

Rynek korporacyjny wcisnął hamulec

Rozmowa
z **Jakubem Sajkowskim**,
dyrektorem
zarządzającym
ds. klienta
korporacyjnego
w PZU SA



Aleksandra E. Wysocka: – Jak oceniasz sytuację na rynku korporacyjnym w 2025 r., a także wyniki obszaru korporacyjnego PZU na tle tego rynku? Z czego jesteście najbardziej zadowoleni, a gdzie pozostają niedosyt?

Jakub Sajkowski: – Po kilku latach dynamicznych wzrostów, w 2025 r. tempo rozwoju rynku ubezpieczeń przedsiębiorstw mocno wyhamowało. Dla przypomnienia dynamika przypisu składki r/r na rynku ubezpieczeń przedsiębiorstw w 2023 r. wynosiła 111%, w 2024 było to 107%, a po pierwszych siedmiu miesiącach roku bieżącego to niewiele ponad 101%. Spowolnienie jest więc gwałtowne. Wszyscy na rynku się go spodziewali, ale jego skala okazała się większa od oczekiwań.

Biznes korpo PZU rośnie szybciej niż rynek, zarówno w komunikacji, jak i w pozostałych liniach. Co ważne, utrzymujemy przy tym wysoką rentowność. Niedosyt dotyczy natomiast inwestycji.

No właśnie, na początku 2025 r. rozmawialiśmy o inwestycjach jako motorze wzrostu. Rozumiem, że te wyczekiwane wielkie projekty infrastrukturalne i energetyczne wciąż nie przekładają się na rynek polis i gwarancji?

– Na razie inwestycyjny pociąg stoi na peronie. Według danych GUS produkcja budowlano-montażowa po lipcu 2025 r. była o nieco ponad 1% niższa niż rok wcześniej. Brakuje więc paliwa do wzrostu rynku. Dodatkowo, sumy ubezpieczenia, które w okresie wysokiej inflacji zwiększały dynamikę rynku, obecnie się stabilizują, a średnie stawki spadają. W efekcie rynek ubezpieczeń pozakomunikacyjnych przedsiębiorstw rośnie dziś tylko 4% wobec 10% rok temu.

Początek drugiej połowy roku dał jednak nadzieję. Coraz więcej projektów trafia do nas w zapytaniach i widać, że koło zamachowe może w końcu ruszyć.

Floty od początku roku były pod lupą. Co się realnie dzieje w tym segmencie? Czy widać stabilizację, czy raczej nowe

turbulencje, np. spadek rejestracji ciężarówek albo rosnący udział chińskich pojazdów?

– Floty to segment szczególnie wymagający. Po lipcu 2025 r. dynamika składki w ubezpieczeniach komunikacyjnych przedsiębiorstw była minimalnie ujemna (-0,2 pkt. proc.). OC wzrosło o prawie 4%, natomiast AC spadło o ponad 3%. Największy wpływ

zowych powoduje jednak, że w OC ceny się zatrzymały, a w AC spadają. Spodziewamy się, że sprzedażowo IV kw. będzie wyjątkowo trudny. Firmy będą walczyć o wykonanie planów, więc zamiast podwyżek zobaczymy ostrzejszą rywalizację o klienta.

Czy aktualna sytuacja w obszarze szkód pokrywa się z przewidywaniami,

Floty to segment szczególnie wymagający. Po lipcu 2025 r. dynamika składki w ubezpieczeniach komunikacyjnych przedsiębiorstw była minimalnie ujemna (-0,2 pkt. proc.).

na sytuację na rynku ma fakt, że branża transportowa wciąż boryka się z problemami. W efekcie rejestracji ciągników siodłowych było tylko nieco więcej niż w słabym 2024 r., wzrost wyniósł zaledwie 3%.

Co do chińskich aut – ich popularność stale rośnie i w ostatnich miesiącach marki z Państwa Środka osiągają już prawie 10% udziału w nowych rejestracjach. Przy parku pojazdów w Polsce liczącym ponad 20 mln sztuk ich znaczenie jest jednak nadal marginalne.

Czy w obliczu nasilającej się presji cenowej na rynku komunikacyjnym możliwe jest znalezienie trwałej równowagi między wymaganiami klientów flotowych a rentownością produktów? Jakie scenariusze rysują się przed ubezpieczycielami?

– Rynek komunikacyjny rentownościowo jest obecnie na plusie, ale marże są symboliczne. Presja planów sprzeda-

ziennych. Dzięki nim precyzyjniej dopasowujemy cenę do ryzyka, poprawiamy selekcję i podnosimy rentowność. Największy potencjał widać w ubezpieczeniach flotowych, majątkowych i OC, gdzie liczba danych daje szerokie pole do modelowania.

Ważnym elementem są także programy prewencyjne, takie jak Ryzyko Pro czy PZU iFlota. Klienci i brokerzy cenią je za realne ograniczanie prawdopodobieństwa wystąpienia szkód i zwiększanie bezpieczeństwa.

Co dzieje się w temacie wykorzystania AI? Czy to wciąż faza pilotaży czy technologia, która ma już istotne znaczenie dla Waszego biznesu?

– Mamy dwa światy. Pierwszy to rozwiązania już sprawdzone w praktyce. System do identyfikacji regresów na podstawie opisu szkody pozwala nam zidentyfikować o 5% więcej spraw z potencjałem regresowym. Asystent szkody analizujący zdjęcia i szacujący wartość strat przynosi nam kilka milionów oszczędności miesięcznie. Machine learning wykorzystywany jest w pricingu i pozwala osiągać lepsze wyniki niż tradycyjne modele.

Drugi świat to rozwiązania w fazie testów, przede wszystkim generatywna AI wspierająca pracowników przy obsłudze slipów brokerskich i zapytań. Tu na podsumowania jest jeszcze za wcześnie, ale potencjał jest ogromny.

Gdyby brokerzy mieli zapamiętać jedno przesłanie od PZU na ostatni kwartał roku, to będzie defensywa czy ofensywa i wykorzystanie nowych okazji?

– Zdecydowanie ofensywa. Interesuje nas aktywne kreowanie sytuacji na rynku, a nie bierna obrona pozycji. Nie walczymy tylko ceną, bo to ślepa uliczka. Kluczem jest jakość i wartość dodana, które realnie obniżają ryzyko klienta. Programy prewencyjne, takie jak PZU iFlota czy Ryzyko Pro, stały się już markami samymi w sobie i tworzą nowy standard obsługi korporacyjnej. To programy, które codziennie przekładają się na mniejszą liczbę i skalę szkód.

Przygotowujemy również pakiet nowych rozwiązań dla brokerów, które mają uprościć im pracę i otworzyć drzwi do kolejnych segmentów klientów. O szczegółach opowiemy już niedługo!

Dziękuję za rozmowę.

Aleksandra E. Wysocka



W poprzednim wywiadzie mocno podkreślałeś rolę analityki danych. Czy faktycznie także w ubezpieczeniach korporacyjnych dane coraz mocniej wpływają na cenę dla klienta?

– Pricing w korpo coraz mocniej oparty jest na zaawansowanych modelach predykcyjnych analizujących wiele