PZU ramię w ramię z rynkiem leasingowym

Rozmowa z **Joanną Nadzikiewicz**, dyrektorką ds. programów leasingowych w PZU, oraz **Maciejem Szczurowskim**, dyrektorem Biura Programów Dealerskich i Leasingowych PZU SA



Aleksandra E. Wysocka: – Rynek leasingu rośnie w dwucyfrowym tempie. Jak przekłada się to na biznes ubezpieczeniowy PZU?

Joanna Nadzikiewicz: – Widzimy wzrost zarówno skali biznesu, jak i oczekiwań klientów. Leasing staje się coraz bardziej cyfrowy. Klient chce szybko załatwić finansowanie i ubezpieczenie, bez zbędnych formalności. Sprzyja temu upowszechnienie formy dokumentowej, która pozwala ograniczyć obieg papierowych dokumentów.

Największą część finansowanych przedmiotów nadal stanowią samochody. Po trzech kwartałach 2026 r. w ramach umów generalnych PZU ubezpieczył prawie 18% więcej samochodów osobowych niż rok wcześniej, ponad 35% więcej dostawczych i o 30% więcej ciężarowych.

Wolumen rośnie. A rentowność? Więcej ubezpieczonych samochodów nie musi przecież oznaczać lepszego wyniku.

Maciej Szczurowski: – Pierwszy kwartał 2026 r. był w sprzedaży słabszy, ale później odzyskaliśmy tempo. Realizujemy plan i osiągamy dobry wynik techniczny.

Rynek pozostaje jednak wymagający. Na początku roku średnie składki OC i AC spadały. Konkurencja cenowa była silna, a jednocześnie obniżały się sumy ubezpieczenia pojazdów. W takich warunkach szczególnie ważna jest dyscyplina kosztowa.

Na rynku samochodowym trwa walka o klienta. Jak obniżki cen pojazdów wpływają na ubezpieczenia leasingowe?

M.S.: – Wejście chińskich producentów nasiliło konkurencję cenową. W stosunkowo krótkim czasie zdobyły ponad 15% rynku sprzedaży aut. W odpowiedzi marki dotychczas bardziej nam znane odpowiedziały rabatami co wyraźnie wpłynęło na średnie składki w AC.

Jednocześnie koszty napraw pozostają wysokie ze względu na ceny części zamiennych i robocizny. To dwa odrębne zjawiska, które z perspektywy ubezpieczyciela tworzą trudną kombinację: przychody ze składek są pod presją, natomiast koszty szkód nie maleją

Skoro presja na składki utrzymuje się, gdzie szukacie możliwości poprawy rentowności?

M.S.: – Mamy tutaj dwa elementy. Coraz bardziej zaawansowane algorytmy pracują nieustająco, aby jak najlepiej dopasować poziom składki do ryzyka. Z drugiej strony, w obszarze likwidacji szkód inwestujemy w nowe systemy informatyczne i sztuczną inteligencję, żeby przyspieszać obsługę, trafniej wyceniać uszkodzenia i skuteczniej wykrywać nadużycia.

Technologia działa jednak w obie strony. Z AI korzystają ubezpieczyciele, ale mogą ją wykorzystywać także osoby próbujące wyłudzić odszkodowanie. Temu poświęcimy panel „AI po drugiej stronie barykady. Jak klienci wykorzystują technologię przeciwko ubezpieczycielom i leasingodawcom?" podczas konferencji Związku Polskiego Leasingu.

Połączyliście zarządzanie kanałami leasingowym i dealerskim. Co w praktyce zmieni się dla partnerów?

M.S.: – Te kanały mają wiele wspólnego. Korzystamy z tych samych taryf i systemów kalkulacyjnych, współpracujemy z podobnymi grupami pośredników i obsługujemy tych samych klientów.

Połączenie pozwala lepiej wykorzystać wspólne zasoby i doświadczenia. Chcemy usprawniać współpracę zarówno z firmami leasingowymi, jak i dealerami oraz importerami, a jednocześnie rozwijać nowe możliwości biznesowe.

Cyfryzacja upraszcza sprzedaż, ale obowiązków regulacyjnych przybywa. Jak przygotowujecie kanał leasingowy do rekomendacji KNF, które zaczną obowiązywać 1 lipca 2027 r.?

J.N.: – Przygotowania już trwają. Przeglądamy procesy wewnętrzne PZU oraz sposób działania agentów



i multiagentów, także tych prowadzących sprzedaż ubezpieczeń w kanale leasingowym.

Szczególnej uwagi wymagają analiza potrzeb klienta, czyli APK, i jej dokumentowanie, nadzór nad osobami wykonującymi czynności agencyjne, materiały marketingowe dla klientów oraz monitorowanie jakości dystrybucji.

Projekt rekomendacji dla pośredników jest spójny z wymaganiami wobec ubezpieczycieli. Dzięki temu możemy przygotowywać zmiany w całym procesie sprzedaży, zamiast osobno dostosowywać jego poszczególne elementy.

Co będzie napędzać wyniki w 2027 r.: większa sprzedaż czy wyższe składki?

M.S.: – W ubezpieczeniach komunikacyjnych spodziewamy się wzrostu przypisu przede wszystkim dzięki wyższym stawkom. Nie wszyscy ubezpieczyciele osiągają satysfakcjonujące wyniki techniczne, więc presja na korektę cen będzie rosła.

Chcemy też dalej automatyzować wymianę danych z partnerami leasingowymi. Mniej ręcznych operacji oznacza szybszą sprzedaż i sprawniejszą obsługę.

Rośnie udział polis wieloletnich. Klient zyskuje wygodę, ale jakie ryzyko bierze na siebie ubezpieczyciel?

M.S.: – Udział ubezpieczeń wieloletnich jest już znaczący, a w 2026 r. jeszcze wzrósł. Klient zna koszt ochrony na kolejne lata i nie musi co roku ponawiać zakupu polisy. To wygodne także dla leasingodawcy.

Ustalenie ceny na dłuższy okres wiąże się jednak z ryzykiem, zwłaszcza gdy zmieniają się koszty szkód. Trzeba je uwzględnić w kalkulacji. Mimo to dostrzegamy duży potencjał tego rozwiązania.

Leasing to nie tylko samochody. Jak chcecie rozwijać ubezpieczenia maszyn i urządzeń?

J.N.: – Pod koniec 2025 r. rozszerzyliśmy i uelastyczniliśmy warunki ubezpieczeń majątkowych. Teraz pracujemy nad uproszczeniem przygotowywania ofert, żeby partnerzy mogli szybciej uzyskiwać propozycje ochrony finansowanego majątku.

M.S.: – Widzimy duży potencjał w rozwoju tego biznesu we współpracy z naszymi partnerami. Jest to biznes, który cechuje się lepszą (aniżeli ubezpieczenia komunikacyjne) odpornością na presję cenową, a zatem i wynik techniczny całego kanału jest bardziej zbalansowany. Aktualnie prowadzimy obiecujące rozmowy z partnerami na temat rozwoju tego segmentu i zwiększania skali współpracy.

Dziękuję za rozmowę.

Aleksandra E. Wysocka