zrównoważony sposób stało się już standardem. To nie tylko efekt obowiązujących regulacji prawnych, ale także presja ze strony społeczeństwa, które domaga się realizacji zasad odpowiedzialności społecznej i ekologicznej. Standardy ESG (ang. Environmental, Social and Corporate Governance) pozwalają unormować działania i są fundamentem rozwoju w kierunku odpowiedzialnego biznesu. Na tym fundamencie od wielu już lat budowana jest największa w Polsce multiagencja – Unilink, która w standardach korporacyjnych ma mocno zakorzenioną kulturę DBAM. A czy nie o to właśnie chodzi w ESG – o dbanie o otoczenie, w którym działamy i zmienianiu go na lepsze?

Naturalnym obszarem ESG, na którym w dużym stopniu skupiają się działania firm funkcjonujących na rynku ubezpieczeniowym jest odpowiedzialność społeczna. Ubezpieczenia same w sobie zostały stworzone po to, aby wspierać i dbać o bezpieczeństwo.

KULTURA DBAM

– Odpowiedzialność jest od zawsze w DNA naszej firmy – jesteśmy odpowiedzialni za swoją pracę i powierzone zadania, za współpracujących z nami Agentów, za ich klientów, ale także za otoczenie, w którym funkcjonujemy. Dlatego naturalnym było wprowadzenie w naszej organizacji tak popularnej obecnie kultury Accountability (Biorę odpowiedzialność), którą nazwaliśmy u nas krótko DBAM. Konsekwentnie realizujemy jej założenia. Zarząd udziela pełnej decyzyjności osobom bezpośrednio odpowiedzialnym za dany obszar. Osoby te odpowiadają nie tylko za decyzje i realizacje, ale również za wynik finansowy. Kluczem do prawidłowego funkcjonowania kultury DBAM jest to, aby decyzje podejmowane były tam, gdzie jest informacja – nie hierarchicznie. Przekazując odpowiedzialność, finalnie kreujemy liderów, a nie wykonawców. Wdrożony program mentoringowy, wspiera wymianę wiedzy wewnątrz organizacji, rozwija kompetencje przywódcze, a przede wszystkim wspiera tzw. ideę „lifelong learning”. Dbamy o pracowników, w ramach naszego UniWersytetu – prowadzimy wiele interesujących szkoleń np. z zarządzania projektami, a także z obszaru rozwoju osobistego czy wellbeingu. Dumni jesteśmy z nowego programu UniStarter, który jest programem szkoleniowym dla nowych Agentów, w ten sposób pomagamy im m.in. wyszkolić i wdrożyć nowych pracowników. Dzięki temu, zaoszczędzony czas mogą wykorzystać na bieżącą obsługę klienta i zadbać o jego potrzeby – opowiada nam Aleksandra Friedel, Członkini Zarządu Unilink.

Idea odpowiedzialnego biznesu jest wielowymiarowa i takie też są realizowane w zgodzie z nią działania. Skupiając się na obszarach wewnętrznych, nie można zapominać o symbiozie z naszym najbliższym środowiskiem.

AGENCI SĄ NASZYM GŁÓWNYM FILAREM

– W Unilink kierujemy się zasadą, że współpracujący z nami Agenci są dla nas najważniejsi. Automatyzując procesy i wdrażając inteligentne narzędzia, odciążamy Agentów w codziennych obowiązkach, tak aby mogli skupić się na faktycznym celu swojej pracy – DBAniu o klienta. Wspieramy naszych Agentów w rozwoju ich biznesów zarówno od strony narzędziowej, merytorycznej, jak i marketingowej. Kolejna odłona ogólnopolskiej kampanii reklamowej, w której Unilink stawia na Agenta, czy atrakcyjny program UniPartner są tego przykładem. Dodatkowo, jako jedyni na rynku nagradzamy Agentów za wiedzę, organizując Olimpiadę Wiedzy Ubezpieczeniowej. Udział w niej może wziąć każdy multiagent (osoba fizyczna)

w kraju, bez względu na to, czy i z którą multiagencją współpracuje na co dzień. W tym roku startuje także nasz e-shop, dzięki któremu klient będzie mógł w prosty i wygodny sposób zdalnie kupić ubezpieczenie, a Agent otrzyma z tej sprzedaży prowizję – mówi Piotr Głowski, Członek Zarządu Unilink – wierzymy w siłę ludzi, a jako firma możemy osiągać wzrost wyłącznie wraz z rozwojem naszych Partnerów, Agentów i Pracowników.

ZADOWOLONY PRACOWNIK TO SKARB

– Mamy też pełną świadomość, że szczególnie w tak niestabilnych czasach ludzie szukają i potrzebują równowagi. Dlatego w celach zrównoważonego rozwoju Unilink, ważne miejsce zajmują działania kierowane do pracowników. Pielęgnujemy relacje rodzinne, angażując się w inicjatywę „Dwie godziny dla rodziny”. Mamy także zasadę „Dwie godziny w urodziny” (w dniu swoich urodzin skracamy czas pracy o 2h). Dbamy o to, by celebrować wspólne sukcesy, a także o przyjazną atmosferę pracy. Troszczymy się o zdrowie i dobre samopoczucie naszych pracowników, zachęcając ich do brania udziału w różnych aktywnościach sportowych – dodaje Aleksandra Friedel.

KLIENT DECYDUJE

Nawet najlepsze narzędzia i wiedza ze strony doradcy nie będą wystarczające, jeśli trudno będzie znaleźć idealnie dopasowany produkt. Na koniec dnia, to on jest gwarantem kompleksowej ochrony i bezpieczeństwa. Dlatego tak istotne jest, aby w myśl odpowiedzialnego biznesu stale poszerzać ofertę, nadążać za zmieniającymi się potrzebami klientów i czerpać wiedzę od najlepszych.

– W strategię Unilink od zawsze wpisany jest wzrost i rozwój. Mamy za sobą wiele udanych akwizycji w Polsce, a także na zagranicznych rynkach: bułgarskim, rumuńskim, moldawskim. I kolejne w trakcie. Akwizycje dają możliwość transferu wiedzy i gotowych rozwiązań. Stale poszerzamy też ofertę produktów i towarzysztwo ubezpieczeniowych oraz wdrażamy jednolite systemy obsługi, dbając o zachowanie najwyższych standardów. Naszym Partnerom ze strony Towarzystw oferujemy także outsourcing procesów serwisowych, które świadczy nasza spółka córka – Unext. Każde z podjętych działań ma nas przybliżać do celu z poszanowaniem zasady odpowiedzialności – mówi Igor Rusinowski, Prezes Zarządu Unilink – ta odpowiedzialność nie kończy się na biznesie. Dla nas sięga ona dużo dalej – w tym roku wsparliśmy m.in. uchodźców z Ukrainy, przekazując 100 000 zł na rzecz PAH i angażując pracowników, a także współpracujących z nami agentów w zbiórkę kolejnych tysięcy złotych wsparcia. Jesteśmy zdania, że nadrzędną misją ubezpieczeń i podmiotów działających w tej branży jest niesienie pomocy. □

ESG – działania ubezpieczycieli

InterRisk

S – social

- Solidarni z Ukrainą – zorganizowaliśmy grupę pomocową koordynującą wsparcie uchodźców wojennych. Część wolontariuszy została ich opiekunami, inni udostępniali własne mieszkania lub wykonywali prace remontowe, organizowali zbiórki żywności, ubrań i przedmiotów codziennego użytku. Pracownicy spółki zorganizowali zbiórkę środków opatrunkowych dla fundacji Hromada oraz zbiórkę rowerów, środków czystości i artykułów spożywczych dla 30 ukraińskich rodzin zlokalizowanych na Pomorzu.
- Krew darem życia – zakupiliśmy, wyposażyliśmy i oznakowaliśmy dwa pojazdy do przewozu krwi i materiałów krwiopochodnych. Samochody zostały przekazane placówkom leczniczym w województwach pomorskim i mazowieckim. Akcja była możliwa dzięki zdobyciu nagrody w ramach struktur VIG za realizację cyklicznych biegów charytatywnych, współpracy ze stowarzyszeniem Ultrakrew oraz wsparciu ze strony urzędów marszałkowskich wskazanych województw.
- Bieg Charytatywny – wydarzenie organizowane już od 8 lat, od 3 lat we współpracy z TUV TUV. Do chwili obecnej przekazaliśmy ok. 200 tys. zł na pomoc potrzebującym dzieciom i zwierzętom. Ostatni Bieg uhonorowany został złotą Nagrodą „Günter Geyer Award for Social Conscience 2021” przyznawaną przez VIG za szczególne zaangażowanie społeczne.

E – environmental

- Chronimy ginące gatunki – mamy pod opieką ok. 250 tys. pszczoł w ramach prowadzonej przez nas ekologicznej, miejskiej pasieki. Dbamy również o zagrożone ptaki.
- No waste – cyklicznie organizujemy zbiórki ubrań i dajemy im drugie życie, a środki pozyskane w ten sposób przeznaczamy na edukację dzieci z trudnych środowisk. Korzystamy też z energooszczędnych rozwiązań w naszych biurach, segregujemy śmieci i zrezygnowaliśmy z wody butelkowanej na rzecz filtrowanej. Znacząco ograniczyliśmy zużycie papieru.
- Sprzątanie świata – nasi pracownicy cyklicznie biorą udział w czyszczeniu brzegów akwenów wodnych w całej Polsce.



© pronick/stock.adobe.com

Link4

S – social

- Pomoc Ukrainie – przekazanie środków finansowych i wsparcia materialnego dla uchodźców w Polsce oraz walczących Ukraińców, pracownicy pomagali jako wolontariusze na przejściu granicznym w Hrubieszowie, wsparliśmy najpotrzebniejszymi rzeczami dzieci z domu dziecka z Żytomierza.
- Elastyczny model pracy hybrydowej.
- Powołaliśmy Zespół Energetyczny, dbający o to, by w modelu hybrydowym nie zgubić kultury naszej organizacji, który bada nastroje wśród pracowników.
- Badanie Mów, co Myślisz – co pół roku pracownicy w ankiecie wyrażają swoje opinie nt. bieżących potrzeb i oczekiwań. Jednym z ostatnich efektów badania jest podjęcie decyzji o wprowadzeniu „dodatku do pracy hybrydowej”, wypłacanego razem z wynagrodzeniem.
- Program Self-coaching pod okiem eksperta.
- Produkt LINK4MAMA poświęcony rodzicom i dzieciom pod hasłem „Nie bój się bać”, stworzony z myślą o spokoju, bezpieczeństwie i zdrowiu rodziny.

E – environmental

- W związku z reorganizacją biur pod kątem pracy hybrydowej oferujemy za symboliczne kwoty wyposażenie biurowe i sprzęt elektroniczny naszym pracownikom lub przekazujemy na cele charytatywne w duchu „zero waste”.
- W ramach akcji „Sprzątanie świata” wspólnie czyszcimy tereny zielone w naszym bliskim otoczeniu.
- Nasza flota składa się tylko z aut z napędem hybrydowym lub benzynowym.
- Oświetlenie w naszym biurze jest wyłącznie LED-owe.
- 95% zawieranych umów jest archiwizowanych w wersji elektronicznej.

G – governance

- Nieustannie rozwijamy kulturę korporacyjną opartą na trzech wartościach: Klient, Szacunek, Mistrzostwo.
- Kształtujemy odpowiedzialną postawę u pracowników, niezależnie od zajmowanego stanowiska w strukturze organizacji.
- Budujemy odpowiedzialną organizację również poprzez właściwe podejście w relacji z partnerami biznesowymi.
- Oceniamy 100% dostawców pod kątem przyjętych przez nas wymogów w ramach ESG.

Mondial Assistance

S – social

- RiO Edu Centrum — dzienny klub opieki dla dzieci i mam z Ukrainy, projekt realizowany we współpracy z Omenaa Foundation, otworzyliśmy dzienny klub opieki dla dzieci i mam z Ukrainy.
- Wsparcie Fundacji Po drugie w tworzeniu ośrodka dla nastolatków w kryzysie bezdomności. Wsparcie finansowe i wolontariackie pracowników.
- Webinary dla pracowników w temacie Wellbeing.
- Masaże on-site i relaksacja on-line dla pracowników.
- Bezpłatne lekcje polskiego dla Ukraińców.
- Firmowy rajd rowerowy – to jeszcze przed nami.
- Dodatkowy dzień wolny od pracy.
- Dofinansowanie działalności sportowej.

E – environmental i G – governance

- Cele dotyczące poziomów emisji gazów cieplarnianych w przeliczeniu na pracownika dla kadry menedżerskiej.
- Cele dotyczące udziału energii odnawialnej w całości konsumowanej energii dla kadry menedżerskiej.
- Obowiązek uwzględniania założeń ESG w procesie tworzenia produktów i standardów ich obsługi.

Włączamy się w ważne społecznie tematy



MARTA POKUTYCKA-MĄDRALA
Dyrektor Komunikacji Korporacyjnej,
Rzecznik Prasowy Nationale-Nederlanden.

Działania społeczne Nationale-Nederlanden stanowią integralną część strategii oraz są zgodne z misją i przyjętymi wartościami. Celem ich podejmowania jest m.in. podnoszenie jakości życia Polaków i pozytywne wpływanie na otoczenie. Inicjujemy wiele aktywności oraz włączamy się w różnego rodzaju projekty, które wspierają lokalne społeczności, wyrównują szanse oraz pomagają tym, którzy najbardziej tego potrzebują. Realizujemy je w ramach współpracy z partnerami, a także przez pracowników, którzy regularnie angażują się w akcje pomocowe skierowane do różnych grup społecznych – kobiet, dzieci, seniorów czy chorych.

SIŁA WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO

Zaangażowanie pracowników jest ważnym elementem naszych działań pomocowych. Co roku organizujemy Tydzień Wolontariatu, w czasie którego podejmowane są różne aktywności, m.in. warsztaty dla seniorów czy opieka nad zwierzętami ze schroniska. W tym roku wydarzenie było również okazją do integracji oraz wspólnej pomocy – w aktywności wolontariackie włączyli się zarówno pracownicy Nationale-Nederlanden, jak i NNLife TUnZiR (dawne MetLife). Nasi wolontariusze włączają się również w akcje realizowane z partnerami, podczas których przyjmują rolę mentorów i dzielą się wiedzą z uczestnikami programów. Przykładem może być konkurs dla uczniów Social Innovation Relay na najlepszy innowacyjny pomysł biznesowy odpowiadający na daną potrzebę społeczną. Wolontariusze Nationale-Nederlanden przekazują uczestnikom praktyczne umiejętności oraz oferują wsparcie w przygotowaniu projektów. We wszystkie działania nasza kadra z chęcią się angażuje oraz sama proponuje zajęcia.

INWESTYCJA W KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI

Kolejnymi inicjatywami są Uniwersytet Sukcesu czy Global Mentoring Walk, z którymi nawiązaliśmy długofalowe współprace. Oba partnerstwa wspierają kobiety w rozwoju i aktywizacji zawodowej, a także dodają odwagi i wzmacniają ich kompetencje. W projekty jesteśmy zaangażowani od wielu lat, a w przypadku Uniwersytetu Sukcesu pełnimy rolę głównego partnera. Nasi pracownicy również biorą czynny udział i dzielą się swoimi

doświadczeniami oraz pomagają przygotować się na wejście na rynek pracy.

UBEZPIECZYCIEL DLA NAJMŁODSZYCH

Nationale-Nederlanden pomaga na różne sposoby – poprzez aktywne uczestnictwo pracowników czy też pomoc finansową. W ramach współpracy z Fundacją K.I.D.S. zostaliśmy partnerem strategicznym i przekazaliśmy darowiznę, która wsparła pilotaż oraz prace nad projektem „Wirtualna rzeczywistość lekarstwem na ból i lęk”. Wprowadza on technologię VR, pozwalającą na przeniesienie najmłodszych pacjentów onkologicznych na czas wkłucia dożylnego do wirtualnego świata, który pomaga odciągnąć myśli od zabiegu. W ramach działań zorganizowana została również kampania „Najmłodszy headhunter na świecie”, do której zostali zrekrutowani nasi pracownicy. Opowiadali oni o UX design oraz wspierali rozwój programu. Nie jest to jednak jedyne działanie podejmowane przez nas na rzecz dzieci. Wsparliśmy finansowo telefon zaufania Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę, co umożliwi wielu potrzebującym uzyskanie bezpłatnej pomocy psychologicznej.

PROMOCJA PROFILAKTYKI ZDROWOTNEJ

Jedną z głównych aktywności, którą podejmujemy jest promowanie profilaktyki zdrowotnej oraz wspieranie chorych na raka. Aby nieść realną pomoc zaangażowaliśmy się we współpracę z Fundacją „Twarze Depresji”. Przekazane wsparcie finansowe pozwoliło na uruchomienie programu bezpłatnej, zdalnej pomocy psychologicznej dla pacjentów onkologicznych, ich rodzin, a także dla osób zagrożonych chorobą. Dzięki nawiązanemu partnerstwu przeprowadzono ponad tysiąc konsultacji. Inną inicjatywą z zakresu profilaktyki nowotworowej, w którą się włączyliśmy są Mosznówłwładcy (dawniej Movember). Dofinansowana przez nas akcja ma na celu przełamywać temat tabu wokół choroby wśród mężczyzn i promować dbanie o zdrowie fizyczne i psychiczne. Przy tej kampanii społecznej współpracujemy już od 7 lat i pomagamy realizować bezpłatne badania USG jąder i konsultacje medyczne.

SOLIDARNI Z UKRAINĄ

W Nationale-Nederlanden swoimi działaniami chcemy reagować na aktualne problemy społeczne oraz przeciwdziałać niesprawiedliwości, dlatego kiedy wybuchła wojna w Ukrainie zaangażowała się cała firma. Wraz z Fundacją „Twarze Depresji” uruchomiliśmy linię pomocy psychologicznej w języku ukraińskim i rosyjskim, a nasi pracownicy organizowali zbiórki potrzebnych przedmiotów oraz działali w punktach wsparcia m.in. na Dworcu Zachodnim w Warszawie. Grupa NN przeznaczyła milion euro na zapewnienie pomocy Ukrainie, zaś jako Nationale-Nederlanden przekazaliśmy ponad siedemset tysięcy złotych na rzecz organizacji pozarządowych, m.in. Fundacji Alivia oraz PAH.

Dla Nationale-Nederlanden zaangażowanie społeczne jest niezwykle istotne. Zarówno z perspektywy całej organizacji, jak i naszych pracowników, którzy chętnie włączają się w akcje i sami proponują aktywności, dzięki którym wspierają ważne dla nich organizacje. Niesienie pomocy stanowi jeden z głównych filarów naszej działalności. Tak jak oferowane przez nas ubezpieczenia chronią przed nieprzewidywanymi sytuacjami, tak swoimi aktywnościami chcemy pomagać i uwrażliwiać społeczeństwo na ważne tematy. □

ESG – działania ubezpieczycieli

Nationale-Nederlanden

S – social

- Wolontariat pracowniczy – programy: „Pomagamy”, Tydzień Wolontariatu – akcje na rzecz społeczności lokalnych i środowiska.
- Pomoc Ukrainie – darowizny dla PAH, Alivii, PIU, pomoc w zbiórkach i punktach wsparcia. Współpraca z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę. Uruchomienie z Fundacją „Twarze Depresji” bezpłatnej pomocy psychologicznej.
- Partner główny Uniwersytetu Sukcesu.
- Partner strategiczny Global Mentoring Walk.
- Projekt VR z Fundacją K.I.D.S.
- Program konsultacji psychologicznych z Fundacją Twarze Depresji.
- Partner akcji Mosznowladcy (dawniej Movember).
- Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę – wsparcie finansowe telefonu zaufania.
- Współpraca przy konkursie Social Innovation Relay.
- Sponsor Tytułarny biegów CityTrail.

E – environmental

- Digitalizacja procesów – zmniejszenie zużycia papieru.
- Wolontariat pracowniczy, np. sprzątanie Wisły.

G – governance

- Prowadzenie procedur AML i compliance.
- Kodeks Postępowania Pracowników – równe prawa i obowiązki.
- Instytucja Whistleblower – zgłoszenie nieprawidłowości w miejscu pracy.

PKO Ubezpieczenia

S – social

Pomoc dla Ukrainy

- Zrealizowaliśmy 2 akcje pomocy dla punktu recepcyjnego w Hrubieszowie oraz przekazaliśmy dary rzeczowe do punktu zbiórki w Lublinie.
- Wyposażyliśmy świetlicę dla pracowników Kredobanku i ich rodzin oraz dzieci z ukraińskich domów dziecka, którzy przebywali w Hotelu Ossa k. Warszawy.

Pomoc w trakcie pandemii

- Pomoc dla Radomskiego Szpitala Specjalistycznego im. Tytusa Chałubińskiego i Powiatowego Szpitala im. Edmunda Biernackiego w Opocznie.
- W ramach zorganizowanej przez nas akcji Posilek dla Seniora, dostarczaliśmy posiłki dla seniorów z Klubu Seniora Fundacji św. Jana Jerozolimskiego.
- W związku z rekomendacją pracy w trybie zdalnym, wyposażyliśmy wszystkich pracowników deklarujących chęć pracy w tej formule, w komputery przenośne oraz telefony komórkowe.
- Wsparcie finansowe usługi Call Center Generalnego Instytutu Sanitarnego.

Promocja zdrowego stylu życia/sportu

- Od trzech lat jesteśmy sponsorem tytułarnym największego w Polsce cyklu wyścigów kolarskich dla amatorów PKO Ubezpieczenia Via Dolny Śląsk na Dolnym Śląsku.
- Przy okazji spotkań z klientami podczas organizowanych corocznie akcji Tygodnia z Ubezpieczeniami, poświęcamy wiele uwagi profilaktyce w zapobieganiu chorobom nowotworowym – zdrowemu odżywianiu czy aktywności fizycznej.

E – environmental

- Dołączyliśmy do programu GreenMe. Celem akcji jest oszczędne wykorzystanie energii w budynku, w którym znajduje się nasze biuro.
- Wdrażamy standardy pracy i obsługi klientów w formule „paper less”.

G – governance

- Wynajmujemy powierzchnię biurową w budynku z certyfikatem LEED na poziomie platynowym. Powierzchnia najmu z certyfikatem na poziomie złotym.
- Wdrożenie modelu pracy hybrydowej spowodowało: zmniejszenie zużycia mediów, w tym wody oraz negatywnego wpływu emisji zanieczyszczeń w związku z dojazdem pracowników do pracy.

PZU

S – social

- Program Dobra drużyna PZU, który promuje aktywność sportową wśród dzieci i młodzieży.
- Projekt profilaktyki zdrowotnej „Zdrowe Życie” pod patronatem Pary Prezydenckiej, umożliwiający Polakom korzystanie z profilaktycznych badań i konsultacji lekarskich w mobilnych strefach zdrowia, odwiedzających różne miasta.
- Program „ABC Empatii – edukacja włączająca i wychowanie do empatii” realizowany przez Fundację #PZU z Czepczyński Family Foundation – partnerem merytorycznym i autorem materiałów edukacyjnych.
- Od grosika do złotówki – edukacja ubezpieczeniowa z Fundacją PZU.

Pomoc na rzecz Ukrainy

- PZU udostępnia Ukraincom 30-dniowe polisy OC granicznego, za które nie muszą płacić.
- Uchodźcy ukraińscy mogą skorzystać z bezpłatnej podstawowej opieki zdrowotnej, badań oraz konsultacji specjalistycznych w ponad 50 placówkach medycznych PZU Zdrowie, które świadczą usługi w ramach NFZ.
- W mobilnym punkcie Drogi do Zdrowia z PZU na przejściu granicznym Medyce obywatele Ukrainy otrzymują od pracowników z Wojewódzkiej Stacji Pogotowia Ratunkowego niezbędną pomoc medyczną.
- Grupa PZU jest operatorem stworzonej przez Ministerstwo Zdrowia Teleplatformy Pierwszego Kontakt.

E – environmental

- Ubezpieczenia dla klientów korporacyjnych – PZU Energia Wiatru i PZU Energia Słońca, które chronią elektrownie wiatrowe i instalacje fotowoltaiczne na wypadek awarii, uszkodzeń czy zniszczeń.
- PZU Eko Energia – to produkt dla klientów indywidualnych i MSP. Chroni urządzenia wytwarzające energię z odnawialnych źródeł, a także zabezpiecza właścicieli instalacji fotowoltaicznych przed ryzykiem przerw lub obniżonej efektywności w produkcji prądu.
- Nowy zakres ubezpieczenia AC dla właścicieli pojazdów elektrycznych, który obejmuje ochroną szkody dotyczące ładowarek, w tym wallbox’a, a także kabli ładujących oraz baterii. To oferta flotowa dla klientów korporacyjnych.
- Wspieramy transformację energetyczną.
- PZU i PZU Życie w 2021 r. dokonały pierwszej rekompensaty emisji CO₂, do powstania których przyczyniły się w 2020 r.



© pronick/stock.adobe.com



**PROF. UAM DR HAB.
MARCIN ORLICKI**

Wykładowca prawa cywilnego i prawa ubezpieczeniowego w Katedrze Prawa Cywilnego, Handlowego i Ubezpieczeniowego na Wydziale Prawa i Administracji UAM w Poznaniu, radca prawny, partner i szef Departamentu Prawa Ubezpieczeń w Kancelarii Sójka Maciak Mataczyński.

Ubezpieczenia w służbie szczęścia ludzkości

ESG ma w branży ubezpieczeniowej swoich entuzjastów i sceptyków. Są tacy, którzy twierdzą, że ESG zostanie z nami na zawsze i tacy, którzy wróżą tej koncepcji rychłą śmierć (a nawet twierdzą, że po ESG już nic nie zostało). – **MARCIN ORLICKI**

Trudno przewidzieć, jaki będzie los konceptu ESG i legislacji z nim związanej. Nie znamy jutra i bardzo prawdopodobne jest to, że jutrzejsze zdarzenia zaskoczą nas tak bardzo jak zaskoczyła nas pandemia i wojna w Ukrainie. Dziś jednak wymogi prawne dotyczące ESG w ubezpieczeniach już obowiązują. I wszystko wskazuje na to, że wkrótce będzie ich jeszcze więcej.

EGOIZM MOTOREM ROZWOJU

Obowiązek uwzględniania czynników zrównoważonego rozwoju w ramach działalności gospodarczej jest zaprzeczeniem obowiązującej od wieków zasady kierowania się przez podmioty jedynie własnym, partykularnym interesem. Prywatny biznes od zawsze służył prywatnemu szczęściu. Dążenie do maksymalizacji zysku, do jak najpełniejszego zaspokojenia własnych potrzeb, prywatnego szczęścia i powodzenia – to czynniki, które od zawsze motywowały ludzi do wysiłku fizycznego i intelektualnego. Urzeczywistnianie dobra wspólnego następowało poprzez płacenie podatków oraz dobrowolne (choć często wynikające ze względów marketingowych) wspieranie działań dobroczynnych.

Egoizmem kierował się nie tylko biznes, ale i konsumenci. Rozwijające się dynamicznie w ostatnich dziesięcioleciach prawo konsumenckie to w istocie reguły ochrony egoistycznych interesów konsumentów zagrożonych przez egoistyczne interesy biznesu. Egoizm słabszych (wspierany przez państwo i prawo) przeciwko egoizmowi mocniejszych.

Przez wieki podzielano klasyczny, liberalny sposób patrzenia na gospodarkę opisany przez Adama Smitha. Powtarzano jego

słowa: „Mając na celu swój własny interes człowiek często popiera interesy społeczeństwa skuteczniej niż wtedy, gdy zamierza służyć im rzeczywiście. Nigdy nie zdarzyło mi się widzieć, aby wiele dobrego zdziałali ludzie, którzy udawali, że handlują dla dobra społecznego”. (A. Smith, *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Tom 2, Warszawa 2007, s. 40). Milton Friedman pisał zaś: „W gospodarce wolnorynkowej odpowiedzialność społeczna przedsiębiorcy sprowadza się tylko i wyłącznie do jednej kwestii, a mianowicie do obowiązku wykorzystywania dostępnych zasobów w celu realizacji działań mających przynosić zyski. Przedsiębiorca realizuje swój obowiązek społeczny tak długo, jak długo postępuje zgodnie z obowiązującymi zasadami, to znaczy uczestniczy w wolnej i swobodnej konkurencji, nie uciekając się do żadnych niedozwolonych sztuczek czy oszustwa”. (M. Friedman, *Kapitalizm i wolność*, Gliwice 2008, s. 255).

ROZWÓJ „NIEZRÓWNOWAŻONY”

W wojnie egoizmów przez wieki nie dostrzegano niczego złego. Traktowano ją jako element naturalnego stanu rzeczy. Do czasu jednak... Już w latach pięćdziesiątych XX wieku zaczęto pisać i mówić o „społecznej odpowiedzialności biznesu” – o tym, że egoizm to nie wszystko, że przy prowadzeniu biznesu konieczne jest uwzględnianie wartości wspólnotowych.

Z czasem zapomniano o poglądach Smitha i Friedmana. Do głosu doszli ci, którzy uważali, że rozwój oparty na realizacji egoistycznych interesów prowadzi do degradacji środowiska, ocieplenia klimatu, dyskryminacji, seksizmu, niesprawiedliwości w zatrudnieniu i wynagradzaniu pracowników i innych nieprawidłowości.

BIZNESIE, POPRAW SIĘ!

Biznes powinien więc rozwijać się inaczej niż dotychczas. Nie wystarczy przestrzeganie prawa i zasad tradycyjnej etyki kupieckiej. Nie wystarczy nawet powstrzymywanie się od działań, które mogą szkodzić środowisku, planecie i progresywnym wartościom społecznym. Konieczna jest aktywność wspierająca realizację tych celów. Mówiąc językiem religijnym: nie wystarczy nie grzeszyć, trzeba wykonywać dobre uczynki.

Chodzi przy tym nie tylko o to, by biznes respektował „czynniki zrównoważonego rozwoju”, ale również o to, by klienci mogli wybierać takie produkty, które przyczynią się do dobra ogólnego. Niezbędne są więc mechanizmy informowania publiczności o tym, jak bardzo i w jaki sposób przedsiębiorca czyni dobro (środowiskowe, społeczne i organizacyjne). Ważne jest również to, by w ofercie znalazły się takie produkty, które odpowiadają wrażliwości etycznej konsumentów – poprzez które mogą oni pokazać, że zależy im nie tylko na realizacji własnych interesów, ale na tym, by następowała realizacja wartości ogólnych.

FINANSE ALTRUISTYCZNE

Co oczywiste, sektor finansowy nie mógł zostać pominięty przy promowaniu nowego podejścia do zasad prowadzenia biznesu. **Również biznes ubezpieczeniowy musi stać się mniej egoistyczny, a bardziej społeczny.**

Uwzględnienie czynników zrównoważonego rozwoju w działaniach sektora finansowego to przede wszystkim nakaz kierowania się w działalności inwestycyjnej nie tylko rentownością i bezpieczeństwem, ale również wpływem inwestycji na realizację celów pożądanых środowiskowo i społecznie. Związane są z tym coraz dalej idące obowiązki w zakresie sprawozdawczości i przekazywania opinii publicznej informacji o podjętych działaniach, które mogą mieć związek z wyzwaniem ESG.

ERGO Hestia

w zgodnym rytmie z pośrednikami

Głównym motorem rozwoju ERGO Hestii jest ścisła współpraca z agentami i brokerami. Współpraca ta zakłada wspieranie partnerów ubezpieczyciela w profesjonalizacji zawodowej, oferowanie nowych produktów, narzędzi i przejrzystych zasad rozliczeń, które składają się na wysoką jakość w obszarze obsługi.

PROFESJONALIZACJA 4.0

Jak wynika z badań ARC Rynek i Opinia zrealizowanych na grupie pośredników ubezpieczeniowych w kwietniu 2022 r., blisko 80% agentów wskazuje szkolenia z produktów ubezpieczeniowych jako istotny czynnik wpływający na wyniki w pracy. Agenci uważają też, że szeroka wiedza produktowa oraz rozwój umiejętności sprzedażowych i interpersonalnych będą dla nich kluczowe w najbliższych latach.

Biorąc pod uwagę te oczekiwania, ERGO Hestia systematycznie rozwija programy szkoleniowe i edukacyjne, łączące w sobie najlepsze praktyki z rynku, opinie Klientów oraz praktyczne spojrzenie partnerów biznesowych. Flagowym projektem ERGO Hestii w tym obszarze jest Program Certyfikacji Sieci Agencji, w ramach którego partnerzy ERGO Hestii biorą udział w warsztatach i szkoleniach podnoszących kompetencje zawodowe. Certyfikaty Wiedzy Ubezpieczeniowej ERGO Hestii dają agentom większe uprawnienia w zakresie ubezpieczeń majątkowych i życiowych, dla klientów indywidualnych oraz korporacyjnych. Pośrednicy, którzy ukończyli program z wynikiem pozytywnym, uzyskują możliwość m.in. samodzielnego finalizowania transakcji bez konieczności uzyskiwania zgody centrali, co nie tylko przyspiesza proces, ale przede wszystkim wzmacnia wizerunek profesjonalnego doradcy.

Program Certyfikacji Sieci Agencji ERGO Hestii obejmuje trzy poziomy: poziom I – γ (gamma), II – β (beta) oraz III – α (alfa). Pozytywne zakończenie każdego z nich, polegające na ukończeniu szkoleń oraz zdaniu egzaminów, wiąże się z rozszerzeniem uprawnień do zawierania ubezpieczeń detalicznych i korporacyjnych. W znacznym stopniu zwiększa to decyzyjność partnerów współpracujących z ERGO Hestią. Cykl szkoleniowy trwa 3 miesiące, a przyznawane Certyfikaty są ważne przez 5 lat. Po upływie tego czasu każdy uczestnik może go odnowić. – *Poszerzanie kompetencji, profesjonalizacja procesu obsługi klienta oraz zdobywanie wiedzy to kluczowe czynniki dla rozwoju agenta. Dlatego postanowiliśmy stworzyć Program Certyfikacji Sieci Agencji, w ramach którego można zdobyć ekspercką wiedzę – mówi Magdalena Ozdowska, Menedżer Projektu Certyfikacji Sieci Agencji. – Wierzymy, że nieustanne podnoszenie kompetencji jest niezawodnym sposobem na utrzymanie wysokiego poziomu konkurencyjności na rynku. Wiedzą to również agenci, co przejawia się w liczbie zgłoszeń do każdej edycji naszego programu – podkreśla.*

ERGO BIZNES: TECHNOLOGIA DLA AGENTA

Osiąganiu wspólnych celów biznesowych ERGO Hestii i agentów służy także rozbudowa narzędzi sprzedażowych. Chodzi tu m.in. o platformę ERGO Biznes, która pozwala pośrednikom na większą swobodę w oferowaniu produktów przeznaczonych dla przedsiębiorstw – zarówno małych, jak i dużych. Agenci zyskali dzięki niej większą samodzielność, a klienci lepszy dostęp do ubezpieczeń i znacznie szybszy czas obsługi. Rozwiązanie korzysta z najlepszych praktyk zapoczątkowanych przez system sprzedażowy iHestia oraz ponad 30-letniego doświadczenia firmy w sprzedaży ubezpieczeń korporacyjnych.

ERGO Biznes powstał na bazie nowoczesnych rozwiązań wspierających agenta w ocenie i taryfikacji ryzyka, a także przygotowaniu ofert i obsłudze polis. ERGO Biznes to 33 produkty dla firm oraz blisko 600 klauzul, które umożliwiają pośrednikowi samodzielne przygotowanie polisy. Wśród produktów pojawiają się dodatkowo ubezpieczenia ryzyk cybernetycznych Cyber M oraz Cyber XL, ubezpieczenia instalacji fotowoltaicznych odpowiadające rosnącemu rynkowi OZE, jak i dopasowane do dzisiejszych realiów ubezpieczenie mienia, elektroniki czy całkowicie zrewolucjonizowany obszar ubezpieczeń odpowiedzialności cywilnej. ERGO Biznes daje agentom możliwość dotarcia do nowej grupy klientów takich jak np. małe i średnie przedsiębiorstwa, których jest w Polsce ok. 2 mln. To grupa, do której agent może znacznie skuteczniej trafić m.in. dzięki korzystaniu z ERGO Biznes.

PORTAL WIEDZY KORPORACYJNEJ

Wśród narzędzi wspierających rozwój pośredników znajduje się również Portal Wiedzy Korporacyjnej – platforma ERGO Hestii przeznaczona dla brokerów ubezpieczeniowych. W serwisie można znaleźć między innymi specjalistyczne szkolenia zawodowe prowadzone przez ekspertów ERGO Hestii oraz branżowe artykuły. Portal pełni również rolę centrum komunikacji brokera z firmą.

Portal jest podzielony na dwie części – otwartą i zamkniętą. W ramach wersji otwartej każdy ma dostęp do Centrum Wiedzy składającego się m.in. z eksperckich artykułów oraz wszystkich wydań autorskiego magazynu „Risk Focus”. Część zamkniętą zobaczą natomiast tylko zarejestrowani brokerzy. Znajdą w niej stale aktualizowaną bazę szkoleń zawodowych prowadzonych przez ekspertów ERGO Hestii

oraz zyskują możliwość uczestnictwa w wyjątkowych spotkaniach inspiracyjnych ze specjalnymi gośćmi.

– *Portal Wiedzy Korporacyjnej to zupełnie nowa jakość szkoleń dla brokerów. Prowadzą je nasi eksperci, a wszystko jest przedstawione w atrakcyjnej formie ułatwiającej zapamiętanie materiału. Dodatkowo, postawiliśmy na sprawdzone na całym świecie rozwiązania user experience. Z platformy korzysta się niczym z nowoczesnego portalu streamingowego. Komfort użytkowników od początku stawialiśmy sobie za cel – mówi Marcin Dębicki, Dyrektor Zarządzający Biura Ubezpieczeń Korporacyjnych w ERGO Hestii. – Od zawsze powtarzamy, jak istotny jest każdy krok w kierunku profesjonalizacji branży. Wierzymy, że portal jest w tym zakresie pomocnym narzędziem – dodaje.*

Udział w szkoleniach zamieszczonych na Portalu Wiedzy Korporacyjnej daje możliwość spełnienia obowiązku doskonalenia zawodowego i uzyskania certyfikatu. – *Nowoczesny broker musi być specjalistą w wielu liniach biznesowych. Portal Wiedzy Korporacyjnej pozwala kształcić się w różnych kierunkach. Z naszej perspektywy duże zainteresowanie zdobywaniem wiedzy jest budujące. Dla brokera kwestia profesjonalizacji jest szczególnie istotna, bo to ona wpłynie na kształt konkurencji na rynku doradczym. Portal pozwoli im być w czołowie tego peletonu – dodaje Anna Zabłocka z Przedstawicielstwa Korporacyjnego ERGO Hestii w Warszawie, jedna z twórczyń Portalu.*

BLIŻEJ HESTII W RYTMIE ESG

Relacje budowane przez ERGO Hestię z partnerami mają wymiar nie tylko biznesowy. W swojej strategii

ERGO Hestia zakłada również wysokie zaangażowanie w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu i do takiego nastawienia zachęca partnerów biznesowych. Trwałym zobowiązaniem firmy jest m.in. działanie zgodne z Agendą na rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030, Powszechną Deklaracją Praw Człowieka, Kartą Różnorodności, Wytycznymi ONZ ds. biznesu i praw człowieka, Deklaracją Odpowiedzialnej Sprzedaży, własną strategią zrównoważonego rozwoju oraz 10 zasadami United Nations Global Compact. ERGO Hestia rokrocznie podejmuje się realizacji wyzwań w ramach Programu Climate Leadership. By zwrócić uwagę na to, jak ważne jest wdrażanie i stosowanie dobrych praktyk ESG w codzienności, ERGO Hestia cyklicznie zaprasza agentów i brokerów na spotkania poświęcone m.in. zagadnieniom ESG, w ramach których skupia się nie tylko na podnoszeniu poziomu umiejętności i wiedzy partnerów, ale też na przekazaniu im najważniejszych wartości, które są wyróżnikiem ERGO Hestii. Część z nich odbyła się w wakacje 2022 w Trójmieście w ramach projektu Blżej Hestii.

– *Konsekwentnie realizujemy nasze biznesowe cele, ale równolegle przywiązujemy wielką wagę do stanu Ekologii, dbałości o Społeczeństwo i jakości Zarządzania – czyli tych działań, które kryją się pod skrótem ESG. Nie mamy wątpliwości, że dzisiaj skuteczną współpracę mogą nawiązać partnerzy, którzy dbają o swoje otoczenie, swoich współpracowników i cały czas podnoszą jakość współdziałania – podsumowuje Mario Zamarripa, Dyrektor ds. Zrównoważonego Rozwoju ERGO Hestii. □*



Agenci w trakcie Certyfikacji Sieci Agencji mogą liczyć na zdobycie specjalistycznej wiedzy, między innymi z zakresu prewencji z wykorzystaniem termowizji i sensorów IoT.

► UBEZPIECZENIA DLA LEPSZEGO ŚWIATA

W ostatnim czasie zaś ESG w ubezpieczeniach obecnie jest jeszcze bardziej i jeszcze mocniej widoczne w relacjach ubezpieczycieli i pośredników ubezpieczeniowych z ich klientami. Prawo europejskie (rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/1257 z dnia 21 kwietnia 2021 r. zmieniające rozporządzenia delegowane (UE) 2017/2358 i (UE) 2017/2359) nakazuje bowiem ubezpieczycielom, by tworząc produkty ubezpieczeniowe zapewnili, by konstrukcja produktu uwzględniała cele, interesy i cechy klientów, w tym ewentualne cele związane ze zrównoważonym rozwojem.

Dotychczas nie budziło wątpliwości to, że produkty ubezpieczeniowe powinny być tak stworzone, by mogły być użyteczne dla klientów z grupy docelowej. By dawały im dobrą, odpowiednią do ich potrzeb i wymagań ochronę ubezpieczeniową (w produktach ochronnych) lub właściwe możliwości inwestowania kapitału (w produktach inwestycyjnych). Zarówno ochrona, jak i inwestycje były jednak prywatnym, partykularnym, egoistycznym celem klienta.

Świadomy i wrażliwy klient może mieć jednak również inne cele. Może chcieć, aby zawierana przez niego umowa przyczyniła się do poprawy świata – aby służyła do osiągnięcia celów związanych z wartościami wspólnotowymi.

Oczywiście altruizm nie zastąpił egoizmu. **Klient przecież chce dobrej ochrony lub korzystnej inwestycji. Ale chce również, by zawierana przez niego umowa nie szkodziła światu i społeczeństwu. A może nawet, by światu i społeczeństwu nieco pomogła.**

Altruistyczne cele świadomych i wrażliwych klientów nie wynikają z jakichkolwiek obiektywnie istniejących ich indywidualnych potrzeb, lecz są odzwierciedleniem ich wrażliwość na potrzeby środowiska i wspólnoty oraz wyrazem woli przyczyniania się do ich zaspokojenia poprzez wybór odpowiedniego produktu ubezpieczeniowego.

IDENTYFIKACJA WRAŻLIWEGO KLIENTA I UWZGLĘDNIENIE JEGO WRAŻLIWOŚCI

Klienci o określonym poziomie wrażliwości na kwestie ESG stanowią odrębny rynek docelowy. Nie należy wszakże uznawać, że wszyscy ci, którzy na czynniki zrównoważonego rozwoju nie są wrażliwi, stanowią antygrupę dla produktów czynniki te uwzględniających. Produkty ubezpieczeniowe powiązane z czynnikami zrównoważonego rozwoju powinny być dla nich nadal łatwo dostępne.

Analiza rynku klientów powinna dać twórcy produktu wiedzę o wrażliwości klientów na poszczególne wartości ESG. Twórca, tworząc produkt, uwzględnia zwłaszcza te wartości ESG, które są uznawane przez klientów z grupy docelowej za szczególnie istotne i warte tego, by były one osiągnięte poprzez instrumenty ubezpieczeniowe (w ubezpieczeniach ochronnych) lub instrumenty inwestycyjne (w ubezpieczeniach inwestycyjnych).

Odpowiedź na pytania o wrażliwość i preferencje większości potencjalnych klientów nie jest łatwa. Wrażliwość ta podlega zmianom – wpływają na nią wydarzenia polityczne, ekonomiczne, procesy społeczne. Dlatego konieczne jest testowanie i monitorowanie produktu, które służy ocenie, czy w swoim cyklu życia produkt ubezpieczeniowy odpowiada wcześniej zidentyfikowanym ewentualnym celom związanym ze zrównoważonym rozwojem.

Twórca produktu konstruuje produkt uwzględniający preferencje altruistyczne, aby klienci, którzy takie preferencje mają, mogli zawrzeć właściwą dla nich umowę ubezpieczenia. Dystrybutor ubezpieczeń musi więc zadbać o to, by ewentualne preferencje ESG zostały ujawnione i aby ustalić ich przedmiot. Klientom takim należy zaproponować

produkt ubezpieczeniowy, w których ich altruistyczne cele zostały uwzględnione.

ESG – FRIENDLY INSURANCE

Twórcy produktu mogą w rozmaity sposób modyfikować swe produkty, by służyły one (w większym, mniejszym, a czasami w zgoła symbolicznym zakresie) realizacji wartości zrównoważonego rozwoju. W ubezpieczeniach ochronnych chodzić może o:

- takie kształtowania produktów ubezpieczeniowych, by skłaniały one ubezpieczających/ubezpieczonych do działań pozytywnych z punktu widzenia wyzwań ESG,
- ograniczanie możliwości uzyskania ochrony ubezpieczeniowej dla działań niezgodnych z zasadami ESG lub pogarszanie warunków uzyskania ochrony,
- promowanie takich sposobów działań dystrybucyjnych, obsługowych, likwidacyjnych, marketingowych itp., które są zgodne z zasadami ESG,
- promowanie działań doradczych wspierających osiągnięcie celów ESG,
- promowanie opcji wyboru przez klienta ubezpieczenia, w którym czynniki ESG są brane pod uwagę (systemy bonus – malus).

Europejski Urząd Nadzoru Ubezpieczeń i Pracowniczych Programów Emerytalnych (EIOPA) wskazywał, że chodzić powinno o „uwzględnianie celów ESG w polityce underwritingu i taryfikacji nie tylko dla selekcji ryzyk ubezpieczalnych i takich, których przyjęcie do ubezpieczenia jest opłacalne, ale również w celu wspierania działań służących środowisku oraz dostosowawczych” (*EIOPA REPORT on non-life underwriting and pricing in light of climate change*).

Kształtowanie produktów w duchu ESG to również wspieranie klientów w transformacji ich działalności w kierunku pożądanym z punktu widzenia wartości zrównoważonego rozwoju. Obszarami wsparcia produktowego osiągnięcia celów ESG może być w szczególności preferencyjne traktowanie:

- środków transportu, których używanie nie jest dokuczliwe dla środowiska i klimatu (bezemisyjnych lub niskoemisyjnych),
- budynków, których używanie nie jest dokuczliwe dla środowiska (termomodernizacja, przyjazne środowisku sposoby wytwarzania energii cieplnej),
- instalacji fotowoltaicznych, elektrowni wiatrowych.

Elementem wsparcia produktowego celów ESG może być stawianie wymogów dotyczących audytów energetycznych, dekarbonizacyjnych i innych dotyczących standardów środowiskowych. Towarzyszyć temu może wsparcie eksperckie lub/i finansowe.

KARKOŁOMNE ZADANIE

Czynienie dobra (definiowanego według kryteriów narzucanych przez władzę) nie jest już wyłącznie zadaniem władzy, którego finansowanie narzucono podatnikom. Teraz obywatele i przedsiębiorcy mają czynić dobro w ramach swych codziennych czynności, swej działalności gospodarczej, zawieranych umów. Władza chce pozyskać miliony pomocników w działaniach społecznie i środowiskowo pozytywnych, bo tylko takie wspólne, altruistyczne działanie może być skuteczne wobec ogromu wyzwań.

Nie można wszakże nie dostrzegać, że zmiana filozofii gospodarowania, odrzucenie liberalnego egoizmu i zastąpienie go wymogiem realizacji dobra wspólnego za prywatne pieniądze i prywatnym wysiłkiem – to zadanie karkołomne. Najbliższe lata pokażą, czy jesteśmy skłonni do tego, by kosztem własnego partykularnego interesu ratować planetę i społeczeństwo. □

ESG i jak to ugryźć?

Proponujemy metodę małych kroków



ADAM MALINOWSKI
Wiceprezes zarządu SIGNAL IDUNA Polska.

ESG wychodzi już z fazy koncepcji do fazy realizacji. Coraz częściej zagraniczne źródła donoszą, że coraz większa ilość inwestorów i Asset Managerów kieruje się przy alokacji kapitału nie tylko kryteriami finansowymi, ale i tymi wynikającymi z ESG czy nazywanymi inaczej „Zrównoważonymi Finansami”.

Nie tylko inwestorzy, ale też docelowi Klienci chcą wiedzieć, że złotówka wydana u danego partnera nie pogorszy stanu środowiska, ale będzie neutralna lub je polepszy. O ile temat ESG wydaje się dość trudny do wyjaśnienia, o tyle mając do wyboru podobne frytki, kupione w barze szybkiej obsługi, wiedząc, że jeden bar zużyty olej wyleje do WISŁY, a drugi zapłaci za utylizację, wybór wydawałby się prosty.

Oczywiście, bazą do takiej decyzji jest wiedza, a trudno sobie wyobrazić, że ten pierwszy wywiesi informację obok cennika o utylizacji oleju w Wiśle. Na tym skupia się obecnie ESG i duża część firm konsultingowych – jak policzyć wpływ ESG. Tu pojawiają się takie wskaźniki jak ślad węglowy. Zachęcam, aby o tym wskaźniku poczytać!

Ale wróćmy do inwestorów, czy inwestycja w firmy zgodne z ESG jest bardziej opłacalna, raczej nie. Przykład naszego baru pokazuje, że opłacenie utylizacji oleju po frytkach to dodatkowy koszt. Ale inwestycja w taką firmę jest obarczona niższym ryzykiem. A to właśnie ryzyko na równi ze zwrotem z inwestycji oceniają inwestorzy.

Jak to się ma do finansów i ubezpieczeń. W końcu my fabryk nie posiadamy. I dobrze, ale każda firma może wspierać ESG lub działać na jego niekorzyść w codziennych wyzwaniach. Podam kilka przykładów z SIGNAL IDUNA.

Zacznijmy od E, czyli Environmental, innymi słowy środowiskowy wpływ. Tu można zacząć od rzeczy drobnych, tak jak sugeruje tytuł artykułu. Na początku 2022 roku wycofaliśmy plastikowe karty zarówno w ubezpieczeniach turystycznych, jak i zdrowotnych. Aby to zrobić, musieliśmy przebudować model sprzedaży polis, aby karta w wersji pdf przychodziła na email klienta. Ale korzyści są oczywiste, taka karta plastikowa rozkłada się 450 lat! W tym samym roku zaprzestaliśmy także przyjmowania polis życiowych na papierze, migrując sprzedaż na życie z papieru do online’u. Innym przykładem był wybór dostawcy do projektu Affinity. Nasz dostawca, czyli Sollers Consulting, ma w DNA element o nazwie „green coding”, czyli zielone kodowanie. To idea tworzenia kodu w taki sposób, aby zużywał jak najmniej energii. Czy ktoś myślał o firmach IT jako producentach zanieczyszczeń. Sektor IT odpowiada za 1,4% ogólnoswiatowej emisji gazów cieplarnianych. Wybierając partnera IT, warto zrozumieć, jakie ma podejście do ESG.

Ostatni przykład w zakresie „E” to ubezpieczenie ciężkiego przemysłu. SIGNAL IDUNA nie zajmuje się ubezpieczeniami majątkowymi, ale warto o tym wiedzieć, pracując w naszej branży. Możemy preferencyjnie ubezpieczać np. farmy wiatrowe czy fotowoltaiczne, a wymagać więcej od kopalni czy fabryki.


Drugi element to S, czyli SOCIAL, innymi wpływ socjalny. Tu przykładem oczywistym jest pomaganie różnym instytucjom, np. SIGNAL IDUNA w 2021 przekazała ponad 100 tys. zł na rzecz podopiecznych Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Dodatkowo dorzuciliśmy się do zakupu wozu strażackiego dla OSP Kaława. Takie drobne akcje, osobno nie mają dużego wpływu, ale... Gdyby każdy ubezpieczyciel przeznaczył na dobroczynność taki procent składki jak SIGNAL IDUNA, to razem przekazalibyśmy ponad 60 mln zł! A to robi już wrażenie! A więc, do dzieła!!!

Warto pamiętać, że literka S, to także szkolenia pracowników, działania prewencyjne dla ubezpieczonych, ale także wybieranie takich dostawców, którzy są społecznie odpowiedzialni. To ostatnie nie zawsze znaczy tańsi. Ostatnio w ramach gadżetów dla pośredników zamówiliśmy ekologiczne zeszyty (ze skórek od jabłek), ołówki, których wkład utlenia papier i przez to NIGDY się nie wypisuje, czy teczki filcowe (z recyklingu butelek PET). Agenci i brokerzy z radością przyjmują takie właśnie gadżety dla siebie i swoich klientów.

Z punktu widzenia ubezpieczyciela jest to obszar, który najłatwiej zaadresować, ale jest on też bardzo rozbudowany.

W końcu mamy G, czyli Corporate Governance, innymi słowy odpowiedzialność korporacyjną. To całość nadzoru i regulacji wspierających poprzednie dwie litery. Przykładem jest nie tylko wybór dostawcy, który jest zgodny z ESG, ale zapis tego w procedurze, aby był to twardy wymóg. Coraz więcej firm tworzy także swoje Code of Conduct, czyli kodeks działania, który każdy dostawca musi zaakceptować. A to rodzi już konkretne implikacje prawne.

W tym obszarze ważnym elementem jest też komunikacja z interesariuszami. Tu mocno aktywna jest EIOPA, która ryzyka ESG dołączyła do elementu Solvency II. Innymi słowy, oceniając inwestycje czy badając adekwatność rezerw będziemy musieli wziąć pod uwagę elementy ESG. Oczywiście wymaga to dostosowania procesów analizy ryzyka w zakładach ubezpieczeń, ale to kolejny element podnoszący rangę ESG w codziennym działaniu operacyjnym ubezpieczyciela.

To naturalne, że ESG w pierwszej kolejności jest tematem w większych firmach, takich jak banki czy zakłady ubezpieczeń. Jednak adresują one nie tylko wymogi prawne, ale i trendy społeczne. Najmłodsze pokolenia Z i Alfa, często przekładają dobro planety nad własny komfort. Tacy Klienci będą coraz częściej wybierali Ubezpieczyciela, ale i Agenta czy Brokera, który wspiera Zrównoważone Finanse. 

Wiener – ubezpieczamy z nową energią



Ubezpieczenia odnawialnych źródeł energii

W Wiener ubezpieczamy farmy wiatrowe i panele fotowoltaiczne, a wyróżnia nas:

- spersonalizowane wsparcie w doborze zakresu ochrony i decyzjach inwestycyjnych
- nowatorska, specjalistyczna oferta dostępna dla inwestorów korporacyjnych i indywidualnych
- ochrona ubezpieczeniowa instalacji od szkód materialnych oraz finansowych skutków przerwy w działalności
- bezpośredni kontakt z likwidatorami w razie zajścia zdarzenia losowego

Ekologia, Wolontariat, Różnorodność – filary działań ESG Wiener

Ochrona środowiska naturalnego, odpowiedzialność społeczna i ład korporacyjny. Te trzy zagadnienia kryjące się pod skrótem ESG (ang. Environmental, Social and Corporate Governance), są kluczowymi dla każdej firmy, która chce się rozwijać odpowiedzialnie oraz w sposób zrównoważony. Zdaje sobie z tego sprawę Wiener, który w ramach działań ESG, podejmuje ustrukturyzowane inicjatywy proekologiczne, by zminimalizować negatywny wpływ na środowisko, a także edukuje i angażuje do działania swoich interesariuszy, w tym pracowników, klientów i partnerów.

ESG to jeden z sześciu strategicznych obszarów nowej strategii Wiener SHIPSHAPE25, czynniki z nim związane są brane pod uwagę przy wszystkich strategicznych celach operacyjnych i finansowych. Cel firmy na najbliższe lata to zawarcie elementów ESG w każdym oferowanym produkcie, czynniki te będą również uwzględniane w procesie oceny ryzyka i wypłacalności. Działania Wiener w zakresie ESG opierają się na trzech filarach – Ekologii, Wolontariacie oraz Różnorodności.

EKOPRODUKTY WIENER

Wiener od lat wspiera rozwój zielonej energii, oferując ochronę ubezpieczeniową ekoinstalacji. Jako pierwsza firma ubezpieczeniowa na polskim rynku stworzyła w 2013 roku specjalne polisy, przeznaczone dla firm inwestujących w elektrownie wiatrowe i fotowoltaiczne. Od samego początku były one konsultowane m.in.: z inwestorami branżowymi, jednostkami naukowymi i firmami serwisującymi. Wiener w swojej ofercie ma także ubezpieczenie dla konsumentów, pozyskujących energię z OZE, obejmujące ubezpieczenie paneli fotowoltaicznych, kolektorów słonecznych i pomp ciepła. Wspieramy klientów w ekologicznych inwestycjach także poprzez wzbogacanie Pakietów np. AGRO czy 4 KĄTY o elementy ekologiczne, takie jak ubezpieczenia pomp ciepła czy fotowoltaiki.

EKOLOGICZNE ŚCIEŻKI KONTAKTU I SPRZEDAŻY

Wiener promuje nowoczesne kanały sprzedaży i zakupu ubezpieczeń na odległość poprzez platformę detaliczną Wie.net, korporacyjną Biz.net i Bo.net. Wiener aktywnie zachęca klientów i agentów do zawierania umów bez użycia papieru. Dzięki promowaniu nowoczesnych kanałów sprzedaży i zakupu ubezpieczeń, z akceptacją mobilną znacznie ograniczono jego użycie.

Aby zachęcić klientów i agentów do wyboru ekologicznej ścieżki, Wiener przygotował specjalną akcję, podczas której za każdą umowę zawartą bez użycia papieru Wiener posadził drzewa. Łącznie w ramach akcji „Polisa dla Ziemi” w jednej z gmin zostało posadzonych 1000 drzew, które są w stanie wytworzyć tyle tlenu, ile rocznie potrzebuje 670 osób i pochłoniąć 6000 kg CO₂ w ciągu roku. Kolejną inicjatywą zmierzającą do ograniczenia tego surowca jest program POKER, dzięki któremu 100% pism w obsłudze posprzedażowej i ponad połowa zgłoszeń likwidacji szkód generuje się elektronicznie bez użycia papieru.

DZIAŁANIA PRACOWNICZE I SPOŁECZNE

Wiener stara się przekazywać swoim pracownikom, że każdy z nich ma realny wpływ na otaczający nas świat, a suma poszczególnych działań może przynieść realne zmiany na lepsze.

Dlatego w ramach prowadzonych działań związanych z wolontariatem budujemy zaangażowanie wspólnie z pracownikami, pośrednikami i klientami. Nasze cyklicznie prowadzone akcje angażują pracowników i współpracowników oraz wspierają ich aktywność.

Swoje działania Wiener kieruje do społeczności lokalnych w całym kraju. W ich realizację chętnie włączają się pracownicy, którzy pochodzą z różnych regionów i jako ich mieszkańcy najlepiej znają lokalne potrzeby. W ramach wolontariatu pracowniczego „Wiener PomagaMY” w 2022 r., we współpracy z organizacjami pozarządowymi i placówkami oświatowymi, zrealizują oni 9 projektów prospołecznych na terenie 4 województw. Ich wsparcie dotrze do dzieci i młodzieży, seniorów oraz potrzebujących zwierząt. Ponadto, dzięki zaangażowaniu pracowników i partnerów biznesowych w ramach akcji „Leśne Porządki z Wiener” w ciągu ostatniego roku posprzątano tereny leśne w 4 województwach.

WSPARCIE OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ

Wiener dba o osoby z niepełnosprawnościami, na przykład w procesie likwidacji szkód osoby, które fizycznie nie mogą podpisać dokumentów ze względu na swoją niepełnosprawność mogą to zrobić dzięki nagraniu dźwiękowemu podczas rozmowy z konsultantem. Klienci mogą zgłosić szkodę nie tylko tradycyjnie pocztą i telefonicznie, ale także za pośrednictwem formularzy internetowych w zaciszu swojego domu. Gdy klient wymaga wsparcia fizycznego, zapewniana jest opieka likwidatora, który pomaga przygotować dokumentację i przeprowadzić oględziny na miejscu zdarzenia.

Znajomość realnych potrzeb tej grupy jest wynikiem czynnego zaangażowania firmy w aktywizację zawodową i społeczną osób z niepełnosprawnościami. Wiener chętnie promuje aktywności sportowe i pomaga w realizacji pasji – wspierając m.in. rugby na wózkach, ubezpieczając i sponsorując sportowców. Firma zapewniła m.in. ubezpieczenie podczas Międzynarodowych Mistrzostw Polski w tej dyscyplinie. Jesteśmy też oficjalnym parterem Polskiego Związku Rugby Na Wózkach.

RÓŻNORODNE I TOLERANCYJNE ŚRODOWISKO PRACY

Dbamy także o to, by każdy z naszych pracowników czuł się respektowany i doceniony. Działamy w poszanowaniu i wspieraniu różnorodności, tworzymy też różnorodne i tolerancyjne środowisko pracy, które zwiększa udział i wkład wszystkich pracowników. Pomaga w tym szereg wdrażanych projektów wewnętrznych, takich jak na przykład różniMY. □

ESG – działania ubezpieczycieli

PZUW

S – social

- Sfinansowaliśmy zakup nowoczesnego sprzętu dla chorych onkologicznie polskich i ukraińskich dzieci, podopiecznych Uniwersyteckiego Centrum Klinicznego w Gdańsku.
- Zaangażowaliśmy się w okresie pandemii w przekazywanie szpitalom innowacyjnych urządzeń, opasek życia i bezprzewodowych stetoskopów, które służą zdalnemu monitorowaniu zdrowia zakażonych Covid-19, ograniczając ryzyko przenoszenia wirusa.
- Organizujemy bezpłatnie szkolenia dla lekarzy, których celem jest zwiększanie bezpieczeństwa pacjentów.
- Finansujemy systemy monitoringu bezpieczeństwa dla firm i samorządów.

E – environmental

- Wspieramy w zielonej transformacji zarówno korporacyjnych, jak też indywidualnych klientów.
- Poszerzyliśmy ofertę o atrakcyjne ubezpieczenia farm wiatrowych, biogazowni i instalacji fotowoltaicznych.
- Rozwijamy kompetencje w tworzeniu ubezpieczeń nowych technologii wspierających produkcję energii ze źródeł odnawialnych.

G – governance

- Dbamy o to, aby zapewnić pracownikom optymalne warunki pracy i rozwoju. To liczne szkolenia i dofinansowanie studiów, prywatna opieka medyczna i program emerytalny.
- Miarą naszego sukcesu jest wskaźnik zaangażowania pracowników na poziomie 78%, wyższy aż o 30 punktów od średniej rynkowej. 86% zatrudnionych deklaruje, że jest zadowolonych z pracy u nas. To o 23 punkty więcej niż rynkowa średnia.

Saltus Ubezpieczenia

S – social

- Piątka od Serca – Charytatywna Impreza Biegowa Fundacji TriMama.
- Wspieranie finansowo działalności fundacji Sztuka Życia Niepokonani na rzecz osób niepełnosprawnych oraz seniorów z regionu pomorskiego.
- Saltus Sport Team – sportowa drużyna pracowników Powołanie inicjatywy Wolontariatu Pracowniczego, która umożliwi pracownikom angażowanie się w działalność pomocową na rzecz potrzebujących obywateli Ukrainy. Każdy z pracowników może wykorzystać 3 dni w miesiącu na wybrany przez siebie wolontariat, jako dni płatne przez pracodawcę.
- Saltus z pomocą – rusza w drogę – w marcu 2022 r. sfinansowaliśmy organizację transportu uchodźców z przejścia granicznego w Dorohusku do Trójmiasta.
- Nowoczesny Model Kompetencji, mający na celu doskonalenie zarządzania zasobami ludzkimi oraz stanowiący podstawę do stworzenia Systemu Oceny Pracownika.

E – environmental

- Gra rowerowa „Wkręć się w Sopot”, w której 19 aktywnych zawodników – naszych pracowników wykrciło blisko 30000 punktów, pobijając szesnastoczłonowych liderów.
- Projekt Paper Less.
- Promowanie zasad ECO-jazdy wśród pracowników.
- Artykuły w intranecie firmowym promujące ochronę środowiska.

G – governance

- Polityka przeciwdziałania fraudom.
- System anonimowego zgłaszania nieprawidłowości (whistleblowing).
- Polityka oceny odpowiedzialności członków organów towarzystwa (fit&proper).
- Polityka zarządzania konfliktami interesów.

SIGNAL IDUNA

S – social

- Wsparcie rozwoju i wyrównanie szans podopiecznych Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce w Polsce.
- Wsparcie Ochotniczej Straży Pożarnej w Kaławie.
- Wsparcie Fundacji Opiekuńcze Skrzydła Joanny Radziwiłł.
- Organizacja pomocy dla uchodźców z Ukrainy – wsparcie Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce w Polsce oraz wsparcie Banków Żywności.
- Towarzystwo Opieki nad Zwierzętami – Schronisko dla Bezdomych Zwierząt w Celestynowie, Schronisko dla bezdomnych zwierząt w Józefowie k. Legionowa – zbiórka pieniędzy i darów dla zwierząt w schroniskach przeprowadzona przez pracowników.
- Akademia BVB im. Łukasza Piszczka – wsparcie i stała współpraca z fundacją.
- Polski Związek Koszykówki – sponsoring drużyny chłopców podczas Ogólnopolskiej Olimpiady Młodzieży.
- Szlachetna Paczka.

E – environmental

- Zrezygnowaliśmy z plastikowych kart do ubezpieczenia turystycznego.
- Zaprzestaliśmy przyjmowania polis życiowych na papierze, migrując sprzedaż na życie z papieru do online'u.
- Zamawiając materiały reklamowe zwracamy uwagę na ich ekologiczność – z jakiego materiału są wykonane, jak materiał został pozyskany itp.
- W kontekście ekologii, ważny był dla nas wybór dostawcy do projektu affinity. Nasz dostawca, czyli Sollers Consulting, ma w DNA element o nazwie „green coding”, czyli zielone kodowanie. To idea tworzenia kodu w taki sposób, aby zużywał jak najmniej energii.

G – governance

- Wybieramy dostawców, których działalność jest zgodna z ESG.

Zdrowie

S – social

- Nowe produkty będące odpowiedzią na potrzeby Polaków związane z chorobami cywilizacyjnymi: Mój Dietetyk, Mój Onkolog, Powrót do zdrowia po Covid-19.
- Pomoc psychologiczna dla osób z Ukrainy objętych ubezpieczeniem TU Zdrowie – nielimitowane i nieodpłatne telekonsultacje psychologiczne dla ubezpieczonych w TU Zdrowie będących obywatelami Ukrainy.
- Profilaktyka i edukacja zdrowotna w ramach Grupy Neuca.
- Walkathon NEUCA dla Zdrowia, porady i konsultacje dietetyka.
- Akcja „Zbadaj serce w kardiobusie” – ogólnopolska akcja profilaktycznych badań kardiologicznych.
- Program „Weź głęboki oddech” – edukacja na temat przewlekłej obturacyjnej choroby płuc (POCHP).
- Społeczna akcja pomocy – wsparcie Małej Mai w ramach akcji Siepomaga #NaszaWspólnaBitwa.

E – environmental

- Optymalizacja gospodarki odpadami oraz propagowanie polityki „zero waste” dotyczącej głównie materiałów biurowych, segregacji śmieci etc.

G – governance

- Propagowanie kultury compliance w organizacji. Działania zapewniające zgodność prowadzonej działalności ubezpieczeniowej z obowiązującymi przepisami prawa oraz z zachowaniem najwyższej staranności, ze szczególnym uwzględnieniem profesjonalizmu i etyki pracowników.
- Polityka zrównoważonych inwestycji – unikanie inwestycji nie spełniających kryteriów ESG.

Jak skutecznie reagować na błędy medyczne

Ochrona zdrowia, diagnozowanie i leczenie pacjentów to skomplikowany proces, wymagający precyzyjnego i wieloetapowego działania. Dlatego błędy się zdarzają. Według światowych statystyk w około 10% przypadków dochodzi do niepożądanego dla pacjenta zdarzenia. Sztuką jest umiejętnie na nie odpowiadać.

Nowatorskim rozwiązaniem, które proponuje TUW PZUW, jest proaktywna obsługa niepożądanych medycznych zdarzeń. Polega na tym, aby wychodzić naprzeciw problemom. Szybka reakcja pozwala im przeciwdziałać i ograniczyć ich negatywne skutki.

Jest korzystna dla wszystkich. Buduje wiarygodność szpitali, które potrafią odpowiedzieć na problem w sposób odpowiedzialny. Pacjentom daje szansę na szybsze odzyskanie zdrowia. Obydwom stronom pozwala uniknąć długotrwałych sporów sądowych, które dla poszkodowanych i ich rodzin mogą być dodatkową traumą.

METODA STRUSIA

Jak się zachować, gdy dojdzie do niepożądanego zdarzenia? Nierzadkie podejście to wkładanie przez szpital głowy w piasek i czekanie, co się stanie. Jest fatalne już na wstępie, ponieważ brak szybkiej reakcji może potęgować negatywne skutki dla pacjenta i szpitala. Pacjent czuje się poszkodowany podwójnie. Nie został wyleczony zgodnie ze swoimi oczekiwaniami, a zdarza się, że stan jego zdrowia się pogorszył.

Problemy nie znikną, jeśli szpital zamiecie je pod dywan. Przeciwnie – po pewnym czasie wybuchają z wielokrotnie większą siłą. Roszczenia medyczne pojawiają się średnio po 2-3 latach. Kolejne 5-7 lat trwają sprawy sądowe. Zadośćuczynienia i odszkodowania, które po tym czasie musi wyrokiem sądu wypłacić szpital, bywają wysokie. Składają się na nie odsetki i koszty sądowe. Dodatkowo w czasie trwania postępowań sądowych zakład ubezpieczeń musi zawiązać długotrwałą rezerwę na zgłoszone, a niewypłacone roszczenia. To zaś prowadzi do zwiększenia składki ubezpieczeniowej.

Szpital często ponosi jeszcze straty wizerunkowe. Informacje o krzywdzie, która spotkała pacjenta i o prawdziwej czy rzekomej obojętności lekarzy, ściągają uwagę czytelników. Są przez to atrakcyjne dla mediów. Materiały uderzające w wiarygodność szpitala i podważające zaufanie do niego nie schodzą więc z pierwszych stron lokalnych gazet, a bywa, że trafiają do ogólnopolskich mediów.

DZIAŁANIA PROAKTYWNE

Tych problemów można uniknąć i pod tym względem oferujemy swoje wsparcie. Prowadzimy szkolenia, jak reagować na niepożądane zdarzenia. Oferujemy współpracę z najlepszymi specjalistami w dziedzinie obsługi szkód, opiniowania medycznego i prawa.

Kluczową jest kultura organizacyjna w szpitalu i procedury ułatwiające sprawne zarządzanie w krytycznych sytuacjach. To uwrażliwienie personelu na to, aby każde niepożądane zdarzenie było natychmiast wychwytywane i rejestrowane. Jeśli do niego dojdzie,



PIOTR DANILUK
dyrektor ds. medycznych w TUW PZUW.

trzeba powołać zespół, który je wyjaśni i szybko skontaktować się z nami jako ubezpieczycielem, aby dalej pracować już wspólnie.

Proaktywne podejście polega na tym, aby z jednej strony zapewnić pacjentowi szybką medyczną pomoc – może to być ponowna operacja, zabieg, wsparcie specjalisty czy rehabilitacja, które pozwolą odwrócić albo zminimalizować skutki błędu. Z drugiej strony, chodzi o to, aby szybko porozumieć się z nim w sprawie wypłaty ewentualnego zadośćuczynienia. To są pieniądze, które poszkodowany dostaje od razu i nie musi na nie czekać osiem czy więcej lat, aż prawomocnym wyrokiem zakończy się postępowanie sądowe.

Szpital, nie zwlekając z wypłatą, unika zaś wielokrotnie większych kosztów w przyszłości – będących efektem wyroków zapadających po wieloletnich procesach, które same w sobie są kosztowne, a także strat wizerunkowych.

Jak ustalić kwotę? Pomagamy w tym jako ubezpieczyciel. Jako Grupa PZU mamy olbrzymie doświadczenie, budowaną latami bazę ekspertów i wyroków w sprawach medycznych. Dzięki temu jesteśmy w stanie szybko i miarodajnie określić adekwatną kwotę.

PRZYSZŁOŚĆ BRANŻY

Dlatego proaktywna obsługa szkód medycznych to przyszłość w ubezpieczeniach podmiotów leczniczych. Co więcej, pozwala o tej przyszłości myśleć z większym optymizmem, ponieważ elementem proaktywnej obsługi jest także to, aby uczyć się na własnych błędach.

Każdy przypadek służy wyciągnięciu wniosków, jak podobnym zdarzeniom zapobiegać w przyszłości. Analizujemy go skrupulatnie, aby ustalić, dlaczego do niego doszło i co należy poprawić. Na tej podstawie organizujemy szkolenia dla lekarzy i personelu medycznego. Służą podnoszeniu ich kwalifikacji i mają przyczynić się do ograniczenia liczby błędów medycznych.

Najbardziej dramatyczne przypadki dotyczą położnictwa. Dlatego wprowadziliśmy szkolenia przy użyciu symulatora porodów. Trenujemy całe zespoły lekarzy i położnych w przyjmowaniu trudnych porodów i w prawidłowej pracy zespołowej. Szkolenia obejmują również minimalizowanie ryzyka zakażeń szpitalnych, komunikację z pacjentami i prawidłowe prowadzenie dokumentacji medycznej.

To wszystko – od szybkiej reakcji na błędy po szkolenia, które służą temu, aby się uczyć na tych błędach – składa się na skuteczny system zapobiegawczy. Ten system sprawdza się w praktyce, przynosząc korzyści ubezpieczonym. □

ESG – działania ubezpieczycieli

Uniq

S – social

- W ramach akcji Masz moc na hejt, od kilku lat edukujemy nt. hejtu w internecie. I staramy się dotrzeć z tymi działaniami do jak najszerszego grona odbiorców.
- Ubezpieczenie na wypadek hejtu w internecie.
- Pomoc dla pracowników i ich rodzin z Uniq Ukraina od pierwszego dnia wojny.
- Specjalna oferta ubezpieczenia mieszkania za 1 zł – dla spółdzielni mieszkaniowych, które udostępniły lub będą udostępniać lokale mieszkalne obywatelom Ukrainy.
- Objęcie ochroną ubezpieczeniową od następstw nieszczęśliwych wypadków dzieci z Ukrainy w ramach zawartych grupowych polis szkolnych.
- OC Najemcy bez konieczności opłacenia dodatkowej składki dla klientów ubezpieczenia mieszkania Twoje Miejsce.
- Rozszerzenie zakresu powypadkowych wizyt u psychologa do 10 w ramach ubezpieczenia komunikacyjnego.
- Wspieranie diversity – klub UNIQAInie Różnorodni, udział w Paradzie Równości, webinary o fematatywach.
- Opieka nad domami dziecka.
- Zachęcanie pracowników do działalności wolontariackiej – klub Wolontariat.
- Zakaz underwritingu broni, amunicji, materiałów wybuchowych.

E – environmental

- Klient może rozszerzyć zakres ubezpieczenia nieruchomości Twoje Miejsce o ubezpieczenie instalacji fotowoltaicznych, pomp ciepła lub kolektorów słonecznych.
- Ubezpieczenie farm wiatrowych.
- Wymiana floty firmowej na samochody hybrydowe.
- Ograniczenia w polityce underwritingowej dla paliw kopalnych – wydobywanie i przetwarzanie. Tylko kontynuacje dla istniejących klientów i tylko gdy mają strategię dekarbonizacyjną.
- Raportowanie ekspozycji paliw kopalnych do grupy.

G – governance

- Umożliwienie anonimowego zgłaszania naruszeń oraz zapewnienie ochrony osób zgłaszających naruszenia tzw. sygnalistów.
- Transparentne prowadzenie działalności oraz coroczne raportowanie danych ESG.

Vienna Life

S – social

- Koncentrujemy się na pomocy społecznej i charytatywnej.
- W tym roku zdecydowaliśmy się skupić głównie na pomocy osobom uciekającym z Ukrainy. Organizowaliśmy zbiórki odzieży i żywności, uczestniczyliśmy w transporcie osób z granicy oraz pomagaliśmy na hali sportowej EXPO.
- Jednym z naszych największych przedsięwzięć była organizacja – przy pomocy Fundacji Happy Kids – Social Active Day w Centrum Konferencyjno-Szkoleniowym w Ossie, w którym przebywa ok. 600 dzieci z ukraińskich domów dziecka.

E – environmental

- Realizujemy strategię doboru starannie wyselekcjonowanych aktywów, uwzględniając czynniki zrównoważonego rozwoju w procesie podejmowania decyzji również poprzez wykluczenie bezpośrednich inwestycji w instrumenty finansowe emitentów, których podstawowa działalność lub znacząca część biznesu opiera się na:
 - Produkcji lub dystrybucji broni uznawanej za zakazaną;
 - Wydobyciu węgla energetycznego;
 - Produkcji energii elektrycznej z węgla energetycznego.

- Wspólnymi siłami posadziliśmy już 2000 drzew oraz wsparliśmy finansowo organizację proekologiczną.

G – governance

- W naszej działalności biznesowej bierzemy pod uwagę czynniki społeczne, środowiskowe oraz prawa człowieka, przestrzegając obowiązujących wymogów prawnych i regulacyjnych oraz wewnętrznych wytycznych.
- W procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych uwzględniamy ryzyka dla zrównoważonego rozwoju tak, aby nie miały istotnego negatywnego wpływu na wartość inwestycji.

TUZ

S – social

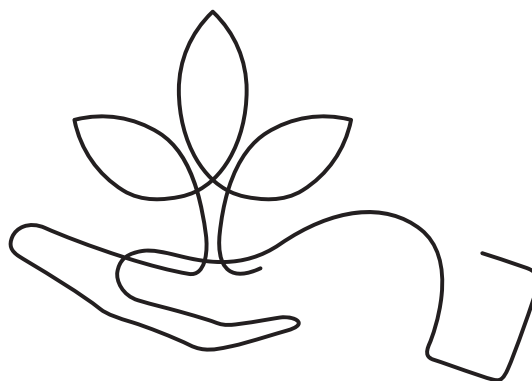
- Oferowanie pracownikom elastycznych form zatrudnienia oraz godzin pracy.
- Oferowanie zniżek pracowniczych przy zawieraniu umów ubezpieczenia.
- Promowanie rekrutacji wewnętrznych oraz rozwoju pracowników.
- Parytet na wyższych stanowiskach kierowniczych – 50% osób nadzorujących funkcje. Kluczowe to kobiety, różnorodność w zakresie płci osób na stanowiskach dyrektorskich.
- Zbiórka darów rzeczowych dla uchodźców z Ukrainy oraz przekazanie darów placówce oferującej noclegi.
- Uruchomienie infolinii po ukraińsku.
- Stworzenie podstrony internetowej po ukraińsku.
- Wdrożenie ubezpieczenia domu i mieszkania bezpieczny dom z myślą o rodzinie, osobach najbliższych, a nawet kotach lub psach.

E – environmental

- Ubezpieczenie fotowoltaiki – solo oraz w produktach mieszkaniowych, ubezpieczenie kosztów wykonania zastępczego w związku ze zbieraniem i przetwarzaniem odpadów.
- Produkty ubezpieczeniowe uwzględniają oczekiwania klientów związane z m.in. zdalnymi oględzinami, zdalną inspekcją przedmiotu ubezpieczenia, zdalną likwidacją szkód.
- Propagowanie inicjatywy paper less.
- Przy produkcji małych i średnich przedsiębiorstw oraz przy produktach korporacyjnych TUZ posiada spis pkd/branż, które podlegają wyłączeniu – jedna z dwóch najważniejszych, która jest wyłączona jako nieubezpieczalna w TUZ, to górnictwo; druga to wydobywanie wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze.

G – governance

- Wprowadzenie polityki antykorupcyjnej oraz kodeksu etycznego ustanawiających wysokie standardy etyczne oraz transparentność działań.
- Rozbudowywanie procesów związanych z kontrolą wewnętrzną oraz compliance.



© pronick/stock.adobe.com

wefox

Spokój w dobrych rękach



Lorand Heissmann
dyrektor generalny,
oddział wefox w Polsce



Cezary Świerszcz
prezes, Unext



Jarosław Przybylski
dyrektor sprzedaży, Unext



Aneta Kamińska
menedżer ds. rozwoju
produktów, Unext



Bernard Maciąg
dyrektor departamentu
likwidacji szkód, Unext

wefox to ubezpieczyciel:

- wygodny dla agenta
- chwalony za likwidację szkód
- wierzy w prostotę ubezpieczeń

Zapraszamy agentów do współpracy!

📄 unext.pl 📞 22 123 55 31 ✉ agenci@unext.pl

Unext jest przedstawicielem generalnym wefox Insurance AG SA oddział w Polsce.
Badanie satysfakcji z likwidacji szkód ze stycznia i kwietnia 2022.

Aon

S – social

- Wspieramy pracowników m.in. poprzez wprowadzenie dodatkowych dni wolnych od pracy, urlopy jubileuszowe, program LifeWorks, bonus dla rodziców, działalność komitetu ds. różnorodności i inkluzyjności czy klubów rowerowych.
- Angażujemy się w wolontariat, np. dla pracowników Aonu z Ukrainy oraz ich bliskich, zaprzyjaźnionych domów dziecka i wybranych fundacji.

E – environmental

- Podjęliśmy globalnie zobowiązanie Net Zero Emissions, a lokalnie wdrożyliśmy m.in. ekologiczne rozwiązania w biurach, politykę zero waste i wymieniamy flotę samochodową na hybrydy.
- Prowadzimy praktykę OZE, wspierając klientów z branż fotowoltaiki, pomp ciepła, banków energii i wiatraków.

G – governance

- Stosujemy Kodeks etyki i postępowania w biznesie, inkluzyjny i obiektywny proces rekrutacji, zdefiniowane ścieżki kariery, transparentność w obszarze wynagrodzenia i komunikacji, a także zarządzamy cyberbezpieczeństwem, co przekłada się na ochronę danych naszych klientów.

GrECo

S – social

- Fundacja GrECo promuje rozwój dzieci i młodzieży znajdujących się w trudnej sytuacji społecznej.
- Od 3 lat GrECo Polska przy wsparciu Fundacji GrECo promuje utalentowaną polską młodzież, prowadząc program stypendialny ART GrECo.
- Pracownicy GrECo bardzo aktywnie zaangażowali się w pomoc naszym wschodnim sąsiadom. W naszych oddziałach w Warszawie, Wiedniu i na Słowacji pracują teraz koleżanki z GrECo Ukraina, którym pomogliśmy wyjechać z kraju ogarniętego wojną.
- W czerwcu 2022 r. nasi pracownicy aktywnie wzięli udział w promocji zdrowego stylu życia, przyłączając się do wyzwania Healthy Cities, organizowanego przez LUX MED.

E – environmental

- W odniesieniu do sprzętu IT, wprowadziliśmy system zarządzania siecią komputerową w chmurze. Pozwala to na rezygnację z prawie 71% naszych serwerów stałych.
- Stale prowadzimy proces optymalizacji systemów chłodzenia naszych serwerowni oraz naszego środowiska IT, aby jeszcze bardziej obniżyć koszty energii.
- Ostatnio włożyliśmy wiele wysiłku w rozwój naszych rozwiązań dotyczących wideokonferencji. Wszyscy nasi pracownicy w 16 krajach mogą już z nich korzystać, ograniczając ilość podróży służbowych, co wpływa pozytywnie na środowisko.
- Obecnie ok. 13% floty w austriackiej spółce stanowią e-samochody, dodatkowo w użyciu jest ponad 20 samochodów hybrydowych typu plug-in.
- W GrECo Polska całkowicie zrezygnowaliśmy z plastikowych i szklanych butelek oraz plastikowych toreb reklamowych.

Howden Donoria

S – social

- People First – to główne hasło grupy Howden na świecie. Oznacza umiejscowienie aspektów międzyludzkich w centrum działań biznesowych.
- Powołaliśmy specjalny fundusz, który finansował m.in. ubezpieczenia dla polskich lekarzy i ratowników organizujących wyjazdy na Ukrainę po chorych przewlekle i rannych. Wspieraliśmy także lokalne inicjatywy pomocy dla uchodźców (m.in. w Rzeszowie i w Zielonej Górze). Wspieramy m.in. Fundację Humanosh im. Sławy i Izka Wołosiańskich.
- Raz w roku (maj) w całej grupie Howden na świecie odbywa się Tydzień Dobroczynności, w ramach którego prowadzone są zbiórki charytatywne. W tym roku wspieraliśmy w Polsce Fundację Gorąca Cegła i Fundację Naszpikowani. W ciągu ostatnich 3 lat zebraliśmy już ponad 100 000 zł w Polsce.
- Każdy z pracowników Howden Donoria raz w roku może liczyć na dotację z Fundacji Howden do 750 GBP do zorganizowanej przez siebie akcji charytatywnej;

E – environmental

- Tworzymy nowe, specjalne instrumenty finansowe do likwidacji skutków szkód naturalnych na świecie zanim one nastąpią.
- Oprócz prowadzonych cyklicznie akcji proekologicznych na poziomie grupy i w spółkach grupy duży nacisk kładziemy również na edukację naszych klientów.
- Świadczymy dodatkowy serwis inżynierski ukierunkowany na ochronę środowiska.

G – governance

- Jesteśmy największą niezależną instytucją ubezpieczeniową na świecie, której właścicielami są pracownicy. Jest ich już ponad 2000.
- Rozwijając się nie przejmujemy spółek dla spółek. Łączymy nasz biznes ze spółkami zarządzanymi przez menedżerów-akcjonariuszy myślących o biznesie tak samo jak my. Oni zostają w naszej grupie jako akcjonariusze.

Marsh

- Nadanie priorytetu działaniom związanym ze zdrowiem i bezpieczeństwem naszych pracowników oraz zapewnienie wsparcia klientom w poruszaniu się po niepewnym środowisku biznesowym podczas pandemii Covid-19.
- Wprowadzenie Client Engagement Principles – zestawu dobrych praktyk ułatwiających podejmowanie odpowiedzialnych decyzji i służeńiu interesom naszych klientów i społeczności.
- Umożliwienie klientom osiągnięcia sukcesu w tych obszarach, poprzez m.in. doradztwo, prowadzenie polityki Inclusion & Diversity oraz angażowanie akcjonariuszy.
- Redukcja ilości odpadów – nasza koncepcja Smart Office zapewnia dynamiczne i zróżnicowane środowiska pracy, które uwzględniają różne modele pracy i osobiste preferencje. Dzięki kreatywnemu projektowaniu przestrzeni, energooszczędnemu oświetleniu i systemom HVAC, a także praktykom budowlanym skoncentrowanym na redukcji odpadów, inteligentne biura wykorzystują mniej zasobów, zmniejszają nasz ślad węglowy oraz zwiększają wykorzystanie naszych przestrzeni.
- W 2012 r. Marsh rozpoczął śledzenie godzin pracy wolontariuszy. Zachęcamy pracowników do angażowania się w różne inicjatywy wolontariackie.
- Global Volunteer Month – pracownicy angażują się w wolontariat przez cały rok, ale maj, to szczególny miesiąc, w którym staramy się zaangażować wszystkich i zachęcamy do udziału w wybranych inicjatywach lokalnych i regionalnych.
- Płatny dzień wolny za wolontariat – każdy pracownik może minimum jeden dzień w roku odebrać za swoje zaangażowanie na rzecz społeczności.
- Roczny program mentorski łączący pracowników z młodymi podopiecznymi ze środowisk defaworyzowanych społecznie.



ROGER HODGKISS
Prezes Zarządu, Generali Polska.

W celu budowania bardziej sprawiedliwego i odpornego społeczeństwa

Generali Polska jest częścią Grupy Generali, jednej z największych globalnych firm ubezpieczeniowych i zarządzania aktywami, która działa nieprzerwanie już od 190 lat. U podstaw strategii Grupy Generali leży zaangażowanie w sprawy klientów i bycie partnerem na całe życie. Grupa w pełni uwzględnia zrównoważony rozwój we wszystkich strategicznych wyborach, mając na celu tworzenie wartości dla wszystkich interesariuszy przy jednoczesnym budowaniu bardziej sprawiedliwego i odpornego społeczeństwa.

W kolejnym cyklu trzyletniej strategii Generali podtrzymało swoje zobowiązanie do zrównoważonego rozwoju, stale koncentrując się na wywieraniu pozytywnego wpływu na społeczeństwo, środowisko naturalne i interesariuszy. Dlatego do 2024 r. Generali zakończy proces włączania kryteriów ESG do inwestycji bezpośrednich w ramach portfela rachunków ogólnych, zmniejszy ślad węglowy portfela inwestycji korporacyjnych o 25% oraz zwiększy wartość składki przypisanej brutto z tytułu produktów zrównoważonych o 5% do 7% (CAGR). Generali Polska na lokalnym rynku również realizuje strategię Life-Time Partner 24 Driving Growth. Chcemy być: odpowiedzialnym ubezpieczycielem, odpowiedzialnym inwestorem, odpowiedzialnym pracodawcą oraz odpowiedzialnym obywatelem korporacyjnym.

ODPOWIEDZIALNY UBEZPIECZYCIEL

Jako ubezpieczyciel – już na etapie projektowania produktów, tworzymy je tak, aby klient otrzymał pełną ochronę i realną pomoc, gdy będzie jej potrzebował. Przykładem może być objęcie ochroną – jako pierwsza firma na rynku – rażącego niedbalstwa w ubezpieczeniach mieszkań. Wspieramy klientów, którzy chcą przejść na odnawialną energię, obejmując w ramach ubezpieczenia domy także panele fotowoltaiczne na dachu. Dajemy również możliwość wybrania osobnego ubezpieczenia OZE. Jesteśmy jednym z liderów w ubezpieczeniach rolnych. Promujemy również zdrowy styl życia poprzez Program Vitality.

Usprawiliśmy proces likwidacji szkód, dając naszym klientom do dyspozycji narzędzia online (samodzielna likwidacja szkody przez stronę www) oraz aplikacje, np. do oględzin czy likwidacji szkód, aby mogli szybko uzyskać odszkodowanie i naprawić uszkodzone mienie.

JESTEŚMY CZĘŚCIĄ SPOŁECZNOŚCI

Jako „obywatel” korporacyjny dbamy również, aby zmniejszać negatywny wpływ na środowisko. Wszystkie procesy w firmie

są elektroniczne, w tym obieg dokumentów, faktury, zawarcie umowy etc., przez co radykalnie ograniczyliśmy zużycie papieru. Promujemy również zdalne zawarcie przez agentów – klient dostaje wszystkie dokumenty online.

Budynek nowej centrali został wyremontowany zgodnie ze standardem BREAM. Zamieniliśmy flotę samochodową dla Zarządu na auta hybrydowe, a także pozostała flota samochodowa została wybrana z kryterium ograniczonej emisji CO₂ (do 130 g/km).

Wspieramy również lokalne społeczności. W ramach programów należącej do Grupy Generali Fundacji The Human Safety Net, wspieramy rodziny z dziećmi z asfiksją. Wspólnie z UM w Poznaniu wdrożyliśmy i rozwijamy program stosowania hipotermii leczniczej w transporcie noworodków. Już 4 szpitale otrzymały niezbędny sprzęt do ratowania dzieci, które urodziły się z niedotlenieniem okołoporodowym w mniejszych ośrodkach. Zastosowanie hipotermii leczniczej już w karetce daje szansę na zapobieżenie uszkodzeniu komórek mózgowych dziecka, a tym samym na prawidłowy rozwój. Program ten zawiera również element badań medycznych. Dzięki współpracy z profesorem Janem Mazelą, przypadki zastosowania tej metody są zbierane i analizowane.

Generali reaguje również na bieżące potrzeby. Przykładami jest wsparcie na poziomie lokalnym i globalnym uchodźców z Ukrainy. We współpracy z Caritas Polska Generali zorganizowało program zakwaterowania dla rodzin z dziećmi. Wsparło również organizację letnich wakacji.

DBAMY O PRACOWNIKÓW

Jako odpowiedzialny pracodawca wspieramy naszych pracowników. Przykładem, z którego jestem szczególnie dumny, jest uruchomiony w czasie pandemii program bezpłatnego wsparcia psychologicznego dla pracowników. Może skorzystać z niego każdy pracownik, niezależnie od tego, czego dotyczy jego problem. Wprowadziliśmy pracę hybrydową oraz 14 dni workation – możliwość pracy z dowolnego miejsca na świecie. Nasze biuro zostało przygotowane z dbałością o komfort naszych pracowników m.in. są strefy wypoczynkowe, helpomaty w damskich łazienkach, pokój do karmienia piersią i profesjonalna rowerownia z szatnią i łazienką. Pracownicy mogą przychodzić do biura nie tylko z dziećmi, ale także z psami. □

Mentor

S – social

- Projekt prozdrowotny Żyj aktywnie, dbaj o siebie współfinansowany z UE, dający pracownikom dostęp do konsultacji ze specjalistami (dietetyk, fizjoterapeuta) i szeregu aktywności fizycznych.
- Akcja "Kilometry od serca" (od 2021 r.) – liczba aktywnie przebytych kilometrów zamieniana na złotówki z celami dobroczynnymi wskazywanymi przez pracowników.
- Wspieranie lokalnego sportu – klubu tyżwiarskiego MKS AXEL.
- Wspieranie Fundacji Mentor.
- Pomoc Ukrainie:
 - przekazanie obuwia dla ukraińskich żołnierzy oraz paczek z najpotrzebniejszym asortymentem (m.in. zestawami ratunkowymi, bandażami, środkami przeciwbólowymi itp.)
 - wsparcie akcji Łyżwiarze Torunia dla Łyżwiarzy Ukrainy, zainicjowanej przez MKS Axel (dach nad głową dla rodzin uciekających z Ukrainy)

E – environmental

Stale praktyki przyczyniające się do dbania o środowisko i oszczędzania energii: m.in. segregacja odpadów, wyłączniki światła na czujnik ruchu, panele solarne i fotowoltaiczne, elektroniczny obieg dokumentów, oszczędne drukowanie dokumentów.

G – governance

- Procedura przeciwdziałania praniu pieniędzy (AML).
- Polityka bezpieczeństwa.
- Regulamin zasad zarządzania konfliktem interesów.
- Regulamin w zakresie zgłaszania naruszeń prawa UE.

MJM Holdings

S – social

- Przystosowanie biura i zatrudnianie pracowników z niepełnosprawnościami.
- Zapewnienie kobietom równych szans w pełnieniu funkcji przywódczych i efektywnego udziału w procesach decyzyjnych.
- Partnerstwo Attis Broker z Fundacją One Day nakierowane na działania wspierające młodzież i dzieci z domów dziecka i placówek opiekuńczo-wychowawczych w pozyskiwaniu umiejętności potrzebnych do usamodzielnienia.
- Sponsorowanie przez Attis Broker klubu sportowego Exact Systems Norwid Częstochowa prowadzonego przez Stowarzyszenie Sportowe Seniorzy-Juniorom „Siatkówka 2002”.
- Partnerstwo MJM Brokers w największym w branży TSL programie społecznym, Volvo Truck Profesjonalni Kierowcy.
- Udział i zaangażowanie pracowników w organizowanym przez Fundację Everest charytatywnym „Biegu Firmowym”.
- Pomoc dla Ukrainy:
 - Przekazanie darowizny do ambasady Ukrainy w Polsce.
 - Wsparcie Mazowieckiej Wspólnoty Samorządowej w organizacji pomocy dla uchodźców z Ukrainy.
 - Wsparcie finansowe Gali dla Ukrainy organizowanej przez Operę Narodową.

E – environmental

- Powołanie w Smartt Re programu „Bezpieczna transformacja energetyczna”, skierowanego do sektora prywatnego i publicznego w ramach nawiązywanych partnerstw biznesowych i społecznych, którego celem jest transfer na polski rynek wiedzy o programach ubezpieczeniowych i reasekuracyjnych dla całego łańcucha przemysłu nowej energetyki odnawialnej oraz edukacja w zakresie istotnej roli ubezpieczeń w zrównoważonej transformacji energetycznej polskiej gospodarki.
- Wprowadzenie rozwiązań proekologicznych w biurze, jak indywidualna segregacja śmieci czy instalacje oszczędzające wodę.

STBU

S – social

- Program edukacyjny Brokerowania Umiejętności.
- Współpraca z kierunkiem „Ubezpieczenia – studia interdyscyplinarne” na UG.
- Warsztaty „Oswój ryzyko” dla studentów Wydziału Zarządzania UG.
- Wsparcie finansowe i rzeczowe Gdańskiej Fundacji Innowacji Społecznej.
- Wsparcie inicjatyw pomocowych dla ukraińskich uchodźców.
- Wsparcie gdańskich medyków walczących z pandemią w ramach akcji „Po-siłek za wysiłek”.

E – environmental

- Jesteśmy ambasadorami akcji „Sopot. Naturalnie”.
- W roku 2021 (w porównaniu z 2020) w naszym biurze w Sopocie:
 - 19% mniej wytworzonych odpadów.
 - 27% mniej zużytej wody.
 - 30% mniej zużytego gazu.
 - 80% mniej plastikowych gadżetów.

G – governance

- Uporządkowany system premii i ścieżki kariery, które zapewniają równość szans m.in. bez względu na płeć, pochodzenie czy wiek.
- Transparentna komunikacja z pracownikami i akcjonariuszami.

WDB

S – social

- Centralny fundusz charytatywny nastawiony na realizację działań dobroczynnych wg potrzeb lokalnych społeczności.
- Akcje charytatywne z inicjatywy pracowników.
- Fundator fundacji Polskiedzieci.org.
- Szerokie wsparcie dla Ukrainy – środki dla zaangażowanych fundacji oraz autorska akcja branżowa: www.brokerzydlaukrainy.pl.
- Wewnętrzny „Kodeks postępowania” regulujący postępowanie zespołów z uwzględnieniem interesów wszystkich zaangażowanych stron.

E – environmental

- Polityka ekologiczna obowiązująca centralnie w grupie, a implementowana z uwzględnieniem regionalnych potrzeb.
- Segregacja śmieci w biurach.
- Flota samochodów dobierana wg potrzeb oraz z uwzględnieniem napędów hybrydowych i tzw. miękkich hybryd.
- Preferencja na ekologicznych dostawców.
- Minimalizowanie zużycia energii.

G – governance

- „Kodeks postępowania” – zbiór wewnętrznych, nadrzędnych reguł postępowania obowiązujący wszystkich pracowników w grupie, odzwierciedlający całościowe podejście do „ESG”.
- „Polityka zgłaszania nieprawidłowości” ukierunkowana na: pozytywne środowisko pracy, najwyższą jakość obsługi klientów oraz troskę o reputację firmy.
- Struktura organizacyjna z podziałem ról i odpowiedzialności.

Samochody od InterRisk wożą krew

NAGRODA ZA NAJLEPSZĄ AKCJĘ SPOŁECZNĄ VIG

InterRisk, po raz pierwszy w historii, zdobył Złotą Nagrodę „Günter Geyer Award for Social Conscience 2021” przyznaną przez VIG za szczególne zaangażowanie społeczne. Spółka została wyróżniona za organizowanie cyklicznych biegów charytatywnych, podczas których zbierane są pieniądze dla potrzebujących.

Ustanowiona w 2012 r. nagroda Güntera Geyera, przewodniczącego rady nadzorczej Wiener Städtische Versicherungssverein (VIG), zwraca uwagę na zaangażowanie spółek Grupy VIG w inicjatywy na rzecz potrzebujących. Wyróżnienie przyznawane jest co roku trzem z ok. 50 spółek Grupy VIG w Europie Środkowej i Wschodniej.

SAMOCHODY DLA SZPITALI

Nagroda w postaci 50 000 euro pozwoliła na zakup dwóch aut do przewozu krwi, ich specjalistyczne oznakowanie oraz wyposażenie.

Pierwszy z nich trafił do **Mazowieckiego Centrum Rehabilitacji STOCER** w Konstancinie-Jeziornie. W imieniu InterRisk samochód przekazał członek Zarządu Daniel Kaliszuk. *Stocer pomaga dzieciom i dorosłym nieprzerwanie od prawie 80 lat. Jest jednym z najbardziej uznanych ośrodków tego typu w Polsce, dlatego zdecydowaliśmy się przekazać samochód do przewozu krwi właśnie tej placówce – powiedział Daniel Kaliszuk.*

Kolejny samochód został przekazany **Szpitalowi Morskiemu im. PCK w Gdyni**. *Dobro rodzi dobro. Było dla nas zaszczytem móc przeznaczyć pieniądze, zdobyte dzięki naszym cyklicznym biegom charytatywnym, na zakup dwóch aut do przewozu krwi i przekazać je z pomocą urzędów marszałkowskich do wskazanych placówek – powiedział Piotr Narloch, prezes InterRisk.*

WSPÓŁPRACA ZE STOWARZYSZENIEM ULTRAKREW

InterRisk działa ze Stowarzyszeniem Ultrakrew w rozwijaniu idei krwiodawstwa od 5. lat. Namacalnym efektem tej współpracy jest między innymi przekazanie szpitalom samochodów do przewozu krwi. Od 2022 roku współpraca zostaje rozszerzona o projekty edukacyjne dla młodych ludzi, przekonujących ich do idei krwiodawstwa, ponieważ doświadczenie pokazuje, że młodzi mają obawy przed oddawaniem krwi. InterRisk chce pokazać im, że oddawanie krwi jest całkowicie bezpieczne dla zdrowia zarówno kobiet, jak i mężczyzn. I jest najpiękniejszym darem, jaki można dać drugiemu człowiekowi. □



Członkowie Zarządu InterRisk, **HARALD RIENER**, Przewodniczący Rady Nadzorczej, **ELISABETH STADLER**, Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej



JOLANTA SOBIEJAŃSKA-GRENDA, Prezes Zarządu „Szpitali Pomorskich”
PIOTR NARLOCH, Prezes InterRisk TU SA Vienna Insurance Group



PIOTR PAPAJ, Prezes Zarządu Mazowieckiego Centrum Rehabilitacji „STOCER” Sp. z o. o.
DANIEL KALISZUK, Członek Zarządu InterRisk TU SA Vienna Insurance Group
ELŻBIETA LANCI, Członek Zarządu Województwa Mazowieckiego

ESG – działania multiagentów

Asist

S – social

- Wsparcie finansowe Centrum Pomocy Dzieciom, Fundacja Dajemy Dzieciom Się.
- Wsparcie finansowe dla OTOZ Animals Schronisko dla Bezdomnych Zwierząt w Starogardzie Gdańskim.
- Wsparcie finansowe Szlachetnej Paczki.
- Agenci Asist dla Ukrainy (specjalnie utworzona grupa na FB, wsparcie w postaci zbiórki pieniędzy, ubrań, żywności, artykułów higienicznych itd. – wszystkiego na co było aktualnie największe zapotrzebowanie).
- Asist mecenasem sportu.

E – environmental

- Wprowadzenie instrukcji oraz nadzór nad ich wykonywaniem w zakresie ograniczeń zużycia energii.
- Przyjęcie zasad dotyczących zaopatrzenia w niezbędne do prowadzenia działalności materiały (np. pochodzące z produkcji z recyklingu).
- Segregacja odpadów, działania mające na celu zmniejszenie ich ilości oraz eliminację odpadów niebezpiecznych.

G – governance

- Wprowadzanie polityk i procedur oraz nadzór nad ich wykonywaniem w kwestii prawidłowego zarządzania przedsiębiorstwem.
- Stosowanie przejrzystych zasad rachunkowości, systemu podatkowego, przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu oraz wynikających z tego obowiązków sprawozdawczych.
- Przestrzeganie przyjętego ładu korporacyjnego, prostej struktury zarządu przedsiębiorstwa i respektowanie praw zarządu, kadry pracowniczej, pracowników i udziałowców.

CUK

S – social

- W obszarze sportu jesteśmy sponsorem młodzieżowej drużyny futsalowej oraz drugoligowej drużyny siatkówki.
- Zaangażowaliśmy się w akcję Rozblyśnił rozsądkiem – załóż odblask, podczas której wolontariusze z patrolami policji instruowali w zakresie bezpieczeństwa i pierwszej pomocy, wręczając pakiety odblasków.
- Na fali pomocy Ukrainie przekazaliśmy wsparcie finansowe oraz wykazaliśmy gotowość w udostępnieniu lokalu mieszkalnego.
- Dajemy również przestrzeń na społeczne aktywności pracowników takie jak: zbiórki w ramach Szlachetnej Paczki, schronisk dla zwierząt albo promocja świadomości badań na raka. Pracownicy oprócz licznych benefitów mogą liczyć na spotkania np. z wellbeingu czy radzenia sobie ze stresem.
- Najnowszą inicjatywą firmy jest Niezbędnik Świadomego Rodzica, który przygotowaliśmy wspólnie z Wyższą Szkołą Bankową. To projekt towarzyszący kampanii ubezpieczeń NNW szkolnych.

E – environmental

- Postępująca digitalizacja wpłynęła na minimalizację wykorzystania dokumentów w formie papierowej.
- Przykładamy dużą dbałość do oszczędności energii elektrycznej oraz selekcji odpadów.
- W ramach działań pracowniczych staramy się także propagować dobre praktyki. W ostatnim czasie braliśmy udział w akcji, która zachęcała uczestników do aktywności fizycznej. Na podstawie ilości kroków ustalany był ranking, a zwycięska firma mogła zasadzić las.

G – governance

- Pełna transparentność na poziomie komunikacji cen oraz działań operacyjnych, jasne i przejrzyste procedury współpracy z partnerami.
- W zakresie przepływu informacji oraz działań strategicznych bardzo pomagają bezpośrednie spotkania na linii zarząd – partnerzy regionalni, które odbywają się cyklicznie w różnych częściach kraju.



<reklama>



INSLY

**i długo
nic.**

Insly to zdaniem wielu najlepszy program
dla pośredników ubezpieczeniowych.

Sprawdź na
inslyidlugonic.pl

ESG – działania multiagentów

NAU

Działania ESG w NAU w 2022 roku to głównie odpowiedź na bieżącą sytuację w kraju oraz u naszych wschodnich sąsiadów. Aktywności skoncentrowaliśmy na pomocy dzieciom. Podjęliśmy współpracę z zaufanym partnerem – Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce, któremu przekazaliśmy 50 tys. zł na pomoc ukraińskim dzieciom z domów dziecka. Dalszą pomoc, skierowaliśmy do ukraińskich dzieci, które przebywają w polskich szkołach. Przygotowaliśmy 1000 paczek z przyborami szkolnymi, a agenci ubezpieczeniowi NAU dostarczyli je do szkół podstawowych w całej Polsce.

W NAU dbamy o środowisko, czego przykładem są prowadzone od wielu lat działania, m.in. kontynuujemy oszczędzanie energii oraz segregujemy śmieci. Ograniczając zużycie papieru, staramy się, by większość dokumentów powstawała tylko w wersji elektronicznej. Limitujemy również produkcję materiałów marketingowych do niezbędnego minimum.

Reso

S – social

- Organizacja RESO Suwałki Półmaraton – biegów dla biegaczy-amatorów wraz z biegiem śniadaniowym, w którym uczestniczyli pracownicy spółki.
- Wsparcie finansowe dla Suwalskiej Orkiestry Kameralnej celem rozwoju kultury wyższej na terenie Suwalszczyzny.
- Wsparcie finansowe lokalnych, amatorskich rozgrywek piłki nożnej – RESO Suwałki Football League.
- Przekazanie podarunków i środków pierwszej potrzeby dla uchodźców z Ukrainy w punkcie w Suwałkach i pomoc pracowników przy sortowaniu.
- Wsparcie inicjatywy „Mikołajkowy Autobus Radia 5”, z którego środki zostały przekazane na dzieci z lokalnej świetlicy środowiskowej.
- „Odwołaj Mandat” – wprowadzenie darmowej pomocy prawnej dla klientów RESO w sytuacji, kiedy otrzymano mandat karny za wykroczenia drogowe okazuje się niezasadny.
- Wysyłka spersonalizowanych gadżetów do sieci agencyjnej.

E – environmental

- Akcja demakulaturyzacja – wywóz makulatury z firmy na skup i zakup sadzonek drzew.

- Minimalizacja procesów związanych z wykorzystaniem papieru (digitalizacja procesów wewnątrz firmy).

G – governance

- Uruchomienie programu poleceń pracowników.
- Utworzenie Rady Nadzorczej, nowych Departamentów/Działów.
- Merging RESO-Wygodnie.pl.

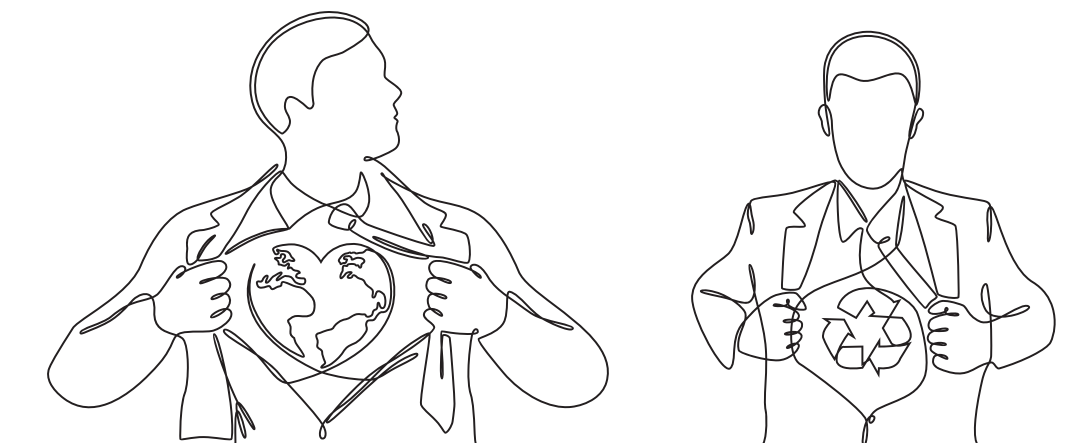
Unilink

S – social

- Zakup świątecznych kart podarunkowych Sodexo dla pracowników wspierających program Pajacyk.
- Cyklicznie organizujemy akcje promujące zdrowy tryb życia wśród pracowników, w szczególności zdrowe odżywianie oraz aktywności sportowe.
- Angażujemy się w akcję „2 godziny dla rodziny”.
- Wsparliśmy finansowo i rzeczowo Rajd Organiści Fundacji im. Bartka Kruczkowskiego.
- Przekazanie środków finansowych na rzecz pogorzalców – młodzieżowego klubu rowerowego w Daleszycach prowadzonego przez Świętokrzyską Fundację Sportu.
- Z każdej sprzedanej polisy NNW dla dzieci i młodzieży szkolnej w ramach projektu „Kocham to dbam”, złotówka powędrowała do podopiecznych Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce.
- Zaangażowaliśmy się w wirtualne regaty „Mile dobre” i wspólnie z pracownikami zebraliśmy kilka tysięcy zł. Pieniądze wsparły Fundację Ocean Marzeń, rozwijającą młodzież z domów dziecka poprzez wychowanie przez żeglarstwo.
- Zakup prezentów oraz przekazanie listów lub książek inspiracyjnych wspólnie z pracownikami w ramach akcji „Świąteczny Przyjaciel” dla dzieci z domów dziecka przy współpracy z Fundacją Program Pomocy Pierwsza Praca.
- Przekazaliśmy środki finansowe na kolonie dla Dzieci z Domów Dziecka organizowanych przez Fundację Novis Plus.
- Unilink przekazał darowiznę finansową na rzecz Polskiej Akcji Humanitarnej, która niesie pomoc uchodźcom wojny na Ukrainie.

E – environmental

- Korzystamy z czystej energii. Budynek, w którym znajduje się centrala Unilink wykorzystuje promieniowanie słoneczne jako energię odnawialną, poprzez wykorzystanie paneli fotowoltaicznych. Obecnie 25% potrzebnej energii pochodzi właśnie z paneli.

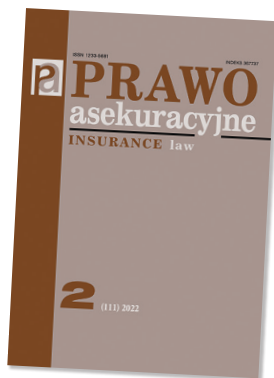


W kwartalniku między innymi:

Prof. UAM dr hab. Marcin Orlicki

Od nowego redaktora naczelnego

W dniu 12 kwietnia 2022 roku Zarząd Stowarzyszenia Polskich Brokerów Ubezpieczeniowych i Reasekuracyjnych powierzył sprawowanie funkcji redaktora naczelnego kwartalnika Prawo Asekuracyjne Prof. Marcinowi Orlickiemu. „Prawo Asekuracyjne pozostanie kwartalnikiem naukowym. Jego naukowy charakter będzie jednak postrzegany w szczególny sposób. Skoro bowiem prawo jest uporządkowanym zespołem reguł, które rządzi życiem społecznym i gospodarczym, to nauka prawa musi być zawsze bardzo blisko życia. Nauka prawa ubezpieczeń musi być bardzo blisko praktyki ubezpieczeniowej – tego, co rzeczywiście dzieje się w zakładach ubezpieczeń, u brokerów, multiagentów i agentów. Podstawowym kryterium jakości tekstów naukowych jest bowiem zawsze ich potencjał rozwiązywania problemów praktycznych. (...) Zapraszam więc do publikowania. Otwarta i kompetentna dyskusja służy nam wszystkim. Będę starał się ją pobudzać, moderować i wspierać.”



Paweł Machulak, Jakub Sewerynik

O zasadzie wzajemności w ubezpieczeniach – próba reinterpretacji

Podstawą funkcjonowania towarzystw ubezpieczeń wzajemnych jest ubezpieczanie swoich członków na zasadzie wzajemności. W polskiej doktrynie prawa zasada wzajemności była dotychczas wiązana przede wszystkim z nicostatecznym charakterem (wysokością) składki. Wskazywano nawet, że w ubezpieczeniach wzajemnych zobowiązanie do zapłaty składki stałej nie występuje. W artykule przeanalizowano, czy takie rozumienie zasady wzajemności znajduje potwierdzenie w obowiązujących przepisach i czy rzeczywiście jest ono zgodne ze współczesnym rozumieniem tej zasady. Podjęto również próbę zidentyfikowania istotnych cech zasady wzajemności.

Beata Mrozowska-Bartkiewicz

O potrzebie sprecyzowania przepisu art. 36 ust. 1 i art. 52 ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych

Ubezpieczenia obowiązkowe, w szczególności obowiązkowe ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej, pełnią niezwykle ważną funkcję społeczną, chroniąc interesy majątkowe zarówno osób poszkodowanych, jak i samych sprawców. Ustawa o ubezpieczeniach obowiązkowych stworzyła fundamenty systemu funkcjonowania ubezpieczeń obowiązkowych, między innymi zostały w niej określone kwestie takie, jak: jakie ubezpieczenia są ubezpieczeniami obowiązkowymi, zasady zawierania i wykonywania umów obowiązkowego ubezpieczenia, w tym sumy gwarancyjne w ubezpieczeniach wymienionych w tej ustawie, sposób kontroli spełnienia obowiązku zawarcia umów ubezpieczeń. Ze względu na niezwykle istotną rolę i masowy charakter ważne jest, aby przepisy kształtujące zakres odpowiedzialności ubezpieczyciela i Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego, w tym wysokość sumy gwarancyjnej, były skonstruowane precyzyjnie i w sposób niebudzący wątpliwości. Tymczasem użyte przez ustawodawcę sformułowanie w art. 36 ust. 1 oraz art. 52 ustawy o ubezpieczeniach obowiązkowych: „Suma gwarancyjna nie może być niższa niż równowartość w złotych [...]” i wiążący się z tym problem prawny, czy ubezpieczenie o wyższej sumie gwarancyjnej niż wskazana w treści powołanych wyżej przepisów jest ubezpieczeniem obowiązkowym, czy też w kwocie sumy gwarancyjnej, przewyższającej wskazane kwoty, jest ubezpieczeniem dobrowolnym. Artykuł jest poświęcony analizie praktyki zawierania umów ubezpieczenia z określeniem sumy gwarancyjnej wyższej niż w powołanych wyżej przepisach, bez jednoczesnego wskazania, w jakich granicach dane ubezpieczenie jest ubezpieczeniem obowiązkowym, a w jakich – dobrowolnym.

Wojciech Łuczka

SFDR oraz rozporządzenia delegowane – praktyczne problemy wdrożenia nowych regulacji dotyczących zrównoważonego rozwoju na rynku ubezpieczeniowym

Artykuł dotyczy wybranych wątpliwości prawnych związanych ze sposobem wdrożenia na rynku ubezpieczeniowym nowych obowiązków, które wynikają z unijnych przepisów dotyczących kwestii zrównoważonego rozwoju. Omówione w artykule wątpliwości związane są z przepisami rozporządzenia SFDR (m.in. zakres stosowania obowiązków do agentów ubezpieczeniowych, zakres przedmiotowy stosowania rozporządzenia, polityka wynagrodzeń czy postanowienia dotyczące marketingu) oraz rozporządzenia delegowanego do Dyrektywy IDD, które wdraża koncept badania preferencji klienta dla zrównoważonego rozwoju (zagadnienie umiejscowienia obowiązków w sekcji Ocena odpowiedniości mającej zastosowanie co do zasady do brokerów, kwestia różnic definicyjnych co do zakresu produktów objętych rozporządzeniem i polską ustawą o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej). Artykuł zawiera także wnioski *de lege ferenda*, które mogłyby pomóc rozwiązać część istniejących wątpliwości prawnych.

Renata Orzechowska

Zgłoszenie okoliczności, które mogą spowodować wniesienie roszczenia a skuteczność dochodzenia roszczeń z umowy ubezpieczenia D&O

Przed zawarciem umowy ubezpieczenia D&O ubezpieczyciele oczekują informacji na temat okoliczności, które mogą w przyszłości spowodować wniesienie roszczenia lub wszczęcie postępowania przeciwko ubezpieczonemu. Ponadto umowa ubezpieczenia może nakładać na spółkę obowiązek zawiadamiania ubezpieczyciela o pewnych zdarzeniach, które ujawnią się już po zawarciu umowy. Artykuł jest poświęcony analizie, jak występowanie takich okoliczności wpływa na dochodzenie świadczeń z umowy ubezpieczenia D&O w odniesieniu do roszczeń, które spółka może w przyszłości kierować wobec członków władz. Złożoność relacji między podmiotami objętymi ubezpieczeniem i konstrukcja ubezpieczenia oparta na triggerze claims made mogą mieć pewne przełożenie na skuteczność dochodzenia przez spółkę roszczeń odszkodowawczych przeciwko członkom władz z umowy ubezpieczenia. W artykule zostaną więc omówione wybrane zagadnienia odnoszące się do tej problematyki, tj.: obowiązek spółki podania do wiadomości ubezpieczyciela znanych okoliczności przed zawarciem umowy ubezpieczenia i po zawarciu, określone w art. 815 i 818 k.c.; ryzyko uznania umowy ubezpieczenia D&O za bezskuteczną w świetle art. 806 k.c. w odniesieniu do znanych okoliczności występujących przed zawarciem umowy; ryzyko przedawnienia roszczeń z umowy ubezpieczenia w przypadku zgłoszenia ubezpieczycielowi okoliczności, które mogą spowodować wniesienie roszczenia lub wszczęcie postępowania w przyszłości.

Dr hab. Magdalena Szczepańska

Glosa do wyroku Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 24 lutego 2020 r. w sprawach połączonych C-143/20 i C-213/20 w sprawach obowiązków informacyjnych zakładów ubezpieczeń w ubezpieczeniach na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym zwanych unit-linked

Przedmiotem glosy jest wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 24 lutego 2020 r. w sprawach połączonych C-143/20 i C-213/20 odnoszący się do obowiązków informacyjnych zakładów ubezpieczeń w ubezpieczeniach na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, zwanych unit-linked. Wyrok ten zawiera wytyczne w kwestii obowiązków informacyjnych w tego rodzaju ubezpieczeniach dotyczące zarówno podmiotów, którym udzielane mają być informacje, jak i ich zakresu przedmiotowego. Przedmiotowa kwestia ma istotne znaczenie dla praktyki ubezpieczeniowej, a nie została ona jednoznacznie zdefiniowana w przepisach prawa ani w orzecznictwie sądowym. Glosa nie będzie się odnosić do wszystkich pytań, które zostały przekazane Trybunałowi, a jedynie do kwestii dotyczących zakresu obowiązków informacyjnych w ubezpieczeniach na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym.



**KAROLINA
MAZURKIEWICZ-GRZYBOWSKA**
doradca podatkowy, starszy menedżer w ALTO.



JAKUB SOBIESKI
aplikant radcowski,
starszy konsultant w ALTO.

Podatkowe rozliczanie wydatków na cele społeczne

Darowizny wywołują skutki podatkowe na wielu płaszczyznach. Z perspektywy przedsiębiorców kluczowe są możliwości związane ze zmniejszeniem obciążeń podatkowych w CIT w związku z dokonywaniem darowizn. Nie można jednocześnie zapominać o skutkach darowizn w VAT oraz obowiązkach podatkowych które mogą wystąpić po stronie obdarowanych.

– KAROLINA MAZURKIEWICZ-GRZYBOWSKA, JAKUB SOBIESKI

Podmioty z branży ubezpieczeniowej w aktywny sposób, zarówno finansowo, jak i materialnie wspierają różnego rodzaju inicjatywy społeczne oraz osoby potrzebujące. Wysoki poziom zaangażowania można było w szczególności zauważyć w ostatnich latach. Od 2020 r. przedsiębiorcy, w tym ubezpieczyciele, wspierali finansowo różnego rodzaju akcje związane z pandemią. Rok 2022 stoi natomiast pod znakiem pomocy osobom poszkodowanym w związku z wojną w Ukrainie.

Tego rodzaju działania mają przede wszystkim wymiar społeczny i stanowią przejaw społecznej odpowiedzialności biznesu. Trzeba jednak pamiętać, że wszelkiego rodzaju akcje związane z przekazywaniem na rzecz innych podmiotów wsparcia finansowego czy materialnego niosą ze sobą różnego rodzaju skutki podatkowe dla każdej ze stron. Poniżej przedstawiamy najważniejsze informacje dotyczące podatkowego rozliczania przekazywania przez przedsiębiorców darowizn oraz innych rodzajów wsparcia.

OGÓLNE ZASADY ZWIĄZANE Z ROZLICZANIEM DAROWIZN W CIT

Zgodnie z przepisami ustawy o CIT, do kosztów uzyskania przychodów co do zasady nie zalicza się darowizn oraz wszelkiego rodzaju ofiar (z określonymi wyjątkami). Nie wyklucza to jednocześnie możliwości zmniejszenia opodatkowania w związku z finansowaniem działań społecznych.

Ustawa o CIT dopuszcza bowiem możliwość **odliczenia od podstawy opodatkowania** darowizn przekazanych organizacjom pożytku publicznego lub równoważnym organizacjom w innych

państwach UE lub EOG, prowadzącym działalność pożytku publicznego w sferze zadań publicznych. Środki mają zostać przekazane na realizację zadań publicznych wykonywanych przez te organizacje, natomiast wartość odliczonych darowizn nie może przekraczać 10% dochodu.

Darowizny mogą więc wpływać na zmniejszenie podstawy opodatkowania, co w efekcie zmniejsza również wysokość podatku do zapłaty. Tutaj warto zauważyć, że różnica pomiędzy rozliczeniem wydatku jako kosztu podatkowego a odliczeniem go od podstawy opodatkowania jest taka, że koszty podatkowe są rozliczane na bieżąco w trakcie roku podatkowego, natomiast odliczenie jest realizowane dopiero w rozliczeniu rocznym.

Warto zauważyć, że odliczeniu mogą podlegać zarówno darowizny pieniężne, jak i te o charakterze rzeczowym. Jeżeli przedmiot darowizny stanowią towary opodatkowane VAT, wówczas wartość darowizny do odliczenia stanowi wartość towaru wraz z kwotą VAT naliczonego, którego podatnik nie ma możliwości odliczyć.

Oceniając z perspektywy podatkowej dokonywane darowizny, trzeba mieć przede wszystkim na uwadze na rzecz jakiego pomiotu jest ona dokonywana oraz w jaki sposób zostanie ona wykorzystana przez podmiot obdarowany, co może wynikać m.in. z ustaleń dokonanych z tym podmiotem.

Dodatkowo na potrzeby ewentualnej kontroli ze strony organów podatkowych niezbędne jest odpowiednie udokumentowanie darowizn. Jest to prostsze w przypadku darowizn pieniężnych,

gdzie dowodem będzie potwierdzenie dokonania przelewu. W przypadku darowizn niepieniężnych niezbędne będzie zgromadzenie dowodów potwierdzających wartość dokonanych darowizn oraz ich przekazanie na rzecz konkretnej organizacji. Informacje dotyczące dokonanych darowizn tj. ich wartość oraz dane obdarowanych należy wykazać w rocznym zeznaniu CIT.

ROZLICZENIE W CIT DAROWIZN ZWIĄZANYCH ZE WSPARCIEM UKRAINY

W związku z wybuchem wojny w Ukrainie, polskie przedsiębiorstwa, w tym zakłady ubezpieczeń zaangażowały się w liczne inicjatywy mające na celu wsparcie naszych wschodnich sąsiadów. Z kolei ustawodawca, wprowadzając pakiet przepisów związanych z toczącym się konfliktem, przewidział szczegółowe zasady związane z podatkowym rozliczaniem tego rodzaju wydatków.

Wprowadzony do ustawy o CIT przepis przewiduje, że podatnicy mogą zaliczyć do kosztów uzyskania przychodów **koszty wytworzenia lub cenę nabycia rzeczy lub praw** będących przedmiotem darowizn przekazanych w okresie od dnia 24 lutego 2022 r. do dnia 31 grudnia 2022 r. na cele związane z przeciwdziałaniem skutkom działań wojennych na terytorium Ukrainy m.in. *organizacjom realizującym działalność pożytku publicznego, jednostkom samorządu terytorialnego, wojewodom, Rządowej Agencji Rezerw Strategicznych oraz podmiotom wykonującym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub na terytorium Ukrainy działalność leczniczą lub działalność z zakresu ratownictwa medycznego*. Zastosowanie tego odliczenia jest możliwe o ile koszty wytworzenia lub cena nabycia nie zostały zaliczone do kosztów uzyskania przychodów, w tym poprzez odpisy amortyzacyjne.

Zgodnie z przyjętym rozwiązaniem, warunkiem zaliczenia do kosztów podatkowych darowizn dokonywanych w związku z wojną w Ukrainie jest to, aby **przedmiotem darowizny była rzecz lub prawo**. Odliczenie niestety nie będzie więc miało zastosowania w odniesieniu do darowizn pieniężnych, jednak w tym przypadku istnieje potencjalna możliwość odliczenia wydatków od podstawy opodatkowania na opisanych powyżej zasadach ogólnych, o ile spełnione zostaną przewidziane w przepisach przesłanki.

Co istotne, z literalnej treści przepisów wynika, że darowizny związane ze wsparciem Ukrainy będą mogły być dwukrotnie rozliczone na potrzeby CIT. Po raz pierwszy w związku z zaliczeniem wydatków do kosztów podatkowych, natomiast drugi raz w ramach odliczenia darowizn od podstawy opodatkowania na zasadach ogólnych (jeżeli będą spełniały warunki). Nie można jednoznacznie określić, czy właśnie taki był cel ustawodawcy, nie wiadomo również, w jaki sposób do tego zagadnienia będą podchodziły organy podatkowe.

SKUTKI DAROWIZN W VAT

Przekazywanie darowizn pieniężnych, które występują najczęściej, nie jest zdarzeniem podlegającym opodatkowaniu VAT niezależnie od tego, czy środki są przekazywane na rzecz osoby fizycznej czy organizacji.

Jeżeli natomiast przedsiębiorca nabywa towary w celu ich nieodpłatnego przekazania, nie ma on zasadniczo prawa do odliczenia podatku naliczonego w związku z ich nabyciem. Przekazanie w następnej kolejności towaru bezpośrednio na rzecz beneficjenta nie powinno natomiast podlegać opodatkowaniu VAT, nie jest to bowiem czynność wykonywana w ramach działalności gospodarczej.

Odmienne zasady obowiązują natomiast w przypadku przekazania produktów spożywczych. Jeżeli środki zostaną przekazane organizacji pożytku publicznego na cele prowadzonej przez nią

działalności charytatywnej, istnieje możliwość odliczenia podatku naliczonego, a samo przekazanie towarów korzysta ze zwolnienia z opodatkowania.

WSPARCIE NA RZECZ OSÓB FIZYCZNYCH

Inne skutki podatkowe wywołuje wsparcie realizowane bezpośrednio na rzecz osób fizycznych. Ta forma pomocy stała się szczególnie powszechna w ostatnim czasie przede wszystkim w zakresie wsparcia na rzecz uchodźców z Ukrainy (wsparcie pieniężne, rzeczowe, udostępnienie lokalu itp.). Tego rodzaju darowizny niestety nie mogą być zaliczane przez podatników do kosztów uzyskania przychodów, niezależnie od ich formy. Jak zostało bowiem wskazane powyżej, przepisy umożliwiają zaliczanie do kosztów uzyskania przychodów lub odliczenie od podstawy opodatkowania wyłącznie darowizn realizowanych na rzecz określonych organizacji, natomiast nie dają takiej możliwości w przypadku darowizn na rzecz osób fizycznych.

Dokonując tego rodzaju darowizn przedsiębiorcy powinni mieć również na uwadze perspektywę osób obdarowanych oraz ewentualne obowiązki podatkowe, które mogą wystąpić po ich stronie. **Przekazanie darowizn na rzecz osób fizycznych co do zasady podlega bowiem opodatkowaniu podatkiem od spadków i darowizn.**

Przekazanie darowizny nie skutkuje natomiast automatycznie powstaniem obowiązku podatkowego. Przepisy przewidują bowiem progi kwotowe określające wartości, do wysokości których darowizny nie podlegają opodatkowaniu. W przypadku osób niespokrewnionych (a tak będzie w relacji spółka-osoba fizyczna), w pięcioletnim okresie darowizny nie podlegają opodatkowaniu do wysokości 4902 zł na rzecz jednej obdarowanej osoby. Do tej kwoty darowizny nie będą więc opodatkowane.

Warto zwrócić uwagę, że w przypadku osób niebędących obywatelami Polski oraz nie posiadających w Polsce miejsca stałego pobytu, obowiązek zapłaty podatku od spadków i darowizn powstanie, gdy w chwili dokonania darowizny przekazane rzeczy znajdują się na terytorium Polski lub też prawa majątkowe są na wykonywane w Polsce.

Darowizny opodatkowane podatkiem od spadków i darowizn będą jednocześnie wyłączone od opodatkowania PIT. Nie można przy tym wykluczyć sytuacji, kiedy udzielone wsparcie nie będzie miało charakteru darowizny (np. wsparcie udzielone pracownikowi), w tym zakresie może powstać obowiązek podatkowy w PIT, jednocześnie przepisy przewidują przypadki, w których przychód osiągnięty przez pracownika w związku z otrzymaniem wsparcia będzie mógł korzystać ze zwolnienia z opodatkowania.

O CZYM NALEŻY PAMIĘTAĆ ROZLICZAJĄC DAROWIZNY?

Darowizny wywołują skutki podatkowe na wielu płaszczyznach. Z perspektywy przedsiębiorców istotne znaczenie ma przede wszystkim możliwość pomniejszenia podstawy opodatkowania o wartość dokonanych darowizn – w tym zakresie niezbędne jest spełnienie warunków dotyczących statusu obdarowanego oraz celu na jaki zostaną przekazane środki. W tym roku dodatkowo umożliwiające zostało zaliczenie do kosztów podatkowych wydatków związanych z przeciwdziałaniem skutkom wojny w Ukrainie.

Nie można w tym zakresie zapominać również o uwzględnieniu skutków VAT dokonywanych darowizn.

Z perspektywy obdarowanych osób fizycznych istotne będą natomiast ewentualne obowiązki w podatku od spadków i darowizn, które mogą powstać w związku z otrzymaniem wsparcia. □



ANDRZEJ ŚMIECH

Executive Coach, partner zarządzający
w Śmiech & Partners – Doradztwo Personalne.

Z jaką mapą nawigujesz swój biznes?

Carol Dweck, profesor psychologii na Uniwersytecie Stanford, wprowadziła do biznesu teorię dwóch map myślowych, można by rzec, postaw, które kształtują nasze życie i biznes. Są one jak autopilot, który steruje naszymi podświadomymi reakcjami i wyborami, wpływając na to, w jakim stopniu będziemy otwarci na zmiany i rozwój, a w jakim usztywniali się i dążyli do podtrzymania status quo. – ANDRZEJ ŚMIECH

Badania przeprowadzone przez Carol Dweck pokazały, że wśród uczestników nie zaobserwowano trwałego rysu jednej albo drugiej postawy. Natomiast to, co było charakterystyczne, to przełączanie się pomiędzy jedną a drugą mapą myślową. Okazało się, że osoby, zwykle mają preferencje do częstszego korzystania z jednej z nich, co wpływa na osiągnięte przez nich rezultaty.

CZYM CHARAKTERYZUJĄ SIĘ TE POSTAWY?

Postawa nastawiona na rozwój

Korzystając z tej mapy mamy przekonanie, że zarówno cechy osobowe, jak i talenty nie są stałe, tylko można je rozwijać dzięki wytrwałej pracy, adekwatnym strategiom oraz informacji zwrotnej z otoczenia. Uznajemy, że błędy i porażki są niezbędnym elementem procesu uczenia się, a wyciągane z nich lekcje stają się „trampoliną rozwojową” przy kolejnych aktywnościach. Dlatego jesteśmy otwarci na feedback, odporni na przeciwności i wytrwali w dążeniu do celu, a także elastyczni w zmianie podejścia do realizacji zadań w trakcie projektu.

Osoby wykorzystujące tę mapę myślową:

- Zakładają, że uczą się przez całe życie
- Wierzą, że potencjał umysłowy można rozwijać
- Wkładają więcej wysiłku w naukę
- Wierzą, że wysiłek prowadzi do mistrzostwa
- Wierzą, że porażki są tylko tymczasowymi problemami
- Postrzegają informacje zwrotne jako źródło informacji, a nie ocenę, czy atak
- Chętnie podejmują wyzwania
- Postrzegają sukcesy innych, jako źródło inspiracji
- Postrzegają informacje zwrotne jako okazję do nauki
- Zakładają, że zawsze mogą dowiedzieć się czegoś nowego

Postawa sztywna, nastawiona na status quo

Korzystając z tej mapy myślimy, że nasze talenty i inne cechy osobowe są wrodzone i niezmiennie, w związku z tym nasze starania rozwojowe i tak spowodują powrót do punktu wyjścia. W związku z tym nie ma sensu nic zmieniać. Unikamy wtedy wyzwań, łatwiej się poddajemy i rezygnujemy z dodatkowego wysiłku. Doprowadzamy do sytuacji, że osiągnięte przez nas rezultaty wspierają ten sposób myślenia i stają się samospełniającą się przepowiednią. Wszelkie porażki i niepowodzenia odbieramy osobiście, usztywniając się na informację zwrotną z otoczenia, odbierając ją, jako ocenającą, a nie wspierającą. Efektem jest korzystanie z mechanizmów obronnych, które wprawdzie dostarczają tymczasową ulgę emocjonalną, ale przesuwają nas do przodu.

Osoby wykorzystujące tę mapę myślową:

- Wierzą, że potencjał umysłowy jest trwały i nie można go rozwijać
- Stronią od wyzwań, aby unikać błędów i porażek
- Ignorują informacje zwrotne od innych
- Czują się zagrożeni sukcesami innych osób
- Ukrywają błędy i niepowodzenia, aby nie być ocenianym przez innych
- Uważają, że wkładanie dodatkowego wysiłku nic nie zmienia i nie wnosi żadnej wartości
- Postrzegają informację zwrotną jako osobistą ocenę i krytykę
- Łatwo się poddają i oddają inicjatywę, gdy natrafiają na przeszkody
- Zakładają, że mają kompletną wiedzę w danym temacie

JAK Z TEJ WIEDZY SKORZYSTAĆ?

Czytając powyższe opisy prawdopodobnie, w zależności od sytuacji, których doświadczyliśmy, potrafimy odnaleźć siebie

w każdym z nich. Istotne jest, by mieć świadomość, w jakich sytuacjach pojawiają się u nas konkretne preferencje myślowe. Znakomite do tej diagnozy okazują się sytuacje trudne i kryzysy przez, które przechodzimy, a więc momenty porażek. Obserwując siebie w takich sytuacjach nasze schematy myślowe widoczne są jak na dłoni. Dlatego:

1. Sprawdź, gdzie jesteś?

Poddając refleksji ostatnie sześć do dwunastu miesięcy, warto zanotować wszystkie takie sytuacje i zadać sobie pytanie, co wtedy pomyślałem, co wtedy poczułem, jaki był rezultat moich działań oraz odnieść ten materiał do obu map. Nabędziemy w ten sposób wiedzę bazową do pracy rozwojowej. Na tej podstawie będziemy w stanie wprowadzić element autoobserwacji, jako narzędzia wspierającego świadome wprowadzanie zmiany w życie.

2. Zdefiniuj uzasadnienie zmiany

Patrząc w przyszłość, spróbujemy wypisać powody, dla których warto wprowadzić w codzienne funkcjonowanie korzystanie z mapy rozwojowej, a nie sztywnej. Zbudowanie uzasadnienia pozwoli nam wytrwać w postanowieniu zmiany, gdy napotkamy na trudne sytuacje, które, jak grawitacja będą ściągać nas do starych preferencji myślowych.

3. Zrozum swoje ograniczenia

Przyglądając się sobie z perspektywy ostatnich dwunastu miesięcy jesteśmy w stanie zdefiniować nasze podstawowe charakterystyki oraz ograniczenia blokujące nas we wprowadzaniu zmiany w życie. Zastanówmy się, na które z nich możemy wpłynąć i w jaki sposób, tak, aby kamienie milowe w procesie zmiany oraz krótkoterminowe cele były dla nas realistyczne i osiągalne. Warto pamiętać o zasadzie mikrokroków, które generują makrorezultaty pod warunkiem, że są systematycznie wprowadzane w funkcji czasu.

4. Poszukaj pozytywnych przykładów zmiany

Obserwując precyzyjnie otoczenie zawodowe i osobiste, jesteśmy w stanie znaleźć osoby, które charakteryzują się postawą nastawioną na rozwój. Spotkajmy się z nimi na kawę i porozmawiajmy o tym. Nie jest wykluczone, że otrzymamy konkretne pomysły, podpowiedzi lub rozwiązania, które będziemy w stanie wprowadzić w swoje życie.

5. Redefiniuj zagrożenie, jako szansę

Jest takie powiedzenie: „Kiedy życie serwuje Ci kwaśne cytryny – zamiast się krzywić, zrób z nich lemoniadę”. Gdy w konkretnej sytuacji będziemy widzieć zagrożenie warto zrobić pauzę i zastanowić się, jakie szanse dla naszego rozwoju niesie ta sytuacja. Będziemy w ten sposób równoważyć nasze schematy, budując dla nich alternatywną ścieżkę myślenia.

6. Prowadź dziennik refleksji osobistej

Prowadzenie dziennika (tzw. *journaling*) pozwala nam na systematyczną refleksję na temat pracy, życia i zmian. Daje wgląd w typowe dla nas schematy myślenia i preferencje w obliczu sytuacji, które sprawiają nam trudność. Jest to doskonały materiał do autoanalizy, co czyni go jednym ze skuteczniejszych narzędzi rozwojowych.

7. Korzystaj z wiedzy innych – poszukuj informacji zwrotnej

Osoby nastawione na status quo obawiają się informacji zwrotnej, gdyż postrzegają ją jako oceniającą i zagrażającą. Dlatego chcąc

wypracować u siebie postawę rozwojową, wchodźmy w ten dyskomfort, pytając innych nie tylko o radę i pomoc, ale także o ich perspektywę postrzegania sytuacji, w których braliśmy udział. Taka informacja może okazać się bezcennym źródłem wiedzy na temat naszych tzw. ślepych plamek (lub martwych punktów), których nie dostrzegamy, a które są jasne i klarowne dla innych.

8. Koncentruj się na progresie, a nie wysokich wynikach

To na czym skupiamy uwagę staje się dla nas ważne. Wyniki same w sobie nie mają znaczenia, jednak to one są tylko i aż miarą progresu. Czym innym jest osiągnięcie, a czym innym osiągnięcie konkretnego wyniku systematycznie. Dlatego nasza koncentracja powinna być skupiona nie na wynikach, a na aktywnościach prowadzących do rezultatów. Wtedy wyniki zatroszczą się o siebie. Troska o to, by w konkretnych sytuacjach transformować swoją mapę myśli i wprowadzać ją w życie doprowadzi do trwałej zmiany rezultatów, jakie osiągamy. Ważne jest, by każdego dnia coraz częściej korzystać z postawy rozwojowej, a nie sztywnej.

9. Znajdź partnera w zmianie (Buddy Coach'a)

Wiele osób jest w stanie dla innych zrobić więcej niż dla samych siebie. Dlatego w procesie zmiany warto znaleźć osobę, której będziemy systematycznie raportować nasze aktywności (lub ich brak) związane z procesem zmiany. Taka rozmowa w interwałach jedno- lub dwutygodniowych nie tylko pozwala spojrzeć realistycznie na nasze dotychczasowe poczynania, lecz także działa motywująco, aby w nich wytrwać.

CZY NASZA ORGANIZACJA JEST GOTOWA NA TAKĄ ZMIANĘ?

Organizacje, które promują myślenie nastawione na rozwój, a nie status quo pozwalają swoim pracownikom na podejmowanie skalkulowanego ryzyka uznając, że niektóre decyzje i działania nie zakończą się sukcesem, jednak pozwolą na eksplorację nieznanych obszarów prowadzenia działalności i ujawnią rzeczywistość, która do tej pory pozostawała zakryta zasłoną założeń i domysłów.

Ponadto potrafią nagradzać wysiłek pracowników nawet w sytuacjach, gdy pierwotne założenia projektowe nie zostały osiągnięte. Pracownicy i menedżerowie zachęceni są do zachowań wspierających dzielenie się informacjami i najlepszymi praktykami oraz wzmacniających kolaborację i wprowadzanie innowacji nie tylko na poziomie makro, lecz także na poziomie mikro, wewnątrz- i pomiędzydziałowym. W organizacjach takich panuje przekonanie, że to procedury mają służyć biznesowi, a nie odwrotnie, dlatego zmienia się je i dostosowuje do realiów tak często, jak wymaga tego sytuacja. Jest to możliwe tylko wtedy, gdy istnieje wysoka otwartość na informację zwrotną od każdego poziomu i pomiędzy każdym poziomem firmy, a także brak lęków związanych z ujawnianiem i przyznawaniem się do błędów.

W organizacjach tych nie promuje się rywalizacji pomiędzy pracownikami czy działami, lecz nagradza współpracę i współdziałanie. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w systemach wynagradzania i premiowania.

Czytając te słowa, może pojawić się pytanie, czy nasza organizacja jest już gotowa na taką zmianę. Jednak kwestią nie mniej istotną jest odpowiedzenie sobie wprost, czy my na nią gotowi jesteśmy, ponieważ nic nie zmieni się w naszej firmie, jeżeli my sami nie zaczniemy się zmieniać. □



MAGDALENA BYLINOWICZ
Senior Executive Director HRK.

ESG a rynek pracy

Koncepcja zrównoważonego rozwoju biznesu wraz ze wszystkimi wartościami, jakie niesie, jest bardzo ważna dla gospodarki przyszłości. Jej praktyczne wdrożenie, pomimo oczywistych korzyści i absolutnej konieczności zmian, generuje wiele obowiązków. A co za tym idzie inwestycje w nowe kompetencje i rozwój działów dbających zarówno o aspekty środowiskowe, jak i społeczne, czy też ład korporacyjny. – **MAGDALENA BYLINOWICZ**

W szczególnej sytuacji są instytucje finansowe, których wpływ na rynek jest kluczowy, a tym samym ich rola w egzekwowaniu zasad wdrożenia idei zrównoważonego rozwoju od klientów czy partnerów biznesowych. Od konsekwencji, ale też kompetencji, pracowników działów odpowiadających za przestrzeganie regulacji ESG będzie zależał przebieg tej transformacji.

POTRZEBA NOWYCH KOMPETENCJI

Chociaż temat regulacji dotyczących zrównoważonego rozwoju jest obecny w przestrzeni publicznej od wielu lat to jednak odpowiedzialność za poszczególne aspekty była mocno rozproszona strukturalnie. **Zbudowanie zespołów dedykowanych ESG jest dużym wyzwaniem. Przede wszystkim ze względu na nowe zadania, które narzucają oficjalne rozporządzenia czy rekomendacje.** Z jednej strony obserwujemy transformację niektórych działów, z drugiej dostrzegamy konieczność rekrutacji osób z rynku.

To dobra wiadomość dla kandydatów, którzy mają doświadczenie lub wykształcenie związane z inżynierią środowiskową, ochroną środowiska czy odnawialnymi źródłami energii. Ich kompetencje i wiedza stają się niezbędne nie tylko w obszarze raportowym, ale i proceduralnym. O pracę nie muszą martwić się osoby, które zajmują się taksonomią, bądź chcą się rozwijać w tym kierunku. Obowiązki raportowe stają się problemem dla wielu przedsiębiorców, którzy dotąd nie podlegali takim regulacjom i nie budowali odpowiednich kompetencji w ramach organizacji. To z kolei jest dobrym prognostykiem dla firm doradczych, które zapewne już jesienią będą wspierać przedsiębiorstwa już do momentu stworzenia i wdrożenia procedur oraz procesów wewnętrznych. Na pewno nie zabraknie pracy dla działów prawnych, compliance czy governance. Dla wielu osób zajmujących się dotąd CSR naturalne stało się przejście do działów ESG.

NOWE KRYTERIUM WYBORU PRACODAWCY

Jednakże ESG ma także inny wymiar. Dla coraz większej liczby kandydatów wartości, które są zdefiniowane w filarach zrównoważonego rozwoju biznesu, są coraz ważniejsze i mogą determinować ich wybory rekrutacyjne. Wrażliwość na kwestie związane

z ekologią, poszanowaniem praw człowieka, czy zapewnieniem równości w traktowaniu innych ludzi, staje się coraz bardziej istotna w strefie prywatnej wielu osób, które nie tylko oczekują podobnych postaw od pracodawców, ale też tego, że poprzez podejmowane decyzje będą wpływać na otoczenie.

Nie sposób ocenić, ile osób obecnie świadomie wybiera firmy przyjazne środowisku, angażujące się w akcje związane z prawami człowieka, pomoc grupom wymagającym wsparcia. Niewątpliwie aktywne w tych aspektach organizacje cieszą się większą rozpoznawalnością i są często wskazywane przez kandydatów, jako firmy pierwszego wyboru. Ten trend może się pogłębiać, ponieważ stajemy się coraz bardziej świadomym społeczeństwem, wyczułym na przejawy nieodpowiedzialności czy ochrony partykularnych celów. Zmiany klimatyczne doświadczają każdego z nas, coraz bardziej zdecydowanie domagamy się szacunku i równości dla wszystkich grup społecznych. Dbalność o parytety wynika nie tylko z polityk korporacyjnych, ale też oczekiwani pracownikom, aby osoby nimi zarządzające były reprezentatywne. **Powoduje to, iż niedbałość o środowisko stała się niemodna i skutki takich zaniedbań budzą potępienie.** Zarządy zdominowane przez reprezentantów jednej płci generują pytania o kulturę organizacyjną i relacje w firmie. Oczywiście, należy podkreślić, że mówimy o osobach, które mają komfort wyboru miejsca pracy, ale z uwagi na rynek pracy, który w wielu dziedzinach jest rynkiem kandydata, ten trend może być w przyszłości dominujący.

SPÓJNOŚĆ MISJI, WIZJI, STRATEGII ORAZ DZIAŁAŃ

W dobie powszechnego dostępu do informacji istotne jest, aby deklaratywne wartości były tymi rzeczywistymi. Pracodawcy powinni mieć świadomość, że opinie o kulturach organizacyjnych firm są dostępne m.in. na forach internetowych, ale też obecne w przekazach bezpośrednich czy pośrednich. Najczęściej kandydaci do pracy pytają swoich znajomych, jak się pracuje w danym miejscu. Sytuacja, gdy głoszona misja, wizja i strategia firmy odbiegają od rzeczywistości, powoduje podważenie zaufania potencjalnych pracowników co do wszystkich innych elementów oferowanych przez pracodawcę. □



RADOSŁAW PAWELEC
profesor Wydziału Dziennikarstwa, Informacji
i Bibliologii na Uniwersytecie Warszawskim.

Środowisko naturalne, zrównoważony rozwój i język

Angielskie pojęcie *environment* rozumiane jako ‘otoczenie’ rozwija się dynamicznie i odnosi do coraz nowych sfer życia i dziedzin. – RADOSŁAW PAWELEC

Angielski rzeczownik *environment* pochodzi od czasownika *environ*, na który składają się dwie części ze średniowiecznej łaciny: *en* ‘w’ oraz *virare* ‘skręcać, okręcać’. Dziś ma wiele znaczeń, które odnoszą się w większości do otaczania czegoś, ograniczania i osłaniania. Nawiązują do tego znaczenia rzeczownika. Pierwotnie odnosiły się one do naturalnego świata, który nas otacza, pojmowanego jako pewna przestrzeń (geograficzna), potem zaś także jako życie biologiczne na niej występujące, zwłaszcza w aspekcie działalności człowieka. Wreszcie możliwe jest odniesienie tego pojęcia do otoczenia zawodowego i społecznego, w angielskim powstało bardzo wiele dokumentujących to kolokacji, np. *learning environment*, *working environment*, *political environment*, *economic environment*.

NOWE ZNACZENIA

Angielskie pojęcie *environment* rozumiane jako ‘otoczenie’ rozwija się dynamicznie i odnosi do coraz nowych sfer życia i dziedzin. To samo dotyczy także jego polskiego odpowiednika, w opisie działań Katedry Ryzyka i Ubezpieczeń SGH czytamy:

1. Takie problemy jak organizacja zakładu ubezpieczeń, jego otoczenie gospodarcze, procesy zarządzania, kanały dystrybucji ubezpieczeń, konkurencja na rynku ubezpieczeń oraz elastyczność reagowania, to podstawowe zagadnienia nurtujące środowisko ubezpieczeniowe, a w konsekwencji stanowiące wytyczne dla problematyki badawczej Katedry.

Środowisko ubezpieczeniowe, o którym mowa w cytacie, to zespół ludzi i firm z branży ubezpieczeń, a także warunki prawne, w których działają. Używając w ten sposób pojęcia, zawsze musimy dopowiedzieć, o jakim środowisku mowa, można je bowiem łączyć z elementami i warunkami z przeróżnych dziedzin.

Jeśli użyjemy słowa *środowisko* bez przydawki, oznacza to, że odwołujemy się do nieco innego pojęcia. Np.

2. Są trzy sposoby zabezpieczenia się przed finansowymi konsekwencjami szkód w środowisku. Najbardziej standardowe rozwiązanie to rozszerzenie zakresu ubezpieczenia OC z tytułu prowadzonej działalności o klauzulę szkód w środowisku.

To pojęcie jest definiowane w *The New Oxford Dictionary of English* jako ‘the natural world, as a whole or in a particular geographical area, especially as affected by human activity’. W definicjach polskich podkreśla się silnie wzajemne oddziaływanie na siebie elementów tak rozumianego środowiska, chyba też zazwyczaj dodaje się określenie *naturalne*: z jednej strony ujednoznacznia to kontekst, a z drugiej podnosi walory prewencyjne pojęcia. Nowe znaczenia *środowiska* ukształtowały się w ostatnich dekadach. W słownikach powojennych widać zaledwie ich zaczątki, a w dawniejszych słowa używano w zgoła odmienny sposób, np. mówiono: „Kraków był środowiskiem działań” (‘ośrodkiem’) albo „Spoglądać na słońce przez środowisko gęstsze lub rzadsze” (‘to, co pośredniczy, medium’).

NOWE POJĘCIA

Przyczyna zmiany pojęciowej jest oczywista, stanowi ją wskazana w definicji angielskiej aktywność człowieka. Jej niepokojące w perspektywie życia kolejnych generacji skutki zauważono już kilka dekad temu, co jest skorelowane z wejściem do języków świata odpowiedników angielskiego *sustainable development*.

Z językowego i polskiego punktu widzenia ciekawe są dwa fakty. Pierwszy to treść owego pojęcia – polskie słowo *zrównoważony* nie jest dokładnym odpowiednikiem angielskiego *sustainable*, które odnosi się raczej do utrzymania tego samego poziomu i jakości życia w kolejnych generacjach – podstawowe znaczenie *sustain* to ‘utrzymywać, podtrzymać, wytrzymać’. Polskie nazewnictwo wiąże się z tym, że przekłada się to na równowagę: jeśli w wyniku naszej rabunkowej gospodarki natura nie będzie mogła pozostać w równowadze i odbudować swych zasobów, owo *utrzymanie* nie będzie możliwe.

Druga interesująca rzecz: pojęcie owo ma (historycznie) akcent polski, a dokładniej: niemiecko-polski. Otóż twórcą owej idei był Hans Carl von Carlovitz – wysoki rangą urzędnik Augusta Mocnego. W swym długim i bogatym w doświadczenia życiu mógł zaobserwować tragiczne (także) dla natury skutki wojen i działalności górniczej w Europie. W wydanym w 1713 r. dziele poświęconym gospodarce leśnej postanowił zatem propagować ideę takiego wykorzystania lasu, aby zachować równowagę między pozyskanym drewnem a nowymi nasadzeniami.

Sustainable development (a dokładniej: *Nachhaltigkeit*, dziś po niemiecku: *nachhaltige Entwicklung*) to pojęcie, które miało pierwotnie prosty i konkretny sens. W ostatnich dekadach, podobnie jak *środowisko naturalne* bardzo rozszerzyło się na różne dziedziny. Do branży ubezpieczeniowej odnosi się to zarówno pod względem merytorycznym, jak i formalnym. Pierwszy aspekt jest widoczny w artykule podsumowującym obrady VIII Kongresu Polskiej Izby Ubezpieczeń:

3. W branży ubezpieczeniowej podejście do koncepcji zrównoważonego rozwoju ewoluuje. To już nie tylko skupianie się na tym, jak kwestie środowiskowe, społeczne i z zakresu ładu korporacyjnego wpływają na portfele ubezpieczeniowe i inwestycyjne, ale także jak działalność samej branży oddziałuje na środowisko i społeczeństwo. Celem podejmowanych aktywności jest zabezpieczenie biznesu przed wpływem ryzyk klimatycznych, ale jednocześnie wykorzystanie potencjału związanego z dążeniem do realizacji celów środowiskowych.

Drugi aspekt jest widoczny w języku. W angielskim przyrasta liczba kolokacji z *sustainable*, przykładowe połączenia to: *sustainable growth*, *sustainable energy*, *sustainable fashion*, *sustainable convergence*, *sustainable transport*, *sustainable business*, *sustainable energy source*. Różne konstrukcje ze słowem *zrównoważony* znajdziemy również wśród polskich tekstów poświęconych ubezpieczeniom, np. mowa o *ryzykach dla zrównoważonego rozwoju w ramach świadczenia usług doradztwa inwestycyjnego lub ubezpieczeniowego, zrównoważonym finansowaniu* czy w ogóle *zrównoważonych ubezpieczeniach*.

Przyrost wyrażań w języku jest zawsze powiązany ze zmianą świadomości dotyczącej jakiegoś problemu. Tak jest i w tym wypadku i to wiadomość bardzo dobra – dla nas, a przede wszystkim dla naszych dzieci. □



MICHAŁ MALCZYŃSKI
prezes Fabryki Ubezpieczeń.

Kraj obrazy

W trosce o krajobraz musiałem odkleić szyld w dobrym stanie i wywalić go na śmietnik, a teraz mam zamówić dwa razy tyle plastiku niż było i ponownie przykleić go na witrynę.

– MICHAŁ MALCZYŃSKI

Obrazy smaku. Obrazy logiki. Obrazy intelektu. Obrazy rozsądku. Jednym słowem – Polska. Ale – jak mawia Bogusław Wołoszański – „nie uprzedzamy zdarzeń”. Do puenty zmierzajmy powoli i konsekwentnie. Jak nasza planeta do samozagłady.

Odra sływa właśnie rybim truchłem. Chińczycy budują największą rzeźnię, jaką widział świat i ubijac w niej będą rocznie ok. 5 mln świń. A kilkadziesiąt tysięcy dzieci w Kongo każdego dnia wchodzi do biedaszybów, ponieważ nasza cywilizacja potrzebuje jeszcze więcej jeszcze nowocześniejszych smartfonów i samochodów.

STRATEGIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Są takie zakładki na stronach www korporacji, do których pies z kulawą nogą nie zagląda. Znajdują się tam wszelkiej maści raporty i sprawozdania. Zwykle zaczynają się od listów prezesów, którzy napchawszy poliki dobrym jedzeniem na swoich nowiutkich „jabłkowych” sprzętach „świadomi coraz większego znaczenia” rozpisują się o tym, co „leży im na sercu” jako „niezmienny priorytet” „zintegrowany ze strategią biznesową”, „pokazujący niematerialną wartość firmy”. Bła, bła, bła.

Oczywiście – żartuję. Nie piszą tego prezesi. Wedle mojej opinii. Nie wyobrażam sobie, że zarabiając rocznie w milionach, nie mają od tego ludzi. Jakbym był prezesem, takim Prawdziwym, to bym się przecież popłakał ze śmiechu, jakbym musiał takie wstępniaki do raportów „w bólach rodzić”.

W mojej skromnej firmie nie muszę na szczęście bawić się w jakieś raporty ESG. I bardzo dobrze, bo wciąż mi się to myli z systemem kontroli trakcji czy innej tam stabilności w moim samochodzie. Ja, jako mały żuczek, zajmuję się sprawami przyziemnymi i zamiast wdrażać „strategie zrównoważonego rozwoju” wdrażam... krakowską uchwałę krajobrazową.

JAK POWINNA WYGLĄDAĆ REKLAMA

Implementowana ostatecznie w lipcu 2022 uchwała krajobrazowa rady miasta Krakowa z 2020 r. ma, wraz z załącznikami, 256 stron.

Uchwalono ją w związku z uchwaleniem w 2015 r. uchwały w sprawie przygotowania projektu uchwały ustalającej „Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”. Boli was już głowa? Bo to się dopiero rozkręca. Wytrzymajcie.

Ww. uchwała ma bezpośredni związek z Ustawą o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu, czyli tzw. Ustawą krajobrazową. Ustawą – należy to dodać – która, troszcząc się o krajobrazy w Najjaśniejszej Rzeczypospolitej, dokonała zmian w dziesięciu innych ustawach, w tym m.in. w ustawie o ocenie oddziaływania na środowisko oraz w ustawie o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami.

Generalnie chodzi o to, że jest brzydko, podczas gdy może być ładnie. A brzydko jest, bo reklamy szpecą. Postanowiłem w zaistniałych okolicznościach sprawdzić, czy folia one-way-vision na witrynie mojej agencji jest w świetle przytoczonych powyżej przepisów brzydko. Czyli niezgodna z aktami prawnymi uchwalonymi przez Jaśnie Oświeconą Klasę Polityczno-Urzędniczą. Do weryfikacji potencjalnej brzydoty mojej witryny zmobilizował mnie uchwałodawca, przewidując za nielegalną reklamę karę w wysokości 122 zł. Dziennie. Za każdy metr kwadratowy teje.

Przeczytawszy akty prawne utwierdziłem się w przekonaniu, że ich nie rozumiem. Skorzystałem zatem z pomocnej dłoni wyciągniętej w mą stronę przez tut. urząd. A w dłoni tej urząd dzierżył koło ratunkowe w postaci telefonu na infolinie. Na połączenie czekałem zaledwie 76 minut, aby po tym czasie uciąć sobie miłą pogawędkę z pomocnym i kompetentnym urzędnikiem.

– Na szybko mam taką folię z dziurkami. Żeby mi przechodnie nie patrzyli na biurko, bo wie pan – rodo i ogólnie takie-takie – wyjaśniałem. No a jak już ta folia jest, to grafik na niej umieścił podstawowe informacje: jakie ubezpieczenia mamy, mail, telefon etc.

– A jaką część witryny zajmuje ten szyld. No bo musimy to nazwać szyldem – dopytał, konstatując.

– Skromnie jedną trzecią – odparłem oburzony. – To nie są jakieś delikatesy, proszę pana, żebym na całą witrynę ładował baleron i tyskie w promocji.

– I pan to ma od góry? – upewnił się, gdy wszystko już szło tak dobrze. – Panie, jak od góry? Jak od góry, jak witryna zaczyna się 50 cm nad ziemią i sięga 3,5 metra? Przecież jak ja to nakleję u góry, to ani mi tego co w lokalu na biurkach nie zasłoni, ani nikt nawet tego całego „szyldu” nie zauważy! – oburzyłem się.

– No to przykro mi, ale pana reklama jest niezgodna z uchwałą. Jak pan chce, żeby była zgodna, to ja panu mogę doradzić, żeby pan sobie na 1/3 od dołu przykleił folię mleczną – tylko mleczną, a nie np. w kolorze loga, bo będziemy to traktować jako przedłużenie szyldu – a szyld na 1/3 od góry.

Reasumując – w trosce o krajobraz musiałem odkleić szyld w dobrym stanie i wywalić go na śmietnik, a teraz mam zamówić dwa razy tyle plastiku niż było i ponownie przykleić go na witrynę. Jakiś czas temu Palmolive reklamował się na przystankach w obecnej stolicy hasłem „Odrobina natury, aby poczuć się w pełni sobą”. Prócz hasła i loga na citylightach znalazła się soczysta zieleń, a dokładnie – porosty, które oczyszczają powietrze. Tzn. oczyszczałyby. Gdyby były żywe. Te na przystankach okazały się martwe i zabarwione na zielono.

Noel Wallace, CEO korpo Colgate-Palmolive, swój wstępniak do raportu o zrównoważonym pie*dololo zaczyna tak: *Praca w Colgate pozwala każdemu z nas służyć celowi większemu niż my sami — na nowo wyobrazić sobie zdrowszą przyszłość dla wszystkich ludzi, ich zwierząt domowych i naszej planety.*

Dziękuję. Dobranoc. Pamiętajcie, że ostatni gasi światło. Żeby było eko i odpowiedzialnie. Przynajmniej na koniec. □

Assistance jest wszędzie!
Pomagamy w każdej dziedzinie życia, a nasze usługi sięgają poza standardowe pakiety ubezpieczenia.



Pomoc na drodze

Holowanie pojazdu, naprawy przez telefon, samochód zastępczy, organizacja noclegu, transport pasażerów, kontynuacja podróży, kierowca zastępczy, oględziny powypadkowe, zlecenie naprawy w ASO i warsztatach naprawczych

Pomoc w domu

Interwencje specjalistów napraw sprzętu domowego, usuwanie awarii i skutków wypadku w domu, naprawa sprzętu elektronicznego, concierge, kompleksowa likwidacja szkód po pożarze, zalaniu, itp.



Pomoc w podróży zagranicznej

Wizyta lekarska w hotelu, pokrycie kosztów leczenia szpitalnego za granicą, ubezpieczenie bagażu, organizacja transport medycznego do kraju, ubezpieczenie odwołania podróży

Pomoc medyczna i usługi opiekuńcze

Wizyty lekarskie, organizacja procesu rehabilitacji, badania obrazowe i laboratoryjne, telekonsultacje, monitorowanie stanu pacjenta na odległość (telemedycyna), transport medyczny, organizacja sprzętu rehabilitacyjnego, dostarczanie leków, opieka pielęgniarska, opieka i korepetycje dla dzieci, infolinie specjalistyczne, portal dietetyczny



Ubezpieczenie sprzętu elektronicznego od przypadkowego uszkodzenia i kradzieży

Przedłużona gwarancja na sprzęt elektroniczny, ubezpieczenie telefonu komórkowego

Ubezpieczenia biletów na imprezy sportowe i kulturalne

Ubezpieczenie od rezygnacji z przyczyn losowych, ubezpieczenie odwołania imprezy



Kompleksowa likwidacja szkód komunikacyjnych z Mondial Assistance



Usługi pomocowe (holowanie do warsztatu; auto zastępcze; kontynuacja podróży)



Wybór warsztatu, kosztorysowanie i kontrola procesu naprawy



Oględziny pojazdu i dokumentacja szkodowa



Odstawienie auta po zakończonej naprawie



Mondial Assistance: światowy ekspert w dziedzinie assistance, usług dla zdrowia, ubezpieczeń podróżnych i rozwiązań mobilnych. W centrum wszystkich naszych działań zawsze jest człowiek. Nasze produkty są proste, intuicyjne i dostosowane do codziennego życia naszych Klientów. Silna pozycja Mondial Assistance na rynku to zasługa naszej zdolności do dostarczania kompleksowych, innowacyjnych rozwiązań, które wykraczają poza tradycyjne ubezpieczenia.
www.mondial-assistance.pl

Nowy standard likwidacji szkód mieszkaniowych

Jako pierwsza firma assistance w Polsce oferujemy pełną, bezgotówkową likwidację szkody po zalaniu, pożarze, czy awarii instalacji.

83% klientów oczekuje szerszej pomocy od firm ubezpieczeniowych. Ich zdaniem ubezpieczyciel powinien organizować pomoc i zapewniać dodatkowe usługi, a nie tylko wypłacać odszkodowanie

Badanie „Rynek usług assistance widziany oczami klientów” zrealizowane przez Ipsos Polska na zlecenie Mondial Assistance w dniach 9 grudnia 2021 roku – 26 stycznia 2022 r. n: 1700.



Kompleksowa obsługa szkód domowych, to wygoda dla Klienta i korzyść dla Ubezpieczyciela - to oszczędność czasu, kontrola kosztów, wysoka jakość wykonanych prac i szeroki wachlarz fachowych usług remontowych na terenie całej Polski, w tym malowanie, tapetowanie, tynkowanie, układanie glazury i terakoty.



Mondial Assistance: światowy ekspert w dziedzinie assistance, usług dla zdrowia, ubezpieczeń podróży i rozwiązań mobilnych. W centrum wszystkich naszych działań zawsze jest człowiek. Nasze produkty są proste, intuicyjne i dostosowane do codziennego życia naszych Klientów. Silna pozycja Mondial Assistance na rynku to zasługa naszej zdolności do dostarczania kompleksowych, innowacyjnych rozwiązań, które wykraczają poza tradycyjne ubezpieczenia.
www.mondial-assistance.pl