



**HDI**  
**GERLING**

[www.hdi-gerling.pl](http://www.hdi-gerling.pl)

**HDI**  
**Asekuracja**

[www.hdi-asekuracja.pl](http://www.hdi-asekuracja.pl)

HDI Asekuracja TU S.A.  
HDI-Gerling Życie TU S.A.

# Raport Roczny 2010

## Annual Report 2010





To nie wynalazki, ale ich zastosowanie zmienia świat. Nowoczesne modele biznesowe i przełomowe innowacje procesowe bazują na wiedzy, wyobraźni, często na innym zastosowaniu istniejących odkryć naukowych i technologicznych.

Sławomir Lachowski, Droga Innowacji, Warszawa 2010 r.



What changes the world are not inventions but how they are applied. The state-of-the-art business models and groundbreaking process innovations are based on knowledge, imagination, and often also on alternative applications of existing discoveries in science and technology.

Book quotations: Sławomir Lachowski,  
Droga Innowacji [The Way of Innovation], Warszawa 2010.



## Innowacyjność w ubezpieczeniach to spojrzenie na każdy obszar działania firmy na nowo,

to jedna z najważniejszych umiejętności w drodze do sukcesu. Kluczem jest właściwe zrozumienie potrzeb klientów, a następnie ich zaspokojenie w postaci zindywidualizowanego rozwiązania ubezpieczeniowego.

Źródłem innowacji są nasi klienci. To zgodnie z ich potrzebami opracowujemy rozwiązania ubezpieczeniowe. Analizujemy specyfikę działalności każdego klienta – korporacji, przedstawicieli wolnych zawodów oraz poszczególnych grup zawodowych (np. architektów, adwokatów, doradców podatkowych) – tak, aby opracować optymalne dla ich potrzeb rozwiązania ubezpieczeniowe, w tym także poprzez zdefiniowanie poczynań mających na celu przeciwdziałanie wystąpieniu szkody.

Dr Zbigniew J. Staszak



Mazda Shinari Exterior

## Innovation in insurance means the ability to look anew at every single area of a company's operations

and is a one of the vital competences on the way to success. The key is to properly understand the needs of clients and, then, to meet them by providing a customized insurance solution.

The source of innovation is our clients. It is their needs that guide our efforts to develop insurance solutions. We analyze the unique features of each client's business, whether a corporation, professional, or specialist (e.g. architects, lawyers or tax advisers), to create insurance solutions that are optimized to their needs, also by defining measures to prevent loss.

Dr Zbigniew J. Staszak



Mazda MX-5

# Spis treści

## Contents



6	List Przewodniczącego Rady Nadzorczej HDI Asekuracja TU S.A.		
7	Letter from the Chairman of the Supervisory Board of HDI Asekuracja TU S.A.		
8	List Prezesa Zarządu HDI Asekuracja TU S.A. i HDI-Gerling Życie TU S.A.		
9	Letter from the President of the Management Board of HDI Asekuracja TU S.A. and HDI-Gerling Życie TU S.A.		
11	20 lat historii HDI Asekuracja TU S.A. w Polsce		
11	HDI Asekuracja TU S.A. – 20 years in Poland		
19	Raport Roczny HDI Asekuracja TU S.A. za 2010 rok		
	Annual Report HDI Asekuracja TU S.A. for 2010.		
20	Władze Towarzystwa	21	Company Management
22	Kapitał zakładowy i Akcjonariusze	23	Share Capital and Shareholders
25	Nowatorski pakiet ubezpieczeń komunikacyjnych HDI AUTO	25	HDI AUTO – pioneering motor insurance package
31	Innowacyjne rozwiązania ubezpieczeniowe dla klientów korporacyjnych	31	Innovative insurance solutions for Corporate Clients
37	Otwarcie na potrzeby – zarządzanie siecią sprzedaży	37	Open to needs – management of the sales network
51	Nowa jakość procesu likwidacji szkód	51	New quality of the loss adjustment process
59	Odpowiedzialni społecznie	59	Social responsibility
65	Działalność ubezpieczeniowa w 2010 roku	65	Insurance activities in year 2010
66	Portfel ubezpieczeń	66	Insurance portfolio
69	Reasekuracja	69	Reinsurance
70	Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe	70	Technical and Insurance Provisions
71	Koszty działalności ubezpieczeniowej	71	Costs of Insurance Activities
72	Podstawowe dane finansowe za rok 2010	72	Key Financial Data for 2010
73	Bilans	73	Balance sheet
73	Rachunek wyników	73	Profit and Loss Account
74	Lokaty	74	Investments
76	Ustawowe wskaźniki działalności ubezpieczeniowej	76	Statutory Ratios of Insurance Activities
79	Cele strategiczne na rok 2011	79	Strategic Goals for 2011
83	HDI-Gerling Życie TU S.A.	83	HDI-Gerling Życie TU S.A.



## List Przewodniczącego Rady Nadzorczej HDI Asekuracja TU S.A.

Szanowni Państwo,

Jako przewodniczący Rady Nadzorczej Spółki HDI działającej w zakresie ubezpieczeń osobowych i majątkowych na rynku polskim mam przyjemność i satysfakcję w kilku słowach podsumować działalność Spółki w 2010 r.

Ubiegły rok był dla nas okresem próby. Wydarzenia, z którymi przyszło nam się zmagać udowodniły, jak sprawną i innowacyjną jesteśmy Spółką, jak szybko i efektywnie reagujemy na potrzeby naszych klientów.

Doświadczenia 2010 r. pokazały, że wspólnie jesteśmy w stanie poradzić sobie z trudnościami i zrealizować podstawowe cele strategiczne, wyznaczone przez Radę Nadzorczą i Zarząd Spółki.

W 2010 r., w związku z połączeniem spółek HDI Asekuracja TU S.A. oraz HDI-Gerling Polska TU S.A., dokonano zmian w strukturze organizacyjnej Spółki, poprzez wyodrębnienie Pionu Ubezpieczeń Korporacyjnych. Przeprowadzono również szereg prac związanych z ujednoceniem procedur i procesów wewnętrznych w połączonej organizacji.

Rozpoczęto prace nad wizją Docelowego Modelu Operacyjnego w obszarze produktów, marketingu i sprzedaży. Jej celem jest realizacja strategii Spółki oraz podwyższenie jej konkurencyjności w obliczu trendów na rynku ubezpieczeń.

Unowocześniliśmy naszą ofertę ubezpieczeń komunikacyjnych. Zmiany powinny pozytywnie wpłynąć na poziom sprzedaży oraz poprawić ich rentowność.

W obszarze likwidacji szkód sprawnie kontynuowano proces restrukturyzacji, w efekcie czego udało się podwyższyć poziom obsługi klienta.

Działania marketingowe Spółki w 2010 r. skoncentrowane były na ujednoceniu wizerunku korporacyjnego, a także umacnianiu pozytywnego wizerunku marki HDI, poprzez działania skierowane do klientów oraz pośredników.

W imieniu Rady Nadzorczej Spółki, a także własnym pragnę podziękować wszystkim pracownikom HDI Asekuracja TU S.A. za zaangażowanie i profesjonalizm, wierzę że dzięki nim w 2011 r. będziemy mogli realizować zamierzone plany i konsekwentnie dążyć do sukcesu.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Matthias Maak'. The signature is fluid and cursive.

Matthias Maak

## Letter from the Chairman of the Supervisory Board of HDI Asekuracja TU S.A.

Ladies and Gentlemen,

As the Chairman of the Supervisory Board of HDI Companies operating in the field of personal and property insurance on the Polish market, I have the pleasure and satisfaction of presenting a brief summary of the Company's activities in 2010.

Last year was a period of trial for HDI Asekuracja TU S.A. The events we faced and subsequently overcome showed how efficient and innovative our Company is, and how quickly and effectively we are able to respond to our customers' needs.

The experience of 2010 proved that together, we are able to cope with difficulties and fulfill the basic strategic goals set by the Company's Supervisory Board and Management Board.

In 2010, following a merger of HDI Asekuracja TU S.A. and HDI-Gerling Polska TU S.A., changes were made to the Company's organizational structure through the separation of a Corporate Insurance Division. A number of measures were also taken in order to standardize internal procedures and processes within the merged Company.

We commenced works in order to develop a vision of the Target Operating Model in the area of products, marketing and sales. The purpose is to implement Company strategy and increase its competitiveness in relation to the trends on the insurance market.

We modernized our motor insurance offer. These changes should positively affect the volume of vehicle insurance sales and improve their rate of return.

The area of claims handling saw an efficient continuation of restructuring, where we have improved the level of customer service.

The marketing activities in 2010 were focused on ensuring a uniform corporate image and strengthening a positive image of the HDI brand through customer-oriented and agent-oriented activities.

On behalf of the Supervisory Board of both companies, and myself, I would like to extend my thanks to all employees of HDI Asekuracja TU S.A. for their commitment and professionalism. I do believe that with their help, we will be able to fulfill our plans and follow consistently the path of success throughout 2011.



Matthias Maak



## List Prezesa Zarządu HDI Asekuracja TU S.A. i HDI-Gerling Życie TU S.A.

Szanowni Państwo,

HDI Asekuracja może z całym przekonaniem stwierdzić, że 21 lat obecności na polskim rynku ubezpieczeń to czas wytrwałego i sukcesywnego budowania swojej pozycji oraz aktywnego zdobywania zaufania klientów. W 2010 roku pomyślnie zrealizowaliśmy większość celów strategicznych założonych przez Radę Nadzorczą i Zarząd. Chcemy konsekwentnie realizować je także w bieżącym roku.

Działania zaplanowane na rok 2011 służą skonsolidowanemu przekazowi misji naszej Firmy oraz umacnianiu pozytywnego wizerunku marki HDI Asekuracja i HDI-Gerling Życie.

HDI Asekuracja i HDI-Gerling Życie są nastawione na budowanie partnerskich i etycznych relacji z klientami, pracownikami i udziałowcami. Zgodnie z zasadą społecznej odpowiedzialności biznesu, strategią HDI Asekuracja jest uwzględnianie nie tylko ekonomicznych, ale również społecznych, etycznych i ekologicznych aspektów naszej działalności. Tym samym podnosimy prestiż produktów z logo naszego Towarzystwa.

Odpowiedzialność rozumiemy jako udział Towarzystwa w życiu środowisk lokalnych oraz podejmowaniu długofalowych i wymiernych inwestycji społecznych. Wspierając i inicjując kampanie, takie jak „HDI dla Powodzian”, czy programy społeczne, jak „Wspólne czytanie z HDI” i współpraca z Fundacją „Dziecięca Fantazja”, HDI Asekuracja przyczynia się do zmniejszenia skali problemu, co mamy nadzieję, sprzyja pozyskaniu zaufania do marki HDI jej klientów i potencjalnych konsumentów.

Przejrzysta polityka CSR jest również jednym ze sposobów budowania pozycji lidera na rynku. Wprowadzanie kodeksów etycznych, programów społecznych i propagowanie polityki równych szans powoduje, że również w oczach pracownika, wyrastamy na atrakcyjnego pracodawcę, co pozwala przyciągnąć nowych i zatrzymać najlepszych pracowników. Staramy się zawsze prowadzić politykę równych szans kobiet i mężczyzn w miejscu pracy.

Mamy pełne poczucie odpowiedzialności za klienta, będącego świadomym konsumentem, który w swoich wyborach kieruje się nie tylko ceną oraz jakością produktu, ale także zaufaniem do firmy. HDI Asekuracja od ponad dwudziestu lat pracuje, aby utrzymać wiarygodność finansową – niezbędny atrybut firmy ubezpieczeniowej. Jako wiodące Towarzystwo Ubezpieczeń czujemy się zobowiązani do zapewniania naszym klientom innowacyjnych produktów. Ich tworzenie i udoskonalanie jest naszym priorytetem. Strategia opiera się na ciągłym inwestowaniu w produkty, co umożliwi marce HDI oferowanie ubezpieczeń nie tylko nowoczesnych, ale także skutecznych i użytecznych, a Towarzystwu zapewni miejsce wśród liderów rynku ubezpieczeniowego.

Innowacyjność w połączeniu z doświadczeniem są głównymi wartościami marki HDI.

Przywiązujemy ponadto ogromną wagę do uczciwości i przejrzystości działania. Budujemy trwałe i wzajemnie korzystne relacje z naszymi interesariuszami, oparte na zaufaniu i wzajemnych korzyściach. Dzięki efektom, jakie wspólnie osiągamy, mamy poczucie dobrze spełnionego obowiązku.

Dlatego chcielibyśmy podziękować wszystkim naszym pracownikom, agentom, kontrahentom i partnerom za ich wkład w budowanie sukcesu HDI Asekuracja i HDI-Gerling Życie.

Dr Zbigniew J. Staśzak

## Letter from the President of the Management Board of HDI Asekuracja TU S.A. and HDI-Gerling Życie TU S.A.

Ladies and Gentlemen,

There is no doubt that HDI Asekuracja's 21 years on the Polish insurance market has been a time of persistent and gradual building of its position and active gaining of customer confidence. In 2010, we have successfully achieved most of the strategic goals set forth by the Supervisory Board and the Management Board. We also want to follow them consistently this year.

The activities planned for 2011 are intended to support our consolidated corporate message and to strengthen a positive brand image of HDI Asekuracja and HDI-Gerling Życie.

HDI Asekuracja and HDI-Gerling Życie focus on building partnership and ethical relations with the customers, employees and shareholders. In accordance with the principle of Corporate Social Responsibility, HDI Asekuracja follows a strategy which takes into account social, ethical and environmental aspects of our activities along with economic ones. Thus we also strengthen the prestige of the products marked with our logo.

What we understand under the term "responsibility" is our participation in the life of the local communities and making of long-term measurable social investment. By supporting and launching campaigns such as "HDI dla Powodzian" ("HDI for Flood Victims") and social programmes such as "Wspólne czytanie z HDI" ("Reading with HDI") or cooperation with the "Children's Fantasies Fulfilled" Foundation, HDI contributes to reducing the scale of the problem, which we believe will result in more confidence in the HDI brand among the company's customers and prospects.

A clear CSR policy is also a way to build the market leader's position. Codes of conduct, social programs and propagation of an equal opportunities policy are also a signal for the employee that HDI Asekuracja is an attractive employer, which in turn allows us to win new employees and retain the best ones. We always do our best to comply with the policy of equal treatment of men and women in the workplace.

We are fully aware of our responsibility for our customers, who are conscious consumers guided in their choices not only by the product price and quality, but also by confidence in the company. For more than twenty years, HDI Asekuracja has worked for its financial credibility, an indispensable attribute of every insurance company. As a leading insurance company, we feel obliged to provide our customers with innovative products. It is our priority to develop and improve such products. Our strategy is based on continuous investment in products, which ensures that HDI's insurance solutions are not only modern, but also effective and useful, and the company is regarded as one of the leaders of the insurance market.

Innovation and experience are what we perceive as the key values of the HDI brand. Furthermore, we attach great importance to honesty and transparency of our activities. We build stable and mutually beneficial relations with our stakeholders on the basis of confidence and shared benefits.

In view of the results of our mutual efforts, we feel that we do our duty well. Therefore, we would like to extend our thanks to all our employees, agents, contractors and partners for their contribution in building success of HDI Asekuracja and HDI-Gerling Życie.



Dr Zbigniew J. Staszak



Ważne, żeby nie ustawać w pracy  
i być otwartym na świat.

Wtedy z pewnością zauważymy szansę  
pojawiającą się na horyzoncie i odpowiemy  
na nią.

It is important to keep working and remain open to the world. Then, we will surely see  
the opportunity as it appears, and we will respond to it.

# 20 lat historii HDI Asekuracja TU S.A. w Polsce

HDI Asekuracja TU S.A.  
– 20 years in Poland

## 20 lat HDI w Polsce

W 2010 r. obchodziliśmy dwudziestą rocznicę działalności ubezpieczeniowej w kraju.

Przez cały ten czas, jak wynika z przesłania zawartego w nazwie, łączymy harmonijnie doświadczenie i innowacyjność.

Wytrwale i sukcesywnie budujemy naszą pozycję na rynku, korzystając z ponad 100-letnich doświadczeń HDI na świecie, dynamicznie rozwijamy wachlarz oferowanych usług ubezpieczeniowych, biorąc przy tym pod uwagę nowe ryzyka i potrzeby różnych branż oraz – co najważniejsze – zdobywając zaufanie naszych klientów i partnerów.

## Siła marki HDI w Polsce

- Osiągnięcie statusu najlepszej firmy oferującej ubezpieczenia majątkowe i osobowe w Polsce.
- Praca na największe zaufanie klientów.
- Stworzenie najlepszej gamy standardowych i niestandardowych produktów ubezpieczeniowych.
- Zapewnienie doskonałego zarządzania sieciami sprzedaży i likwidacji szkód.
- Profesjonalna kooperacja z agentami i brokerami.
- Budowanie kultury organizacyjnej w oparciu o zaufanie naszych pracowników.
- Generowanie satysfakcjonującego wyniku finansowego dla naszego akcjonariusza.

## HDI – 20 years in Poland

In 2010, we celebrated the 20th anniversary of our presence in Poland's insurance sector.

For all that time, true to our name, we have been combining experience and innovation in perfect harmony.

We develop our market position assiduously and consistently, building on over 100 years of HDI's experience worldwide, and we vigorously expand our range of insurance services, while taking any new risks and needs of various sectors into account and – what's most important – winning the trust of our clients and partners.

## The strength of the HDI brand in Poland

- To become the best company which offering personal and property insurance in Poland.
- Working on the largest customer confidence.
- Creating the best range of standard and customized insurance products.
- Providing excellent sales network management and claims handling.
- Professional cooperation with agents and brokers.
- Building a corporate culture based on trust of our employees.
- Generating a satisfactory financial result for our Shareholder.

## Wartości Marki HDI w Polsce

**Harmonia** – Harmonijnie łączymy w działaniach biznesowych, to co ważne dla klienta firmy ubezpieczeniowej: doświadczenie i innowacyjność.

**Doświadczenie** – Przez ponad 100 lat HDI wyrastało w tradycji wzajemności, a partnerstwo i ciągła, intensywna obsługa klientów w dziedzinie doradztwa oraz w przypadku powstania szkody, nie są tylko przesłaniem HDI, lecz mają swoje korzenie w prawdziwej odpowiedzialności wobec klienta.

**Innowacyjność** – W ubezpieczeniach to spojrzenie na każdy obszar działania firmy na nowo, właściwe zrozumienie potrzeb klientów, a następnie ich zaspokojenie w postaci indywidualnego ubezpieczenia.



## Values of the HDI Brand in Poland

**Harmony** – In business, we combine in harmony what is most important to the clients of an insurance company: experience and innovation.

**Experience** – For over 100 years, HDI has grown deeply ingrained in the tradition of reciprocity, and partnership and continuous & comprehensive customer service, both when providing advice and when a loss occurs, are not only HDI's mission, but are also rooted in true responsibility to clients.

**Innovation** – In insurance business, it is like looking anew at any area of a company's operations, it is the approach to properly understand a client's needs to meet them by offering tailored insurance.



## Połączyliśmy siły i możliwości

30 czerwca 2010 r. nastąpiło formalne połączenie HDI Asekuracja TU S.A. i HDI-Gerling Polska TU S.A. Połączona firma prowadzi działalność w sektorze ubezpieczeń majątkowych i osobowych pod nazwą HDI Asekuracja Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna. Główny cel połączenia to utworzenie uniwersalnego ubezpieczyciela, posiadającego zoptymalizowaną ofertę produktów przeznaczonych dla każdej grupy klientów.

## Synergia tworzy nową jakość Synergy creates a new quality

### HDI Asekuracja TU S.A.

#### HDI SAMOPOMOC

#### HDI Asekuracja

Rozpoczęcie działalności TU SAMOPOMOC  
Beginning of TU SAMOPOMOC activities

1990

1994

Rozpoczęcie działalności przez PTU Energo-Asekuracja  
Beginning activities by PTU Energo-Asekuracja

1999

Wejście do Grupy Tryg Baltica  
Entrance to the Tryg Baltics Group

2001

NORDEA

Przejęcie przez Grupę Talanx  
Talking over Talanx Group

2002

2003

TRYG

HDI SAMOPOMOC

2004

2005

Wejście do Grupy Talanx: HDI Asekuracja  
Entrance to the Talanx Group: HDI Asekuracja

2006

Połączenie HDI SAMOPOMOC z HDI Asekuracja TU S.A.  
Fusion of HDI SAMOPOMOC with HDI Asekuracja TU S.A.

## We have united our resources and capabilities

On June 30, 2010, HDI Asekuracja TU S.A. and HDI-Gerling Polska TU S.A. officially merged.

The amalgamated business operates in the property and personal insurance sectors under the name of HDI Asekuracja Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna.

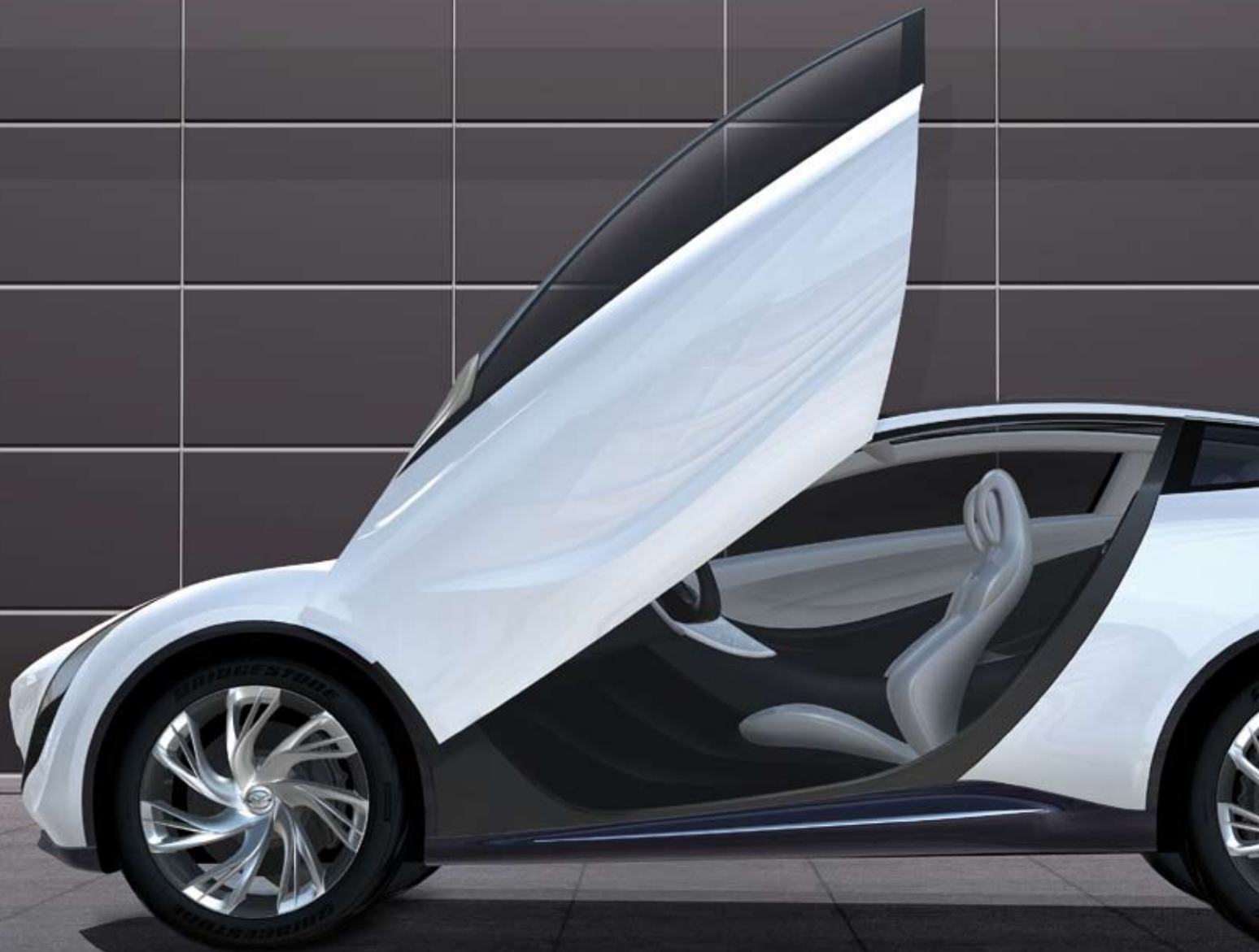
The main goal behind the merger was to create a universal insurer with an optimized product range for any client group.

### HDI-Gerling Polska TU S.A.

---

1989	Rozpoczęcie działalności przez Towarzystwo Ubezpieczeń Turystycznych ATU S.A. Beginning activities by Travel Insurance Company
1995	Przejęcie ATU przez Gerling Allgemeine Versicherungs AG Talking over ATU by Gerling Allgemeine Versicherungs AG
1998	GERLING
2006	Wejście do Grupy Talanx: HDI-Gerling Enter to the Talanx Group: HDI-Gerling
2010	Połączenie z HDI Asekuracja TU S.A. Fusion with HDI Asekuracja TU S.A.

---



Mazda Kazamai

Każdy rodzaj innowacji jest pochodną przedsiębiorczości, a ta jest **nierozłącznie** związana z przedsiębiorcą, wokół którego wszystko się kręci.

Each type of innovation is a derivative of the entrepreneurship, and the latter is inseparable from the entrepreneur, who is at the centre of all this.



# Raport Roczny HDI Asekuracja TU S.A. za 2010 rok

Podstawowe informacje o Spółce

Annual Report  
HDI Asekuracja TU S.A.  
for 2010

Key Company Information

## Władze Spółki

### Rada Nadzorcza

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2010 r.

#### Matthias Maak

Przewodniczący Rady Nadzorczej

#### Jens Wohlthat

Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej

#### Uwe R. Deumann

Sekretarz Rady Nadzorczej

Od 1 stycznia 2011 roku skład Rady Nadzorczej uległ zmianie.

Od 3 stycznia 2011 Przewodniczącym Rady Nadzorczej jest Torsten Leue, a Rada działa w następującym składzie:

#### Torsten Leue

Przewodniczący Rady Nadzorczej (od 3 stycznia 2011)

#### Matthias Maak

Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej (od 3 stycznia 2011)

#### Oliver Schmid

Członek Rady Nadzorczej

#### Dr Immo Querner

Członek Rady Nadzorczej

## Company Management

### Supervisory Board

Composition of the Supervisory Board on 31 December 2010

**Matthias Maak**

Chairman of the Supervisory Board

**Jens Wohlthat**

Deputy Chairman of the Supervisory Board

**Uwe R. Deumann**

Secretary of the Supervisory Board

From January 2011 the Supervisory Board has changed.

From January 2011 the Chairman of the Supervisory Board

is Torsen Leue, and the Management Board works with following members:

**Torsten Leue**

Chairman of the Supervisory Board (since 3 January 2011)

**Matthias Maak**

Deputy Chairman of the Supervisory Board (since 3 January 2011)

**Oliver Schmid**

Member of the Supervisory Board

**Dr Immo Querner**

Member of the Supervisory Board



## Zarząd

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2010 r.

**Dr Zbigniew J. Staszak**

Prezes Zarządu

**Maciej Friedel**

Członek Zarządu

**Tomasz Gaj**

Członek Zarządu

**Hubert Mordka**

Członek Zarządu

## Prokurent

**Mieczysław Klimek**

Główny Księgowy (do dnia 30 listopada 2010)

Od 7 stycznia 2011 roku skład Zarządu Spółki uległ zmianie.

Funkcję Członka Zarządu przestał pełnić Tomasz Gaj,

a Zarząd Spółki działa w następującym składzie:

**Dr Zbigniew J. Staszak**

Prezes Zarządu

**Maciej Friedel**

Członek Zarządu

**Hubert Mordka**

Członek Zarządu

**Jarosław Piątkowski**

Członek Zarządu (od 1 września 2011)

## Prokurent

**Anna Świdorska**

Główny Księgowy (od dnia 1 grudnia 2010)

## Management Board

Composition of the Management Board as of 31 December 2010

**Dr Zbigniew J. Staszak**

President of Management Board

**Maciej Friedel**

Member of the Management Board

**Tomasz Gaj**

Member of the Management Board

**Hubert Mordka**

Member of the Management Board

## Proxy

**Mieczysław Klimek**

Chief Accountant (until 30 November 2010)

On 7 January 2011 the Management Board has changed.

Mr Tomasz Gaj is no longer a Member of the HDI Asekuracja Board, and the Management Board works with following members:

**Dr Zbigniew J. Staszak**

President of Management Board

**Maciej Friedel**

Member of the Management Board

**Hubert Mordka**

Member of the Management Board

**Jarosław Piątkowski**

Member of the Management Board (since 1 September 2011)

## Proxy

**Anna Świdorska**

Chief Accountant (since 1 December 2010)

HDI Asekuracja Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. powstało w 2006 r. w Warszawie, z połączenia dwóch zakładów ubezpieczeń: HDI SAMOPOMOC TU S.A. i HDI Asekuracja TU S.A.

Spółka prowadzi działalność na rynku polskim w sektorze ubezpieczeń majątkowych i osobowych.

Oferta HDI Asekuracja TU S.A. skierowana jest do klientów indywidualnych oraz sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

W portfelu HDI Asekuracja TU S.A., oprócz ubezpieczeń komunikacyjnych, mających dominującą pozycję, rozwijane są także ubezpieczenia niekomunikacyjne (domów, mieszkań, dla firm, osobowe, turystyczne, rolne).

Oferta ubezpieczeń standardowych i zindywidualizowanych została wypracowana tak, aby zapewnić klientom szeroki zakres ochrony, duży wybór limitów odpowiedzialności przy zachowaniu korzystnej wysokości składki, z atrakcyjnym systemem zniżek.

Firma ma drugą, co do wielkości wśród firm ubezpieczeniowych, sieć własnych placówek dystrybucji i obsługi ubezpieczeń w kraju, zapewniającą wszechstronną i kompleksową obsługę klientów w całej Polsce.

## Kapitał zakładowy i Akcjonariusze

Na dzień 31 grudnia 2010 r. kapitał zakładowy wynosił 180 700 000 zł.

Jedynym Akcjonariuszem HDI Asekuracja TU S.A. jest HDI-Gerling International Holding AG (obecna nazwa TALANX International AG) z Hanoweru (Niemcy).

HDI Asekuracja Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. was established in 2006 as a result of the merger of two insurance companies: HDI SAMOPOMOC TU S.A. and HDI Asekuracja TU S.A.

The Company operates on the Polish market in the property and casualty insurance sector.

The offer of HDI Asekuracja TU S.A. is directed at individual clients and the Small- and Medium-Sized Enterprises sector.

The portfolio of HDI Asekuracja TU S.A. includes, apart from motor insurance, which has a dominant position, also non-motor insurance (houses, apartments, businesses, personal, tourist and agricultural insurance).

The range of standard and individualised insurance products offered is designed to ensure a wide scope of protection and a broad choice of limits of liability while maintaining favourable premium rates, with a system of attractive discounts.

The Company has an extensive network of insurance distribution and handling outlets, which is second largest in the country, and ensures a comprehensive client service across Poland.

## Share Capital and Shareholders

As of 31 December 2010 the share capital amounted to PLN 180,700,000.

The sole shareholder of HDI Asekuracja TU S.A. is HDI-Gerling International Holding AG (the present brand name TALANX International AG) from Hannover (Germany).



Mazda Shinari Exterior

Poszukiwanie nowych innowacyjnych rozwiązań, które pchają biznes do przodu i napędzają wzrost, wymaga wytrwałej pracy poznawczej, ciągłej czujności i ustawicznych prób.

A search for new innovative solutions to move the business forward and drive the growth requires persistent cognitive work, undisturbed alertness and continuous testing.



## **Nowatorski pakiet ubezpieczeń komunikacyjnych HDI AUTO**

HDI AUTO – pioneering  
motor insurance package

## HDI AUTO

Od 17 grudnia 2010 r. HDI Asekuracja Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. oferuje swoim klientom nowy produkt – pakiet ubezpieczeń komunikacyjnych HDI AUTO. W jego skład wchodzi dziewięć produktów. Klient sam wybiera optymalny dla siebie pakiet, dopasowany do indywidualnych potrzeb, możliwości finansowych oraz wartości i wieku samochodu. Tym samym zyskuje komfort psychiczny, zabezpiecza siebie oraz pozostałych pasażerów od różnych zdarzeń losowych.

W skład pakietu HDI AUTO wchodzi:

■ OC

Obowiązkowe ubezpieczenie, które chroni ubezpieczonego przed finansowymi skutkami szkód wyrządzonych, przez kierującego pojazdem, innym uczestnikom ruchu.

■ HDI OPONY

Ubezpieczenie obejmujące wymianę kół, w których zostały uszkodzone opony lub dętki, na sprawne koła zapasowe, będące na wyposażeniu ubezpieczonego pojazdu oraz pokrycie kosztów naprawy uszkodzonego ogumienia. Ubezpieczenie to działa tylko na miejscu zdarzenia.

■ HDI AUTO CASCO

Jego zakres obejmuje zdarzenia powodujące uszkodzenia lub utratę pojazdu.

■ HDI GAP AUTO CASCO

Ubezpieczenie to pokrywa stratę finansową, powstałą w wyniku kradzieży ubezpieczonego pojazdu bądź szkody całkowitej.

■ HDI MINI GAP

Jest idealnym rozwiązaniem dla właściciela starszego samochodu, jeśli nie posiada on ubezpieczenia HDI AUTO CASCO.

W przypadku kradzieży pojazdu HDI wypłaca odszkodowanie nawet do 3 tys. zł.

■ HDI ASSISTANCE

Nawet w najniższym wariantcie tego ubezpieczenia klient otrzymuje pomoc w razie wypadku, kolizji lub awarii, zarówno w Polsce, jak i w Europie.

- **HDI SZYBY**  
Ubezpieczenie to obejmuje koszt zakupu i wymiany bądź naprawy uszkodzonej szyby.
- **HDI NNW**  
Dotyczy trwałego uszczerbku na zdrowiu, śmierci ubezpieczonego, nabycia protez lub środków pomocniczych, przeszkolenia zawodowego inwalidów, kosztów koniecznej operacji plastycznej oraz transportu zwłok z miejsca zgonu.
- **HDI OCHRONA PRAWNA**  
Ubezpieczenie to chroni interes prawny ubezpieczonego w przypadku sporu z ubezpieczycielem sprawcy w zakresie ubezpieczenia OC, spraw karnych oraz dochodzenia roszczeń od warsztatów naprawczych z tytułu nienależytego wykonania umowy.

Pakiet HDI Auto został wsparty aplikacją DRIVEGET na telefon komórkowy. Dzięki temu w przypadku szkody klient może poprzez przycisk w telefonie wezwać pomoc, otrzymać informacje o zbliżającym się terminie wygaśnięcia polisy oraz uzyskać numer telefonu do swojego agenta.

Nowością w ofercie HDI są też Ogólne Warunki Ubezpieczenia HDI AUTO, które pojawiły się w czytelnej i przejrzystej formie. Tekst OWU napisany został przystępnym, zrozumiałym dla każdego językiem, dzięki konsultacji wybitnego językoznawcy, prof. Jerzego Bralczyka. Ponadto dla wszystkich miłośników czterech kółek przygotowana została strona internetowa, gdzie oprócz szczegółowych informacji na temat ubezpieczeń komunikacyjnych klient znajdzie wiele wskazówek na temat, jak dbać o samochód i zagwarantować samemu sobie oraz innym bezpieczeństwo na drodze.

## HDI AUTO

On 17 December 2010, HDI Asekuracja Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. launched a new product – its HDI AUTO vehicle insurance package. It consists of nine products. The Customers choose a package which they find optimum in view of their individual needs, financial standing, and the value and age of their vehicle. This kind of product offers not only psychological comfort to our Customers but also protection against a large number of fortuitous events for both themselves and their passengers.

The HDI AUTO package includes:

- **THIRD-PARTY INSURANCE (OC)**  
This is mandatory insurance which protects the Insured against financial consequences of damage caused by the driver to other traffic participants.
- **TYRE INSURANCE (HDI OPONY)**  
Under this type of insurance, in case of a tyre or inner tube damage the wheel is replaced with a functional spare wheel available in the insured vehicle, and the repair cost of the damaged wheel is covered. This cover only applies on the spot.
- **HDI COMPREHENSIVE INSURANCE (HDI AUTO CASCO)**  
The cover includes incidents which result in damage to or loss of the vehicle.
- **HDI GAP COMPREHENSIVE INSURANCE (HDI GAP AUTO CASCO)**  
The cover includes financial losses as a result of a theft or total loss of the insured vehicle.
- **HDI MINI GAP**  
A perfect solution for owners of older cars who hold no HDI Comprehensive Insurance (HDI Auto Casco). Should the vehicle be stolen, HDI pays a compensation of even up to PLN 3,000.
- **HDI ASSISTANCE**  
Assistance in case of an accident, collision or failure is provided even under the most basic variant of this insurance, both in Poland and Europe.
- **GLASS INSURANCE (HDI SZYBY)**  
Cover is provided for the cost of purchase, replacement or repair of damaged auto glass.

- ACCIDENT INSURANCE (HDI NNW)

Cover is provided for permanent health impairment, death of the Insured, purchase of prostheses or adjuvants, vocational training for disabled persons, costs of necessary plastic surgery and transportation of the body from the place of death.

- LEGAL ASSISTANCE (HDI OCHRONA PRAWNA)

This insurance covers the legal interest of the Insured in the case of a dispute with the guilty party's insurer with regard to the third-party liability insurance, criminal cases and claims against repair shops concerning improper performance of the agreement.

The HDI Auto package is supported by a mobile phone-based DRIVEGET application. The Customer only has to press a phone button in case of a claim and to receive information on the upcoming expiry date of their policy or their agent's phone number.

Another novelty in the HDI's range includes its new General Terms and Conditions of HDI AUTO Insurance, which are now provided in a legible and transparent form. The Terms are written in a clear, easily comprehensible manner thanks to a consultation provided by an outstanding Polish linguist, Professor Jerzy Bralczyk. Moreover, all ardent motorists are welcome to visit a dedicated website, which, next to detailed information on vehicle insurance solutions, presents many hints on how to take care of your car and how to ensure safety to yourself and other traffic participants.



Mazda Minagi

Trzy siły napędowe w największym stopniu kształtujące przyszłość to: rozwój technologii, przemiany instytucjonalne i zmiany stylu życia ludzi.

The three driving forces with the highest influence on the future are the following: technological development, institutional changes and changing lifestyles.



# Innowacyjne rozwiązania ubezpieczeniowe dla klientów korporacyjnych

Innovative insurance solutions  
for Corporate Clients

## Innowacyjne rozwiązania ubezpieczeniowe dla klientów korporacyjnych

HDI systematycznie wprowadza na rynek innowacyjne rozwiązania ubezpieczeniowe. W 2010 r. nasza oferta została rozszerzona m.in. o ubezpieczenia ryzyk informatycznych i szkód ekologicznych.

Zgodnie ze strategią Pionu Korporacyjnego HDI, zakładającą szerokie otwarcie na potrzeby klientów, tworzone koncepcje ubezpieczeniowe łączą zarządzanie ryzykiem i finansową rekompensatę szkody. Oferowane rozwiązania opierają się na analizie specyfiki działalności każdego klienta, która umożliwia opracowanie optymalnego rozwiązania ubezpieczeniowego i zdefiniowanie działań, mających na celu przeciwdziałanie wystąpieniu szkody. Zindywidualizowano procedury likwidacji szkód, wynikające z potrzeb danego przedsiębiorstwa, dzięki czemu cały proces przebiega bardzo efektywnie.

## Ubezpieczenie szkód ekologicznych

Ubezpieczenie odpowiedzialności za szkody ekologiczne to nasza odpowiedź na Dyrektywę Unijną 2004/35/WE art.14 i Ustawę z 13.04.2007 r. o zapobieganiu szkodom w środowisku i ich naprawie. HDI jako jedna z pierwszych firm na rynku polskim opracowała rozwiązanie ubezpieczeniowe, które jest rozszerzeniem ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej. Przygotowany model ochrony ubezpieczeniowej opiera się na warunkach wypracowanych przez Stowarzyszenie Niemieckich Ubezpieczycieli (GDV) oraz klauzuli stworzonej przez Austriackie Stowarzyszenie Ubezpieczycieli (VVO).

Ochrona obejmuje odpowiedzialność publicznoprawną i cywilnoprawną ubezpieczonego, za szkody w gatunkach chronionych, chronionych środowiskach przyrodniczych, w wodach lub na powierzchni ziemi (szkody ekologiczne).

## Innovative Insurance Solutions for Corporate Customers

HDI launches innovative insurance solutions on a regular basis. In 2010, our range was extended to include, among others, Cyber Risk and Environmental Damage Insurance.

In accordance with the strategy adopted by the HDI Corporate Division, which emphasizes the need of opening wide to the customers' needs, our insurance concepts combine risk management with financial compensation for the loss incurred. Our solutions are based on analyses of the specific nature of each customer's activities, in order to provide an optimum insurance solution and define measures to prevent loss. The claims handling procedures are customized to match the needs of a specific enterprise, which makes the entire process very effective.

### Environmental Damage Insurance

Environmental Damage Liability Insurance is our response to Article 14 of the EU Directive 2004/35/CE and the Polish Act of 13.04.2007 on prevention and remedying of environmental damage.

As one of the first companies on the Polish market, HDI has developed an insurance solution to extend the third-party liability insurance.

This model of insurance cover is based on terms and conditions developed by the German Insurance Association (GDV) and a clause developed by the Austrian Insurance Association (VVO).

The cover includes liability under public and civil law for damage to protected species, protected natural habitats, waters or land (environmental damage).

Ochrona ubezpieczeniowa oferowana jest z zachowaniem zindywidualizowanej oceny ryzyka, przez, wyspecjalizowanych w tym zakresie underwriterów i inżynierów oceny ryzyka. Wykorzystuje specjalistyczne narzędzia, biorąc pod uwagę takie czynniki jak np.: lokalizacja geofizyczna uwzględniająca analizę geologiczną, ryzyko emisji do środowiska zanieczyszczeń, ale także świadomość i postawę ubezpieczonego wobec zagadnień ochrony środowiska. Ubezpieczenie nie może jednak zastępować należytego zarządzania ryzykiem przez ubezpieczonego.

Zakładamy również aktywne angażowanie się w likwidację szkód ekologicznych Departamentu Korporacyjnych Ubezpieczeń OC, odpowiedzialnego nie tylko za underwriting tego ryzyka. Likwidacja szkód zakłada współuczestniczenie w ewentualnych postępowaniach administracyjnych, dotyczących ubezpieczonych zagrożeń szkodami w środowisku lub szkód w środowisku. Z tego powodu do świadczeń ubezpieczyciela należy nie tylko pokrycie zdefiniowanych kosztów, ale także aktywna analiza i współpraca z ubezpieczonym oraz odpowiednimi służbami prawnymi, celem ustalenia zakresu działań zapobiegawczych lub naprawczych i ustalenia ich kosztów.

## Ubezpieczenie ryzyk informatycznych

Klauzule ubezpieczeniowe „Cyber Risk” i CLEO (Computer Liability Errors & Omissions) to nowoczesne rozwiązania ubezpieczeniowe, skierowane do firm korzystających i tworzących technologie IT. Stanowią innowacyjne rozszerzenie oferty produktowej HDI.

Klauzule „Cyber Risk” rozszerzają ochronę w zakresie ubezpieczeń majątkowych, obejmując ochroną systemy informatyczne przed szkodami, powstałymi wskutek zdarzeń losowych, takich jak przestępstwa komputerowe, przypadkowe zniszczenie danych, z możliwością rozszerzenia ochrony o ryzyko utraty zysku w wyniku powstania szkody w systemie informatycznym.

CLEO to natomiast ubezpieczenie OC zawodowe firmy informatycznej. Ubezpieczeniu podlega działalność obejmująca dostarczanie, utrzymywanie lub serwisowanie oprogramowania, sprzętu komputerowego, a także świadczenie innych usług informatycznych, takich jak na przykład konsulting w zakresie IT, audyt informatyczny, budowa stron internetowych, application service providing, access providing, content providing, kolokacja serwerów, centra obliczeniowe, banki danych itd. Jest to innowacyjne rozwiązanie ubezpieczeniowe wypracowane we współpracy z HDI-Gerling Industrie AG.

The cover is provided on the basis of an individual risk assessment, performed by specialized underwriters and risk assessment engineers. Specialized tools are used for this purpose, with account being taken of such factors as the geophysical location with geological analysis, the risk of environmental pollution, but also the insured's awareness of and attitude to environmental protection issues. However, insurance may not replace due risk management by the insured.

It is also our policy that the Corporate Third-Party Liability Insurance Department should participate actively in the claims handling of environmental damage rather than only being responsible for underwriting of this risk. The claims handling entails participation in possible administrative proceedings with regard to environmental risks or environmental damage covered. Therefore, under the services provided, the insurer not only bears specific expenses, but also ensures active analyses and cooperation with the insured and the relevant legal authorities in order to specify the scope of preventive or corrective measures and their cost.

## Cyber Risk Insurance

The Cyber Risk and Computer Liability Errors & Omissions (CLEO) clauses are dedicated state-of-the-art insurance solutions for IT-using and IT-developing companies. They come as an innovative supplement to HDI's product range.

The Cyber Risk clauses extend the property insurance cover to IT systems with regard to damage caused by fortuitous events such as computer crime, accidental loss of data, with possible extension of the cover to profits lost due to IT system damage.

The CLEO, in turn, is a professional third-party insurance solution dedicated to IT companies. The cover is provided for activities such as software and hardware supply, maintenance or support, as well as other IT services, such as IT consulting, IT audit, website development, application service providing, access providing, content providing, server collocation, computing centres, databases etc. It is an innovative insurance solution co-developed in cooperation with HDI-Gerling Industrie AG.



Mazda5

**Innowacje** z zakresu technologii informacyjnej, które pojawiły się w ostatnich 50 latach, **zyskały** masę krytyczną o sile pozwalającej na całkowitą zmianę stylu życia, sposobu pracy jednostki i zasad działania przedsiębiorstw.

Innovations in the field of information technology in the last 50 years have reached their critical mass, with a potential to change entirely the lifestyles, individual work organization and rules of business activities.



## Otwarcie na potrzeby

– zarządzanie siecią sprzedaży

Open to needs

– management of the sales network

## Sieć sprzedaży to przede wszystkim ludzie!

Osiągnięcie sukcesu przez firmę ubezpieczeniową jest możliwe przede wszystkim dzięki sieci sprzedaży, która ma jasno postawione cele oraz dysponuje narzędziami, które pozwalają na ich realizację.

Budowana organicznie sieć sprzedaży wymaga dużo czasu i często poważnych nakładów. W przypadku HDI Asekuracja proces ten trwał wiele lat – od 1990 r., kiedy założona została Samopomoc. W 2002 r. na inwestycję w Polsce zdecydowała się Grupa HDI z Niemiec, która nie rozpoczęła swojej działalności od budowania struktur sprzedażowych od początku, jak niektórzy inwestorzy z branży, ale zakupiła firmę Samopomoc. To właśnie sieć sprzedaży, była najbardziej atrakcyjnym aktywem dla nowego właściciela. Sieć sprzedaży była później i jest dalej, rozwijana tak organicznie, jak poprzez akwizycję.

## Sales network is people!

To succeed, an insurance company needs, first and foremost, a sales network, with clearly-defined targets and all the tools and resources required to accomplish them.

It takes a lot of time, and usually significant financial resources, to build a sales network under an organic growth strategy.

For HDI Asekuracja, this process has lasted for decades, since 1990, when Samopomoc was established.

In 2002, HDI Group from Germany decided to invest in Poland, but it opted for a different strategy than some other newcomers to the Polish insurance industry, which usually chose a greenfield investment option to build their sales structures. HDI Group took over Samopomoc, considering its sales network the most valuable asset for the new owner. Later on, the sales network was and still is being developed both by way of organic growth and through acquisitions.

## Zespół

Zarządzanie siecią sprzedaży wymaga zdolności do budowy zespołów świadomych swoich celów i zapewnienia dobrej komunikacji tak w relacji z klientami, jak i wewnątrz firmy.

Zarządzając siecią sprzedaży, na pierwszym planie stawiamy zawsze na właściwą rekrutację, nieustanne szkolenia i motywację zespołu, utrzymywanie ścisłych kontaktów z agentami. Zespół musi mieć zapewnione wsparcie merytoryczne, a także, co niezwykle ważne, wsparcie informatyczne.

Budując zespół, zawsze trzeba wyjść od określenia wartości, którymi kieruje się firma, co pozwala nadać sens naszym działaniom. Jest to fundament, na którym buduje się korporacyjną tożsamość oraz zaufanie klientów.

W strukturach sprzedaży konieczne jest wytypowanie liderów, którzy stanowiąc będą wsparcie dla pozostałych członków. Liderów tych musi cechować ambicja, ale także zdolność współpracy i zjednywania sobie ludzi. Muszą to być profesjonalści z „otwartą głową”, świadomi realizowanych przez firmę zadań.

To co wyróżnia najlepsze Oddziały HDI Asekuracja na tle reszty sieci sprzedaży, to atmosfera pracy zespołowej. Atmosferę taką mogą wytworzyć tylko liderzy, którzy mierzą się z ambitnymi celami, ale nie zapominają, że realizuje je zespół i że o swoich ludzi trzeba szczególnie dbać. Zarówno w codziennych drobnych sprawach, jak i w ogólnym rozwoju zawodowym.

## Team

Sales network management requires the ability to build teams that are aware of their objectives and to ensure efficient communications both internally and with clients.

In the management of our sales network, we always put first appropriate recruitment, continuous training and motivation of our teams, and close relationships with agents.

The team must have ensured access to expert resources and also to extremely important IT support.

When building a team, one should always start with the definition of values that the company will adhere to, which will add a meaning to our efforts.

This is the foundation on which the corporate identity can be built, and the trust of clients may be won.

In the sales structures, leaders must be identified who will provide support to other team members. Leaders must be ambitious, but also able to cooperate with others and win them over. These must be open-minded professionals, aware of the company's mission and tasks.

The best branches in the sales network of HDI Asekuracja are those with the highest teamwork spirit. And such an atmosphere can only be created by leaders who strive to cope with challenging goals, but do not forget that those goals are to be achieved by the whole team and that their people deserve particular care, both in day to day routines and as far as their general professional development is concerned.

## Klient w centrum uwagi

Banałem, który trzeba nieustannie powtarzać, jest zasada, że sieć sprzedaży musi być skupiona na kliencie, który zawsze stoi w centralnym punkcie zainteresowania całej firmy. Sieć sprzedaży, aby mogła realizować swoje zadania, musi być szczególnie wsluchana w potrzeby klientów, aby jak najlepiej rozumieć ich oczekiwania, a co za tym idzie – właściwie je spełniać. Umiejętność w tym zakresie zdobywa się w codziennej pracy, ale także poprzez szkolenia z technik sprzedaży oraz szkolenia merytoryczne. Zespół trenerów, który prowadzi te szkolenia, jest nieustannie w terenie, starając się dotrzeć do każdego pracownika i agenta. Kluczem do sukcesu jest tutaj bezpośredni i jak najczęstszy kontakt.

## Nasi agenci to część zespołu

Bez agentów nasza sieć sprzedaży by nie istniała. Agenci są naszymi przedstawicielami – to oni pośredniczą w kontakcie z klientem. Dlatego zacieśnianie współpracy z agentami i budowanie poczucia wspólnoty celów jest kluczowym zadaniem. Jest ono realizowane za pomocą wielu rozmaitych działań. Właśnie to założenie leżało u podstaw uruchomienia programu dla menedżerów sprzedaży, mającego na celu budowanie jak najlepszych relacji z agentami. Menedżerowie sprzedaży są liderami, o których była mowa powyżej. W ich rękach leży realizacja nie tylko planów sprzedaży, ale także wdrażanie nowych, lepszych produktów ubezpieczeniowych oraz wizerunek firmy. Wiele uwagi poświęcić trzeba programowi i przeprowadzaniu szkoleń dedykowanych menedżerom sprzedaży. To oni przekazują agentom, na czym polegają wprowadzane innowacje w produktach ubezpieczeniowych, a więc ich umiejętności w tym zakresie są kluczowe dla końcowego efektu sprzedażowego. Spotkania i szkolenia pozwalają również na wymianę doświadczeń i spostrzeżeń. Pozwalają też reagować na zmieniające się potrzeby w obszarze sprzedaży.

## Client first

It is a truism that the sales network must focus on clients, but it must be endlessly reminded, as clients are always most crucial for the entire company.

In order to carry out its task, the sales network must be especially responsive to the needs of clients – to understand their expectations and, thus, to fulfill them appropriately.

The skills required in this area can be acquired in everyday work, but also in training in sales techniques and other relevant matters.

Trainers who facilitate those trainings continuously operate in the field attempting to reach to each employee and agent.

The key to success here is direct contact as often as possible.

## Our agents are part of the team

Without agents, our sales network would not exist. Agents are our representatives – they act as intermediaries in contacts with clients.

Therefore, the key tasks here are to ensure close cooperation with agents and to build the sense of common objectives.

There are various ways to accomplish them, including a sales manager program launched to build the best possible relationships with agents.

Sales managers are leaders, one of those mentioned before.

Not only the execution of sales plans, but also the implementation of new, improved insurance products and the company's reputation are in their hands.

Training programs dedicated to sales managers require a lot of attention at the stage of both development and implementation.

It is sales managers who inform agents about innovative features added to insurance products, which makes their communication skills decisive for the ultimate performance of the sales force.

Meetings and training sessions are also the opportunity to share experiences and observations. They allow for efficient response to changing needs in the area of sales.

## Rozwiązania informatyczne

Informatyka, mimo że nigdy nie zastąpi osobistego kontaktu ze sprzedawcą, to jednak jest niezwykle istotna w procesie obsługi klienta przez agenta, jak i znacząco może ułatwić współpracę agenta z ubezpieczycielem. W HDI wdrożyliśmy z sukcesem System Wsparcia Sprzedaży. Funkcjonalność tego systemu cały czas jest poszerzana i integrowana z innymi systemami wykorzystywanymi w firmie, co pozwala skupić większą uwagę na kliencie, a nie na pracy administracyjnej, która przecież nie przynosi klientom korzyści. Pogłębianie informatyzacji niezbędne w rozwoju sieci sprzedaży jest procesem, który będzie zapewne trwał tak długo jak sama sieć.

## Współpraca w ramach firmy

Szeroko rozumiane pojęcie zarządzania sprzedażą obejmuje kombinację działań z zakresu sprzedaży, marketingu, logistyki i obsługi, jakie firma kieruje do swych klientów.

Co oczywiste, sieć sprzedaży musi ściśle współpracować z działem marketingu, który stanowi naturalne uzupełnienie działań sprzedaży, jako, że jedną z jego podstawowych funkcji w organizacji jest zorientowanie na zaspokajanie potrzeb klienta.

Zbyt często przedmiotem zainteresowania firm staje się produkt czy usługa zamiast osoby – konsumenta. Często również dążenie do wyprzedzenia konkurencji odbywa się kosztem nawiązania prawdziwego emocjonalnego kontaktu z konsumentem.

Aby rozwiązać ten problem, warto uświadomić sobie, że klienci kupują markę, która przynosi poczucie spełnienia i komfortu. Konkurencyjne zróżnicowanie produktu nie ma dla nich znaczenia, jeśli nie koncentruje się na ich potrzebach.

Podstawowym wyzwaniem dla firm jest takie projektowanie procesów, w tym sprzedażowych, aby rozpoczynały się i kończyły na kliencie (uwaga wszystkich uczestników procesów powinna koncentrować się na wpływie na klienta). Opinie klientów i agentów o firmie i jej produktach zawsze są szczegółowo analizowane przez zespół specjalistów od marketingu.

Dobra współpraca tych obszarów działania firmy nie może polegać na wzajemnym przekonywaniu się o swoich racjach, ale na współpracy wynikającej z poczucia wspólnych celów. To samo zresztą dotyczy także współpracy ze specjalistami zajmującymi się rozwojem produktów oraz z biurem taryf. Sieć sprzedaży – a w szczególności liderzy tej sieci – musi zdawać sobie sprawę z celów firmy, które wykraczają poza realizację planu sprzedaży, ale też pozostałe działy muszą rozumieć, że bez sprzedaży osiągnięcie tych innych celów nie jest możliwe.

Dobrą współpracę osiągamy po pierwsze dzięki określaniu celów pracownikom, które uwzględniają szeroko rozumiane cele firmy. Pracownik powinien zdawać sobie sprawę, że oczekiwania, sformułowane wobec niego są zarazem oczekiwaniami, które właściciel stawia przed całą firmą. Jednak samo określenie celów to za mało. Do tych celów trzeba przekonać, wyjaśnić wątpliwości i pokazać je w szerszym kontekście rynku i sytuacji ekonomicznej w danym czasie.

### IT solutions

IT systems will never substitute for live contact with a sales representative, however, they play a key role in the process used by agents to serve clients and may significantly facilitate agent-insurer cooperation. In HDI, we have successfully implemented a Sales Support System. Its functionality has been continuously enhanced and integrated with other systems to allow for more focus on clients instead of administrative work, which is of no value to clients. The expansion of IT systems, which is required for the development of the sales network, is a process that will certainly last as long as the network itself exists.

### Internal cooperation

In its broadest meaning, sales management combines client-oriented operations in the area of sales with those in marketing, logistics and support.

It is obvious that the sales network should cooperate with the marketing function, which is a natural supplement to sales activities as focus on satisfying clients' needs is one of its primary roles in the organization.

Companies too often concentrate on products or services instead of people - consumers. The attempts to outpace the rivals are too frequently at the expense of the real emotional relationship with a consumer.

To resolve this problem, we should recognize that clients buy a brand that makes them feel fulfilled and comfortable.

Competitive differentiation between products means nothing to them if it does not address their needs.

The main challenge for companies is to design such processes, including sales processes to begin and end on the client, (participants on all processes should focus their attention on influence on the customer). Customer and agents reviews about the company and products is always analyzed in detail by a team of marketing professionals. Good cooperation of those areas of the company can not rely on persuading each other about their aims, but the on cooperation resulting from a sense of common purpose. The same applies to cooperation with the specialists involved in the development of products and office rate.

Sales network – in particular the network leaders – must be aware of company objectives that go beyond the sale plan, and also other departments must understand that without the sale, achieving other objectives will be impossible.

We achieve good cooperation firstly by initially defining targets to employees, which build into wider company objectives.

Employees realize that the expectations formulated facing them are at the same time expectations which the owner puts in front of the entire company. However, targets alone are not enough.

For these purposes, you must explain the concerns and show them in the broader context of market and economic situation in time.

## Pytania o przyszłość

Jak dotąd polski rynek ubezpieczeń opiera się na modelu sprzedaży bezpośredniej z rozbudowaną siecią agencyjną. Pomimo wprowadzania rozwiązań innowacyjnych, nowych graczy oraz innych kanałów dystrybucji nadal najskuteczniejsza i najbardziej pożądana przez klientów jest tradycyjna forma sprzedaży ubezpieczeń. Myślimy, że wielu klientów będzie oczywiście zainteresowanych korzystaniem z oferty ubezpieczeniowej w innych kanałach dystrybucyjnych. Ubezpieczenie to jednak szczególna usługa finansowa, wymagająca ze strony klienta zbudowania zaufania do ubezpieczyciela. Z tego powodu dominującą formą sprzedaży pozostanie sprzedaż za pośrednictwem agentów. Tylko bowiem kontakt z drugim człowiekiem pozwala na budowę zaufania.

### Questions about the future

As for now, the growth of Poland's insurance market has been based on the direct sales model involving an expanded agent network.

Despite the implementation of innovative solutions, arrival of new players and development of alternative distribution channels, this classic method of sale of insurance products is still the most effective and most required by clients. We believe that many clients will be interested in using insurance products via alternative distribution channels.

However, insurance is a specific part of the financial services sector as it requires a process to build a client's confidence in the insurer. Therefore, sales by agents will dominate also in the future, as trust can only be won in face-to-face contact with another human.



Mazda Shinari

Systematyczna innowacja polega na celowym i zorganizowanym **poszukiwaniu zmian** oraz na systematycznej **analizie możliwości**, jakie te zmiany mogą oferować innowacji ekonomicznej lub społecznej.

A systematic innovation is based on targeted and well-organized search for changes and on a systematic study of what opportunities may be offered by such changes in the field of economic or social innovation.



## **Nowa jakość procesu likwidacji szkód**

New quality of the Claims  
Handling Process

## Proces likwidacji szkód w HDI Asekuracja TU S.A.

W 2009 r. podjęto działania zmierzające do zmiany organizacji pracy w Spółce – z funkcjonalnej na procesową. Dzięki tej restrukturyzacji, możliwe było rozdzielanie procesów sprzedaży i likwidacji szkód. Utworzona została nowa struktura, zajmująca się procesem likwidacji szkód. Wdrożenie procesu likwidacji szkód podzielono na dwa etapy: etap przejściowy, w którym obowiązuje przejściowy model procesu, oraz drugi, finalny – model docelowy. Zakończenie wdrożenia nowego procesu likwidacji szkód we wszystkich Regionalnych Centrach Likwidacji Szkód (RCLS-ach) miało miejsce w maju 2010 r.



## HDI Asekuracja TU S.A. Claims Handling Process

The year 2009 saw measures launched in order to change the Company's work organization – from function-oriented to process-oriented. The restructuring enabled dividing of sales and claims handling processes. A new dedicated structure was created for the claims handling process. The implementation of the claims handling process was divided into two phases: a transitory phase, in which a transitory model of the process was applied, and a second final target model phase. The implementation of the new claims process in all Regional Claims Handling Centres (RCLS) was completed in May 2010.

## Wdrożenie nowego procesu likwidacji szkód

Nadzorem nad likwidacją szkód zajmuje się Departament Likwidacji Szkód, wyodrębniony w Centrali Spółki z dotychczasowych pionów ubezpieczeń majątkowych i komunikacyjnych, które zajmowały się underwritingiem oraz likwidacją szkód.

W ramach wyodrębnionego procesu likwidacji szkód powstały nowe jednostki organizacyjne, w których scentralizowano proces likwidacji szkód:

- Regionalne Centra Likwidacji Szkód (RCLS)
- Centrum Likwidacji Szkód Osobowych (CLSO)
- Centrum Likwidacji Szkód Zagranicznych (CLSZ)
- Centrum Obsługi Odwołań (COO)



## Implementation of the New Claims Handling Process

Claims handling is supervised by the Claims Handling Department, separated from the Headquarters' previous property and vehicle insurance divisions which were responsible for underwriting and Claims handling issues.

With the loss adjustment process thus separated, new organizational units were created to host the process:

- Regional Claims Handling Centres (RCLS)
- Personal Claims Handling Centre (CLSO)
- Foreign Claims Handling Centre (CLSZ)
- Appeal Centre (COO)

## Podstawowe cele prowadzonych działań i korzyści dla klienta

- Rzetelne i terminowe naprawienie szkody.
- Dogodna lokalizacja i łatwy kontakt z jednostką likwidującą szkodę.
- Wysoka jakość obsługi.
- Utożsamianie marki HDI Asekuracja z wysoką jakością procesu likwidacji szkód.

## Korzyści z wdrożenia nowego procesu likwidacji szkód w modelu docelowym

- Skrócenie czasu obsługi klienta w trakcie zgłaszania szkody w RCLS-ach, w których wdrożono nowy proces.
- Brak konieczności wypełniania druku zgłoszenia szkody przez klienta.
- Usystematyzowanie organizacji pracy w RCLS.
- Wprowadzenie jednolitego procesu likwidacji szkód we wszystkich Regionalnych Centrach Likwidacji Szkód.
- Bieżąca rejestracja czynności wykonanych przez każdego pracownika w systemie informatycznym.
- Bieżąca kontrola wykonywanych zadań przez pracowników (likwidatorów i ekspertów technicznych).
- Łatwiejsze zarządzanie procesem dzięki zmniejszeniu liczby jednostek likwidujących szkody oraz scentralizowaniu niektórych procesów (likwidacja szkód osobowych, likwidacja szkód zagranicznych, obsługa odwołań).
- Zwiększenie liczby punktów odbioru odszkodowań w gotówce (placówki banku).
- Zautomatyzowanie procesu wypłat – łatwiejszy i szybszy odbiór odszkodowania przez klienta.
- Bieżąca analiza obciążenia pracowników i terminowości wykonywanych przez nich zadań na podstawie wprowadzonych raportów.

## Basic Objectives of the Activities and Benefits for the Customer

- Reliable and timely redress.
- Good accessibility and easy contact with the adjusting unit.
- High quality of service.
- Association of the HDI Asekuracja brand with a quality handling process.

## Benefits of Implementation of the New Claims Handling Process under the Target Model

- Shorter times to service a Customer when filing a claim with an RCLS where the new process has been implemented.
- The Customer does not have to complete a form when filing a claim.
- The work organization at an RCLS is more systematic.
- Introduction of a standardized claims handling process across all Regional Claims Handling Centres.
- Regular recording of each employee's activities in IT systems.
- Regular supervision of the employee's (adjusters and technical experts) tasks.
- Easier process management after reduction of the number of handling units and centralization of some processes (personal claims handling, foreign claims handling, appeals).
- Larger number of branches where cash compensation may be collected (bank branches).
- Automated disbursement process – the Customer may collect the compensation easily and without delay.
- Regular monitoring of staff workloads and timeliness of their tasks on the basis of available reports.

- Delegacja kompetencji do podejmowania decyzji na niższe poziomy – zmniejszenie liczby osób obsługujących szkodę, a zatem szybsze wydanie decyzji dla klienta.
- Ograniczenie obiegu dokumentacji papierowej poprzez wykorzystanie systemu Fotex, a co za tym idzie, skrócenie czasu likwidacji o czas przesyłania dokumentacji papierowej.
- Określenie funkcji kontrolnych i nadzorczych w instrukcjach stanowiskowych dla kadry zarządzającej w oparciu o wprowadzone raporty zawierające informacje o terminowości, obciążeniu pracowników i wykonanych przez nich zadaniach.
- Skrócenie czasu likwidacji poprzez zwiększenie liczby likwidowanych szkód metodą uproszczoną (polegającą na wypłacie odszkodowania w maksymalnym terminie do 14 dni kalendarzowych w szkodach prostych o wartości do 3 tys. złotych niezwłocznie po dokonaniu wyceny wartości szkody).

- The decision-making competences are delegated to lower levels – the number of employees servicing a claim is reduced, and hence the decision-making is less time-consuming from the Customer's point of view.
- Circulation of paper documents is reduced by the Fotex system, and hence also the adjustment times are reduced by the period necessary to sent paper documentation,
- Auditory and supervisory functions are defined in the workplace guidelines for the managerial staff on the basis of available reports on timeliness, staff workloads and the tasks completed.
- Claims handling times are reduced as more losses are handed on the basis of the simplified method (i.e. compensation is paid no later than within 14 calendar days for simple damage of up to PLN 3,000 immediately after the loss is evaluated).



Mazda Minagi

Realizacja marzeń wymaga w wielu przypadkach wykształcenia nowych umiejętności. W takiej sytuacji obecny poziom wiedzy i doświadczenie są punktem wyjścia do celu, a nie ograniczeniem wyboru drogi

In many cases, new skills must be developed in order for dreams to come true. In such case, the present level of knowledge and experience are a point of departure rather than a limitation of the choice of which way to go.



## Odpowiedzialni społecznie

Social responsibility

Nadzieja spełnia się  
w robieniu kolejnego kroku.

Karl Barth

## Kampania społeczna „HDI dla powodźian”

We wrześniu 2010 r. wystartowała kampania społeczna „HDI dla powodźian” kierowana do osób, które co roku zmagają się z zagrożeniem powodzią. Celem kampanii była pomoc poszkodowanym przez zeszłoroczną powódź oraz edukacja całego społeczeństwa na temat zagrożeń związanych z powodzią.

W ramach kampanii, we wrześniu 2010 r., Ochotniczej Straży Pożarnej w Gorzycach i Wilkowie przekazane zostały dwie pompy osuszające.

The hope is fulfilled  
in making the next step.

Karl Barth

## HDI's Social Campaign for Flood Victims

In September 2010, a social campaign was launched under the title "HDI dla powodzian" ("HDI for Flood Victims"). It was dedicated to people who face flood risk year by year. The objective of the campaign was to provide assistance to the victims of the last year's flood and to educate the entire society on flood hazards.

The campaign also included a donation of two seepage pumps to the Volunteer Fire Brigades in Gorzyce and Wilków in September 2010.

## Wspólne czytanie z HDI Asekuracja

Wspierając powodzian, w ramach programu „Wspólne czytanie z HDI Asekuracja” zakupiono specjalną dodatkową pulę dwóch tysięcy książek przeznaczoną dla szkół dotkniętych ubiegłorocznymi zalaniami. Komplet dwustu książek zawierające lektury, baśnie oraz czytanki dla najmłodszych trafiły do dziesięciu szkół z terenów najbardziej dotkniętych skutkami powodzi.

## Mobilne Centra Wsparcia

Głównym trzonem akcji społecznej „HDI dla powodzian” był program Mobilnych Centrów Wsparcia – cykl bezpłatnych, indywidualnych porad prawnika, psychologa i specjalisty ds. ubezpieczeń.

Mobilne Centra Wsparcia zostały zorganizowane w dziesięciu miejscowościach w sześciu województwach, obejmując swoim zasięgiem całą mapę powodziową Polski.

W sumie udzielonych zostało prawie dwieście porad.

Założeniami programu była z jednej strony doraźna, zindywidualizowana pomoc poszkodowanym, z drugiej zaś edukacja na wypadek powodzi w kolejnych latach.

Organizowane od listopada 2010 do lutego 2011 r. Mobilne Centra Wsparcia, przyniosły efekty w postaci zwiększonej świadomości społeczeństwa. Dzięki cotygodniowym spotkaniom, społeczności lokalne dowiedziały się m.in., jak zapobiegać stratom majątkowym powodowanym przez powódź, jak minimalizować ich skutki oraz gdzie szukać pomocy, gdy powódź stanie się bezpośrednim zagrożeniem.

## Reading with HDI Asekuracja

As a form of assistance to flood victims, a special additional supply of 2,000 books was purchased under the "Wspólne czytanie z HDI Asekuracja" ("Reading with HDI Asekuracja") programme for schools affected by the last year's flood. Sets of 200 books each, including required readings, fairy tales and textbooks for youngest children, were donated to 10 schools from the areas which suffered most from the flood.

## Mobile Support Centres

At the heart of the "HDI for Flood Victims" social campaign there was the Mobile Support Centres programme – a series of free individual advisory sessions with a lawyer, psychologist and an insurance expert.

The Mobile Support Centres were organized in ten locations in six provinces, i.e. across Poland's entire flood hazard map. In total, nearly 200 people were advised.

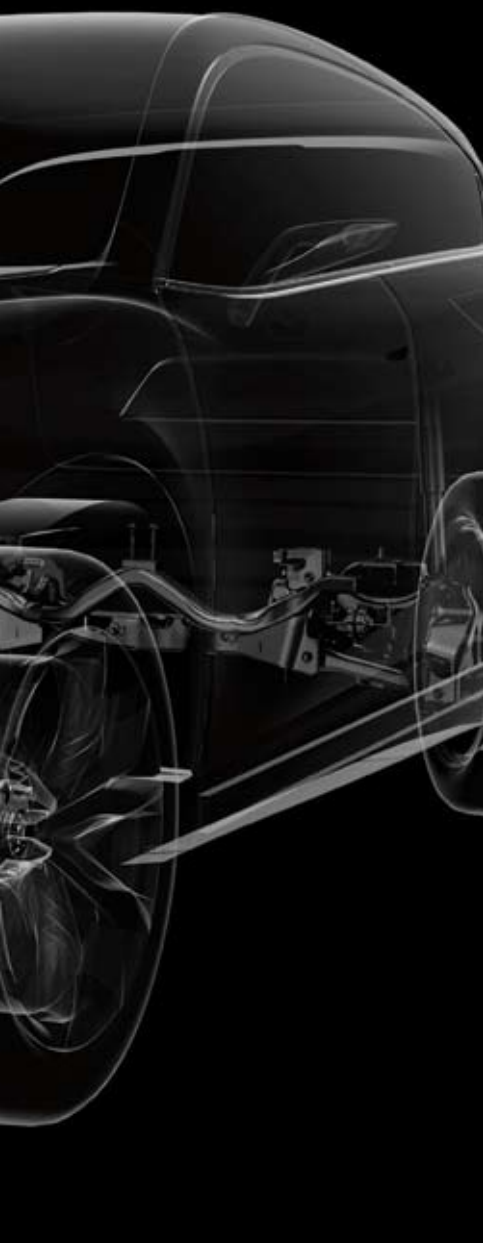
The programme's objectives included, on the one hand, immediate individual assistance to the victims and, on the other hand, education in case of floods in the years to come. Organized from November 2010 to February 2011, the Mobile Support Centres brought results in the form of raised social awareness. Weekly meetings provided an opportunity for local communities to learn how to prevent damage to property in case of flood, how to minimize its consequences and where to look for assistance when the flood hazard becomes imminent, etc.



Mazda Minagi

Paliwo do utrzymania wysokiego tempa wzrostu stanowią kolejne **innowacje** o charakterze zachowawczym, a ich **poszukiwanie, identyfikacja** i wdrożenie to trudny proces.

A high growth rate is fuelled by new innovations, both conservative and groundbreaking ones, and the process of searching, identifying and implementing them is a difficult one.



## **Działalność ubezpieczeniowa w 2010 roku**

Insurance activities  
in year 2010

## Portfel ubezpieczeń

W roku 2010 działania Towarzystwa obejmowały m.in.: restrukturyzację sieci sprzedaży, wprowadzenie zmodyfikowanej oferty OC komunikacyjnego oraz zmiany taryf. Składka przypisana brutto w roku 2010 wzrosła o 4,5% w stosunku do roku 2009, przy czym wszystkie linie biznesu, poza OC komunikacyjnym, zanotowały dodatnią dynamikę sprzedaży.

## Insurance portfolio

In year 2010 the Company's activities included sale network restructuring, introducing of modified MTPL product offer and changes of tariffs. Gross Premium Written increased in 2010 by 4,5% in comparison to the year 2009, however all business lines except MTPL had positive sales dynamics.

### Struktura ubezpieczeń (tys. zł) Insurance portfolio (PLN'000)

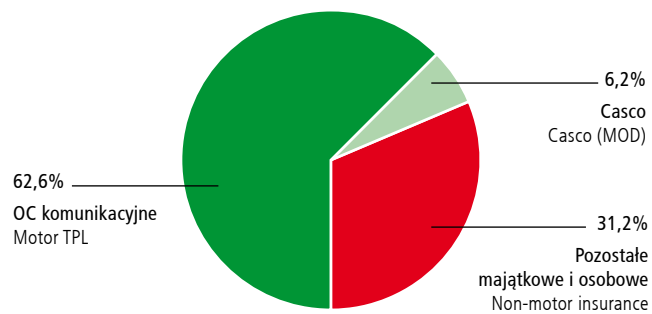
Rodzaj ubezpieczenia Type of insurance		Składka	Struktura	Składka	Struktura	Dynamika
		Premium	Structure	Premium	Structure	Dynamics
		2009		2010		2010/2009
Komunikacyjne Motor insurance		668 892	72,1%	667 500	68,8%	99,8%
Gr. 3-6	Casco Casco	54 422	5,9%	59 888	6,2%	110,0%
Gr. 10	OC pojazdów lądowych (komunikacyjne) Motor TPL	614 470	66,2%	607 612	62,6%	98,9%
Pozostałe Other		258 597	27,9%	302 176	31,2%	116,9%
Gr. 1-2	NNW Personal accident	46 175	5,0%	48 158	5,0%	104,3%
Gr. 7-9	Ubezpieczenia majątkowe Property	106 232	11,5%	128 466	13,2%	120,9%
Gr. 11-13	Pozostałe OC Other TPL	62 206	6,7%	66 714	6,9%	107,2%
Gr. 14-18, Re	Ryzyka finansowe i reasekuracja Financial risk and reinsurance	43 984	4,7%	58 838	6,1%	133,8%
Ubezpieczenia ogółem Total		927 489	100,0%	969 676	100,0%	104,5%

W portfelu ubezpieczeniowym Towarzystwa dominują ubezpieczenia komunikacyjne.

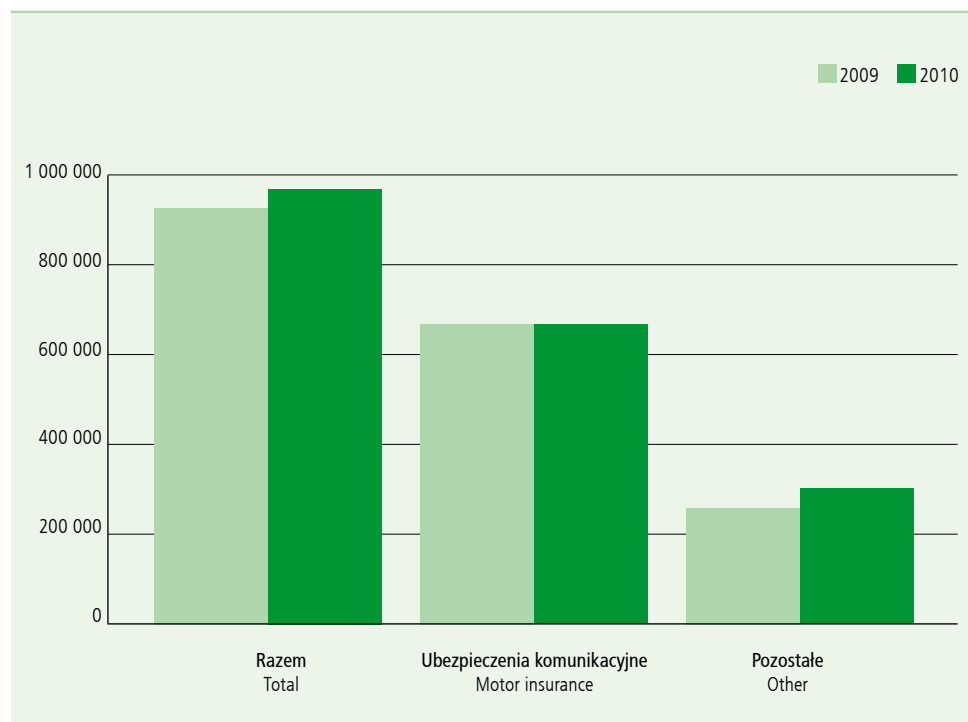
W 2010 r. ich udział stanowił 68,8% składki przypisanej brutto (w tym: obowiązkowe ubezpieczenie OC komunikacyjne – 62,6%, auto casco – 6,2%).

Motor insurance products dominate in the insurance portfolio of the Company. The share of MTPL and Casco in the insurance portfolio reached 68.8% in year 2010 (including MTPL – 62.6% and Casco – 6.2%).

Struktura ubezpieczeń w 2010 roku  
Insurance portfolio in year 2010



Składka przypisana brutto (tys. zł)  
Gross Premium Written (PLN'000)

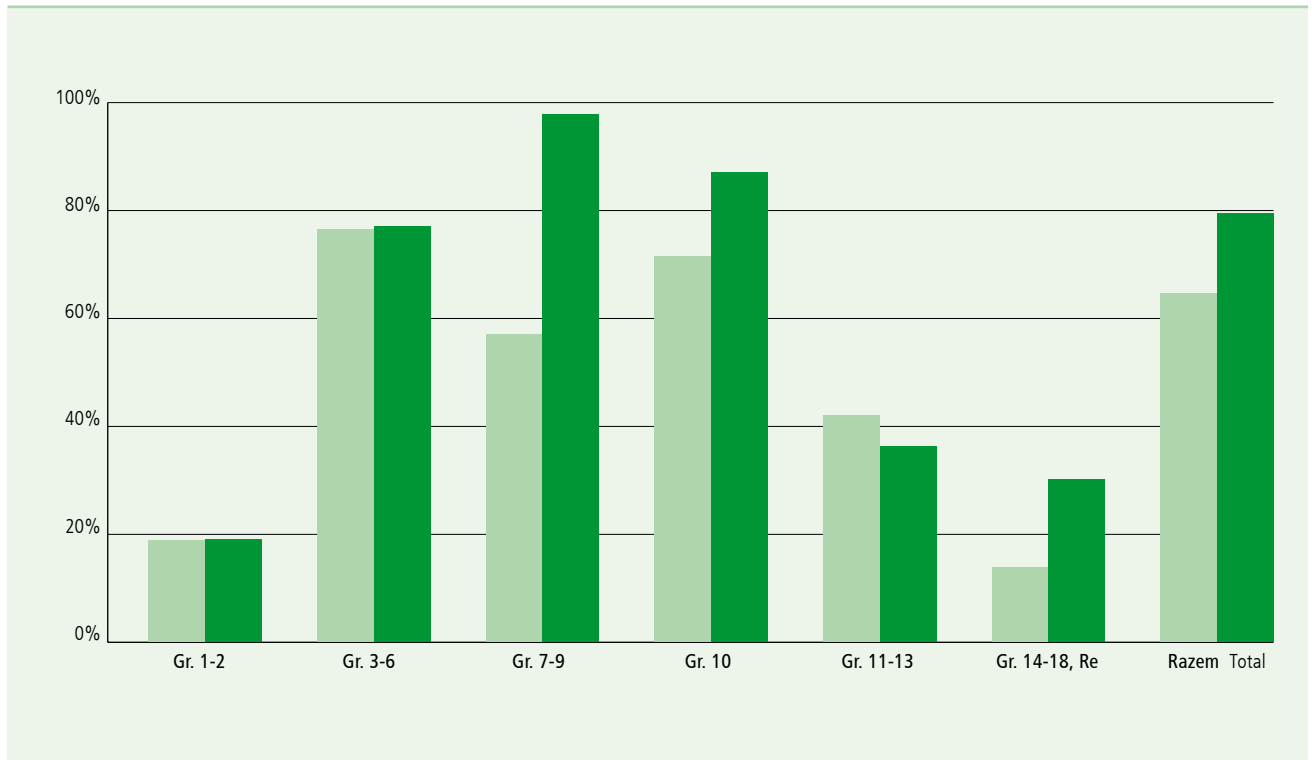


Współczynnik szkodowości na udziale własnym		2009	2010
Net loss ratio			
Gr. 1-2	NNW Personal accident	18,7%	19,0%
Gr. 3-6	Casco Casco	76,4%	76,8%
Gr. 7-9	Ubezpieczenia majątkowe Property	56,9%	97,7%
Gr. 10	OC pojazdów lądowych (komunikacyjne) Motor TPL	71,4%	86,9%
Gr. 11-13	Pozostałe OC Other TPL	42,0%	36,1%
Gr. 14-18, Re	Ryzyka finansowe i reasekuracja Financial risk and reinsurance	13,7%	30,0%
<b>Razem</b>	<b>Total</b>	<b>64,5%</b>	<b>79,3%</b>

Szkodowość na udziale własnym całego portfela ubezpieczeniowego wzrosła z 64,5% w roku 2009 do 79,3% w roku 2010. Największy wpływ na wzrost wskaźnika szkodowości portfela miały szkody spowodowane żywiołami.

The net loss ratio of the whole insurance portfolio, increased from 64.5% in 2009 to 79.3% in 2010. The major impact on the increase of portfolio's loss ratio had catastrophic losses caused by natural forces.

Współczynnik szkodowości na udziale własnym  
Net loss ratio



## Reasekuracja

Oprócz programów międzynarodowych reasekuracji proporcjonalnej podlegało wyłącznie ryzyko gwarancji ubezpieczeniowych. Pozostałe ryzyka chronione były umową typu nadwyżki szkód (Excess of loss).



## Reinsurance

Apart from international programs the subject for proportional reinsurance was only insurance bonds. The other risks were protected by the excess of loss contracts.

## Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe

Poziom rezerw techniczno-ubezpieczeniowych ustalony został w taki sposób, aby zapewniły one w przyszłości pewne i bezpieczne regulowanie zobowiązań wynikających z zawartych umów ubezpieczenia. W najbliższym czasie Spółka nie przewiduje istotnych zmian w zakresie metodologii kalkulacji rezerw techniczno-ubezpieczeniowych.

W roku 2010 rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe brutto wzrosły o 14,2%, przy czym rezerwa składek wzrosła o 8,4%, natomiast rezerwa na niewypłacone odszkodowania i świadczenia brutto wzrosła o 17,3%.



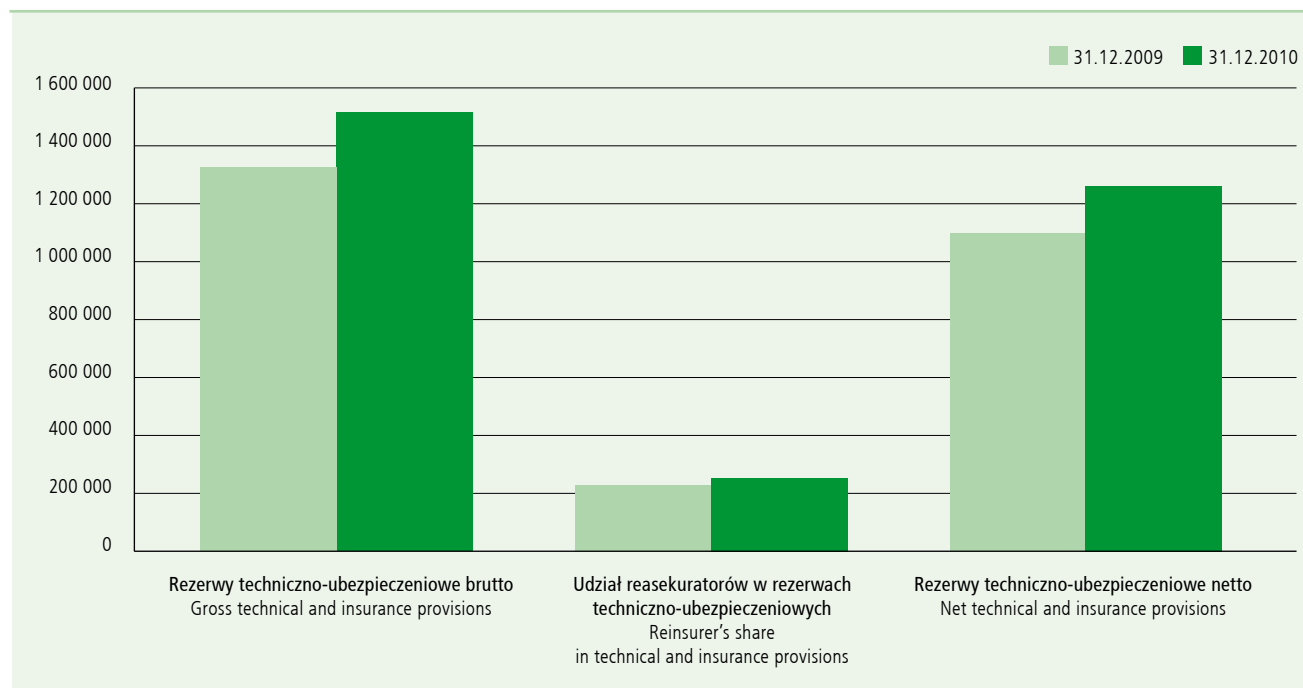
## Technical and Insurance Provisions

The volume of the technical and insurance provisions was calculated to ensure the secure and proper payments of future liabilities resulting from the insurance contracts. In the future the Company does not plan to change significantly the methodology of calculating technical and insurance provisions.

In 2010 gross technical and insurance provisions increased by 14.2%, however unearned premium reserve increased by 8.4% and the provisions for unpaid claims and benefits increased by 17.3%.

Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe bez uwzględnienia oszacowanych regresów i odzysków (tys. zł) Technical and insurance provisions excluding estimated future recourses and subrogations (PLN'000)	31.12.2009	31.12.2010	Dynamika Dynamics 2010/2009
Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe brutto Gross technical and insurance provisions	1 325 983	1 514 413	114,2%
Rezerwa składek i rezerwa na pokrycie ryzyka niewygaśniętego brutto Gross unearned premium reserve and reserve for unexpired risks	453 964	492 057	108,4%
Rezerwy na niewypłacone odszkodowania świadczenia brutto Gross provisions for unpaid claims and benefits	866 596	1 016 412	117,3%
Rezerwy na wyrównanie szkodowości (ryzyka) Risk equalisation reserve	1 787	4 371	244,6%
Udział reasekuratorów w rezerwach techniczno-ubezpieczeniowych Reinsurer's share in technical and insurance provisions	228 323	254 245	111,4%
Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe netto Net technical and insurance provisions	1 097 660	1 260 168	114,8%

Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe (tys. zł)  
Technical and insurance provisions (PLN'000)



## Koszty działalności ubezpieczeniowej

Koszty działalności ubezpieczeniowej brutto, bez otrzymanych przez Towarzystwo prowizji reasekuracyjnych, wzrosły w porównaniu z rokiem 2009 i wyniosły 31,1% składki zarobionej brutto.

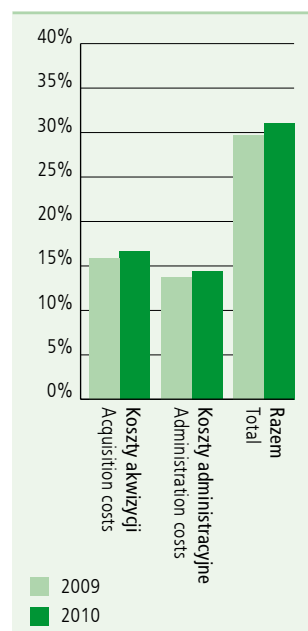


## Costs of Insurance Activities

Gross costs of insurance activity, excluding reinsurers' commissions, increased in comparison to year 2009 and amounted to 31.1% of GPE.

Koszty działalności ubezpieczeniowej (tys. zł) Costs of insurance activity (PLN'000)	2009		2010		Dynamika Dynamics 2010/2009
	Wartość Value	% składki zarobionej brutto % of GPE	Wartość Value	% składki zarobionej brutto % of GPE	
Koszty akwizycji Acquisition costs	146 422	15,9%	155 186	16,7%	106,0%
Koszty administracyjne Administration costs	126 794	13,8%	134 318	14,4%	105,9%
<b>Razem Total</b>	<b>273 216</b>	<b>29,7%</b>	<b>289 504</b>	<b>31,1%</b>	<b>106,0%</b>

Wskaźnik kosztów akwizycji i administracyjnych (% składki zarobionej brutto – bez prowizji reasekuracyjnych)  
Acquisition and administration costs ratios (% of GPE, reinsurance commissions excluded)



## Podstawowe dane finansowe za rok 2010 Key Financial Data for 2010

Podstawowe dane finansowe (tys. zł) Selected financial data (PLN'000)	2009	2010
Składka przypisana brutto Gross Premium Written	927 489	969 676
Składka zarobiona na udziale własnym Earned premium net of reinsurers' share	719 462	844 293
Odszkodowania i świadczenia wypłacone brutto Gross claims and benefits paid	533 975	629 769
Odszkodowania i świadczenia na udziale własnym Claims and benefits paid net of reinsurers' share	463 916	669 463
Wskaźnik szkodowości na udziale własnym Net loss ratio	64,5%	79,3%
Koszty działalności ubezpieczeniowej Cost of insurance activity	230 158	285 412
Koszty akwizycji Acquisition costs	146 422	155 186
Koszty administracyjne Administration costs	126 794	134 318
Prowizje reasekuracyjne i udziały w zyskach reasekuratorów Reinsurance commission and share in reinsurers' profits	43 058	4 092
Wskaźnik kosztów działalności ubezpieczeniowej na udziale własnym Net cost of insurance activity ratio	32,0%	33,8%
Przychody z lokat oraz niezrealizowane zyski/straty z lokat i koszty działalności lokacyjnej Investment income and unrealised gains/losses on investments and investments charges	77 578	69 669

Podstawowe dane finansowe (tys. zł) Selected financial data (PLN'000)	31.12.2009	31.12.2010
Aktywa Assets	1 555 767	1 646 122
Kapitał zakładowy Share capital	161 400	180 700
Środki pieniężne Cash	1 529	1 819
Lokaty Investments	1 332 801	1 379 906

## Bilans

### Aktywa

Dominującą pozycję aktywów stanowią lokaty wolnych środków pieniężnych o wartości 1 379 900 zł. Środki te są lokowane głównie w papiery wartościowe emitowane lub gwarantowane przez Skarb Państwa, depozyty bankowe. Stan lokat w 2010 r. powiększył się o 47,1 mln zł, tj. o 3,5% w stosunku do stanu na początek roku.

### Pasywa

Na dzień 31 grudnia 2010 r. kapitał zakładowy wynosił 180,7 mln zł. Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe netto nadal mają największy udział w pasywach (76,6%) i wzrosły od początku roku 2010 o 162,5 mln zł, tj. o 14,8%.



## Balance sheet

### Assets

1 379.9 m. PLN of investments made of financial funds constitute the majority of assets. These assets are invested mainly in securities issued or guaranteed by the State Treasury, bank deposits. In comparison with the beginning of the year the value of investments increased by 47.1 m. PLN (3.5%).

### Liabilities and Equity

On 31 December 2010, the share capital of the Company amounted to 180.7 m. PLN. The net technical and insurance provisions have still the biggest share in the liabilities (76.6%) and increased in 2010 by 162,5m. PLN, i.a. by 14,8% since the beginning of the year.

## Rachunek wyników

Spółka odnotowała w 2010 r. stratę w wysokości 42,3 mln zł, podczas gdy rok 2009 został zamknięty zyskiem w wysokości 39,5 mln zł. Strata finansowa w 2010 r. wynika głównie z wystąpienia w Polsce powodzi, ciężkiej zimy oraz wysokiej szkodowości w OC komunikacyjnym.



## Profit and Loss Account

In year 2010 the Company showed net loss in the amount of 42.3 m. PLN while in year 2009 net profit amounted to 39.5 m. PLN. The financial loss mainly resulted from floods and strong winter that occurred in Poland in 2010, high losses in MTPL also contributed to the negative result.

## Lokaty

W strukturze lokat dominują inwestycje w papiery wartościowe Skarbu Państwa, których udział wynosi 79,3%. Znaczącą pozycję w strukturze lokat zajmują depozyty bankowe, których udział wzrósł z 5,1% do 7,2% w roku 2010. Udział obligacji emitowanych przez inne podmioty zmalał (z 5,8% do 4,4%). Struktura portfela inwestycyjnego zapewnia odpowiedni stopień bezpieczeństwa, płynności i rentowności lokat. W najbliższej przyszłości Spółka nie zamierza znacząco zmieniać struktury portfela lokat.



## Investments

Investments in government securities are dominant in the structure of investments portfolio (79.3%). Bank deposits have a significant share in the structure of the investments (their share in portfolio increase from 5.1% to 7.2% in 2010). The share of bonds issued by other entities decreased from 5.8% to 4.4% in 2010. The structure of the investment portfolio ensures the appropriate level of safety, liquidity and profitability of investments. In the future the Company does not plan to change significantly the investments portfolio structure.

Lokaty (tys. zł) Investments (PLN'000)	Struktura Structura		Struktura Structure		Dynamika Dynamics
	31.12.2009		31.12.2010		2010/2009
Obligacje i bony Skarbu Państwa* Treasury bonds and T-bills*	1 090 912	81,8%	1 094 219	79,3%	100,3%
Obligacje gmin Municipal bonds	24 462	1,8%	32 260	2,3%	131,9%
Obligacje emitowane przez inne podmioty Bonds issued by other entities	76 766	5,8%	60 035	4,4%	78,2%
Nieruchomości** Real estate**	51 959	3,9%	62 037	4,5%	119,4%
Akcje notowane Shares in quoted entities	4 124	0,3%	16 278	1,2%	394,7%
Udziały w funduszach inwestycyjnych Units of investment funds	16 845	1,3%	15 786	1,1%	93,7%
Depozyty bankowe Bank deposits	67 733	5,1%	99 198	7,2%	146,5%
Inne Other	0	0,0%	93	0,0%	–
<b>Razem lokaty Total investments</b>	<b>1 332 801</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 379 906</b>	<b>100,0%</b>	<b>103,5%</b>

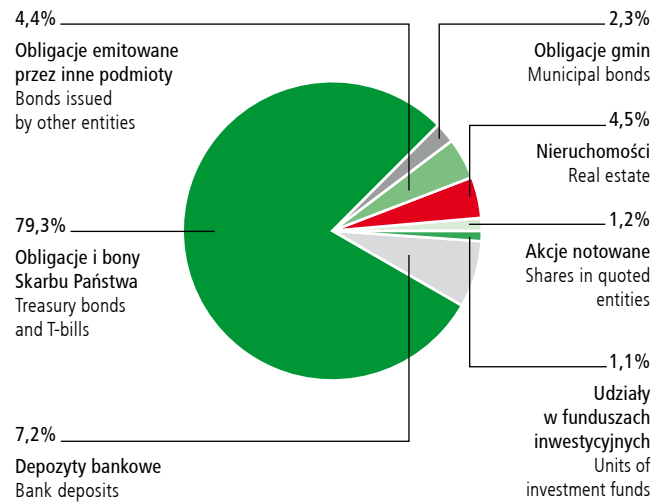
\* Pozycja zawiera również obligacje gwarantowane przez Skarb Państwa

\*\* W pozycji „Nieruchomości” ujęte zostały również nieruchomości na własne potrzeby

\* Bonds with State Treasury guarantees are included in this position

\*\* "Real estate" includes real estate for own purposes

Struktura lokat  
wg stanu na 31.12.2010 roku  
Investments as at 31.12.2010



Uzyskane w 2010 r. przychody z lokat były niższe niż w roku 2009 o 10 mln zł. Wynikało to z niekorzystnej sytuacji na rynkach papierów wartościowych, spowodowanej kryzysem finansowym. W szczególności miało to wpływ na spadek cen dotychczas posiadanych obligacji będący efektem wzrostu rentowności nowo emitowanych papierów wartościowych.

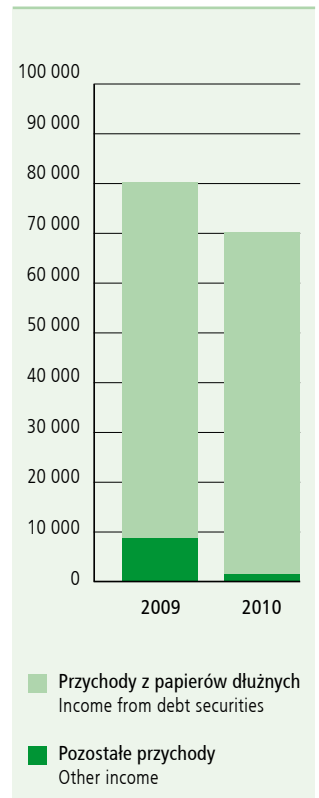
The investment income in 2010 was lower than in 2009 by the amount of 10 m. PLN. Decreased income resulted from unfavourable conditions on securities markets caused by financial crisis. This led in particular to declining prices of possessed bonds, being the effect of profitability increases concerning newly issued bonds.

Dochody z lokat* (tys. zł) Investment result* (PLN'000)	Struktura Structure		Struktura Structure		Dynamika Dynamics 2010/2009
	2009		2010		
Przychody z papierów dłużnych Income from debt securities	71 614	89,2%	68 846	98,0%	96,1%
Przychody z akcji i funduszy inwestycyjnych Income from shares in quoted entities and investment funds	3 279	4,1%	-832	-1,2%	
Przychody z depozytów Income from bank deposits	5 388	6,7%	2 266	3,2%	42,1%
Inne przychody Other income	1	0,0%	0	0,0%	0,0%
<b>Razem Total</b>	<b>80 282</b>	<b>100,0%</b>	<b>70 280</b>	<b>100,0%</b>	<b>87,5%</b>

\* Przychody z lokat oraz niezrealizowane zyski/straty z lokat i koszty działalności lokacyjnej bez kosztów utrzymania nieruchomości i pozostałych kosztów działalności lokacyjnej

\* Investment income and unrealised gains/ losses on investments and investments charges without maintenance of land and buildings charges and other investment charges

Struktura przychodów z lokat (tys. zł)  
Structure of investment income (PLN'000)



## Ustawowe wskaźniki działalności ubezpieczeniowej Statutory Ratios of Insurance Activities

### Wypłacalność

Na dzień 31 grudnia 2010 r. pokrycie marginesu wypłacalności środkami własnymi wyniosło 177,9%, natomiast kapitał gwarancyjny pokryty był środkami własnymi w 533,6%.

### Solvency

As of the year end, the level of assets to cover the solvency margin amounted to 177.9% and the guarantee capital was covered by own assets in 533.6%.

Wypłacalność (tys. zł) Solvency (PLN'000)	31.12.2009	31.12.2010	Dynamika Dynamics 2010/2009
Wielkość środków własnych na pokrycie marginesu wypłacalności Own funds for covering solvency margin	321 517	243 423	75,7%
Margines wypłacalności Solvency margin	131 382	136 846	104,2%
Nadwyżka/niedobór środków własnych na pokrycie marginesu wypłacalności Surplus/deficit of own funds to cover solvency margin	190 135	106 577	56,1%
Stopień pokrycia marginesu wypłacalności % of covering solvency margin	244,7%	177,9%	–
Kapitał gwarancyjny Required guarantee capital	43 794	45 615	104,2%
Stopień pokrycia kapitału gwarancyjnego % of covering required guarantee capital	734,2%	533,6%	–

### Pokrycie rezerw techniczno-ubezpieczeniowych

Na dzień 31 grudnia 2010 r., Towarzystwo wykazało nadwyżkę aktywów na pokrycie rezerw techniczno-ubezpieczeniowych w wysokości 226 986 mln zł (115,0% pokrycie rezerw techniczno-ubezpieczeniowych).

### Coverage of Technical and Insurance Provisions

As of the year end, the Company showed a surplus of assets required to cover gross technical and insurance provisions in the amount of 226 986 m. PLN (115.0% coverage of technical and insurance provisions).

Pokrycie rezerw techniczno-ubezpieczeniowych (tys. zł) Coverage of gross technical and insurance provisions (PLN'000)	31.12.2009	31.12.2010
Aktywa stanowiące pokrycie rezerw techniczno-ubezpieczeniowych brutto Assets to cover gross technical and insurance provisions	1 632 368	1 741 399
Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe brutto Gross technical and insurance provisions	1 325 983	1 514 413
Nadwyżka/niedobór pokrycia rezerw techniczno-ubezpieczeniowych brutto Surplus/deficit to cover gross technical and insurance provisions	306 385	226 986
Stopień pokrycia rezerw techniczno-ubezpieczeniowych brutto % of covering of gross technical and insurance provisions	123,1%	115,0%



Mazda Shinari

To nie produkty, lecz modele biznesowe są współcześnie źródłem przewagi konkurencyjnej.

It is not products but business models that are the source of the competitive edge nowadays.



## Cele strategiczne na rok 2011

Strategic Goals for 2011

## Cele strategiczne na rok 2011

W 2011 r. będą kontynuowane działania mające na celu przekształcenie Spółki z organizacji zorientowanej funkcjonalnie na organizację zorientowaną procesowo.

Planowany jest dalszy rozwój systemu informatycznego wspierającego sprzedaż ubezpieczeń, którego celem jest wzrost poziomu sprzedaży oraz minimalizacja kosztów wystawiania i obsługi polis.

W 2011 r. będzie dalej rozwijany system kalkulacji i monitorowania taryf. System ten usprawnia proces budowy taryf, a tym samym pozwala na zwiększenie elastyczności kształtowania oferty Towarzystwa. Do obecnych i nowych klientów HDI Asekuracja TU S.A. zostanie skierowana nowa oferta ubezpieczeń upraw.

Innym znaczącym projektem o charakterze strategicznym jest projekt restrukturyzacji funkcji księgowej. Projekt ten rozpoczął się w 2009 r., a jego kontynuacja przewidziana jest do 2012 r. W efekcie jego realizacji część czynności księgowych powinna ulec automatyzacji, inne powinny zostać scentralizowane, co pozwoli zwiększyć efektywność tego procesu.

Na rok 2011 planowane jest również uruchomienie następujących projektów:

- Wprowadzenie nowego, rozszerzonego Systemu Prowizji Wyrównawczej mającego wpływać na zwiększenie sprzedaży poprzez wynagradzanie agentów za dobre wyniki w zakresie sprzedaży ubezpieczeń flagowych oraz OC komunikacyjnego.
- Wdrożenie selekcji ryzyka dotyczącego szkód powodziowych poprzez różnicowanie taryf.
- Przeprowadzenie kolejnej fazy wdrożenia wyższej wersji podstawowego systemu informatycznego TIA.

Realizacja wymienionych wyżej inicjatyw powinna zapewnić Spółce uzyskanie trwałej przewagi konkurencyjnej, a tym samym umożliwić stabilny wzrost wartości Towarzystwa.

## Strategic Goals for 2011

The year 2011 will see a continuation of measures implemented in order to transform the company from a function-oriented organization to a process-oriented one.

The plan foresees a continued development of the IT system supporting the sales in order to ensure an increase in sales and minimize the policy-issuing and policy-servicing costs.

The year 2011 will also see a further development of the tariff calculation and monitoring system. The system enables a more efficient tariff-building process, and hence ensures higher flexibility of the Company's product-range design.

A new range of crop insurance solutions will be launched by HDI Asekuracja TU S.A. for its existing and new customers.

Another major strategic project is the one involving the restructuring of accounting function. Commenced in 2009, the project is scheduled to run until 2012. As a result, some accounting operations are to be automated, while other will be centralized in order to make the process more effective.

The following projects are also scheduled for launch in 2011:

- Implementation of a new extended Matching Commission System, which is expected to influence an increase in sales by rewarding agents' good performance in selling flagship insurance and third-party vehicle insurance solutions.
- Implementation of risk selection with respect to flood damage by differentiation of tariffs.
- Another upgrade phase of the Company's basic information system TIA.
- These initiatives are expected to ensure a long-term competitive advantage to the Company, and hence also a stable growth of its value.



Wiedziałem, że kluczem do sukcesu będą ludzie (...). Świetnie wykształceni, otwarci na świat i innych ludzi, głodni sukcesu, odważni i nieugięci w dążeniu do celu (...) – to **zespół**, który nie miał uznanych gwiazd z branży, ale za to **zdolność do współpracy i chęć do ciągłej nauki**.

I knew that people would be the key to success (...). Highly educated, open to the world and other people, hungry for success, brave and relentless in pursuit of their goal (...) – this is a team of people without recognized top names of the industry, but with cooperative capacity and constant readiness to learn instead.



## **HDI-Gerling Życie TU S.A.**

HDI-Gerling Życie TU S.A.

## Władze Spółki

### Rada Nadzorcza

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2010 r.

**Dr Heinz-Peter Ross**

Przewodniczący Rady Nadzorczej

**Matthias Maak**

Członek Rady Nadzorczej

**Rudiger Will**

Członek Rady Nadzorczej

**Dr Immo Querner**

Członek Rady Nadzorczej

Od 1 stycznia 2011 roku skład Rady Nadzorczej uległ zmianie.

Od 3 stycznia 2011 Przewodniczącym Rady Nadzorczej jest Torsten Leue, a Rada działa w następującym składzie:

**Torsten Leue**

Przewodniczący Rady Nadzorczej (od 3 stycznia 2011,  
od 1 stycznia 2011 w Radzie Nadzorczej)

**Matthias Maak**

Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej (od 3 stycznia 2011)

**Oliver Schmid**

Członek Rady Nadzorczej (od 1 stycznia 2011)

**Dr Immo Querner**

Członek Rady Nadzorczej (od 1 stycznia 2011)

## Company Management

### Supervisory and Management Boards

Composition of the Supervisory Board as at 31 December 2010

**Heinz-Peter Ross, Ph.D.**

Chairman of the Supervisory Board

**Matthias Maak**

Deputy Chairman of the Supervisory Board

**Rudiger Will**

Member of the Supervisory Board

**Immo Querner, Ph.D.**

Member of the Supervisory Board

From January 2011 the Supervisory Board has changed.

From January 2011 the Chairman of the Supervisory Board

is Torsen Leue, and the Management Board works with following members:

**Torsten Leue**

Chairman of the Supervisory Board (since 3 January 2011,  
since 1 January 2011 in Supervisory Board)

**Matthias Maak**

Deputy Chairman of the Supervisory Board (since 3 January 2011)

**Oliver Schmid**

Member of the Supervisory Board (since 1 January 2011)

**Dr Immo Querner**

Member of the Supervisory Board ( since 1 January 2011)

## Zarząd

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2010 r.

**Dr Zbigniew J. Staszak**

Prezes Zarządu

**Tomasz Kostrzycki**

Członek Zarządu

**Robert Bobrycki**

Członek Zarządu

**Hubert Mordka**

Członek Zarządu

Od 27 maja 2011 roku skład Zarządu Spółki uległ zmianie.

Członkiem Zarządu przestał być Tomasz Kostrzycki,

a Zarząd Spółki działa w następującym składzie:

**Dr Zbigniew J. Staszak**

Prezes Zarządu

**Robert Bobrycki**

Członek Zarządu

**Hubert Mordka**

Członek Zarządu

## Management Board

Composition of the Management Board as at 31 December 2010

**Dr Zbigniew J. Staszak**

President of the Management Board and CEO

**Tomasz Kostrzycki**

Member of the Management Board

**Robert Bobrycki**

Member of the Management Board

**Hubert Mordka**

Member of the Management Board

From 27 May 2011, the Management Board has changed.

Mr. Tomasz Kostrzycki has no longer perform the function of a Member of the Management Board.

Present members of the Management Board:

**Dr Zbigniew J. Staszak**

President of the Management Board and CEO

**Robert Bobrycki**

Member of the Management Board

**Hubert Mordka**

Member of the Management Board

## Kapitał zakładowy i Akcjonariusze

Kapitał akcyjny Towarzystwa na dzień 31 grudnia 2010 r. wynosi 42 852 tys. zł.

Do dnia 7 grudnia 2010 r. jedynym Akcjonariuszem Zakładu Ubezpieczeń był HDI-Gerling Lebensversicherung A.G. z siedzibą w Kolonii w Niemczech. W dniu 7 grudnia 2010 r. Akcjonariusz dokonał sprzedaży 100% akcji zakładu ubezpieczeń dla HDI-Gerling International Holding A.G. z siedzibą w Hannover w Niemczech.

HDI-Gerling International Holding A.G., obecnie Talanx International A.G. należy do grupy ubezpieczeniowej Talanx.

## Misja Spółki

Misją Towarzystwa jest zaspokajanie potrzeb klientów i partnerów biznesowych w zakresie ochrony ubezpieczeniowej.

Celem Towarzystwa jest budowa zrównoważonego portfela – składającego się z ubezpieczeń z kapitałowym funduszem inwestycyjnym i ubezpieczeń czysto ochronnych – odpowiadającego na zmieniające się potrzeby rynku.

## Struktura sprzedaży

W 2010 r. Towarzystwo prowadziło działalność poprzez Centralę oraz sieć placówek liczących ponad trzydzieści oddziałów.

## Pozycja Spółki na rynku ubezpieczeń

Udział Towarzystwa w rynku ubezpieczeń życiowych to 1% w roku 2009 i 1,2% w roku 2010. Według wielkości składki przypisanej brutto w roku 2010 Towarzystwo zajmowało piętnastą pozycję w grupie towarzystw ubezpieczeń na życie według danych KNF za okres styczeń – grudzień 2010 r.

## Share Capital and Shareholders

The Company's share capital as at 31 December 2010 was PLN 42,852,000.

Until 7 December 2010, the sole Shareholder of the Insurance Company was HDI-Gerling Lebensversicherung A.G. with its registered seat in Cologne, Germany. On 7 December 2010, the Shareholder sold its 100% of the Insurance Company to HDI-Gerling International Holding A.G. with its registered seat in Hanover, Germany (present name Talanx International A.G.). Talanx International A.G. is a member of Talanx insurance group.

## Company's Mission

The Company's mission is to satisfy the needs of its customers and business partners with regard to insurance cover. The Company's objective is to build a balanced portfolio consisting of unit-linked and purely protective insurance solutions, in order to meet the changing needs of the market.

## Structure of Sales

In 2010, the Company's operations were carried out through its Headquarters and a network of more than 30 branches.

## The Company's Position on the Insurance Market

The Company's share in the life-insurance market was ca. 1% in 2009 and 1.2 % in 2010. In terms of the gross premium written, in 2010 the Company was ranked 15th among the life-insurance companies (Polish Financial Supervision Authority's data, January-December 2010).

Dział I

	I-XII 2009 Dane w tys. zł Extract (PLN'000)	I-XII 2010 Dane w tys. zł Extract (PLN'000)
HDI-Gerling Życie TU S.A.		
Suma bilansowa Total balance	518 972	847 320
Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe, w tym: Technical and insurance provisions	466 535	774 061
Składki przypisane brutto Gross premium written for the financial year	177 815	443 430
Koszty działalności ubezpieczeniowej w tym: Cost of insurance activity net of reinsurers' share	55 138	44 209
Koszty akwizycji Acquisition cost	39 650	32 983
Koszty administracyjne Administration cost	31 414	27 995
Koszty działalności lokacyjnej Cost of investment activities	20 363	27 013
Wynik techniczny Technical profit/loss	-24 465	-14 187
Wynik finansowy netto Net profit /loss	-3 235	39
Wskaźnik pokrycia marginesu wypłacalności środkami własnymi Index of covering solvency margin own funds	140%	-0%

W Raporcie wykorzystano materiały fotograficzne za zgodą producenta samochodów Mazda.

„Mazda. Przełamujemy konwencje” (Defying conventions) – to hasło przyświecające konstruktorom Mazdy od zawsze. Nieustanne dążenie do tworzenia samochodów zapewniających radość z jazdy w duchu Zoom-Zoom, bezpieczeństwo i troskę o środowisko naturalne na najwyższym poziomie. Mazda to oryginalny design, nowoczesne technologie i japońska precyzja – gwarancja innowacyjnych rozwiązań, które wielokrotnie stanowiły przełom w motoryzacji i wyznaczały nowe kierunki jej rozwoju.

W Raporcie, dzięki uprzejmości i za zgodą autora, zostały umieszczone cytaty z książki Sławomira Lachowskiego. „Droga Innowacji”. Warszawa 2010 r.

„Centralnym zagadnieniem książki jest ukazanie procesu poszukiwania pomysłów zmieniających zasady gry w biznesie, tworzenie intelektualnej warstwy planu działania, mającego na celu szybki wzrost od podstaw na wyłaniających się nowych rynkach bądź skuteczną konkurencję na rynkach dojrzałych – w oparciu o strukturalną przewagę kosztową. Nawet najlepsza strategia jest nic niewarta, gdy nie powiedzie się jej wdrożenie. Dopiero realizacja koncepcji w zakładanym czasie, przy zachowaniu dyscypliny budżetowej, osiągnięciu oczekiwanej wydajności i jakości produktów zapewnia końcowy sukces (...). Książka pokazuje, jak zwyciężać w biznesie dzięki przełomowym innowacjom i zarządzaniu opartym na wartościach”.



Some photographs provided by the manufacturer of Mazda cars are used in the report.

„Mazda. Defying conventions” – this motto guiding Mazda engineers since beginning. Constantly pursuing to develop vehicles which ensure pleasure from driving in the spirit of Zoom-Zoom, safety and environmental concerns at the highest level. Mazda it’s the original design, hi-tech and Japanese precision- guarantee of the innovative solutions which frequently constitute changes in the automotive and assign new development directions.

The Report includes quotations from the book “The Way of Innovation” by Sławomir Lachowski (courtesy of the author, Warsaw 2010).

“The main intention of this book is to present the process of search for concepts that change the rules of play in business, and how to create the intellectual layer of the action plan aimed at achieving the rapid growth from scratch or effective competition in mature markets – on the basis of structural cost advantage. Even the best strategy will be useless if its implementation ends in failure. The ultimate success can only be assured if a thought-of concept is completed by the planned date, in the budget and while achieving the expected efficiency and quality of products. (...) This book will show you how to win in business thanks to groundbreaking innovations and value-based management.”

Raport Roczny 2010 został opracowany przez Departament PR i Marketingu oraz Departament Księgowości i Kontrolingu HDI Asekuracja TU S.A. i Agencję Best Communication.



The Annual Report for 2010 was prepared by the PR & Marketing Department and the Controlling & Finance Bureau of HDI Asekuracja TU S.A. and Best Communication Agency.





**HDI Asekuracja  
Towarzystwo Ubezpieczeń S.A.**

02-304 Warszawa, Aleje Jerozolimskie 133 A  
tel. +48 22 44 98 000  
fax +48 22 44 98 001

[www.hdi-asekuracja.pl](http://www.hdi-asekuracja.pl)  
Infolinia 801 801 181  
22 44 99 999

**HDI-Gerling Życie  
Towarzystwo Ubezpieczeń S.A.**

02-304 Warszawa, Aleje Jerozolimskie 133 A  
tel. +48 22 436 67 00  
fax +48 22 449 83 01

[www.hdi-gerling.pl](http://www.hdi-gerling.pl)  
Infolinia 801 434 434