



افضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين
حامد مبروك (WillisTowers Watson - مصر):
نجحت شركتنا رغم التحديات الكبيرة
في تقديم افضل الخدمات لعملائها وبطريقة تنافسية

مؤتمر تسويق التأمين الأفروأسيوي الثالث
3rd FAIR Insurance Marketing Conference





Driven by expertise. Endorsing growth across the region.

At Oman Re, we bring you advanced reinsurance solutions that help you progress and stay ahead of the curve, even in the most challenging environment. With an expansive presence in both regional and international markets including Asia, Middle East, Africa, CEE, CIS and the Balkans; Oman Re is at the forefront of your reinsurance needs of today and goals of tomorrow.

Safeguarding businesses internationally from Oman since 2009



Covered.

Contact us today
+961 1 489 555
info@premiumbroking.com
premiumbroking.com



ملفات تسويقية ورقابية طرحت خلال مؤتمر الاتحاد الأفروآسيوي للتأمين FAIR

محمود سماحة

(الرقابة على الشركات):

**إصدار قانون التأمين
الجديد بات قريبا**



من اليمين: محمود سماحة، د. عادل منير، باسل الحيني ود. طارق سيف

د. عادل منير (FAIR):

جائحة «كورونا»

خلقت العديد

من فرص النمو



د. طارق سيف (الاتحاد المصري): عام ٢٠٢٠ رسخ للعديد من المفاهيم الجديدة

مثل التحوّل الرقمي والذكاء الاصطناعي

العام الماضي وبمعدل نمو ١٧٥ في المئة عن عام تعويم الجنيه، لافتا الى ان نمو سوق التأمين يرجع الى النمو الكبير في تأمينات الحياة وهو الوضع الصحي. وأوضح د. منير ان العام الماضي شهد زيادة ٢٥ في المئة في رؤوس أموال شركات التأمين بغرض التوسع في الفروع والتسويق، لافتا الى «أننا نحتاج الى تطوير الجهاز التسويقي والتكنولوجي للنهوض بنشاط التسويق في مصر». **باسل الحيني** رئيس مجلس الادارة والعضو المنتدب لشركة مصر القابضة للتأمين قال في كلمته ان «الدليل هو أساس اي نموذج ورغم تحدثنا كثيرا منذ ١٠ سنوات عن ان سوق التأمين المصرية واعدة، فلم تتجاوز مساهمة القطاع في الناتج المحلي الاجمالي ٠,٨ في المئة وهو معدل متواضع».

واعتبر ان أساس نمو ونهضة قطاع التأمين هو التسويق، وعدد الوسطاء في مصر والبالغ ١٣ الفا لا يرقى لطموح السوق ويجب اعادة النظر في ذلك لتخطي عنق الزجاجة، مشيرا الى ان توسيع رقعة سوق التأمين في مصر ساهمت فيها تحالفات التأمين المصري في تأمينات الحياة، مطالبا بضرورة ان تبذل السوق مجهودا كبيرا في نشاط التسويق للنهوض بسوق التأمين المصرية.

ناقش مؤتمر تسويق التأمين الأفروآسيوي الثالث التحديات التي تواجه أسواق التأمين، وكذلك فرص النمو بجانب العديد من الملفات المهمة مثل التسويق الرقمي في مواجهة تحديات أزمة ٢٠٢٠، وكذلك دور الرقابة والاتحاد والجمعيات في تطوير الأسواق.

وظهرت أهمية التسويق الرقمي واستخدام التكنولوجيا بمختلف صورها في ظل تبعات جائحة «كوفيد-١٩» ان من خلال شركات التأمين او وساطة التأمين.

افتتح المؤتمر الأمين العام للاتحاد الأفروآسيوي للتأمين واعادة التأمين د. عادل منير بكلمة أكد من خلالها ان جائحة «كورونا» خلقت العديد من فرص النمو والنجاح في سوق التأمين بهدف الارتقاء فوق تحديات ٢٠٢٠ وتجاوز الأزمة وادارتها بنجاح، وذلك في ظل وجود عدد كبير من وسطاء التأمين في مصر منهم ٨٠٠٠ وسيط بشركات التأمين الحكومية و ٤٠٠٠ وسيط بشركات التأمين الخاصة و ١٥٠٠ وسيط حر.

وأضاف ان سوق التأمين المصرية حققت ٣ مليارات دولار أقساطا خلال



الصف الامامي خلال الافتتاح

باسل الحيني (مصر القابضة): مساهمة القطاع في الناتج المحلي ٠,٨ في المئة وهو معدل متواضع



متابعة من الوفد السوداني



من اليمين: حامد مبروك، عمر جودة، شكيب ابو زيد، محمد ساتي علي وقاسم الامين

لوصول الى اطار تشريعي وتنظيمي للصناعة يصل بها المعدلات للنمو المأمولة. من جانبه، كشف الدكتور محمود سماحة، رئيس الادارة المركزية للرقابة على شركات التأمين بالهيئة العامة للرقابة المالية، ان الهيئة تقوم حاليا بمناقشة قانون التأمين الجديد بمجلس النواب والبرلمان، متوقعا الانتهاء من المناقشات وإصدار القانون خلال الدورة البرلمانية الحالية. وأوضح ان الهيئة وضعت استراتيجية شاملة لقطاع التأمين خلال الفترة ٢٠١٨ - ٢٠٢٢ تهدف الى خلق نظام مالي محفز للنمو الاقتصادي، بجانب خلق تنافسية للاقتصاد، وتطبيق تنافسية للاقتصاد مع تطوير الاطار التشريعي وتفعيل الحوكمة والشفافية ومكافحة الفساد، بجانب طرح منتجات وخدمات مالية غير تقليدية، وكذلك سلامة واستقرار البيئة. وأشار د. سماحة الى ان الهيئة بدأت العمل على برنامج مكثف لتنمية وتطوير سوق التأمين، اعتمادا على مجموعة من الاجراءات والمبادرات التي تسعى الى مد مظلة التأمينية لكافة فئات المجتمع وخلق شبكة امان اجتماعي ضد العديد من المخاطر التأمينية بعدة مبادرات لتحقيق الشمول التأميني.

واكد الحيني ان قطاع التأمين في مصر قطع شوطا كبيرا في التحول الرقمي والتطور التكنولوجي، لافتا الى ان العنصر البشري مهم جدا، معربا عن امله ان تجذب سوق التأمين العمالة من خريجي الجامعات. الدكتور طارق سيف الأمين العام للاتحاد المصري للتأمين، الذي مثل رئيس الاتحاد علاء الزهيري، قال ان ٢٠٢٠ كان عاما استثنائيا على قطاع التأمين بسبب جائحة «كورونا» حيث ألقى بظلاله على العديد من التحديات والفرص التي تواجه الصناعة، كما رسخ للعديد من المفاهيم الجديدة مثل التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي. وكشف ان العام الماضي رسخ لحزمة من السياسات الجديدة في الصناعة مثل الشمول المالي والتأمين متناهي الصغر مما يوجب على الشركات مواكبة تلك التحديات واقتناص الفرص عبر قنوات تسويقية مبتكرة تصل بالخدمات التأمينية الى شرائح جديدة من المجتمع. وأوضح د. سيف ان السوق بحاجة الى وضع استراتيجيات تسويقية جديدة من خلال تنسيق الجهود بين الهيئة العامة للرقابة المالية واتحاد التأمين والوسطاء



من اليمين: محمد عبد الرسول، رضا فتحي ومحمد عبد الجواد



من اليمين: محمد خليفة

الجلسات

جلسة العمل الأولى: التسويق الرقمي في مواجهة تحديات أزمة ٢٠٢٠



م. مصطفى مدحت يحاضر والى يساره ساره هلهول ود. احمد شهرمان

م. مصطفى مدحت: التكنولوجيا والعولمة والمسؤوليات المجتمعية تقود تسويق التأمين عالمياً
من جهته، أكد م. مصطفى مدحت، رئيس مجلس ادارة شركة الشرق الأوسط لتنمية البرمجيات IT-FUSION، ان هناك ثلاث قوى محركة لنشاط التسويق على مستوى كافة القطاعات وهي التكنولوجيا والعولمة والمسؤولية المجتمعية.

وأضاف ان هذه القوى ساهمت في تغيير سلوكيات العملاء وكذلك المستثمرين، مما ساهم في خلق فرص جديدة للشركات للتوسع بحجم أعمالها، لافتاً الى ان التكنولوجيا ساهمت في ابتكار منتجات وخدمات تأمينية بجانب المساهمة في خلق أفكار جديدة لتسويقها، موضحاً ان إحدى الدراسات العالمية أظهرت ان معدلات التسويق التكنولوجي لوثائق التأمين الطبي تضاعفت ثلاث مرات العام الماضي. وأشار الى ان المؤسسات والافراد بدأت الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية، مؤكداً تزايد معدلات الاهتمام بالتسويق والبيع الالكتروني.

سارة هلهول (AXA - مصر):

العمل من المنزل هو الإتجاه المستقبلي

أكدت سارة هلهول مديرة التسويق الرقمي والاستراتيجي في شركة أكسا للتأمين ان احتياجات العملاء تغيرت أكثر من مرة خلال العام الماضي وان شركات التأمين الراحبة هي من تستطيع مواكبة تلك المتغيرات سريعاً ومسايرة توقعات العملاء.

وأوضحت ان العمل من المنزل أصبح أمراً طبيعياً وهو الاتجاه المستقبلي للمؤشرات والشركات وحتى بالنسبة لزيارة الأطباء التي ستتحول نحو الوسائل التكنولوجية عن بعد بين عامي ٢٠٢٣ و ٢٠٢٥، كما ان طريقة بناء البيوت ستتغير لتشمل أماكن للعمل من المنزل.



شيرين عيداروس (مصر لتأمينات الحياة):

وباء «كورونا» أدى الى زيادة الابتكار في نشاط التأمين

بدورها، أكدت شيرين عيداروس رئيسة قطاع التسويق في شركة مصر لتأمينات الحياة ان المجتمعات تتحول الى رقمية، مشيرة الى ان كبرى الشركات العالمية بحثت استراتيجيات الأهداف العالمية حتى عام ٢٠٣٠، ومن بينها التنمية الاقتصادية.

وأضافت ان هناك ١٥٥ خدمة حكومية تحولت الى الكترونية في مصر، لافتة الى ان وباء «كورونا» أدى الى زيادة الابتكار في نشاط التأمين والتحول الرقمي وتكنولوجيا التأمين. وأشارت عيداروس الى ان الشركات التي تؤمن بالتكنولوجيا لها مكان في المستقبل، موضحة ان في مصر عدد سكان كبير ومعظمه من الشباب، وهناك ٤٠ مليون مواطن يستخدمون الانترنت ويقضي المصريون ٧ ساعات و ٢٠ دقيقة على الانترنت يوميا، وزاد اهتمام واستخدام العملاء للفيديو في التواصل والحصول على الخدمات. وقالت ان هناك شركات عالمية تنجح الى تحويل خدماتها ومعاملاتها الى الكترونية ١٠٠ في المئة في ظل تغير الانظمة والنماذج الاقتصادية، لافتة الى تغير احتياجات العملاء وتوجه الشركات نحو التعامل عبر النظم التكنولوجية مثل استخدام GPS في تحديد موقع العميل انا تعرض لحادث سيارة.



من اليمين: سامح انس، ساره هلهول وأيمن قنديل



من اليمين: حامد ميروك، احمد مرسي وخالد عبد الصادق



من اليمين:
احمد حسني،
جان مدلج،
هادي تيوكاريس
وقاسم عبد
الرحمن الامين



متابعة



من اليمين: مأمون البشير النفيدي، رجب حسن، رائد عزمي، محمد ساتي علي، حامد مبروك ومعاوية ميرغني أبشر



من اليسار: احمد حسني كمال، هادي تيوكاريس وجان مدلج

جلسة العمل الثانية: فن صناعة الفرص



من اليمين: محمد حسين، محمد صوامي، محمد صلاح ومحمد عبدالرحمن



من اليمين: منة الله حجازي، احمد حسني كمال وشادي التحفة



محمود حنفي متوسعا عدد من المشاركين

أوضحت منة حجازي المديرية العامة لشركة فوري للوساطة التأمينية ان شركتها تسعى الى استهداف شريحة عملاء متناهي الصغر بمنتجات تأمين سهلة التصميم، وبأسعار تناسب تلك الشريحة لتلبية احتياجات العملاء، لافتة الى ان شركتها اقتحمت نشاط وساطة التأمين لانها وجدت فرص نمو كبيرة في سوق التأمين المصرية خلال الفترة المقبلة، وان أي نمو في التأمين يحتاج الى قنوات توزيع جديدة مثل البنوك وكذلك منافذ شركة فوري في كل مكان في مصر وكذلك ماكينات الدفع الالكتروني الخاصة بها وتطبيقها على الهاتف المحمول.

من جهته، أكد شادي التحفة الرئيس التنفيذي لشركة أمنلي دوت كوم للوساطة التأمينية ان الخطة التسويقية للشركة تركز على قطاع التجزئة بقطاع التأمين باستخدام تكنولوجيا التسويق الرقمية، اضافة الى ميكنة عمليات البيع بهدف الوصول بالخدمات التأمينية الى اكبر عدد من العملاء في وقت أسرع وبأقل تكلفة.

انطوان خوام (SECURITE):

معدلات نمو سوق التأمين المصرية كبيرة وجاذبة للإستثمارات



بدوره، اعتبر أنطوان خوام، الرئيس التنفيذي لشركة سيكوري تي للتأمين SECURITE - لبنان، ان قطاع التأمين المصري سوقا واعدة لجذب العديد من الإستثمارات الخارجية، خاصة في ظل تحقيقه معدلات نمو مرتفعة خلال السنوات الماضية، بالرغم من بعض التحديات وأبرزها جائحة «كورونا».

وأضاف ان سوق التأمين اللبنانية واجهت بعض التحديات والصعوبات مؤخرا، خاصة

بعد حادث انفجار مرفأ بيروت، ولكن نجحت الشركات في تحقيق معدلات قد تصل الى ٥٠ في المئة، لافتا الى ان لدى سيكوري تي للتأمين شركات في نشاط وساطة اعادة التأمين بجانب شركة في الخدمات التكنولوجية، مشيرا الى ان الشركة تقوم بوضع الاختيارات المتعددة من الخدمات والمنتجات أمام العملاء لاختيار الافضل لها.



ورشة عمل



سمير محمود يحاضر

سمير محمود وأحمد حسني كمال:

الشركات التي تؤمن بالتكنولوجيا لها مكان في المستقبل

تلا جلسة العمل الثانية ورشة عمل حول التسويق الإلكتروني قدم خلالها سميير محمود مدير عام التسويق في شركة قناة السويس للتأمين وأحمد حسني كمال مؤسس بروكنت الشرق الأوسط محاضرتين قيمتين أشارا خلالها إلى أن التحول الرقمي ساهم في إيجاد وصناعة العديد من الفرص الجديدة للنجاح والنمو، وذلك بسبب زيادة الإعتماد على العالم الافتراضي والخدمات عبر تقنية الإنترنت والتكنولوجيا التي أصبحت أكثر قوة وتأثيراً، والتي ساهمت بشكل فعال في إزالة الحواجز الديموغرافية، وتقليل الفجوات بين الشرائح السوقية، وبالتالي أصبحت الأسواق أوسع، مما زاد من فرص توقعات واحتياجات العملاء التي يمكن تحديدها بدقة أكثر ومن ثم تلبيتها بسهولة وفعالية أكثر مما سبق. وأكدوا على أهمية التوجه نحو التسويق الإلكتروني والشركات التي تؤمن بالتكنولوجيا لها مكان في المستقبل وستتمكن من تحقيق المزيد من النجاحات وطرح حلول مبتكرة تدعم مسيرة نجاحها.



من اليسار: قاسم عبد الرحمن، ايمن محمود وأحمد حسني كمال



من اليسار: هبا فؤاد تتابع



PROVIDE UNIQUE PROTECTION TO YOUR INSURED



Since its inception more than 30 years ago, Assist America has been a powerful enhancement for leading insurance companies.

UNIQUE DIFFERENTIATOR

Present a unique product differentiator to break away from price-driven selling strategies

INCREASE LOYALTY & RETENTION

Increase client loyalty and retention by providing a truly valuable benefit

MINIMIZE IMPACT OF MEDICAL CLAIMS

Minimize the impact of international medical claims through early intervention and streamlined case management

FILL IN COVERAGE GAPS

Fill in the gap between the health insurance coverage and the costs of emergency services anywhere in the world

Assist America also offers Second Medical Opinion (SMO), a program that allows a participant to receive a documented second medical opinion on a complex, grave or critical illness diagnosis, directly from a specialist working in a world-class U.S. medical institution.

During the COVID-19 pandemic, Assist America engaged to continually assess and monitor its impact and to be available as a trusted resource for members and continued to deliver global emergency assistance services to members.



assist america®

Download the Assist America Mobile App



CONTACT US TODAY TO LEARN ABOUT HOW ASSIST AMERICA CAN HELP YOU GROW PROFITABLE BUSINESS

Jack Breiss

✉ jbreiss@assistamerica.com

☎ +961 70 868 648

Samer Sayegh

✉ ssayegh@assistamerica.com

☎ +961 76 555 859

جلسة العمل الثالثة: دور الرقابة والإتحادات في تطوير الأسواق

أحمد المعماري (هيئة سوق المال في سلطنة عمان):

الهيئات الرقابية مطالبة حاليا بإجراء تعديلات على تشريعات التأمين

بدوره اعتبر أحمد المعماري، نائب الرئيس لقطاع التأمين بالهيئة العامة لسوق المال بسلطنة عمان، أن أزمة «كوفيد-١٩» أثرت على كافة العمليات المتعلقة بقطاع التأمين، وبالتالي التشريعات القانونية المتعلقة بالصناعة. وأشار إلى أن الأزمة طرحت العديد من الأسئلة المتعلقة بكيفية تحويلها إلى فرصة للصناعة، خاصة في ما يتعلق بالجانب التشريعي، لافتا إلى أن الهيئات الرقابية مطالبة حاليا بإجراء تعديلات على تشريعات التأمين لتطوير نظم المراجعة الداخلية والشركات، والسماح باستخدام الوسائل التكنولوجية والتعامل عن بعد باستمرار ممارسة الأعمال في ظل انتشار فيروس «كورونا».

محمد ساتي علي (الرقابة على التأمين في السودان):

سمحت السودان بتأسيس شركات تقليدية ودخول شركات

التأمين الأجنبية

من جانبه، قال محمد ساتي علي، الأمين العام للجهاز القومي للرقابة على التأمين بالسودان، أن قانون الرقابة على شركات التأمين في السودان شهد العديد من التغييرات خلال السنوات الماضية، لافتا إلى أن أبرز تلك التغييرات تتضمن السماح بدخول الشركات الأجنبية إلى السوق بعدما كان قد تم منعها منذ ١٩٧٠.

وأضاف أنه اشترط لدخول الشركات الأجنبية السوق السودانية أن يكون ٣٠ في المئة من هيكل مساهمي الشركة سودانية سواء أفراد أو شركات، بما يسهم في خلق نقلة نوعية بالسوق السودانية، لافتا إلى أن هذه التغييرات جاءت عقب عقد حوار ومؤتمر مجتمعي حول قانون الرقابة على شركات التأمين الصادر عام ٢٠١٨ والتطرق للملاحظات والتحديات التي واجهت هذا القانون، وتم الخروج ببعض التوصيات وعرضها على مجلس الوزراء وتمت الموافقة عليه.

وأشار علي إلى أن أبرز هذه التوصيات تمثل في المحافظة على تجربة التأمين التعاوني الإسلامي بالسوق السودانية، وترغيب المستثمرين للتوسع بقطاع التأمين السوداني، بجانب السماح بتدشين شركات التأمين التجاري بجانب الشركات المزاوله لنشاط التأمين التعاوني الإسلامي وكذلك السماح للأخيرة، أن ترغب، بالتحويل للنشاط التجاري، وقد دعم ذلك قرار رئيس الوزراء السوداني بالنظام المالي المزدوج.

ولفت إلى أنه تم أيضا السماح بتدشين شركات تأمين جديدة حيث كان محظورا ذلك من قبل، وتمت الموافقة مؤخرا على تدشين ثلاث شركات جديدة وجار دراسة مخاطبات من ثلاث شركات أخرى للحصول على رخصة مزاوله النشاط.



من اليمين: نهال بريك ود. ريم فتحي



من اليسار: محمود سماحة، حامد مبروك، محمد ساتي علي ود. طارق سيف ويظهر عبر الشاشة احمد المعماري

د. محمود سماحة (الإشراف والرقابة): قانون تنظيمي شامل

كشف الدكتور محمود سماحة رئيس الإدارة المركزية للإشراف والرقابة في الهيئة العامة للرقابة المالية عن أن قانون تنظيم التأمين الشامل يتم مناقشته حاليا في مجلسي النواب والشيوخ، تمهيدا لإصداره قريبا حيث حدث تطور كبير في سوق التأمين منذ عام ١٩٨١ وحتى الآن.

وأضاف أن القانون الجديد يستهدف دمج التحديات والتغير الذي تم في أسواق التأمين خلال السنوات الماضية، ويعالج مشكلات التطبيق العملي للقانون رقم ١٠ لسنة ١٩٨١ وتعديلاته عامي ١٩٩٥ و٢٠٠٨، لافتا إلى أن القانون الجديد تضمن أبوابا لكل من أنشطة التأمين التكافلي لتنظيم عمله في سوق التأمين المصرية وكذلك التأمين متناهي الصغر لمواكبة خطة الدولة لتطبيق الشمول المالي. كما شمل القانون الجديد تنظيم عمل شركات التأمين الطبي المتخصصة وشركات إدارة الرعاية الصحية TPA، بجانب التطرق لروابط اتحادات الأنشطة المرتبطة بالتأمين.

وأكد أن القانون الجديد تضمن كذلك التحول الرقمي في نشاط التأمين والإصدار والتسويق والتحصيل الإلكتروني والتوسع في أنواع التأمين النمطية التي يتم إصدارها إلكترونيا.

د. طارق سيف: نهدف إلى تحقيق الشمول التأميني

من جهته، تحدث الدكتور طارق سيف الأمين العام للاتحاد المصري للتأمين عن أهداف الإتحاد ودوره في تطوير منتجات التأمين وتسعيرها وإصدار وثائق استرشادية، وكذلك رفع مستوى الوعي التأميني والعمل عبر لجانه الفنية المختلفة لمناقشة كل ما يهم القطاع. وقال: «نهدف إلى تحقيق الشمول التأميني عبر الوصول إلى شرائح جديدة من المجتمع والتي لا تصل لها خدمات التأمين»، مشيرا إلى أن الإتحاد أسس العديد من اللجان الفنية الجديدة مثل لجنة التوعية وتقييم الأخطار وكذلك لجنة التأمين الزراعي، وعملت اللجان على وضع العديد من وثائق التأمين مثل المسؤولية المهنية للأطباء.

وأوضح د. سيف أن الوثائق الجديدة شملت كذلك وثيقة مسؤولية الأندية الرياضية وكذلك تعديل وثيقة الفنادق الشاملة ووثيقة المسؤولية المدنية للمنشآت المهنية لمراقبي الحسابات بهدف ترسيخ مفاهيم وأعراف العمل التأميني.





من اليمين: حامد مبروك وخالد عبد الصادق



من اليسار: د. شريف فتحي يوسف ود. وليد عوف



من اليمين: احمد خليفة ومحمود حنفي

جلسة العمل الرابعة: نماذج النجاح في تسويق التأمين



من اليسار: شريف عباس، احمد عبد المحسن، د. عادل منير، محمود عرابي ونهال بريك

كلمة أحمد عبد المحسن مدير فرع المنصورة في شركة مصر للتأمين التكافلي تمحورت حول أهمية مهنة التأمين في تعزيز الإقتصاد الوطني وإيجاد السبل والطرق المناسبة لكيفية التعامل مع العملاء وخدمتهم إنطلاقاً من الاحتياجات والأنماط المختلفة لكل فرد.

وتحدث عبد المحسن عن أهمية تقديم خدمات ومنتجات تتلاءم مع متطلبات العملاء، الأمر الذي سيساهم في نمو وتطوير أي شركة تأمين، مشيراً إلى أن التقييم الذاتي يساعد في تحسين العمل وتبسيط الضوء على نقاط الضعف.

كما تحدث في الجلسة شريف عباس رئيس شركة جود لايف لوساطة التأمين ونهال بريك رئيسة شركة كونتكت للوساطة ومحمود عرابي رئيس شركة يونيون للوساطة.



الإتحاد الأفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين

يضم ٢٧٥ عضواً يمثلون ٥٢ دولة

الإتحاد الأفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين هو منظمة دولية مسجلة في UNCTAD كإحدى المنظمات غير الهادفة للربح، أنشئ في عام ١٩٦٤ على أن يكون مقرها الرئيسي العاصمة المصرية القاهرة، ويبلغ عدد أعضائها ٢٧٥ من ٥٢ دولة تمثل شركات التأمين وإعادة التأمين والسمسرة والمعاهد التدريبية، بالإضافة لاتحادات التأمين في الدول الأعضاء.



د. عادل منير متوسطاً فريق عمل FAIR



من اليمين: عليا النمسي ومصطفى مدحت حسين



من اليمين: حامد مبروك، محمد ساتي علي، احمد مرسي وعمر جودة

الجلسة الختامية



من اليمين: عادل فطوري، حامد مبروك، وليد البسنلي، د. وليد عوف ومحمد عبد الرسول

اختتم المؤتمر جلساته بمواجهة بين شركات التأمين والوساطة والعملاء، وذلك من خلال عرض خلاصة تجارب العملية التأمينية ومناقشة حقائقها وتحديد العوامل التي تعرقل نجاح العملية التأمينية بين جميع الأطراف وكيفية التغلب على المشكلات التي تواجه أطراف المنظومة.

ترأس الجلسة د. **وليد عوف** العضو المنتدب لشركة ميد مارك للوساطة وتداول فيها **حامد مبروك** الرئيس التنفيذي لشركة ويليستاورز واتسون مصر، **محمد مصطفى عبد الرسول** العضو المنتدب لشركة أورينت للتأمين مصر، **عادل فطوري** العضو المنتدب لشركة وثاق و**وليد البسنلي** رئيس القطاع المالي في الشركة المتحدة للصيادلة.





Contact Us

www.it-fusion.org

marketing@it-fusion.org

+202 2517-5924 +202 2519-2591

Villa 30, Street 270, branched from Palestine St., New Maadi, Cairo, Egypt.



د. عادل منير

(الأمين العام للإتحاد الأفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين)؛

الغرض الرئيسي من انعقاد المؤتمر خلق جيل جديد من أفضل المسوقين في السوق المصرية

أكد الدكتور عادل منير، الأمين العام للإتحاد الأفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين، أن المؤتمر الثالث للإتحاد يعتبر فرصة كبيرة لإظهار قصص نجاح بعض الوسطاء وأن خلق جيل جديد من المسوقين في السوق المصرية يعد هدفاً استراتيجياً لانعقاده، مشيراً إلى أن الطيران والسياحة والسفر والتجارة العالمية والبحري من أهم الفروع التأمينية التي تأثرت سلباً من جائحة «كورونا».

وأشار د. منير إلى أن الشركات المصرية تدرس الدخول في مجتمعات التأمين التابعة للإتحاد لتحقيق مكاسب مادية وخلق قدرات استيعابية، متطرقاً إلى التحديات التي تواجه عملية تسويق منتجات تأمينات الحياة، مشيداً بأهمية الوعي التأميني الذي افتقدته السوق خلال الفترة الماضية بشدة.

الاستفادة من الخبرات الموجودة في السوقين الافريقية والآسيوية

■ هل السوق المصرية استفادت من خبرات الأسواق الافريقية والآسيوية خلال الفترة الماضية؟

– نحاول كاتحاد أفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين أن نستفيد من

الخبرات الموجودة في السوقين

الافريقية والآسيوية. واستطاع الإتحاد

جذب السوق الروسية أيضاً عن طريق

اتفاقيات إعادة التأمين، كما ان هناك

اتفاقية إعادة تأمين استثنائية لأربعة

مجمعات التأمين التابعة للإتحاد.

وتدرس الشركات المصرية الدخول

في مجتمعات التأمين التابعة للإتحاد

لكونها فرصة لتحقيق مكاسب مادية لها خلال الفترة المقبلة، وخلق

قدرات استيعابية دون اللجوء إلى شركات معيدي التأمين العالمية التي

لديها أسعار تختلف عن الأسعار الموجودة في هذه المجتمعات التأمينية.

■ ما التحديات التي تواجه تسويق منتجات تأمينات الحياة في السوق المحلية؟

– احتياجات وطبيعة العمل هي التي تحدّد قدرة الشركات على

التسويق بطريقة صحيحة، فهناك عميل لا يحتاج إلى زهاب مندوب شركة

التأمين إليه، بل يكفي بالمراسلة عن طريق الوسائل الأخرى، كما أن هناك

وثائق تأمين مثل تأمين المشروعات الصغيرة والمتوسطة يصعب

تسويقها تكنولوجياً نظراً لأنها تحتاج إلى وعي تأميني، وهو ما افتقدته

السوق المحلية بشدة خلال الفترة الماضية.

ويحتاج العنصر التسويقي في نشاط تأمينات الحياة إلى العنصر البشري

والمهارات التكنولوجية، وفي ظل كل هذه الأمور موظف التسويق الذي يبيع

منتجات التجزئة يحتاج إلى إعادة تأهيل، نظراً لأنه سيستخدم التحول الرقمي

في عرضه للوثائق التأمينية، كما أن التأمينات الجماعية لا تحتاج إلى الوسيط

الفرد بشكل كبير، بقدر الإعتماد على التحول الرقمي. ■

■ ما أهمية انعقاد مؤتمر الإتحاد الأفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين في ظل جائحة «كورونا»؟

– يكتسب المؤتمر الثالث للإتحاد الأفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين

الخاص بالتسويق أهمية خاصة، وذلك في ظل الجائحة التي أثرت على

جميع القطاعات الاقتصادية. ويعد المؤتمر الوحيد الذي تحتضنه مصر

من بين الدول الأعضاء.

والغرض الرئيسي من انعقاده خلق جيل

جديد من أفضل المسوقين في السوق

المصرية، وهو فرصة كبيرة لظهور أفضل

الشركات المتخصصة في التسويق، ومثل

هذه المؤتمرات المتخصصة تظهر قصص

النجاح التي حققها بعض الوسطاء في

مختلف دول العالم.

التحديات

■ ما أبرز التحديات التي واجهت صناعة التأمين خلال عام ٢٠٢٠ على المستويين العالمي والإقليمي؟

– جائحة «كورونا» أصابت السوقين معاً فهي أزمة عالمية. وقطاع

التأمين من بين القطاعات الاقتصادية التي تأثرت سلباً من هذه الأزمة،

ففرع كثيرة أصابها الإنكماش كتأمين الطيران والسياحة والسفر

والتجارة العالمية والبحري. ولكن على النقيض ظهرت بعض المخاطر

الأخرى مثل الرعاية الصحية، حيث أصبحت ذات أهمية كبيرة لدى القطاع

نظراً للإقبال على هذه التغطيات الطبية من جانب البعض، خاصة في

تأمينات الحياة والتأمين الصحي. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت هذه الأزمة

أنه يجب أن تكون لدى شركات التأمين الرؤية الواضحة للتوسع في

تكنولوجيا المعلومات للتواصل مع العملاء.

ومن الجدير ذكره أن جيل الشباب هو الذي يستطيع شراء التأمين خلال

السنوات الخمس المقبلة، نظراً لاعتماده على تكنولوجيا المعلومات التي

تبحث شركات التأمين التوسع فيها حالياً.

Staying up-to-date makes a difference

To keep you informed of the must-to-know industry-related news and events, Arab Re goes beyond traditional reinsurance boundaries by bringing to you its

News App



- ✓ Relevant Daily News from all over the world
- ✓ Our Corporate News and Events



Tune-in to panoramic news and download our new App



شكيب أبو زيد (الأمين العام للإتحاد العام العربي للتأمين)؛

التوجه نحو الذكاء الاصطناعي لإحداث نقلة نوعية في صناعة التأمين

يعتبر الإتحاد العام العربي للتأمين التجمّع التأميني الأهم في تطوير صناعة التأمين على المستوى الدولي عربياً، وهو يعزز الروابط بين أسواق التأمين ويدعم أنشطتها واستراتيجياتها بغية تحقيق التنمية والتكامل في الصناعة.

وقد التقت «البيان الاقتصادية» بالأمين العام للإتحاد شكيب أبو زيد الذي أبدى اهتمام الإتحاد بالتسويق الرقمي والتوجه نحو الذكاء الاصطناعي للإسهام في نمو صناعة التأمين وقدر أبو زيد الشركات العربية التي أثبتت نجاحها خلال السنوات الماضية، منطوقاً إلى ضرورة المزج ما بين الخبرات المحلية والحلول الرقمية لمساعدة الأسواق في عملية التسويق الرقمي، لافتاً إلى أهمية وضع استراتيجية لزيادة نسب الإختراق التأميني في الوطن العربي خلال السنوات المقبلة وتحقيق الشمول المالي. وعن أبرز إنجازات الإتحاد، أكد أبو زيد الإستمرار في عقد المؤتمرات وتدريب الكوادر البشرية وغيرها من المبادرات لتحقيق نقلة نوعية على المستويات كافة.



■ يحمل المؤتمر الأفروآسيوي عنواناً أساسياً حول التسويق الرقمي. برأيكم، هل يمكن تطبيقه في عالمنا العربي وما هي أبرز التحديات؟

– بات التسويق الرقمي أمر واقع في عالمنا العربي بعد ظهور جائحة «كوفيد - ١٩» حيث أن القسم الأكبر من الشركات تحولت نحو الخدمات الرقمية في إصدار الوثائق والتسويق ودفع المطالبات. يضاف إلى ذلك استخدام الحلول الرقمية الذي يقلص من عمليات الإحتيال لدى محافظ الشركات، وبالتالي التوجه نحو الذكاء الاصطناعي من شأنه إحداث نقلة نوعية كبيرة في صناعة التأمين على مستوى طريقة التسويق والوساطة، حيث يتطلب من شركات الوساطة مواكبة هذا التحول لضمان إستمرارية عملها في السوق.

من جهة أخرى، يتوجب على هيئات الرقابة وضع إطار قانوني يحدّد عمل الشركات في مجال التسويق الإلكتروني وفق القوانين المعمول بها في كل دولة، إنطلاقاً من أنه في المستقبل هناك شركات تأمين ستتحول إلى رقمية بالكامل كما هي الحال في بعض البنوك الأوروبية التي تقدم خدمات مصرفية رقمية. ومن المتوقع أن يأخذ هذا التحول بعض الوقت في عالمنا العربي ولكنه أمر واقع يفرض نفسه.

■ في رأيكم، هل شركات التأمين العربية مهياة لمنافسة تلك الأجنبية في مجال التسويق الإلكتروني؟
– في السابق كان هناك تحوّل من دخول شركات أجنبية نظراً للخبرات الضخمة التي تمتلكها وبرامج إعادة التأمين التي توفرها، إلا أن السنوات الماضية أثبتت نجاح الشركات العربية وعلى سبيل المثال إستحواذ شركة جي أي جي على شركة أكسا التي كانت في صدارة الشركات لسنوات عدة.

السنوات الماضية أثبتت نجاح الشركات العربية

رغم التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي هناك حاجة لكوادر بشرية متخصصة

■ في رأيكم، هل تواجه شركات التأمين منافسة من شركات غير متخصصة مثل أمازون في الخدمات التأمينية عاملة في السوق؟

– في الواقع يمكن لهذه الشركات المنافسة في فروع تأمينية محددة مثل التأمين على المركبات والتأمين على السفر، ولكن لا يمكنها المنافسة في فروع تتطلب مكتبيين وأصحاب خبرات على سبيل المثال التأمين على الطاقة والبتترول وغيرها من المخاطر التي تتطلب فنيين مختصين في عمليات الإكتتاب، وبالتالي رغم التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي هناك ستبقى الحاجة إلى كوادر بشرية متخصصة في التأمين على المشروعات الضخمة على عكس بعض الفروع التي يمكن تسويقها إلكترونياً. من جانب آخر، إن أسواق العالم والمنطقة العربية في طور العمل على تحقيق الشمول التأميني الذي يترافق مع تغيرات وتحولات جذرية في صناعة التأمين وإدخال الحلول الرقمية في تقديم الخدمات وإصدار الوثائق وعمليات التسويق. بالإضافة إلى أنه بات هناك اتجاه كبير في العديد من الأسواق للتأمين ضد مخاطر الكوارث الطبيعية والتي من صنع الانسان في المصانع والموانئ الكبرى ومصافي البترول.

مع وضع خطط لتحسين نسب الإختراق التأميني

■ لا تزال نسبة الإختراق التأميني متدنية في منطقتنا العربية. في رأيكم، هل التحول الرقمي من شأنه رفع هذه المعدلات؟

– تشير الإحصاءات إلى أن العدد الأكبر من المواطنين في مجتمعاتنا العربية يمتلكون هواتف ذكية، الشيء الذي من شأنه تسهيل عملية بيع وشراء وثائق التأمين الفردية والرفع من مستوى الأقساط لتشكيل بذلك أحد العوامل التي تصب في اتجاه زيادة مساهمة التأمين في الناتج القومي الإجمالي.

معدلات الإختراق متدنية في وطننا العربي، وتختلف من دولة إلى أخرى؛ فعلى سبيل المثال في لبنان تصل نسبة مساهمة التأمين في الناتج القومي إلى ٢ في المئة وفي المغرب ٣،٤٧ في المئة. إذا توفرت الإرادة السياسية، فبالإمكان وضع استراتيجيات وطنية لزيادة هذه النسب خلال السنوات المقبلة خاصة وأن حجم الأقساط المكتتبه في العالم العربي هو ٤٠ مليار دولار فقط، في ظل التوترات التي تشهدها العديد من الدول مثل ليبيا وسوريا والعراق، فضلاً عن تدهور سعر صرف العملة في بلدان عدة منها الجزائر والسودان وغيرها وتعويمها في مصر. بالرغم من أن الأرقام غير مرضية في ما يتعلق بإنفاق الفرد على التأمين وحجم الأقساط المكتتبه ونسب الإختراق، إلا أنه يمكن تحسين هذه النسب عن طريق وضع استراتيجيات شمولية وبالتعاون بين شركات التأمين والحكومات إلى جانب العمل على زيادة الوعي التأميني في مجتمعاتنا العربية، وبذلك يمكننا تحقيق الشمول المالي.



شكيب أبو زيد يتوسط فريق عمل الإتحاد العام العربي للتأمين

كما عملنا على إصدار دليل لشركات التأمين وإعادة التأمين والوسطاء العرب وهو مجلد ضخم يحتوي على البيانات الأساسية والمالية لجميع الشركات في الوطن العربي برعاية من شركة Chedid Re، وسيصدر في طبعته الالكترونية مع الإطلاق الوشيك للموقع الالكتروني للاتحاد بحلة جديدة مميزة.

الهدف من كل هذه الورش والخطط الجديدة مساندة التحولات التي فرضت نفسها والتي ستساعدنا على تحقيق نقلة نوعية مهمة على مستوى الحوكمة والرقمنة وإعطاء قيمة مضافة للأعضاء والارتقاء بصناعة التأمين العربية. ■

يتم تقديم تقرير عن كل سوق في كل عدد؛ كما نقوم بتدريب الكوادر البشرية لمواكبة التحول الداخلي للاتحاد ومتطلبات المرحلة الراهنة. ونظرا لاستحالة عقد المؤتمر والندوات والورش خلال فترة الحظر الصحي، فلقد عملنا على الاستفادة من العمل عن بعد وتم عقد ست ندوات افتراضية تراوح عدد الحاضرين في كل واحدة ما بين ٣٢٠ و ٥٠٠ مشارك، ولأقت صدق لدى عموم المهتمين بالتأمين ووسائل الاعلام. ولقد ناقشت أهم المواضيع التي تهم قطاع التأمين كافة من شركات تأمين ومعيددين ووسطاء، بحضور متحدثين مميزين في مجالاتهم.

إنجازات الاتحاد

■ ما هي أبرز إنجازات الإتحاد العام العربي للتأمين في مجال التحول الرقمي؟

– وضعنا خطة للتحول الرقمي وقد نجحنا خلال جائزة «كوفيد-١٩» بالاستمرار في عملنا والاستثمار بالقطاع التكنولوجي وإدخال أحدث التقنيات، بالإضافة إلى إطلاق برمجيات لتفعيل البطاقة البرتقالية الخاصة باتفاقية التأمين الموحدة، ووضع قاعدة بيانات خاصة بشركات التأمين، إلى جانب إطلاق النشرة الإلكترونية التي تتضمن أبرز الأخبار العالمية والمحلية. كذلك تم تحسين مضمون المجلة الورقية حيث

قناة السويس للتأمين

Suez Canal Insurance



SCI

Since 1979

16569
Call Center

المركز الرئيسي : ٣١ شارع محمد كامل مرسى - المهندسين - الجيزة
تليفون : ٣٧٦٠١٠٥١ - ٣٧٦٠٦٨٦٨ فاكس : ٣٣٣٥٤٠٧٠ - ٣٣٣٥٠٩٨١

أفضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين

حامد مبروك

(العضو المنتدب لشركة ويليس تاورز واتسون - مصر والمشرف على أخطار المؤسسات والوساطة لمكاتب الاردن والكويت ولبنان وأبوظبي)؛



أفضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين

ضرورة زيادة عدد شركات الوساطة في السوق المصرية لرفع معدلات الوعي ودعم الاقتصاد الوطني

تقوم شركة ويليس تاورز واتسون - مصر WTW - EGYPT، إحدى الشركات العالمية الرائدة في مجال الاستشارات والوساطة في التأمين، بتصميم وتقديم حلول لإدارة المخاطر وتحسين الفوائد وتنمية المواهب وتوسيع قوة رأس المال لحماية وتعزيز المؤسسات والأفراد. وترتكز أعمالها على التوسع بالمنتجات التأمينية لتغطية المشروعات القومية واستثمارات الطاقة الجديدة. وقد أظهر العضو المنتدب حامد مبروك قيادة استثنائية للشركة، ما رفع ويليس تاورز واتسون في مصر إلى مستوى جديد من النمو والنجاح وتحفيز صناعة التأمين وساهم في منح مبروك جائزة أفضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين من الأمانة العامة للاتحاد الأفرو-آسيوي للتأمين FAIR. وفي حديث مع حامد مبروك على هامش فعاليات مؤتمر ال FAIR، عزا تنوجهه بالجائزة إلى تطور الشركة وتبونها مراكز متقدمة وتوسعها في أكثر من دولة، موضحاً أن الشركة نجحت في تصديها للتحديات الكبيرة عبر تقديم أفضل الخدمات لعملائها.

وعن حادثة قناة السويس، اعتبر مبروك ان الجهات كافة أدركت أهمية التأمين في دعم ومساندة المؤسسات المالية في مثل هذه الأزمات. وفي ختام حديثه، تطرق الى ضرورة زيادة عدد شركات الوساطة في السوق بغية رفع معدلات الوعي ودعم الاقتصاد الوطني.

نجحت شركتنا رغم التحديات الكبيرة في تقديم افضل الخدمات لعملائها وبطريقة تنافسية

أنظمة داخلية متطورة

■ كيف تمكنتم من تخطي التدايعات السلبية للجائحة وتطوير أدائكم لمواجهة التطورات التكنولوجية في السوق؟
- نجحت شركة ويليس تاورز واتسون - مصر في المحافظة على موظفيها الذين يشكلون البنية الأساسية للشركة، بالإضافة الى امتلاكنا أنظمة داخلية متطورة أتاحت لنا امكانية العمل عن بُعد لمعظم الموظفين لخدمة العملاء ضمن أفضل السبل، كما انه كانت المحافظة على سلامة

■ ما مدى أهمية نيلكم جائزة أفضل رئيس تنفيذي في قطاع شركات الوساطة خلال فعاليات مؤتمر الأفرو-آسيوي للتأمين؟
- تتويجي بهذه الجائزة أمر مفرح بالنسبة لي خصوصاً أنني أعمل في الشركة نفسها منذ ٢٩ عاماً. وتمكنا طوال هذه السنوات من تطوير الشركة وانتقالها الى مراكز متقدمة وتوسعها في أكثر من دولة مثل الكويت والاردن والسودان. كما توسعنا في مجال الوساطة في اعادة التأمين والاستشارات التأمينية.



من اليمين: د. طارق سيف، محمد الدشيش، شكيب ابو زيد
وحامد مبروك



من اليمين: مأمون البشير النفيدي، رجب حسن، رائد عزمي، محمد ساتي علي،
حامد مبروك ومعاوية ميرغني أبشر

الناجمة عن الحادثة لشركات التأمين والمسؤولية المتوجبة على هيئة قناة السويس، ومن هنا أدرك العديد من الناس والجهات أهمية التأمين الذي يشكل الركيزة الأساس في دعم ومساندة المؤسسات المالية في مثل هذه الازمات. وبالتالي ستقوم الشركات بدفع التعويضات لجهات مختلفة منها هيئة قناة السويس والباخرة وغيرها من الجهات والاشخاص المتضررين.

الإلزامية بعض المخاطر التأمينية من شأنها زيادة الوعي

■ برأيكم، ما هي أسباب تدني نسبة الاختراق التأميني سواء في السوق المصرية أو الأسواق العالمية؟ وما المطلوب لتحفيز الناس للتوجه أكثر نحو شراء التغطيات التأمينية؟

– الإلزامية بعض المخاطر التأمينية من شأنها زيادة الوعي بين المواطنين في مصر، إلا أن رغم زيادة حجم الأقساط المكتتبه في السوق، لا نزال على مسافة بعيدة من المستويات المطلوبة. بالإضافة الى ذلك، ان مجموعة التأمينات الإلزامية التي ستطرحها الهيئة في السوق من شأنها رفع معدلات الوعي، بالإضافة الى ضرورة زيادة عدد شركات الوساطة في السوق وتعاون جميع الاطراف لرفع معدلات الوعي ودعم الاقتصاد الوطني. ■



حمود سماحة يهنئ حامد مبروك لاختياره افضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين



د. عادل منير يكرم حامد مبروك



حوار بين باسل الحيني وحامد مبروك

نتنظر موافقة الجهات الرقابية للاطلاق تحت اسم AON كأكبر شركة وساطة في العالم

وصحة الموظفين من أهم التحديات بالنسبة لنا خلال العام ٢٠٢٠.

من جهة أخرى، نجحت الشركة رغم التحديات الكبيرة في تقديم أفضل الخدمات لعملائها وبطريقة تنافسية، فضلا عن أن عملية الدمج بين ويليس تاورز واتسون WTW وأيون AON مكنتنا من الاستمرار في تحفيز العملاء والموظفين، الى جانب تقديم مستويات متقدمة من الخدمات، والمحافظة على جودة الخدمة والمنتجات المتاحة.

والجدير ذكره أنه بعد الحصول على موافقة الاستحواذ من الجهات الرقابية في ١٤٤ دولة، سيتم تسجيل الاسم الجديد للشركة أيون AON (أكبر شركة وساطة تأمين في العالم).

لحادثة جنوح باخرة «إيفر غيفن» انعكاسات إيجابية على قطاع التأمين

■ برأيكم، ما هي تداعيات حادثة قناة السويس على قطاع التأمين بحسب خبرتكم؟

– لحادثة جنوح باخرة «إيفر غيفن» في مجرى قناة السويس انعكاسات إيجابية على قطاع التأمين انطلاقا من التساؤلات الكثيرة حول الخسائر

حامد مبروك

- الحفاظ على شبكة مهنية نشطة من مختلف المجالات على المستوى التنفيذي في الأسواق المحلية والإقليمية.
- يدير ويقود عملية تطوير المقترحات وتقييمات المخاطر للعملاء المحتملين، بالإضافة الى ضمان تطوير وتعليم العملاء الحاليين.
- يوجه ويدير أعضاء الفريق لتنمية فرص تطوير الأعمال من خلال الشراكة مع فرق تطوير الأعمال والتسويق.
- تقييم العملاء المتوقعين الذين تم الحصول عليهم من السوقين المحلية والدولية وكذلك من جهات الطرف الثالث.
- العضويات:
 - عضو مجلس إدارة معهد التأمين المعتمد في مصر.
 - عضو غرفة التجارة الأميركية في مصر.
 - عضو غرفة التجارة الفرنسية في مصر.
 - عضو رابطة فن التدقيق LA CHAINE DES ROTISSEURS في مصر.
 - عضو في مجلس الأعمال المصري الروسي.
- التعليم والمؤهلات:
 - حاصل حامد على شهادة البكالوريوس في إدارة الأعمال في الجامعة الأميركية في القاهرة سنة ١٩٩٢.

المسؤوليات والسيرة الذاتية:

- خبرة لأكثر من ٢٦ عاماً في مجالات وساطة الاستشارات التأمينية في مصر والشرق الأوسط، متخصص في مجال الطاقة، كذلك المؤسسات المالية والمزايا الوظيفية. حامد يدير مكتب مصر والمشراف على أخطار المؤسسات والوساطة لمكاتب الأردن والكويت ولبنان وأبوظبي، والمالك الرئيسي لشركة الدورادو لوساطة التأمين EL DORADO في السودان.
- الخبرات المكتسبة:
 - العضو المنتدب لشركة جراسافوى لوساطة التأمين مصر ٢٠٠٨.
 - رئيس مجلس إدارة شركة جراسافوى لإعادة التأمين ورئيس مجلس إدارة شركة جراسافوى ريسك سولوشن.
 - مؤسس الشركة المصرية لاستشارات الأعمال EBCO 1992.
 - مؤسس شركة برايم هيلث PRIME HEALTH (تأمين طبي – طرف إداري ثالث 2001 MEDICAL TPA).
 - مؤسس شركة فيوجن لتكنولوجيا المعلومات (IT Fusion) شركة برمجيات ٢٠٠١.
 - مؤسس شركة «فكرتي أونلاين» للتسويق الإلكتروني (Fekrety Online) ٢٠١٥.
 - تدريب وإدارة فرص تطوير الأعمال ودورة المبيعات مع العملاء المحتملين.

محمد ساتي علي (الأمين العام للجهاز القومي للرقابة على التأمين - السودان): بعد رفع الحظرات هناك إمكانية لاستقطاب فروع شركات تأمين أجنبية بشروط ميسرة



يُعنى الجهاز القومي للرقابة على التأمين NATIONAL INSURANCE REGULATORY AUTHORITY ، وهو جهاز حكومي سوداني، بالرقابة على مختلف شركات التأمين العاملة في السوق المحلية وسن القوانين والتشريعات الخاصة بكل أنواع التأمين. وللجهاز دور توعوي مهم في نشر ثقافة التأمين على أوسع نطاق بالتزامن مع تنفيذ خطة رفع نسب الإختراق التأميني في السودان الى حدود الـ ٥ في المئة خلال السنوات المقبلة.

كان لمجلة «البيان الاقتصادية» حديث مع الأمين العام للجهاز محمد ساتي علي، أوضح فيه أن تطورات عديدة شهدتها قطاع التأمين أهمها توصيات مؤتمر العام الماضي للجهاز حيث بات هناك إمكانية لاستقطاب فروع لشركات تأمين أجنبية بشروط ميسرة، وأيضاً دخول شركة وساطة مصرية جديدة الى السوق، معتبراً ان جائحة «كوفيد-١٩» أدت الى تراجع مداخيل الشركات تزامناً مع الخسائر التي تكبدتها في فرع الممتلكات، مؤيداً عمليات الدمج والاستحواذ، منطوقاً الى المشكلات التي تعترض السوق من بينها استمرار انهيار العملة الوطنية مقابل الدولار.

كما أنه من أبرز التطورات التي شهدتها سوق التأمين دخول شركة وساطة مصرية جديدة، ونحن بدورنا نشجع دخول شركات أجنبية إلى السودان مما يساهم في تطوير العمل والإرتقاء بالخدمات المقدمة للعملاء.

علماً ان عدد شركات التأمين العاملة في السودان حالياً يبلغ ١٨ شركة.

نؤيد عمليات الدمج والإستحواذ

■ هل تشجعون عمليات الدمج بين الشركات؟

– بالتأكيد نؤيد عمليات الدمج والإستحواذ التي من شأنها تقوية محافظ التأمين لدى الشركات وفي الوقت نفسه رفع القدرات المالية مما يعزّز من ملاءتها المالية.

■ كيف تقومون نسب الإختراق التأميني في السوق السودانية؟

– لا يساهم القطاع التأميني السوداني في الناتج القومي إلا بشكل طفيف، لذلك تم وضع خطة لرفع هذه النسبة إلى حدود ٥ في المئة خلال السنوات المقبلة.

من جهة أخرى، لا تزال سوق التأمين صغيرة الحجم ولا تتعدى عمليات الإكتتاب مستوى ٣٠٠ مليون دولار لمعظم الشركات العاملة في السوق. أما المشكلة التي تعترضنا فهي إستمرار إنهيار العملة الوطنية مقابل الدولار وهذا الأمر يكبّد شركات إعادة الأجنبيّة خسائر كبيرة، إلا أننا نحاول معالجة هذه الإشكاليات في أقرب وقت للإرتقاء بهذه الصناعة. ■

فتح باب المنافسة بين شركات التأمين على ممتلكات الدولة

للرقابة على التأمين لتطوير السوق وتحسين أداء الشركات؟

– لدينا مشروع متكامل وخطة عمل لتطوير القطاع تتمثل في تنفيذ نظام التأمين المزدوج الذي اطلق مؤخراً بالإضافة الى فتح السوق على الإستثمارات الأجنبية، فضلاً عن وجود مشروع للتأمين على ممتلكات الدولة الذي كان محصوراً بشركة تأمين واحدة لكن الآن فتح باب المنافسة بين الشركات للتأمين على ممتلكات الدولة. ويضاف الى ذلك تم رفع المصروفات الإدارية لكل شركة من ١٥ الى ٢٠ في المئة إنطلاقاً من التضخم الحاصل في السوق والذي يتطلب رفع هذه النسبة. بالإضافة الى تخصيص نسب معينة من ميزانية الشركات لتدريب وتأهيل الموظفين والكوادر البشرية، فضلاً عن إفتتاح مكاتب لتوظيف مقدري الخسائر الأجنب للعمل في السوق السودانية.

البيان ■ كيف تقومون صناعة التأمين في السودان بعد رفع الحظر على البلاد؟

– شهد القطاع التأميني في السودان تطورات عديدة بعد الثورة أهمها مؤتمر التأمين الذي إنعقد العام الماضي والذي خرج بالعديد من التوصيات أبرزها: صدور نظام التأمين التقليدي إلى جانب التأمين التكافلي، بالإضافة الى أنه بعد رفع الحظر وفتح السوق السودانية، بات هناك إمكانية لاستقطاب فروع شركات تأمين أجنبية بشروط ميسرة حيث ينص القانون على ضرورة وجود شريك سوداني بنسبة لا تقل عن ٣٠ في المئة. كما يطلب أيضاً من الوسطاء والخبراء إمتلاك إقامة في السودان في حين أن الشروط الأخرى هي نفسها المعمول بها بالنسبة لشركات التأمين السودانية.

■ إنتشار جائحة «كورونا» زادت من التحديات والمشاكل أمام صناعة التأمين. كيف تمكنت سوق التأمين من التعامل مع هذه الأزمة؟ وهل من تغطيات محددة ضد مخاطر فيروس «كورونا»؟

– للأسف الشديد لا توجد تغطيات تأمينية ضد وباء «كوفيد-١٩»، أما بالنسبة لسوق التأمين السودانية فاقترضت الأعمال خلال الجائحة عبر التواصل عن بُعد الأمر الذي أدى الى تراجع مداخيل شركات التأمين ما وضعها أمام صعوبات كبيرة خلال العام ٢٠٢٠.

مشروع متكامل وخطة عمل لتطوير القطاع

■ ما هي أبرز المهام التي يقوم بها الجهاز القومي



رائد عزمي

(المدير التنفيذي لشركة EL DORADO لوساطة التأمين - السودان)؛

من المتوقع أن تسجل السودان معدلات نمو مرتفعة خلال السنوات الخمس المقبلة

تتميز شركة EL DORADO لوساطة التأمين في السودان في تقديم خدمات مبتكرة في خطوط تأمينية محددة وتوسعي باستمرار لإطلاق المنتجات التي تلبي احتياجات المجتمع السوداني، الى جانب تعاملها المباشر مع شركات التأمين. المدير التنفيذي للشركة رائد عزمي توقع في حديث مع «البيان الاقتصادية» أن تسجل السودان معدلات نمو مرتفعة خلال السنوات الخمس المقبلة، مشددا على ان شركات الوساطة في السوق المحلية محدودة والاخيرة بحاجة لعدد أكبر بغية تلبية احتياجات السوق. وأكد عزمي ان الشعب السوداني يمتلك الوعي التأميني الكافي لتأمين المخاطر المحيطة به، لافتا الى أن السوق السودانية بصدد البدء بعمليات التسويق الإلكتروني وهي بانتظار الحصول على التراخيص المطلوبة لتنفيذها، غير ان بعض شركات التأمين غير مهيةة للدخول في مجال التسويق الإلكتروني.

– نحاول العمل على تحسين فرع التأمين على الحياة وإطلاق منتجات مبتكرة تلبي احتياجات المجتمع السوداني، في حين أن الشعب يمتلك الوعي الكافي لأهمية الحصول على وثائق تأمين ضد المخاطر المحيطة به.

■ هل تمتلك السودان بنية تحتية منطوية تتيح لها تطبيق التسويق الرقمي الذي شكّل العنوان الرئيسي للمؤتمر؟

– تعمل السوق السودانية للبدء بالتسويق الإلكتروني إلا أننا في انتظار الحصول على التراخيص المطلوبة لعملية التنفيذ، ولكن المشكلة تكمن في أن بعض شركات التأمين غير مهيةة للدخول في مجال التسويق الإلكتروني. ■ ما هي مطالبكم من الجهات الرقابية في السودان؟

– نتمنى من الجهات الرقابية تعزيز دعمها لشركات وساطة التأمين وتحفيز شركات التأمين على تدريب وتأهيل الكوادر البشرية العاملة لديها.

■ ما هي خططكم ومشاريعكم المستقبلية؟ – تشمل خطط الدورادو المستقبلية في التوسع الجغرافي داخل وخارج السودان لتغطية جميع ولايات السودان كذلك تقديم الخدمات التأمينية للدول المجاورة للسودان. ■ هل لديكم النية للتوسع في مجال وساطة إعادة التأمين؟

– تسعى الدورادو حاليا لترخيص وسيط إعادة تأمين لما تلمسه من احتياج السوق السودانية لخدمات إعادة التأمين متخصصة. ■

الشعب يمتلك الوعي الكافي لأهمية التأمين ضد المخاطر المحيطة به



الخاصة بصناعة التأمين والتي أتاحت الفرصة للشركات الأجنبية للتوسع نحو السوق السودانية، وهذا من شأنه زيادة المنافسة والوعي التأميني في المجتمع السوداني.

■ كم يبلغ عدد وسطاء التأمين العاملين حالياً في السوق السودانية؟

– شركات الوساطة العاملة في السوق تقدم خدماتها في خطوط تأمينية محددة، وبالتالي نحن بحاجة لعدد أكبر من شركات وساطة التأمين لتلبية حاجات السوق.

■ ما هي أبرز مميزات شركتكم؟ – تعد شركة الدورادو كوسيط محترف يمتلك خبرات دولية ويتعامل محليا على أرض السودان وأيضا تتميز الدورادو بتمثيلها لمعظم شركات الوساطة العالمية في السوق السودانية.

■ كيف تقوّمون نسب الإختراق التأميني في السوق السودانية؟

– لا تزال المعدلات متدنية نسبياً، وهناك العديد من الخطوات التي نقوم بها لزيادة نسب الإختراق التأميني في السوق.

■ هل هناك خطوات تقومون بها لتحسين وتطوير بعض فروع التأمين في السوق؟



من اليمين: رائد عزمي وحامد مبروك

عمر جودة (الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة مصر للتأمين MISR INSURANCE)؛



تطوير نظام معلوماتي سيكون من أحدث النظم المستخدمة على مستوى المنطقة

بخبرة تمتد لأكثر من ٨٦ عاما في صناعة التأمين في مصر والعالم العربي، تلتزم شركة مصر للتأمين MISR INSURANCE، إحدى شركات مصر القابضة للتأمين والشركة المصرية الرائدة في نشاط التأمينات العامة، بتقديم الدعم للسوق المصرية والأسواق الأخرى من خلال زيادة الوعي التأميني وتحفيز الشمول المالي عبر تقديم حلول تأمينية مبتكرة وخدمات متميزة ودعم فعال لحماية مستقبل عملائها.

الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب للشركة عمر جودة كشف عن ان مصر للتأمين بصدد تطوير وتحديث نظامها المعلوماتي الذي سيكون من أحدث النظم المستخدمة على مستوى منطقة الشرق الأوسط، مؤكداً نجاح الشركة في مواجهة الأزمات الاخيرة والمحافظة على نموها وريادتها في السوق والتطلع نحو المستقبل بنظرة أكثر ديناميكية، مبرزا أهمية التأمين الإلزامي كونه الباب الأساسي لزيادة الوعي التأميني حول مفهوم المخاطر.

■ في رأيكم، ما هي الخطط المطلوبة لرفع نسب الاختراق التأميني في معظم الأسواق ومنها السوق المصرية؟

– في حال استطاعت مصر للتأمين من إنجاز إستراتيجيتها في التوسع بالمنتجات وقطاع التجزئة، سيساعد ذلك الى حد كبير في رفع معدلات الاختراق بشكل كبير.

■ هل يؤدي التحول الرقمي دورا في رفع كفاءة الشركات؟

– تساهم عملية الاستثمار في التحول الرقمي في زيادة وتعزيز أداء الشركات، لذلك ستركز استراتيجيتنا المستقبلية على تطوير نظم المعلومات الداخلية ووسائل التواصل الالكتروني مع العملاء وادارة المخاطر بصورة عامة.

■ في رأيكم، هل هناك حاجة لزيادة التأمينات الإلزامية التي من شأنها رفع نسب الاختراق في السوق؟

– النقطة الأهم في التأمينات الإلزامية أن تتمكن السوق من توفير منتجات متنوعة للمواطنين أكثر فعالية بحيث يكون التأمين الإلزامي الباب الأساسي لزيادة وعي الناس نحو مفهوم المخاطر والاقبال نحو

تأمينات جديدة. ■

المطلوب توفير منتجات متنوعة للمواطنين أكثر فعالية

الخمسة عشر الماضية، الا أنها نجحت في التصدي لمثل هذه الأزمات والمحافظة على نموها وريادتها في السوق، فضلا عن أنها أثبتت بأنها مصنع للخبرات في سوق التأمين المصرية. ومن جهة أخرى، يتطلب علينا في المرحلة الجديدة التطلع نحو المستقبل بنظرة أكثر ديناميكية.



من اليسار: عمر جودة، باسل الحيني وخالد عبد الصادق

■ ما هي الاستراتيجية الجديدة المعتمدة في ظل التحديات التي شهدها عام ٢٠٢٠؟

– تتركز أولويات شركة مصر للتأمين على توسيع الشبكة الانتاجية وكيفية تنوع المنتجات التأمينية التي نقدمها بهدف رفع معدلات النمو في قطاع التجزئة، بالاضافة الى التركيز على خدمة كبار العملاء في الشركة. وعلى المستوى الداخلي، ستركز أولويات العمل على رفع كفاءة الموظفين وزيادة الاهتمام بالمهارات الفنية والتسويقية، بالاضافة الى تحسين وتطوير بيئة العمل بما في ذلك أنظمة المعلومات والحاسب الآلي، بحيث أن الشركة بصدد تطوير وتحديث النظام

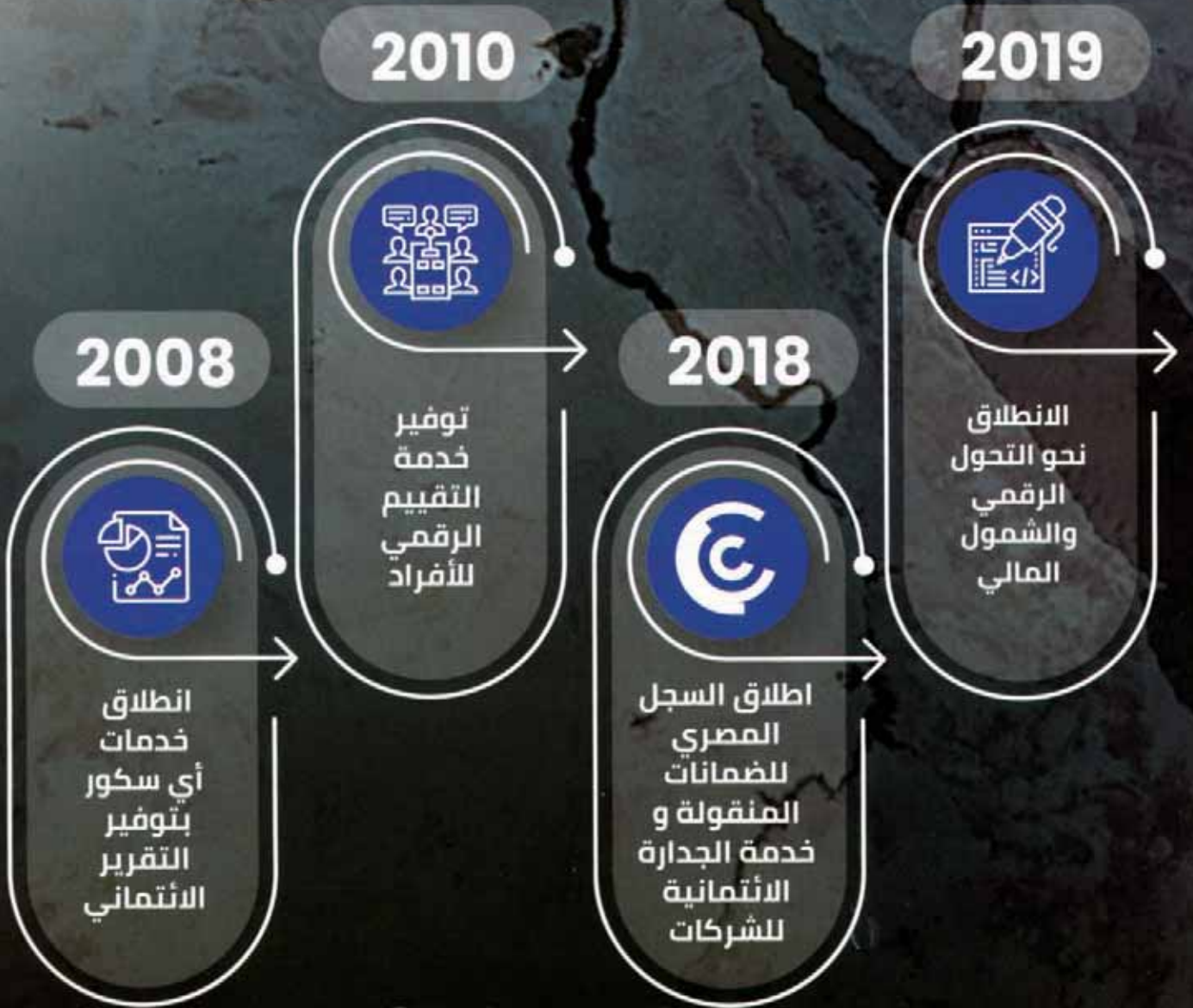
المعلوماتي والذي سيكون من أحدث النظم المستخدمة على مستوى منطقة الشرق الأوسط، وهذا من شأنه دعم الشركة للانطلاق بشكل أكبر.

■ هل نجحت الشركة في تخطي التحديات الناجمة عن تفشي وباء «كوفيد-١٩»؟

– واجهت مصر للتأمين مجموعة من التحديات خلال السنوات

"أي سكور"

مركز معلومات لتقديم خدمات مبتكرة
تساند الشمول المالي والتحول الرقمي



شريف الغمراوي (العضو المنتدب لشركة قناة السويس للتأمين):



اعتماد التسويق الإلكتروني من شأنه دعم تطور صناعة التأمين والارتقاء بالخدمات المقدمة للعملاء

اكتسبت شركة قناة السويس للتأمين السمعة الجيدة في الأسواق العالمية، وهي تتمتع بموقع متميز في سوق التأمين المصرية نتيجة السياسات السليمة التي تنتهجها لجذب العملاء وتحقيق أفضل معدلات النمو.

العضو المنتدب للشركة شريف الغمراوي وهو أحد ركائز الشركة تطرق إلى أهمية اعتماد التسويق الإلكتروني في دعم صناعة التأمين والارتقاء بالخدمات المقدمة للعملاء، مؤكداً توافر العديد من الخبرات والمهارات المتخصصة بالتسويق الإلكتروني، مطالباً الجهات الرقابية بدعم الشركات كي تتمكن من التوسع في هذا المجال، مطمئناً إلى تحقيق الشركة نتائج إيجابية جداً وحصولها على تصنيفين جديدين من A.M.BEST وفيتش.

ضخمة في التأمين الزراعي حيث يعمل الاتحاد المصري للتأمين على توسيع وتطوير هذا الفرع وانتشاره بصورة أكبر في المجتمع المصري لدعم القطاع الزراعي والحيواني.

تؤدي الجهات الرقابية دوراً بارزاً في تنظيم السوق

■ ما هو دور الجهات الرقابية في تطوير الأسواق، وما هي مطالبكم؟
- تؤدي الجهات الرقابية دوراً بارزاً في تنظيم السوق، بالإضافة إلى صدور قانون التأمين الموحد الذي يناقش في مجلس الشعب وسيتم العمل على إقراره. وبالتالي مطلبنا الوحيد يتمثل في دعم الشركات كي تتمكن من التوسع في مجال التسويق الإلكتروني وتحقيق الأهداف المطلوبة من هذه الخطوة التي من شأنها تطوير صناعة التأمين في مصر وزيادة نسب الاختراق التأميني.

■ هل من تداعيات سلبية لحادثة قناة السويس على الشركات المصرية ومنها شركتكم؟

- كلا، لن يكون هناك أي تداعيات سلبية لحادثة باخرة قناة السويس على أعمالنا ونتائجنا، كما أن شركة قناة السويس للتأمين تسجل نتائج إيجابية جداً وحصلنا مؤخراً على تصنيفين جديدين من قبل وكالة A.M. BEST وفيتش. ■

سجلنا نتائج إيجابية جداً وحصلنا على تصنيفين جديدين من A.M.BEST وفيتش

■ البيان
برايمكم، إلى أي مدى يساهم التسويق الإلكتروني في تطوير صناعة التأمين، وهل من معوقات؟

- اعتماد التسويق الإلكتروني من شأنه دعم تطور صناعة التأمين والارتقاء بالخدمات المقدمة للعملاء وسهولة الوصول إلى المنتجات. أما بالنسبة للمعوقات فتتمثل في

ضرورة وجود تشريعات تضمن التسويق الإلكتروني في الشركات، فضلاً عن أهمية وجود بنية تحتية متطورة تسمح بتطبيق هذه العملية في السوق المصرية وهل ستكون هذه البنية التحتية وفق المعايير والتطلعات التي تناادي بها الهيئة والاتحاد المصري للتأمين.

خبرات ومهارات متخصصة في مجال التسويق الإلكتروني

■ هل هناك نقص في أعداد الكوادر البشرية المتخصصة في هذا المجال؟

- بالعكس فهناك العديد من الخبرات والمهارات المتخصصة في مجال التسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى وجود بنية تحتية متطورة ومجهزة للانطلاق بعملية التسويق الرقمي، إلى جانب أعداد كبيرة من السكان تسهل عملية تسويق التأمين العام والتأمين المتناهي الصغر. يضاف إلى ذلك أن هناك إمكانات



شريف الغمراوي متوسطاً سمير محمود ورضوة علي

CONSULT YOUR DOCTOR FROM THE COMFORT OF YOUR HOME



GlobeMed Egypt offers insured members accessible care anytime, anywhere. With our telehealth consultations, members can now request consultation through whatsapp, get confirmation within 24 hours and connect with their doctor.

دراسة إحصائية لـ «جلوب ميد - مصر»:

معدلات الإصابة بالسرطان ازدادت بنسبة ٦,٥ في المئة سنوياً

أنواع السرطان شيوعاً لديهم، بمعدل حالة واحدة بين كل ٦ حالات، يأتي بعده وفي الدرجة الثانية، سرطان الدم (اللوكيميا)، يليه سرطان الغدد الليمفاوية، فسرطان القولون، فسرطان الدماغ والجهاز العصبي.

وبالنسبة للذكور، فإن سرطان الدم هو الأكثر شيوعاً في صفوف هؤلاء دون الأربعين عاماً، بينما يتصدّر سرطان القولون والبروستات القائمة لدى الذكور فوق الخمسين عاماً. وإلى ذلك، تظهر الإصابة بأنواع أخرى من السرطان مثل الدماغ والجهاز العصبي والغدد الليمفاوية في الفئة العمرية التي تتراوح بين ٢٠ و ٥٠ عاماً.

وكشفت الدراسة ظهور زيادة في حالات السرطان قد تكون عائدة إلى الإرتفاع في أعداد اختبارات الكشف المبكر نتيجة إنتشار الوعي حول مرض السرطان. وبفضل التقدم في مجال الأبحاث الطبية المعمّقة، تم إحراز تقدم ملحوظ في مكافحة السرطان. ومن البديهي أن تعكس الدراسات، ومنها الدراسة الأخيرة، أهمية بذل المزيد من الجهود في إطار الوقاية والكشف المبكر للسرطان، مما يحسّن معدلات البقاء على قيد الحياة ويخفف من تكاليف العلاج.

لقراءة الدراسة كاملة، يرجى زيارة موقع جلوب ميد مصر www.globemedegypt.com

باتت تشكّل الدراسات الطبية والعلمية التي تعلن عنها مجموعة جلوب مد GLOBEMED من حين إلى آخر محطة من محطات التوعية الصحية على مستوى الوطن العربي، تضاف إلى النشرات الدورية الصحية والاجتماعية التثقيفية التي دأبت على إصدارها من باب الوقاية وتجنب المرض قبل وقوعه. وعالجت الدراسات التي نُشرت على مدى السنوات الماضية، مواضيع عدّة منها ما يتعلق بالسكري وأمراض القلب والأمراض النسائية وغيرها.

وجديد هذه الدراسات ما أعلنته جلوب ميد-مصر مؤخراً، إذ أنجزت دراسة تناولت فيها مرض السرطان في مصر وكيفية الحد من انتشاره بالكشف المبكر له.

وأظهرت هذه الدراسة التي تعود إلى الفترة ما بين ٢٠١٤ وحتّى ٢٠١٩، أن معدلات الإصابة بالسرطان ازدادت بمتوسط إجمالي يقدر بـ ٦,٥ في المئة سنوياً، أي بمعدل ٣٦٢ حالة سرطان جديدة لكل ١٠٠ ألف شخص، وأن حوالي ٢٠ في المئة من جميع حالات السرطان الجديدة تحدث في الدم والجهاز الليمفاوي، يليها الجهاز الهضمي والثدي بحوالي ١٧ في المئة لكل منهما. وتمثل هذه المواقع الثلاثة أكثر من ٥٤ في المئة من جميع حالات السرطان، استناداً إلى تجربة جلوب ميد - مصر.

إلى ذلك، بينت الدراسة، في ما خص النساء، إن سرطان الثدي يشكل أكثر



نيرة مجدي

رئيسة قطاع الاعمال في شركة جلوب ميد-مصر

بيت التأمين المصري السعودي Egyptian Saudi Insurance House



تأسست كأول شركة تأمين تكافلي فى السوق المصري عام ٢٠٠٢
تمارس جميع أنواع تأمين الممتلكات و المسئوليات

تأكيدا لصدقية الشركة وتطبيقا لمنهج التكافل تم توزيع الفائض التأمينى على المؤمن لهم للعام الحادى عشر على التوالى :

عام ٢٠٠٩ / ٢٠١٠ (٥.٥ مليون جم)	عام ٢٠١٠ / ٢٠١١ (٥.٨ مليون جم)
عام ٢٠١١ / ٢٠١٢ (٩.١ مليون جم)	عام ٢٠١٢ / ٢٠١٣ (٨.١ مليون جم)
عام ٢٠١٣ / ٢٠١٤ (٧.٦ مليون جم)	عام ٢٠١٤ / ٢٠١٥ (٩.٥ مليون جم)
عام ٢٠١٥ / ٢٠١٦ (١٣.٧ مليون جم)	عام ٢٠١٦ / ٢٠١٧ (١٣.١ مليون جم)
عام ٢٠١٧ / ٢٠١٨ (٢٢ مليون جم)	عام ٢٠١٨ / ٢٠١٩ (٢١.٣ مليون جم)
عام ٢٠١٩ / ٢٠٢٠ (٣٧ مليون جم)	

Email: esih@esih.com.eg

WebSite- www.esih.com.eg

المركز الرئيسى :

١٥ شارع مصدق - الدقى - جيزة
تليفون : ٣٣٣٧٧٩٩٧ (١٠ خطوط) فاكس : ٣٣٣٥٥٣٠٣

فرع مدينة نصر :

٣٨ شارع عباس العقاد - مدينة نصر - القاهرة
تليفون : ٢٦٧١٧٠٨١ - ٢٦٧١٧٠٨٢ - ٢٦٧١٧٠٨٣ - ٢٢٧٠١٨٢٤ - فاكس : ٢٢٧٥٣٥٤١

فرع المهندسين :

٧٧ شارع شهاب - المهندسين - الجيزة
تليفون : ٣٣٠٤٦٣٩٢ - ٣٣٠٤٦٣٥٤ - ٣٣٠٤٦٣٥٤ - ٢٢٧٠١٨٤٣ - ٢٢٧٠١٨٢٤ - فاكس : ٢٢٧٠١٨٢٤ - ٢٢٧٠١٨٢٤

فرع الاسكندرية :

٨٨ شارع طريق الحرية - فؤاد باشا سابقا - الاسكندرية
تليفون : ٤٨٠٠٣٦٥ / ٤٨٠٠٣٦٥ - ٤٨٠٠٤١٩ / ٤٨٠٠٤١٩ - فاكس : ٤٨٠٠٥٨٩ / ٤٨٠٠٥٨٩

فرع طنطا :

٢ شارع سعيد باشا ناصية شارع الجلاء ميدان الجمهورية
تليفون : ٣٢٩٨٥٢٣ / ٣٢٩٨٥٢٣ - ٣٢٩٨٥٢٤ / ٣٢٩٨٥٢٤ - فاكس : ٣٢٩٨٥٢٣ / ٣٢٩٨٥٢٣

فرع دمنهور :

برج الزهراء شارع عبدالسلام الشاذلى امام المحافظة بجوار بنك باركليز
تليفون : ٣٣٧٤٤٧٥ / ٣٣٧٤٤٧٥ - ٣٣٧٤٤٧٥ / ٣٣٧٤٤٧٥ - فاكس : ٣٣٧٤٤٧٥ / ٣٣٧٤٤٧٥

فرع قنا :

٣ شارع كوبري داندره امام مستشفى قنا العام
تليفون : ٥٣٤٩٣٢٤ / ٥٣٤٩٣٢٤ - ٥٣٤٩٣٢٤ / ٥٣٤٩٣٢٤ - فاكس : ٥٣٤٩٣٢٤ / ٥٣٤٩٣٢٤

فرع الاسماعيلية :

برج مارسيليا امتداد شارع شبين الكوم - حي تانى - الدور الثالث
تليفون : ٣١٠٤٢٧٨ / ٣١٠٤٢٧٨ - ٣١٠٤٢٧٨ / ٣١٠٤٢٧٨ - فاكس : ٣١١٢٤٩٠ / ٣١١٢٤٩٠

فرع العاشر من رمضان :

مشروع دلتا سنتر - مركز مدينة العاشر الدور الثالث - شقة ٨
تليفون : ٤٣٥٦٧٠٢ / ٤٣٥٦٧٠٢ - ٤٣٥٦٧٠١ / ٤٣٥٦٧٠١ - فاكس : ٤٣٥٦٧٠١ / ٤٣٥٦٧٠١

الاعلان حاصل على موافقة الهيئة العامة للرقابة المالية بتاريخ ٢٠١٩ / ٤ / ٨

د. أحمد عبد العزيز (العضو المنتدب لمصر لتأمينات الحياة): الدخول في شركات بنكية يضمن تفعيل الشمول المالي في السوق المحلية



أكد الدكتور أحمد عبد العزيز، العضو المنتدب لشركة مصر لتأمينات الحياة، أن الشركة تدرس الدخول مع شركات بنكية أخرى لتفعيل الشمول المالي بدعم من المركزي والرقابة المالية خلال الفترة المقبلة، مشيراً إلى أن شركة مصر لتأمينات الحياة حققت ٢٥ في المئة نمواً في الأقساط، لافتاً إلى أن الفترة الماضية شهدت تطوير منظومة تكنولوجيا المعلومات بالشركة مع كبرى الشركات الأميركية.

وأوضح أن الفترة الماضية شهدت التعاون والتنسيق مع بنوك لطرح منتجات تأمينية تلبي احتياجات فئات عديدة من عامة الشعب، حيث أن التعاون مع بنوك الأهلي ومصر والقاهرة والزراعي تعد «بداية المرحلة الأولى» ما يفتح إمكانية التعاون مع بنوك جديدة.

مدحت صابر (AROE): الشمول المالي يوسع نطاق التغطيات التأمينية للتماشي مع متطلبات العميل



أكد مدحت صابر، العضو المنتدب لشركة أروب لتأمينات الممتلكات، أن الجهات الحكومية عامل رئيسي في نمو صناعة التأمين، فجميع القطاعات الاقتصادية في الدولة بما فيها صناعة التأمين تعمل تحت متطلبات القانون وهو ما يحفز الشركات على طرح منتجات تأمينية تلائم المجتمع المصري، مشيراً إلى أن الجهات الرقابية تتأكد دائماً من أن هذه المنتجات تتوافق مع متطلبات العملاء، باعتبار أنها الجهة المنوط بها حماية حقوق حملة الوثائق.

وأوضح صابر أن الدولة تتجه نحو الشمول المالي والتحول الرقمي، الذي يؤكد زيادة شريحة المستفيدين من الخدمات المالية غير المصرفية ومن ضمنها التأمين، لافتاً إلى أنه يجب على شركات التأمين التوجه نحو الترقيم للإستفادة من هذا التوجه للدولة بما يعود بالنفع على القطاع لزيادة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي. كما أن فكرة الشمول المالي توسع نطاق التغطيات التأمينية لتماماً مع متطلبات العميل سواء منتجات مصرفية أو غير مصرفية، وهو ما يوسع نطاق التغطيات التأمينية خلال الفترة المقبلة، وهو ما تطالب به الهيئة العامة للرقابة المالية شركات التأمين خلال الفترة الماضية.

زيادة التأمينات الإلزامية ترفع مساهمة القطاع في إجمالي الناتج القومي للدولة



د. محمد عمران

رئيس هيئة الرقابة المالية

أكد تقرير الإتحاد المصري للتأمين أن تأمينات المسؤولية المدنية تحتل المركز الرابع بين التأمينات العامة على المستوى العالمي وتحتل تأمينات أخطاء المهنة المركز الثالث (٤٠,٨ في المئة) من حجم سوق تأمين المسؤوليات في جميع أنحاء العالم، وتمثل الأسواق المتقدمة ٩٣ في المئة من أقساط المسؤولية العالمية. ويؤكد ذلك سبب ارتفاع نسبة التأمين من الناتج القومي للدول المتقدمة حيث أن معظمها يطبق إلزامية المسؤولية المدنية، مشيراً إلى أن معظم التأمينات الإلزامية تنصب أساساً على المسؤوليات المدنية أو الأخطاء المهنية خصوصاً جميع المهن الطبية والمهندسين والمحامين والمحاسبين، لافتاً إلى أنه نظراً لأن قطاع التأمين في مصر قد بدأ مرحلة جديدة من التطور ليتجاوب مع خطط التنمية بعدد من الإجراءات والمبادرات لزيادة معدلات النمو بصناعة التأمين، وتعميق مساهمة قطاع التأمين في الناتج المحلي التي لا يتجاوز حدود ١ في المئة التي نقف عندها منذ تسعينيات القرن الماضي.

وفي ضوء تخصيص القانون الجديد للتأمين في مسودته النهائية فصلاً مستقلاً للتأمينات الإجبارية أبرزها المسؤوليات المهنية بجميع أنواعها، كشرط لترخيص نشاطهم، لذلك يتعين على الإتحاد المصري استعداداً لتطبيق القانون الجديد للتأمين، إيلاء عناية خاصة لدراسة آلية التأمين الإجباري على المسؤوليات المهنية، وذلك بما يعكس إيجاباً على صناعة التأمين وبغرض مضاعفة حجم مساهمة قطاع التأمين في الناتج المحلي المصري، وذلك بالإضافة إلى إدراج تأمين المسؤوليات ضمن حملات نشر الوعي التأميني والثقافة التأمينية لتصل لكل ربوع مصر.

د. سعيد جبر (قناة السويس لتأمينات الحياة): الأرباح الصافية ٤٨,٥ مليون جنيه



أكد الدكتور سعيد جبر، عضو مجلس الإدارة المنتدب لشركة قناة السويس لتأمينات الحياة، أن الشركة حققت أقساطاً مصدرها خلال ٢٠١٩-٢٠٢٠ بقيمة ٥٦٠,٣٦ مليون جنيه.

وأشار إلى أن فائض النشاط التأميني خلال ٢٠١٩-٢٠٢٠ بلغ نحو ٨٤,٥٥ مليون جنيه مقابل ٦٣,٩ مليون جنيه العام المالي السابق بزيادة نسبتها ٣٢,٣٢ في المئة، لافتاً إلى أنه تأكيداً لسياسة الشركة

في دعم الاحتياطات فقد بلغت المخصصات الفنية للشركة مبلغ ١٢٩٥,٥٦ مليون جنيه، بمعدل زيادة قدرها ٣,٤٥ في المئة، ما يؤكد حرص الشركة على تدعيم مخصصاتها حرصاً لمصلحة العملاء وحفاظاً على حقوق حملة الوثائق، فيما بلغ صافي أرباح الشركة عن السنة المالية المنتهية في ٣٠ يونيو ٢٠٢٠ مبلغ ٤٨,٤٤ مليون جنيه بعد الضرائب مقابل ٤١,٩٥ مليون جنيه للعام السابق.

«مصر القابضة للتأمين» تهدف للتحوّل لأكبر مجموعة مالية غير مصرفية في الشرق الأوسط خلال ١٠ سنوات



باسل الحيني

قال **باسل الحيني**، رئيس مجلس الإدارة والعضو المنتدب لشركة مصر القابضة للتأمين، ان المجموعة وضعت استراتيجية طويلة الأجل تهدف للتحوّل الى اكبر مجموعة مالية غير مصرفية في الشرق الاوسط خلال فترة تتراوح بين ٧ و ١٠ سنوات.

وأضاف **الحيني**، خلال المؤتمر الصحفي للشركة، ان المجموعة تهدف للتوسع في الأنشطة المالية غير المصرفية، لا سيما أنشطة التأجير التمويلي والتخصيم والتمويل متناهي الصغر، مؤكدا على ان المجموعة حاليا تُعد أكبر كيان مالي غير مصرفي في مصر.

وأشار **الحيني** إلى أن الشركة تعتزم التوسع في نشاطي التأجير التمويلي والتخصيم خلال الفترة القليلة المقبلة عبر الاستحواذ على احدى الشركات القائمة في السوق، والمقرر البدء في ذلك بنهاية النصف الاول من العام الجاري.

وأضاف ان الشركة تعتزم ايضا التوسع في نشاط التمويل متناهي الصغر ولكن على المدى طويل الأجل وليس خلال الفترة القصيرة المقبلة، موضحا توسع الشركة في نشاط التأمين عبر سعي المجموعة لتأسيس شركة متخصصة للتأمين الطبي، والمزمع التقدم بها للهيئة خلال الفترة المقبلة.

وأوضح **الحيني** ان الشركة تعتزم المساهمة بحصة ٦٠ في المئة في شركة التأمين الطبي المتخصصة التي تعتزم المجموعة تأسيسها بمشاركة شركتي التأمين التابعتين لها بصحة ٢٠ في المئة لشركة مصر للتأمين ومثلها لمصر لتأمينات الحياة، مشيرا الى انه جاري الاعداد للتقديم للهيئة العامة للرقابة المالية بهذه الشركة الجديدة والمقرر ان يبلغ رأسمالها المصدر ١٦٠ مليون جنيه.



Designed for your convenience

Insurance made much easier with MLI app



MISR LIFE INSURANCE
TOMORROW STARTS TODAY

GET THE APP
Download on the App Store
GET IT ON Google Play
misr_life_ins misrlifeinsurance
www.misrife.com / call 19446



م. مصطفى مدحت حسين (رئيس مجلس إدارة شركة IT-FUSION-مصر):



نمكن الشركات المصرية العاملة في مجال الخدمات الطبية من التحول الرقمي بالانضمام إلى منصة NICE DEER

بدأت شركة الشرق الأوسط لتنمية البرمجيات IT-FUSION نشاطها منذ أكثر من ١٦ عاماً، وهي شركة مصرية تعمل في مجال برمجيات و تطبيقات التأمين الطبي الذكية بجميع جوانبه . وتقدم IT-FUSION لشركات التأمين وشركات الإدارة الطبية حزمة من البرامج التقنية وتطبيقات الهواتف الذكية منها منصة NICE DEER والتي أيضاً تعمل على تمكين المنصات المصرية الناشئة العاملة في الخدمات الطبية.

على هامش مؤتمر الـ FAIR، كان لنا حديث مع رئيس مجلس إدارة الشركة المهندس مصطفى مدحت حسين الذي سلط الضوء على أبرز ما تطرقت إليه مداخلة في فعاليات المؤتمر، مؤكداً أن جائحة «كوفيد - ١٩» دفعت شركات التأمين والأفراد للتحول نحو الخدمات الطبية الرقمية كاشفاً عن افتتاح شركتين جديدتين ضمن المجموعة في مجالي التحولات الرقمية والذكاء الاصطناعي، منوهاً بفريق عمل الشركة المتخصص في المجالات الطبية كافة.

على الحياة في مختلف دول العالم. إلى جانب أهمية الدور الذي تؤديه شركات التأمين في مجال المسؤولية الاجتماعية وضرورة الاستمرار في الخدمة المدنية. يضاف الى ذلك أنه سلط الضوء على دور جائحة «كوفيد-١٩» في دفع شركات التأمين والأفراد للتحول نحو الخدمات الرقمية. كما أن عملية التسويق الرقمي التي اعتمدها الشركات ساهمت في الحد من التداعيات السلبية للجائحة وعمليات الإغلاق التي شهدتها أسواق العالم.

فريق عمل متخصص

■ تركزت خدماتكم في مجال التأمين الطبي، هل لديكم النية للتوسع نحو قطاعات أخرى لمساعدتها في عملية التحول الرقمي؟

- تضم مجموعتنا عدداً من الشركات منها المتخصصة في مجال أمن و حماية المعلومات. ونحن الآن في صدد المشاركة في شركتين الأولى في مجال التحولات الرقمية للشركات خارج قطاع التأمين والثانية في مجال علم البيانات (Data Science) والذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) وكيفية تطويره لخدمة مختلف القطاعات.

كما تمتلك الشركة فريق عمل متخصص في مختلف المجالات يخضع بصورة دورية للتدريب حول كيفية تطوير المنصات والتطبيقات لخدمة عملائنا. كما أن لدى شركتنا خطة لزيادة وعى العاملين في القطاع الطبي لمواكبة التغيرات و الأحداث العالمية فعلى سبيل المثال تضم الادارة الطبية داخل شركة IT-Fusion أطباء متخصصين يعملون على تأهيل العاملين في الإدارات الطبية لدى شركات التأمين الطبي و الرعاية الطبية لاستخدام التصنيف العالمي للأمراض (ICD) في نسخته الحادية عشر، بالإضافة إلي تدريب العاملين في إدارات المطالبات للحصول على شهادة Certified Medical Coder. ■

■ يناقش هذا المؤتمر أهمية التحول الرقمي في تطوير صناعة التأمين. ما مدى أهميته وهل هناك إقبال على اعتماد الحلول الرقمية للارتقاء بهذه الصناعة؟

- ساهمت جائحة «كوفيد-١٩» في تسريع وتسهيل عملية التحول الرقمي والمكثنة في تقديم الخدمة الطبية للمؤمن عليهم عبر الحلول التقنية. ونحن في شركة IT-FUSION تمكنا من مساعدة الشركات من خلال صرف المطالبات الطبية باستخدام الرقمنة بدلاً من الطرق التقليدية مما ساهم في تقليل انتشار الوباء. وقد بادرنا بتحفيز المنصات الطبية الناشئة بالانضمام الى منصة NICE DEER لتقديم خدماتهم الطبية لشركات التأمين المختلفة.

كما انضمت خمسة شركات إلى منصتنا و توفر خدماتها لعملاء التأمين الطبي عبر منصة NICE DEER مما شكل تحولاً رقمياً كبيراً في سوق التأمين المصرى.

التغيرات العالمية التي أثرت على سلوكيات الأفراد

■ ما هي أبرز العناوين التي تطرقت إليها خلال كلمتكم في المؤتمر؟

- تحدثت في كلمتي حول التغيرات العالمية التي أثرت على سلوكيات الأفراد وبالتالي ساهمت في اكتساب مجموعة جديدة من القدرات للشركات والمستخدمين فعلى سبيل المثال مكنت التكنولوجيا شركات كثيرة من تطوير منتجاتها التأمينية و إضافة عدد من الخدمات الجديدة على المنتجات القائمة مثل خدمة الطبيب عن بُعد (Telemedicine) حيث يتم نقل المعلومات الطبية من خلال وسائط مرئية مشتركة بغرض تقديم إستشارات طبية. بالإضافة إلى ذلك، تم التركيز على نقطة مهمة ألا وهي كيفية المزج بين الحضارات والثقافات في تطوير صناعة التأمين ودور العولمة في توحيد شكل وثائق التأمين



Re|invent Your business. Your industry.

Staying ahead of the curve is difficult in any industry. With advanced data, technology, and know-how, you can be successful in creating the risk solutions of the future. We're here to do that with you.

NOT IF, BUT HOW

Munich RE 

أحمد درويش (مدير عام ROYAL INSURANCE)؛



الشركات التي كانت تمتلك بنية تحتية رقمية متطورة نجحت في التأقلم مع الازمة

تواصل شركة رويال للتأمين ROYAL INSURANCE تحقيق المزيد من الأهداف المنشودة في إطار خططها واستراتيجياتها للسنوات المقبلة، وفي مقدمها احتلال المراكز المتقدمة على مستوى السوق المصرية من خلال زيادة محفظة الأقساط وتحقيق الربحية والالتزام بتقديم منتجات وخدمات عالية الجودة.

مدير عام الشركة أحمد درويش اعتبر ان المرحلة المقبلة تتطلب الاعتماد أكثر على التسويق الرقمي وتطوير نظم شركات التأمين وتعزيز منصات البيع، مشيراً الى أن ذلك يقلل من نسب الكلفة. وأكد درويش ان نسب الاختراق التأميني تزداد عندما يدرك المواطن أهمية التأمينات الإلزامية كتأمين تعويض المخاطر المهنية والمخاطر المتعلقة بصحته وغيرها، مطمئناً الى تحقيق الشركة نتائج مرضية خلال العام ٢٠٢٠ بالرغم من التحديات المحيطة.

– من أبرز المخاطر التي يجب ان تكون الزامية في السوق المصرية هي تأمين تعويض المخاطر المهنية، يليها المخاطر المتعلقة بصحة المواطن والتأمين على مركبته ومنزله وغيرها من التأمينات المهمة. وستزداد نسب الاختراق إذا ما أدرك المواطن أهمية هذه التأمينات.

■ ما هي أبرز الانجازات التي قامت بها شركتكم؟

– نحن في صدد العمل على تغيير النهج الداخلي للشركة من خلال تنويع المحفظة وعدم الاعتماد فقط على فرع التأمين على المركبات الذي كان يشكل حجم كبير من محفظة الاعمال، وهذا من شأنه تطوير الاداء. بالإضافة الى قيام الشركة بطرح منتجات تحاكي جيل الشباب الذي يشكل نسبة مرتفعة من حجم السكان. ونحن بالتالي راضون عن النتائج المحققة خلال العام ٢٠٢٠ رغم التحديات المحيطة بنا، حيث نجحنا في تحقيق تقدم جيد والارتقاء بموقع الشركة ضمن السوق المصرية. ■



نعمل على تنويع محفظتنا و طرحنا منتجات تحاكي جيل الشباب



نعتمد منصات متعددة للبيع والتسويق

■ هل من شأن التسويق الالكتروني زيادة نسبة الاختراق التأميني التي ما زالت خجولة في عالمنا اليوم؟

– الاعتماد على المنصات الرقمية في التسويق يقلل من نسب الكلفة مقارنة بالطرق التقليدية المعتمدة سابقا. ونحن في الشركة نعتمد منصات متعددة للبيع والتسويق في العديد من الفروع كالتأمين الصحي والتأمين على المركبات والتأمين على السفر. أما بالنسبة لموضوع نسب الاختراق المتدنية، فيعود ذلك الى عدم اتخاذ خطوات جديدة على مستوى سوق التأمين المصري ككل وهذا الامر يجب إعطائه أولوية أكبر.

■ هل من أخطار يجب ان تكون الزامية؟



■ يناقش المؤتمر كيفية مواجهة تحديات عام ٢٠٢٠. برأيكم كيف يمكن ذلك من خلال الاعتماد على التسويق الرقمي؟ وما المطلوب لتنشيط القطاع؟

– بعد انتشار جائحة «كورونا»، ازداد الطلب بشكل كبير على التقنيات الرقمية، وبالتالي شركات التأمين التي كانت تمتلك بنية تحتية رقمية متطورة نجحت في التأقلم مع الازمة خلال المرحلة الماضية.

بالإضافة الى ذلك، تتطلب المرحلة المقبلة الاعتماد بشكل كبير على التسويق الرقمي وتطوير نظم المعلومات داخل الشركات، بحيث ان القطاع التأميني لا يزال بعيدا نسبيا عن التكنولوجيات المتقدمة مقارنة بالقطاع المصرفي، ومن هنا يتطلب من الشركات إعطاء أولوية أكثر للجانب التكنولوجي.

وبالنسبة لشركتنا، فقد قمنا بتطوير أنظمة البيع والتسويق الالكتروني خلال جائحة «كوفيد-١٩»، ومن المتوقع تعزيز منصات البيع بشكل أكبر.



آمان بلا حدود

قاسم عبد الرحمن الأمين (مدير التسويق لشركة التعاونية للتأمين - السودان):



مقبلون على تطورات ضخمة في مختلف القطاعات الاقتصادية في الدولة

منذ تأسيسها، اضطلعت الشركة التعاونية للتأمين-السودان بدور رائد في قطاع التأمين في السوق السودانية واكتسبت خبرات واسعة حولتها بناء سمعة طيبة في أوساط عملائها. هذا ونجحت الشركة في إثبات نفسها كشركة متطورة ومواكبة لمتطلبات العصر تلبية لاحتياجات العملاء، ما جعلها واحدة من أكبر الشركات التأمينية في السوق المحلية.

وصف مدير التسويق في الشركة قاسم عبد الرحمن الأمين السوق التأمينية السودانية بالواعدة جداً، متوقفاً حدوث طفرة إيجابية بعد رفع العقوبات والتغييرات التي حصلت مؤخراً ومنها قانون التأمين الجديد، مؤكداً أن جائحة «كورونا» حثت الشركات للتوجه نحو التحول الرقمي، كون التعامل في التسويق الرقمي داخل السودان ليس بالمعدلات المطلوبة، لافتاً إلى تحقيق الشركة أعلى معدلات نمو بين شركات التأمين السودانية.

التأمين تقدم خدماتها عبر تطبيقات على الهواتف المحمولة. ونحن الآن نسير بهذا النهج باعتباره ضرورة لمواكبة التطورات في الاسواق العالمية.

أهمية كبرى للتسويق الرقمي

■ هل التوجه نحو التسويق الرقمي من شأنه زيادة نسبة الاختراق التأميني التي ما زالت خجولة في عالمنا اليوم؟
- للتسويق الرقمي أهمية كبرى في تطوير العمل التأميني، ومن شأنه تسهيل عملية إيصال المعلومات وتلقي الخدمات. وبالتالي من الضروري اعتماد هذا الاسلوب في العمل في السوق السودانية.
■ ما هي الاستراتيجية التي ستعتمدها في عملية التسويق في ظل التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم؟

- في الحقيقة، وضعت شركة التعاونية خطة خمسية بدأت عام ٢٠١٩ تتمحور حول استراتيجية التسويق التي سيتم

اعتمادها والتي تركز على الانفتاح في السوق ومواكبة التطورات والتقنيات الحديثة، فضلاً عن العمل بخطوات ثابتة نحو التسويق الرقمي.

من جهة أخرى، شهدت الشركة منذ بداية العام ٢٠١٨ العديد من التغييرات فضلاً عن تحقيقها أعلى معدلات نمو بين شركات التأمين

السودانية العاملة في السوق. ■ من اليمين: احمد حسني، جان مدلج، هادي تيوكاريس وقاسم عبد الرحمن الامين

حققتنا أعلى معدلات نمو بين شركات التأمين السودانية

■ ما هي الانعكاسات الإيجابية لرفع العقوبات عن السودان وتأثيرها على القطاع التأميني في الدولة؟

- يعد السودان من الاسواق الواعدة جدا ومن المتوقع حدوث طفرة إيجابية بعد رفع العقوبات حيث أننا مقبلون على

تطورات ضخمة في مختلف القطاعات الاقتصادية في الدولة وتحديدًا قطاع التأمين الذي يشكل صمام أمان للاقتصاد، فضلاً عن أن التغييرات التي حصلت على مستوى سوق التأمين السوداني وأهمها قانون التأمين الجديد من شأنه الارتقاء بالسوق وجذب شركات تأمين أجنبية.

■ أين موقع السودان من عملية التسويق الرقمي والتحول الرقمي في ظل أهمية اعتماد هذا النهج لمواكبة التطورات في الأسواق العالمية؟

- اختار هذا المؤتمر عناوين حساسة وذات أهمية للتطورات التي تشهدها مختلف الاسواق بما فيها جائحة «كورونا» التي ساهمت في حث الشركات على التوجه بشكل أسرع نحو التحول الرقمي، في حين أن السوق السودانية تعاملت في التسويق الرقمي انما ليس بالمعدلات المطلوبة حيث ان بعض شركات



مأمون بشير النفدي ومعاوية ميرغني أبشر (شركة الشرق الأوسط للتأمين - السودان):

تشهد الساحة السودانية العديد من التغييرات

الإيجابية والإنتاح على العالم الخارجي

نجحت شركة الشرق الأوسط للتأمين في السودان THE MIDDLE EAST INSURANCE COMPANY، بفضل أدائها المتميز وتواصلها المستمر مع عملائها، في تحقيق أهدافها المنشودة وتقديم أفضل الخدمات والمنتجات التأمينية بأسعار معقولة وتنافسية. وتسعى الشركة الى أن تكون رائدة في تطوير ونشر الوعي التأميني لدى المواطنين السودانيين.

في مقابلة ثنائية، أكد رئيس مجلس إدارة الشركة مأمون بشير النفدي أن التغييرات الإيجابية التي شهدتها الساحة السودانية مؤخراً من شأنها إحداث تطورات كبيرة، متوقفاً أن يحقق الإقتصاد السوداني معدلات نمو إيجابية، أملاً أن تنجح الدولة في مواكبة التقنيات الحديثة والتحول الرقمي تزامناً مع عودة السودان الى المجتمع الدولي.

من جانبه، توقع مدير عام الشركة معاوية ميرغني أبشر المزيد من التطور والإنتاح في المستقبل القريب بعد عودة السودان إلى المنظومة العالمية، مؤكداً أن وجود الشركات الأجنبية يصب في مصلحة سوق التأمين السودانية.



من اليمين: مأمون بشير النفدي ومعاوية ميرغني أبشر

– **معاوية أبشر**: بالتأكيد إن وجود شركات أجنبية يصب في مصلحة سوق التأمين السودانية كونه يخلق منافسة صحية الى جانب المزيد من التدريب والتأهيل وتحسين الخدمات، فضلاً عن أن الشركات التجارية التي ستدخل السوق ستساهم في تطوير القطاع من دون شك.

تقنيات حديثة لمواكبة عملية التحول الرقمي

■ ما هي أهم الإنجازات التي حققتها شركة الشرق الأوسط للتأمين في السودان، وما هو موقع السودان من التحول الرقمي الذي تشهده الأسواق العالمية؟

– **مأمون النفدي**: في السابق، كانت السودان دولة معزولة عن العالم الخارجي، إلا أن العام ٢٠٢١ سيشكل بداية عودة السودان الى المجتمع الدولي وإدخال التقنيات الحديثة لمواكبة عملية التحول الرقمي في الأسواق المتقدمة، على أمل أن تنجح الدولة في هذه التجربة الجديدة سواء على مستوى التسويق الرقمي أو على مستوى التأمينات المتناهية الصغر والتأمين عبر المصارف. ■

من جهة أخرى، كانت شركات التأمين السودانية تعاني من مشكلة محدودة العوائد الإستثمارية وهناك محاولات من جهاز الرقابة على التأمين لتحسين هذه النسب.

■ كيف تقومون إنعكاس رفع الحظر على الإقتصاد الداخلي للدولة؟

– **معاوية أبشر**: بدأت السودان بالعودة الى المنظومة العالمية بعد رفع الحظر الإقتصادي الذي كان مفروض علينا، بالإضافة الى عودة التعاملات البنكية التي كانت متوقفة منذ فترة طويلة. ومن المتوقع المزيد من الإنتتاح والتطور في المستقبل القريب ويعود الفضل بذلك الى الحكومة التي بذلت جهوداً كبيرة في إعادة العلاقة مع صندوق النقد الدولي، كما هناك خطة طموحة لإعفاء ديون السودان.

وجود الشركات الأجنبية يصب في مصلحة سوق التأمين السودانية

■ هل تتخوفون من منافسة قوية في السوق نتيجة دخول إستثمارات أجنبية وإدخال التأمين التقليدي الى جانب التعاوني؟

■ **البیان** الحظر والعقوبات على صناعة التأمين في الدولة؟

– **مأمون النفدي**: تشهد الساحة السودانية العديد من التغييرات الإيجابية والإنتاح على العالم الخارجي وهذا من شأنه أن يحدث تطوراً كبيراً في ما يتعلق بتدفق الإستثمارات الأجنبية، إلا أن هذا الأمر يتطلب بعض الوقت بسبب إصدار الدولة قوانين جديدة لتنظيم العمل. ولكننا نتوقع في المستقبل القريب أن يحقق الإقتصاد السوداني نقلة نوعية مهمة وتسجيل معدلات نمو إيجابية.

■ من الملاحظ وجود توجه نحو التأمين التقليدي في السوق السودانية. ما هو تعليقكم على هذا الموضوع؟

– **معاوية أبشر**: سابقاً، كانت معظم الشركات قائمة على النظام التجاري وبعدها تحولت نحو النظام التكافلي. أما الآن فهناك توجه لدى البعض للدمج بين النظامين التكافلي والتقليدي في ظل مفاوضات جارية بين اتحاد شركات التأمين وجهاز الرقابة على قطاع التأمين، ونحن بدورنا نؤيد هذا التوجه الى حد كبير.

د. شريف فتحي يوسف

(رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لشركة عناية INAYA):

الإستثمار في المهارات والكفاءات وزيادة التدريب والتأهيل لنجاح التحول الرقمي



تهدف شركة عناية للرعاية الطبية INAYA في مصر ومنذ تأسيسها في العام ١٩٩٨ إلى تقديم برامج وخدمات الرعاية الصحية الشاملة من خلال وثائق تأمين العلاج الطبي التي تصدرها شركات التأمين المرخص لها في السوق المحلية، وتواصل الشركة أيضاً إدارة برامج العلاج الطبي بأحدث الأساليب العلمية مع تطبيق معايير الجودة الطبية بما يضمن مصلحة المؤمن والمؤمن عليه.

رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للشركة د. شريف فتحي يوسف أوضح أن جائحة «كورونا» شكلت حافزاً للشركات للتحوّل نحو الخدمات الرقمية، لافتاً إلى أن اعتماد «عناية» عملية التحول الرقمي خطوة ناجحة جداً ما ينعكس إيجابياً على السوق عبر تطبيق نظام التأمين الصحي الإجتماعي، مذكراً بأهمية الإستثمار في المهارات والكفاءات، مطمئناً إلى تسجيل الشركة نتائج جيدة وأفضل من العام الماضي.

■ يناقش المؤتمر كيفية مواجهة تحديات عام ٢٠٢٠، برأيكم كيف يمكن ذلك من خلال الإعتماد على التسويق الرقمي، وكيف لشركات الرعاية الصحية تطبيق عملية التحول الرقمي؟

– ينعقد هذا المؤتمر خلال مرحلة دقيقة جداً، في حين أن ظهور جائحة «كورونا» شكل حافزاً كبيراً للشركات للتحوّل نحو الخدمات الرقمية والتسويق الإلكتروني لخدمة عملائها خلال المرحلة الماضية، في حين أن التأمين الصحي سيحقق العديد من الجوانب الإيجابية نتيجة التحول الرقمي حيث باتت هذه العملية ضرورية لضمان استمرارية الشركات ومواكبتها لتطورات العصر. وبالتالي فإن من شأن عملية التحول الرقمي تسهيل وتحسين الخدمات، إلى جانب تسريع عملية تلقي الخدمة للمؤمنين، وتنشيط القطاع الطبي إلى حد كبير، بحيث أن العديد من الأطباء والعيادات في طور البحث على عملية الربط الإلكتروني مع شركات الرعاية الصحية عبر استخدام التطبيقات والمنصات لتقديم خدمات الإستشفاء وتقديم الإرشاد الطبي للمرضى.

■ هل هناك مخاطر نتيجة استخدام المنصات الإلكترونية للعلاج الطبي؟
– بالتأكيد يجب دراسة مخاطر استخدام هذه المنصات، إلا أنه تبقى نسب الأخطار أقل بكثير من الخطأ البشري. وفي الوقت نفسه يجب اعتماد أنظمة حماية متطورة لمنع حدوث أي عمليات إحتيال تنعكس سلباً على البيانات والمعلومات التابعة للمرضى ومستخدمي هذه المنصات.

■ كيف تقومون بإعتماد شركة عناية عملية التحول الرقمي، وكيف تصفون إنطباعات عملائكم؟
– كانت خطوة ناجحة جداً، كما أن العمل بها سينعكس بصورة إيجابية على السوق في تطبيق نظام التأمين الصحي الإجتماعي لمختلف الفئات الإجتماعية. ولتحقيق نجاح التحول الرقمي يجب الإستثمار بشكل أكبر في المهارات والكفاءات وزيادة التدريب والتأهيل.

■ كيف تقومون أداء الشركة مع بداية العام ٢٠٢١؟
– سجلت الشركة نتائج جيدة وأفضل من العام الماضي الذي حمل الكثير من التحديات والأزمات لمختلف القطاعات ومنها صناعة التأمين. ■

أحمد خليفة

(العضو المنتدب لشركة ثروة للتأمين SARWA - مصر):

من المتوقع أن ترتفع نسب الإختراق مع انتشار التسويق الإلكتروني



أصبحت شركة ثروة للتأمين SARWA - مصر، إحدى الشركات التابعة لثروة كابيتال، منافساً قوياً للأسماء العالمية في نشاط التأمين في مصر خاصة شركات التأمين ذات رؤوس الأموال الأجنبية. وتعتبر SARWA من أفضل ثلاث شركات في السوق المحلية على مستوى الخدمات وتحديد المنتجات الشخصية وسرعة التعويضات.

العضو المنتدب للشركة أحمد خليفة أوضح أن التسويق الإلكتروني مهم في المرحلة الحالية، متوقفاً أن ترتفع نسب الإختراق التأميني خاصة في مجال التأمينات الصغيرة والمتوسطة والتي من السهل تسويقها رقمياً. وعن SARWA، كشف خليفة عن سيرها بخطوات منتظمة لتحقيق المزيد من التقدم والنظور.

■ برأيكم، ما هي إنعكاسات التسويق الإلكتروني على القطاع التأميني؟
– يعد التسويق الإلكتروني من الأمور المهمة خلال المرحلة الحالية، وقد أثبتت التجارب خلال جائحة «كوفيد-١٩» أن اعتماد الحلول الرقمية قلّصت من تكاليف الشركات وفي الوقت نفسه زادت حجم العوائد إنطلاقاً من تمكين الشركات للوصول إلى شرائح جديدة من المجتمع.

■ كيف تقومون بنسب الإختراق التأميني في السوق المصرية؟
– لا تزال نسب الإختراق متدنية في السوق وتشكل واحد في المئة فقط من الناتج القومي الإجمالي، ومن المتوقع مع انتشار التسويق الإلكتروني أن ترتفع نسب الإختراق وتحديدًا في مجال التأمينات الصغيرة والمتوسطة الحجم التي من السهل تسويقها إلكترونياً وبكلفة محدودة جداً.

■ ما هي مطالبكم من الجهات الرقابية؟
– توفر الجهات الرقابية في مصر كامل الدعم للشركات والسوق التأمينية كما تعمل على وضع تشريعات مهمة وتطويرها بانتظام بما يخدم التطورات العالمية واحتياجات السوق المحلية.

■ ما هي آخر مستجدات شركة ثروة للتأمين؟
– أوقفنا السنة المالية بما يقرب ١٧٩ مليون جنيه ومن المتوقع تسجيل نتائج أفضل خلال العام المقبل. بالإضافة إلى أننا نسير بخطوات منتظمة، وقد تضاعف عدد الوسطاء المتعاملين معنا مرات عديدة خلال السنوات الثلاث الماضية، ونسعى للمزيد من التقدم وتطوير العلامة التجارية للشركة. ■

نسعى للمزيد
من التقدم
وتطوير العلامة
التجارية
للشركة

أحمد مرسي

(مصر للتأمين التكافلي):

**١١٥ مليون جنيه حصيلة أقساط
النصف الأول**



حققت شركة مصر للتأمين التكافلي ممتلكات - ذراع مجموعة مصر القابضة للتأمين بنشاط تأمينات الممتلكات والمسؤوليات التكافلي ١١٤,٩ مليون جنيه بحفظه أقساطها خلال الستة أشهر الأولى من العام المالي الحالي ٢٠٢٠ - ٢٠٢١.

وقال أحمد مرسي، رئيس مجلس الإدارة والعضو المنتدب للشركة أن الأقساط المحققة خلال الستة أشهر الأولى من العام المالي الحالي تمثل ما نسبته ١١٤ في المئة من الموازنة المستهدفة بأقساط الشركة خلال الفترة نفسها، والبالغة ١٠٠ مليون جنيه ومقارنة بما قيمته ١٠٧ ملايين خلال الستة أشهر المماثلة من العام المالي الماضي ٢٠١٩ - ٢٠٢٠.

وأضاف أن الشركة تستهدف الوصول بحافظة أقساطها إلى ٢٠٠ مليون جنيه بنهاية العام المالي الحالي.

ووفقاً لمرسي، تخطط الشركة لاستكمال تنوع النمو المتوازن بالمحافظة التأمينية للشركة عبر تقليص نمو فرع السيارات التكميلي لصالح الفروع التأمينية الأخرى وفقاً لخطة استراتيجية تسمى الإكتتاب الفني السليم بكافة الفروع. وفي المقابل ارتفعت فاتورة التعويضات المسددة لعملاء الشركة خلال الفترة لتتجاوز ٦٠ مليون جنيه، ووفقاً لمرسي بلغ صافي أرباح الفترة ٦ ملايين جنيه وفائض النشاط التأميني ٢,٧ مليون جنيه، فيما بلغ إجمالي أصول الشركة بنهاية ديسمبر ٣٠٣ ملايين جنيه، وإجمالي حقوق المساهمين ١٧٤ مليون جنيه.

ولفت مرسي إلى انتهاء الشركة من إجراءات زيادة رأسمالها المدفوع بقيمة ٢٤,٦ مليون جنيه ليصل إلى ١٤٤,٦ مليوناً. ■

محمد مصطفى عبد الرسول

(العضو المنتدب لشركة أورينت للتأمين التكافلي - مصر):

الشركات التي تمتلك الطول الرقمية سجلت نتائج إيجابية



تعد شركة أورينت للتأمين التكافلي - مصر، إحدى الشركات التابعة لمجموعة الفطيم الإماراتية، وهي شركة التأمين الأسرع نمواً في مصر بمعدل نمو سنوي يزيد عن ٣٠ في المئة. وتعمل ORIENT في جميع مجالات التأمين ما عدا الحياة وتلتزم بتقديم خدمات تأمينية متميزة ومبتكرة من خلال مجموعة متنوعة من قنوات التوزيع المباشر.

العضو المنتدب للشركة محمد مصطفى عبد الرسول أشار في مقابلة مع مجلتنا إلى أن شركات التأمين التي تمتلك حلولاً رقمية نجحت في عملية التسويق

الرقمي وسجلت نتائج إيجابية، واعتبران السوق المصرية تضم قدرات وكفاءات مهمة للغاية، متوقعا أن تشهد المرحلة المقبلة إقبالا كبيرا على الحلول الرقمية خاصة من فئة الشباب، مؤكدا العمل على إطلاق منصة إلكترونية في أقرب وقت، مبرزاً حصول الشركة على تصنيف إئتماني a+ من مؤسسة A.M. Best العالمية بالرغم من التحديات.

■ يناقش المؤتمر كيفية مواجهة تحديات عام ٢٠٢٠. برأيكم، كيف يمكن ذلك من خلال الاعتماد على التسويق الرقمي؟

- شركات التأمين التي تمتلك حلولاً رقمية وتمكنت من تقديم خدماتها عبر التطبيقات الإلكترونية خلال انتشار جائحة «كوفيد-١٩» نجحت في عملية التسويق الرقمي وسجلت نتائج إيجابية. وبالتالي دخلنا في مرحلة مختلفة تماماً عن السابق حيث زاد اهتمام الأفراد بشراء الوثائق عبر التطبيقات الرقمية نظراً لسهولة الحصول على مختلف أنواع التغطيات.

أما بالنسبة للتحديات الحالية، فتمتثل بكيفية تشجيع الناس على شراء التغطيات إلكترونياً نظراً إلى أن التسويق الإلكتروني بات من أساسيات العمل خلال المرحلة الجديدة.

■ هل تتوفر الكوادر البشرية المتخصصة لهذا المجال في السوق المصرية؟

- تضم السوق المصرية قدرات وكفاءات مهمة جداً في مجال التحول الرقمي والتسويق الإلكتروني. ومن المتوقع أن نشهد خلال المرحلة المقبلة إقبالا كبيراً على الحلول الرقمية في مجال التأمين إنطلاقاً من ثقة المجتمع المصري وتحديدًا فئة الشباب بأهمية التوجه نحو الخدمات الرقمية بعيداً عن الأساليب التقليدية المعمول بها في السابق.

نعمل على إطلاق منصة إلكترونية في أقرب وقت

■ هل لديكم أية مطالب ترفعونها إلى الهيئة العامة للرقابة المالية؟

- لا توجد مطالب محددة بل نحن نتعاون معاً كي نتضمن من التعريف أكثر بأهمية الحلول الرقمية ودورها في تطوير هذه الصناعة.

سجلت الشركة أداءً جيداً وحصلنا على تصنيف إئتماني a+ من مؤسسة A.M. Best العالمية رغم التحديات الناجمة عن الجائحة، كما نعمل على إطلاق منصة إلكترونية في أقرب وقت، والأمر تسير بالشكل الصحيح وبحسب المخطط الموضوع للمرحلة الجديدة. ■

محمود حنفي

(العضو المنتدب للشركة اللبنانية السويسرية تكافل LIBANO SUISSE TAKAFUL - مصر):



التسويق الإلكتروني من أساسيات تطوير صناعة التأمين في مختلف الاسواق

لا تألو الشركة اللبنانية السويسرية تكافل LIBANO SUISSE TAKAFUL - مصر جهداً في تطبيق خططها للتوسع الجغرافي والانتشار في السوق المحلية تماشياً مع خطة الدولة نحو التحول الرقمي والإلكتروني. وتحل الشركة المرتبة الثامنة بين شركات التأمين على الحياة في مصر، وما يميزها هو الدعم والمساندة الكاملة التي تتلقاها من المساهمين وأصحاب رؤوس الأموال.

العضو المنتدب للشركة محمود حنفي اعتبر ان التسويق الإلكتروني من أساسيات تطوير صناعة التأمين، مؤكداً زيادة الوعي التأميني نحو أهمية الحصول على التغطيات التأمينية، منوهاً بدور هيئة الرقابة على التأمين التي تدعم الشركات وتنظم السوق الى جانب تكثيف الدورات التدريبية للكوادر البشرية. ولفت حنفي الى ان الشركة تسعى خلال الفترة المقبلة الى تحسين النتائج والتوسع في الفروع والخدمات.

الى شرائح جديدة في المجتمع لم تكن مستهدفة في السابق.

■ ما هو دور الجهات الرقابية والإتحادات والجمعيات في تطوير الأسواق؟

– تؤدي هيئة الرقابة على التأمين دوراً مهماً لا يقتصر فقط على الرقابة إنما أيضاً في دعم الشركات على التطور وتنظيم السوق، بالإضافة الى تكثيف الدورات التدريبية للكوادر البشرية. وكل هذه الخطوات من شأنها تنظيم وتحسين عمل الشركات والإرتقاء بصناعة التأمين في السوق.

■ برأيكم، هل من أخطار يجب أن تكون إلزامية؟

– يجب العمل على إلزامية بعض المخاطر المتمثلة في التأمين على فائض الدخل وتأمين الأمراض، بحيث أنه من الصعب جعل التأمين على الحياة من الوثائق الإلزامية.

■ ماهي أبرز مشاريعكم المستقبلية، وكيف تقومون بنتائجكم؟

– قمنا بعملية إعادة تعديل لبعض البرامج، كما سنتركز إستراتيجية الشركة في قطاع التجزئة والتوسع في الفروع والخدمات بما يتلاءم مختلف شرائح المجتمع. وسنسعى في الفترة المقبلة لتحسين النتائج. ■

هيئة الرقابة على التأمين تدعم الشركات وتنظم السوق

■ يناقش المؤتمر كيفية مواجهة تحديات عام ٢٠٢٠، برأيكم كيف يمكن ذلك من خلال الإعتماد على التسويق الرقمي؟

– بات التسويق الإلكتروني من أساسيات تطوير صناعة التأمين في مختلف الاسواق ومنها السوق المصرية. ونحن في شركة لیبانو

سويس تكافل بدأنا التوسع في هذا الإتجاه الذي يجب ان يطال الخدمات الأخرى منها الإصدار الإلكتروني للوثائق وعمليات البيع وغيرها من الخدمات التي يجب أن تتحول الى رقمية. بالإضافة الى ذلك، هناك بعض التحديات التي تعترض عملية التسويق الإلكتروني كونها ستستغرق بعض الوقت للتطبيق إنطلاقاً من ضرورة تغيير طريقة التفكير لدى المواطنين وحثهم على التوجه نحو الخدمات والتطبيقات الرقمية.

■ كيف تقومون نسبة الإختراق التأميني في السوق المصرية، وهل التسويق الإلكتروني من شأنه زيادة هذه النسب؟

– من الملاحظ زيادة الوعي في المجتمع المصري نحو أهمية الحصول على تغطيات تأمينية في مختلف أنواعها. لذلك فإن التوجه نحو التسويق الإلكتروني من شأنه أيضاً زيادة نسب الإختراق في السوق والمساهمة في الوصول



محمود حنفي متوسطا عدد من المشاركين

22 عاماً
ومستمرّون



الجمعية المصرية للتأمين التعاوني Co-Operative Insurance Society, Egypt

عملاؤنا شركاؤنا

من الرواد في تأمين الائتمان ومخاطر عدم السداد
وتواصل مسيرتها في فروع التأمين الأخرى
المرخص لها من الهيئة العامة للرقابة المالية

٢- تأمينات النقل

تأمين النقل البحري - بضائع
تأمين النقل الجوي - بضائع

١- تأمينات الحوادث المتنوعة

تأمين الائتمان ومخاطر عدم السداد
تأمين الحوادث الشخصية
تأمين حماية الأسرة ومسكنها
تأمين المسؤولية المدنية العامة
تأمين نفوق الماشية
تأمين أخطار السفر

٣- تأمين الممتلكات ضد مخاطر الحريق والأخطار الإضافية

أية خسائر تبعية أو غير مباشرة نتجت أو نتجت عن حادث حريق
الشغب أو الإضرابات الأهلية أو الإضرابات العمالية

المركز الرئيسي: ١١٥ شارع العباسية - القاهرة ت: ٠٢٢٦٨٢٤٤٥٩ ف: ٠٢٢٦٨٤٧١٨٩

للجمعية فروع بكبرى محافظات مصر

مسجلة تحت رقم (١) لسنة ١٩٩٨ في سجل جمعيات التأمين التعاوني

وتخضع لإشراف الهيئة العامة للرقابة المالية

الإعلان حاصل على موافقة الهيئة العامة للرقابة المالية بتاريخ: ٢٠٢٠ / ٩ / ٢٨

cismain@cisegypt.com.eg

www.cisegypt.com.eg

شريف عباس

(رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لشركة جود لايف لوساطة التأمين GoodLife Insurance Brokers - مصر):

شركات التأمين التي تمتلك البنية التحتية للتكنولوجيا الرقمية يسهل عليها إصدار الوثائق بتوقيع إلكتروني بعد موافقة الجهات الرقابية



توفر شركة جود لايف لوساطة التأمين GoodLife Insurance Brokers، وهي شركة مساهمة مصرية تأسست عام ٢٠٠٩، الحلول التأمينية المناسبة للعملاء من خلال دراسة وتقييم المخاطر وتحديد التغطيات المناسبة بأفضل الشروط المعتمدة. وتهدف الشركة إلى رفع المستوى المهني لخدمات الوساطة والإستشارات التأمينية في مصر من خلال كوادرها البشرية الكفوءة.

رئيس مجلس إدارة الشركة ورئيسها التنفيذي شريف عباس اعتبر الجائزة التقديرية التي نالتها GoodLife Insurance Brokers كأفضل شركة وساطة تأمين تقديرًا لجهود العاملين والموظفين في الشركة، كاشفًا عن إطلاق تطبيق على الهواتف الذكية بغية تطوير الحلول الذكية والإرتقاء بالخدمات المقدمة للعملاء، مبرزًا أن الشركات التي تمتلك باعًا طويلًا في التقنيات الرقمية يسهل عليها إصدار الوثائق بتوقيع إلكتروني.

«البيان الإقتصادية» التقت شريف عباس وكان هذا الحوار:

– هناك بعض أنواع التأمين مثل التأمين المتناهي الصغر حيث العوائد متدنية نسبياً، لذلك من الصعب إضافة تكاليف وعمولات إضافية و هنا تكمن أهمية التحول الرقمي من توفير قنوات بيع ملائمة لهذا النوع من التأمين بحيث تكون واسعة الانتشار و سهل الوصول إليها دون تكاليف اضافية، حيث أن الحلول التكنولوجية تساعد في الوصول الى أكبر شريحة من المجتمع ودفعها لشراء وثائق تأمين أساسية مثل التأمين الصحي والتأمين على المركبات وغيرها، الى جانب ضرورة إستهداف فئات جديدة في المجتمع مثل طلاب المدارس والجامعات ورجال الأعمال، مما يساعد على زيادة عدد المؤمنيين وبذلك ترتفع نسب الإختراق في المجتمع.

ونحن في شركة GoodLife Insurance Brokers مرخصين لممارسة جميع أنواع التأمين ويتمثل دورنا كوسطاء في حث العملاء للتوجه نحو الخدمات التأمينية الرقمية وتشجيعهم للتأمين على المخاطر التي قد تعترضهم، وهذا الدور الذي يؤديه الوسيط ذو أهمية في رفع معدلات الوعي ونشر ثقافة التأمين في المجتمعات التي يتواجد فيها من خلال الحلول الرقمية المتاحة و هذا ما يتماش مع توجه الدولة حالياً نحو التحول الرقمي على الصعيد كافة. ■

■ وهل من السهل التعامل مع شركات تأمين لا تزال تعتمد الأساليب التقليدية في عملها؟

– هناك محاولات للعديد من شركات التأمين المصرية بالتحول نحو الخدمات الرقمية، ولكن بالنسبة لنا لا نواجه مشاكل في هذا الإطار حيث نتمكن من إدخال المعلومات والبيانات التي نحصل عليها في أنظمتنا رغم أن الشركة التي نتعامل معها لا تزال تستخدم الأساليب التقليدية في عملها. بالإضافة الى ذلك، فإن الشركات التي تمتلك باعاً طويلاً في التقنيات الرقمية من السهل عليها إصدار وثيقة بتوقيع إلكتروني والوصول أسرع إلى عملائها.

تفسي الجائحة ساعد على الإنتقال أكثر نحو الخدمات الرقمية

■ ما هي أبرز التحديات التي تواجهونها في عملكم؟

– تعد جائحة «كوفيد - ١٩» من أبرز التحديات التي نواجهها خلال المرحلة الراهنة، بالإضافة الى أننا أصبحنا أكثر حرصاً في إطلاق المنتجات والحلول الجديدة ومواكبتنا لمتغيرات السوق التي تتناسب مع احتياجات العملاء.

أما التحدي الثاني فيتمثل في كيفية إقناع وحث العملاء على تبديل طريقة حصولهم على وثائق التأمين لتصبح عبر استخدام الحلول الرقمية، في حين أن تفسي الجائحة ساعد على الاسراع من الإنتقال نحو الخدمات الرقمية والتواصل عن بعد بشكل أكبر.

■ لا تزال نسب الإختراق التأميني متدنية في معظم الأسواق، برأيكم هل التحول الرقمي يساعد في زيادة أعداد المؤمنيين؟

■ نلتم جائزة تقديرية كأفضل شركة وساطة تأمين خلال مؤتمر تسويق التأمين الأفروآسيوي . ما مدى أهمية هذه الجائزة بالنسبة إليكم؟

– تعد هذه الجائزة تقدير لكل العاملين والموظفين في الشركة والجهود المبذولة للوصول الى هذه المرحلة حيث بدأت الشركة منذ العام ٢٠١١ إدخال أنظمة التحول الرقمي في عملها لتعزيز التواصل مع عملائها وخدمتهم بشكل أفضل واستهداف أسواق جديدة، إلا أنه في البداية واجهتنا بعض الصعوبات بسبب رغبة العميل المصري بشراء وثائق التأمين مباشرة من الشركة، إلا أنه مع الوقت تبدلت تلك الرغبة وازداد الطلب على عمليات البيع الإلكتروني.

يضاف الى ذلك، إطلاقنا مؤخراً لتطبيق على الهواتف الذكية بعد الحصول على موافقة من هيئة الرقابة المالية، على أمل تطوير الحلول الذكية للإرتقاء بالخدمات المقدمة للعملاء.

■ هل لمست إقبال واهتمام من جانب المواطنين لاستخدام التقنيات الرقمية التي تطرحونها؟

– لمسنا اهتماماً كبيراً من المواطنين بالتوجه نحو الخدمات الرقمية ومواقع التواصل الإجتماعي، إلا أنه يبقى التحدي الأكبر حول كيفية تحويل هذه الرغبة إلى واقع ملموس بين المواطنين، ولكن من المتوقع إرتفاع الطلب مستقبلاً لشراء وثائق التأمين إلكترونياً بين جيل الشباب.

قناة السويس للتأمين تحصل على تصنيف إئتماني "AA-egy" و B+ لقوتها المالية من وكالة فيتش



شريف الغمراوي

حصلت شركة قناة السويس للتأمين على تصنيف إئتماني "AA-egy" من وكالة فيتش العالمية وتصنيف B+ لقوتها المالية، مع نظرة مستقبلية مستقرة.

وأوضحت الوكالة أن هذا التصنيف يعكس الأداء الإيجابي للشركة وتحسن أداؤها المالي وأرباحها المتوازنة من خلال ارتفاع عوائد الإستثمار والأصول وتدعيم الملاءة المالية.

وأشارت الى ان قناة السويس للتأمين تحتل المرتبة الرابعة بين شركات تأمينات الممتلكات في السوق المصرية

بحصة ٤,٦ في المئة خلال العام المالي ٢٠١٨ - ٢٠١٩، كما نجحت في تحقيق أقساط بقيمة مليار جنيه (٥٢ مليون يورو) خلال العام المالي ٢٠١٩ / ٢٠٢٠.

وأوضحت ان هناك إرتفاع في مخاطر الإستثمار والأصول للشركة، حيث تبلغ نسبة الأصول الخطر الى رأسمال نحو ٢٦٤ في المئة خلال العام المالي الماضي، مضيفة إلتحاق الشركة استراتيجية استثمار متحفظة، حيث يتم استثمار أغلبيتها في النقد وأدوات الدخل الثابت.

وكانت AM BEST قد حددت خلال مايو الماضي تصنيف القوة المالية للشركة عند B- (مقبول) وتصنيفاً إئتمانياً طويل الاجل بدرجة bb- مع نظرة مستقبلية مستقرة.

شهادة شكر وتقدير من صندوق تحيا مصر للإتحاد المصري للتأمين



علاء الزهيري يتسلم الشهادة

تسلم علاء الزهيري رئيس الإتحاد المصري للتأمين شهادة شكر وتقدير موقعة من الرئيس عبد الفتاح السيسي مهداة للإتحاد المصري للتأمين من المدير التنفيذي لصندوق تحيا مصر تامر عبد الفتاح، وذلك تقديراً لدور الإتحاد وإسهاماته الفعالة في دعم مشروعات الصندوق.

والجدير بالذكر أن الجمعية العامة للإتحاد قرّرت التبرّع لصندوق تحيا مصر بمبلغ ١٠ ملايين جنيه لدعم أنشطته في التصدي ومواجهة التداعيات الناتجة عن إنتشار جائحة «كورونا».

وأكد الزهيري في تصريحات أن التبرّع يأتي في ضوء المسؤولية الاجتماعية لقطاع التأمين المصري الذي يساهم دوماً في تحقيق أهداف التنمية المستدامة على مستوى قطاعات الدولة كافة.

ويعمل صندوق تحيا مصر كمظلة للعمل المجتمعي من خلال التنسيق وتوحيد الجهود بين مختلف المؤسسات وشركات الأعمال للإستفادة من دورها المجتمعي خلال الأزمة والوصول الى الأسر المستحقة وتوفير شتى سبل الدعم والرعاية.

العضو المنتدب لـ APEX مصر: طلب على تغطية الـ "GAP" في وثائق السيارات



خالد السيد

كشف العضو المنتدب لشركة APEX مصر خالد السيد عن وجود طلب من عملاء السيارات بالكثير من شركات التأمين على منتج «GAP» guaranteed auto protection والذي يغطي قيمة تأمين السيارة بالكامل للحصول على مبلغ التعويض في حالة تحقق الحادث وحدوث إهلاك كلي لها.

وقال السيد إن شركات التأمين متعددة الجنسية في المرتبة الأولى تعرض على عميلها تغطية القيمة الكلية للسيارة عن طريق وثيقة التأمين التقليدية التي تغطي خطر الحوادث والسرقة والإتلاف

بنسبة على سبيل المثال ٧٥ في المئة، إضافة إلى ملحق تأمين إضافي يسمى «GAP» والذي يغطي الفجوة التأمينية للسيارة بالنسبة المتبقية من التأمين، وهي ٢٥ في المئة عند الحادث ويتم من خلالها صرف ١٠٠ في المئة من قيمة السيارة للعميل في حالة الهلاك الكلي.

ورصد السيد طلباً من بعض العملاء كعارض السيارات والبنوك التي تقوم بتسيط السيارات، لافتاً إلى أن معيدي التأمين يوفرون هذه التغطية باتفاقيات الاختياري، وتكون حالة بحالة.

وأوضح أن هناك بعض الشروط لكي يتم الموافقة على إصدار الـ «GAP» أبرزها أن تكون السيارة بحالة الزيرو، وأن يتم صرف التعويض بالكامل في حالة الإهلاك الكلي للسيارة فقط، وألا تمر عليها أكثر من ٣ سنوات.

على صعيد آخر، أشار السيد إلى أن هناك شكلاً مؤقتاً في الطلب على منتج تأمين إلغاء الأحداث والمعروف بالـ business cancellation بسبب القرارات الحكومية بمنع التجمعات الرياضية وإغلاق قاعات المناسبات بسبب تقشي وباء «كورونا»، لافتاً إلى انتعاش الطلب مرة أخرى عليه بعد عودة الحياة لطبيعتها.

انعقاد ملتقى شرم الشيخ السنوي والمؤتمر الـ ٢٧ للإتحاد الأفروآسيوي في ١٩ سبتمبر



د. عادل منير



علاء الزهيري

أعلن رئيس الإتحاد المصري للتأمين علاء الزهيري قيام الإتحاد والإتحاد الأفروآسيوي للتأمين وإعادة التأمين بتنظيم مؤتمر شرم الشيخ السنوي الثالث للتأمين وإعادة التأمين (شرم رانديثو) والمؤتمر السابع والعشرون للإتحاد الأفروآسيوي في مدينة شرم الشيخ اعتباراً من ١٩ سبتمبر المقبل تحت عنوان «الإتجاهات الحديثة للتأمين وإعادة التأمين: فرص ما بعد «كوفيد - ١٩»».

وقال الأمين العام للإتحاد الأفروآسيوي الدكتور عادل منير ان توأمة المؤتمرين تأتي ضمن جولة جديدة من التنسيق ودعم الجهود على المستويين الإقليمي والعالمي للإرتقاء بصناعة التأمين والإعارة.

ومن المتوقع ان يشهد المؤتمر إقبلاً من ممثلين عن كبرى شركات التأمين والإعارة وشركات الوساطة العالمية وأعضاء الإتحاد الأفروآسيوي وخبراء التأمين الدوليين والجهات ذات العلاقة بالتأمين والمعنية بشكل مباشر وغير مباشر بصناعة التأمين ومسؤولي الإدارة العليا وصناع القرار بأسواق التأمين العالمية ووسائل الإعلام المحلية والعالمية.



الفائزون بالجوائز

الاتحاد الأفروآسيوي للتأمين يوزع جوائز التسويق لعام ٢٠٢١ ويكرم الفائزين

قام الاتحاد الأفروآسيوي للتأمين واعادة التأمين بتوزيع جوائز تسويق التأمين لعام ٢٠٢١ والتي نظمها على هامش المؤتمر الثالث لتسويق التأمين، الذي يعقد تحت رعاية وزارة قطاع الأعمال والهيئة العامة للرقابة المالية. وقال الدكتور عادل منير الأمين العام للاتحاد، انه تم تقسيم الجوائز الى فئتين الأولى لشركات وساطة التأمين والثانية لوسطاء التأمين الأفراد، وتقدم لها ١٥ شركة الى ٦ جوائز.

ووفقا لمنير، ترأس لجنة التحكيم د. وليد عوف العضو المنتدب لشركة ميد مارك للوساطة، وعضوية كل من حامد مبروك المدير الاقليمي لشركة ويليس تاورز واتسون بمنطقة الشرق الاوسط واحمد حسني العضو المنتدب لشركة بروكت الشرق الاوسط وسهير محمود مدير عام التسويق بشركة قناة السويس للتأمين. وفازت بالجائزة الأولى لأفضل شركة وساطة شركة كونتكت لوساطة التأمين، كأفضل شركة شاركت في دعم الابتكار للخدمات الرقمية المقدمة للعملاء، فيما حصلت على المركز الثاني شركة جودلايف للوساطة.

وفازت شركة فريمير لخدمات التأمين بجائزة أفضل شركة وساطة اعادة تأمين، اما الجائزة الثالثة والمقدمة لأفضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين التي تمنح لأفضل رئيس تنفيذي قدم سياسات ناجحة لشركته خلال العام الماضي ففاز بها حامد مبروك المدير الاقليمي لشركة ويليس تاورز واتسون بمنطقة الشرق الأوسط.

وفاز إيهاب خضر أمين عام جمعية وسطاء التأمين الأفروآسيوية بجائزة افضل وسط تأمين حر، فيما فاز بجائزة أفضل موظف مبيعات في شركة التأمين كل من وائل فؤاد المدير الاقليمي للانتاج المتطور ووليد حسني مدير اقليمي بوحدة الانتاج المتطور بشركة مصر لتأمينات الحياة، فيما حصل على الجائزة السادسة والأخيرة أسامة منصور العضو المنتدب لشركة كابيتال للوساطة.



حامد مبروك يشكر اللجنة المنظمة لمنحه الثقة كأفضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين



افضل رئيس تنفيذي لشركة وساطة تأمين حامد مبروك

المدير العام لشركة ويليس تاورز واتسون مصر ومدير مكاتب الاردن والكويت ولبنان وأبو ظبي



ثاني افضل شركة وساطة تأمين GOOD LIFE

ينتسلم الجائزة شريف عباس / رئيس الشركة



اركان مصر لتأمينات الحياة يحتفلون بالجائزة مع د. باسل الحيني



د. عادل منير وإيهاب عبد العال
يكرمان سهير محمود



افضل موظف مبيعات في شركة تأمين
وائل زكي ووليد السعيد / شركة مصر لتأمينات الحياة



د. عادل منير يكرم انطوان خوام
ويستلم الدرع هادي تيوكاريس وجان مدلج



FENCHURCH
FARIS

**Credibility leaves a
lasting impression.**

www.fenfar.com

Broker at

LLOYD'S

ATHENS | KUWAIT | AMMAN | RIYADH | AL KHOBAR | ABU DHABI | DUBAI | MUSCAT

Insurance & Reinsurance Consultants and Brokers
Fenchurch Faris Ltd. | Incorporated in Jordan, Number 1402



THE STRENGTH TO ADAPT

NASCO

NASCO INSURANCE GROUP

Offices in Europe, the Middle East & Africa

Lebanon - France - Dubai - Abu Dhabi - Jeddah - Riyadh - Qatar - Turkey - Nigeria - Egypt - Iraq - Tunisia - Cyprus