

# COMMERCIAL UNION

## Polska

### Rynek

Grupa Commercial Union Polska skupia sześć spółek świadczących usługi finansowo-ubezpieczeniowe. Obsługuje ponad 3 mln klientów i zarządza aktywami o wartości 25 mld złotych. Główną i najstarszą instytucją Grupy jest CU Polska – Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie. Spółka należy do pionierów w zakresie popularyzacji indywidualnych ubezpieczeń na życie i nowoczesnego doradztwa ubezpieczeniowego w Polsce. Działając od 12 lat, od 9 pozostaje liderem w segmencie indywidualnych ubezpieczeń na życie (26,5% udziału w rynku).

Sukces CU Życie i rozwój rynku spowodowały powstanie kolejnych spółek ze znakiem CU. W ten sposób możliwe było rozszerzenie oferty nie tylko o nowe indywidualne i grupowe ubezpieczenia na życie, lecz również na kolejne obszary usług finansowych (fundusz emerytalny, ubezpieczenia majątkowe, TFI) czy nowe obszary geograficzne (CU Życie jest spółką macierzystą i dostarczycielem know-how dla CU Litwa).

Commercial Union Otwarty Fundusz Emerytalny BPH CU WBK pozyskał najwięcej uczestników spośród funduszy emerytalnych w Polsce (ponad 2,5 mln), zgromadził też największe aktywa (ponad 15 mld złotych, co oznacza około 28-procentowy udział w rynku). Jest liderem rynku nieprzerwanie od rozpoczęcia reformy emerytalnej w 1999 roku.

CU Investment Management, wyspecjalizowana spółka zarządzająca aktywami, zajmuje drugie miejsce w branży pod względem wartości zarządzanych aktywów.

Powołanie CU Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych to kolejny etap strategii Grupy, opartej na kompleksowości i jakości oferowanych usług. Udział CU TFI – najmłodszej ze spółek Grupy Commercial Union Polska – w rynku funduszy inwestycyjnych przekracza 2,7%. CU TFI jest jedynym z podmiotów na rynku TFI, który prowadzi dystrybucję przede wszystkim poprzez sieć specjalnie przeszkolonych agentów ubezpieczeniowych.

### Osiągnięcia

Wyrazem uznania dla jakości usług Grupy CU Polska są prestiżowe nagrody dla spółek i konkretnych usług, m.in.: Srebrny Parasol, Srebrny Sejf, Złota Statuetka Lider Polskiego Biznesu od BCC – dla CU Życie, Złota Donatywa Gdańska dla grupowego ubezpieczenia na życie Zespół oraz młodzieżowego ubezpieczenia uniwersalnego Absolwent, Alicja – nagroda miesięcznika Twój Styl – dla ubezpieczenia Perspektywa.



Niezwykły widok przedstawia 2 tys. dzieci w koszulkach z logo CU uczestniczących w Ulicznym Biegu Dzieci i Młodzieży Commercial Union w Pile

Aż dziewięć usług Grupy CU zostało wyróżnionych Medalami Europejskimi przyznawanymi przez BCC oraz Urząd Komitetu Integracji Europejskiej.

Podczas Ogólnopolskiej Olimpiady Ubezpieczeń, towarzyszącej Forum Kapitałowo-Finansowemu Twoje Pieniądze w latach 2003 i 2004, CU Życie otrzymało złoty medal. O nominacji współdecydowali sami odbiorcy, wypowiadający się w ankietach Pentora na temat ocenianych usług. Złoty medal nie został przyznany konkretnej usłudze CU Życie, ale rozwiązaniu finansowo-ubezpieczeniowemu, jakie CU zaproponowało konkretnym osobom, uwzględniając ich sytuację życiową.

CU Powszechne Towarzystwo Emerytalne jest jednym z pierwszych towarzystw emerytalnych w Polsce, które otrzymały certyfikat potwierdzający spełnianie wymagań normy Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001:2000. Zakres certyfikacji obejmuje zarządzanie Otwartym Funduszem Emerytalnym Commercial Union.

Grupa CU jest nagradzana nie tylko za wyniki i jakość usług. CU jest laureatem nagrody dla instytucji szczególnie wyróżniającej się w działalności dobroczynnej oraz zdobywcą tytułu Dobroczyńca Roku. Uzyskany w roku 2001 tytuł Opiekuna Wolontariatu w Polsce jest wyrazem uznania dla aktywności Commercial Union na forum publicznym i działania według zasad społecznej odpowiedzialności biznesu.

### Historia

Commercial Union wywodzi się z Wielkiej Brytanii, kraju, w którym powstały nowoczesne ubezpieczenia.

W centralnym punkcie londyńskiej dzielnicy finansowej – City – znajduje się centrala Grupy Aviva, której częścią jest Commercial Union Polska.

Commercial Union powstało w Londynie w 1861 roku, gdy kupcy poszkodowani po pożarze w rejonie Tooley Street postanowili założyć firmę ubezpieczeniową. Jednak historia firmy sięga roku 1696, kiedy w Londynie rozpoczęła działalność jedna z najstarszych firm ubezpieczeniowych – Hand in Hand Fire and Life Insurance Company, która w 1905 roku dołączyła do CU. Logo Hand in Hand do dzisiaj jest drukowane na polisach, które otrzymują klienci w Polsce.

Commercial Union zaczęło działalność od ubezpieczeń ogniowych. Już w pierwszym roku istnienia CU otworzyło zagraniczną filię w Niemczech. Firma szybko dotarła do Hongkongu, Australii, Nowej Zelandii, Kanady, by w drugiej połowie XX wieku wkroczyć szerzej do Europy kontynentalnej.

Obecnie Commercial Union Polska jest częścią grupy finansowo-ubezpieczeniowej Aviva. Aviva to młoda marka – została wprowadzona w połowie 2002 roku jako globalny znak rozpoznawczy piątej co do wielkości grupy ubezpieczeniowo-financej świata, która wzrastała przez dziesięciolecia w wyniku

szeregu fuzji. Najważniejsze firmy, które połączyły się w ramach Grupy Aviva, to: Commercial Union, General Accident i Norwich Union.

Towarzystwo General Accident powstało w 1885 roku w szkockim Perth. Założycielami byli lokalni przedsiębiorcy. Z małego Perth firma doszła do Ameryki i Azji. Już w 1924 roku zawarła umowę z brytyjskim producentem samochodów Morris Motors, która pozwoliła tej firmie przyciągać nabywców samochodów ofertą rocznego ubezpieczenia zawartego w cenie pojazdu. W Polsce na takie nowinki czekaliśmy do lat 90. W 1998 roku z połączenia GA z Commercial Union powstało CGU.

Norwich Union było dziełem jednego człowieka – Thomasa Bignolda, kupca winnego i bankiera z Norwich na wschodzie Anglii. Norwich Union

działało jako towarzystwo ubezpieczeń wzajemnych. Rozwijało się na kilku kontynentach. Wizerunek katedry w Norwich stał się głównym elementem logo firmy. W 2000 roku Norwich Union połączyło się z CGU – powstała Grupa CGNU.

W 2002 roku zapadła decyzja, aby całej organizacji nadać wspólną tożsamość. Marka Aviva zaczęła wkraczać stopniowo do większości krajów, w których działa korporacja. Na kilku rynkach utrzymano dotychczasowe, bardzo dobrze rozpoznawalne marki: Commercial Union w Polsce, Norwich Union w Wielkiej Brytanii, Hibernian w Irlandii oraz Delta Lloyd

w Holandii.

W ciągu 12 lat działalności firmy w Polsce klasyczna, brytyjska marka Commercial Union stała się jedną z najsilniejszych marek usług ubezpieczeniowych i finansowych.

Grupa Aviva obsługuje dzisiaj na całym świecie około 25 mln klientów. 3 mln z nich to klienci w Polsce. Dzięki konsekwentnemu rozwojowi i pracy tysięcy agentów ubezpieczeniowych w całym kraju, Commercial Union stało się prawdziwie polską marką, która przywołuje pozytywne skojarzenia z brytyjskimi korzeniami firmy. Podstawową formą pozyskiwania klientów jest praca ponad 3 tys. agentów ubezpieczeniowych. Obsługują oni dotychczasowych klientów, oferując im kolejne usługi finansowe, a także docierają do nowych klientów, przede wszystkim dzięki poleceniom od obecnych.

### Produkt

Najistotniejszą część usług świadczonych przez Grupę CU Polska stanowią ubezpieczenia na życie. Najczęściej łączą one ochronę ubezpieczeniową z długoterminowym programem inwestycyjnym: do wyboru jest 9 ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych o różnicowanym profilu lokat. Ubezpieczenia proponowane przez CU Życie umożliwiają finansowe zabezpieczenie przyszłości: chronią przed skutkami nieprzewidywanych wydarzeń, a także pozwalają na zgromadzenie środków, które posłużą finansowaniu dodatkowej emerytury w III filarze systemu ubezpieczeń społecznych. Polisy

CU to również dodatkowe zabezpieczenie zobowiązań finansowych, łatwiejszy start dzieci w dorosłe życie. Do emerytów podstawowych CU Życie proponuje szereg umów dodatkowych, m.in. ubezpieczenie świadczenia szpitalnego oraz ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków. Klienci indywidualni mogą również zawrzeć umowę gwarantowanej renty kapitałowej, a od 1 września 2004 roku otworzyć Indywidualne Konto Emerytalne, stanowiące dodatkową formę gromadzenia kapitału na emeryturę. Dla przedsiębiorstw i instytucji CU Życie oferuje różne warianty ubezpieczeń grupowych oraz pracownicze programy emerytalne (PPE).

Oferta Commercial Union Polska – Towarzystwa Ubezpieczeń Ogólnych obejmuje szeroki zakres ubezpieczenia techniczne, mienia w transporcie i odpowiedzialności cywilnej. CU TUO oferuje również usługi dla odbiorców indywidualnych, m.in.: trzy warianty ubezpieczenia domów i mieszkań, ubezpieczenie przeznaczone dla osób wyjeżdżających za granicę, ubezpieczenia następstw nieszczęśliwych wypadków.

Commercial Union Polska – Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych oferuje sześć funduszy inwestycyjnych o różnym profilu lokat oraz proponuje klientom Indywidualny Program Inwestycyjny CU, który daje możliwość analizy swoich oczekiwań i wyboru jednej z sześciu strategii inwestycyjnych.

### Ostatnie wydarzenia

Czynniki, jakie mogą pozytywnie wpłynąć na rozwój CU w najbliższych latach, to przede wszystkim korzyści z członkostwa Polski w Unii Europejskiej i możliwość wykorzystania polskich doświadczeń na rynkach krajów sąsiednich, rosnące zainteresowanie usługami inwestycyjnymi oraz wzrost świadomości ubezpieczeniowej. Spodziewane wprowadzenie możliwości oferowania przez podmioty prywatne ubezpieczeń uzupełniających w ramach powszechnego systemu ubezpieczeń zdrowotnych może również oznaczać nowe możliwości rozwoju dla Grupy CU Polska.

Doświadczenia ostatnich lat w Polsce, jak również wiedza o specyfice dojrzałych rynków finansowych, skłaniają Grupę CU do intensyfikacji prac nad dalszym rozwojem wspólnej sprzedaży usług bankowych i ubezpieczeniowych (bancassurance) oraz innych, alternatywnych kanałów dystrybucji, w tym internetu.

W nadchodzących latach najistotniejszą część oferty CU stanowią będą długoterminowe indywidualne ubezpieczenia na życie z programem inwestycyjnym, rozbudowywane o nowe typy usług i dodatkowe opcje.

### Promocja

Od początku obecności marki na polskim rynku Commercial Union prowadzi działania mające na celu systematyczne kształtowanie wizerunku. W miarę rozwoju rynku i rozbudowywania oferty CU podejmowało działania promocyjne obejmujące kampanie reklamowe, wsparte akcjami public relations i marketingu bezpośredniego,



promocjami dla klientów oraz materiałami informacyjno-reklamowymi (BTL).

Początki działań reklamowych CU sięgają roku 1995, kiedy została przeprowadzona pierwsza kampania reklamowa, powtórzona rok później. Film reklamowy odwoływał się do wielowiekowej historii i brytyjskich korzeni CU.

W 1997 roku przygotowano kolejną kampanię opierającą się na wykorzystaniu znanych osób, które zostały przedstawione jako autorytety

w swojej branży, rekomendujących ideę ubezpieczenia się na życie w CU. W związku z pozytywnym odbiorem kampanii oraz dużym wzrostem znajomości marki CU zdecydowało się na jej kontynuowanie w kolejnych latach oraz dostosowanie w 1999 roku do nowo wprowadzanej oferty – funduszu emerytalnego. W ciągu tych lat w reklamach CU wystąpili m.in.: Edyta Górnika, Justyna Steczkowska, Kinga Rusin, Wojciech Fibak, Grzegorz Turnau, Zbigniew Zamachowski, Jacek Kawalec. Poziom rozpoznawalność marki CU wzrosła w latach 1997–1999 trzykrotnie.

Rok 1999 był czasem spektakularnych działań reklamowych CU Życie i CU PTE. Przeplatając

kampanię jednej spółki promocją drugiej, CU było obecne w mediach ogólnopolskich prawie przez cały czas, co przełożyło się na duży sukces sprzedażowy.

Rok 2000 to początek zmian polityki reklamowej obu towarzystw. Uzyskane wskaźniki znajomości marki były bardzo zadowalające i dlatego podjęto decyzję o zastąpieniu działań o charakterze czysto wizerunkowym promocjami produktowymi. W tym samym roku CU Życie przeprowadziło po raz pierwszy kampanię

produktową opartą na jednym z najważniejszych wydarzeń w życiu rodziny, jakim są narodziny potomka. Wykorzystując ten motyw, rozpoczęto promocję polisy posagowej – młodzieżowego ubezpieczenia uniwersalnego Absolwent. Kampanii towarzyszyły promocje w kinach i akcje bezpośredniego przesyłania materiałów informacyjno-reklamowych do klientów.

W 2001 roku, w związku z rosnącą liczbą stałych klientów, CU zdecydowało się na skierowanie przekazu reklamowego właśnie do tej grupy. Celem kampanii było podtrzymanie lojalności klientów i zapewnienie ich o dokonaniu właściwego wyboru. Dwie reklamy pokazywały naszych klientów przy pracach domowych wymagających konsekwencji i wytrwałości, ponieważ te dwie cechy są bardzo potrzebne do uzyskania oczekiwanych efektów decyzji finansowych związanych z ubezpieczeniami.

W 2002 roku została przeprowadzona kampania wprowadzająca na rynek Indywidualny Program Inwestycyjny CU oferowany przez nowo utworzone CU TFI.

Od 2003 roku po dziś dzień CU konsekwentnie realizuje działania reklamowe mające na celu wykreowanie wizerunku Grupy Finansowej CU jako eksperta odpowiadającego oczekiwaniom i potrzebom ludzi. Motywem przewodnim kilku przeprowadzonych w tym czasie kampanii reklamowych



jest szacunek CU do pieniędzy klientów, a ludzki i emocjonalny charakter komunikacji umożliwia zbudowanie więzi z klientami.

### Wartości marki

Do najistotniejszych atutów Grupy Commercial Union należą silna, powszechnie znana marka i przeszło 3 mln klientów korzystających z usług finansowych o długim horyzoncie czasowym. Znaczącym atutem Grupy jest obecność we wszystkich segmentach rynku oszczędności długoterminowych, co czyni CU jednym z głównych filarów tego rynku w Polsce.

Commercial Union jest firmą, która chce być kojarzona z długoterminowymi usługami finansowymi, oferowanymi przy najwyższym poziomie obsługi klienta. W prezentowanym wizerunku publicznym Commercial Union odwołuje się do tradycji i stabilnego rozwoju. Wartością, jaką niezmiennie od 12 lat CU komunikuje na zewnątrz, jest przede wszystkim potencjał ludzki: nie tylko ekonomiczny, ale i intelektualny, duchowy, witalny. Stąd też kultywowanie wzorców prozdrowotnych, wspieranie rodzinnego sportu i rekreacji.

Wartości popularyzowane w CU oraz na zewnątrz organizacji dobrze wpisują się w etos Grupy Aviva. Tworzą cztery fundamentalne wartości: wiarygodność, innowacyjność, efektywność i praca zespołowa.

Pomimo wprowadzenia globalnej marki Aviva na całym świecie, w Polsce Grupa nadal działa pod znakiem Commercial Union.



### Czego nie wiedzieliście o marce

#### COMMERCIAL UNION POLSKA

- » Co czwarta polisa indywidualnego ubezpieczenia na życie w Polsce wystawiona została przez CU.
- » W 2001 roku marka Commercial Union zajęła trzecie miejsce w rankingu najbardziej popularnych marek wśród polskich instytucji finansowych, ustępując jedynie PKO BP i PZU.
- » Grupa CU Polska jest największym finansowym inwestorem portfelowym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.
- » Wartość akcji notowanych na warszawskiej giełdzie, wchodzących w skład portfeli inwestycyjnych Grupy CU, wyniosła na koniec 2003 roku około 5 mld złotych, czyli 3% łącznej wartości rynkowej wszystkich spółek notowanych na warszawskim parkiecie.